

قابل انتشار (دوره ۱۴، شماره ۲۸، بهار ۱۴۰۵) فصلنامه پژوهش‌های حقوق جزا و جرم‌شناسی

۱. محمد نظام الملکی (نویسنده مسئول)، دانش‌آموخته کارشناسی ارشد حقوق مالکیت فکری، دانشکده حقوق، دانشگاه قم، قم ایران.
۲. جعفر نظام الملکی، دانش‌آموخته دکتری حقوق خصوصی، دانشکده حقوق، دانشگاه قم

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

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، به ویژه ماده ۱۱۸ و ماده ۱۳۱، وجود دارد که نیازمند تحلیل و آسیب‌شناسی می‌باشد. 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 صاحب نام 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 از همچنین ضرورت شناسایی و رفع کاستی‌های موجود در آن همچون اعمال اصل تناسب جرم و مجازات، حمایت از حقوق معنوی مرتبط با نام تجاری، تأمین حداقلی استانداردهای بین‌المللی می‌باشد. لذا در بحث از سؤالات پژوهش در زمینه چپستی حمایت کیفری ماهوی از نام‌های تجاری در این قانون، و همچنین ظرفیت‌ها، نقائص، قلمرو و شرایط آن، کاستی‌های مذکور نیز مورد توجه می‌باشد.

شیوه پژوهش در مقاله حاضر بنیادی و کاربردی و نحوه گردآوری منابع روش کتابخانه‌ای می‌باشد. مطابق نتایج مقاله، چارچوب کیفری موجود به 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.

واژگان کلیدی: حمایت کیفری، نقض، نام تجاری، حقوق ایران، اسناد بین‌المللی

Analysis of the Crime of Trade Name Owner's Rights Infringement in Iranian Law with a look at International Instruments

Abstract:

The new Act on the Protection of Industrial Property Rights does not allocate a dedicated section to trade names, and the topic has received less than proportionate attention. Within this framework, several ambiguities persist in the provisions governing criminal protection most notably Articles 118 and 131 which warrant careful analysis and critique. The significance of this study stems from the adverse effects of these ambiguities on deterrence and on compliance with international protection standards. The paper therefore aims to critically assess the criminal protection afforded to trade name holders under the new Act and to propose targeted reforms. The central hypothesis is twofold: first, that the new law seeks to deliver more effective criminal protection for trade names compared to the previous statute; second, that meaningful progress requires identifying and remedying current shortcomings namely, enforcing the principle of proportionality between offenses and penalties, recognizing the moral (non-pecuniary) rights connected to trade names, and ensuring baseline alignment with international standards. Accordingly, in addressing the study's core questions what constitutes substantive criminal protection for trade names under the Act, what its strengths and deficiencies are, and how its scope and conditions are defined these gaps are examined in depth.

Methodologically, the research is fundamental and practical applied in nature and relies on library-based sources. The findings indicate that the current criminal framework is ineffective and misaligned with international benchmarks, primarily due to the failure to differentiate between types of infringing conduct and to calibrate penalties proportionately. Reform is therefore essential, including explicit recognition of moral rights, clear categorization of infringement scenarios, and a principled redesign of sanctions..

Keywords: Criminal protection, infringement, trade name, Iranian law, international document

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 پرونده های 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.^۱ در این میان در حوزه مقررات کیفری مالکیت فکری نیز نام‌های مذکور در حد شایسته مورد توجه واقع نگردیده و در بسیاری از موارد در ارتباط با علائم تجاری مطرح و مورد بحث واقع می‌گردد.^۲ 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 چارچوب دو گروه از اهداف صورت گیرد؛ اهداف حمایتی نظام حقوق مالکیت فکری از یک سو و اصول و مبانی حقوق کیفری در زمینه اصل تناسب جرم و مجازات، تشدید یا تخفیف کیفر، اثربخشی مجازات اشخاص حقوقی یا حقیقی و... از سوی دیگر.

ضرورت حمایت کیفری و جرم‌انگاری نقض حقوق صاحب نام 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^۳ و همچنین نقش نام‌های تجاری بسیط در تقویت سرمایه فکری انسانی و افزایش ارزش کلی صاحب نام^۴ 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 موثر از صاحب نام‌های تجاری شده بود.^۵ در حال حاضر قانون حمایت از مالکیت صنعتی مصوب ۱۴۰۳ در تلاش برای رفع این نقیصه عمل نموده است. این چنین تحلیل این قانون در برهه کنونی، که هنوز ابعاد

1- P. G. Buta, "Trade Names in the Trademark Regime: Comeback of the Forgotten Twin? Challenges of the Knowledge Society," *Nicolae Titulescu University of Bucharest* (2021): 725.

2- Matthew Angelo et al., "Intellectual Property Crimes," *American Criminal Law Review* 57, no. 3 (2020): 992; Fiona Benson et al., "Intellectual Property Crimes," *American Criminal Law Review* 61, no. 3 (2024): 849; Madeleine Cane et al., "Intellectual Property Crimes," *American Criminal Law Review* 58, no. 3 (2021): 1170; Todd Kowalski et al., "Intellectual Property Crimes," *American Criminal Law Review* 60, no. 3 (2023): 1020-1021; Sean Lavin et al., "Intellectual Property Crimes," *American Criminal Law Review* 56, no. 3 (2019): 1120; Yushan Luo, "Intellectual Property Crimes," *American Criminal Law Review* 55, no. 4 (2018): 1399-1446.

3- M. Montone, M. J. van den Assem, and R. C. J. Zwinkels, "Company name fluency and stock returns," *Journal of Behavioral and Experimental Finance* 39 (2023): 1, <https://doi.org/10.2139/ssrn.3123201>.

4- H. Song and N. Schwarz, "If it's Difficult to pronounce, it must be risky," *Psychological Science* 20, no. 2 (2009): 136.

۵- برای مطالعه پیرامون وضعیت و کیفیت حمایت کیفری از نام‌های تجاری در قانون مذکور ر.ک: نظام الملکی، ۱۳۹۶، ۱۸۲-۱۸۵.

اجرایی و کاربردی آن در عمل آشکار نگردیده، ضروری می‌نماید؛ تا هم ظرفیت‌های قانونی و قلمرو شمول آن معین گردد، و هم آنکه نقائص احتمالی شناسایی و آسیب‌شناسی گردد، و با راهبردهای اجرایی و کارآمد و عنداللزوم پیشنهادها اصلاحی مرتفع یا تضعیف شود. لازم به ذکر است آسیب‌شناسی مورد نظر در اینجا عمدتاً متکی بر معیارهای حقوق جزای اختصاصی و از این منظر می‌باشد.

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 به طور کلی ضعف سیاست کیفری می‌باشد. در این راستا این پژوهش درصدد پاسخ به این سوالات اساسی است: حمایت کیفری ماهوی از نام‌های تجاری در قانون حمایت از مالکیت صنعتی مصوب ۱۴۰۳ چگونه است؟ ظرفیتها و نقائص 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 نیز می‌باشد.

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

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 تجاری یعنی اسم یا عنوانی که معرف و مشخص‌کننده شخص حقیقی یا حقوقی باشد».

مطابق دیدگاه برخی نویسندگان^۶ 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 نقائص بود؛ از جمله تمایز ناکافی آن با مفاهیم مشابه نظیر اسم شرکت‌ها. آنچه ضرورت و مطلوبیت تمایز فوق را بیش از پیش تأیید و تقویت می‌نماید رویه اتخاذی در نظام حقوقی کشورهای پیشرو در حوزه حقوق مالکیت صنعتی می‌باشد. چنانکه ماده یک «قانون نام‌های تجاری سوئد»^۷ 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».

۶- محمود حکمت‌نیا، نظام مالکیت فکری خاستگاه، زیرساخت‌ها و ساختارها (تهران: پژوهشگاه فرهنگ و اندیشه اسلامی، ۱۴۰۰)، ۳۰۱.

7- Swedish Acts on Trade Names 2018. Available at: <https://wipolex-res.wipo.int/edocs/laws/en/se/se224en.html>

این تعریف با تأکید بر ماهیت کاربردی نام تجاری در عرصه بازار و تجارت و همچنین قابلیت وجود نام‌های تجاری متعدّد برای تاجر، هر یک برای بخشی از فعالیت‌ها، به وضوح 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 متعدّدی می‌باشد؛ توضیح آنکه نام شرکت به‌عنوان معرفّ 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.

این همه 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،^۸ 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 کاملاً یا جزئاً توصیفی هستند نیز می‌توانند به‌عنوان نام تجاری انتخاب شوند، به‌ویژه آن‌هایی که ماهیت شرکت یا کالاها و خدمات ارائه‌شده را توصیف می‌کنند.^۹ 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 موقعیت اشخاص حقیقی به‌عنوان صاحب نام تجاری، در تعریف نام مذکور بیان می‌دارد: «یک نام تجاری یا بازرگانی نام یا عنوانی است که یک شرکت را متمایز می‌کند».^{۱۰}

در نهایت 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 معرفّ و مشخص‌کننده شخص حقیقی یا حقوقی عرضه‌کننده کالا یا خدمت می‌باشد».

ممکن است این ایراد مطرح گردد که این مقرّره متضمّن اختصاص و انحصار نام تجاری برای تجارت است که با اختصاص و انحصار فعالیت‌های تجاری به ایشان ملازمه دارد؛ رویکردی که انعکاس‌کننده معیار شخصی در زمینه احراز و تشخیص اعمال تجاری است. این در حالی است که، مطابق دیدگاه غالب^{۱۱} 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 می‌باشد؛ این چنین تجارت و بازار در اینجا معنایی عام داشته که فعالیت‌ها و قلمروهای مختلف و حتی اعمال و اقدامات سرمایه‌گذاری را نیز در بر می‌گیرد.

8- Dutch Trade Name Act 1921

9- G. Little, "Protection of Descriptive Trade Names," *GRUR International* 71, no. 2 (2022): 147.

<https://doi.org/10.1093/grurint/ikab148>.

10- WIPO, *WIPO Intellectual Property Rights Handbook* (Geneva: WIPO Publication, 2004), 96.

۱۱- ربیعا اسکینی، حقوق تجارت (کلیات، معاملات تجاری، تجار و سازماندهی فعالیت تجاری) (تهران: سازمان مطالعه و تدوین کتب علوم انسانی دانشگاه‌ها (سمت)، ۱۳۸۶)، ۶۶؛ محمد دمرچیلی، علی حاتمی و محسن قرانی، قانون تجارت در نظم حقوقی کنونی (تهران: انتشارات میثاق عدالت، ۱۳۸۶)، ۳۹.

اگرچه نمی‌توان ملازمه نام تجاری با تجار را قطعی دانست؛ اما غالباً نام تجاری به تجار اختصاص می‌یابد؛ با وجود این برای عبور از معیارهای اختلافی در این زمینه و دستیابی به تعریف قطعی و متفق القول 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 می‌باشد را شامل گردد؛ لذا 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 داوری تجاری بین‌المللی 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.^{۱۲} 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، صرف نظر 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 می‌باشد. 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 به منظور معرفی تاجر یا بنگاه تجاری و تمایز آن از سایر تجار انجام 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 به مثابه «نام خود تاجر» و علامت تجاری به منزله «نام محصولات تاجر» است.^{۱۳} به عنوان مثال، نام تجاری شرکت اپل به معرفی تمایز آن شرکت از سایر رقبا کمک می‌کند؛ اما علامت تجاری این شرکت

۱۲- عبدالحسین شیروی، *داوری تجاری بین‌المللی* (تهران: سازمان مطالعه و تدوین کتب علوم انسانی دانشگاه‌ها (سمت)، ۱۳۹۸)، ۳۳.

۱۳- کورش کاویانی، *مقدمه حقوق تجارت* (تهران: بنیاد حقوقی میزان، ۱۳۹۷)، ۷۱.

شامل برند و لوگو محصولاتی همچون آیفون^{۱۴} و مک‌بوک^{۱۵} است، که به منظور 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.

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.^{۱۶} بر این اساس در ماده ۱۲۰ قانون جدید،^{۱۷} مشابه ماده ۴۹ قانون سابق،^{۱۸} 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، چرا که 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.^{۱۹} 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؛^{۲۰} 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.^{۲۱} از منظر فنی نام دامنه عبارت است از «نشانی یک اتصال شبکه‌ای که مالک آن نشانی را در یک فرمت سلسله مراتبی شناسایی می‌کند».^{۲۲} قید سلسله مراتب در این تعریف اشاره به قسمت‌های سه‌گانه نام دارد. قسمت اول نام دامنه نشان دهنده ماهیت خدمت

14- Iphone

15- Macbook

۱۶- محسن صادقی و علی زندوکیلی، «نام تجاری و تمیز آن از مفاهیم مشابه»، فصلنامه پژوهشنامه بازرگانی ۶۸ (۱۳۹۲): ۱۲۴.

۱۷ ۱۷- 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.....»

۱۸۱۸- 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.»

۱۹- سید حسن میرحسینی، حقوق علائم تجاری (تهران: بنیاد حقوقی میزان، ۱۳۹۰)، ۴۷.

۲۰- مریم شیخی، اصول حقوق مالکیت فکری (تهران: بنیاد حقوقی میزان، ۱۳۹۴)، ۴۷۳.

21- L. Oguama, "Domain Name Theft – Cybersquatting: What it Means for Trade Marks," SSRN (2021), <https://ssrn.com/abstract=3837629>, 3.

۲۲- هیأت مؤلفان و ویراستاران انتشارات میکروسافت، فرهنگ تشریحی اصطلاحات کامپیوتری مایکروسافت، ترجمه فرهاد قلی‌زاده

نوری (تهران: انتشارات آذر (ناشر همکار انتشارات سیمای دانش)، ۱۳۸۹)، ۲۴۵.

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 محدوده فعالیت وبسایت مورد نظر را می‌رساند.^{۳۳}

تفاوت‌های اصلی میان نام دامنه و نام تجاری از یک سو در هدف اصلی و از سوی دیگر محدوده کاربرد این دو می‌باشد. 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 کیفی 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 لایتنهای بودن، جهان‌شمول بودن، بی‌طرفی اخلاقی، هویت ناشناخته کاربران، غیرقابل کنترل بودن، گزینشی بودن اطلاعات و ماهیت غیردولتی آن (نظام الملکی، پیشین، ۳۴-۳۰) 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 کیفی، مسئولیت اشخاص متعدد و لزوم تشدید مجازات‌ها ویژگی‌های جرایم اینترنتی است^{۳۴} 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.^{۳۵} این چنین مؤلفه پیش‌بینی‌پذیری در چارچوب 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 صاحب نام تجاری تا قبل از تصویب قانون ثبت اختراعات، طرح‌های صنعتی و علائم تجاری مصوب ۱۳۸۶، جرم‌انگاری نشده بود؛ این همه 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 از نام‌های تجاری را اعمال نماید.

شایان توجه اینکه 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»

۳۳- حمیدرضا اصلانی، حقوق مالکیت صنعتی در فضای سایبر (تهران: بنیاد حقوقی میزان، ۱۳۸۹)، ۱۵۰ و ۱۵۶.

۳۴- جعفر نظام‌الملکی، حمایت کیفری از حقوق مالکیت فکری در فضای اینترنت (تهران: بنیاد حقوقی میزان، ۱۳۹۶)، ۳۰-۳۵ و ۴۳-۴۶.

۳۵- سیامک قاجار قیونلو، مقدمه حقوق سایبر (تهران: بنیاد حقوقی میزان، ۱۳۹۱)، ۶۴۴.

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 تحوّل شایسته صورت گیرد، تا اولاً نفس حمایت کیفری نقض حقوق صاحب نام تجاری شناسایی و پذیرفته شود و ثانیاً در ارتباط با نحوه حمایت کیفری نیز اقدام متناسب و مطلوب صورت گیرد. در این میان اگر چه مورد نخست تا حدودی محقق گردید، ولی مؤلفه دوم مغفول ماند و در نتیجه نمی‌توان حمایت کیفری به عمل آمده در این قانون از نام تجاری را مطلوب و متناسب دانست. این غفلت در شرایطی رخ داد که نقض حقوق صاحب نام تجاری توسط اشخاص ثالث چالش و مسأله جدی و دائمی در تجارت بوده و می‌باشد. 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،^{۲۶} 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.

به طور 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 صاحب نام تجاری محسوب می‌شوند.

در این میان ابهام جدی در این زمینه ارتباط مواد ۱۱۸ و ۱۳۱ می‌باشد؛ زیرا در حالی که ماده ۱۳۱ با بیان اینکه: «هرگونه استفاده از نام تجاری توسط غیر به صورت نام تجاری، علامت تجاری، علامت جمعی یا علامت تأییدی یا هرگونه استفاده از آنها بر روی کالا یا راجع به خدمات که عرفاً موجب 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 به‌نحوی 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 «به‌نحوی که نوعاً باعث فریب عموم شود» ایجاد ابهام نموده و این تصوّر را به صورت 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 کیفری از نام‌های تجاری در حقوق موضوعه ایران تقویت گردیده و سامان یابد تا قانون به درستی بتواند در برابر موارد نقض بازدارنده باشد، اما همچنان نقائص بنیادین در این قانون دیده می‌شود.

در ارتباط با حمایت کیفری از نام تجاری در اسناد بین‌المللی باید از یک‌سو به «کنوانسیون پاریس»^{۲۷} و از سوی دیگر «موافقت‌نامه تریپس»^{۲۸} اشاره و استناد نمود. ماده ۸ کنوانسیون پاریس به صورت عام و بی قید و شرط و الزام قانونی ثبت حمایت از این نام‌ها را برای اعضاء الزامی دانسته است؛^{۲۹} با وجود این کنوانسیون مذکور، اشاره صریحی به جرم‌انگاری و حمایت کیفری از موارد نقض مالکیت صنعتی ندارد؛ اما این به منزله نفی حمایت کیفری در این

۲۶- ماده مذکور مقرر می‌دارد: «به منظور بهبود فضای کسب و کار در کشور وزارت بازرگانی مکلف است ضوابط و سیاست‌های تشویقی لازم از جمله اهداء جوایز یا اعطاء 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 اجراء ابلاغ نماید.»

27- Paris Convention on Industrial Property 1883

28- Agreement on Trade-Related Aspects of Intellectual Property Rights 1994

۲۹- 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 یاخیر، مورد حمایت قرار گیرد.»

کنوانسیون نیست؛ بلکه الزام عام این کنوانسیون به حمایت از نام‌های تجاری از منظر انواع حمایت موسّع بوده و حمایت‌های کیفری از نام‌های تجاری را نیز در برمی‌گیرد. شایان توجه این که این الزام در مقررات مرتبط با «تدابیر مرزی»^{۳۰} که شامل ضبط و توقیف محصولات ناقض حقوق مالکیت صنعتی می‌شود، به طور ضمنی مطرح گردیده و تصریح نشده است.^{۳۱} در موافقت‌نامه تریپس نیز تدابیر مرزی به عنوان 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»^{۳۲}، تدابیر مرزی را به عنوان راهکاری برای کنترل تجارت بین‌المللی در کشورهای عضو در نظر گرفته و ضمانت اجرای کیفری به‌طور مستقل در فصل پنجم بخش مذکور گنجانده شده است.^{۳۳}

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 کیفری را مقرر می‌نماید و تفصیل موارد و نحوه حمایت را تابع قوانین کشورها می‌داند. در این وضعیت نمی‌توان استانداردهای حمایتی معینی به عنوان شاخص و معیار ارزیابی قوانین کشورها در زمینه نحوه و کیفیت حمایت کیفری استنباط نمود؛ اما نمی‌توان گفت این امر توجیهی برای ضعف حمایت می‌باشد؛ زیرا بر مبنای اختلاف نظر کشورهای درحال توسعه و کشورهای توسعه یافته ارائه معیارهای واحد در این زمینه ممکن نبود و سطح حمایت متناسب برای این کشورها متفاوت می‌باشد. لذا 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، به مثابه سنگ بنای اصلی حقوق کیفری 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 اعضاء، به درستی و به شیوه متناسب منعکس نگردیده و این خود عاملی جدی برای تضعیف حمایت کیفری از این نام‌ها تلقی می‌گردد. راهبردهای تفسیری برای رفع نقیصه قانونگذار و ابهام زدایی با مانع اصل قانونی بودن جرم و مجازات مواجه بوده و در نهایت اصل تفسیر مضیق مقررات کیفری به یاری شخص نقض کننده 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^{۳۴} اجزاء 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

30- Border Measures

۳۱- زهرا شاکری و سعید حبیبی، «تدابیر مرزی در حمایت از حقوق مالکیت فکری»، فصلنامه پژوهشنامه بازرگانی ۵۷ (۱۳۸۹): ۹۰.

32- Enforcement of Intellectual Property Rights

33- H. Grosse Ruse-Khan, "A trade agreement creating barriers to international trade? ACTA border measures and goods in transit," *American University International Law Review* 26, no. 3 (2011): 645-726.

۳۴- حسین میرمحمدصادقی، حقوق کیفری اختصاصی جرائم علیه اموال و مالکیت (تهران: بنیاد حقوقی میزان، ۱۳۹۹)، ۵۸-۵۹.

بحث از مرتکب جرم اختصاص می‌یابد و از سوی دیگر مباحث مرتبط با شرایط و اوضاع و احوال لازم به صورت مستقل مطرح نشده و ذیل سایر عناوین به ویژه 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 صاحب نام 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^{۳۵} 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؛ به ویژه 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 به منظور تامین هدف بازدارندگی قوانین کیفری و اینکه جرایم علیه نام تجاری غالباً در جریان داد و ستد 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؛ بدین صورت 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.^{۳۶} 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 می‌باشد. بر این اساس برای رفع هرگونه ابهام در این زمینه ماده ۱۳۲ قانون به‌صورت عام، مسئولیت کیفری اشخاص حقوقی را برای کلیه جرائم موضوع این قانون شناسایی گردیده است.^{۳۷}

در این میان تفاوت این ماده و ماده ۱۴۳ قانون مجازات اسلامی جدید و تحوّل آن در مقایسه با ماده مذکور آن است که در ماده ۱۴۳، تحت تأثیر دیدگاه‌های سنتی ناظر بر عدم قابلیت 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، آن هم به صورت عام و نسبت به کلیه جرایم موضوع این قانون تحولی تحسین برانگیز 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.

۳۵- حسین میرمحمدصادقی، حقوق کیفری اختصاصی جرائم علیه امنیت و آسایش خصوصی (تهران: بنیاد حقوقی میزان، ۱۳۸۴)، ۱۸.

۳۶- جعفر نظام‌الملکی و حسنعلی موذن‌زادگان، «جرم نقض حقوق ناشی از ثبت علائم تجاری در حقوق ایران با نگاهی به موافقت‌نامه

تریپس»، پژوهشنامه حقوق کیفری ۱۸ (۱۳۹۷): ۲۴۸.

۳۷- ماده مذکور مقرر می‌دارد: «هرگاه شخص حقوقی مرتکب جرائم موضوع این قانون شود، مطابق مواد (۲۰) و (۲۱) قانون مجازات

اسلامی مصوب ۱۳۹۲/۲/۱ مجازات می‌شود.»

۳-۲- رفتار مجرمانه

نقطه آغازین حمایت کیفری از حقوق صاحب نام تجاری در قانون حمایت از مالکیت صنعتی مصوب ۱۴۰۳ ماده ۱۱۸ این قانون بوده که نقض حقوق صاحب نام تجاری را جرم‌انگاری است. قانون‌گذار در این ماده، با هدف جلوگیری از هرگونه سوءاستفاده و نقض حقوق صاحب نام تجاری، اعم از نام‌های ثبت شده و نام‌های ثبت نشده، 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 صاحب نام تجاری ایجاد گردد؛ زیرا در عمل بسیاری از نام‌های تجاری ثبت نشده و عدم حمایت از نام‌های ثبت نشده در اینجا می‌توانست آنها را از قلمرو شمول نظام حمایتی خارج سازد. در مجموع بر مبنای ماده مذکور رفتارهای مجرمانه نقض حقوق صاحب نام 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 مقررّه 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^{۳۸} نیز می‌باشد. 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 می‌باشد.
- 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 تحوّل مثبت فوق را به طور کلی بلااثر می‌نماید؛ زیرا این مقررّه قید فوق را حذف و، با لحاظ قید «غیرمجاز» که دلالت بر عدم تعلق نام تجاری به استفاده کننده 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، صرف نظر تحقق یا عدم تحقق آن در عمل، می‌باشد. این چنین با تفسیر این واژه در معنای عام آن که البته معنای غالب نیز می‌باشد، قلمرو شمول جرم بیش از پیش گسترش می‌یابد. این در حالی است که رویکرد این قانون جبران خسارت زیان دیده و ایجاد بازدارندگی از این منظر است و قلمرو معنایی وسیع فوق آنجا که در عمل استفاده رخ ندهد و زیانی وارد نیاید توجیه‌ناپذیر می‌نماید؛ زیرا کاربرد این مقررّه را فراتر از هدف اصلی آن نموده و اخلال ناموجه در فعالیت معمول تجاری را موجب می‌گردد.

۳۸- حسنعلی موذن‌زادگان و حامد رهدارپور، «اصل شفافیت قانون و جایگاه آن در رویه قضایی دیوان اروپایی حقوق بشر و حقوق کیفری ایران»، فصلنامه دیدگاه‌های حقوق قضائی ۲۳، ۸۱ (۱۳۹۷): ۱۹۳.

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 جرائم 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 تجاری دیگری به عنوان نام تجاری، به نحوی که نوعاً باعث فریب عموم شود؛

۲- بهره‌برداری و استفاده غیرمجاز از نام تجاری دیگری به عنوان علامت تجاری، به نحوی که نوعاً باعث فریب عموم شود؛

۳- بهره‌برداری و استفاده غیرمجاز از نام تجاری دیگری به عنوان علامت جمعی، به نحوی که نوعاً باعث فریب عموم شود؛

۴- بهره‌برداری و استفاده غیرمجاز از نام تجاری دیگری به عنوان 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^{۳۹} در حقوق ایران، قانون‌گذار جرم جعل علامت تجاری را مشخصاً جرم‌انگاری کرده است. توضیح آنکه هرچند استفاده ثالث از علامت تجاری دیگری به‌خودی 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.^{۴۰} 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، قلم‌بردن، الحاق، محو، اثبات، سیاه‌کردن، تقدیم یا تأخیر تاریخ سند نسبت به تاریخ حقیقی، الصاق نوشته‌ای به نوشته دیگر، یا به‌کار بردن مهر دیگری بدون اجازه صاحب آن و نظایر این‌ها با قصد تقلب دانسته شده است؛ بنابراین،

۳۹- اسدالله امامی، حقوق مالکیت صنعتی (تهران: بنیاد حقوقی میزان، ۱۳۹۰)، ۱۲۸.

۴۰- نظام‌الملکی و موذن‌زادگاه، پیشین، ۲۳۳-۲۵۸.

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، 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 به طور کلی شاکله و ساختار حمایت کیفری به عمل آمده در این قانون فاقد جامعیت و شفافیت مطلوب می‌باشد. لذا 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، به اندازه کافی مورد توجه قرار نگرفته است. از سوی دیگر قانون جدید تنها برای مخترع حقوق معنوی را شناسایی کرده و به تبع 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 به درستی 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 نقائص 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 به وضوح 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 جرائم 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 بر می‌گیرد 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.

این چنین در حال حاضر تمامی جرایم نقض حقوق صاحب نام تجاری در قانون جدید جرایمی مقید به نتیجه مجرمانه «نوعاً باعث فریب عموم گردد» می‌باشند. 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 منطقیاً مقرر ماده ۱۱۸ حشو و زائد می‌نماید؛ اما اگر آن را صرفاً در زمینه اثر کیفری و احراز وصف مجرمانه عمل مؤثر بدانیم و در نتیجه قائل بر این شویم که با عدم تحقق نتیجه موصوف برای مبنای ممنوعیت ذکر شده اقدام زیان آور مرتکب متضمن تبعات حقوقی و التزام به جبران خسارت می‌باشد، این ایراد مطرح می‌گردد که مبنای این حد از تمایز بین تقصیر کیفری 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 کیفری 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 به عنوان رکن اصلی مسئولیت نیز مؤثر است.

۴- عنصر روانی

با توجه به اصل عمدی بودن جرائم و سکوت قانون‌گذار در قانون حمایت از مالکیت صنعتی مصوب ۱۴۰۳ در این خصوص، جرائم 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 تحوّل ماده ۱۴۴ قانون مجازات اسلامی و همراهی با آن دسته از نویسندگان کیفری که در تحقق سوءنیت مجرمانه هر یک از قصد نتیجه یا علم به وقوع آن را شکل مستقلی از سوءنیت خاص می‌دانند،^{۴۱} به نظر می‌رسد جرم حاضر نیازمند سوءنیت خاص در مفهوم مورد نظر می‌باشد؛ این چنین 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 می‌باشند. این دیدگاه در عمل رویکردی واقع بینانه 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 عملاً بار اثبات معکوس و مرتکب می‌بایست فقدان علم خویش را به اثبات رساند. امری دشوار که مانع از توجیهات بی اساس 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، هر کدام که بیشتر باشد، محکوم می‌گردد:.....».

به تبع 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 دربرمی‌گیرد. همچنین،

۴۱- یعقوب حسانی و احمد حاجی ده‌آبادی، «علم (به وقوع نتیجه یا به قابلیت فعل در ایجاد نتیجه) در تشکیل سوءنیت خاص»، مجله

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 نقض کننده 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.^{۴۲}

جزای نقدی مذکور در متن ماده با لحاظ تصویب نامه هیئت وزیران (اصلاح مبالغ جزای نقدی جرائم و تخلفات) مصوب ۱۴۰۳ در زمینه بروزرسانی مبالغ جزای نقدی، حداقل دویست میلیون ریال و حداکثر هشتصد میلیون ریال (درجه شش) یا مبلغ معادل دو برابر خسارت وارده، هر کدام که بیشتر باشد، است.

در قانون حمایت از مالکیت صنعتی ۱۴۰۳ همسو با تحول شناسایی مجازات و مسئولیت کیفری اشخاص حقوقی در کشورهای پیشرفته^{۴۳} 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 مجازات اسلامی مصوب ۱۳۹۲، مجازات های زیر اعمال می شود:

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 رسانه ها.

در این میان تشدید مجازات مالی برای اشخاص حقوقی، به ویژه در جرایم اقتصادی سیاستی متناسب و همسو با اسناد بین المللی است؛ چنانکه در ماده ۱۰ کنوانسیون پالمو، که در قانون الحاق دولت ایران به کنوانسیون مذکور^{۴۴} نیز انعکاس یافته، بر ضرورت ضمانت اجراهای مؤثر، متناسب و بازدارنده برای اشخاص مذکور تأکید نموده است.^{۴۵} مزیت دیگر این مقررّه گذر از دیدگاهی است که با استناد به ضرورت ادراک و اختیار در تحقق جرم، فاعل و مباشر جرم را تنها انسان می داند^{۴۶} با بیان عبارت «هرگاه شخص حقوقی مرتکب جرائم موضوع این قانون شود» و شناسایی قابلیت انتساب جرم به شخص حقوقی است؛ این چنین در اینجا اصل عدم مسئولیت کیفری اشخاص حقوقی اعمال نمی گردد. با وجود این، همچنان مسئولیت کیفری اشخاص حقوقی با مسئولیت کیفری اشخاص حقیقی به عنوان فاعل یا مباشر مستقیم جرم ملازمه دارد؛ لذا اعمال مجازات بر شخص حقوقی مانع از تعقیب و مجازات شخص حقیقی مرتکب نمی باشد؛ بنابراین در اینجا نیز انتساب جرم تابع همان قاعده کلی مقرر در ماده ۱۴۳ قانون مجازات

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

۴۳ - امین نیکومظتری، «ضمانت اجراهای کیفری اشخاص حقوقی در نظام های کیفری آمریکا و ایران»، مجله حقوقی دادگستری ۱۲۷ (۱۴۰۳): ۱۱۲.

۴۴ - قانون الحاق دولت جمهوری اسلامی ایران به معاهده (کنوانسیون) سازمان ملل متحد برای مبارزه با جرائم سازمان یافته فرامی مصوب ۱۴۰۴-۰۲-۳۰

۴۵ - اعظم مهدوی پور، سیاست کیفری افتراقی در قلمرو بزهکاری اقتصادی (تهران: بنیاد حقوقی میزان، ۱۳۹۰)، ۱۸۵.

۴۶ - وحید بازوند و حسین نورمحمدی، «نقش دوگانه ابزار رایانه ای در تحقق کلاهبرداری»، مجله حقوقی دادگستری ۱۲۲ (۱۴۰۲): ۲۴.

اسلامی است و در صورتی شخص حقوقی دارای مسؤولیت 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 جرائم مرتبط با فناوری‌های نوین و ضرورت مقابله قاطع با آنها است. به‌ویژه 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 میان تبصره ۳ ماده مذکور، که جرم نقض حقوق صاحب نام‌های تجاری را به‌صراحت غیرقابل گذشت دانسته، وصف بازدارندگی را در اینجا بیش از پیش تقویت می‌نماید.

در نهایت 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 می‌باشد؛ 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. به تبع شرایط و اوضاع و احوال ارتکاب جرم نیز بر تناسب جرم و مجازات مؤثر است؛ چه بسا مجازاتی در زمانی و مکانی متناسب تلقی گردد، اما در زمانی و مکانی دیگر نامتناسب تلقی شود.^{۴۷}

در نهایت 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 جرائمی نموده که در فضای مجازی رخ می‌دهند. این تغییر در مجازات، بازدارندگی قانون را کاهش می‌دهد و زمینه‌ساز افزایش وقوع این نوع جرائم می‌باشد.

نتیجه‌گیری

نتایج پژوهش حاضر حمایت از مالکیت صنعتی مصوب سال ۱۴۰۳ حکایت از وجود نواقص چشمگیری دارد که نه تنها 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 عبارتند 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؛ در نهایت 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؛

- مقررۀ ماده ۱۳۲ به بندهای الف، ت و ث ماده مذکور که ناظر بر مجازات‌های غیرمتناسب با جرم نقض حقوق صاحب نام تجاری می‌باشد، 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. به ویژه آنکه نام تجاری با توصیف خود تاجر و نه کالاها و خدمات وی به نوعی با اعتبار و شخصیت شغلی وی پیوند می‌یابد و حقوق معنوی جزو لاینفک آن است.

۳- **ضعف چارچوب قانونی شفاف و جامع:** قانون جدید به وضوح حقوق صاحب نام تجاری را تعیین

نموده 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، هرچند 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 تشّت 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 مقررۀ ای 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 می‌باشد؛ این امر در چشم‌انداز الحاق احتمالی کشورمان به سازمان تجارت جهانی در آینده از موانع جدی تلقی می‌گردد. به علاوه 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 سرمایه گذاری خارجی در ایران، می‌بایست در اولویت جدی اقدام قرار گیرد.

فهرست منابع

الف- منابع فارسی

- اسکینی، ربیعا. حقوق تجارت (کلیات، معاملات تجاری، تجار و سازماندهی فعالیت تجاری). تهران: سازمان مطالعه و تدوین کتب علوم انسانی دانشگاه‌ها (سمت)، ۱۳۸۶.
- اصلانی، حمیدرضا. حقوق مالکیت صنعتی در فضای سایبر. تهران: بنیاد حقوقی میزان، ۱۳۸۹.
- امامی، اسدالله. حقوق مالکیت صنعتی. تهران: بنیاد حقوقی میزان، ۱۳۹۰.
- بازوند، وحید و حسین نورمحمدی. «نقش دوگانه ابزار رایانه‌ای در تحقق کلاهبرداری». مجله حقوقی دادگستری ۱۳۲ (۱۴۰۲): ۲۱-۴۴.
- پورنوری، منصور. حقوق مالکیت معنوی در دادگاه علامت تجاری و اختراعات. تهران: انتشارات مهد حقوق، ۱۳۸۳.
- جاویدنیا، جواد. جرائم تجارت الکترونیکی. تهران: انتشارات خرسندی، ۱۳۸۸.
- حسانی، یعقوب و حسن حاجی ده‌آبادی «علم (به وقوع نتیجه یا به قابلیت فعل در ایجاد نتیجه) در تشکیل سوءنیت خاص». مجله حقوق اسلامی ۶۸ (۱۴۰۰): ۳۷-۶۰.
- حکمت‌نیا، محمود. نظام مالکیت فکری خاستگاه، زیرساخت‌ها و ساختارها. تهران: پژوهشگاه فرهنگ و اندیشه اسلامی، ۱۴۰۰.
- دمرچیلی، محمد، علی حاتمی و محسن قرائی. قانون تجارت در نظم حقوقی کنونی. تهران: انتشارات میثاق عدالت، ۱۳۸۶.
- رحمدل، منصور. تناسب جرم و مجازات. تهران: انتشارات سمت، ۱۳۸۹.
- 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». تهران، ۱۳۷۵.
- شاکری، زهرا و سعید حبیبیا. «تدابیر مرزی در حمایت از حقوق مالکیت فکری». فصلنامه پژوهشنامه بازرگانی ۵۷ (۱۳۸۹): ۸۷-۱۱۳.
- شیخی، مریم. اصول حقوق مالکیت فکری. تهران: بنیاد حقوقی میزان، ۱۳۹۴.
- شیروی، عبدالحسین. داوری تجاری بین‌المللی. چاپ نهم. تهران: سازمان مطالعه و تدوین کتب علوم انسانی دانشگاه‌ها (سمت)، ۱۳۹۸.
- صادقی، محسن و علی زندوکیلی. «نام تجاری و تمیز آن از مفاهیم مشابه». فصلنامه پژوهشنامه بازرگانی ۶۸ (۱۳۹۲): ۱۱۳-۱۴۸.
- قاجار قیونلو، سیامک. مقدمه حقوق سایبر. تهران: بنیاد حقوقی میزان، ۱۳۹۱.
- کاوایانی، کورش. مقدمه حقوق تجارت. چاپ دوم. تهران: بنیاد حقوقی میزان، ۱۳۹۷.
- موزن‌زادگان، حسنعلی و حامد رهدارپور. «اصل شفافیت قانون و جایگاه آن در رویه قضایی دیوان اروپایی حقوق بشر و حقوق کیفری ایران». فصلنامه دیدگاه‌های حقوق قضائی ۲۳، ۸۱ (۱۳۹۷): ۱۹۳-۲۲۰.
- مهدوی‌پور، اعظم. سیاست کیفری افتراقی در قلمرو بزهکاری اقتصادی. چاپ دوم. تهران: بنیاد حقوقی میزان، ۱۳۹۰.
- میرحسینی، سید حسن. حقوق علائم تجاری. تهران: بنیاد حقوقی میزان، ۱۳۹۰.

میرمحمدصادقی، حسین. حقوق کیفری اختصاصی جرائم علیه امنیت و آسایش خصوصی. تهران: بنیاد حقوقی میزان، ۱۳۸۴.

میرمحمدصادقی، حسین. حقوق کیفری اختصاصی جرائم علیه اموال و مالکیت. تهران: بنیاد حقوقی میزان، ۱۳۹۹.
نظام‌الملکی، جعفر. حمایت کیفری از حقوق مالکیت فکری در فضای اینترنت. تهران: بنیاد حقوقی میزان، ۱۳۹۶.
نظام‌الملکی، جعفر و حسنعلی موذن‌زادگاہ. «جرم نقض حقوق ناشی از ثبت علائم تجاری در حقوق ایران با نگاهی به موافقت‌نامه تریپس». پژوهشنامه حقوق کیفری ۱۸ (۱۳۹۷): ۲۳۳-۲۵۸.

نیکومنظری، امین. «ضمانت اجراهای کیفری اشخاص حقوقی در نظام‌های کیفری آمریکا و ایران». مجله حقوقی دادگستری ۱۲۷ (۱۴۰۳): ۱۱۱-۱۳۵.

هیأت مؤلفان و ویراستاران انتشارات مایکروسافت. فرهنگ تشریحی اصطلاحات کامپیوتری مایکروسافت. ترجمه فرهاد قلی‌زاده نوری. چاپ چهارم. تهران: انتشارات آذر (ناشر همکار انتشارات سیمای دانش)، ۱۳۸۹.

ب- منابع انگلیسی

Angelo, Matthew, Daniel Boland, Danielle Drago, Megan Ferguson, Melissa Ginsberg, and Marisa Poncia. "Intellectual Property Crimes." *American Criminal Law Review* 57, no. 3 (2020): 973-1022.

Benson, Fiona, Nora Ellingsen, Melissa Ginsberg, Marisa Poncia, and Zachary Taylor. "Intellectual Property Crimes." *American Criminal Law Review* 61, no. 3 (2024): 835-874.

Buta, P. G. "Trade Names in the Trademark Regime: Comeback of the Forgotten Twin? Challenges of the Knowledge Society." *Nicolae Titulescu University of Bucharest* (2021): 720-727.

Cane, Madeleine, Daniel Boland, Danielle Drago, Melissa Ginsberg, and Marisa Poncia. "Intellectual Property Crimes." *American Criminal Law Review* 58, no. 3 (2021): 1151-1200.

Grosse Ruse-Khan, H. "A trade agreement creating barriers to international trade? ACTA border measures and goods in transit." *American University International Law Review* 26, no. 3 (2011): 645-726.

Kowalski, Todd, Nora Ellingsen, Melissa Ginsberg, Marisa Poncia, and Zachary Taylor. "Intellectual Property Crimes." *American Criminal Law Review* 60, no. 3 (2023): 1003-1049.

Lavin, Sean, Danielle Drago, Megan Ferguson, Melissa Ginsberg, and Marisa Poncia. "Intellectual Property Crimes." *American Criminal Law Review* 56, no. 3 (2019): 1101-1150.

Little, G. "Protection of Descriptive Trade Names." *GRUR International* 71, no. 2 (2022): 146-149. <https://doi.org/10.1093/grurint/ikab148>.

Luo, Yushan. "Intellectual Property Crimes." *American Criminal Law Review* 55, no. 4 (2018): 1399-1446.

Montone, M., M. J. van den Assem, and R. C. J. Zwinkels. "Company name fluency and stock returns." *Journal of Behavioral and Experimental Finance* 39 (2023): 100819. <https://doi.org/10.2139/ssrn.3123201>.

Oguama, L. "Domain Name Theft – Cybersquatting: What it Means for Trade Marks." *SSRN* (2021). <https://ssrn.com/abstract=3837629>.

Song, H., and N. Schwarz. "If it's Difficult to pronounce, it must be risky." *Psychological Science* 20, no. 2 (2009): 135-138.

Stoll, Tobias, Jan Busche, and Katrin Arend. *WTO – Trade-Related Aspects of Intellectual Property Right*. Boston: Martinus Nijhoff Publishers, 2009.

WIPO. *WIPO Intellectual Property Rights Handbook*. Geneva: WIPO Publication, 2004.