

عنوان مقاله:

امکان سنجی پذیرش تحلیل مشارکت در نقض علامت تجاری در حقوق ایران و آمریکا از منظر تحلیل اقتصادی

محل انتشار:

دوفصلنامه دانشنامه حقوق اقتصادی، دوره 27، شماره 17 (سال: 1399)

تعداد صفحات اصل مقاله: 32

نویسندگان:

حامد نجفی - دانشآموخته دکتری حقوق خصوصی دانشگاه تربیت مدرس و پژوهشگر مرکز ملی تحقیقات حقوق سلامت

محمود صادقی - دانشیار دانشکده حقوق دانشگاه تربیت مدرس

مرتضی شهبازی نیا - دانشیار دانشکده حقوق دانشگاه تربیت مدرس

خلاصه مقاله:

در حقوق آمریکا، نقض علامت تجاری به دو طریق واقع می‌شود؛ مستقیم و غیرمستقیم. در نقض غیرمستقیم، شخص بدون ارتکاب عملی که مشمول نقض علامت تجاری شود، رفتاری را انجام می‌دهد یا در وضعیتی قرار می‌گیرد که حسب مورد، مسبب نقض مشارکتی (و انگیزشی) یا نیابتی می‌گردد. علامت تجاری، جزو نوآوری‌های غیرفناورانه است و توسعه‌ی حمایت از آن به طور مستقیم به افزایش میزان بهره‌وری اقتصادی منتهی نمی‌گردد. افزایش حمایت از علائم تجاری در قالب توسعه‌ی مسئولیت ناشی از نقض آن، در صورتی مطلوب است که نوآوری فناورانه در وضعیت بهینه‌ای قرار داشته باشد. با عنایت به وضعیت مطلوب نوآوری فناورانه در آمریکا، شناسایی چنین نهادی موجه به نظر می‌رسد. در مقابل، در نظام حقوقی ایران، مسئولیت غیرمستقیم ناشی از نقض علامت تجاری پیش‌بینی نشده و مصادیق مختلف این نوع نقض، مشمول مقررات عام مسئولیت مدنی بوده که این امر با عنایت به وضعیت کمتر مطلوب نوآوری فناورانه در ایران از وجه منطقی برخوردار است. هدف از تحقیق حاضر، با استفاده از روش توصیفی-تحلیلی و تحلیل اقتصادی شامل اثباتی و هنجاری، بررسی مسئولیت نقض غیرمستقیم علامت تجاری از منظر آثار آن در حوزه‌ی فناوری است. وضعیت آمریکا به لحاظ فناوری، شناسایی و اعمال چنین مسئولیتی را با توجه به ارکان آن، موجه جلوه می‌کند اما با عنایت به وضعیت نوآوری فناورانه در ایران و با لحاظ جمیع شرایط از جمله، مقررات بین‌المللی، وضعیت سیاسی-اقتصادی ایران در عرصه‌ی بین‌المللی، عدم شناسایی نهاد مسئولیت غیرمستقیم ناشی از نقض علامت تجاری و اتکا به مقررات عمومی مسئولیت مدنی در این زمینه، توجیه شده و توصیه می‌گردد.

کلمات کلیدی:

نقض غیرمستقیم، علامت تجاری، برند، فناوری، حقوق ایران، حقوق آمریکا

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1172135>

