

عنوان مقاله:

مسئولیت غیرمستقیم نقض علامت تجاری

محل انتشار:

هفتمین کنفرانس ملی دستاوردهای نوین در حقوق و روانشناسی (سال: 1402)

تعداد صفحات اصل مقاله: 11

نویسنده:

محمدامین حسین آبادی - کارشناس ارشد حقوق تجارت بین الملل دانشگاه شهید بهشتی

خلاصه مقاله:

حقوق مربوط به علائم تجاری یکی از شاخه های حقوق مالکیت صنعتی می باشد که این حقوق نیز بخشی از حقوق مالکیت فکری است. علامت تجاری مهم ترین وسیله ی تمایز بخش میان کالاها و خدمات شرکت های مختلف است و رسالت آن هر روز بیشتر از گذشته گسترش می یابد. علامت تجاری مصرف کننده را در انتخاب کالای مورد نظر مساعدت می نماید، به گونه ای که هزینه مصرف کننده در انتخاب کالای مورد نیاز به طور قابل ملاحظه ای کاهش یابد. هم چنین به صاحب علامت تجاری در شناساندن و «ایجاد هویت» برای کالا یا خدمات خود و جلوگیری از تقلب و سوء استفاده های احتمالی یاری می رساند. بنابراین، لازم است که هم به منظور رعایت حقوق دارنده ی علامت تجاری و هم حقوق مصرف کننده، ضمانت اجراهای مناسبی به نحو کامل و دقیق در قانون پیش بینی شود. کسب حقوق ناشی از مالکیت علائم تجاری در صورتی که به طور موثر از حیث اجرایی مورد حمایت قرار نگیرد، دارای ارزش اقتصادی کمتری است. اعتبار و ارزش سیستم حقوق ناشی از مالکیت علائم تجاری به قابلیت اجرای آن وابسته است و تضمین اجرای آن فقط با شناخت دقیق نقض این حقوق و پیش بینی سازوکار مناسب اجرایی برای جلوگیری از نقض حقوق یاد شده امکان دارد.

کلمات کلیدی:

علامت تجاری، نقض علامت تجاری، مسئولیت غیرمستقیم، توزیع کنندگان و تولید کنندگان، مالکان املاک، ارائه دهندگان سرویس های اینترنتی.

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1936404>

