

راهنمای خرید و فروش دارایی فکری

مقدمه

از آنجایی که یک دهه قبل به عصر دیجیتال وارد شده ایم، شیوه ی تجارت‌مان نیز به طور حیرت آوری تغییر یافته است. امروزه «عصر اطلاعات» عبارتی است که همه روزه می شنویم. ولی واقعاً این عبارت به چه معناست؟ این عبارت تعاریف زیادی دارد، ولی در حالت معمول، تعریف در حال تغییری از دارایی (اموال) را نشان می دهد. دارایی ها از این به بعد دیگر قابل لمس (محسوس) نیستند؛ بعضی از قدرتمندترین شرکت ها در جهان برای پا بر جا ماندن، به اطلاعات انتزاعی تکیه کرده اند. به منظور اینکه آن ارزش را به سرمایه تبدیل کنند، این دارایی باید قابل نقل و انتقال باشد.

مالکیت فکری نقش مهمی در زمینه های متفاوت، از اینترنت و بهداشت تا تقریباً تمامی جنبه های علم، تکنولوژی، ادبیات و هنر بازی می کند. دانستن نقش مهم دارایی فکری در این زمینه ها- که بسیاری از آنها هنوز هم در حال پیدایش هستند- اغلب نیاز به تحقیق و بررسی جدید و در خور توجهی دارد. مالکیت فکری به مردم این امکان را می دهد که مالکیت قوه ی ابتکار و نو آوری خود را همانند دارایی فیزیکی خود داشته باشند. مالک دارایی فکری می تواند استفاده ی آن دارایی را کنترل کرده و برای استفاده از آن جایزه بگیرد؛ این کار، قدرت نو آوری و ابتکار را که به نفع همه ی ماست، بیشتر تقویت میکند. در برخی موارد، مالکیت فکری امکان حفاظت از ایده ها را فراهم می آورد، اما در سایر زمینه ها باید قبل از آنکه حفاظت از یک ایده اعمال گردد، جزئیات بیشتری از خود ایده در دست باشد. البته اغلب ممکن نخواهد بود که مالکیت فکری حفاظت شوند و حقوق مربوط به آنها به دست آید، مگر در صورتیکه قابل برای آنها درواست ارائه شده باشد و برایشان مجوز رسمی صادر گردیده باشد؛ برخی از حفاظتها مانند حق نشر، بطور اتوماتیک و بدون هیچ گونه ثبتی، به محض اینکه در فرم های مخصوصی ثبت شد، انجام می گیرند.

چهار نوع اصلی دارایی معنوی که عموماً در سرتاسر جهان پذیرفته می باشند عبارتند از:

● امتیازنامه: برای اختراعات جدید و تولیدات پیشرفته و فرآیندهایی که قابل استفاده ی صنعتی (کاربرد صنعتی) می باشند.

● نشان تجاری: برای نشان دادن ماهیت اجناس/ لوازم که برتری بین تاجران مختلف را نشان می دهد.

● طراحی ها: برای ایجاد کل یک محصول و یا قسمتی از آن که نتیجه ی ویژگی هایی چون خصوصیات، رشته، طراحی، رنگ، شکل، بافت یا خود موادیکه محصول از آنها ساخته شده است، می باشد.

● حق انتشار: برای محصولات ادبی و هنری، موسیقی، فیلم، ضبط و پخش اصوات که شامل نرم افزارهای چند رسانه ای می باشد.

معاملات مربوط به دارایی فکری مانند توافق نامه ارائه نمایندگی و واگذاری مالکیت، با قرارداد صورت می گیرند. در بسیاری از موارد، قرارداد می تواند شرط هایی از قانون دارایی فکری را باطل کند که ممکن است با آن ناسازگار نباشد، اما همیشه اینطور نیست. یک قرارداد معمولاً در جایی حائز اهمیت است که شخص دیگری را مأمور تولید محصول حفاظت شده توسط مالکیت فکری کرده باشید. بدون وجود قرارداد، از اینکه آیا مجوز استفاده از دارایی فکری به شما داده شده یا خیر، مطلع نخواهید گشت. حتی جایی که دارایی فکری شایستگی مجوز گرفتن و یا امکان نقل و انتقال مالکیت را ندارد، شرایطی وجود دارند که تعیین کننده ی اهمیت مجوز دارایی فکری خواهند بود. مانند:

● توافق نامه ای که بنا به آن شخصی برای پیشرفت دادن دارایی فکری که الزاماً مال او نیست سرمایه گذاری می کند، ولی ممکن است در آینده بنابه دلایلی مستحق گردد.

● توافق نامه ی بین سازنده ی دارایی فکری و شریک عامل در بهره برداری آن به منظور تعیین مفاد توافق نامه محرمانه.

● توافق نامه ی بین دارندگان حقوق و گروه نمایندگی دهنده به منظور اعمال برخی از حقوق دارایی فکری.

در هر مورد، بندهای عمومی قانون راجع به اینکه چه بخش هایی از قرارداد قابل قبول می باشند، بایستی در نظر گرفته شوند؛ ماهیت دارایی فکری نیز بایستی بر اساس این بندها در نظر گرفته شود. در حالت خاصی، ممکن است قوانین رقابت و قوانین شرکت با هم همخوانی داشته باشند.

مالکیت فکری این روزها یک موضوع بسیار مهم است. همانطوریکه شاهد هستیم، نقل و انتقال دارایی فکری کم کم در حال تبدیل به یک معامله ی تجاری می شود. البته خرید و فروش حقوق مالکیت فکری(معنوی) شبیه سایر انواع معامله نیست. امروزه هر کسی که در تجارت دیجیتالی (و سایر تجارت ها) فعالیت می کند، می داند که دارایی فکری یک دارایی است که میتواند خریداری و فروخته شود. متأسفانه بسیاری از مردم این عقیده ی باطل را بوجود می آورند که قوانین خرید و فروش معمولی هم می توانند در این مورد (خرید و فروش دارایی فکری) بکار بسته شوند. در پایان این کتاب راهنما، خواهید دید که در حالیکه بسیاری از فاکتورها همان فاکتورها هستند، اما تفاوت های جزئی از اهمیت خاصی برخوردارند.

در ابتدا نگاهی به این خواهیم داشت که اصلاً خود این تفاوتها چیستند و چگونه با آنها در فروش حقوق مالکیت معنوی برخورد می شود. در ادامه مثال هایی از شرایط مشترک در توافق نامه های رایج فروش خواهند آمد. سپس با مسائل ویژه محافظت از دارایی های فکری سر و کار خواهیم داشت، که شامل امتیازنامه، حق نشر و نشانه تجاری می باشند. هدف این کتاب راهنما، راهنمایی افراد غیر متخصص در این زمینه است. افرادی به طور تمام وقت به امور دارایی فکری می پردازند، در مورد نکات دیگری که باید در زمینه ی فروش مرور گردد فکر خواهند کرد. به دلیل کمبود وقت و جا، فقط می توانیم به چند نمونه از این موارد اشاره کنیم. بعلاوه، بسیاری از فاکتور ها حتی برای افراد غیر متخصص نیز واضح خواهند بود که به آنها نخواهیم پرداخت و به جای آنها راجع به چیزهایی که به آسانی از آنها چشم پوشیده شده است،

بحث خواهیم کرد.

همچنین کتاب حاضر به مسائل خرید بیشتر از مسائل پرداخته است. چرا که اکثر خطرات متوجه خریداران معاملات دارایی های فکری می باشد. فروشنده معمولاً فقط در مورد دریافت پول نگران است، اما خریدار مجبور است که تمامی حقوق را راجع به یک قطعه ی کوچک دریافت کند، مطمئن شود که فروشنده دیگر از آن استفاده نمی کند و همچنین مطمئن شود که حقوق رقابتی دیگری وجود ندارد. این فقط بخش کوچکی از آن مشکلات است. ما نگرانی های فروشنده را نادیده نمی گیریم، اما این نگرانی ها بخش عمده ی توجه کتاب را شامل نمی شوند.

بالاخره، با وجود اینکه داراییهای فکری می توانند متفاوت باشند، همان قوانین معمول خرید و فروش بکار بسته خواهند شد. دارایی فکری مربوط به عصر اطلاعات می باشند و همیشه باید به یاد داشت که آنها هنوز هم دارایی محسوب می شوند.

آغاز کار

دارایی فکری به صورت واضح دارایی می باشند که دارای ارزش بوده و می توانند خرید و فروش شوند. البته در مقایسه ی دارایی فکری با سایر انواع دارایی، تفاوت هایی نیز به چشم می خورد. اگر شما بطور منظمی با آنها سر و کار نداشته باشید، معمولاً سعی خواهید کرد که پرونده های سابق و یا جدیدتری را که شما را در این باره راهنمایی کنند بدست آورید. معمولاً این سوابق با دارایی های سختی ارتباط دارند و تکیه بر آنها می تواند بنابه دلایلی چند خطرناک باشد.

اولاً که حقوق دارایی فکری الزاماً برای فروش نیستند. بنابراین، خریداری و فروش دارایی فکری به دلیل اینکه معمولاً دارای مجوزند، نسبتاً رایج نیست. وقتی به معامله به عنوان یک فروش و یا فروش بالقوه بنگرید، نظریه ی دارایی سخت خطرناک خواهد افتاد. اگر مشتری از شما بخواهد که حقوق را انتقال دهید، نباید این را فراموش کنید که فروش/انتقال قانونی فقط یکی از گزینه های انتخاب است. این همانند کسی خواهد بود که به شما مراجعه می کند و به دنبال مکان برای دفتر خود می باشد. در آنصورت، شما نه تنها در مورد امکان خرید ساختمان بحث خواهید کرد، بلکه اجاره ساختمان نیز را نیز در نظر خواهید داشت. ارائه ی پروانه دارایی فکری می تواند مشابه اجاره دادن ساختمان باشد، به استثنای اینکه در این مورد بیش از یک نفر هم می تواند به آن کالا پروانه بدهد.

دوم اینکه شما هیچ وقت هنگام خرید دارایی فکری، آن اندازه راحتی و آسایش نخواهید داشت که در در موقع خرید دارایی سخت دارید. در خرید دارایی سخت، تنها این امر که فروشنده مالکیت اجناس خود را به عهده دارد به شما آرامش می بخشد. در مورد دارایی انتزاعی مانند دارایی فکری، خیلی راحت می توان چیزی که وجود خارجی ندارد را فروخت (با حيله گری و یا روشی دیگر). این مشکل به دلیل ماهیت انتزاعی آن دارایی حادث شده است، چرا که هیچ سندی وجود ندارد که بتوان با تحقیق و بررسی، صد درصد مطمئن شد که فروشنده حتماً دارایی را به صورت مناسب به شما فروخته است.

بعلاوه، تصور کنید که اگر فوت و فن های این کار (معلومات خاص) نیز به فروش برسند چه اتفاقی خواهد افتاد. اثبات اینکه شما در حال خریداری این جنس می باشید، بر اساس قانون دارایی قدیمی پایه گذاری شده است که صحیح نمی باشد. در واقع، شما یک کپی از خود کالا را

می خرید، نه خود آن را. فروشنده می تواند بسیاری از اطلاعات مربوط را نزد خود نگه دارد و هیچ کاری در این رابطه نمی توان انجام داد. برای جلوگیری از بوجود آمدن رقابت های نا خواسته در آینده، شما بایستی بندهایی را در توافق نامه وارد کنید که در مورد توافق نامه های اموال سخت معمول نمی باشند.

همچنین این امر می تواند یک مشکل برای فروشنده نیز باشد، مخصوصاً وقتی که هزینه ی خرید از طرف خریدار بطور کامل به فروشنده پرداخت نشده باشد. قوانین معمول اجرائی در مورد نقض عهد در مورد معاملات دارایی فکری بکار بسته نمی شوند، به ویژه وقتی که با حقوق ثبت نشده ای مانند رموز بازرگانی سر و کار داشته باشیم. فرض کنید که رمزی از رموز تجارت را به شرکتی فروخته اید و قیمت آن بعداً پرداخت خواهد شد. بعلاوه، تصور کنید قبل از آنکه شما چیز زیادی از آن مبلغ را دریافت کرده باشید، خریدار در مورد اجرای توافق نامه، درست مدت کوتاهی بعد از امضای آن کوتاهی می کند. بلی، شما می توانید او را بدلیل همین کوتاهی مورد پیگرد قانونی قرار دهید. اما همه ی ما آگاه به تمامی مشکلات و درد سرهایی که از جانب دعوی قضایی بوجود می آید هستیم. راه حل دیگری که در مورد دارایی های سخت می شود انجام داد، ضبط و تملک دوباره ی دارائی است که معمولاً در اینجا نمی شود استفاده کرد. احتمالاً شما همه ی اطلاعات را در این باره می دانید (یا حداقل می توانید آن ها را به آسانی احیا کنید)، شما مجبور به ضبط آنها برای بازگرداندنشان نیستید. از طرف دیگر، حتی اگر قطعات فیزیکی تکنولوژی (مانند پرونده ها، دیسکت های کامپیوتری و غیره) را ضبط کنید، باز هیچ ضمانتی برای اینکه شما تمامی آن اطلاعات را به دست آورده اید، وجود ندارد. بنابراین خطر این وجود دارد که با وجود پیگرد قانونی، خریدار از آن اطلاعات در برخی موارد بهره ببرد. این مشکلات به طور واضح باید قبل از اینکه در مورد مسائل اصلی مانند هزینه ی خرید بحث کنید، مورد بررسی قرار گیرند.

بالاخره، درک تکنولوژی اصولی به هنگام سر و کار داشتن با مسائل دارایی فکری بسیار حیاتی است. واقعاً برای سندیت دادن به فروش یک آپارتمان نیازی به دانستن این که این آپارتمان چگونه ساخته شده است نیست. مسائلی که در مورد دارایی فکری هستند، بسیار پیچیده تر از اینها می باشند. این مسئله به این معنی نیست که شما حتماً باید دارای مدرک دکترای تخصصی (D.Ph) در رشته ی ژنتیک (نسل شناسی) به منظور انتقال اطلاعات مربوط به این بیوتکنولوژی باشید. بلکه به این معنی است که اگر شما به طور مثال با نرم افزار کامپیوتری سر و کار دارید، باید اهمیت کد منبع را در مقابل برنامه های مقصود یا نتایج کدگذاری مجدد برنامه در یک زبان متفاوت و یا اینکه چگونه همگردان کار می کنند را برای نامگذاری تعداد محدودی از اشیاء بدانید. وقتی که با خرید و فروش دارایی فکری سروکار دارید، باید تمامی مسائلی که اشاره شد را بدانید و اگر اطلاعات کافی در این زمینه ندارید، روی کارشناسان بیرونی حساب کرده و در این مورد تردید نکنید.

توافق نامه: فرم انتقال قانونی

در اینجا به ساختار حقیقی یک معامله و ویژگی های مهم توافق نامه های فروش خواهیم پرداخت. در مورد فرم انتقال قانونی و یا خود قضایای فروش زیاد بحث نمی کنیم. این بخش از توافق نامه بسیار ساده می باشد و خیلی شبیه به آنیست که برای هر نوع دیگر از دارایی نیز به کار می رود. توافقنامه ی دارایی فکری در سطح ضمانت، نمایندگی و تحقیقاتی که مورد نیاز

است، بنا به دلایلی که در بالا بحث شد، با انواع دیگر دارایی متفاوت است.

یکی از اولین سوالات این خواهد بود که آیا این امر فروش یک دارایی است یا فروش سهم. ملاحظات و رسیدگی های معمول در اینجا صورت گرفته اند. پیامدهای مالیاتی مسلماً دارای تأثیر می باشند. بعلاوه، اگر شما سهام خریداری کنید، خطر وجود بدهکاری آشکار نشده نیز وجود دارد. خطرات و فواید هر بخش از عمل باید برای هر شخص با تجربه ای که در زمینه ی معاملات تجاری معمولی فعالیت می کند، شناخته شده باشد.

تفاوت بین اجناس و سهام در فروش دارایی فکری بیشتر از اینکه مربوط به یک مسائل بنیادی باشد، مربوط به جزئیات است. برای مثال، اگر شما قطعه ی تولیدی گروهی که مالک دارایی فکری می باشند را جمع کنید، باید به حقوقی که خاتمه یافته اند توجه کنید. این امر می تواند در دو زمینه اجرا شود. اول اینکه حقوق ممکن است به توافق نامه ای با طرف سوم که از نقل و انتقال آنها جلوگیری می کند بستگی داشته باشد. دوم اینکه ممکن است این امر فقط یک رویداد درونی باشد که در آنجا حقوق اضافی بایستی به کار گرفته شود تا جنس فروخته شده تحت کنترل فروشنده باقی بماند. در هر دو حالت، تحقیق شما باید این را آشکار کند و راه حلی برای آن بیابد.

بالاخره، نه تنها سند انتقال، بلکه کل توافق نامه باید توسط قرض دهنده ای که امکان دارد در معامله شرکت داشته باشد مورد بررسی قرار گیرد. امروزه اکثر بانک های بزرگ، در مورد مسائل دارایی فکری آگاهتر بوده و برای وام دادن برای آنگونه مسائل آماده می باشند. آنها نیازهای معینی دارند که توافق نامه ی فروش شما بایستی این نیازها را در نظر بگیرد. این مقدار معامله ی بین فروشنده و خریدار کافی دشوار می باشد. اگر شما نیز اساساً مجبور به بازنویسی ساده تر آن به خاطر اینکه قرض دهنده آماده ی رضایت دادن نمی باشد، شوید، ممکن است که خود معامله را به خطر بیندازید. در اینصورت، قرض دهندگان باید در همان اول کار و قبل از امضای چیزی، از لطمه های بزرگ معامله آگاه شوند.

شناخت طرفین

توافق نامه باید بطور واضح طرفین معامله را به صورت زیر بشناساند:

- نام شخص و یا مؤسسه ای که در خواست مجوز برای استفاده از کار را دارد (دریافت کننده).
- نام شخص یا مؤسسه ای که بانی او بوده و یا دارای حقوق کار می باشد (بانی یا ذینفع).

تنها سختی که در مورد آنگونه توافق نامه ها وجود دارد بررسی کردن این موضوع است که آیا شخصی که ادعای بانی گری یا ذی نفع بودن می کند، در واقع همان کسی است که بر اساس این توافق نامه حقوق مربوطه را دارا می باشد یا نه.

در واقع، در طول مدت عمر یک محصول، اشخاص و یا موسسات زیادی می توانند مالک آن باشند یا نماینده ی مالکان حقوق متفاوت مربوط به آن باشند. برای مثال، شرکتی مسئول بازاریابی یک محصول در کشور فرانسه و دیگری در ایتالیا است. بایستی اطمینان حاصل کرد که بانی یا ذینفعی که قرارداد را منعقد کرده است، حقوق مربوط به کار را اعطا کند.

اگر چندین بانی محصول را بوجود آورده باشند، احتیاط همیشه لازم خواهد بود. در کل، هرکدام حقوقی نسبت به محصول دارند و توافق همه ی بانیان لازم و ضروری می باشد، مگر در صورتی که بانیان شریک یا ذینفع از دیگر شریکان وکالت نامه (که بایستی به صورت کتبی باشد) داشته باشند.

شرح دارایی

این بحث در مورد توافق نامه بسیار اساسی بوده و هنوز هم بدون شک در مورد این موضوع بایستی فکر شود. ممکن است بین متخصصان و وکلا در مورد توضیح مطالب مطرح شده اختلاف وجود داشته باشد. بعضی اوقات فروشنده و خریدار آنقدر در مورد تکنولوژی بحث می کنند که نظراتشان کاملاً یکسان می شود.

حتی غیر متخصصان هم می دانند که مشکل همیشه این نمی باشد. مخصوصاً جایی که تکنولوژی رمز تجاری ثبت نشده ای باشد، تفاوت‌های تفسیر اساسی و یا کوچک زیادی در مورد مفاد توافق نامه بین طرفین وجود دارد. اصول اشتباهات قانونی می توانند در جایی مورد استفاده قرار گیرند که بحث روی اموال سخت باشد، اما بکار بستن این اصول در مورد مفاهیم مبهم بسیار دشوارتر است.

اینجا جایی است که درک از تکنولوژی می تواند مفید واقع گردد. برای مثال، اگر نرم افزاری می خرید، آیا مشخص شده است که دارای کدهای منبع می باشد یا نه؟ اگر نه، جنسی خریداری شده بدون استفاده خواهد بود زیرا به آسانی قابل اصلاح نیست. روی فرضیاتی که یک جنس دارای آن موارد می باشد حساب نکنید. اگر این موارد بطور واضح اشاره نشده باشد، آنها را اضافه نمایید.

این مشکل در مورد حقوق دارایی معنوی ثبت شده مانند امتیازنامه و امثال اینها زیاد حاد نیست، زیرا می توانید به سادگی به شماره ی امتیازنامه مراجعه کنید. به یاد داشته باشید که فروش مطلق امتیازنامه بسیار کمیاب است. در این مورد تغییرات بسیاری داده شده است و خریدار نیز علاوه بر امتیازنامه، طالب دسترسی به این فوت و فن ها می باشد و تمامی این اصلاحات باید بحث شده و در صورت امکان به توافق نامه اضافه گردند.

ترجیح می دهیم از عبارت تکنولوژی که مفهوم بسیار وسیعی دارد، برای تمامی واژه های امتیازنامه، حق ثبت، نشانه تجاری، رموز تجارت و اشکال دیگر استفاده کنیم. مفهوم این عبارت همچنین شامل اصطلاحات و یا تغییرات تکنولوژی نیز می شود. در صورتیکه به صورت دیگر مشخص نشده باشد، تمامی ضمانت ها، شرایط و مفاد توافق نامه برای تمامی حقوق به کار خواهد رفت، نه فقط برای یک امتیازنامه و یا یک حق انتشار.

نمونه ای از یک عبارت توضیحی به شکل زیر می باشد. توجه داشته باشد که کلمه ی "تکنولوژی" مفاهیم و تعابیر دیگری دارد:

"واژه تکنولوژی به معنای هر گونه تکنولوژی است که شرکت یا شرکتهای وابسته مرتبط با فرآیند [تولید یا کسب و کار] دارای آن می باشند و یا به آنها مجوز آن داده شده است، و شامل (که البته محدود به این موارد نمی باشد) حقوق مالکیت فکری و اطلاعات تخصصی می باشد."

"اطلاعات تخصصی به معنی تمامی فوت و فن ها و دانش تخصصی شرکت و شرکتهای وابسته مرتبط با فرآیند [تولید یا کیب و کار] که شامل (البته محدود به این موارد نمی شود) موارد زیر می باشد:

(الف) تمامی رموز تجارت و سایر فوت و فن هایی که متعلق به مالک می باشند، اطلاعات عمومی، فوت و فن هایی که به مالک تعلق ندارند و فاش سازیهای مربوط به اختراع.

(ب) هر گونه اطلاعات علمی، تخصصی و تجاری، صرف نظر از شکل آن.

(ج) تمامی تحقیقات پرونده بندی شده، کارهای پیشرفتی، تجربی و یا مهندسی.

(د) تمامی اطلاعاتی که می توانند برای تعریف یک طرح یا یک فرآیند یا ت. لید یا به کار اندازی محصول تجهیزات به کار روند.

(ه) روشهای ساخت و تولید؛ و

(و) تمامی نقشه های دیگر، گزارش کارها، الگوها، برنامه ها، نمودارهای صنعتی، تجهیزات، فهرست تست ها، نرم افزارها و پردازنده ها، مشخصات، فرمول ها، طرح ها، داده های تخصصی، توضیحات، دستورالعمل های مربوطه، مقررات (راهنما)، سوابق و روندها.

"حقوق مالکیت فکری به معنی تمامی امتیازنامه ها، نشانهای تجاری، حق نشر ها، طرح های صنعتی، و سایر داراییهای فکری ثبت شده و ثبت نشده، که شرکت یا شرکتهای وابسته مرتبط با فرآیند [تولید یا کسب و کار] مالک آن می باشد یا به آن اعطاء شده است، می باشد."

تعاریف امتیازنامه، نشان تجاری و غیره، تماماً باید ارائه گردند.

اعلام دلایل

به منظور تعریف مفاد توافق نامه ی نقل و انتقال حقوق، یک پاراگراف کوتاه کافیسست. اشاره به دلایلی که گیرنده کار را تقاضا نمود و بانی و یا ذینفع اجازه استفاده از آن را ارائه کرد نیز مصلحت آمیز است.

برای مثال، گیرنده می تواند نحوه ی استفاده ش را از این محصول بیان کند: به صورت توزیع on-line، ارائه از طریق وارد کردن در یک CD_ROM و یا یک قطعات دیگر.

اگرچه که این کار اختیاری می باشد، اما بیان این دلایل میتواند بسیار مفید باشد، چرا که به طرفین معامله امکان بدست آوردن چیزهایی را می دهد که هر یک از آنها (مالک و دریافت کننده ی اطلاعات) از توافق نامه انتظار دارند. اگر بحث و نزاعی نیز پیش آید، قاضی نیز می تواند با استفاده از آن، انگیزه ی آنها را تشخیص دهد.

برای مثال:

«شرکت [.....] (دریافت کننده) قصد دارد که محصول [.....]، که حقوق آن متعلق به آقای [.....] (مالک) و یا شرکت [.....] (ذی نفع) می باشد را در بازار فروش عرضه کند. بازاریابی محصول [.....]، شامل حقوق دریافت کننده برای تولید مجدد آن، تطابق آن و تفسیر آن خواهد بود».

اهداف توافق نامه

بیان اهداف توافق نامه از آنجایی که نوع قرارداد را تعیین می کند، حائز اهمیت می باشد. بیان اهداف توافقنامه می تواند از رده بندی مجدد قرارداد به عنوان یک توافقنامه ی جداگانه جلوگیری نماید، مثلاً در مواردی که اختلافی رخ می دهد.

برای مثال:

«هدف از این توافقنامه اعطای مجوز به دریافت کننده [شرکت] به منظور عملی کردن کارهای ضروری برای داد و ستد [کالا] می باشد» و یا «هدف on-line کردن [آدرس سایت] که دارای [محصول] می باشد، است. مجوز بر اساس حق الزحمه، که توسط بانی و بر اساس قوانین مشخص شده که در [ماده قانونی] تعریف شده است، اعطاء خواهد شد».

شناخت محصول (کار)

یکی از مسائلی که بسیار حائز اهمیت است این است که قرارداد باید امکان تعیین محصول و یا محصولاتی که در رابطه با قرارداد می باشند را به صورت بسیار دقیقی فراهم آورد.

اگر محصول نامی داشته باشد، باید بیان شود و همچنین نام بانی بیان گردد و در صورتی که این قرارداد شامل قسمتی باشد، نام آن قسمت بیان شود.

پیشنهاد می شود هر دفعه که امکان انجام این کار وجود دارد، قرارداد با کار همراه گردد، به عنوان مثال می توان یک CD_ROM و یا هر شکل دیگری که شامل تولید مجدد محصول مورد بحث را به مجوز ضمیمه کرد.

هر چقدر اطلاعات داده شده دقیقتر باشد، امکان اشتباه و سوء تفاهم کمتر خواهد بود و در نتیجه ریسک کمتر خواهد بود.

برای مثال:

«این توافقنامه در ارتباط با کار [.....] است، همانطور که در ضمیمه (CD_ROM) و یا ضمیمه ی (روی کاغذ) مجدداً تولید شده است. مجوز مربوط به تمامی کار است» و یا «مربوط به قسمت های [.....] میباشد»

برآورد حق الزحمه

بانی می تواند هزینه ی اعطای جواز بهره برداری به خریدار را مطالبه نماید. این حق الزحمه بایستی نسبتی از درآمدی باشد که دریافت کننده از استفاده از کالا به دست می آورد. بسته به

قوانین مصوبه ی یک کشور، این امکان هم وجود دارد که هزینه ی این کالا به صورت یک جا به بانی پرداخت گردد.

در هر صورت، باید در معامله به این مطالب اشاره شود که:

- اگر به بانی به صورت تناسبی حق الزحمه پرداخت شود، روشها و قواعد محاسبه ی پرداخت هزینه های حقوق اجناس باید به وضوح در قرارداد توضیح داده شوند (برای مثال: نحوه ی پرداخت وجوه تعیین شده به ازای هر کپی از کالایی که تولید خواهد شد)
- اگر به بانی به صورت یک جا پاداش داده شود، باید به مقدار و روش های پرداخت اشاره شود.

مدت قرارداد

مدت مجوز حتماً باید در قرارداد قید شود، چه به صورت تاریخ انقضاء، چه به صورت یک دوره ای از زمان و یا به صورت یک دوره.

زمانیکه تاریخ، دوره و یا مدت زمان مجوز منقضی شد، مجوز باید فسخ شده تلقی گردیده و دریافت کننده موظف است که هر گونه استفاده از آن را متوقف نماید.

تأیید مالکیت

چنانچه اکثراً در زمینه ی مالکیت فکری کار نمی کنید، غالباً محتاط هستید و نیاز به ضمانت عناوین دارید. این امر پیشرفت معامله را خیلی مشکل می کند. بر خلاف زمین، برای دارایی فکری هیچ سند جامعی وجود ندارد.

در مورد ادارات صدور امتیازنامه، نشان تجاری یا حق نشر چطور؟ تمامی اینها برای ثبت فراهم شده اند، چرا به آنها مراجعه نمی کنید؟ پاسخ مختصر به این سولات این است که شما مجبور خواهید شد که این تحقیقها را انجام دهید، اما در حال حاضر مجبور به درک محدودیتها هستید.

هیچ کدام از ادارات مربوط به دارایی فکری ضامن عنوان و اعتبار نمی باشند. نشانه های تجاری مثال خوبی برای این قضیه هستند. می توانید یک نشانه تجاری را به ثبت رسانده و سند حفاظت رسمی دریافت کنید، اما راههای زیادی برای بی اثر کردن این سند وجود دارد. برای مثال، کاربران ثبت نشده قبلی تا حداکثر ۵ سال فرصت دارند که مراجعه کرده و ثابت کنند که اول آنها از این نشان استفاده کرده اند. پس از انجام این کار، نشانه تجاری ثبت شده می تواند از بایگانی حذف گردد.

امتیازنامه ها نیز مثالی دیگر از این موضوع می باشد. ما آمارهایی شنیده ایم که هر ۷۰ تا ۹۰ درصد امتیازنامه های ثبت شده بعد از آنکه یک بار در دادگاه به چالش کشیده شده اند، بی اثر شده اند. سیستم امتیازات انحصاری برای این طراحی نشده که امتیازنامه شما را با وجود رعایت تمام قوانین قانون ثبت امتیازنامه ها تضمین کند و این قصد را هم ندارد. همه هدفی که ثبت

دنبال می کند نشان دادن این است که شما تمامی مراحل را که برای این کار نیاز بود، گذرانده اید و حداقل یکی از بررسی کنندگان تأیید می کند که اختراع و یا فرآیند شما شایستگی امتیاز و انحصار را دارد. دادگاه همیشه اختیار این بررسی را دارد که آیا انحصار شما جدید است یا خیر، یا اینکه با یک ثبت موجود مغایرت دارد یا خیر و یا اینکه آیا با قانون ثبت متناسب است یا خیر.

این یکی از بزرگترین سوء تفاهم هایی که عموم مردم (و برخی از وکلا) دارند در مورد ثبت مالکیت فکری دارند. مطمئن شوید که هیچ انتظار نا مناسبی در مورد کیفیت تکنولوژی و محافظت آن، صرفاً به این خاطر که آن ثبت شده است. موکداً مطمئن شوید که ماهیت ثبتها و محدودیت های آنها را به خوبی می دانید.

کوشش مقتضی

تمایل طبیعی محتاطانه عمل کردن و بیان این مطلب است که هیچ راهی برای خریداری تکنولوژی وجود ندارد، زیرا تکنولوژی مورد ضمانت قرار نمی گیرد. پاسخ این مطلب در مسئله ای که کوشش مقتضی نام دارد نهفته است. تحقیق و بررسی این قضیه، توصیفی بی پرده از این مطلب ارائه می دهد. به منظور محافظت از شما، این بررسی باید به طور تمام و کمال انجام پذیرد.

همانطوریکه از نامش پیداست، جزئیاتی که مورد نیاز است فقط این است که بدانیم که این کوشش ها چیستند و چه توضیحی برایشان وجود دارد. طبیعتاً استاندارد دی که برای خریداری یک بسته نرم افزاری با قیمت یک هزار دلار تعیین شده با استاندارد موجود برای یک امتیاز انحصاری به ارزش ارزی میلیون ها دلار یکی نخواهد بود. بنابراین، شما در میزان تحقیق خود آزادید.

نکته مهم حصول اطمینان از این است که به تمامی محدودیت های تحقیقتان آگاهید. ثبت این محدودیت ها به صورت نوشته می تواند مفید باشد. کوشش مقتضی به این نیاز ندارد که شما یک کارشناس خبره در این زمینه باشید. در مورد پروژه های اصلی، شاید به استخدام مهندسان، دانشمندان و سایر متخصصانی که می توانند با اعمال نظراتشان به پیشرفت تکنولوژی و همچنین تجارت کمک کنند نیاز داشته باشید.

فرآیند کوشش مقتضی

1- به تمامی چیزهایی که در مورد تجارت/ تولید به دست آمده اند، پی ببرید.

نکته آغاز، معمولاً دارایی ها می باشد، چه تجارتي که از دارایی فکری استفاده می کند و یا خود حقوق. این بنا به دو دلیل انجام می گیرد. دلیل اول اینکه شما به جمع آوری اطلاعات نیاز دارید و این کار نکته ی منطقی شروع می باشد. چیزی که مهم است پیدا کردن سوال برای پرسش در این رابطه است. این کار می تواند در ابتدای تحقیقات تلاش مقتضی خطرناک باشد، مخصوصاً وقتی که هیچ پیش زمینه فکری از تکنولوژی نداشته باشید. فقط با در نظر گرفتن خود محصول و یا تجارت می توانید تصمیم بگیرید که چه اقدامی باید انجام گردد و این اطلاعات از چه کسی باید دریافت شود.

شما باید در تجارت فروشنده شرکت داشته باشید و در صورت امکان دفتری در آنجا ایجاد کنید. در این صورت، کاملاً می‌توانید لوازم را بررسی کنید. این کار نه تنها در وقتی که صرف درخواست و دریافت پرونده‌های ضمیمه "مورد نیازتان می‌کنید صرفه جویی می‌کند، بلکه در یک نگاه به عملکرد تجارتتان نیز کمک می‌رساند. غالباً شما می‌توانید اطلاعات مربوط به اطلاعات محرمانه را از نحوه‌ی عملکرد کارکنان به دست آورید تا از بررسی قراردادهای موجود در دنیا. اگر شما ملاحظه کردید که این اطلاعات با بی‌احتیاطی به کار می‌روند، این مسئله نیازمند تحقیق دقیق‌تری می‌باشد.

۲- تحقیق و بررسی

قبلاً اشاره کردیم که تحقیقات و بررسی‌هایی که در اداره ثبت مالکیت معنوی صورت می‌گیرند، هیچ ضمانتی برای مالکیت نیستند. با این حال هنوز این تحقیقات و بررسی‌ها حداقل برای اطمینان از اینکه اقدامات اولیه صورت گرفته‌اند، بایستی انجام شوند. این مورد دیگری است که نیازمند وکیل می‌باشد. برای مثال، یک وکیل مربوط به امتیازنامه بایستی برای نظر دادن در مورد ثبت وجود داشته باشد.

همچنین باید این را هم در نظر داشته باشید که بررسی‌هایتان تا چه حدی می‌توانند پیش روند. ممکن است بررسی در بیرون از کانادا و ایالات متحده آمریکا ناامیدکننده و گران تمام شود، زیرا در جاهای دیگر هیچ دفتر ثبت اسناد بین‌المللی وجود ندارد - هر کشوری باید به تنهایی مورد بررسی قرار گیرد (جامعه اقتصادی اروپا از این مورد مستثناست). به علاوه، قواعد متفاوتی که در هر کشور وجود دارد، فراهم آوردن نمایندگان بومی را در بسیاری از موارد ضروری می‌کند.

۳- کامپیوترها

این مورد در صورتیکه شما به جای یک محصول، کل یک تجارت را به دست می‌آورید خیلی مهم است. حتی جاییکه نرم‌افزار کامپیوتری دخالتی ندارد، باز هم به دسترسی اسناد کامپیوتری نیاز خواهید داشت. می‌توانید با استفاده از نرم‌افزارهای کامپیوتری، تصمیمات متعددی را در رابطه با تجارت اتخاذ کنید. همچنین می‌توانید وقتی که فروش کالا انجام شد، می‌توانید پرونده‌هایی که به منظور از بین رفتن بایستی علامت گذاری شوند را بیابید.

۴- قراردادهایی که با مالکیت فکری سر و کار دارند را پیدا کرده و بررسی کنید

این بار باید یک درک عمومی از تکنولوژی داشته باشید، و سپس شروع به تلاش در جهت مشخص نمودن مشکلات بالقوه خواهید کرد. برخی از اقلامی که باید در اول کار به دست آورده و مورد بررسی قرار گیرند، کپی‌تمامی قراردادهایی است که در رابطه با مالکیت فکری می‌باشند. تعدادی از مواردی که باید دنبالشان بگردید شامل اینهاست:

- آیا قراردادهای در موقعیت خوبی هستند؟
- آیا هر یک از آنها در صورت تغییر کنترل قابل فسخ می‌باشند؟ "کنترل" چیزی است که به گونه‌های مختلفی از آن تعبیر می‌شود، بنابراین اطمینان حاصل

کنید که یک جا به جایی ساده باعث رخ دادن این قضیه نشود.

- آیا در توافقنامه ها عدم انتقال پذیری وجود دارد؟ اگر چه قاعده عمومی برای قراردادهای این است که آنها بدون رضایت نیز قابل واگذاری می باشند، اما قاعده در مورد مجوزها متفاوت است. مجوزها موارد شخصی تلقی شده و بدون رضایت جواز دهنده نمی توانند واگذار شوند.
- آیا اختیاراتی هم برای خرید در قرارداد در نظر گرفته شده است؟

۵- دعوی قضایی

طبیعتاً تحقیقات و بررسی ها را به اسناد، قضاوت ها و اقدامات در حال تعلیق هدایت خواهید کرد، اما سایر تحقیقات می توانند مشکلات بالقوه حقوق را نشان دهند. قسمت عمده ای از دعوی قضایی مالکیت فکری در دادگاه کشوری صورت می گیرد، بنابراین باید قسمت ثبت اسناد جستجو شود. به علاوه، اداره صدور امتیازنامه نیز ممکن است اسنادی از دعوای قضایی داشته باشد.

۶- حقوق خارجی

اگر حقوق خارجی قابل توجهی وجود داشته باشد، بهتر است با یک وکیل در حوزه قضایی مربوطه مشورت کنید. به عنوان مثال در بسیاری از کشورهای آمریکای لاتین، برای اینکه اختراعی مورد استفاده قرار گیرد، بایستی امتیازنامه ی آن تجدید شود. دانستن این قواعد بدون کمک دیگران امکان پذیر نمی باشد. چیزهای دیگری برای انجام دادن وجود دارند، اما در پایان روز (یا ماه) باید ایده خوبی از اینکه شرایط چگونه است و چه بخش هایی از مشکلات باقی مانده اند داشته باشید.

ضمانت ها

نماینده ها و ضمانت ها یکی از مهم ترین بحث های یک توافقنامه حقوق مالکیت فکری می باشند. اهمیت آنها بنا به دلایلی که قبلاً بحث شد واضح است. برای مثال، اثبات مالکیت و یا ممانعت از فروشنده برای ادامه ی استفاده از تکنولوژی معمولاً محدود به قرارداد می شود. در حالیکه شما باید هر کاری برای محافظت از دارایی تان انجام دهید، حتماً باید دقت داشته باشید که فراتر از آن چیزی که واقعاً عملی نیست نروید.

فروشنده هم اغلب خواستار محدود کردن ضمانت ها در حد آگاهی خود خواهد بود. در حالیکه این قسمتی از مرحله مذاکره می باشد، بایستی بدانید که سایه های متفاوتی از آگاهی کامل وجود دارد که هر کدام از آنها تاثیرات جزئی ولی مهم در کیفیت ضمانت های داده شده دارند. به مثال های زیر که در محافظتشان متفاوتند توجه کنید:

- بر اساس دانش، اطلاعات و عقیده فروشنده، وجود ندارد.
- بعد از تحقیق مقتضی، بر اساس دانش، اطلاعات و عقیده فروشنده، وجود ندارند.

- بعد از تحقیق مقتضی، اما بدون بررسی مطالب خارج از اسناد خود، بر اساس دانش، اطلاعات و عقیده فروشنده، وجود ندارند.

مسئله ای نیست که با چه نوع نمایندگی به سرانجام برسید، این مطلب نباید جانشین کوشش مقتضی گردد. (مگر اینکه شما و مشتریتان به طور خاص آن تصمیم را گرفته باشید). پس از انجام همه ی اینها، نماینده، تنها راه حل قراردادی است و موضوع تمامی دفاعیه ها، اثبات قضاوت ها و امثال اینها می باشد. در مورد نماینده ها و ضمانت هایی که در معاملات مالکیت فکری به کار می روند، در آینده صحبت خواهیم کرد. ولی همانند سایر معاملات، بسیاری از شرایط در توافق نامه نهایی خواهند آمد. همانند سایر مسائل قانونی، برای بستن قرارداد قوی پایه نیاز به اقدامات و بررسی های خاصی است.

گارانتی

قبل از بدست آوردن مجوز برای بهره برداری از یک محصول، دریافت کننده باید بانی و یا ذینفع را مشخص کند. ولی در بسیاری از موارد، بررسی اینکه آیا طرف یا طرفین مقابل هم حقوقی که قابل انتقال هستند را دارا می باشند یا نه غیر ممکن است.

بانی یک محصول، می تواند استفاده از یک محصول را برای مثال به اشخاص و یا سازمانهای مختلفی واگذار کند، البته بسته به کشور و یا راهی که محصول در آن مورد استفاده قرار می گیرد. در مواردی مثل این، باید از چندین شخص یا سازمان مجوز گرفت. بنابراین آگاه بودن از حقوق طرف مقابل برای نقل و انتقال، بسیار دارای اهمیت است.

مکاتبه کردن با اتحادیه های تولیدکنندگان راهی برای بدست آوردن این اطلاعات می باشد، این اتحادیه ها عموماً توسط تولید کنندگانی که در حال تولید محصول خود هستند تأسیس شده است. لیست چنین سازمان هایی را می توانید در بخش "صفحات ملی" پیدا کنید.

حتی با اطلاعات فوق، به نفع دریافت کننده است که بند ضمانتی در معامله گنجانده شود. این بند بانی و ذینفع را متعهد می کند به اینکه اگر دعوی قضایی از سوی طرف سومی که حقوق ایشان در محصول ضایع شده است صورت گرفت، از دریافت کننده حمایت نمایند.

عنوان

بندی که معمولاً مسبب بسیاری از مذاکرات می باشد مربوط به عنوان است. همانطوریکه قبلاً بحث کردیم، برای یک خریدار ضمانت دادن به اینکه او در حال دریافت تمامی عنوان، بدون هیچ ادعایی می باشد غیر ممکن است. خریدار باید متوجه این مسئله باشد. اما از طرف دیگر، نباید به فروشنده اجازه داد که بدون دادن هیچ ضمانتی برای عنوان، به آسانی فرار کند.

این کار را می توان به روش های مختلفی انجام داد. ضمانت دادن به اعتبار حقوق مالکیت فکری توسط یک فروشنده ی آگاه، امری بسیار نادر است. تردیدات بسیاری در رابطه با دعوی قضایی وجود دارد. این موضوع برای یک معامله از دید یک خریدار، چیز مصیبت آمیزی نیست، اما خریدار خواستار خواهد بود- ضمانتی برای برخی خسارت های احتمالی که ممکن است در رابطه با تخلف دعوی قضایی در آینده رخ دهد.

در اینجا نمونه ای رایج هر چند مختصر از یک فرم نمایندگی وجود دارد

"فروشنده تنها مالک تمامی حقوق، عناوین و منافع تکنولوژی، بدون گرو و بدهی می باشد."

در اینجا نمونه ای از فرم برای مقایسه وجود دارد که از دید فروشنده ما آن را قبول نمی کنیم

"فروشنده تنها مالک بوده و هیچگونه ادعای بالقوه و موجودی بر علیه این تکنولوژی از سوی طرف سوم وجود ندارد."

مخالفت بر انگیزترین قسمت این است که هیچ راهی برای دانستن اینکه آیا طرف سوم ادعایی دارد یا نه، وجود ندارد. همانطوریکه اشاره کرده ایم، پیش بینی این مطلب غیر ممکن است. مشکل جزئیتر در ضعف عبارت "تنها مالک" می باشد. آیا این عبارت قید و بندی را به همراه دارد یا خیر؟

حقوق فروش

به صورت حداقل، به فروشنده باید این را تضمین را داد که ایشان حق فروش دارایی را دارد و هیچ گونه قید و بندی برای این کار وجود ندارد. این کار را بصورت زیر می توان انجام داد:

"فروشنده این حق را دارد که تکنولوژی را به شخص دیگری واگذار نماید، و هیچ گونه توافقنامه، معامله و یا مقدماتی که این واگذاری را محدود می کند، وجود ندارد."

تحويل

ضمانت و یا نمایندگی بعدی که که خواهید خواست این خواهد بود که فروشنده تمامی محصولات، و پرونده ها و دیسکت های کامپیوتری و دیگر موادی که تکنولوژی را تشکیل می دهند را تحويل دهد. این نیز دوباره ماهیت خاص دارایی فکری را مشخص می نماید. تعداد اجناس کمتری وجود دارند که تماماً به خریدار فروخته شوند، در حالیکه مالک می تواند هر چیزی را برای خود نگه دارد. بدون این ضمانت، این مسئله شبیه این است که مغازه ای را به یک نفر بفروشی، اما کپی تمامی اقلام موجود را در خیابان دوباره بفروشی.

"فروشنده ضمانت می کند که تمامی پرونده ها، ثبت و ضبط های کامپیوتری، دیسکت ها و سایر موارد در هر ماهیتی که تکنولوژی را در خود دارند، و یا هر قسمت مربوط به آن را، تماماً به خریدار داده شده است/داده خواهد شد. همچنین ضمانت می نماید که، به غیر از مواردی که اجازه ی آن داده شده است، تکنولوژی یا قسمتهای آن را پس از بستن قرارداد، پیش خود نگهداری ننماید. در این توافق نامه، واژه "اسناد" شامل تمامی اطلاعات ذخیره شده در هر فرمت و شکل می باشد."

کنترل اینکه آیا تمامی مواد تحويل داده شده اند یا نه، کار بسیار دشواری است. به جرأت می

توان گفت که پرونده های کامپیوتری که از کامپیوتر فروشنده حذف می شوند، به صورت ثابت باقی می مانند. نگرانی اصلی ما این نیست. برای مقاصد متفاوتی، شما نیاز به حق قراردادی دارید که بتوانید در صورتی که فروشنده سعی داشته باشد چیزی را که حال از آن خریدار است را بفروشد و یا از آن به نفع خود استفاده کند، با او برخورد کنید.

فروش کالا

در مورد اینکه آیا قانون فروش کالا در مورد فروش تکنولوژی به کار بسته می شود یا نه بحث زیادی وجود دارد. به جای صرف کردن ساعت ها روی جستجوی این مطلب (که شاید هم به نتیجه ای بینجامد)، می توانید ضمانت های ضمنی قانون فروش کالا را در توافق نامه بیاورید. ضمانت های اصلی آشنا هستند: اینکه فروشنده حق فروش دارد، اینکه خریدار مالکیت را خواهد داشت، اینکه تکنولوژی برای برخی از اهداف خاص مناسب هست یا نه و غیره. باز دقت داشته باشید به بدون فکر اینها را وارد نکنید. بندی که مالکیت را تضمین می کند می تواند با خطر تخلف که از سوی طرف سوم قرارداد به وجود می آید، مواجه شود.

گرامت

مسئله ی گرامت بسیار نزدیک به مسأله ی ضمانت ها و نمایندگی هاست. در بسیاری از موارد، یک گرامت کلی به خاطر نقض عهد و یا جعل نسبت به ضمانت وجود خواهد داشت. این یکی از مناطقی است که خطر کردن برای فروشنده پر معنی و مهم می باشد. برای مثال، ممکن است خریدار به خاطر تقلید از امتیازنامه ی دیگری (و یا پرداخت به خاطر هر عملی که به وسیله خریدار انجام شده باشد) درخواست گرامت کند. مقدار گرامت بایستی فروشنده را از چنین عملی بازدارد: ارزش متوسط یک تقلید که در ایالات متحده رخ می دهد ۵۰۰.۰۰۰ تا ۷۰۰.۰۰۰ دلار می باشد. به عنوان یک فروشنده، هیچ راهی برای آنکه بخواهید مرتکب آن جریمه های غیر قابل فسخ نشوید وجود ندارد و نباید حتی امکان ارتکاب خطا را بدون راه فرار مشخصی بپذیرید.

تفاوت های بین المللی

قبلاً به این حقیقت اشاره کردیم که تحقیقات کوشش مقتضی باید مسائل بین المللی را تشخیص دهد. این مسئله هنگام رویارویی با فروش خود تکنولوژی، مسئله ی کم اهمیتی نمی باشد. در اقتصاد امروزی، پیدا کردن فروشی که تنها با حقوق یک ناحیه یا کشور بخصوصی مطابق باشد بسیار نادر است. بنابراین، مشکلات و مسائل دیگر مناطق – استان ها به راه حل ها و پیشنهادات قانونی خاصی از آن حوزه قضایی نیاز دارد.

قیود

همانگونه که قبلاً اشاره شد، یک خریدار باید این تضمین را بخواهد که هیچ قید موجود و یا تهدید کننده ای بر علیه دارایی فکری وجود ندارد. این امر فقط باید به صورت یک حالت عقب نشینی (گوشه گیری) در نظر گرفته شود، چون بررسی های کوشش های مقتضی می تواند بسیاری از اینها را قبلاً بررسی کند. یکی از مقصران معمول این امر مجوزی است که قبلاً به

شخص دیگری داده شده است. قواعد موجود در دفاتر ثبت دارایی فکری به خریدار امکان می دهد که از مجوز های ثبت نشده آزاد باشد. بنابراین، برخی از انواع بررسی ها باید در لیست شما دارای اهمیت زیادی باشند. ادعاهای ابداع می تواند برخی قیود را به وجود آورد. باید مشخص کنید که چه کسی این تکنولوژی را تکمیل کرده است. شاید نیاز داشته باشید که با آن اشخاص مصاحبه نمایید تا بفهمید که آیا آنها برای خود حقی را نگه داشته اند یا نه. گرفتن استخلاص را هر جایی که لازم است، در نظر داشته باشید.

هویت بانی هم به دلیل رویه ای که دارایی فکری تکمیل شده است حائز اهمیت می باشد. اگرچه اغاب حقوق مالکیت فکری به عنوان دارایی در نظر گرفته می شود، اما هنوز هم عنصری از جذبه در مورد فرآیند تولید وجود دارد. بانی اصلی می تواند تولیداتی ذهن خود را تقریباً آزادانه بفروشد، اما قانون عمومی در موارد خاصی به بانی این اجازه را می دهد که یک توافق نامه ی فروش برای محدود کردن یا متوقف کردن فعالیت های خاص تهیه کند. حقوق اخلاقی (که در مبحث حق نشر بحث شده اند) مثالی از این مورد می باشند. در واقع، این حقوق در رابطه با مالک برای اقدام در مورد دارایی ای که حقوق آن را دارا می باشد، یک قید می باشد.

در اینجا مناسب است که مقداری هم راجع به مجوز های اجباری در این مبحث صحبت کنیم. همانگونه که می دانید، امتیازات انحصاری مانند امتیازنامه ها، حق نشر و شبیه اینها، نمایانگر تعادل منافق می باشند. بدون این امتیازات انحصاری، مخترعان و سازندگان هرگز تمایل به تولید کالایی که به نفع دیگران باشد نخواهند داشت. از طرف دیگر، جریان آزاد اطلاعات در جامعه به نفع همه می باشد. به منظور کمتر کردن تأثیر خفه کننده امتیازات انحصاری، مجوز های اجباری در برخی موارد مورد استفاده قرار می گیرند.

همانطوریکه از نامش پیداست، یک مجوز اجباری مجوزی است که معمولاً دولت یا ارگان شبه دولتی وارد می شود و مالک تکنولوژی را مجبور می کند تا مجوز تکنولوژی را بر اساس شرایط خاصی اعطاء کند. برای مثال، اگر مأمور عالی رتبه امتیازنامه گواهی دهد که یک اختراع به ثبت رسیده پس از سه سال در سطح بازار تجاری عرضه نشده است، ممکن است یک مجوز برای آن تحمیل گردد. معمولاً این مجوز غیر انحصاری خواهد بود، اما امکان تبدیل آن به یک مجوز انحصاری وجود دارد.

این امر برای فروش تکنولوژی دارای اهمیت می باشد، زیرا خریدار خواستار دانستن این است که چه موقع خطر اعمال یک مجوز اجباری وجود دارد. در بعضی مواقع، خریدار هیچ قصدی برای کار با تکنولوژی ندارد. با این کار، احتمالاً وی سعی دارد تا با خرید پیشرفتهای جدید، تکنولوژیهای قبلی خود را محافظت کند. شما باید مشتری خود را از مواردی که امکان اعمال مجوز اجباری وجود دارد، آگاه سازید.

اخطار برای دفاتر ثبت

از آنجایی که ادارات مربوط به دارایی فکری به عنوان دفاتر ثبت کار می کنند، اصلاح هر چه سریعتر بایگانی آنها بسیار مهم است. فروش بیش از یک بار تکنولوژی توسط فروشندگان بی سابقه نمی باشد و فقط آنهایی که خرید هایشان را ثبت کرده اند سود می برند. از این رو، چک لیست منعقد شده از بابت خریدار باید درست انجام شدن این مرحله را تضمین کند.

پیشرفت ها

این مسأله بیشتر در مورد کالای در حال جواز گیری اتفاق می افتد، اما می تواند در موارد فروش های خالص نیز اتفاق بیافتد. مطلب اصلی که باید به یاد داشت این است که حقوق مالکیت فکری به ندرت ساکن (غیر قابل انتقال) می باشند. حتی بعد از ثبت امتیازنامه، فروشندگان یا دیگران برای بهبود خود جنس و یا فرآیند تلاش خواهند کرد. بنابراین، شرح جنسی که فروخته شده است نباید تنها به خود امتیازنامه و یا حق نشر اشاره کند، بلکه باید به پیشرفت ها، رموز تجارت و فوت و فن های عمومی که از خود اختراع ناشی می شوند هم اشاره شود.

در قرن اخیر، مباحثه هایی در مورد اینکه آیا فروش یا واگذاری دارایی فکری می تواند پیشرفت های آتی را نیز شامل شود یا نه، وجود داشته است. قبلاً بحث شد که بند مربوط به واگذاری پیشرفت در تناقض با خط مشی عمومی می باشد، زیرا مخترعان را دلسرد می کند. البته اگر منافع یک کالا یا اختراع قبلاً به طرف دیگری واگذار شده باشد، انگیزه ی فروشنده برای بهبود آن کم خواهد بود.

دوره ضمانت

مسائلی که اینجا مطرح است، بسیار شبیه به مسائلی می باشند که در فروش دارایی های عادی وجود دارند. قاعدتاً خریدار برای توسعه و پیشرفت دادن محصول و فرایند، به صورت نامحدود، یا حداقل برای آینده، طالب ضمانت هایی خواهد بود. فروشنده دوره ی کوتاهی را برای ضمانت ترجیح خواهد داد، تا بتواند خود را از مسئولیتهای آتی بری کند.

به خاطر تغییرات سریع در مورد حقوق مالکیت فکری، نظراتی وجود دارد که مدت ضمانت بایستی کوتاه باشد. این در حالت عمومی فقط قسمتی از مشکل قوانین موضوعه ی محافظت از دارایی فکری می باشد. وقتی محافظت از برنامه های کامپیوتری در طول مدت یک قرن (عمر تولید کننده به اضافه ۵۰ سال) به خوبی انجام می گیرد، هیچ کسی به طور واقع بینانه ای انتظار این را ندارد که نرم افزار های امروزی که پیش پا افتاده اند ارزشی داشته باشند.

از طرف دیگر، تردید های موجود در یک معامله دارایی فکری خطر زیادی را برای خریدار بوجود می آورد. بنابراین بحث و جدال بر سر این خواهد بود که ضمانت ها حتماً باید تقویت شوند. در حالیکه این امر اهمیت زیادی به حوزه ضمانت ها می بخشد، اما الزاماً نمی پذیریم که دوره طولانی تر شود. نتیجه ی نهایی این خواهد بود که این بحث های آکادمیکی مسأله ی چندانی ندارند. تنها چیزی که این وسط مسأله دار است بحث و گفتگو بین طرفین است.

تعهدات محدود کننده

قبلاً اشاره کردیم که فروش دارایی فکری به فروشنده این امکان را می دهد که انبار موجودی را بفروشد ولی یک کپی برای خود نگه دارد. بعد از بررسی دقیق جزئیات بی شمار قرارداد، به راحتی می توان هدف اصلی خریدار را فهمید: او می خواهد تجارت و دارایی فروشنده را تحت کنترل در آورد تا در آینده با او رقابت نکند.

متأسفانه، امکان به وجود آمدن محدودیت برای تجارت آتی فروشنده در توافق نامه در نظر گرفته نشده است. این امر به آسانی می تواند توسط یک بند خاص اصلاح گردد، اما این بند را باید به خاطر داشت.

همچنین محدودیت باید نسبتاً فراگیر باشد، نه اینکه تنها به یک تجارت ربط داشته باشد. برای مثال، مشتری خریدار شما نایبستی بتواند از شما به راحتی امتیازنامه ی کلاها یا فرآیندهای مشابه را درخواست کند یا به دیگران کمک کند که آن را از شما درخواست کنند.

تفاوت های خاص

تا کنون، بحث بر روی مسائلی بود که به کل حقوق دارایی های فکری مرتبط بود. همانطوریکه سایر بحث ها معلوم می کنند، تفاوت هایی بین این حقوق وجود دارند. این گوناگونی ها باید به هنگام پیش نویسی توافقنامه به حساب آیند.

امتیازنامه

امروزه برای دریافت امتیازنامه بایستی مبلغی را سالانه پرداخت کرد که هزینه ی نگهداری نامیده می شود. یک قسمت از فرآیند بررسی تان این خواهد بود که از به روز بودن این هزینه ها مطمئن شوید، در غیر اینصورت شانس گرفتن انحصار را به یک جا از دست خواهید داد.

نکته بعدی قبلاً اشاره شد، اما آنقدر مهم است که یک بار هم اینجا می آوریم. فکر نکنید که فروش امتیازنامه تنها فروش یک دارایی است. اگرچه ثبت امتیازنامه می تواند پایه و اساسی باشد که تکنولوژی بر پایه آن بنا شده است، اما پیشرفتها (که فوت و فن نام دارند) که ممکن است در خود انحصار منعکس نشوند، همیشه وجود دارند. مطمئن شوید که توصیفات دارایی به فروش رفته به قدر کافی وسیع باشد که بتواند همه این پیشرفتها را در مورد پوشش قرار دهد.

به عنوان قسمتی از این کار، شما شاید بخواهید بدانید که آیا درخواستهای در حل انتظاری وجود دارند یا نه. اگر وجود داشته باشند، آنها را در توصیف تکنولوژی بیابید.

حق نشر

یکی از مراقبت هایی که نیازی به ثبت ندارد حق نشر است که به محض انتشار به وجود می آید. به همین دلیل، طرفین تمایل دارند که آن را مقداری نادیده بگیرند. پیشنهاد می کنیم که بررسی شما به چند دلیل سطحی نباشد.

اول اینکه حقوقی در قانون حق نشر وجود دارد که خارج از حق نشر صرف می باشند. مخصوصاً از حقوق اخلاقی آگاه باشید. این حقوق با حفظ شهرت و اعتبار تولید کننده سر و کار دارند. جدای از حق نشر معمولی، تولید کننده دو نوع حق اخلاقی دیگر نیز دارد: حق بی نقص بودن محصول و حق همکاری یا عدم همکاری.

اولین حق از وجهه و اعتبار تولید کننده دفاع می کند. واضحاً این امکان وجود دارد که یک برنامه ی کامپیوتری را بوسیله ی اصلاحاتی سخت و پیچیده به یک ابزار بی مصرف تبدیل کرد. قانون حق نشر به تولید کننده وضعیتی می دهد که بتواند از چنین اصلاحات شدیدی جلوگیری کند، حتی اگر خود نسخه های انتشاری به بیرون منتشر شده باشند.

دومین حق اخلاقی نیز به وجهه و اعتبار ربط دارد. تولید کننده می تواند درخواست کند که نامش همراه محصول برده شود یا اینکه از او نامی به میان آورده نشود. اگر با یک تولید کننده ی مشهور سر و کار دارید و می خواهید به وسیله ی اعتبار او تجارت کنید، جنبه اخیر می تواند خیلی مهم باشد. برای مثال، بعضی از تولید کنندگان وجهه و اعتبار قوی ای دارند و شما هم حتماً خواهید خواست که از این عمومیت بهره مند گردید. بنابراین، باید مطمئن باشید که می توانید که از این عنوان و نام در تبلیغات و امثال آن استفاده کنید.

حقوق اخلاقی نزد تولید کننده خواهند ماند و قابل انتقال به غیر و یا واگذاری نمی باشد، اگرچه می توانند چشم پوشی شوند. این امر دو دیدگاه را بوجود می آورد که باید مورد بررسی قرار گیرند. اول اینکه اگر شما نسخه ی انتشار یافته ای را از کسی که تولید کننده نیست خریداری می کنید، حتماً حقوق اخلاقی را در نظر داشته باشید. ممکن است که فروشنده و یا دارنده سابق این عنوان هیچ وقت برای لغو آن اقدام نکرده است. اگر چه نسخه انتشار یافته را خریداری می کنید، اما ممکن است تولید کننده به منظور اصلاح این امر، دستی در کار داشته باشد. مطلب بعدی این است که اگر شما مستقیماً با تولید کننده سر و کار داشته باشید، حق چشم پوشی را به دست آورید. هیچ دلیلی برای شما به عنوان خریدار وجود ندارد که بخواهید این حقوق را به خود تولید کننده واگذارید (مگر اینکه او به شما قدرت انتخاب داده باشد).

مطلب بعدی بررسی کردن مدت زمان باقی مانده از حق نشر است. این امر واقعاً برای حقوق غیر قابل تجدید یک مشکل محسوب می شود، زیرا برای انجام خریدی با ارزش، به زمان کافی نیازمندید. به نظر این مطلب خیلی مهم است، اما بسیاری از مردم به خود زحمت بررسی قواعد مربوط به طول مدت حق انتشار را نمی دهند.

باید بدانید که چه مدت از زمان با این کار سر و کار دارید. باز هم شناخت تولیدکننده بسیار حائز اهمیت است. این به این خاطر است که مدت حق نشر بعضی وقتها به زمان فوت تولید کننده واپسته است (معمولاً حق نشر بعد از ۵۰ سال از مرگ تولید کننده باقی می ماند). همچنین برخی از حوزه های قضایی اجازه می دهند که برای دوره ی باقی مانده از این مدت، مجوز اجباری صادر گردد. مطلب بسیار واضحی که معمولاً مورد چشم پوشی قرار می گیرد یکی تلقی کردن تولید کننده و فروشنده است. شما فقط در صورتی می توانید زمان این دوره را محاسبه کنید که بدانید تولید کننده کیست.

نرم افزار کامپیوتری

امروزه نرم افزار های کامپیوتری نوع رایجی از حق نشر می باشند. در اینجا جداگانه به این مطلب می پردازیم. این کتاب بدلیل مجال سخن، به انواع مختلف فروش نرم افزار های کامپیوتری نخواهد پرداخت و پیشنهاد خاصی برای آشنا شدن با این صنعت ارائه می دهد. فرهنگ این تجارت به کلی با سایر انواع تجارت تفاوت دارد و در بسیاری از موارد این تفاوت ها به صورت اعمال تجارت معمول به نظر می رسند.

برخی از این فرهنگ‌ها بوسیله اشخاصی که با این مسئله در ارتباط هستند کنترل می‌شود. چندین سال بود که شرکت‌های سخت‌افزاری بزرگ مانند IBM شکل استاندارد قرارداد را غیر قابل تغییر نگه داشته بودند. حتی خریداران بزرگی مانند جنرال موتور (General Motor) هم نمی‌توانستند شرایط شخصی‌شان را تغییر دهند، بنابراین جای امیدواری برای شرکت‌های کوچک‌تر وجود نداشت. وکیلی که می‌خواست بهترین و ارزان‌ترین کار را برای موکل خود انجام دهد، باید این را می‌دانست و در مورد بحث روی جزئیات قرارداد زیاد پافشاری نمی‌کرد. به عوض این بحث و گفتگوها، می‌توانست روی اختیارات قابل‌تغییری مانند شرایط پرداخت تمرکز کند.

مثالی بسیار جدید از نیاز به درک این صنعت، محصولی است که توسعه‌دهندگان نرم‌افزار می‌توانند تأمین کنند. از شرکت میکروسافت گرفته تا شرکت نرم‌افزاری بیل، هیچ شرکت توسعه‌دهنده نرم‌افزار وجود ندارد که بتواند از عهده‌ی تضمین محصولش از نظر بی‌عیب و نقصی برآید. نرم‌افزار امروزی بسیار پیچیده‌تر از آن است که بتواند تمام معایب را حذف کند. به عنوان یک خریدار، باید این را بدانید و ضمانتی برای کمال محصول نخواهید. این کار به این معنی نیست که شما قادر نیستید که بندهای مربوط به نگهداری و ترفیع را وارد کنید.

فاکتور بزرگ دیگر جهت اطلاع در مورد موقعیت نرم‌افزارهای کامپیوتری، تفاوت بین کدهای منبع و برنامه‌های مقصود می‌باشد. برنامه‌های کامپیوتری نوعاً به وسیله‌ی زبانهای سطح بالا نوشته می‌شوند. زبان‌های برنامه‌نویسی مانند Pascal، C+ یا Basic از دستورات شبه‌انگلیسی برای تسریع این فرآیند استفاده می‌کنند. نتیجه‌ی این فرآیند نوشتاری، کدهای منبع می‌باشد. جهت تسریع و مفیدتر کردن اجرای این کار، کدهای منبع کامپایل می‌شوند. کامپایلینگ کدهای منبع را به چیزی که قابل فهم برای کامپیوتر باشد ترجمه می‌کند که برنامه‌ی مقصود نام دارد. مطلب مهمی که باید به یاد داشت این است که تغییر و اصلاح برنامه‌های مقصود غیر ممکن است. اگرچه لحاظ تئوری می‌تواند برنامه‌های مقصود را مهندسی معکوس کرد، اما از لحاظ قابلیت‌های تخصصی و مالی دور از دسترس بسیاری از کاربران می‌باشد. کدهای منبع نیاز به تغییر و تصحیح دارند.

به عبارت دیگر، خریداری برنامه‌ی مقصود بدون کدهای منبع همانند خریدن یک ماشین با موتور بسته می‌باشد. شما قادر به بکار انداختن ماشین خواهید بود، اما امکان تعمیر آن وجود ندارد.

رموز تجاری

امتیازنامه‌ها مشهورترین رده‌ی حفاظت اموال فکری می‌باشند، اما رموز تجاری همانند داستان‌های خواننده نشده‌ی می‌باشند که در دسترس همگان قرار ندارند. بسیاری از مردم از خرید و فروش رموز تجاری در مقایسه با امتیازنامه‌ها، متعجب می‌شوند.

این اتفاق از چندین علت ناشی می‌شود. امتیازنامه‌ها از دسترس خیلیها خارج هستند. در کنار این، بسیاری از بخش‌ها خواستار محرمانه نگه داشتن ایده و نظرات هستند (امتیازنامه‌ها به خاطر ماهیتشان برای تمامی جهان فاش شده‌اند). به علاوه، تنها فروش امتیازنامه و یا حق نشر، اندکی نادر می‌باشد. غالباً پیشرفت‌ها و یا فوت و فن‌هایی وجود دارد که همزمان با و یا

بعد از ثبت به وجود آمده اند. اگرچه این امر محافظت نشده است، ولی هنوز هم بسیار با ارزش بوده و چیزی است که حتماً باید واضحاً بخشی از فروش باشد. درس اول رمز تجاری این است که به کنترل‌های داخلی خود دقت ببخشید و تا حد امکان آنها را محرمانه نگه دارید.

به این دیدگاه احترام بگذارید و اطمینان حاصل کنید که شرکتهای شما و مدارک سیستم هر دو دارای یک مضمون می باشند. کتابچه های راهنما و سایر لوازم را در دسترس دیگران قرار ندهید. تدریجاً به کارمندان و کادر خود بفهمانید که چیزی نباید به هیچ عنوان فاش شده و مورد بحث قرار گیرد، مگر اینکه برای انجام کار مشتری ضروری باشد. برد و باخت در دنیای دارایی فکری وابسته به هر قسمت از اطلاعات، صرفنظر از کوچکی آن، می باشد و جای هیچ اشتباهی وجود ندارد.

همچنین بررسی اینکه آیا اقدامات اولیه توسط فروشنده و خریدار به هنگام آغاز مذاکره، انجام شده یا نه، حائز اهمیت است. طبیعتاً فروشنده تا زمانیکه یک توافق نامه ی محرمانه امضا نگردد، هیچ اطلاعاتی در اختیار خریدار قرار نمی دهد. با انجام این کار، خریدار از خطر فسخ همه چیز به هنگام مذاکره در امان خواهد بود. به عنوان یک فروشنده، باید توافقنامه را برای حصول اطمینان از مناسبت و کفایت آن مرور کنید. اگر به هر دلیلی توافقنامه ای امضا نشده باشد، قبل از اینکه اطلاعات بیشتری فاش گردد، قرارداد محرمانه ای بین خود امضا کنید.

با وجود اینکه هیچ قانون رموز تجاری وجود ندارد، باید به یاد داشته باشید که برخی از حوزه های قضایی به هنگام رویارویی با اطلاعات محرمانه، قوانین مربوط به ثبت را اجرا می کند. مطمئن شوید که این قوانین پیروی شده اند.

نشانه های تجاری

نشانه های تجاری به این خاطر که تجدیدپذیر هستند، منحصر بفرد می باشند. بر خلاف امتیازنامه ها و حق نشر، امکان حفظ یک نشان تجاری برای همیشه وجود دارد.

برای انجام این کار، اقدامات مختصری باید انجام گیرد. اول اینکه نیاز به تجدید مداوم این نشان دارید. مدت زمان یک نشان تجاری ۱۵ سال است و قابل تمدید نیز می باشد. تحقیق و بررسی های شما باید مشخص کنند که آیا مشکلی وجود دارد یا نه.

دوماً، به خاطر داشته باشید که نشان تجاری حقوق خود را از طریق استفاده به دست می آورد، نه ثبت آن. نه تنها باید از به روز بودن ثبت مطمئن باشید، بلکه باید مشخص کنید که آیا این اساس پابرجا مانده یا نه. بنا به دلایل زیادی، این کار به معنی این است که این نشان به طور مداوم استفاده شده و از این پس نیز استفاده خواهد شد. بعلاوه، آیا استفاده های قانونی هم صورت گرفته اند که در صورت ادامه، امکان آسیب زدن به نشان تجاری شما را داشته باشند؟ تمامی اینها بخش هایی از کوشش مقتضی می باشد و برای نگهداری کامل حقوق، حائز اهمیت می باشند.

گاهاً نیز با نشان تجاری ثبت شده و نشان های رایج قانونی سرو کار نخواهید داشت. همچنین نشانه های ثبت نشده هم معتبر هستند و می توانند مورد استفاده قرار گیرند. تحقیقاتی که برای نشانه های قانونی معمول نیاز است، بسیار جزئی تر و وقت گیر تر می باشند. چندین شرکت وجود

دارند که می توانند این تحقیقات را برای شما انجام دهند.