

Copyright & Creative Commons:

The copyright of articles published in the *Journal of Criminal Law and Criminology Studies* remains with the author(s). This journal is published as an open access publication, and all articles are distributed under the terms of the Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License (CC BY-NC 4.0). This license permits use, redistribution, and reproduction in any medium, provided the original work is properly cited and the use is non-commercial in nature. For more information, please refer to the journal's *Open Access Policy* page.



Analysis of the Offence of Infringing Trade-Name Rights under the Iranian Law: with Reference to International Instruments

Mohammad Nezamolmolki^{1*}, Jafar Nezamolmolki²

Abstract

The recently enacted Iranian Law on the Protection of Industrial Property Rights does not devote an independent section to the protection of trade names, nor does it afford such rights protection commensurate with their commercial and legal significance. Within this legislative framework, several ambiguities persist in the provisions governing criminal protection of trade names, particularly under Articles 118 and 131, thereby necessitating critical doctrinal examination and legislative reassessment. The significance of the present study arises from the adverse implications of these ambiguities for both the deterrent function of criminal law and the compatibility of Iranian legislation with international standards governing the protection of intellectual and industrial property rights. Accordingly, the study seeks to provide a critical analysis of the criminal protection afforded to trade-name holders under the new legislation and to propose corrective legislative solutions. The central hypothesis of the study is that, although the new law represents an attempt to establish a more effective framework of criminal protection for trade names compared with the previous legislative regime, significant deficiencies nevertheless remain. These shortcomings include, inter alia, the failure to adequately observe the principle of proportionality between offence and punishment, insufficient recognition of the moral rights associated with trade names, and the incomplete incorporation of minimum international protection standards. Against this background, the study examines the substantive nature of criminal protection for trade names under the current legislation, as well as its scope, conditions, normative capacities, and structural deficiencies. The study adopts an applied descriptive-analytical methodology. The findings indicate that the current criminal



S.D.I.L.
The SD Institute of Law
Research & Study



Publisher:
Shahr-e- Danesh
Research and Study
Institute of Law

Article Type:
Original Research

DOI:
10.22034/jclc.2025.547959.2166

Received:
18 September 2025

Accepted:
4 December 2025

Published:
5 May 2026



1. (*Corresponding Author), M.A. in Intellectual Property Law, Faculty of Law, University of Qom, Qom, Iran.

Email: mohammadnezamolmolki@gmail.com

2. PhD in Private Law, Faculty of Law, University of Qom, Qom, Iran.

Email: jafarnezamolmolki@gmail.com

framework suffers from significant structural inefficiencies, principally because of the failure to distinguish adequately between different forms of infringement and the lack of proportionality in the prescribed sanctions. The study ultimately argues that meaningful reform requires explicit recognition of the moral dimensions of trade-name rights, clearer differentiation among various forms of infringement, and the recalibration of criminal sanctions.

Keywords: Criminal Protection, Infringement, Trade Name, Iranian Law, International Instrument.

Funding: The author(s) received no financial support (funding, Grants and sponsorship) for the research, authorship, and/ or publication of this article.

Author Contributions:

Mohammad Nezamolmolki: Conceptualization, Investigation, Resources, Writing - Original Draft.

Jafar Nezamolmolki: Conceptualization, Formal analysis, Resources, Writing - Review & Editing.

Competing interests: The authors declare that they have no competing interests.

Citation:

Nezamolmolki, Mohammad & Jafar Nezamolmolki. (2026). Analysis of the Offence of Infringing Trade-Name Rights under the Iranian Law: with Reference to International Instruments. *Journal of Criminal Law and Criminology*, 14(28), 105-136.

Extended Abstract

The criminal protection of trade-name rights under the Iranian Law on the Protection of Industrial Property Rights of 2024 reveals a legislative framework that, despite reformist ambitions, continues to suffer from profound structural deficiencies. The principal shortcomings of the current framework stem primarily from ambiguities embedded in Articles 118 and 131 of the statute, particularly with respect to the legal characterization of trade-name infringement, the absence of meaningful differentiation among forms of unlawful conduct, the disproportionality of sanctions, and the conspicuous neglect of the moral dimensions of trade-name rights (*droits moraux*). These deficiencies have significantly weakened the deterrent function of criminal law in this field. Against this background, the present study adopts a fundamental-applied approach and, through extensive library-based research drawing upon domestic legislation, comparative legal materials, and authoritative international instruments, seeks to evaluate these shortcomings within the broader framework of Iranian criminal and industrial property law. Findings indicate that the absence of conceptual precision in defining trade names, their conflation with related legal concepts such as trademarks and domain names, and the inadequacies of the prevailing penal policy have not only frustrated deterrence, but have also generated serious obstacles to the effective administration of justice in this field. The study therefore argues that comprehensive legislative reform, particularly reform aligned with international standards embodied in the Paris Convention for the Protection of Industrial Property (1883) and the Agreement on Trade-Related Aspects of Intellectual Property Rights (TRIPS Agreement, 1994), has become increasingly indispensable. Within the rapidly evolving landscape of global intellectual property law, trade names have acquired a central role as legal instruments demarcating the commercial identity, goodwill, and market reputation of economic actors. Despite this growing importance, the Iranian legal system has historically encountered substantial structural difficulties in establishing an effective framework for criminal protection of trade-name rights. Although the 2024 Industrial Property Law purported to remedy the deficiencies of the previous statute enacted in 2008, the new legislation has ultimately failed to provide a coherent and effective mechanism for safeguarding commercial names. This study therefore concentrates on a critical analysis of Articles 118, 131, and 132 of the new law, which collectively constitute the principal statutory basis for criminalizing infringements of trade-name rights. Methodologically, the study proceeds along three interconnected analytical axes. First, it conducts a qualitative examination of the relevant provisions of Iranian law with a view to identifying legislative inconsistencies and deficiencies. Second, it undertakes a comparative analysis of major international instruments governing industrial property rights, particularly the Paris Convention and the TRIPS Agreement. Third, the study engages critically with contemporary legal scholarship. This tripartite framework makes it possible to identify the gap between Iranian penal policy and internationally accepted standards governing the protection of trade names. Findings of the study reveal six major areas of legislative deficiency requiring substantial reconsideration. The first concerns the conceptual ambiguity surrounding the statutory definition of trade names under

Article 95 of the new law. The provision defines a trade name merely as a designation identifying a natural or legal person supplying goods or services. Such a restrictive formulation fails adequately to capture the broader commercial and investment-related functions of trade names within modern economic systems. In particular, the limitation to entities engaged in the supply of goods or services excludes investment enterprises and other economically active entities whose commercial identity nevertheless warrants legal protection. By contrast, more advanced comparative approaches, notably Swedish law, define trade names more broadly as the name under which a trader conducts commercial activities, thereby adopting a function-oriented rather than transaction-oriented conception of protection. The second deficiency lies in the statute's conflation of distinct legal concepts, especially within Article 131. The legislation fails to maintain clear doctrinal boundaries between trade names, trademarks, and domain names, notwithstanding the fundamentally different legal purposes each serves. A trade name identifies the commercial personality of the trader; a trademark distinguishes goods or services in the marketplace; and a domain name functions primarily as a digital address within cyberspace. The failure to distinguish these categories with sufficient precision creates serious interpretive uncertainty and risks systematic infringement of proprietary commercial identity rights. The third deficiency relates to the legal certainty required in criminal legislation. Expressions such as "ordinarily causing deception of the public," employed within Articles 118 and 131, lack the precision demanded by the principle of legality (*nullum crimen sine lege certa*). Such vague and indeterminate language undermines foreseeability in criminal law and grants excessive interpretive discretion to judicial authorities, thereby weakening both legal certainty and uniformity of enforcement. The fourth deficiency concerns the structure and proportionality of criminal sanctions. The legislation imposes largely identical penalties, primarily Grade Five monetary fines, for a wide spectrum of infringements without differentiating adequately between varying levels of culpability, commercial harm, or fraudulent intent. This undifferentiated sanctioning model conflicts with the fundamental principle of proportionality between offence and punishment and reflects an overly formalistic approach to penal policy. Moreover, the effective removal of custodial sanctions in most contexts, coupled with the absence of supplementary sanctions such as suspension or revocation of commercial licenses, substantially diminishes the deterrent capacity of the criminal framework. The fifth deficiency is the statute's neglect of the moral dimensions of trade-name rights. While the law expressly recognizes certain moral rights in relation to inventions and other forms of intellectual creation, it fails to acknowledge that trade names are intimately connected to professional reputation, commercial goodwill, and market identity. Infringement of such rights may therefore result not merely in economic loss, but also in profound reputational and personality-based injury. The sixth deficiency concerns the incomplete harmonization of Iranian law with international obligations governing industrial property enforcement. In particular, the legislation falls short of the requirements reflected in Article 8 of the Paris Convention and Article 61 of the TRIPS Agreement, both of which require effective legal protection and dissuasive enforcement mechanisms for intellectual property violations. This divergence not

only complicates Iran's prospective accession to the World Trade Organization, but also undermines foreign investment and transnational commercial participation. The study ultimately argues that meaningful reform of the current framework requires a comprehensive reconsideration of the criminal protection afforded to trade names in Iranian law. Such reform should proceed along four principal lines. First, the statutory definition of trade names should be reformulated to encompass broader forms of commercial and investment activity, thereby abandoning the restrictive "supplier of goods or services" criterion currently embedded in the legislation. Second, distinct forms of infringement, including unauthorized use, fraudulent imitation, and counterfeiting, should be clearly differentiated and subjected to proportionate sanctions, including the reintroduction of custodial penalties and graduated monetary sanctions. Third, the legislation should expressly recognize the moral rights of trade-name holders, including rights of attribution, integrity, and modification, and criminalize violations thereof through an independent statutory provision analogous to Article 123 concerning inventions. Fourth, the law should incorporate modern border-enforcement mechanisms, including customs seizure procedures and preventive measures against counterfeit commercial goods, in conformity with Articles 51-60 of the TRIPS Agreement. The article further proposes the enactment of a specialized Trade Names Protection Act inspired by advanced comparative models, particularly the Swedish approach, which preserves the distinct legal character of trade names while simultaneously providing clear civil and criminal enforcement mechanisms. In addition, specialized training for judges, prosecutors, and judicial officers concerning the technical dimensions of trade-name protection and modern forms of commercial infringement is identified as indispensable to the effective administration of justice in this field. Ultimately, the study concludes that without substantial legislative reconstruction, the existing framework will remain incapable of fulfilling its stated objectives. By contrast, a coherent and internationally harmonized system of criminal protection for trade names would not only strengthen the protection of commercial identity rights within Iran, but would also enhance legal certainty, facilitate foreign investment, and contribute to Iran's gradual integration into the contemporary transnational system of industrial and intellectual property protection.



تحلیل جرم نقض حقوق صاحب نام تجاری در حقوق ایران با نگاهی به اسناد بین‌المللی

محمد نظام‌الملکی^۱، جعفر نظام‌الملکی^۲

چکیده

در قانون جدید حمایت از حقوق مالکیت صنعتی، بخشی مستقل به حمایت از نام‌های تجاری اختصاص نیافته و در حدود متناسب مورد توجه واقع نگردیده است. در این ساختار، ابهامات چندی در مواد قانونی مرتبط با حمایت کیفری از این نام‌ها، به‌ویژه ماده ۱۱۸ و ماده ۱۳۱ وجود دارد که نیازمند تحلیل و آسیب‌شناسی است. این چنین اهمیت پژوهش حاضر از آثار منفی ابهامات مذکور بر بازدارندگی و انطباق با استانداردهای بین‌المللی حمایت ناشی شده و هدف آن، تحلیل انتقادی حمایت کیفری از حقوق صاحب‌نام تجاری در قانون مذکور و ارائه راهکارهای اصلاحی برای آن است. فرضیه مقاله، تلاش قانون جدید برای حمایت کیفری مؤثرتر از نام‌های تجاری نسبت به قانون سابق و همچنین ضرورت شناسایی و رفع کاستی‌های موجود در آن همچون اعمال اصل تناسب جرم و مجازات، حمایت از حقوق معنوی مرتبط با نام تجاری و تأمین حداقلی استانداردهای بین‌المللی است؛ از این رو در سؤالات پژوهش در زمینه چیستی حمایت کیفری ماهوی از نام‌های تجاری در این قانون و همچنین ظرفیت‌ها، نقایص، قلمرو و شرایط آن، کاستی‌های مذکور نیز مورد توجه است. شیوه پژوهش در مقاله حاضر بنیادی و کاربردی و نحوه گردآوری منابع به روش کتابخانه‌ای است. مطابق نتایج مقاله، چهارچوب کیفری موجود به



پژوهش‌گاه حقوق



نوع مقاله: علمی - پژوهشی

DOI:
10.22034/jclc.2025.547959.2166

تاریخ دریافت:
۲۷ شهریور ۱۴۰۴

تاریخ پذیرش:
۱۳ آذر ۱۴۰۴

تاریخ انتشار:
۱۵ اردیبهشت ۱۴۰۵



۱. (*نویسنده مسئول)، دانش‌آموخته کارشناسی ارشد حقوق مالکیت فکری، دانشکده حقوق، دانشگاه قم، قم، ایران.

Email: mohammadnezamolmolki@gmail.com

۲. دانش‌آموخته دکتری حقوق خصوصی، دانشکده حقوق، دانشگاه قم، قم، ایران.

Email: jafarnezamolmolki@gmail.com

سبب عدم تفکیک مصادیق و عدم تناسب جرم و مجازات، کارآمد و منطبق با استانداردهای بین‌المللی نیست و اصلاح آن با تصریح حقوق معنوی، تفکیک مصادیق و بازطراحی مجازات‌ها ضرورت دارد.

کلیدواژه‌ها: حمایت کیفری، نقض، نام تجاری، حقوق ایران، اسناد بین‌المللی.

حامی مالی :

این مقاله هیچ حامی مالی ندارد.

مشارکت نویسندگان :

محمد نظام‌الملکی: مفهوم سازی، تحقیق و بررسی، منابع، نوشتن - پیش نویس اصلی.

جعفر نظام‌الملکی: مفهوم سازی، تحلیل، منابع، نوشتن - بررسی و ویرایش.

تعارض منافع:

بنا بر اظهار نویسندگان این مقاله تعارض منافع ندارد.

استناددهی:

نظام‌الملکی، محمد و جعفر نظام‌الملکی. (۱۴۰۵). تحلیل جرم نقض حقوق صاحب نام تجاری در حقوق ایران با نگاهی به اسناد بین‌المللی. مجله پژوهش‌های حقوق جزا و جرم‌شناسی، ۱۴(۲۸)، ۱۰۵-۱۳۶.

مقدمه

در طول قرن گذشته، به تدریج اهمیت و جایگاه ویژه نام‌های تجاری که پیش از این در جایگاه ممتاز حقوقی نسبت به علائم تجاری شناخته می‌شدند، کاسته و تضعیف گردیده است. تا حدی که می‌توان گفت نام‌های تجاری نه در قوانین اصلی علائم تجاری اتحادیه اروپا و نه در رویه قضایی و پرونده‌های حقوقی مرتبط جایگاه درخور و متناسبی نداشته‌اند؛ زیرا دادگاه‌ها عموماً تلاش کرده‌اند تا تداخل میان نام‌های تجاری و علائم تجاری را به حداقل برسانند و این امر خود موجب به حاشیه راندن نام‌های تجاری در حوزه مباحث حقوق مالکیت صنعتی شده است (Buta, 2021: 725). در این میان در حوزه مقررات کیفری مالکیت فکری نیز نام‌های مذکور در حد شایسته مورد توجه واقع نشده و در بسیاری از موارد در ارتباط با علائم تجاری مطرح و مورد بحث قرار می‌گیرد (Angelo et al., 2020: 1). با وجود این در حوزه اسناد بین‌المللی کنوانسیون پاریس برای حمایت از مالکیت صنعتی ۱۸۸۳ به شکل صریح و مستقیم (ماده ۸) و موافقت‌نامه جنبه‌های تجاری حقوق مالکیت فکری (تریپس) ۱۹۹۴، نیز با ارجاع به کنوانسیون مذکور، کشورهای عضو را ملزم به حمایت از نام‌های تجاری و وضع مقررات حمایتی متناسب در این زمینه نموده‌اند. این امر می‌تواند زمینه‌ساز الزام جدی برای کشورها در زمینه توجه درخور به حمایت از نام تجاری در مقررات کیفری باشد. البته هر اقدامی در این عرصه باید در چهارچوب دو گروه از اهداف صورت گیرد؛ اهداف حمایتی نظام حقوق مالکیت فکری از یک سو و از سوی دیگر اصول و مبانی حقوق کیفری در زمینه اصل تناسب جرم و مجازات، تشدید یا تخفیف کیفر، اثربخشی مجازات اشخاص حقوقی یا حقیقی و ...

ضرورت حمایت کیفری و جرم‌انگاری نقض حقوق صاحب‌نام تجاری بیش از هر چیز ریشه در جایگاه اقتصادی این نام‌ها دارد؛ جایگاهی که در قالب نقش این نام‌ها در انتقال اطلاعات مهم و مؤثر در حوزه تجارت و سرمایه‌گذاری (Montone et al., 2023: 992) و همچنین نقش نام‌های تجاری بسط در تقویت سرمایه فکری انسانی و افزایش ارزش کلی صاحب‌نام (Song & Schwarz, 2009: 136) بروز می‌یابد.

پیش از این در نظام حقوقی ایران، قانون ثبت اختراعات، طرح‌های صنعتی و علائم تجاری مصوب ۱۳۸۶، به‌طور محدود به حمایت از نام‌های تجاری پرداخته بود. این مواد قانونی با کاستی‌هایی مواجه بودند که منجر به ناکارآمدی حمایت کیفری مؤثر از صاحب نام‌های تجاری شده بود.^۳ در حال حاضر قانون حمایت از مالکیت صنعتی مصوب ۱۴۰۳ در تلاش برای رفع این

۳. برای مطالعه پیرامون وضعیت و کیفیت حمایت کیفری از نام‌های تجاری در قانون مذکور، نک (نظام‌الملکی،

نقیصه عمل نموده است. این چنین تحلیل این قانون در برهه کنونی که هنوز ابعاد اجرایی و کاربردی آن در عمل آشکار نگردیده، ضروری می‌نماید؛ تا هم ظرفیت‌های قانونی و قلمرو شمول آن معین گردد و هم آنکه نقایص احتمالی شناسایی و آسیب‌شناسی گردد و با راهبردهای اجرایی و کارآمد و پیشنهادها اصلاح، مرتفع یا تضعیف شود. همچنین آسیب‌شناسی مورد نظر در اینجا بیشتر متکی بر معیارهای حقوق جزای اختصاصی و از این منظر است.

فرضیه مقاله از یک سو تلاش قانون جدید برای حمایت کیفری مؤثرتر از نام‌های تجاری نسبت به قانون سابق و از سوی دیگر ضرورت شناسایی و رفع برخی کاستی‌های موجود در آن در زمینه اعمال اصل تناسب جرم و مجازات، با تأکید بر آثار ناشی از جرم، حمایت از حقوق معنوی مرتبط با نام تجاری، تأمین استانداردهای بین‌المللی، البته با رویکرد حداقلی و به‌طور کلی ضعف سیاست کیفری است. در این راستا این پژوهش درصدد پاسخ به این سؤالات اساسی است: حمایت کیفری ماهوی از نام‌های تجاری در قانون حمایت از مالکیت صنعتی مصوب ۱۴۰۳ چگونه است؟ ظرفیت‌ها و نقایص قانون مذکور در این زمینه چیست؟ قلمرو و شرایط حمایت کیفری مذکور چیست؟ راهکارهای تقویت حمایت کیفری از نام‌های تجاری در سطح مطلوب در وضعیت موجود چیست؟ وضعیت سیاست کیفری در این قانون چگونه است؟

در این پژوهش، ابتدا به شناخت و تبیین موضوع نقض یعنی نام تجاری پرداخته و سپس تمایز آن از مفاهیم مشابه را مورد تحلیل قرار می‌دهیم. در ادامه عناوین مباحث به‌طور منظم بر اساس ارکان و عناصر جرم، شامل عنصر قانونی، عنصر مادی، عنصر روانی و مجازات جرم، تحلیل می‌گردد. با این قید که تحلیل عناصر جرم به موازات توجه به اهداف و مبانی حمایتی حقوق مالکیت فکری با لحاظ اصول و مبانی حقوق کیفری است.

۱- تحلیل مفهومی موضوع نقض و قلمرو جرم: نام تجاری و مقایسه آن با مفاهیم مشابه

در راستای تعیین دقیق موضوع نقض و قلمرو جرم، نخست به تحلیل مفهومی نام تجاری پرداخته و سپس تمایز آن از مفاهیم مشابه یعنی علامت تجاری و نامه دامنه را مورد بحث قرار می‌دهیم.

۱-۱- تحلیل مفهومی نام تجاری

در نخستین قانون مالکیت فکری ایران، یعنی قانون ثبت و علائم اختراعات مصوب ۱۳۱۰، نام‌های تجاری مورد اشاره واقع نگردید؛ این چنین در حقوق ایران، قانون تجارت مصوب ۱۳۱۱ اولین مقررهای است که به نام تجاری پرداخته است و باب چهاردهم آن با عنوان «اسم تجاری» (مواد ۵۷۶ تا ۵۸۲)، به این موضوع اختصاص دارد. با وجود این، قانونگذار تعریفی روشن از آن ارائه نکرده است. پس از آن قانون ثبت اختراعات، طرح‌های صنعتی و علائم تجاری مصوب ۱۳۸۶ در بند ج ماده ۳۰، تعریف صریحی از نام تجاری ارائه داده است؛ با بیان اینکه «نام

تجارتی یعنی اسم یا عنوانی که معرف و مشخص‌کننده شخص حقیقی یا حقوقی باشد». مطابق دیدگاه برخی نویسندگان (حکمت‌نیا، ۱۴۰۰: ۳۰۱)، در این تعریف موضوع تعریف و مبنای تشخیص نام تجاری، خود شخص بود و نه حوزه فعالیت‌های وی. این تعریف به کلیه اشخاص حقیقی و حقوقی حق برخورداری از نام تجاری را اعطا می‌نمود؛ به‌گونه‌ای که این نام معرف و مشخص‌کننده آنها باشد. با وجود این، تعریف مذکور دارای برخی ابهامات و نقایص بود؛ از جمله تمایز ناکافی آن با مفاهیم مشابه نظیر اسم شرکت‌ها. آنچه ضرورت و مطلوبیت تمایز فوق را بیش‌ازپیش تأیید و تقویت می‌نماید رویه اتخاذی در نظام حقوقی کشورهای پیشرو در حوزه حقوق مالکیت صنعتی است. چنانکه ماده یک «قانون نام‌های تجاری سوئد»^۴ مصوب ۲۰۱۸ میلادی به‌صورت شفاف به تعریف نام تجاری پرداخته و بیان می‌دارد: «نام تجاری نامی است که تاجر فعالیت‌های خود را تحت آن انجام می‌دهد. اگر بخشی از فعالیت‌ها تحت عنوان یک نام تجاری خاص انجام شود، این یک نام تجاری خاص است. آنچه در مورد اسامی تجاری در این قانون آمده است در مورد نام تجاری خاص نیز صدق می‌کند».

این تعریف با تأکید بر ماهیت کاربردی نام تجاری در عرصه بازار و تجارت و همچنین قابلیت وجود نام‌های تجاری متعدد برای تاجر، هر یک برای بخشی از فعالیت‌ها، به‌وضوح تمایز میان نام تجاری و نام شرکت را مورد توجه قرار داده است.

باید توجه نمود که تمایز مذکور صرفاً جنبه نظری نداشته و دارای آثار عملی متعددی است؛ توضیح آنکه نام شرکت به‌عنوان معرف هویت حقوقی در اسناد اداری و رسمی استفاده می‌شود، در حالی که نام تجاری برای شناسایی و تمایز اشخاص حقیقی و حقوقی در حوزه فعالیت‌های تجاری در بازار به کار می‌رود. همچنین یک شرکت می‌تواند چندین نام تجاری برای بخش‌های مختلف یا فعالیت‌های متنوع خود داشته باشد، اما تنها یک نام شرکت دارد.

این‌همه در حالی است که همچنان در برخی نظام‌های حقوقی و ادبیات حقوق مالکیت فکری، نام تجاری و نام شرکت گاه به‌صورت مترادف تلقی گردیده‌اند. به‌طور مثال بر اساس ماده ۱ قانون علائم تجاری هلند،^۵ نام تجاری به‌عنوان نامی تعریف شده است که یک شرکت تحت آن فعالیت می‌کند. این نام شامل مجموعه‌ای از نشانه‌ها و عناصر است که به شرکت هویت می‌بخشد و آن را از دیگر شرکت‌ها متمایز می‌سازد. حتی نام‌هایی که به‌صورت کلی یا جزئی توصیفی هستند، نیز می‌توانند به‌عنوان نام تجاری انتخاب شوند، به‌ویژه آن‌هایی که ماهیت شرکت یا کالاها و خدمات ارائه‌شده را توصیف می‌کنند (Little, 2022: 147). متأسفانه و به‌رغم ضرورت تمایز نام تجاری از نام شرکت حتی سازمان جهانی مالکیت فکری نیز بدون لحاظ این تمایز ضروری و حتی بدون لحاظ

4. Swedish Acts on Trade Names 2018

5. Dutch Trade Name Act 1921

موقعیت اشخاص حقیقی به‌عنوان صاحب‌نام تجاری، در تعریف نام مذکور بیان می‌دارد: «یک نام تجاری یا بازرگانی نام یا عنوانی است که یک شرکت را متمایز می‌کند» (WIPO, 2004: 96).

درنهایت در قانون حمایت از مالکیت صنعتی مصوب ۱۴۰۳، قانونگذار در بند ۴ ماده ۹۵ با افزودن قید «عرضه‌کننده کالا یا خدمت» به تعریف مذکور در بند «ج» ماده ۳۰ قانون سابق، تلاشی ناقص برای رفع نقیصه تعریف مذکور در قانون سابق صورت داده است. مطابق بند مذکور: «هر اسم یا عنوانی که معرف و مشخص‌کننده شخص حقیقی یا حقوقی عرضه‌کننده کالا یا خدمت می‌باشد». ممکن است این ایراد مطرح گردد که این مقرر متضمن اختصاص و انحصار نام تجاری برای تجار است که با اختصاص و انحصار فعالیت‌های تجاری به ایشان ملازمه دارد؛ رویکردی که انعکاس‌دهنده معیار شخصی در زمینه احراز و تشخیص اعمال تجاری است. این در حالی است که مطابق دیدگاه غالب (اسکینی، ۱۳۸۶: ۶۶؛ دمرچیلی و دیگران، ۱۳۸۶: ۳۹) در حقوق ایران وفق مواد ۲ تا ۵ قانون تجارت معیاری مختلط از معیار شخصی و موضوعی در این زمینه اتخاذ گردیده است؛ با وجود این، به نظر می‌رسد باید از این مقایسه گذر نمود؛ زیرا نه مفهوم تجاری در ترکیب «نام تجاری» تابع موازین حقوق تجارت و معیارهای تمایز اعمال تجاری از اعمال مدنی و غیرتجاری است و نه آنکه معیار در اختصاص نام تجاری موضوع فعالیت است؛ بلکه آنچه معیار اختصاص نام تجاری است قلمرو فعالیت یعنی بازار در مفهوم اعم کلمه است؛ این چنین تجارت و بازار در اینجا معنایی عام داشته که فعالیت‌ها و قلمروهای مختلف و حتی اعمال و اقدامات سرمایه‌گذاری را نیز در برمی‌گیرد.

اگرچه نمی‌توان ملازمه نام تجاری با تجار را قطعی دانست؛ اما اغلب نام تجاری به تجار اختصاص می‌یابد؛ با وجود این برای عبور از معیارهای اختلافی در این زمینه و دستیابی به تعریف قطعی و متفق‌القول نباید این را از اجزاء و عناصر تعریف دانست. با وجود این همه، ترکیب عرضه‌کننده کالا و خدمات نمی‌تواند اعمال سرمایه‌گذاری را که امروز بخش مهمی از فعالیت‌های تجاری به معنای اعم هستند را شامل گردد؛ از این رو، اصلاح آن ضروری است؛ زیرا این تعریف نقض حقوق نام تجاری شرکت‌های سرمایه‌گذاری داخلی و خارجی را از قلمرو حمایت کیفری مقرر در قانون خارج می‌نماید. این امر نظام حقوقی کشورمان را با چالش عدم تلقی مفهوم رایج تجاری در روابط حقوقی فراملی در ارتباط با یکی از مقدمات ضروری تجارت، یعنی نام تجاری، مواجه می‌نماید. امری که در سایر قوانین اعمال گردیده است؛ چنانکه در بند ۱ ماده ۲ قانون داورى تجارى بین‌المللى ایران مصوب ۱۳۷۶ نیز با عنوان «قلمرو اجرا» تحت تأثیر تعریف قانون نمونه آنسیترال معنای بسیار عامی از تجارت، فراتر از مواد ۲ و ۳ قانون تجارت مطرح شده است (شیروی، ۱۳۹۸: ۳۳). این چنین با لحاظ نکات فوق تعریف مطلوب نام تجاری در حقوق ایران عبارت است از «هر اسم یا عنوانی که معرف و مشخص‌کننده شخص حقیقی یا

حقوقی در حوزه فعالیت‌های تجاری در مفهوم اعم می‌باشد».

۱-۲- قلمرو نام تجاری از منظر تمایز آن از مفاهیم مشابه

پیش از این نسبت و رابطه نام تجاری با اسم شرکت و تمایز آنها با یکدیگر مورد بحث واقع گردید. در این میان، صرف‌نظر از اسم شرکت، نام تجاری، علامت تجاری و نام دامنه سه مفهوم بنیادین مشترک میان حقوق مالکیت فکری، حقوق تجارت و حقوق مصرف‌کنندگان به شمار می‌روند که در زمینه معرفی و تمایز کالاها، خدمات و اشخاص تاجر در محیط فیزیکی و مجازی مورد استفاده واقع می‌گردند. در ادامه به بررسی و تحلیل وجوه افتراق میان نام تجاری با علامت تجاری و همچنین نام دامنه می‌پردازیم.

۱-۲-۱- تمایز علامت تجاری از نام تجاری

علامت تجاری ابزاری برای شناساندن هویت کالاها یا خدمات برای مصرف‌کنندگان است. این ابزار به تحکیم اعتماد میان مصرف‌کنندگان و بنگاه‌های اقتصادی کمک می‌کند. وصف و کارکرد شناساندن در تعریف علامت تجاری در بند ۱ ماده ۹۵ قانون جدید یعنی «هر نشان قابل رؤیت است که کالاها یا خدمات اشخاص را از هم متمایز می‌سازد...» نیز مشهود است. با توجه به قید «قابل رؤیت» در اینجا، مشابه قوانین پیشین، حمایت از علائم تجاری در حقوق ایران تنها شامل علائم تجلی‌یافته و مرئی است و علائم غیرمادی و نامرئی از شمول حمایت قانونی خارج هستند. تفاوت علامت تجاری و نام تجاری از منظر هدف آن است که استفاده از نام تجاری به‌منظور معرفی تاجر یا بنگاه تجاری و تمایز آن از سایر تاجرانجام می‌پذیرد؛ در مقابل، هدف علامت تجاری شناسایی محصول یا خدمت و تمایز آن از دیگر کالاها و خدمات موجود در بازار است. این چنین چنانکه برخی نویسندگان حقوق تجارت نیز بیان داشته‌اند نام تجاری به‌مثابه «نام خود تاجر» و علامت تجاری به‌منزله «نام محصولات تاجر» است (کاویانی، ۱۳۹۷: ۷۱). به‌عنوان مثال نام تجاری شرکت اپل به معرفی تمایز آن شرکت از سایر رقبا کمک می‌کند؛ اما علامت تجاری این شرکت شامل برند و نشان محصولاتی همچون آیفون^۶ و مک‌بوک^۷ است که به‌منظور شناسایی محصولات این شرکت مورد استفاده واقع می‌گردد. علامت تجاری و نام تجاری از منظر ساختار نیز متمایز می‌باشند، بدین نحو که علامت تجاری می‌تواند شامل حروف، اعداد، تصاویر، لوگو، نشانه‌های گرافیکی و گاه نشانه‌های صوتی یا بویایی باشد؛ اما نام تجاری در حقوق ایران الزاماً از حروف یا اعداد تشکیل می‌شود.

6. Iphone

7. Macbook

در نهایت تفاوت این دو مفهوم از منظر قابلیت انتقال آن است که علامت تجاری به‌عنوان یک دارایی فکری مستقل از مالک خود قابل انتقال به دیگران است، اما انتقال نام تجاری به‌طور کلی بسیار دشوار است (صادقی و زند و کیلی، ۱۳۹۲: ۱۲۴). بر این اساس در ماده ۱۲۰ قانون جدید^۸، مشابه ماده ۴۹ قانون سابق^۹، انتقال نام تجاری تنها در صورتی ممکن است که همراه با تمام یا بخشی از بنگاه تجاری مرتبط با آن منتقل شود. این دشواری به دلیل اهمیت نقش نام تجاری در معرفی بنگاه و ایجاد اعتماد میان مشتریان است، چراکه نام تجاری معمولاً با اعتبار و شهرت کسب‌وکار گره خورده و به‌سادگی نمی‌توان آن را از سایر دارایی‌های کسب‌وکار جدا نمود. باید توجه نمود که علیرغم تفاوت‌های مذکور، در برخی موارد نام تجاری شخص ممکن است به‌عنوان علامت تجاری آن نیز به کار رود و این دو مفهوم با یکدیگر تداخل داشته باشند (میرحسینی، ۱۳۹۰: ۴۷). به همین جهت می‌توان نام تجاری را در قالب علامت تجاری ثبت و از آن استفاده کرد؛ چون سابقه مورد نظر در اینجا از زمان ثبت نام تجاری در مرکز مالکیت معنوی حاصل می‌شود، نیازی به ثبت جداگانه وجود ندارد (شیخی، ۱۳۹۴: ۴۷۳). چنانکه در عمل نیز در ثبت تمایز جدی بین این دو وجود ندارد. تفاوت‌های فوق، وجوه افتراق بنیادین میان این دو را برجسته نموده و اهمیت و نقش متمایز هر یک را در نظام حقوقی و تجاری آشکار می‌سازد. از منظر حمایت کیفری فهم عمیق این تمایزها می‌تواند در مرحله تقنین وضع ضمانت اجرای متناسب کیفری و در عمل، عدم اختلاط جرایم و مجازات‌های مرتبط با هر یک را تأمین و محقق نماید.

۱-۲-۲- تمایز نام دامنه از نام تجاری

نام دامنه یک نشانگر یکتا در فضای اینترنت است که توسط اشخاص حقیقی یا حقوقی برای تعیین نشانی اینترنتی خود استفاده می‌شود و نقش آدرس مجازی در فضای سایبری را ایفا می‌کند (Oguama, 2021: 3). از منظر فنی نام دامنه عبارت است از «نشانی یک اتصال شبکه-ای که مالک آن نشانی را در یک فرمت سلسله‌مراتبی شناسایی می‌کند» (مایکروسافت، ۱۳۸۹: ۲۴۵). قید سلسله‌مراتب در این تعریف اشاره به قسمت‌های سه‌گانه نام دارد. قسمت اول نام دامنه نشان‌دهنده ماهیت خدمت ارائه شده است. قسمت دوم نام دامنه که نام دامنه سطح پایین نامیده می‌شود، قسمتی است که نام وبسایت را بیان می‌دارد. قسمت سوم نام دامنه یا نام دامنه سطح بالا، پسوندی است که سطح حوزه‌ای که نام مذکور در آن ثبت شده یا همان

۸. ماده مذکور مقرر می‌دارد: «هرگونه تغییر در مالکیت نام تجاری باید همراه با انتقال شرکت یا بنگاه تجاری یا بخشی از آن که با آن نام شناخته می‌شود، صورت پذیرد...»

۹. ماده مذکور مقرر می‌دارد: «هرگونه تغییر در مالکیت نام تجاری باید همراه با انتقال مؤسسه یا بخشی از آن که با نام مزبور شناخته می‌شود، صورت پذیرد.»

محدوده فعالیت وبسایت مورد نظر را می‌رساند (اصلائی، ۱۳۸۹).

تفاوت‌های اصلی میان نام دامنه و نام تجاری از یک‌سو در هدف اصلی و از سوی دیگر محدوده کاربرد این دو است. در ارتباط با هدف اصلی در حالی که هدف اصلی نام تجاری، معرفی و تمایز یک تاجر یا بنگاه تجاری است، هدف اصلی نام دامنه، تسهیل دسترسی به وبسایت و معرفی آن در فضای اینترنت است. در مواردی که نام دامنه با نام تجاری یکسان باشد، این دو به‌طور هم‌زمان می‌توانند نقش معرفی وبسایت و بنگاه تجاری را ایفا کنند. از منظر محدوده کاربرد نام دامنه تنها در فضای اینترنت مصداق می‌یابد و به‌عنوان آدرس اینترنتی استفاده می‌شود؛ اما نام تجاری، هویتی حقوقی است که در محیط‌های فیزیکی و مجازی هر دو کاربرد دارد، از جمله در تبلیغات، تابلوهای مؤسسه، سربرگ‌ها، فاکتورها و سایر مدارک تجاری.

از منظر سیاست کیفری و اصول جرم‌انگاری نیز تمایز در خاستگاه و قلمرو تحقق جرم در میان این دو مفهوم آنها را تابع قواعدی متمایز می‌نماید. توضیح آنکه نام دامنه تنها در اینترنت مورد استفاده واقع می‌گردد و جرایم مرتبط با آن از زمره جرایم اینترنتی است. در اینجا بر مبنای ویژگی‌های خاص اینترنت، همچون لایتناهی بودن، جهان‌شمول بودن، بی‌طرفی اخلاقی، هویت ناشناخته کاربران، غیرقابل کنترل بودن، گزینشی بودن اطلاعات و ماهیت غیردولتی آن (نظام‌الملکی، ۱۳۹۶) جرایم ارتكابی دارای ویژگی‌هایی متمایز است. عدم مجاورت مرتکب و بزده دیده، سهولت و ارزانی ارتكاب جرم، دشواری کشف، تحقیق و تعقیب، دشواری تعیین صلاحیت کیفری، مسئولیت اشخاص متعدد و لزوم تشدید مجازات‌ها ویژگی‌های جرایم اینترنتی است (نظام‌الملکی، ۱۳۹۶) که سیاست‌های متمایز و مشدد تقنینی در جرم‌انگاری و تعیین مجازات جرایم مرتبط با نام دامنه را ضروری می‌نماید.

۲- گذری بر عنصر قانونی جرم نقض حقوق صاحب نام تجاری و تحولات آن

اصل قانونی بودن جرم و مجازات موجب می‌شود افراد بتوانند قابلیت پیش‌بینی نتایج رفتار خویش را با قانون تطبیق داده تا از هرگونه کیفر یا مجازات در امان باشند (قاجار قیونلو، ۱۳۹۱: ۶۴۴). این چنین مؤلفه پیش‌بینی‌پذیری در چهارچوب اصل مذکور ضرورت شفافیت در قوانین کیفری و صراحت جرم و مجازات تعیینی، شرایط و ارکان قانونی آن را الزامی می‌نماید.

نام تجاری از همان آغاز تدوین قوانین تجاری، مورد توجه قانونگذار ایران بوده است. مقنن در قانون تجارت مصوب ۱۳۱۱، باب چهاردهم (مواد ۵۷۶ تا ۵۸۲) به موضوع نام تجاری و احکام مرتبط با انتخاب، ثبت و انتقال آن اختصاص داده شد. با وجود این، نقض حقوق صاحب‌نام تجاری تا قبل از تصویب قانون ثبت اختراعات، طرح‌های صنعتی و علائم تجاری مصوب ۱۳۸۶، جرم‌انگاری نشده بود؛ این‌همه در شرایطی بود که از سال ۱۳۳۷ و با تصویب قانون اجازه الحاق

دولت ایران به اتحادیه عمومی بین‌المللی معروف به کنوانسیون پاریس برای حمایت از مالکیت صنعتی و تجاری و کشاورزی، ایران متعهد گردیده بود تا مفاد این کنوانسیون در زمینه حمایت اعضا از نام‌های تجاری را اعمال نماید.

شایان توجه است که حتی قانون تجارت الکترونیک مصوب ۱۳۸۲ نیز که ماهیتاً به حمایت از حقوق مالکیت فکری در حوزه تجارت سایبری پرداخته، با وجود وضع مجازات برای نقض حقوق مرتبط با حق مؤلف، اسرار تجاری و علائم تجاری در مواد ۷۴ تا ۷۶، حمایت صریحی از حقوق مرتبط با نام تجاری به عمل نیاورده است. البته بند «ب» ماده ۳۳ این قانون ذیل عنوان «حمایت از مصرف‌کننده» تأکید نموده که اطلاعاتی مانند هویت تأمین‌کننده، نام تجاری و نشانی باید به‌گونه‌ای مناسب پیش از عقد قرارداد به اطلاع مصرف‌کنندگان برسد؛ اما در اینجا حمایت مستقیم از حقوق مرتبط با نام تجاری مغفول مانده است. در این وضعیت انتظار آن بود که با تصویب قانون ثبت اختراعات، طرح‌های صنعتی و علائم تجاری در سال ۱۳۸۶ تحولی شایسته صورت گیرد تا اولاً نفس حمایت کیفری نقض حقوق صاحب‌نام تجاری شناسایی و پذیرفته شود و ثانیاً در ارتباط با نحوه حمایت کیفری نیز اقدام متناسب و مطلوب صورت گیرد. در این میان اگرچه مورد نخست تا حدودی محقق گردید، ولی مؤلفه دوم مغفول ماند و در نتیجه نمی‌توان حمایت کیفری به‌عمل آمده در این قانون از نام تجاری را مطلوب و متناسب دانست. این غفلت در شرایطی رخ داد که نقض حقوق صاحب‌نام تجاری توسط اشخاص ثالث چالش و مسئله جدی و دائمی در تجارت بوده و هست. این مهم مدت کوتاهی بعد از تصویب قانون ثبت اختراعات، طرح‌های صنعتی و علائم تجاری در سال ۱۳۸۶ مورد توجه واقع گردید؛ بدین نحو که در ماده ۶۹ قانون برنامه پنج‌ساله پنجم توسعه جمهوری اسلامی ایران،^{۱۰} بر لزوم وضع ضوابط و سیاست‌های تشویقی جهت استفاده از نام و نشان تجاری در بازارهای خرده‌فروشی و عمده‌فروشی، همراه با حفظ حقوق معنوی صاحبان این نشان‌ها، تأکید شده است.

به‌طور کلی در قانون جدید مقرر مواد ۱۱۸ و صدر ماده ۱۳۱، بند ۲ و تبصره‌های آن و همچنین ماده ۱۳۲ آن عنصر قانونی جرم نقض حقوق صاحب‌نام تجاری محسوب می‌شوند.

در این میان ابهام جدی در این زمینه ارتباط مواد ۱۱۸ و ۱۳۱ است؛ در حالی که ماده ۱۳۱ با بیان اینکه: «هرگونه استفاده از نام تجاری توسط غیر به‌صورت نام تجاری، علامت تجاری، علامت جمعی یا علامت تأییدی یا هرگونه استفاده از آنها بر روی کالا یا راجع به خدمات که عرفاً موجب

۱۰. ماده مذکور مقرر می‌دارد: «به‌منظور بهبود فضای کسب‌وکار در کشور وزارت بازرگانی مکلف است ... ضوابط و سیاست‌های تشویقی لازم از جمله اهدای جوایز یا اعطای تسهیلات یا کمک‌های مالی، برای استفاده کالاها و خدمات از نام و نشان تجاری در بازار خرده‌فروشی و عمده‌فروشی با حفظ حقوق معنوی صاحب نشان را تا پایان سال اول برنامه تهیه و برای اجرا ابلاغ نماید.»

گمراهی عموم شود، ممنوع است». برخی رفتارها را ممنوع اعلام نموده، بند ۲ ماده ۱۳۱ در مقام بیان برخی مصادیق جرایم موضوع این قانون مقرر می‌دارد: «هرگونه بهره‌برداری و استفاده غیرمجاز از نام تجاری، علامت تجاری، علامت جمعی و یا علامت تأییدی برخلاف مقررات مندرج در این قانون به نحوی که نوعاً باعث فریب عموم شود». در اینجا با وجود اینکه قید «برخلاف مقررات مندرج در این قانون» به ماده ۱۱۸ عطف شده و مصادیق اعمال مذکور در آن را مشمول جرم‌انگاری صورت گرفته قرار می‌دهد، قید «به نحوی که نوعاً باعث فریب عموم شود» ایجاد ابهام نموده و این تصور را به‌صورت جدی ایجاد می‌نماید که جرایم مورد نظر در زمینه نام تجاری مقید به این نتیجه هستند که در ادامه بدان خواهیم پرداخت. این چنین در حالی که انتظار می‌رفت با تصویب قانون حمایت از مالکیت صنعتی در سال ۱۴۰۳، حمایت کیفی از نام‌های تجاری در حقوق موضوعه ایران تقویت گردیده و سامان یابد تا قانون به‌درستی بتواند در برابر موارد نقض بازدارنده باشد، اما همچنان نقیصی بنیادین در این قانون دیده می‌شود.

در ارتباط با حمایت کیفی از نام تجاری در اسناد بین‌المللی باید از یک‌سو به «کنوانسیون پاریس»^{۱۱} و از سوی دیگر «موافقت‌نامه تریپس»^{۱۲} اشاره و استناد نمود. ماده ۸ کنوانسیون پاریس به‌صورت عام و بی‌قید و شرط و الزام قانونی ثبت حمایت از این نام‌ها را برای اعضاء الزامی دانسته است؛^{۱۳} با وجود این کنوانسیون مذکور، اشاره صریحی به جرم‌انگاری و حمایت کیفی از موارد نقض مالکیت صنعتی ندارد؛ اما این به‌منزله نفی حمایت کیفی در این کنوانسیون نیست؛ بلکه الزام عام این کنوانسیون به حمایت از نام‌های تجاری از منظر انواع حمایت موسع بوده و حمایت‌های کیفی از نام‌های تجاری را نیز در برمی‌گیرد. شایان توجه اینکه این الزام در مقررات مرتبط با «تدابیر مرزی»^{۱۴} که شامل ضبط و توقیف محصولات ناقض حقوق مالکیت صنعتی می‌شود، به‌طور ضمنی مطرح گردیده و تصریح نشده است (شاگری و حبیبی، ۱۳۸۹: ۹۰). در موافقت‌نامه تریپس نیز تدابیر مرزی به‌عنوان یکی از سخت‌گیرانه‌ترین ابزارها برای اجرای حقوق مالکیت صنعتی معرفی شده‌اند و می‌توانند در جلوگیری از نقض عمدی و غیرعمدی این حقوق مؤثر باشند. این موافقت‌نامه در فصل چهارم بخش سوم، (مواد ۵۱ تا ۶۰) با عنوان «اجرای حقوق مالکیت فکری»^{۱۵}، تدابیر مرزی را به‌عنوان راهکاری برای کنترل تجارت بین‌المللی در کشورهای عضو در نظر گرفته و ضمانت اجرای کیفی به‌طور مستقل در فصل

11. Paris Convention on Industrial Property 1883

12. Agreement on Trade-Related Aspects of Intellectual Property Rights 1994

۱۳. ماده مذکور مقرر می‌دارد: «نام تجاری باید در تمامی کشورهای اتحادیه بدون تعهد ثبت اظهارنامه و یا ثبت نام تجاری»، اعم از اینکه بخشی از علامت تجاری را تشکیل دهد یا خیر، مورد حمایت قرار گیرد».

14. Border Measures

15. Enforcement of Intellectual Property Rights

پنجم بخش مذکور گنجانده شده است (Ruse-Khan, 2011).

ماده ۶۱ موافقت‌نامه تریپس نیز از ضرورت وضع مجازات برای نقض اموال فکری، با تأکید بر مصادیق خاص یعنی علامت تجاری و سرقت ادبی در مقیاس تجاری مقرر می‌نماید. این تأکید ضرورت حمایت از نام تجاری را نفی نمی‌نماید؛ بلکه صرفاً اهمیت بیشتر حمایت در حوزه‌های مذکور را می‌رساند. لذا موافقت‌نامه مذکور نیز با ارجاع به کنوانسیون پاریس نام‌های تجاری را شناسایی نموده و مشمول مفاد خویش از جمله مقرر ماده ۶۱ خود می‌داند. در این بستر موافقت‌نامه مذکور با ارجاع به کنوانسیون پاریس صرفاً الزام کلی کشورها در حمایت متناسب از نام تجاری از جمله حمایت‌های کیفی را مقرر می‌نماید و تفصیل موارد و نحوه حمایت را تابع قوانین کشورها می‌داند. در این وضعیت نمی‌توان استانداردهای حمایتی معینی به‌عنوان شاخص و معیار ارزیابی قوانین کشورها در زمینه نحوه و کیفیت حمایت کیفی استنباط نمود؛ اما نمی‌توان گفت این امر توجیهی برای ضعف حمایت است؛ زیرا بر مبنای اختلاف‌نظر کشورهای در حال توسعه و کشورهای توسعه‌یافته ارائه معیارهای واحد در این زمینه ممکن نبود و سطح حمایت متناسب برای این کشورها متفاوت است؛ از این رو سطح حمایت و استانداردهای حمایتی نسبی و تابع سطح توسعه‌یافتگی کشورها و سیاست‌های ایشان در حوزه حقوق مالکیت فکری است.

در هر حال باید اذعان نمود عنصر قانونی و اصل قانونی بودن جرم و مجازات، به‌مثابه سنگ بنای اصلی حقوق کیفی در ارتباط با نام تجاری، نه در مفهوم داخلی و حقوق موضوعه ایران و نه در سطح الزامات بین‌المللی در حوزه اصلاح و تقویت قوانین ملی اعضا، به‌درستی و به شیوه متناسب منعکس نگردیده و این خود عاملی جدی برای تضعیف حمایت کیفی از این نام‌ها تلقی می‌گردد. راهبردهای تفسیری برای رفع نقیصه قانونگذار و ابهام‌زدایی با مانع اصل قانونی بودن جرم و مجازات مواجه بوده و در نهایت اصل تفسیر مضیق مقررات کیفی به یاری شخص نقض‌کننده می‌شتابد؛ در این وضعیت اهداف مورد نظر مقنن در حمایت از این نام‌ها محقق نمی‌گردد و قانون در تحقق اهداف خویش ناکارآمد است.

۳- عنصر مادی

برخی نویسندگان (میرمحمدصادقی، ۱۳۹۹: ۵۸-۵۹) اجزا و عناصر زیرمجموعه عنصر مادی جرم را متشکل از رفتار مجرمانه اعم از فعل یا ترک فعل، شرایط و اوضاع و احوال لازم برای تحقق جرم و نتیجه مجرمانه دانسته‌اند. در پژوهش حاضر بر مبنای اوصاف خاص مرتکب جرم و همچنین عدم ضرورت بحث مستقل از شرایط و اوضاع و احوال لازم، از یک سو بخشی به بحث از مرتکب جرم اختصاص می‌یابد و از سوی دیگر مباحث مرتبط با شرایط و اوضاع و احوال لازم به‌صورت مستقل مطرح نشده و ذیل سایر عناوین به‌ویژه رفتار مجرمانه مورد بحث واقع گردیده

است. این چنین در بحث عنصر مادی به ترتیب رفتار مجرمانه، مرتکب جرم و نتیجه مجرمانه، تحلیل و واکاوی می‌گردند؛

۳-۱- مرتکب جرم

با توجه به ماهیت و کارکرد نام‌های تجاری غالباً مرتکبین جرم ناشی از نقض حقوق صاحب‌نام تجاری، تجار هستند؛ زیرا کسب منافع مادی از طریق نقض حقوق مالکانه سایر اشخاص، به‌عنوان ویژگی مشترک و مهم‌ترین دلیل ارتکاب جرایم علیه اموال، مطرح است (میرمحمدصادقی، ۱۳۸۴: ۱۸) و این امر در خصوص تجار بیش از سایرین مصداق می‌یابد؛ با وجود این، بر مبنای صراحت ماده ۱۱۸ و اطلاق و عموم لفظ «غیر» احصاء مرتکب به تجار توجیه‌ناپذیر می‌نماید؛ به‌ویژه آنکه ارتکاب این جرایم به‌منظور کسب منافع مادی و سایر مقاصد توسط سایر اشخاص نیز متصور و شایع است.

این همه به معنای پذیرش یکسانی آثار جرم برای تجار و غیرتجار نبوده و بدون تردید به‌منظور تأمین هدف بازدارندگی قوانین کیفری و اینکه جرایم علیه نام تجاری غالباً در جریان دادوستد و فعالیت‌های تجاری ارتکاب می‌یابد و در نتیجه تجار بیش از سایرین در معرض ارتکاب این جرایم هستند شایسته بود مجازات‌های جرایم ارتكابی توسط اشخاص حقیقی تاجر که بیش از سایرین در معرض نقض این حقوق می‌باشند، تشدید می‌گردید؛ بدین‌صورت که در مورد این اشخاص، علاوه بر مجازات جزای نقدی متفاوت و مشدد، برخی مجازات‌های خاص از قبیل لغو مجوز فعالیت بازرگانی، ابطال کارت بازرگانی، تعطیل محل تجارت در مدت معین و سایر مجازات‌هایی که زمینه ارتکاب جرم توسط این اشخاص را تا حد زیادی از بین می‌برد، پیش‌بینی گردد. (نظام‌الملکی و مؤذن‌زادگان، ۱۳۹۷: ۲۴۸) آنچه این دیدگاه را تأیید و تقویت می‌نماید تخصص تجار در ارتباط با شناخت ماهیت نام تجاری و ابعاد و آثار حقوقی آن است که مسئولیتی مضاعف را در قبال نقض این حقوق به همراه می‌آورد.

نقص ظاهری ماده فوق در زمینه مرتکب استفاده از واژه «غیر» در اینجا بوده که فاقد صراحت کافی بر شمول نسبت به اشخاص حقوقی است. بر این اساس برای رفع هرگونه ابهام در این زمینه ماده ۱۳۲ قانون به‌صورت عام، مسئولیت کیفری اشخاص حقوقی را برای کلیه جرایم موضوع این قانون شناسایی گردیده است.^{۱۶}

در این میان تفاوت این ماده و ماده ۱۴۳ قانون مجازات اسلامی جدید و تحول آن در مقایسه با ماده مذکور آن است که در ماده ۱۴۳، تحت تأثیر دیدگاه‌های سنتی ناظر بر عدم قابلیت

۱۶. ماده مذکور مقرر می‌دارد: «هرگاه شخص حقوقی مرتکب جرایم موضوع این قانون شود، مطابق مواد (۲۰) و (۲۱) قانون مجازات اسلامی مصوب ۱۳۹۲/۲/۱ مجازات می‌شود».

مسئولیت کیفری اشخاص حقوقی و یا ماهیت استثنایی مسئولیت ایشان، اصل بر مسئولیت اشخاص حقیقی است و مسئولیت اشخاص حقوقی به تبع ایشان و به صورت تبعی و ثانوی مطرح است؛ این در حالی است که قانون حمایت از مالکیت صنعتی با تصریح به مسئولیت کیفری اشخاص حقوقی، آن‌هم به صورت عام و نسبت به کلیه جرایم موضوع این قانون تحولی تحسین‌برانگیز صورت داده که در ادامه بدان خواهیم پرداخت. این تحول همسو با مفاد ماده ۸ کنوانسیون پاریس و همچنین ماده ۶۱ موافقت‌نامه تریپس و گامی مثبت در فرآیند الحاق ایران به سازمان تجارت جهانی محسوب می‌شود.

۳-۲- رفتار مجرمانه

نقطه آغازین حمایت کیفری از حقوق صاحب‌نام تجاری در قانون حمایت از مالکیت صنعتی مصوب ۱۴۰۳ ماده ۱۱۸ این قانون بوده که نقض حقوق صاحب‌نام تجاری را جرم‌انگاری است. قانونگذار در این ماده، با هدف جلوگیری از هرگونه سوءاستفاده و نقض حقوق صاحب‌نام تجاری، اعم از نام‌های ثبت‌شده و نام‌های ثبت‌نشده و همچنین تضمین شفافیت در محیط‌های تجاری و اقتصادی پنج رفتار مجرمانه را پیش‌بینی نموده است. در این میان عدم درج شرط ثبت در اینجا باعث می‌شود تا نظام حمایت کیفری مؤثر و کارآمدی در ارتباط با حقوق صاحب‌نام تجاری ایجاد گردد؛ زیرا در عمل بسیاری از نام‌های تجاری ثبت نشده و عدم حمایت از نام‌های ثبت‌نشده در اینجا می‌توانست آنها را از قلمرو شمول نظام حمایتی خارج سازد. در مجموع بر مبنای ماده مذکور رفتارهای مجرمانه نقض حقوق صاحب‌نام تجاری به شرح ذیل است:

- ۱- استفاده از نام تجاری دیگری به عنوان نام تجاری.
 - ۲- استفاده از نام تجاری دیگری به عنوان علامت تجاری.
 - ۳- استفاده از نام تجاری دیگری به عنوان علامت جمعی.
 - ۴- استفاده از نام تجاری دیگری به عنوان علامت تأییدی.
 - ۵- هرگونه استفاده از نام تجاری بر روی کالا یا خدمات که عرفاً موجب گمراهی عموم شود.
- در بدو امر، این تلقی متصور است مزیت خاص این مقرره قبل از هر چیز تفکیک بین مصادیق رفتارهای مجرمانه گوناگون است؛ تفکیک مصادیق مجرمانه به صورتی که در ماده ۱۱۸ آمده است، منطقی و موجه بوده و بر شفافیت و جامعیت این قانون افزوده است؛ زیرا مطابق اصل شفافیت، ضروری است که مصادیق جرم‌انگاری به دقت و به صورت مستقل ذکر شوند. به علاوه چنین رویکردی مطابق با اصول کیفیت قانونگذاری (مؤذن‌زادگان و رهدارپور، ۱۳۹۷: ۱۹۳) است. از منظر عملی نیز تفکیک مذکور راهبردی برای رفع ابهام از قانون و جلوگیری از تفسیر سلیقه‌ای و تشتت در رویه قضایی در زمینه احراز تحقق جرایم مورد نظر است.

با وجود این همه در بند ۲ ماده ۱۳۱ رفتار عام «هرگونه بهره‌برداری و استفاده غیرمجاز از نام تجاری برخلاف مقررات مندرج در این قانون به نحوی که نوعاً باعث فریب عموم شود» مطرح گردیده است؛ در این میان ممکن است تصور شود این بند عملاً تحول مثبت فوق را به‌طور کلی بلااثر می‌نماید؛ زیرا این مقرر قید فوق را حذف و با لحاظ قید «غیرمجاز» که دلالت بر عدم تعلق نام تجاری به استفاده‌کننده و تعلق آن به دیگری دارد، دیگر هرگونه استفاده از نام تجاری دیگری که موجب گمراهی یا فریب عموم شود را جرم‌انگاری نموده است، اعم از اینکه بر روی کالا و خدمات باشد یا خیر، همچنین در این ماده رفتار «بهره‌برداری» نیز به موازات «استفاده» جرم‌انگاری شده است که اگرچه گاه مترادف با آن به کار می‌رود؛ گاه نیز در معنای متفاوت و اعم، ناظر بر نفس ایجاد امکان استفاده یا همان استفاده بالقوه، صرف‌نظر تحقق یا عدم تحقق آن در عمل، است. این چنین با تفسیر این واژه در معنای عام آن که البته معنای غالب نیز هست، قلمرو شمول جرم بیش‌ازپیش گسترش می‌یابد. این در حالی است که رویکرد این قانون جبران خسارت زیان‌دیده و ایجاد بازدارندگی از این منظر است و قلمرو معنایی وسیع فوق آنجا که در عمل استفاده رخ ندهد و زبانی وارد نیاید توجیه‌ناپذیر می‌نماید؛ زیرا کاربرد این مقرر را فراتر از هدف اصلی آن نموده و اخلاق ناموجه در فعالیت معمول تجاری را موجب می‌گردد.

به نظر می‌رسد تفسیر مطلوب و شایسته آن است که قید «برخلاف مقررات مندرج در این قانون» در این ماده بیش از هر چیز ناظر بر ماده ۱۱۸ در توصیف اعمال ممنوع بوده و لذا رفتارهای مجرمانه را همان موارد مذکور در آن ماده می‌داند؛ با این وصف که علاوه بر این قید، ویژگی بعدی، یعنی «به نحوی که نوعاً باعث فریب عمومی شود»، نیز به تبع باید برای کلیه رفتارهای مجرمانه مورد نظر لحاظ گردد. به علاوه قید «غیرمجاز» در حوزه جرایم مرتبط با نقض اموال فکری قیدی شایع و معمول است که نه می‌توان برای وجودش آثار کارآمد در نظر گرفت و نه آنکه فقدان آن را موجب ایجاد ابهام در قانون دانست.

این چنین در مجموع بر مبنای ماده مذکور با لحاظ بند ۲ ماده ۱۳۱ که در ادامه بدان می‌پردازیم، رفتارهای مجرمانه نقض حقوق صاحب نام تجاری به شرح ذیل است:

- ۱- بهره‌برداری و استفاده غیرمجاز از نام تجارتی دیگری به‌عنوان نام تجارتی، به نحوی که نوعاً باعث فریب عموم شود؛
- ۲- بهره‌برداری و استفاده غیرمجاز از نام تجارتی دیگری به‌عنوان علامت تجاری، به نحوی که نوعاً باعث فریب عموم شود؛
- ۳- بهره‌برداری و استفاده غیرمجاز از نام تجارتی دیگری به‌عنوان علامت جمعی، به نحوی که نوعاً باعث فریب عموم شود؛
- ۴- بهره‌برداری و استفاده غیرمجاز از نام تجارتی دیگری به‌عنوان علامت تأییدی، به نحوی

که نوعاً باعث فریب عموم شود؛

۵- هرگونه بهره‌برداری و استفاده غیرمجاز از نام تجاری بر روی کالا یا خدمات، به نحوی که عرفاً و نوعاً موجب فریب و گمراهی عموم شود.

تنها اینکه در ارتباط با قید «به نحوی که عرفاً و نوعاً موجب فریب و گمراهی عموم شود» در ارتباط با آخرین مصداق رفتار مجرمانه در فوق، بر مبنای عطف دو قید «به نحوی که نوعاً باعث فریب عموم شود» در بند ۲ ماده ۱۳۱ و همچنین «که عرفاً موجب گمراهی عموم شود»، در ماده ۱۱۸ به رفتار مجرمانه مذکور و در راستای اعمال اصل تفسیر مضیق مقررات کیفری در اینجا عبارتی که ترکیب قطعی این دو قید باشد، یعنی عبارت «به نحوی که عرفاً و نوعاً موجب فریب و گمراهی عموم شود.» افزوده گردیده است. البته به نظر می‌رسد بر مبنای تشابه عبارات «عرفاً» و «نوعاً» و همچنین عبارات «فریب» و «گمراهی» با یکدیگر نمی‌توان ترکیب جدید را در اینجا دارای آثار تمایزبخشی دانست.

برخلاف تصور برخی نویسندگان حقوقی (امامی، ۱۳۹۰: ۱۲۸) در حقوق ایران، قانونگذار جرم جعل علامت تجاری را مشخصاً جرم‌انگاری کرده است. توضیح آنکه هرچند استفاده ثالث از علامت تجاری دیگری به خودی خود جعل تلقی نمی‌شود، اما مواد ۵۲۵، ۵۲۹ و ۵۳۰ کتاب پنجم قانون مجازات اسلامی ۱۳۷۵، جعل علائم تجاری متعلق به شرکت‌ها و مؤسسات دولتی، نهادهای عمومی و شرکت‌های خصوصی یا تجاری را جرم دانسته و استفاده از شکل مجعول این علائم نیز جرم‌انگاری شده است (نظام‌الملکی و مؤذن‌زادگان، ۱۳۹۷، ۲۳۳-۲۵۸). با وجود این همه، استفاده غیرمجاز از نام تجاری دیگری نمی‌تواند مصداق جعل تلقی شود؛ زیرا با تعریف جعل مادی که در ماده ۵۲۳ کتاب پنجم قانون مجازات اسلامی مصوب ۱۳۷۵ آمده است، مطابقت ندارد. در این ماده، جعل مادی ساختن نوشته یا سند، ساختن مهر یا امضا، خراشیدن، تراشیدن، قلم بردن، الحاق، محو، اثبات، سیاه کردن، تقدیم یا تأخیر تاریخ سند نسبت به تاریخ حقیقی، الصاق نوشته‌ای به نوشته دیگر، یا به کار بردن مهر دیگری بدون اجازه صاحب آن و نظایر این‌ها با قصد تقلب دانسته شده است؛ بنابراین، رفتارهایی همچون استفاده غیرمجاز از نام تجاری در تعریف جعل مادی جای نمی‌گیرند. همچنین، این نوع استفاده از نام تجاری با مفهوم جعل معنوی که در ماده ۵۳۴ قانون مجازات اسلامی آمده است نیز سازگار نیست. علاوه بر این، در سایر مواد قانونی مرتبط با جعل در فصل پنجم کتاب پنجم قانون مجازات اسلامی (شامل مواد ۵۲۳ تا ۵۴۲)، استفاده غیرمجاز از نام تجاری در دسته جعل قرار نگرفته است و عناوین مجرمانه مذکور در آنها این نوع استفاده را در بر نمی‌گیرد. به تبع حتی در بستر مبادلات الکترونیکی، مطابق با مواد مذکور و همچنین ماده ۶۸ قانون تجارت الکترونیکی مصوب ۱۳۸۲، این‌گونه رفتارها جعل محسوب نمی‌شوند. این چنین اگر نام تجاری با تغییر مشابه یا یکسان با نام

تجاری دیگری شود این اقدام صرفاً از منظر ایجاد وصف گمراه‌کنندگی برای عموم مشمول ماده ۱۱۸ در فوق است، اما جرم مستقل جعل تلقی نمی‌گردد.

در مجموع به نظر می‌رسد که برخلاف تصور اولیه ناشی از توجه به صرف مفاد ماده ۱۱۸، بر مبنای ماده ۱۳۱ و رابطه آن به ماده مذکور، بیان موضوعات نقض، ضمانت اجرای آنها و به‌طور کلی شاکله و ساختار حمایت کیفری به‌عمل آمده در این قانون فاقد جامعیت و شفافیت مطلوب است؛ از این رو باید اذعان نمود جایگاه نام تجاری در حقوق کیفری ایران، به‌ویژه در مقایسه با کشورهایمانند سوئد که به‌طور مستقل و جامع در قالب قانونی اختصاصی به حمایت از نام‌های تجاری پرداخته‌اند، به‌اندازه کافی مورد توجه قرار نگرفته است. از سوی دیگر قانون جدید تنها برای مخترع حقوق معنوی را شناسایی کرده و به‌تبع آن، مجازات نقض این حقوق نیز صرفاً به همین حوزه محدود شده است. این امر بیانگر بی‌توجهی قانونگذار به حقوق معنوی سایر اموال فکری تحت حمایت این قانون، از جمله نام‌های تجاری، است. این چنین مقررات کیفری در حوزه رفتار مجرمانه نقض حقوق صاحب نام تجاری هنوز نتوانسته به‌درستی همسو با تحولات بین‌المللی و واقعیات حاکم بر امور اقتصادی و تجاری باشد؛ راهبردهای تفسیری و نقش رویه قضایی نیز نمی‌تواند این تحول را محقق نماید؛ ناگزیر باید درصدد اصلاح قانون و رفع نقایص فوق برآمد.

۳-۳- نتیجه مجرمانه

در تحلیل نتیجه مجرمانه ناشی از استفاده از نام تجاری، در حالی که ضروری است میان رفتارهای مجرمانه مختلف تمایز قائل شویم تا بتوان به درک دقیق‌تری از ماهیت و اثرات این رفتارها دست یافت و در شرایطی که ماده ۱۱۸ قانون به‌وضوح مصادیق اعمال ممنوع را بیان نموده است، قانونگذار، در انتهای بند ۲ ماده ۱۳۱ که به تعیین مجازات رفتارهای مجرمانه پرداخته، از قید «نوعاً باعث فریب عموم گردد» استفاده کرده است. این قید، مشابه قیدهای پیشین، بر قابلیت بالقوه فریب تأکید دارد و فراتر از لزوم وقوع واقعی فریب است. در بدو امر به نظر می‌رسد استفاده مکرر از این قید، آن هم با تعبیری متفاوت، در اینجا موجب ایجاد ابهام در تفکیک جرایم مطلق و مقید شده و نقضی جدی و آشکار محسوب می‌گردد. با وجود این، به شرحی که پیش از این در بحث از رفتار مجرمانه ذکر گردید، بر مبنای تشابه عبارات «عرفاً» و «نوعاً» و همچنین عبارات «فریب» و «گمراهی» با یکدیگر نمی‌توان این تفاوت را دارای آثار تمایزبخشی دانست.

با توجه به عام بودن مفاد بند، این قید رفتارهای مجرمانه مرتبط با استفاده از نام تجاری، علامت تجاری، علامت جمعی و علامت تأییدی را مقید به نتیجه مجرمانه مذکور می‌نماید. در نتیجه با توجه به جرم‌انگاری هرگونه بهره‌برداری و استفاده غیرمجاز از نام تجاری قید «برخلاف مقررات مندرج در این قانون» در اینجا ماده ۱۱۸ در توصیف اعمال ممنوع را نیز در

برمی‌گیرد و قدر متیقن اینکه تمامی رفتارهای مجرمانه مندرج در ماده ۱۱۸ تنها در صورتی مشمول مجازات شوند که نوعاً باعث فریب عموم گردند؛ بنابراین عملاً مصادیق رفتارهای مجرمانه در ماده ۱۱۸ آمده که ماده ۱۳۱ تمامی آنها را مقید به نتیجه نموده است.

این‌چنین در حال حاضر تمامی جرایم نقض حقوق صاحب نام تجاری در قانون جدید جرایمی مقید به نتیجه مجرمانه «نوعاً باعث فریب عموم گردد» هستند. ابهامی که در این زمینه وجود دارد آن است که اگر اثر این قید را در ماده مذکور نفی هرگونه اثر حقوقی برای ممنوعیت مذکور بدانیم، عملاً و منطقی‌مقرره ماده ۱۱۸ حشو و زائد می‌نماید؛ اما اگر آن را صرفاً در زمینه اثر کیفی و احراز وصف مجرمانه عمل مؤثر بدانیم و در نتیجه قائل بر این شویم که با عدم تحقق نتیجه موصوف برای مبنای ممنوعیت ذکرشده اقدام زیان‌آور مرتکب متضمن تبعات حقوقی و التزام به جبران خسارت است، این ایراد مطرح می‌گردد که مبنای این حد از تمایز بین تقصیر کیفی و سبیت و یا تقصیر حقوقی چیست. به نظر می‌رسد همسو با تحولات نظام مسئولیت مدنی در پذیرش مبنای مسئولیت بدون تقصیر که هدف اولیه را جبران زیان می‌دانند و همچنین برای جلوگیری از حشو شدن ممنوعیت موضوع ماده ۱۱۸ باید تفسیر اخیر را توجیه و پذیرش نمود. البته نباید فراموش نمود که مصادیق تمایز مسئولیت کیفی و مسئولیت مدنی در اینجا محدود و نادر است؛ زیرا در قواعد مسئولیت مدنی ناشی از نقض حقوق مالکیت فکری قید «نوعاً باعث فریب عموم گردد»، فراتر از احراز تقصیر در موارد مسئولیت مبتنی بر تقصیر، در انتساب رابطه سببیت عرفی به‌عنوان رکن اصلی مسئولیت نیز مؤثر است.

۴- عنصر روانی

با توجه به اصل عمدی بودن جرایم و سکوت قانونگذار در قانون حمایت از مالکیت صنعتی مصوب ۱۴۰۳ در این خصوص، جرایم موضوع این قانون عمدی محسوب می‌شوند. در این موارد، علم به قانون مفروض است. علم به موضوع، یعنی تعلق نام تجاری به دیگری، ضروری است. علاوه بر لزوم وجود علم به موضوع، یعنی علم به تعلق علامت به غیر، احراز قصد مجرمانه نیز ضروری است. سوءنیت عام، یعنی قصد استفاده از نام تجاری به‌عنوان نام تجاری، علامت تجاری، علامت جمعی یا قصد هرگونه استفاده آن بر روی کالاها و خدمات ضروری است. بر مبنای تحول ماده ۱۴۴ قانون مجازات اسلامی و همراهی با آن دسته از نویسندگان کیفی که در تحقق سوءنیت مجرمانه هر یک از قصد نتیجه یا علم به وقوع آن را شکل مستقلی از سوءنیت خاص می‌دانند (حسانی و حاجی‌ده‌آبادی، ۱۴۰۰: ۵۸)، به نظر می‌رسد جرم حاضر نیازمند سوءنیت خاص در مفهوم مورد نظر است؛ این‌چنین قصد فریب یا گمراهی عموم و یا علم به آن در ارتباط با هر یک از اشکال استفاده مجرمانه از نام تجاری سوءنیت خاص مورد نظر در جرم حاضر

هستند. این دیدگاه در عمل رویکردی واقع‌بینانه را در زمینه احراز جرم به همراه می‌آورد؛ زیرا با اثبات رفتار مجرمانه و انتساب آن به مرتکب، بر مبنای احراز اولیه علم با توجه به اوضاع و احوال حاکم در بستر ارتکاب جرم در بسیاری از موارد در عمل بار اثبات معکوس و مرتکب می‌بایست فقدان علم خویش را به اثبات رساند. امری دشوار که مانع از توجیهاات بی‌اساس در زمینه عدم احراز جرم می‌گردد.

۵- مجازات

مطابق صدر ماده ۱۳۱ قانون حمایت از مالکیت صنعتی مصوب ۱۴۰۳: «ارتکاب هر یک از رفتارهای زیر جرم محسوب می‌شود و مرتکب، علاوه بر جبران خسارت و ضبط اموال و عواید حاصل از جرم، به پرداخت جزای نقدی درجه پنج یا جزای نقدی معادل دو برابر خسارات وارد شده، هرکدام که بیشتر باشد، محکوم می‌گردد: ...».

به‌تبع افزایش مصادیق مورد حمایت قلمرو این ماده در مقایسه با ماده ۶۱ قانون ثبت اختراعات، طرح‌های صنعتی و علائم تجاری ۱۳۸۶ وسیع‌تر بوده و تمامی جنبه‌های نقض حقوق مالکیت صنعتی را در برمی‌گیرد. همچنین، تبصره ۶ ماده مذکور نیز در صورتی که مدعی نقض با اظهارنامه رسمی به شخص ناقض اخطار دهد که فعالیت او مصداق نقض حقوق وی بوده و توقف فوری فعالیت نقض‌کننده را خواستار شود، اما شخص ناقض همچنان به فعالیت خود ادامه دهد، در صورت اثبات نقض، برای وی جزای نقدی معادل سه برابر خسارات وارده از تاریخ ابلاغ اظهارنامه رسمی تا صدور حکم، تعیین نموده است.^{۱۷}

جزای نقدی مذکور در متن ماده با لحاظ تصویب‌نامه هیئت‌وزیران (اصلاح مبالغ جزای نقدی جرایم و تخلفات) مصوب ۱۴۰۳ در زمینه به‌روزرسانی مبالغ جزای نقدی، حداقل دویست میلیون ریال و حداکثر هشتصد میلیون ریال (درجه شش) یا مبلغ معادل دو برابر خسارت وارده، هرکدام که بیشتر باشد، است.

در قانون حمایت از مالکیت صنعتی ۱۴۰۳ همسو با تحول شناسایی مجازات و مسئولیت کیفری اشخاص حقوقی در کشورهای پیشرفته (نیکومنظری، ۱۴۰۳: ۱۱۲) و در سطحی فراتر از قانون مجازات اسلامی مسئولیت کیفری اشخاص مذکور شناسایی شده است. در اینجا چنانچه مرتکب جرم شخص حقوقی باشد، مطابق ماده ۱۳۲ قانون جدید و مواد ۲۰ و ۲۱ قانون

۱۷. تبصره مذکور مقرر می‌دارد: «اگر مدعی نقض، طی اظهارنامه رسمی به شخص ناقض اخطار دهد که فعالیت او مصداق نقض حقوق وی بوده و توقف فوری فعالیت نقض‌کننده را خواستار شود و با این وجود، شخص ناقض همچنان به فعالیت خود ادامه دهد، در صورت اثبات نقض، وی به جریمه‌ای معادل سه برابر خسارات وارده از تاریخ ابلاغ اظهارنامه رسمی تا صدور حکم، محکوم می‌شود.»

مجازات اسلامی مصوب ۱۳۹۲، مجازات‌های زیر اعمال می‌شود:

۱- انحلال شخص حقوقی. ۲- مصادره کل اموال. ۳- ممنوعیت از یک یا چند فعالیت شغلی یا اجتماعی به صورت دائم یا حداکثر برای مدت پنج سال. ۴- ممنوعیت از دعوت عمومی برای افزایش سرمایه به صورت دائم یا حداکثر برای مدت پنج سال. ۵- ممنوعیت از صدور برخی از اسناد تجاری حداکثر برای مدت پنج سال. ۶- جزای نقدی به میزان حداقل دو برابر و حداکثر چهار برابر میزان جریمه شخص حقیقی. ۷- انتشار حکم محکومیت از طریق رسانه‌ها.

در این میان تشدید مجازات مالی برای اشخاص حقوقی، به ویژه در جرایم اقتصادی سیاستی متناسب و همسو با اسناد بین‌المللی است؛ چنانکه در ماده ۱۰ کنوانسیون پالمو که در قانون الحاق دولت ایران به کنوانسیون مذکور^{۱۸} نیز انعکاس یافته، بر ضرورت ضمانت اجراهای مؤثر، متناسب و بازدارنده برای اشخاص مذکور تأکید نموده است. (مهردوی پور، ۱۳۹۰: ۱۸۵) مزیت دیگر این مقرر گذر از دیدگاهی است که با استناد به ضرورت ادراک و اختیار در تحقق جرم، فاعل و مباشر جرم را تنها انسان می‌داند (بازوند و نورمحمدی، ۱۴۰۲: ۲۴)، با بیان عبارت «هرگاه شخص حقوقی مرتکب جرایم موضوع این قانون شود» و شناسایی قابلیت انتساب جرم به شخص حقوقی است؛ این چنین در اینجا اصل عدم مسئولیت کیفری اشخاص حقوقی اعمال نمی‌گردد. با وجود این، همچنان مسئولیت کیفری اشخاص حقوقی با مسئولیت کیفری اشخاص حقیقی به عنوان فاعل یا مباشر مستقیم جرم ملازمه دارد؛ از این رو اعمال مجازات بر شخص حقوقی مانع از تعقیب و مجازات شخص حقیقی مرتکب نیست؛ بنابراین در اینجا نیز انتساب جرم تابع همان قاعده کلی مقرر در ماده ۱۴۳ قانون مجازات اسلامی است و در صورتی شخص حقوقی دارای مسؤلیت کیفری است که نماینده قانونی آن به نام یا در راستای منافع شخص حقوقی مرتکب جرمی گردد.

تبصره ۲ ماده ۱۳۱ قانون جدید، علاوه بر مجازات‌های ذکر شده، حبس تعزیری درجه شش (بین ۶ تا ۲۴ ماه) را برای نقض حقوق صاحب نام تجاری در فضای مجازی مقرر کرده است. تشدید مجازات در فضای مجازی نشان‌دهنده توجه دقیق قانونگذار به افزایش جرایم مرتبط با فناوری‌های نوین و ضرورت مقابله قاطع با آنها است. به ویژه آنکه، بهره‌برداری غیرمجاز از نام تجاری در فضای مجازی علاوه بر آنکه می‌تواند شامل جعل هویت، فریب کاربران و تبلیغات کاذب باشد، آثار مخرب‌تر بسیار بیشتری را در مقایسه با محیط مادی موجب می‌گردد؛ در نتیجه تقویت وصف بازدارندگی ضروری بوده که از طریق افزایش مجازات تأمین گردیده است. در این

۱۸. قانون الحاق دولت جمهوری اسلامی ایران به معاهده (کنوانسیون) سازمان ملل متحد برای مبارزه با جرایم سازمان‌یافته فراملی مصوب ۱۴۰۴/۰۲/۳۰.

میان تبصره ۳ ماده مذکور که جرم نقض حقوق صاحب نام‌های تجاری را به‌صراحت غیرقابل گذشت دانسته، وصف بازدارندگی را در اینجا بیش‌ازپیش تقویت می‌نماید.

درنهایت اینکه تعیین مجازات واحد در قانون جدید برای تمامی مصادیق نقض مالکیت صنعتی، مشابه با قانون سابق، ایرادی جدی بوده که مغایر با اصل تناسب جرم و مجازات است؛ زیرا آثار و پیامدهای ناشی از نقض حقوق مرتبط با هر یک از انواع مالکیت صنعتی مانند اختراعات، علائم تجاری و طرح‌های صنعتی یکسان نیست و نمی‌توان تمامی این نقض‌ها را دارای مجازات واحد دانست. افزون بر این، در هر یک از این موارد، شرایط و اوضاع و احوال جرم می‌تواند تفاوت‌های چشمگیری داشته باشد که بر شدت و میزان تخریب ناشی از نقض اثرگذار است. به‌تبع شرایط و اوضاع و احوال ارتکاب جرم نیز بر تناسب جرم و مجازات مؤثر است؛ چه‌بسا مجازاتی در زمانی و مکانی متناسب تلقی گردد، اما در زمانی و مکانی دیگر نامتناسب تلقی شود (رحمدل، ۱۳۸۹: ۴۲).

درنهایت اینکه در قانون سابق، برای جرم نقض حقوق صاحب نام تجاری، مجازات حبس و جزای نقدی منفرداً یا توأم با یکدیگر تعیین گردیده بود، مقنن در قانون جدید در این زمینه، علی‌رغم آنکه در اقدامی کارآمد ضرورت جبران خسارات مادی و رد مال را تصریح نموده، اما از منظر مجازات تنها به جزای نقدی بسنده کرده و مجازات حبس را محدود به جرایمی نموده که در فضای مجازی رخ می‌دهند. این تغییر در مجازات، بازدارندگی قانون را کاهش می‌دهد و زمینه‌ساز افزایش وقوع این نوع جرایم است.

نتیجه‌گیری

نتایج پژوهش حاضر حمایت از مالکیت صنعتی مصوب سال ۱۴۰۳ حکایت از وجود نواقص چشمگیری دارد که نه‌تنها کارآمدی قانون در حمایت از حقوق صاحب نام تجاری را کاهش می‌دهد، بلکه به ابهامات قانونی و عدم اطمینان برای فعالان این حوزه دامن می‌زند. نقاط ضعف اصلی قانون و راهبردهای مورد توصیه برای رفع آنها عبارت‌اند از:

۱- ایراد در تعیین مجازات‌ها: این ایراد از چند منظر مطرح است؛ نخست آنکه مجازات متناسب بازدارنده با اشخاص حقیقی تاجر پیش‌بینی نگردیده است؛ دوم آنکه ماده ۱۳۲ قانون جدید با ارجاع مجازات اشخاص حقوقی به ماده ۲۰ قانون مجازات اسلامی ۱۳۹۲، بر مبنای نوع و شدت مجازات‌های مذکور در این ماده، اصل تناسب جرم و مجازات را نقض نموده است؛ درنهایت اینکه برای تمامی جرایم مالکیت صنعتی مجازات واحد پیش‌بینی شده است.

در این زمینه اصلاح قانون ضروری است؛ بدین نحو که:

- مجازات جزای نقدی متفاوت و مشدد، برخی مجازات‌های خاص از قبیل لغو مجوز فعالیت بازرگانی، ابطال کارت بازرگانی، تعطیل محل تجارت در مدت معین برای اشخاص حقیقی تاجر

پیش‌بینی گردد؛

- مقرر ماده ۱۳۲ به بندهای الف، ت و ث ماده مذکور که ناظر بر مجازات‌های غیرمتناسب با جرم نقض حقوق صاحب نام تجاری است، عطف نگردد؛

- مشابه قانون سابق مجازات حبس نیز پیش‌بینی گردد؛ البته بر مبنای اعمال مجازات جزای نقدی درجه ۵ ضمن حفظ این مجازات، توصیه می‌گردد مجازات حبس در سطح درجه ۶ پیش‌بینی گردد تا شدت آن موجب واهمه اشخاص از فعالیت معمول تجاری و تضعیف رویه تجاری و رقابتی نگردد.

- مجازات نام تجاری از سایر جرایم مالکیت صنعتی مستقل و متمایز پیش‌بینی گردد.

۲- عدم جرم‌انگاری نقض حقوق معنوی نام تجاری: در قانون جدید فقط برای حق اختراع حقوق معنوی پیش‌بینی شده است و به تبع آن در ماده ۱۲۳ مجازات نقض حقوق معنوی فقط در این حوزه وضع گردیده است.

توصیه می‌شود از این منظر نیز در بازنگری قانون ضمن پذیرش حقوق معنوی صاحب نام تجاری نقض آن نیز جرم‌انگاری گردد؛ زیرا امروزه حقوق معنوی در حوزه مالکیت‌های صنعتی و نام تجاری نیز مفهومی شناخته شده است. به‌ویژه آنکه نام تجاری با توصیف خود تاجر و نه کالاها و خدمات وی به‌نوعی با اعتبار و شخصیت شغلی وی پیوند می‌یابد و حقوق معنوی جزو لاینفک آن است.

۳- ضعف چهارچوب قانونی شفاف و جامع: قانون جدید به‌وضوح حقوق صاحب نام تجاری را تعیین ننموده است؛ این امر تشخیص نقض حقوق صاحب نام تجاری و همچنین تعریف جرایم مرتبط با آن را دشوار می‌نماید.

همچنین تناقض میان بند ۲ ماده ۱۳۱ و ماده ۱۱۸ یکی از اشکالات اساسی قانون جدید است. در نتیجه هر چند قانونگذار در قانون جدید تلاش کرده است تا مسئولیت کیفری مرتبط با استفاده غیرمجاز از نام تجاری را به‌طور دقیق‌تری مشخص کند، اما استفاده مکرر از قید «نوعاً باعث فریب عموم گردد» باعث شده است که این قانون همچنان دچار ابهام و نقص باشند. توصیه می‌گردد این نقیصه که زمینه‌ساز ایجاد تشتت آراء در حمایت کیفری خواهد گردید، مورد بازبینی و اصلاح قرار گیرد.

۴- ضعف هماهنگی حمایت کیفری موجود با استانداردهای بین‌المللی: نمی‌توان حمایت کیفری موجود را متناسب و هم‌راستا با استانداردهای بین‌المللی، حتی در سطح یک کشور در حال توسعه، دانست. وجود این حجم از نقص و ابهام در مقررهای تازه ضعف مقررات کیفری کشور در این زمینه را آشکار می‌سازد و مانعی جدی برای اجرای الزامات بین‌المللی موجود و تأمین استاندارد حمایت متناسب مورد نظر در مواد ۸، ۹ و ۱۰ کنوانسیون پاریس و همچنین

ماده ۶۱ موافقت‌نامه تریپس است؛ این امر در چشم‌انداز الحاق احتمالی کشورمان به سازمان تجارت جهانی در آینده از موانع جدی تلقی می‌گردد. به‌علاوه تلاش برای تطبیق قوانین داخلی با اسناد بین‌المللی مذکور می‌تواند منجر به افزایش اعتبار حقوق مالکیت صنعتی در ایران شود و جذب سرمایه‌گذاری خارجی را تسهیل کند.

توصیه ضروری نگارندگان آن است که اصلاح قانون کنونی به شرح فوق، نه صرفاً از منظر اصلاح قانون ملی، بلکه برای تأمین زیرساخت‌های تقنینی مورد نیاز برای حضور اشخاص حقیقی و حقوقی خارجی و جذب سرمایه‌گذاری خارجی در ایران، می‌بایست در اولویت جدی اقدام قرار گیرد.

فهرست منابع

- الف) منابع فارسی
- اسکینی، ربیعا. (۱۳۸۶). حقوق تجارت (کلیات، معاملات تجاری، تجار و سازمان‌دهی فعالیت تجاری). تهران: سازمان مطالعه و تدوین کتب علوم انسانی دانشگاه‌ها (سمت).
 - اصلانی، حمیدرضا. (۱۳۸۹). حقوق مالکیت صنعتی در فضای سایبر. تهران: بنیاد حقوقی میزان.
 - امامی، اسدالله. (۱۳۹۰). حقوق مالکیت صنعتی. تهران: بنیاد حقوقی میزان.
 - بازوند، وحید و حسین نورمحمدی. (۱۴۰۲). نقش دوگانه ابزار رایانه‌ای در تحقق کلاهبرداری. مجله حقوقی دادگستری، (۱۲۲).
 - پورنوری، منصور. (۱۳۸۳). حقوق مالکیت معنوی در دادگاه علامت تجاری و اختراعات. تهران: انتشارات مهد حقوق.
 - جاویدنیا، جواد. (۱۳۸۸). جرایم تجارت الکترونیکی. تهران: انتشارات خرسندی.
 - حسانی، یعقوب و حسن حاجی‌ده‌آبادی. (۱۴۰۰). علم (به وقوع نتیجه یا به قابلیت فعل در ایجاد نتیجه) در تشکیل سوءنیت خاص. مجله حقوق اسلامی، (۶۸).
 - حکمت‌نیا، محمود. (۱۴۰۰). نظام مالکیت فکری خاستگاه، زیرساخت‌ها و ساختارها. تهران: پژوهشگاه فرهنگ و اندیشه اسلامی.
 - دمرچیلی، محمد، علی حاتمی و محسن قرائی. (۱۳۸۶). قانون تجارت در نظم حقوقی کنونی. تهران: انتشارات میثاق عدالت.
 - رحمدل، منصور. (۱۳۸۹). تناسب جرم و مجازات. تهران: انتشارات سمت.
 - سازمان ثبت اسناد و املاک کشور. همایش ملی بررسی حقوق مالکیت صنعتی در جمهوری اسلامی ایران و جنبه‌های تجاری حقوق مالکیت معنوی در تجارت بین‌الملل. (۱۳۷۵). تهران.
 - شاکری، زهرا و سعید حبیبیا. (۱۳۸۹). تدابیر مرزی در حمایت از حقوق مالکیت فکری. فصلنامه پژوهشنامه بازرگانی، (۵۷).
 - شیخی، مریم. (۱۳۹۴). اصول حقوق مالکیت فکری. تهران: بنیاد حقوقی میزان.
 - شیروی، عبدالحسین. (۱۳۹۸). داوری تجاری بین‌المللی. چاپ نهم. تهران: سازمان مطالعه و تدوین کتب علوم انسانی دانشگاه‌ها (سمت).
 - صادقی، محسن و علی زند وکیلی. (۱۳۹۲). نام تجاری و تمیز آن از مفاهیم مشابه. فصلنامه پژوهشنامه بازرگانی، (۶۸).
 - قاجار قیونلو، سیامک. (۱۳۹۱). مقدمه حقوق سایبر. تهران: بنیاد حقوقی میزان.
 - کوابانی، کورش. (۱۳۹۷). مقدمه حقوق تجارت. چاپ دوم. تهران: بنیاد حقوقی میزان.
 - مهدوی‌پور، اعظم. (۱۳۹۰). سیاست کیفی افتراقی در قلمرو بزهکاری اقتصادی. چاپ دوم. تهران: بنیاد حقوقی میزان.

- مؤذن‌زادگان، حسنعلی و حامد رهدارپور. (۱۳۹۷). اصل شفافیت قانون و جایگاه آن در رویه قضایی دیوان اروپایی حقوق بشر و حقوق کیفری ایران. فصلنامه دیدگاه‌های حقوق قضایی، ۲۳(۸۱).
- میرحسینی، سید حسن. (۱۳۹۰). حقوق علائم تجاری. تهران: بنیاد حقوقی میزان.
- میرمحمدصادقی، حسین. (۱۳۸۴). حقوق کیفری اختصاصی جرایم علیه امنیت و آسایش خصوصی. تهران: بنیاد حقوقی میزان.
- میرمحمدصادقی، حسین. (۱۳۹۹). حقوق کیفری اختصاصی جرایم علیه اموال و مالکیت. تهران: بنیاد حقوقی میزان.
- نظام‌الملکی، جعفر و حسنعلی مؤذن‌زادگان. (۱۳۹۷). جرم نقض حقوق ناشی از ثبت علائم تجاری در حقوق ایران با نگاهی به موافقت‌نامه تریپس. پژوهشنامه حقوق کیفری، (۱۸).
- نظام‌الملکی، جعفر. (۱۳۹۶). حمایت کیفری از حقوق مالکیت فکری در فضای اینترنت. تهران: بنیاد حقوقی میزان.
- نیکومنظری، امین. (۱۴۰۳). ضمانت اجراهای کیفری اشخاص حقوقی در نظام‌های کیفری آمریکا و ایران. مجله حقوقی دادگستری، (۱۲۷).
- هیئت مؤلفان و ویراستاران انتشارات میکروسافت. (۱۳۸۹). فرهنگ تشریحی اصطلاحات کامپیوتری میکروسافت. ترجمه فرهاد قلی‌زاده نوری. چاپ چهارم. تهران: انتشارات آذر: انتشارات سیمای دانش.
- (ب) منابع انگلیسی
- Angelo, Matthew, Daniel Boland, Danielle Drago, Megan Ferguson, Melissa Ginsberg & Marisa Poncia. (2020). Intellectual Property Crimes. *American Criminal Law Review*, 57(3).
- Benson, Fiona, Nora Ellingsen, Melissa Ginsberg, Marisa Poncia, and Zachary Taylor. (2024). Intellectual Property Crimes. *American Criminal Law Review*, 61(3).
- Buta, P. G. (2021). *Trade Names in the Trademark Regime: Comeback of the Forgotten Twin? Challenges of the Knowledge Society*. Nicolae Titulescu University of Bucharest.
- Cane, Madeleine, Daniel Boland, Danielle Drago, Melissa Ginsberg, and Marisa Poncia. (2021). Intellectual Property Crimes. *American Criminal Law Review*, 58(3).
- Kowalski, Todd, Nora Ellingsen, Melissa Ginsberg, Marisa Poncia, and Zachary Taylor. (2023). Intellectual Property Crimes. *American Criminal Law Review*, 60(3).
- Lavin, Sean, Danielle Drago, Megan Ferguson, Melissa Ginsberg, and Marisa Poncia. (2019). Intellectual Property Crimes. *American Criminal Law Review*, 56(3).
- Little, G. (2022). Protection of Descriptive Trade Names. *GRUR International*, 71(2). <https://doi.org/10.1093/grurint/ikab148>
- Luo, Yushan. (2018). Intellectual Property Crimes. *American Criminal Law Review*, 55(4).
- Montone, M., M. J. van den Assem and R. C. J. Zwinkels. (2023). Company name fluency and stock returns. *Journal of Behavioral and Experimental Finance*, (39). <https://doi.org/10.2139/ssrn.3123201>.
- Oguama, L. (2021). Domain Name Theft - Cybersquatting: What it Means for Trade Marks. *SSRN*. <https://ssrn.com/abstract=3837629>
- Ruse-Khan, H. Grosse. (2011). A trade agreement creating barriers to international trade? ACTA border measures and goods in transit. *American University International Law Review*, 26(3).

-
- Song, H., and N. Schwarz. (2009). If it's Difficult to pronounce, it must be risky. *Psychological Science*, 20(2).
 - Stoll, Tobias, Jan Busche, and Katrin Arend. (2009). *WTO - Trade-Related Aspects of Intellectual Property Right*. Boston: Martinus Nijhoff Publishers.
 - Swedish Acts on Trade Names 2018. Available at: <https://wipolex-res.wipo.int/edocs/lexdocs/laws/en/se/se224en.html>
 - WIPO. (2004). *WIPO Intellectual Property Rights Handbook*. Geneva: WIPO Publication.