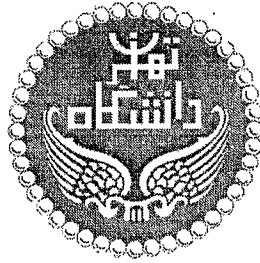


الحمد لله
البرحمين!



دانشگاه تهران
دانشکده حقوق و علوم سیاسی

پایان نامه جهت دریافت درجه دکتری در رشته حقوق خصوصی

موضوع:

قراردادهای واگذاری امتیاز علامت تجاری و دانش فنی

استاد راهنما:

جناب آقای دکتر محمود عرفانی

اساتید مشاور:

جناب آقای دکتر سعید حبیبی

جناب آقای دکتر مرتضی عادل

نگارش:

احمد شهنیائی

۱۳۸۹ / ۷ / ۴

مهر اطلاعات مرکز علمی پژوهشی
تهران

تابستان ۱۳۸۸

۱۴۱۹۵۶



دانشکده حقوق و علوم سیاسی
گروه آموزشی حقوق خصوصی و اسلامی
گواهی دفاع از رساله دکتری

هیات داوران رساله دکتری: احمد شهبانی

گرایش:

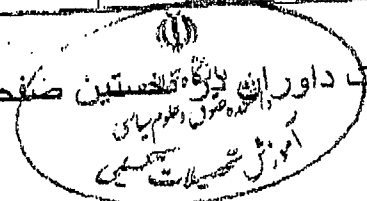
حقوق خصوصی

با عنوان: قرارداد های واگذاری امتیاز علامت تجاری و دانش فنی

را در تاریخ: ۸۸/۶/۲۸ با درجه ۱۸۱۵ بسیار خوب ارزیابی نمود.

ردیف	مشخصات هیات داوران	نام و نام خانوادگی	مرتبه دانشگاهی	دانشگاه یا موسسه	امضاء
۱	استاد راهنما استاد راهنمای دوم (حسب مورد)	دکتر محمود عرفانی	استاد	دانشکده حقوق و علوم سیاسی	
۲	استاد مشاور	دکتر سعید حبیبی	دانشیار	دانشکده حقوق و علوم سیاسی	
۳	استاد مشاور دوم (حسب مورد)	دکتر مرتضی عادل	استادیار		
۴	استاد مدعو خارجی	دکتر عبدالحمید شیروی	استاد	مجمع آموزش عالی قم	
۵	استاد مدعو خارجی				
۶	استاد مدعو داخلی	دکتر نجادعلی الهامی	استاد	دانشکده حقوق و علوم سیاسی	
۷	استاد مدعو داخلی				
۵	معاون یا نماینده معاون تحصیلات تکمیلی دانشکده	دکتر نجادعلی الهامی	استاد	"	

تذکره: این برگه پس از تکمیل هیات داوران درگاه عالی تعلیمات عالی و علوم اسلامی
پایان نامه درج می گردد
۱۳۸۹/۷/۳



تقديم به:

برادر م

«علیرضا»

چکیده

با توسعه حمایت از حقوق مالکیت فکری (از جمله علائم تجاری و دانش فنی) در اغلب کشورهای دنیا، قراردادهای واگذاری امتیاز علائم تجاری و دانش فنی به یکی از قراردادهای رایج در سطح داخلی و بین المللی تبدیل شده است. بموجب این قرارداد، دارنده این حقوق اجازه یا حق استفاده از علامت تجاری و دانش فنی خود را بموجب شرایطی به دیگری واگذار می کند. بر خلاف برخی قراردادهای مثل بیع، قرارداد امتیاز علائم تجاری و دانش فنی فاقد قواعد فراملی و بین المللی جهت تنظیم جنبه های حقوقی آن است. بر این اساس این قواعد را باید در حقوق ملی کشورها جستجو کرد. در ایران نیز این قراردادها روز به روز در حال رواج بیشتری است ولی قوانین ایران بجز برخی احکام قانون ث.ا.ط.ع.، فاقد احکام صریح و روشنی در خصوص این قراردادها است ولی قوانین مادر ایران در خصوص قراردادها مثل ق.م. دارای قواعد عمومی قراردادها است که امکان اعمال آنها بر جنبه های مختلف قرارداد واگذاری امتیاز علائم تجاری و دانش فنی قابل بررسی است. در این تحقیق نگارنده سعی در تبیین و تحلیل مفاد، اوصاف، انواع، اشکال و ماهیت این قرارداد و تعهدات طرفین و آثار آنها در سطح داخلی و بین المللی و یافتن قواعد حقوقی قابل اعمال بر آن در حقوق ایران دارد.

واژگان و مفاهیم کلیدی: قرارداد واگذاری امتیاز، حقوق علامت تجاری، حقوق دانش فنی،

قواعد عمومی قراردادها، نظم قراردادی مورد نظر طرفین، حق انتفاع.

فهرست مطالب

صفحه	عنوان
۱.....	مقدمه

فصل اول:

کلیات و مفاهیم قرارداد و واگذاری امتیاز علامت تجاری و دانش فنی

۱۰.....	گفتار اول: مفاهیم مربوط به حقوق علامت تجاری و دانش فنی
۱۰.....	مبحث اول: علامت تجاری
۱۰.....	۱- تاریخچه و مبانی حمایت
۱۳.....	۲- مفهوم و شرایط حمایت از علامت تجاری
۲۱.....	۳- حقوق ناشی از مالکیت علامت تجاری
۲۱.....	الف- در موافقتنامه م.ج.ت.ح.م.ف و حقوق تطبیقی
۲۳.....	ب- در حقوق ایران
۲۴.....	مبحث دوم: دانش فنی
۲۴.....	۱- مفهوم و قلمرو
۲۷.....	۲- حقوق دانش فنی
۲۷.....	الف- در حقوق تطبیقی
۳۰.....	ب- در حقوق ایران
۳۲.....	گفتار دوم: مفهوم و مبانی قرارداد و واگذاری امتیاز علامت تجاری و دانش فنی
۳۲.....	مبحث اول: مفهوم، مبنا و موضوع قرارداد
۳۵.....	مبحث دوم: ماهیت حقوقی امتیاز موضوع قرارداد
۳۸.....	مبحث سوم: انگیزه های طرفین
۴۱.....	گفتار سوم: قلمرو قرارداد و واگذاری امتیاز علامت تجاری و دانش فنی
۴۱.....	مبحث اول: قرارداد و واگذاری امتیاز و قرارداد و واگذاری مالکیت علامت تجاری و دانش فنی
۴۳.....	مبحث دوم: قرارداد و واگذاری امتیاز و قرارداد مشارکت تجاری (Joint venture)
۴۵.....	مبحث سوم: قرارداد و واگذاری امتیاز و قرارداد اجازه استفاده از علامت تجاری
۴۶.....	مبحث چهارم: قرارداد و واگذاری امتیاز و قرارداد توزیع

- گفتار چهارم: اشکال و قالب های قرارداد و اعطای امتیاز علامت تجاری و دانش فنی..... ۴۸
- مبحث اول: اشکال و اسباب قرارداد ۴۸
- مبحث دوم: قالب قرارداد و اعطای امتیاز علامت تجاری و دانش فنی ۵۱
- ۱- قرارداد و اعطای امتیاز جمعی ۵۱
- ۲- قرارداد و اعطای امتیاز مجموعی ۵۳
- ۳- انعقاد قرارداد و اعطای امتیاز در قالب ساختار مشارکت تجاری ۵۴
- گفتار پنجم: انواع قراردادهای و اعطای امتیاز علامت تجاری و دانش فنی..... ۵۵
- مبحث اول: قرارداد و اعطای امتیاز انحصاری ۵۵
- مبحث دوم: قرارداد و اعطای امتیاز غیر انحصاری ۵۷
- مبحث سوم: امتیاز ساده ۵۹
- گفتار ششم: ویژگی قرارداد و اعطای امتیاز علامت تجاری و دانش فنی ۶۰
- مبحث اول: از حیث حقوق حاکم بر قرارداد ۶۰
- مبحث دوم: از حیث پیش بینی توسط مقنن ۶۱
- مبحث سوم: از حیث معوض یا مجانی بودن ۶۳
- مبحث چهارم: از حیث ذاتی (تملیکی یا عهدهی بودن) ۶۴
- مبحث پنجم: از حیث مستمر یا فوری بودن ۶۵
- مبحث ششم: از حیث اهمیت شخصیت طرفین در قرارداد ۶۶
- مبحث هفتم: از حیث تاثیر ویژگی های حقوق مالکیت فکری بر قرارداد ۶۹
- گفتار هفتم: ماهیت قرارداد و اعطای امتیاز علامت تجاری و دانش فنی..... ۷۲
- مبحث اول: اهمیت تعیین ماهیت قرارداد و اعطای امتیاز ۷۲
- مبحث دوم: ماهیت قرارداد و اعطای امتیاز در حقوق تطبیقی ۷۳
- مبحث سوم: ماهیت قرارداد و اعطای امتیاز در حقوق ایران ۷۴
- ۱- بیع ۷۴
- ۲- اجاره ۷۴
- ۳- و اعطای حق انتفاع ۷۶
- ۴- نتیجه ۷۷
- گفتار هشتم: اعمال قواعد عمومی قراردادهای در قرارداد و اعطای امتیاز علامت تجاری و دانش فنی..... ۷۹
- مبحث اول: شرایط عمومی تشکیل و اعتبار قراردادها در قرارداد و اعطای امتیاز ۷۹
- ۱- قصد طرفین و اهلیت طرفین ۷۹

- ۲- شرایط مورد معامله ۸۱
- ۳- مشروع بودن جهت معامله ۸۵
- مبحث دوم: قلمرو اصل آزادی قراردادهای در قرارداد واگذاری امتیاز علامت تجاری و دانش فنی ۸۶
- ۱- در حقوق تطبیقی ۸۶
- ۲- در حقوق ایران ۸۹
- مبحث سوم: تشریفات آمره قرارداد واگذاری امتیاز علامت تجاری و دانش فنی ۹۰
- ۱- در حقوق تطبیقی ۹۰
- ۲- در حقوق ایران ۹۲
- مبحث چهارم: اعمال اصل لزوم در قرارداد واگذاری امتیاز علامت تجاری و دانش فنی ۹۳
- مبحث پنجم: تفسیر قرارداد واگذاری امتیاز علامت تجاری و دانش فنی ۹۴
- مبحث ششم: قانون حاکم بر قرارداد و روش های حل اختلاف ۹۷
- ۱- قانون حاکم بر قرارداد ۹۷
- ۲- مرجع و روش رفع اختلاف ۱۰۰
- گفتار نهم: بخش های قرارداد واگذاری امتیاز علامت تجاری و دانش فنی ۱۰۳
- مبحث اول: مطالب مقدماتی و تعاریف ۱۰۳
- مبحث دوم: تضمین ها و اعلام ها ۱۱۱
- مبحث سوم: واگذاری امتیاز، حقوق و تعهدات طرفین ۱۱۴
- ۱- تعهدات امتیاز دهنده ۱۱۵
- ۲- تعهدات امتیاز گیرنده ۱۱۶
- مبحث چهارم: عوض قرارداد و حق الامتیاز ۱۱۷
- مبحث پنجم: موارد متفرقه ۱۱۸

فصل دوم:

تعهدات و تضمینات طرفین در قرارداد واگذاری امتیاز علامت تجاری و دانش فنی

- گفتار اول: تعهدات امتیاز گیرنده در قرارداد ۱۲۲
- مبحث اول: پرداخت عوض قراردادی (حق الامتیاز) ۱۲۲
- ۱- اشکال عوض قراردادی ۱۲۲
- ۲- مبنای محاسبه نرخ حق مالکانه ۱۲۶
- ۳- مفهوم مبالغ فروش ۱۲۹

- ۴- تعهد به پرداخت حداقل حق الامتیاز ۱۳۳
- ۵- تعهد به نگهداری و ارائه اسناد حسابداری فروش ۱۳۶
- ۶- شرط تعیین قیمت فروش محصول توسط امتیاز دهنده ۱۳۸
- الف- در حقوق تطبیقی ۱۳۸
- ب- در حقوق ایران ۱۳۹
- ۷- سایر مسائل مربوط به تعهد پرداخت حق الامتیاز ۱۴۰
- مبحث دوم: تعهد به محرمانه نگهداشتن دانش فنی** ۱۴۲
- ۱- اهمیت تعهد ۱۴۲
- ۲- آثار تعهد به محرمانه نگهداشتن ۱۴۵
- ۳- مدت محرمانه ماندن ۱۴۶
- مبحث سوم: محدودیتهای امتیاز گیرنده در استفاده از دانش فنی و علامت تجاری** ۱۴۹
- ۱- اقسام محدودیتهای ۱۴۹
- ۲- محدودیت جغرافیائی امتیاز ۱۵۰
- ۳- محدودیت زمینه فنی و تجاری استفاده از دانش فنی و علامت تجاری ۱۵۴
- ۴- محدودیت امتیاز گیرنده در واگذاری امتیاز استفاده از دانش فنی و علامت تجاری به سایر اشخاص ۱۵۶
- الف- در حقوق تطبیقی ۱۵۶
- ب- در حقوق ایران ۱۵۷
- ۵- محدودیت دسترسی افراد دیگر به علامت تجاری و دانش فنی جهت استفاده ۱۶۳
- ۶- تعهد امتیاز گیرنده به عدم تحقیق و توسعه دانش فنی ۱۶۵
- ۷- تعهد به رعایت و تحقق حداقل کیفیت در تولید و فروش محصول تولیدی ۱۶۵
- ۸- تعهد به عدم رقابت ۱۶۷
- مبحث چهارم: تعهد امتیاز گیرنده به حداکثر بهره وری** ۱۷۰
- ۱- مبنای تعهد حداکثر تلاش و بهره وری ۱۷۰
- الف- در حقوق تطبیقی ۱۷۰
- ب- در حقوق ایران ۱۷۲
- ۲- ضابطه و معیار حداکثر بهره وری ۱۷۴
- ۳- ارزیابی حداکثر بهره وری ۱۷۵
- ۴- تعهد به ترویج محصول ۱۷۶
- مبحث پنجم: تعهد عدم ایراد به اعتبار مالکیت فکری امتیاز دهنده** ۱۷۷
- ۱- مبنای تعهد ۱۷۷
- الف- در حقوق تطبیقی ۱۷۷

- ب- در حقوق ایران ۱۸۰
- ۲- اعتبار تعهد عدم ایراد ۱۸۱
- مبحث ششم: تعهد به توقف استفاده و بهره برداری از دانش فنی پس از انقضاء قرارداد ۱۸۲
- الف- در حقوق تطبیقی ۱۸۲
- ب- در حقوق ایران ۱۸۴
- گفتار دوم: تعهدات و تضمینات امتیاز دهنده قرارداد واگذاری امتیاز علامت تجاری و دانش فنی. ۱۸۵
- مبحث اول: تضمینات امتیاز دهنده ۱۸۵
- ۱- تضمین سمت قانونی امتیاز دهنده در واگذاری امتیاز علامت تجاری و دانش فنی ۱۸۶
- الف- در حقوق تطبیقی ۱۸۷
- ب- در حقوق ایران ۱۸۸
- ۲- تضمین اعتبار علامت تجاری و دانش فنی ۱۸۹
- الف- در حقوق تطبیقی ۱۹۰
- ب- در حقوق ایران ۱۹۰
- ۳- تضمین عدم نقض حقوق شخص ثالث و تضمین عدم نقض حقوق امتیاز گیرنده توسط ثالث ۱۹۱
- ۴- تضمین کارایی دانش فنی و علامت تجاری موضوع قرارداد ۱۹۳
- الف- در حقوق تطبیقی ۱۹۳
- ب- در حقوق ایران ۱۹۵
- ۵- تضمین امتیاز دهنده به تحقق نتایج و استانداردهای خاص ۱۹۷
- مبحث دوم: تعهدات امتیاز دهنده ۱۹۸
- ۱- تعهد به تسلیم دانش فنی ۱۹۸
- ۲- تعهد به ارائه کمک های فنی ۲۰۱
- ۳- تعهد به تهیه قطعات، ابزار آلات و مواد اولیه ۲۰۲
- ۴- حمایت از امتیاز گیرنده در موارد نقض حقوق توسط اشخاص ثالث و یا دعوی نقض اقامه شده توسط اشخاص ثالث ۲۰۶
- ۵- تعهد به رعایت بهترین شرایط قراردادی ۲۱۴
- ۶- تعهد امتیاز دهنده به جبران خسارات ناشی از عیب دانش فنی و محصول معیوب به اشخاص ثالث ۲۱۸
- الف- در حقوق تطبیقی ۲۱۹
- ب- در حقوق ایران ۲۲۰
- ۷- مسئولیت امتیاز دهنده در قبال خسارات وارده به امتیاز گیرنده ۲۲۴

فصل سوم:

انحلال قرارداد و اگذاری امتیاز علامت تجاری و دانش فنی

گفتار اول: بطلان قرارداد و اگذاری امتیاز	۲۲۹
گفتار دوم: انفساخ قرارداد و اگذاری امتیاز	۲۳۲
گفتار سوم: فسخ قرارداد و اگذاری امتیاز	۲۳۵
مبحث اول: اصل لزوم قرارداد و اگذاری امتیاز	۲۳۵
مبحث دوم: حق فسخ قراردادی در قرارداد و اگذاری امتیاز	۲۳۷
۱- حق فسخ به علت تخلف قراردادی طرف دیگر	۲۳۷
۲- حق فسخ به علت تغییر کنترل شرکت طرف قرارداد	۲۴۶
۳- حق فسخ به علت ورشکستگی طرف دیگر	۲۴۷
۴- حق فسخ به علت استمرار قوه قاهره	۲۴۸
۵- حق فسخ اختیاری	۲۴۹
مبحث سوم: حق فسخ قانونی در قرارداد و اگذاری امتیاز	۲۵۱
الف- در حقوق تطبیقی	۲۵۱
ب- در حقوق ایران	۲۵۳
گفتار چهارم: پایان مدت قرارداد	۲۶۳
گفتار پنجم: آثار انحلال قرارداد و اگذاری امتیاز علامت تجاری و دانش فنی	۲۶۵
نتیجه	۲۷۳
فهرست منابع	۲۸۸
چکیده انگلیسی	۲۹۹

علائم اختصاری

ق.ا.م.ق.ب.ا.س.ا: قانون اصلاح مفادی از قانون برنامه چهارم توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی و اجرایی سیاستهای کلی اصل ۴۴ قانون اساسی، مصوب ۱۳۸۶ مجلس و ۱۳۸۷ مجمع تشخیص مصلحت نظام.

ق.ت: قانون تجارت مصوب ۱۳۱۱.

ق.ت.ا: قانون تجارت الکترونیکی مصوب ۱۳۸۲.

اکوتا: قانون توافقنامه تجاری اکو مصوب ۱۳۸۷.

ق.ث.ا.ط.ع: قانون ثبت اختراعات، طرحهای صنعتی، علائم و نامهای تجاری مصوب ۱۳۸۶.

ق.ح.س.خ: قانون تشویق و حمایت سرمایه گذاری خارجی مصوب ۱۳۸۱.

ق.ح.م.م: قانون حمایت مولفان و مصنفان و هنرمندان مصوب ۱۳۴۸.

ق.م.م.ا: قانون مالیاتهای مستقیم و اصلاحی آن مصوب ۱۳۶۶ و ۱۳۸۱.

ق.م.ا.ا: قانون مالیات بر ارزش افزوده مصوب ۱۳۸۷.

ق.م: قانون مدنی مصوب ۱۳۰۷ با اصلاحات و الحاقات بعدی.

ق.م.م: قانون مسئولیت مدنی مصوب ۱۳۳۹.

ق.د.ت.ب: قانون داورى تجارى بين المللى مصوب ۱۳۷۶.

ق.ث.ش: قانون راجع به ثبت شرکتهای مصوب ۱۳۱۰.

ل.ا.ق.ت: لایحه اصلاح قسمتی از قانون تجارت مصوب ۱۳۴۷.

م.ح.ت.ح.م.ف: موافقتنامه ناظر بر جنبه های تجاری حقوق مالکیت فکری سازمان تجارت جهانی.

ق.آ.د.م: قانون آیین دادرسی مدنی مصوب ۱۳۷۸.

مقدمه

الف) اهمیت، ضرورت و هدف تحقیق

از هنگام برقراری اولین ارتباط جامعه ایرانی با جوامع مدرن، سازگاری سنت و مدرنیته از دل مشغولیهای عمده اندیشمندان علوم اجتماعی بوده است. حقوق کشور نیز از این ارتباط تاریخی برکنار نمانده است. در کنار سنتهای پا گرفته در طی قرون متمادی که نتیجه درخشان تلاشهای محققان فقهی امامیه بوده است جامعه با مصادیق و پدیدههای حقوقی مواجه شده که چندان مورد توجه سازندگان سنت حقوقی نبوده است و مواجهه فعال با آنها نظریه پردازی و قضاوتهای علمی نوینی را طلب می کرده است.

حقوق مالکیت فکری و آثار حقوقی ناشی از آن از جمله قراردادهای واگذاری امتیاز از این قبیل پدیدهها است. قراردادهای واگذاری امتیاز علامت تجاری و دانش فنی در زمره قراردادهای رایج در سطح داخلی و نیز بین المللی و از ابزارهای حقوقی ترویج تکنولوژی برتر و علائم تجاری معتبر است. از یک طرف امتیاز دهنده این قرارداد را وسیله ای جهت اشاعه دانش فنی و علامت تجاری خود، بهره گیری از امکانات امتیاز گیرنده و کسب درآمد می داند و از طرف دیگر امتیاز گیرنده نیز به این قرارداد بعنوان کسب دانش فنی و علامت تجاری، افزایش بهره وری در فرایند تولید و بازاریابی و فروش و سود بیشتر نگاه می کند. این قرارداد متشکل از مجموعه ای از اعلامها و تضمینهای حقوقی، تبادل حقوق و تعهدات و مفاهیم حقوقی متنوعی در رابطه قراردادی طرفین است. طبیعی است متناسب با رواج این قراردادها، انعقاد، اجرا و اتمام مصالحه آمیز قرارداد و رفع اختلافات احتمالی طرفین مستلزم بدست دادن احکام حقوقی روشن راجع به قرارداد است و حقوق باید نقش خود در این زمینه را با تبیین رابطه حقوقی طرفین محقق نماید. در بسیاری کشورها

بعلت قدمت رواج این قرارداد، چنین منبع حقوقی در حال تکامل است. ولی در سایر کشورها این امر در مراحل اولیه شکل‌گیری است و هنوز به تکامل علمی و قضایی نرسیده است.

با وجود بهره‌مندی حقوق کشور از اندیشه‌های حقوقی غنی در خصوص قراردادها اعم از قواعد عمومی و احکام ویژه عقود، قرارداد واگذاری امتیاز بدلیل داشتن موضوع بدیع یعنی حقوق مالکیت فکری، مساله جدیدی است که دست یافتن به قواعد حقوقی آن نیاز به اندیشه‌های جدیدی دارد. نویسندگان ق.م.، بعنوان قانون‌مادر در زمینه قراردادها و حقوق اموال، با وجود بهره‌مندی از مهارت‌های حقوقی و فقهی قابل ستایش، برحسب واقعیات صنعتی و تجاری روز فاقد اندیشه خاصی در خصوص قرارداد واگذاری امتیاز بوده‌اند. ولی با گسترش مراودات صنعتی و تمایل کشور به کسب فن‌آوری جدید و اهمیت روز افزون حقوق مالکیت فکری، جامعه اینک با انبوهی از قراردادهای واگذاری امتیاز این حقوق مواجه است که ساماندهی حقوقی آنها و تنظیم روابط طرفین مستلزم یافتن قواعد حقوقی مربوطه است.

قرارداد واگذاری امتیاز قراردادی است که بموجب آن دارنده حقوق مالکیت فکری، اجازه استفاده از این حقوق را به شخص دیگری و اگذار می‌کند. قرارداد واگذاری امتیاز از چند حیث ویژگی‌های قابل توجهی دارد؛ اول اینکه موضوع آن یعنی حقوق مالکیت فکری از قبیل علامت تجاری و دانش فنی، فاقد جنبه ملموس و عینی است که در فقه و قوانین موضوعه کمتر چنین جنبه‌هایی بعنوان موضوع قرارداد مورد توجه بوده است و همین امر اعمال بسیاری از قواعد سنتی حقوقی بر قرارداد واگذاری امتیاز را دچار پیچیدگی می‌کند. دوم اینکه قرارداد واگذاری امتیاز بجز در موارد نادر در قوانین و مقررات کشور مورد پیش‌بینی مقنن قرار نگرفته است. از سوی دیگر رویه قضائی نیز بدلیل نبودن رواج این قرارداد و وارداتی بودن آن مجال چندانی جهت ورود به مباحث حقوقی آن و ایجاد یک منبع حقوقی قابل اتکاء نیافته است. بنابراین در فرضی که طرفین قرارداد واگذاری امتیاز در خصوص حکم مساله‌ای ساکت هستند و یا شروط پیش‌بینی شده توسط آنها مستلزم تحلیل در

چارچوب یک حقوق و قانونی باشد، مرجع رسیدگی ملزم به رسیدگی و صدور حکم است و به بهانه سکوت قانون و فقه نمی‌تواند از رسیدگی خودداری کند.

با این حال سکوت مقنن در خصوص قرارداد واگذاری امتیاز زمینه مناسبی را جهت پا گرفتن مباحث حقوقی قابل توجه فراهم می‌نماید تا با نظریه پردازی علمی در این خصوص، زمینه ورود عینی تر مراجع رسیدگی به موضوع و شکل‌گیری یک رویه قضائی قابل اتکاء تسهیل گردد. از لحاظ سابقه تحقیقی راجع به موضوع، بیشتر آثار مربوط به قرارداد واگذاری امتیاز در قالب پایان نامه دانشجویی است که تلاش قابل تقدیری را جهت نظریه پردازی در این خصوص رقم زده اند. در این تحقیق سعی بر نقد و نیز استفاده از نتایج این تلاش‌ها شده است.

نگارنده در این تحقیق با استفاده از تجارب عملی ناشی از شرکت در مذاکرات قراردادی، مواجهه با اختلافات قراردادی و مشاهده شخصی مسائل بفرنج قراردادهای واگذاری امتیاز و با برخورداری از راهنمایی‌ها و مشاورات اساتید گرانقدر درصدد ایفاء نقشی در فراهم نمودن زمینه‌های فوق‌الذکر است. در این اثر قرارداد واگذاری امتیاز با موضوع علامت تجاری و دانش فنی مورد بررسی قرار گرفته و قرارداد برحسب ویژگیهای مالکیت فکری این دو نوع حقوق مطالعه خواهد شد.

نگارنده در نگارش این اثر ادعای بیان جامع موضوع و پاسخ بی نقص به سئوالات مطروحه و ادای کامل حق مطلب را ندارد ولی آنرا ناشی از تلاشی می‌داند جهت تحلیل یک پدیده حقوقی بدیع و جهدی جهت بومی نمودن قواعد حقوقی قرارداد واگذاری امتیاز و سازگاری آن در سنتهای حقوقی کشور.

ب) فرضیه های تحقیق

تحقیق بر اساس فرضیه های زیر صورت می گیرد؛

۱- قرارداد واگذاری امتیاز علامت تجاری و دانش فنی در کشورهای غربی شکل گرفته و بسیاری از مفاهیم حقوقی مربوطه برگرفته از حقوق این کشورها بوده و عین چنین مفاهیمی در حقوق ایران وجود نداشته است.

۲- قرارداد امتیاز علامت تجاری و دانش فنی در هیچکدام از قوانین و مقررات کشور بطور مشخص و مفصل پیش بینی نشده و حقوق ایران (اعم از قوانین و یا رویه قضایی) فاقد قواعد سازمان یافته راجع به آن است.

۳- قرارداد امتیاز علامت تجاری و دانش فنی نقطه تلاقی دو مبحث «حقوق قراردادهای» و «حقوق مالکیت فکری» است که هرکدام قواعد حقوقی مستقل و خاص خود را دارند.

۴- قرارداد واگذاری امتیاز علامت تجاری و دانش فنی دارای آثاری است که برخی ارزشهای حقوق عمومی و حقوق اقتصادی را تحت تأثیر قرار می دهد. بنابراین در تبیین حقوقی این قرارداد قواعد عمومی و احکام آمره نقش موثری دارند.

پ) سوالات تحقیق

سوالات اصلی تحقیق به شرح ذیل است؛

۱- با توجه به عدم پیش بینی «قرارداد واگذاری امتیاز علامت تجاری و دانش فنی»، قواعد

حقوقی حاکم بر این قرارداد در نظام حقوقی ایران چیست؟

۲- آیا قواعد عمومی قراردادهای در حقوق ایران و قواعد عام عقود معین، بر قرارداد واگذاری

امتیاز علامت تجاری و دانش فنی قابل اعمال است؟ آیا شرایط ویژه قرارداد واگذاری امتیاز

اجازه اعمال چنین قواعدی را می دهد؟ شرایط و لوازم اعمال این قواعد چیست؟

۳- آیا وضعیت کنونی حقوق ایران راجع به قرارداد امتیاز علامت تجاری و دانش فنی، مستلزم قانونگذاری در خصوص این قرارداد است یا به جای قانونگذاری، رویه قضایی زمینه های حقوقی لازم جهت تفصیل قواعد این قرارداد را در دست دارد؟

۴- آیا مفاهیم مندرج در قرارداد واگذاری امتیاز علامت تجاری و دانش فنی، با تئوریهای ملی حقوق قراردادهای ایران قابل تطابق و سازگاری است؟

۵- سیاستهای عمومی مربوط به آثار قرارداد واگذاری امتیاز علامت تجاری و دانش فنی، چگونه قواعد حقوق قراردادهای و آزادی اراده طرفین را تحت تأثیر قرار می دهد؟ راهکارهای سازگاری حقوق عمومی با حقوق خصوصی در این زمینه چیست؟

ج) روش تحلیل و تحقیق

تحقیق و بدست دادن قواعد حقوقی در خصوص قرارداد واگذاری امتیاز مستلزم طی طریق پیوسته در این قرارداد است؛ تبیین مفاد و موضوع قرارداد و ماهیت حقوقی حق بدست آمده توسط امتیاز گیرنده، بیان اوصاف و ویژگیهای حقوقی قرارداد و مساله اساسی «ماهیت حقوقی» قرارداد که کلید استخراج احکام قرارداد واگذاری امتیاز می باشد. براساس این اوصاف و ماهیت، احکام ناظر بر قرارداد قابل استنتاج است از قبیل شرایط شکل گیری و انعقاد قرارداد واگذاری امتیاز و اعتبار شروط آن، تعهدات طرفین و ضمانت اجراهای آن و اسباب و آثار انحلال قرارداد. در این مسیر قواعد عمومی قراردادهای در نظام حقوق مدنی می تواند بسیار بکار آید تا با تاباندن این قواعد بر قرارداد، زوایای پنهان آن روشن گردد. با این حال اعمال این قواعد بدون درنگ و به سادگی نخواهد بود چرا که جواز این اعمال مستلزم اثبات سازگاری این قواعد عمومی با ویژگیهای خاص قرارداد واگذاری امتیاز است. همچنین، تنقیح مناط احکام عقود معین موضوع ق.م و اعمال ملاک بدست آمده بر قرارداد واگذاری امتیاز نیز پس از اثبات تحقق این ملاک در قرارداد واگذاری امتیاز می تواند راهی

جهت رسیدن به مقصود باشد. در کنار این روش‌ها، کنکاش در باطن قرارداد و احراز قصد واقعی طرفین قرارداد واگذاری امتیاز، نیز به یافتن قواعد حقوقی این قرارداد کمک خواهد کرد.

تحقیق با روش و شامل «تبیین» و «تحلیل» است؛ تبیین ناظر بر شناخت قرارداد واگذاری امتیاز علامت تجاری و دانش فنی است. شناخت، جنبه های فنی این قرارداد و آنچه طرفین خواسته اند و نیز شناخت قالبها و اوصاف حقوقی مراد طرفین، است که زمینه را جهت مرحله بعد تحقیق یعنی «تحلیل» فراهم می کند. مرحله تحلیل ناظر بر اعمال مفاهیم حقوق قراردادهای بر قرارداد امتیاز علامت تجاری و دانش فنی و استنتاج قواعد حقوقی قابل اعمال بر آن است.

ه) ویژگیهای تحقیق

در این تحقیق سعی شده است ویژگیها و اوصاف زیر رعایت شود:

۱- در برخی آثار فارسی راجع به قرارداد واگذاری امتیاز بعضاً به جنبه‌های حقوق عمومی آن بعنوان مکانیزم حقوقی کسب فن آوری و بعنوان یک ارزش ملی پرداخته شده است. در این اثر گرچه بیان قواعد آمره قرارداد واگذاری امتیاز علامت تجاری و دانش فنی بعنوان واقعیتی از حقوق عمومی که حدود آزادی طرفین در قرارداد را محدود می کند مورد توجه کامل است، ولی قرارداد بیشتر از حیث حقوق خصوصی و قواعد تنظیم روابط طرفین آن مورد بررسی قرار گرفته است.

۲- هر چند روش رایج در تحلیل قرارداد واگذاری امتیاز و امثال آن (بعنوان قرارداد ناشی از تحولات جدید) معمولاً تصویر آن در یک محیط بین المللی و با داشتن عنصر خارجی است (قرارداد بین المللی)، لکن در این تحقیق اصراری در اخذ این پیش فرض نیست و انعقاد قرارداد واگذاری امتیاز با عناصر کاملاً داخلی و یا انعقاد قرارداد واگذاری امتیاز با عنصر خارجی و حاکمیت قانون ایران را فرض غالب مباحث خود می داند، در عین حالیکه انعقاد قرارداد واگذاری امتیاز بین المللی را نیز بعنوان یک واقعیت، جهت تضمین جامعیت اثر، مورد توجه قرارداده و به همین جهت به

قواعد ملی سایر نظامها (بخصوص کامن لا) در خصوص قرارداد واگذاری امتیاز و عرفهای بین‌المللی آن در حد لازم پرداخته می‌شود.

۳- در این تحقیق به حد ضرورت به موضع حقوقی سایر کشورها راجع به قرارداد واگذاری امتیاز علامت تجاری و دانش فنی پرداخته شده است. توجه و بیان حقوق تطبیقی هم معطوف به حقوق کشورهای در حال توسعه (مثل هند، مکزیک، چین، برزیل و...) و هم کشورهای توسعه یافته (مثل آمریکا، انگلستان، فرانسه، آلمان و ایتالیا) است.

۴- در تحقیق سعی شده است در ضمن بیان قوانین، قواعد و تئوریهای حقوقی راجع به جنبه‌های مختلف قرارداد واگذاری امتیاز علامت و دانش فنی، پرونده‌ها و دعاوی مرتبط با آنها در کشورهای مختلف بیان شود.

۵- با عنایت به اینکه شناخت بهتر قواعد حقوقی قراردادهای واگذاری امتیاز به انعقاد یک قرارداد موفق بویژه برای سرمایه‌گذاران ملی کمک خواهد کرد، تحقیق سعی نموده است در حد ضرورت راهنماییهای علمی و تکنیکهای حقوقی تنظیم قرارداد واگذاری امتیاز علامت تجاری و دانش فنی را نیز ارائه دهد.

چ) ساختار تحقیق

تحقیق در سه فصل متوالی به تحلیل و بیان موضوع می‌پردازد؛ در فصل نخست کلیات بحث از قبیل مفهوم علامت تجاری و دانش فنی و قواعد حمایت حقوقی راجع به آنها بعنوان مورد قرارداد در حقوق تطبیقی و حقوق ایران، مفهوم، مفاد و قلمرو قرارداد واگذاری امتیاز و تمایز با سایر عقود مشابه و انواع آن، ماهیت حقوقی «امتیاز» واگذار شده، اوصاف حقوقی قرارداد واگذاری امتیاز، ماهیت حقوقی «قرارداد» و نیز بخش‌های قرارداد بررسی خواهد شد. هدف از این فصل روشن نمودن زوایای قرارداد از طریق تبیین مبانی و در نتیجه آن تحلیل شرایط آن در حقوق کشور است.

در فصل دوم، تعهدات طرفین اعم از اینکه ناشی از توافق ویژه طرفین در قرارداد بوده یا ناشی از قانون باشد اعم از اینکه تعهد صریح باشد یا ضمنی، تحلیل می شود و نیز ضمانت اجرای آنها اعم از حق اجبار به ایفاء تعهد، حق فسخ، حق مطالبه خسارت و یا سایر ضمانت اجراها مورد بررسی قرار می گیرد. در این فصل تعهدات و تضمینات هر کدام از امتیاز دهنده و امتیاز گیرنده بطور جداگانه بازگو خواهد شد.

در فصل سوم نیز انحلال قرارداد و اسباب و آثار آن تحلیل خواهد شد. در این فصل ضمن تبیین علل بطلان قرارداد واگذاری امتیاز علامت تجاری و دانش فنی، اسباب انحلال آن اعم از انفساخ، اقاله و فسخ مورد بررسی قرار خواهد گرفت. ضمناً بررسی خواهد شد که احکام مربوط به اختیارات در ق.م. تا چه حد بر قرارداد مورد بحث قابل اعمال است. همچنین آثار و تعهدات پس از انحلال قرارداد نیز تبیین خواهد شد.

در نهایت، نتیجه تحقیق بیان و مواد قانونی پیشنهادی جهت قانونگذاری راجع به قرارداد واگذاری امتیاز علامت تجاری و دانش فنی ارائه خواهد شد.

تقدیر و تشکر

پیش از هر چیز از راهنمایی ها و دلسوزی های در خور تحسین و ارزنده استاد ارجمند جناب آقای دکتر محمود عرفانی که با راهنمایی خود راه را بر من گشودند و همچنین مشاورات ارزنده جناب آقای دکتر سعید حبیبیا و جناب آقای دکتر مرتضی عادل که چراغ راه را پیش رویم نهادند تشکر بی پایان می نمایم.