

## دکترین استیفاء حق در نظام حقوق مالکیت فکری

سعید حبیبیا\*

استادیار گروه حقوق خصوصی دانشکده حقوق و علوم سیاسی دانشگاه تهران

زهرا شاکری

کارشناس ارشد حقوق مالکیت فکری و پژوهشگر موسسه حقوق تطبیقی دانشگاه تهران

(تاریخ دریافت: ۱۳۸۶/۱۲/۱۱ - تاریخ تصویب: ۱۳۸۷/۲/۹)

### چکیده:

ایران در آستانه عضویت در سازمان تجارت جهانی قرار دارد، از این رو در فرصتی که تا پیوستن قطعی وجود دارد باید ضمن تامین و تضمین حقوق مالکیت فکری، شرایط تجارت آزاد را فراهم کرده تا در بستر حقوق انحصاری مالکان فکری، مسیر رقابت نیز هموار شود، این مقاله سعی دارد به دکترین استیفاء حق به عنوان راهگشای تنش میان حقوق مالکیت فکری و مالکیت سنتی با نگاهی به تنش این حقوق با تجارت آزاد بپردازد، به عبارتی دیگر حوزه و چشم‌انداز دکترین را تبیین و توضیح داده و شرایط اعمال آن را بررسی می‌نماید.

### واژگان کلیدی:

دکترین استیفاء حق - حقوق مالکیت فکری - انحصار - حق مالکیت - تجارت آزاد - رضایت.

## مقدمه

امروزه جهان به سوی جهانی شدن در حرکت است و این پدیده به عنوان مدینه فاضله فراروی مردم دنیا نهاده شده و در این میان، تجارت و رقابت آزاد از آرمان های همیشگی هستند. آنها به یکدیگر مساعدت خواهند کرد تا همه ی فعالان عرصه تجارت و اقتصاد در شرایطی منصفانه و متعادل و در حالی که هیچ گونه انحصار، تبعیض و مانعی وجود ندارد، در اقتصاد جهانی حضور یابند. در این حال، جهان همچون دهکده ای است که از یکپارچگی بازار و همگرایی برخوردار است، موانع تجارت از میان رفته و شرکت ها و فعالان اقتصادی در فضای سرشار از انگیزه به گسترش فعالیت های تجاری خویش می پردازند. از طرفی، این علم حقوق است که با پویایی خود سعی دارد پاسخگویی نیازهای همه ی زمان ها و مکان ها باشد. از یک سو، حقوق مالکیت فکری را خلق می نماید تا هم پاداشی برای مالکان فکری فراهم نماید و هم رفاه بشری در پرتو آن تامین گردد اما از سویی تجارت و رقابت آزاد نیز از اهداف آرمان شهری است که بشر به دنبال دستیابی به آن است تا فارغ از هرگونه دغدغه و تبعیض، قیمت ها کاهش و گستره ای از محصولات فراروی مصرف کنندگان باشد، در این بین یکی از نیروهای اصلی سازنده حقوق، اقتصاد است و قانون گذار با شناخت اقتصاد جامعه خویش، قانونی را وضع می نماید که اهداف متعالی جامعه را تامین نماید، لذا در پاسخ به تنش ذاتی حقوق مالکیت فکری و تجارت آزاد و سرانجام فراهم کردن سعادت مردم جامعه، حقوق با خودجوشی خویش ضمن حفظ استقلال، ساز و کاری مهم و برجسته را خلق می نماید. دکترین استیفا حق (The Exhaustion of Rights) از بطن حقوق متولد می شود تا ره آوردی از تامین نیازهای مقتضی بشری باشد.

### ۱- تعارض حقوق انحصاری مالکان فکری و حق مالکیت خریداران

همواره این امر بدیهی است که پس از انعقاد عقد بیع بین فروشنده و خریداران، مشتری مالک مبیع و بایع مالک ثمن می گردد (بند ۱ ماده ۳۶۲ قانون مدنی) به گونه ای که تصوری برخلاف این مسئله بسیار شگفت انگیز خواهد بود. در واقع این رویکردی است که نه تنها مردم بلکه حقوقدانان نیز در تحقق آن تردیدی نخواهند داشت. به عبارت دیگر، پس از اولین فروش، خریدار می تواند هر نوع تصرفی را که مایل است از استعمال تا اعراض یا اتلاف نسبت به مال خویش اعمال نماید، او قادر خواهد بود آزادانه مبیع مذکور را بفروشد و شرایط معامله را تعیین کند یا با هر اجاره بهایی که مدنظر دارد به دیگری اجاره دهد.

در حوزه ی حقوق مالکیت فکری نیز همین موضوع مورد توجه قرار گرفته و این پرسش را مطرح می کند که آیا علی رغم وجود انحصار قانونی مالکان فکری، خریداران محصولات فکری

مانند کالایی که حامل علامت تجاری یا حق اختراع است، دارای قدرتی همانند خریدار دیگر کالاها می‌باشند؟ هنگامی که محصول دارای حق مالکیت ادبی و هنری (یا دیگر موضوعات حقوق مالکیت فکری) در طی عقد بیعی به مالکیت خریدار درمی‌آید، آیا او قادر خواهد بود که آنچه را که تمایل دارد با آن کالا انجام دهد؟ یعنی آنکه، می‌تواند آن را به دیگری عاریه دهد یا حتی بفروشد و این در حالی تحقق یابد که وی مقتدرانه حق مالکیت خود را آزاد و رها از نظارت مالک فکری به منصفه ظهور رساند؟ آیا خریداران محصولات فکری همانند دیگر خریداران از مالکیت سنتی برخوردار خواهند بود؟

مالکان فکری با دیگر مالکان کالاها و محصولات تفاوتی چشمگیر دارند زیرا که آنها با صرف هزینه و وقت بسیار و تلاش‌های شبانه روزی به مطالعه و تحقیق و تجربه همت گمارده و با تقدیم ابداعات خود، زندگی بشری را در مسیر رفاه و بهروزی رهنمون کرده‌اند. از این رو قانون‌گذار به پاس خدمات کم نظیر این مبتکرین و همچنین تشویق دیگر شهروندان به ظهور استعدادهای خویش در مسیر توسعه ملی، حق انحصاری را برای این گروه از مالکان پیش‌بینی می‌نماید. در این مقاله به دنبال تبیین دلایل انحصار نیستیم اما سعی داریم شعبه‌ای از این انحصار را که با مالکیت سنتی خریداران در تعارض است، بررسی و ساز و کاری که علم حقوق به صورت دکترین استیفاء حق ارائه می‌کند، تبیین نماییم.

مالکان فکری دارای حقوق انحصاری در زمینه‌های مانند فروش، ساخت و تولید، واردات و... هستند. اما یکی از این حقوق، آن است که یک مالک فکری دارای حق در باب کنترل و نظارت بر مسیر تجاری کالا است به عبارت دیگر مالک فکری از این حق برخوردار است که محصولات خود را با اعمال شرایط یکطرفه خود از طریق بیع، اجاره و... در جامعه توزیع (Distribution Right) نماید و حتی پس از انعقاد نخستین فروش بر حیات اقتصادی محصول نظارت داشته باشد. او قادر خواهد بود که با تعیین قیمت‌های فروش‌های متعاقب یا اجاره‌بهای آینده یا حتی مخالفت با فروش بعدی، مالکیت سنتی خریدار بر عین و منافع را با چالشی بزرگ روبرو نماید. مالک فکری می‌تواند با اتکا به حقوق انحصاری که قانون‌گذار از نقطه‌نظر تأمین سعادت بشری در ید او قرار داده است، از بهره‌برداری‌های آینده از کالایی که نخستین بار توسط او به فروش رفته در قالب عقود بیع، اجاره و... جلوگیری نماید. به عبارت دیگر هرگونه فروش مجدد که از سوی مشتریان تحقق یابد، برابر با تجاوز به حق مالکان فکری خواهد بود.

نظریه‌های متفاوت جهت کاستن از قدرت مداخله مالکان فکری وجود دارد تا به این ترتیب موازنه منطقی بین مالکان فکری و خریداران برقرار شود و خریداران بتوانند از مالکیت سنتی خود به طور کامل بهره‌برند. از آن جمله می‌توان به نظریه «اجازه ضمنی» (The Implied)

Licence) اشاره داشت. به موجب این دکترین انگلیسی، فرض می‌گردد که خریدار یک محصول، اجازه ضمنی برای استفاده یا فروش مجدد را دارد و می‌تواند آزادانه به بهره‌برداری تجاری بعدی دست زند (A. Benyamin, 1993, p. 29). اما نقطه ضعف این دکترین آن است که مالک فکری می‌تواند به مصلحت‌اندیشی توسل جوید و در هنگام اولین فروش با اعمال محدودیت صریح قراردادی از بیع مجدد محصول یا ...، ممانعت به عمل آورد.<sup>۱</sup> از طرفی چنین محدودیت‌هایی می‌توانند برای خریداران بعدی نیز، الزام‌آور گردد زیرا که آنان قائم - مقامان خریدار اولیه می‌گردند.

در آمریکا نیز نظریه‌ای با عنوان «اولین فروش» (First Sale) وجود دارد که نخستین بار در خصوص مالکیت‌های ادبی و هنری اعمال شد و منظور از آن، این بود که هرگاه مالک اثر ادبی و هنری مالکیت خود نسبت به یک نسخه از اثرش را انتقال می‌داد، متصرفان آتی نسخه، نیازی به انجام مذاکره با مالک اولیه ندارند تا رضایت وی را جهت بیع یا دیگر طرق انتقال نسخه بدست آورند (ماده ۱۰۹ قانون مالکیت ادبی و هنری آمریکا).

اما مهم‌ترین نظریه که در باب کاهش اقتدار مالکان فکری وجود دارد، تئوری «استیفاء حق» است که نخستین بار در حقوق آلمان تحت عنوان واژه "Erschöpfung" مطرح گردید. به طور کلی باید گفت Exhaustion در معنای لغوی به تهی‌سازی، تمام شدن، خاتمه و فرسودگی تعریف می‌گردد (آریان پور، ۱۳۷۷، ص ۴۸۲) اما منظور از آن در علم حقوق آن است که با اولین عرضه محصولات فکری توسط مالک فکری یا با رضایت وی، مالک فکری نمی‌تواند از حقوق مالکیت فکری خویش جهت جلوگیری از واردات یا صادرات محصولات فکری بهره جوید (فرهنگ حقوقی آکسفورد، ۱۳۸۲، ص ۱۷۹). در توضیح این نظریه می‌توان مثالی را تصور کرد، یک شرکت شکلات سازی که صاحب علامت تجاری «دینا» است، محصولات خود را به بازار عرضه می‌کند، این محصولات در فروشگاه‌های کوچک و بزرگ در معرض فروش مشتریان قرار می‌گیرد و شما به عنوان مشتری به یکی از این فروشگاه‌ها می‌روید و یک بسته شکلات دینا را می‌خرید. پس از خرید، با خیال آسوده، شکلات‌ها را میل می‌کنید یا به دوستانتان تعارف می‌نمایید یا حتی می‌توانید آن بسته را به دیگری بفروشید، در این هنگام هیچ تردیدی نخواهید داشت که مرتکب نقض حق مالک فکری نشده‌اید. در حقیقت نظریه مزبور در این میان مداخله می‌کند و اعلام می‌نماید، پس از انعقاد نخستین بیع که از سوی مالک علامت تجاری یا افراد مجاز از جانب وی صورت گرفت، ختم حق مالکان فکری در باب نظارت و

۱- دکترین اجازه ضمنی در سال ۱۸۷۱ میلادی در انگلیس متولد شد اما پس از مدتی نامناسب تشخیص داده شد زیرا که مالکان فکری به سادگی اثرات آنها را با محدودیت‌های قرار دادی متزلزل می‌کردند، در این رابطه می‌توان به دعوی (1871) *Betts. V. Willmott* (1871) LR 6 ch 239 مراجعه کرد:

کنترل مسیر تجاری و مداخله در عرصه تعیین قیمت و... کالا صورت می‌گیرد و از این پس، خریدار خواهد توانست حیات اقتصادی محصول را در ید خویش داشته، در واقع در اینجا بازگشت به مالکیت سنتی خریدارن تحقق می‌یابد و گره یک مسئله که می‌رفت تا با بن بست روبرو گردد، باز می‌شود. این نظریه را می‌توان یک مرز ضروری میان مالکان فکری و خریداران تصور کرد (Prof. Herman Cohen Gehoram.2006.p1)، به گونه‌ای که: اگر این نظریه وجود نداشت مسلماً هرگونه بهره مندی از محصولات فکری به صورت بیع و... تجاوز به حق انحصاری مالکان فکری می‌بود و مالکان فکری می‌توانستند با اقدامات قانونی مانع تجاوز به حقوق خود گردند. به عبارت دیگر، این دکترین سبب خواهد شد، هرگونه انتقال مالکیت بعدی عین یا منفعت محصولاتی که دارای حق فکری هستند، تنها با تصمیم خریداران صورت گیرد.

## ۲- دکترین استیفاء حق در آینه واژگان حقوقی

واژه استیفاء حق نخستین بار توسط یک قاضی آلمانی (Reichsgericht) در یکی از آراء در تاریخ ۲۷ مارس ۱۹۰۲ میلادی به کار رفت که اشعار می‌داشت: اثر حمایتی که توسط حق اختراع اعطا می‌شود یعنی حق انحصاری که به موجب حق اختراع داده می‌شود با اولین فروش خاتمه می‌یابد.

برای توضیح کامل نظریه مذکور باید اشاره داشت که یکی از مهم‌ترین مسائل مرتبط با اعمال دکترین «واردات موازی» (Parallel Imports) است. مالکان فکری دارای حق انحصاری در واردات محصولات منشعب از تراوشات فکری خویش هستند. آنها می‌توانند با افراد دیگری قرارداد منعقد نمایند و این حق خود را به آنها اعطا نمایند. به طور مثال «الف» که مخترع یک نوع ماشین لباسشویی است، می‌تواند این ماشین‌های لباسشویی را وارد کشور خویش نماید، همچنین قادر است که با «ب» و «ج» وارد قرارداد شود و طی قرارداد مجوز بهره‌برداری، اجازه واردات این محصولات را به آن دو بدهد، در این میان فرد «د» اگر چه علاقمند به واردات این ماشین لباسشویی‌ها است اما چون قراردادی با «الف» یا «ب» و «ج» ندارد نمی‌تواند به واردات محصولات مزبور اقدام نماید و در صورتی که چنین عملی را انجام دهد، متجاوز به حق محسوب می‌گردد. به عبارتی دیگر، «د» هیچگونه رابطه‌ی قراردادی با مجموعه‌ی «الف»، «ب» و «ج» ندارد و خارج از زنجیره ارتباطی آنها است، در این میان این پرسش برای «د» مطرح است که چگونه می‌تواند بدون کسب اجازه از «الف» به واردات این محصولات اقدام نماید، در حالی که هیچ تجاوز به حقی روی ندهد؟

اما با اعمال نظریه مزبور، هنگامی که برای نخستین بار، این ماشین لباسشویی‌ها از طریق «الف» یا با رضایت او به فروش برسند، خاتمه‌ی حق «الف» در ارتباط با آن محصولاتی که به فروش رسیده‌اند، اعلام می‌گردد و «الف» دیگر قادر نیست که با فروش، اجاره و یا واردات این محصولات مخالفت نماید و یا هرگونه اعتراضی را مطرح کند. لذا به موازات شبکه‌ی «الف، ب و ج» که به واردات می‌پردازند، «د» نیز می‌تواند به واردات محصولاتی که قبلاً با رضایت مالک فکری در بازار عرضه شده، اقدام نماید. در این جا باید دانست که دکترین به معنی آن نیست که خریدار محصول می‌تواند با درک چگونگی و پی بردن به کارکرد قطعات و ساختار محصول به تولید نمونه‌هایی از آن بپردازد یا وقتی که یک اثر ادبی را خرید، از آن رونویسی یا نسخه‌برداری نماید و آن را به فروش برساند بلکه «استیفاء حق» تنها به معنای آن است که مالک قانونی اموال فکری، پس از آن که نمونه‌ی اثرش توسط او یا رضایتش در بازار عرضه شده، حقش در باب کنترل و نظارت روی مسیر تجاری کالا را از دست می‌دهد و از این پس آن محصول به دریای آزاد تجارت خواهد پیوست. از این پس فروش مجدد، اجاره و... در ید خریدار جدید است و چون دکترین وجود دارد، خریدار متجاوز نیست و بدون کسب اجازه اقدامات بعدی را انجام خواهد داد. پس کلید درک این معما در اینجاست که مالک فکری تنها می‌تواند از تولید و ساخت یا نسخه برداری آثارش جلوگیری نماید اما در شرایط پس از اولین فروش، نه نسخه برداری است، نه ساخت محصول و به طور کلی هیچ تجاوزی رخ نداده است، خریدار آنچه را که خریده، انتقال می‌دهد یعنی همه حقوق خود اعم از مالکیت عین و منفعت را به دیگری منتقل می‌نماید.

در زبان حقوقی ایران از آنجا که به این بحث به طور تخصصی پرداخته نشده است، معادل رایجی برای آن وجود ندارد اما به نظر می‌رسد می‌توان از نظریه انقطاع، خاتمه حق، فرسایش حق یا استیفاء حق به عنوان معادل فارسی آن بهره برد. زیرا که مسئله مهم به اتمام رسیدن حقوق مالکان فکری را مورد توجه خود قرار می‌دهند، اما در این مقاله از اصطلاح «استیفاء حق»<sup>۱</sup> استفاده شده است زیرا از طرفی مالک فکری با اعمال اهلیت استیفاء خویش، در حق مصرحه خود که قانون‌گذار در اختیارش نهاده، تصرف می‌کند و آنرا به اجرا در می‌آورد و از طرفی این حق از چنان اهمیتی در حوزه حقوق مالی مالک فکری برخوردار است که گویی مالک، همه‌ی حقوق خود را استیفاء می‌نماید. لذا ما حقوق را استیفاء شده تلقی می‌نماییم. از طرفی، در سوی دیگر میدان نیز خریدار از یک حق قانونی متعلق به مالک منتفع می‌شود،

۱. این اصطلاح نخستین بار در مقاله «نظام حق اختراع ایران پس از پذیرش موافقت‌نامه راجع به جنبه‌های مرتبط با تجارت حقوق مالکیت فکری» دکتر سعید حبیبی به کار رفته است (شماره ۶۶ مجله دانشکده حقوق و علوم سیاسی دانشگاه تهران، زمستان ۱۳۸۳).

یعنی او با جلب رضایت مالک فکری در طی یک معامله توانسته، از حق انحصاری مالک به سود خویش بهره ببرد. از این رو، دور از واقع نیست که دو گونه استیفاء را از جانب دو طرف قرارداد متصور گردیم.

### ۳- مهم‌ترین مولفه اعمال دکترین: رضایت

دانستیم که دکترین استیفاء حق نسبت به کالاهایی که در بازار از طریق مالک فکری یا با رضایت او عرضه می‌گردد، اعمال می‌شود. در تعریف، آنچه توجه‌برانگیز می‌باشد، عامل کلیدی «رضایت» است، به گونه‌ای که اگر این عامل تحت‌الشعاع قرار گیرد، اعمال «استیفاء حق» در هاله‌ای از ابهام قرار می‌گیرد، «رضایت» واژه‌ای است که معنای آن، در ظاهر، ساده است اما با کمی تأمل و درنگ خواهیم یافت که این واژه، سهل و ممتنع است. «رضایت» همان موافقت و اختیار و میل قلب است به طرف یک عمل حقوقی که سابقاً انجام شده یا الان انجام می‌شود یا بعداً واقع خواهد شد و این رضایت هم به زمان گذشته هم به حال و هم به آینده تعلق می‌گیرد (جعفری لنگرودی، ۱۳۸۰، ص ۳۳۵). مثلاً تصور کنید اولین فروش توسط یک شعبه فرعی مالک فکری یا مجوز گیرنده، انتقال گیرنده، توزیع کننده انحصاری یا نماینده مالک فکری صورت گیرد. گاهی اوقات نیز ممکن است یک انتقال قطعی انجام شود و در ازای پرداخت مبلغ مورد نظر طرفین، حق مالکیت فکری منتقل شود، به گونه‌ای که دیگر هیچگونه ارتباطی بین انتقال دهنده و انتقال گیرنده وجود نداشته باشد زیرا که حق مالکیت به طور کامل به منتقل‌الیه واگذار شده است. از طرف دیگر، امکان دارد که بین دو طرف قرارداد اجازه بهره‌برداری (License Agreement) وجود داشته باشد. مثلاً انتقال دهنده حق امتیازی مبتنی بر یک تعداد کالای فروخته شده دریافت کند و قدرت خود را بر کنترل کیفی محصول تولید شده از طریق انتقال گیرنده حفظ نماید و به این ترتیب قرارداد آنها درباره تعدادی خاص کالا صورت گیرد و انتقال دهنده پس از یک دوره‌ی خاص، حق اعطا شده به منتقل‌الیه را باز پس گیرد. در این قسمت به بررسی حالات مختلف خواهیم پرداخت.

#### ۱- اولین فروش از طریق اعضای یک گروه اقتصادی انجام شود

وقتی که یک گروه اقتصادی متشکل از اعضای مختلف بوجود می‌آید، به گونه‌ای که تعهدات هر یک از اعضا، برای سایرین نیز مسئولیت‌آور است. بدون شک دکترین استیفاء حق نسبت به کالاهایی که توسط یک شعبه فرعی یا یکی از اعضا در بازار عرضه می‌شود، اعمال می‌شود. یعنی اگر شرکت مادر، کالای X را در بازار عرضه کند، عضو Y گروه نیز، حقیقتاً در باب کنترل مسیر پایان می‌یابد و بالعکس. به هر حال، در چنین وضعیتی با یک خانواده اقتصادی روبرو هستیم. به طور مثال، در پرونده‌ای به نام «مترو» (Metro) یک زیر شعبه از

یک گروه اقتصادی، محصولات خود را در فرانسه عرضه کرد. پس از این فروش، یکی از اعضای گروه اقتصادی وابسته به خواهان که زیر شعبه مذکور هم عضو آن بود، با فروش مجدد آن محصولات در آلمان مخالفت کرد، دادگاه، رای داد که چون رضایت در اولین فروش وجود داشته، دکترین اعمال می‌شود (D.G.Goyder.1993.p. 87-91).

## ۲- اولین فروش از طریق نماینده یا توزیع کننده انجام گیرد.

هنگامی که اولین فروش از طریق نماینده یا توزیع کننده (انحصاری یا غیرانحصاری) تحقق می‌یابد به گونه‌ای که این افراد از طرف مالک فکری چنین اقدامی را انجام داده‌اند، استیفای حق مالک فکری اعمال می‌شود. زیرا در چنین حالتی پیوستگی حقوقی و اقتصادی این افراد آن قدر قوی است که رضایت مالک فکری برای اولین فروش قابل تحقق باشد و این چه در مورد نماینده مالک که به نمایندگی از سوی او عمل می‌کند و چه در باب توزیع کننده‌ای که از طرف تولیدکننده به توزیع می‌پردازد، به منصفه ظهور می‌رسد. در حقیقت این مجموعه گرد هم آمده‌اند تا به بهره‌برداری از حقوق مالکیت فکری دست بزنند. به گونه‌ای که می‌توان مسئولیت ناشی از اعمال یکی را به دیگری منتسب دانست یعنی مسئولیت ناشی از عمل نماینده یا توزیع کننده قابل استناد به مالک است.

## ۳- اولین فروش از طریق مجوز گیرندگان صورت گیرد.

هنگامی که یک مالک حقوق فکری، اجازه‌ای را به دیگری برای بهره‌برداری از حقش در یک قلمرو خاص می‌دهد، حق مالک فکری در باب کالاهای دارای حق مالکیت فکری که برای اولین بار توسط مجوز گیرنده، به بازار عرضه می‌گردد، پایان می‌یابد و مالک فکری دیگر نمی‌تواند اعتراضی را مطرح سازد و یا پرسشی از این دست را مطرح نماید که چرا چنین محصولاتی مجدداً به فروش می‌روند و...

## ۴- اولین فروش تحت مجوزهای اجباری صورت گیرد.

همان‌طور که می‌دانیم مجوزهای اجباری زمانی صادر می‌شوند که مالک فکری تمایلی به عرضه محصولات خویش ندارد و یا عرضه آن کافی نمی‌باشد و این در حالی است که به لحاظ مسائل امنیتی، بهداشتی و... ضرورت استعمال و بهره‌گیری از آن کالاها به شدت احساس می‌گردد. در نتیجه از سوی مقامات رسمی کشورها، چنین مجوزی صادر می‌گردد تا به نیازهای جامعه پاسخ داده شود، در این حال بدون اجازه مالک فکری از محصولات بهره‌برداری می‌گردد و مجوز گیرنده اجباری اولین عرضه را انجام خواهد داد و لذا این چالش مطرح می‌گردد که آیا در این جا نیز استیفای حق صورت می‌گیرد یا خیر؟

در پرونده‌ی معروفی که در این باب در اروپا به سال ۱۹۸۵ مطرح گشت، قضیه از این قرار بود: پس از آنکه مجوز اجباری صادر می‌گردد و مجوز گیرنده، محصولات را روانه‌ی بازار می‌نماید،



خریدار آن محصولات به واردات آنها به یکی از کشورهای عضو اتحادیه اقدام می‌کند و این مسئله در زمانی بود که مالک فکری، با این واردات موافق نبود، دادگاه عدالت اروپا در این پرونده چنین تصمیم گرفت: به لحاظ آن که رضایت مالک فکری در این پرونده مفقود است، مخالفت با واردات محصولات معقول می‌باشد (*Harmon.v.Heochs*)، در توضیح این رأی باید گفت در جایی که مقامات صالح و قانونی کشورها به یک شخص ثالث، مجوز اجباری اعطا می‌نمایند و او به تولید، ساخت و بازاریابی و عرضه محصولات می‌پردازد، در واقع امر چنین است که علی‌رغم میل باطنی مالک فکری، این مجوزها صادر شده‌اند و بسیار سخت است که بخواهیم در این جا رضایت را مفروض بدانیم زیرا که مالک فکری از حق انحصاری اولیه‌ای که مقنن برایش در نظر گرفته که همان تعیین آزادانه شرایطی می‌باشد که محصولات را به بازار عرضه نماید، محروم گشته است.

همان‌طور که پیش‌تر اشاره شده به طور مثال، در اختراعات، قانونگذار، حق انحصاری تولید، عرضه، فروش و... محصولات را به مخترع اعطا کرده و مخترع با اتکا بر آنها در شرایط کاملاً انحصاری به ارائه شرایط خود جهت معامله می‌پردازد و در این راستا مابه ازای را که از نظر خویش عادلانه است، دریافت می‌دارد، در حالی که در مجوزهای اجباری چنین آزادی در معامله متصور نیست. البته باید خاطر نشان شود که ممکن است عده‌ای از نویسندگان، در این موارد، رضایت را مفروض بنگارند (David I Keeling, 2003, p.87) و تصمیم مقامات ملی برای اعطای مجوز اجباری را جایگزین رضایت مالک فکری نمایند و در این حال به لحاظ رعایت مصالح ملی و نظم عمومی، انقطاع حق مالک فکری را اعلام نمایند. ممکن است حالتی را تصور کرد که مجوز گیرندگان اجباری، از زمره‌ی افرادی باشند که زیر شعبه مالک هستند و رابطه حقوقی یا اقتصادی تنگاتنگی با مالک فکری دارند. در این حال به نظر می‌آید که مسئله مجوزهای اجباری تحت لوای رابطه‌ی نزدیک یک خانواده‌ی اقتصادی قرار می‌گیرد و استیفاء حق صورت می‌گیرد اما به هر حال آنچه که در عمل متصور می‌باشد، این است که با لحاظ ملاحظات هر پرونده نتیجه را اعلام نمود (G. Tritton, 1996, p.301).

##### ۵- انتقالات

در سال ۱۹۹۴ دعوایی مطرح شد که (*IHT Internationale Heiztechnik v. Ideal Standard*) این مسئله را مورد توجه قرار می‌داد، در این پرونده، مالک علامت تجاری که علامتش را در فرانسه و آلمان به ثبت رسانده بوده، مالکیت علامت خود در فرانسه را به شخص دیگری واگذار می‌نماید، این در حالی بود که هیچ ارتباط حقوقی و اقتصادی بین این دو وجود نداشت، انتقال گیرنده پس از این انتقال، شروع به عرضه محصولات خود در آلمان می‌کند و آلمان دقیقاً سرزمینی است که محدوده‌ی حفظ شده برای مالک اولیه علامت بود، این مسئله

سبب شد مالک آلمانی دعوی تجاوز را طرح نماید که سرانجام دادگاه رای داد که دکترین استیفای حق در این موقعیت اعمال نمی‌گردد. در این پرونده آنچه قابل توجه به نظر می‌رسد، این است که با انتقال اولیه علامت از یک فرد به دیگری، رضایت تلویحی احراز می‌گردد و لذا باید دکترین اعمال شود اما آنچه در عمل اتفاق افتاد و دادگاه مدنظر قرارداد آن بود که «رضایت تلویحی در هر انتقال، رضایت ضروری برای اعمال دکترین نیست» و این در واقع یک مسئله کلیدی می‌باشد و ما باید بین این دو رضایت تمیز قائل گردیم. اما از طرفی ممکن است انتقال بین افرادی صورت گیرد که روابط حقوقی و اقتصادی با یکدیگر دارند، مثلاً حالتی را متصور شوید که دو طرف با یکدیگر رابطه‌ای مطابق با یک قرارداد اجازه بهره‌برداری دارند. در این حال انقطاع حق روی خواهد داد و تردیدی وجود ندارد که در واقع رضایت تلویحی اجازه دهنده وجود دارد و لذا استیفای حق تحقق می‌یابد. این مسئله که اگر هیچ ارتباطی بین انتقال دهنده و منتقل الیه نباشد، آیا دکترین استیفای حق اعمال می‌گردد یا خیر؟ پاسخ‌های بسیار متناقض و پیچیده‌ای را فراروی ما مطرح می‌نماید. بعضی معتقدند (E.G.Beniamini.1993,p.325) که استیفای حق اعمال نمی‌شود زیرا انتقال دهنده و منتقل الیه نمی‌توانند به عرضه محصول توسط دیگری رضایت دهند و حتی به ماده (۲) ۷۶ کنوانسیون حق اختراع اروپایی استناد می‌نمایند که بیان داشته، دکترین تنها زمانی اعمال می‌شود که ارتباطات تجاری و اقتصادی بین مالکان حق اختراع وجود داشته باشد.<sup>۱</sup>

عده‌ای از نویسندگان دیگر هم استدلال می‌نمایند (Ibid.) فرقی نمی‌کند که ارتباط بین دو طرف باشد یا خیر؟ و به هر حال انتقال دهنده نباید بتواند از این ابزار (عدم رضایت) برای تفکیک بازار و لطمه به یکپارچگی آن سوء استفاده نماید. به نظر می‌آید، دیدگاه نویسندگان اخیر با جانبداری از اهداف عالی تجارت آزاد انجام شده است زیرا که بر این پندارند نباید مجاز دانست که هر کس به بهانه‌ای، تجارت آزاد و مزایای بی‌دلیل رقابت آزاد را به خطر اندازد.

## ۶ - اولین فروش در نقض قرارداد منعقد با مالک فکری انجام شود.

یک مالک فکری می‌تواند رضایت خویش جهت سایر بهره‌برداری‌های متعاقب تجاری خریدار و نتیجتاً اعمال دکترین استیفای حق را از طریق قرارداد منعقد با افراد اعلام نماید، این افراد می‌توانند شامل منتقل الیه که حق مالکیت را به دست می‌آورد یا مجوز گیرنده که جواز استفاده از حقوق مالکیت فکری را می‌یابد، باشند. وقتی معامله‌ای صورت می‌گیرد، ممکن است ما تصور نماییم که چون محصولات مطابق با قرارداد منعقد شده در گذشته بین مالک

۱. این استدلال اکنون قابل قبول نیست زیرا کنوانسیون حق اختراع اروپایی هرگز اجرا نشد.

فکری و خریدار یا مجوز گیرنده‌ی اولیه، عرضه شده، رضایت مالک فکری قابل احراز است. اما در واقع امر چنین است که همیشه، تحقق یک قرارداد اولیه با مالک فکری، رضایت او را نشان نخواهد داد مالکان فکری ممکن است در قراردادهای خود شروط متنوع و گوناگونی را قرار دهند، مثلاً: محصولات ارائه شده توسط مجوز گیرنده یک علامت تجاری، از کیفیت استاندارد محصولات مالک فکری، تنزل نکند یا مجوز گیرنده حق اختراع از زمینه استفاده‌ی مصرح در قرارداد یا محدودیت‌های کمی مقرر تجاوز نکند یا اینکه مجوز گیرنده، محصولات را خارج از قلمرو طراحی شده از سوی مالک فکری مثلاً یک شهر یا منطقه خاص، به فروش نرساند. پرسش آن است که آیا یک مالک فکری می‌تواند با واردات محصولاتی که به وسیله مجوز گیرنده یا منتقل‌الیه تولید شده یا در بازار عرضه شده و به فروش رفته، مخالفت ورزد یعنی اگر از قرارداد اولیه تخلف شود، حقی جهت مخالفت ورزیدن متصور است؟

پاسخ به این پرسش به سادگی داده نمی‌شود بلکه باید در هر پرونده و به صورت مورد به مورد پاسخ داد، اما آنچه که مهم می‌باشد، احراز مؤلفه «رضایت» است، به گونه‌ای که آیا در صورتی که از قرارداد اولیه تخلف گشته، مالک فکری به اولین فروش رضایت دارد یا نه؟ مثلاً تصور نمایید، مالک یک علامت تجاری در قراردادش با مجوز گیرنده یا منتقل‌الیه، این بند را می‌گنجاند که باید، ضوابط کیفی خاصی در باب محصولات دارای علامت اعمال شود، اما پس از انعقاد قرارداد، طرف قرارداد، محصولاتی را به فروش رساند که آن کیفیت مطلوب مالک فکری را فاقد است، در این جا این سؤال برای ما مطرح است که آیا چون رضایت مالک اولیه منظور نشده، دکترین استیفاء حق اعمال می‌گردد؟ در این مواقع به نظر می‌رسد که باید بررسی نماییم، آیا قصوری که از جانب طرف قرارداد صورت گرفته، ماهوی است؟ یعنی اگر محصولاتی بسیار کم کیفیت از سوی مجوز گیرنده عرضه شود به گونه‌ای که به حسن شهرت مالک علامت، صدمه وارد نماید، آیا می‌توان تصور نمود که رضایت مالک وجود دارد؟

همچنین به نظر می‌رسد که توجه به عوامل دیگر هم مهم باشد زیرا صرف بیان این مطلب که ارائه محصول کم کیفیت برخلاف قرارداد است و رضایت مالک وجود ندارد، کافی نمی‌باشد بلکه باید دید که آیا خود مالک فکری هم گام‌های معقول و هدایت کننده‌ی را در جهت آموزش، خدمات مشاوره‌ای و... به مجوز گیرنده انجام داده است تا بتوان از مجوز گیرنده، انتظار اجرای صحیح و کامل مقررات قراردادی را داشت. پس حتی اگر مثلاً محصولی، نامناسب نیز عرضه شد اما شرایط و اوضاع و احوال به گونه‌ای بود که قصور از جانب خود مالک فکری احراز می‌گشت، باید رضایت مالک فکری را مفروض دانست و استیفاء حقوق اعلام کرد. نکته کلیدی در اینجا است که اگر از قرارداد تخلف شد و بعداً نخستین بیع رخ داد،

مالک فکری خواهد توانست از واردات آن محصولات جلوگیری کند یا در برابر افراد ثالث به این استعمار حق خویش در نظارت بر مسیر تجاری کالا، استناد نماید.

#### ۴- مولفه‌های دیگر در اعمال دکترین

آیا رضایت تنها عامل اجرایی دکترین «استیفای حق» می‌باشد؟

تا حال دانستیم که مولفه‌ی «رضایت» شرط ضروری اعمال استیفاء و انقطاع حق مالک فکری است اما همواره این سوال به ذهن متبادر می‌گردد که آیا رضایت تنها شرط است؟ به عبارتی دیگر، اگر یک ذی‌حق مالکیت فکری به بیع کالای دارای حق مالکیت فکری در حیطه‌ی یک کشور یا منطقه رضایت داد، بدون تردید، استیفاء حق رخ خواهد داد؟ آیا اعمال دکترین استیفاء حق می‌تواند تحت‌الشعاع مسائل دیگری همچون قوانین محل اولین بیع و سیاست‌های دولت‌ها قرار گیرد؟ شما پرونده‌ای را تصور کنید که، مسئله عدم پرداخت حق‌الامتیاز، می‌توانست اعمال دکترین را تحت‌الشعاع قرار دهد، در این قضیه مالک فکری یک مخترع است و هنوز حق‌الامتیاز مربوطه را دریافت نکرده، و این در حالی است که محصولات، وارد بازار شده و به یک کشور دیگر صادر شدند، دادگاه عدالت اروپا اعلام نمود که موضوع حق‌الامتیاز جنبه‌ی فرعی دارد و یا به عبارتی دیگر، آن مسئله ای بی ارتباط با اعمال دکترین می‌باشد و لذا دکترین اعمال می‌شود (Case 15/74 (1974) ECR 1147). اما در مواردی، اگر چه ذی‌حق رضایت به عرضه محصولات می‌داد اما چون حق‌الامتیاز کامل خود را به لحاظ قوانین کشور اولین فروش دریافت نکرده بود، انقطاع حق رخ نمی‌داد و دادگاه نظارت مستمر مالک فکری را پیش‌بینی می‌نمود. (Case 16/74 (1974) ECR 1183).

در پرونده‌ای، یک شرکت داروسازی، با استناد به حق اختراع و علامت تجاری خویش، قصد داشت از واردات موازی محصولات به کشورهای دیگر جلوگیری نماید. در این مجال دور از مطلب نیست که بگوییم واردات موازی اساساً هنگامی روی می‌دهد که تفاوت قابل تأملی در قیمت‌ها وجود داشته باشد یعنی بین قیمت محصولات در بازار صادر کننده و کشور وارد کننده اختلاف مهمی وجود داشته باشد، در این پرونده نیز خوانندگان، محصولات مورد نظر را ارزان‌تر از محصولات ارائه شده در کشور محل ورود عرضه می‌کردند، علت این مسئله نیز اعمال سیاست‌های اقتصادی خاص کشور صادرکننده در باب محصولات دارویی بود.

اکنون یک دیدگاه آن است: در هنگامی که اولین بیع در جایی رخ داده که سیاست‌های محدودکننده‌ی دولتی در باب قیمت‌ها وجود دارد، مالک فکری برای مسدود نمودن واردات محق است و لذا دکترین روی نخواهد داد. سوالی که مطرح می‌گردد آن است که آیا ارتباطی بین دولت‌ها و تدابیر اتخاذی از سوی آنها و دکترین استیفاء حق وجود دارد؟ و لذا انقطاع حق

تحت شعاع قرار می‌گیرد؟ به نظر می‌آید در پاسخ به این سوال می‌توان سوال متقابلی مطرح ساخت و بیان داشت، مگر نه آن است که یکی از اهداف مهم دکترین استیفاء حق در نظام حقوق مالکیت فکری، آن می‌باشد که تجار نتوانند از تفاوت قیمت‌های بازار بهره جویند و انحصار و اعمال ضد رقابتی انجام دهند و به این ترتیب یکپارچگی بازار را تحت تأثیر قرار دهند و سبب انفکاک بازار جهانی شوند؟ در باب علائم تجاری شاید غیرقابل توجیه باشد که بگویم وجود کنترل قیمت‌ها مبنای جواز جهت مسدود نمودن واردات موازی توسط مالک باشد، زیرا که یکی از کارکرد علائم تجاری به صورت تضمین مبداء کالاهاست و به نظر می‌آید تفاوت قیمت‌ها و واردات، کارکرد آن را متأثر نمی‌نماید لذا نباید، به سادگی از حرکت آزاد کالا تحلف ورزید و رأی به بقاء حق کنترل روی مسیر تجاری یا حق کنترل واردات داد. در مورد حق اختراع نیز که هدف متعالی پیشرفت فن آوری جامعه در پس اعطای پاداش به تلاش‌های خلاقانه مخترع تحقق می‌یابد و او را قادر می‌سازد که در شرایط انحصاری تصمیم بگیرد و با قیمت بالا محصول خود را به فروش برساند، اگر کنترل دولتی در باب قیمت‌ها باشد، آیا همه چیز تحت الشعاع قرار خواهد گرفت؟

دادگاه عدالت اروپا در پاسخ به این سوال بیان کرد که وظیفه دولت‌ها است که عوامل مخرب رقابت بین کشورها به ویژه قیمت‌های کنترلی را حذف نمایند و چنین عواملی نمی‌تواند توجیه مناسبی برای مقاومت در برابر حرکت آزاد کالاها باشد (P.Oliver, 2003, p.61). لذا با توجه به این نکته بود که دادگاه رای به اعمال دکترین استیفاء حق داد. ۷ سال بعد از این پرونده، رأیی شبیه آن در پرونده‌ای دیگر تکرار شد. (Case 55 and 57/80 (1981) ECR) در این پرونده دعوی علیه دو واردکننده کاست‌های موسیقی و نوارهای گرامافون مطرح شد و این در حالی بود که اولین عرضه این محصولات در کشور انگلیس با رضایت مالک صورت گرفته بود. در این پرونده خواهان در پی جلوگیری از واردات نبود بلکه می‌خواست تفاوت حق‌الامتياز در آلمان و انگلیس را مطالبه بنماید زیرا در آن زمان به لحاظ سیاست‌های خاص دولتی در انگلستان، حق‌الامتياز پایین‌تری پرداخت می‌شد و این در حالی بود که در آلمان حق‌الامتياز بالاتر بود، همچنین در پرونده دیگری نیز پذیرفته شد که تفاوت سطح قیمت‌ها نمی‌تواند مبنایی برای جداسازی یک بخش از بازار و انفکاک آن باشد. دیوان عدالت اروپایی خاطر نشان کرد در شرایطی که تجارت آزاد همراه با حرکت آزادانه کالاها و... وجود دارد، مولفان و ناشران آزادند که مکان عرضه و فروش اثر خود را با بررسی و انتخاب بهترین منافع برگزینند و سپس به عرضه اقدام کنند و پس از آن هم می‌توانند نسبت به سایر آثار و محصولات خود چنین نمایند، در هر حال آنها از این شرایط سود می‌برند و لذا جهت دعوی علیه واردکنندگان محق نمی‌باشند. لذا آنچه که می‌توان نتیجه گرفت، چنین است که این خود

مالکان فکری‌اند که با دقت و بررسی اولیه، و حسابگری در باب محل فروش، اقدام به عرضه‌ی محصولات خویش می‌نمایند و حال که اولین بیع صورت گرفت، با لحاظ رضایت قبلی ایشان، می‌توان گفت، این محصول به دریای پرموج و طوفان تجارت آزاد پیوسته و بنابراین تیری که از کمان رها شده، دگر بار به مبدأ خود باز نمی‌گردد و دلایلی همچون سیاست‌های کنترلی یک دولت نباید مانعی بر سر راه هدف متعالی رقابت آزاد و یکپارچگی دهکده جهانی گردد.

### ۵- اختلاف در سطح جغرافیایی اعمال دکترین

قانون‌گذاران ملی در هر کشور با توجه به نظام حقوقی خویش (اهمیت برای حقوق رقابت یا حقوق مصرف‌کننده و...) و لحاظ عوامل اقتصادی مرتبط در جامعه خود یکی از سطوح جغرافیایی ذیل را برای اعمال دکترین پیش‌بینی می‌کنند.<sup>۱</sup>

#### ۱- دکترین استیفاء حق در سطح ملی (Exhaustion at the National Level)

وقتی که یک مبتکر و مبدع، حق انحصاری را در زمینه‌ی یکی از مالکیت‌های فکری در یک کشور کسب می‌کند، او قادر است که به بهره‌برداری یک طرفه از آن اموال فکری بپردازد اما هنگامی که اولین عقد بیع پیرامون محصولاتی که تبلور تراوشات ذهنی او است، منعقد می‌گردد، او دیگر نخواهد توانست در مسیر هرگونه بهره‌برداری تجاری بعدی مثل بیع مجدد آن محصولات که در چارچوب قلمرو کشور اعطاکننده‌ی حق روی می‌دهد، مانعی ایجاد نماید به طور مثال در قانون مالکیت فکری کشور فرانسه آمده است (ماده 6-613-L-مجموعه قوانین مالکیت فکری فرانسه، بخش دوم)، در جایی که محصولات دارای حق اختراع در بازار فرانسه عرضه می‌شوند، به حق اعطا شده‌ی انحصاری منضم به آن محصول، پایان داده می‌شود. به عبارت دیگر، هنگامی که یک مالک فکری شخصاً یا از طریق افراد مجاز از سوی او، اقدام به اولین فروش کالاهای دارای حق مالکیت فکری در قلمرو کشور اعطاکننده‌ی حق می‌کند، به حق خویش خاتمه می‌دهد. اما این خاتمه‌ی حق محدود به مرزهای یک کشور خاص می‌گردد و هنوز مالک فکری به استمرار حق خود در عرصه‌های خارج از کشور امیدوار است. او می‌تواند با واردات موازی که از خارج کشور وارد می‌گردد، مخالفت نماید، در این شرایط به نظر می‌آید یکپارچگی و رقابت آزاد در بازار داخلی کشور مهم‌تر از اهداف دیگر است، در این حال، با اعمال دکترین استیفاء حق در نظام حقوق مالکیت فکری در مرزهای داخلی یک

۱. در حال حاضر هیچ اجماعی جهت پذیرش یکی از سطوح جغرافیایی وجود ندارد و این آزادی در معاهده راجع به جنبه‌های تجاری حقوق مالکیت فکری (تریپس) و اعلامیه ۲۰۰۱ دوحه انعکاس یافته است.

کشور، شور رقابت بارور می‌گردد و تجار و تولیدکنندگان داخلی می‌توانند به سهولت به بیع مجدد، اجاره و انواع عقود پیرامون محصولات فکری اقدام نمایند.

## ۲- دکترین استیفاء حق در سطح منطقه‌ای (Exhaustion at the Regional Level)

هنگامی که اولین بیع محصولات فکری در قلمرو یک منطقه‌ی خاص روی دهد، حقوق مالکیت فکری مالک آن استیفاء شده تلقی خواهد شد، شما تصور نمایید که چند کشور قصد ایجاد یک اتحادیه یا گروهی با مشخصات خاص را داشته باشند، آنها به لحاظ اهداف مشترک اقتصادی، سیاسی و اجتماعی، یک خانواده‌ی واحد را تشکیل می‌دهند، نمونه‌ی بارز چنین خانواده‌ای، اتحادیه‌ی اروپا است که می‌تواند مصداق برجسته‌ای برای یک منطقه‌ی یکپارچه باشد. به طور کلی در باب استیفاءی حقوق منطقه‌ای باید گفت که در چنین وضعی، هنگامی که مالک فکری شخصاً یا از طریق افراد مجاز از سوی خود، اقدام به عرضه محصولش در سطح منطقه‌ای خاص می‌کند، به حقوق خود خاتمه می‌دهد و او دیگر قادر نیست که با هرگونه معامله بعدی یا واردات موازی در سطح منطقه مخالفت نماید زیرا که در چنین حالتی ما با خانواده‌ای روبرو هستیم که هرگونه کالا، خدمات، اشخاص و سرمایه آزادانه در آن حرکت می‌نمایند (مانند اتحادیه اروپا)، تصور نمایید اولین بیع یک کالای فکری در فرانسه روی دهد و متعاقب آن، واردات موازی از پرتغال به فرانسه انجام گردد، در این حالت هیچ تجاوزی به حق مالک فکری فرانسوی نشده است زیرا با اولین فروش در سطح منطقه (یعنی اتحادیه اروپا) استیفاءی حق روی داده، اما دور از ذهن نیست که یک واردکننده‌ی دیگر از آمریکا یا ژاپن قصد واردات موازی به داخل فرانسه را داشته باشد، در چنین وضعی مالک فکری می‌تواند با این واردات مخالفت نماید زیرا تنها به حقوق اعطایی در سطح منطقه خاتمه داده شده و در خارج از منطقه، حقوق انحصاری مالک باقی است لذا با تکیه بر حق مالکانه می‌توان دعوی نقض حق را مطرح نماید.

## ۳- دکترین استیفاء حق در سطح بین‌المللی (Exhaustion at the International

Level)

هنگامی که کالای فکری توسط مالک فکری یا با رضایت او در هر جای جهان، برای نخستین بار به فروش برسد، به حقوق مالکیت فکری مالک خاتمه می‌شود، این همان استیفاءی حق جهانی است. در چنین وضعی اگر شما محصولات فکری خود را در هر جای دنیا اعم از جنوبی‌ترین نقطه‌ی آفریقا یا آمریکا یا شمالی‌ترین نقطه اروپا یا آسیا بفروشید، به حقوق خود خاتمه داده‌اید و دیگر قادر نیستید در برابر معاملات بعدی پیرامون این محصولات در هر جای جهان اعتراضی را مطرح کنید.

## نتیجه

با ظهور حق انحصاری مالکان فکری، حق مالکیت سنتی خریداران با چالش روبرو می‌گردد، از طرفی نیز بحث رقابت آزاد با بحرانی جدی مواجه می‌شود لذا در پاسخ به این نیاز مهم، حقوق، قاعده‌ای به نام استیفاء حق را پیشنهاد می‌کند تا راهگشای ادامه حیات جامعه باشد و مسیر توسعه را نیز هموار گرداند، آنچه امروزه بسیار حیاتی است، توجه به پذیرش دکترین و گزینش سطح جغرافیایی آن است که به مطالعات دقیق و ژرف حقوقی و اقتصادی در ارتباط با هر جامعه نیاز دارد، کشورهایی مانند ایران که در آستانه عضویت در سازمان تجارت جهانی هستند باید با مراقبت کامل و سنجش میزان تعهدات خود در باب دکترین تصمیم بگیرند و در هر حال باید توجه کرد که انتخاب این دکترین در حقوق ملی می‌تواند همان زایش و پویای برجسته‌ای باشد که به همت بصیرت علم حقوق جهت پاسخ به حرکت پر شتاب به سوی دریای سعادت ملی در نظر گرفته شود.

## منابع و مأخذ

### الف- فارسی

۱. آریان‌پور، منوچهر، (۱۳۷۷)، فرهنگ بزرگ یک جلدی پیشرو آریان‌پور، نشر الکترونیکی و اطلاع‌رسانی جهان رایانه، تهران.
۲. اکسفورد (فرهنگ حقوقی)، (۱۳۸۲)، نشر دیدار، تهران.
۳. جعفری لنگرودی، محمدجعفر، (۱۳۸۰)، ترمینولوژی حقوق، کتابخانه گنج دانش، تهران.
۴. قانون مالکیت ادبی و هنری ایالات متحده آمریکا مصوب ۱۹۷۹.
۵. کاتوزیان، ناصر، (۱۳۷۹)، مقدمه علم حقوق و مطالعه در نظام حقوقی ایران، شرکت سهامی انتشار، تهران.
۶. مجموعه قوانین مالکیت فکری فرانسه به شماره ۵۹۷-۹۲ و ۱۰۲-۹۴ و اصلاحی ۱۱۰۶-۹۶.

### ب- خارجی

- 1- Benyamini. Amiram, 1993, **Patent Infringement in the European Community**. Weinheim: VCH Verlagsgesellschaft: New York, NY. VCH Pulolishers.
- 2-Case 15/74 (1974) ECR 1147 and Case 16/74 (1974) ECR 1183.
- 3-Case 19/84, (1985), ECR 2281( *Harmon v. Heochst*).
- 4-Case 55 and 57/80 (1981) ECR 147.
- 5-Case C-2/93 IHT (Internationale Heiztechnik v. Ideal Standard) (1994) ECR I2789.
- 6-Goyder. D.G. EC , 1993 , **Competition Law**, 2nd Ed., Oxford.
- 7-Oliver, P., 2003, **Free Movement of Goods in the European Community**. 3<sup>rd</sup> Ed., Sweet and Maxwell, London.
- 8-Prof. Herman Cohen Gehoram ,2006, **Exhaustion or First Sale Doctrine in General**, available at <http://www.ivir. ni/publications /Cohen – jehorami Cohen2. doc>.
- 9-T.Keeling, David, 2003, **Intellectual Property Rights in EU Law**, Vol. 1, Oxford EC Law Library.
- 10-Tritton, G.,1996, **Intellectual Property in Europe**, Sweet and Maxwell, London.



از این نویسنده تاکنون مقالات زیر در همین مجله منتشر شده است:

«امکان صدور ورقه اختراعات بیوتکنولوژی و موافقتنامه راجع به جنبه‌های مرتبط با تجارت حقوق مالکیت فکری (TRIPS)»، سال ۸۲ شماره ۶۰، «نظام حق اختراع ایران پس از پذیرش موافقتنامه راجع به جنبه‌های مرتبط با تجارت حقوق مالکیت فکری (TRIPS)»، سال ۸۳ شماره ۶۶، «حمایت از دانش سنتی به عنوان یکی از اجزای حقوق مالکیت فکری» سال ۸۵ شماره ۷۲، «حمایت از دانش سنتی در عرصه ملی و بین‌المللی»، سال ۸۵ شماره ۷۲. «چالش‌های جدید حقوق مالکیت فکری» سال ۸۶ شماره ۴.