

۱۳۶۵۵

محرران

به نام خداوند بخشنده مهربان

مبانی حقوق مالکیت فکری از دیدگاه اقتصادی

(موضوع رساله دکترای حقوق خصوصی دانشگاه تهران)

استاد راهنما: سرکار خانم دکتر جنیدی

اساتید مشاور:

جناب آقای دکتر حبیبی

جناب آقای دکتر جعفری تبار

۱۳۸۹/۳/۱۱

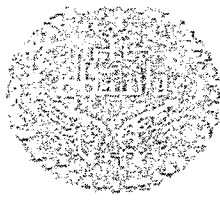
تقدیم به استاد راهنما

تسبیح دراز

طیبه صاحب

۱۳۸۸

۱۳۶۸۵۵



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

هیات داوران رساله دکتری: طیبه صاحب

گرایش:

حقوق خصوصی

با عنوان: مبانی حقوق مالکیت فکری از دیدگاه اقتصادی

ارزیابی نمود.

را در تاریخ: ۸۸/۶/۳۰ با درجه عالی

ردیف	مشخصات هیات داوران	نام و نام خانوادگی	مرتبۀ دانشگاهی	دانشگاه یا موسسه	امضاء
۱	استاد راهنما استاد راهنمای دوم (حسب مورد)	دکتر لعلیا جنیدی	استادیار	دانشکده حقوق و علوم سیاسی	
۲	استاد مشاور	دکتر سعید حبیبیا	دانشیار	دانشکده حقوق و علوم سیاسی	
۳	استاد مشاور دوم (حسب مورد)	دکتر حسن جعفری تبار	استادیار		
۴	استاد مدعو خارجی	دکتر عبدالرسول قدک	استادیار	دانشگاه شهید بهشتی	
۵	استاد مدعو خارجی				
۶	استاد مدعو داخلی	دکتر حسن بادینی	استادیار	دانشکده حقوق و علوم سیاسی	
۷	استاد مدعو داخلی				
۵	معاون یا نماینده معاون تحصیلات تکمیلی دانشکده	دکتر حسن بادینی	استادیار	"	



تذکر: این برگه پس از تکمیل هیات داوران در بخش ثبت و اسناد و املاک دانشگاه تهران به کار می آید.

فهرست مطالب

صفحه	عنوان
۷	مقدمه
۱۳	بخش اول: مبانی ارتباط حقوق مالکیت فکری و اقتصاد
۱۴	فصل اول: حقوق مالکیت فکری و اقتصاد اطلاعات و دانش
۱۸	مبحث اول: معرفت شناسی اطلاعات و دانش
۱۹	گفتار اول: تعریف اطلاعات و دانش
۱۹	بند اول: هرم دانش
۲۲	یک: داده
۲۳	دو: اطلاعات
۲۴	سه: دانش
۲۹	گفتار دوم: طبیعت اطلاعات / دانش
۳۲	فصل دوم: جایگاه اطلاعات / دانش در اقتصاد
۳۲	مبحث اول: جایگاه دانش / اطلاعات در مقام منبع تولید
۳۵	گفتار اول: دانش برون زاد و دانش درون زاد
۳۶	بند اول: نظریه رشد نئو کلاسیک
۳۷	بند دوم: نظریه رشد جدید
۴۰	گفتار دوم: دانش ضمنی و دانش صریح
۴۲	مبحث دوم: جایگاه اطلاعات / دانش در مقام کالای اقتصادی
۴۲	گفتار اول: انواع کالاهای اقتصادی
۴۲	بند اول: کالای خصوصی
۴۲	بند دوم: کالای عمومی
۴۳	بند سوم: منبع مشترک جمعی
۴۳	بند چهارم: کالای گروهی
۴۴	گفتار دوم: موضوع اصلی تحلیل
۴۴	بند اول: نفس اطلاعات و دانش
۴۵	بند دوم: تجسم مادی دانش و اطلاعات
۴۸	گفتار سوم: اطلاعات - شبه کالای عمومی
۴۸	بند اول: تعریف کالای عمومی

۴۹	بند دوم: اوصاف کالای عمومی
۴۹	یک: اوصاف درونی
۴۹	۱- غیر رقابتی بودن
۵۱	۲- استثناپذیر بودن
۵۳	دو: اوصاف بیرونی
۵۳	۱- هزینه بالای تولید
۵۴	۲- هزینه پایین تولید مجدد
۵۴	بند سوم: اوصاف کالای اطلاعاتی
۵۸	بخش دوم: مبانی شناسایی مالکیت فکری به عنوان حق
۵۹	فصل اول: ساختار کارآمد بازار تولید کالاهای اقتصادی
۶۲	مبحث اول: تحلیل توصیفی
۶۳	گفتار اول: تعادل بازار رقابتی
۶۳	بند اول: تعریف رقابت
۶۴	بند دوم: رقابت و نظم بازار
۶۶	بند سوم: تعادل در بازار رقابت
۶۹	گفتار دوم: اوصاف بازار رقابت کامل
۶۹	یک: تعداد زیاد خریداران و فروشندگان
۶۹	دو: اطلاعات کامل و متقارن
۶۹	سه: آزادی ورود و خروج
۷۰	چهار: کالای همگن
۷۰	پنج: قیمت پذیری
۷۱	گفتار سوم: سطح عرضه بازار رقابتی
۷۳	بند اول: بنگاه منفرد
۷۳	الف: تولید در کوتاه مدت
۷۳	یک: شرط نهایی
۷۴	دو: شرط متوسط
۷۵	ب: تولید در بلند مدت

۷۵	بند دوم: مجموع بازار
۷۶	مبحث دوم: تحلیل هنجاری
۷۸	گفتار اول: تعریف و معیار کارایی
۸۰	بند اول: معیار پاره تو
۸۱	بند دوم: آزمایش جبران کالدور-هیکس
۸۳	گفتار دوم: کارایی تعادل رقابتی
۸۳	بند اول: پیش شرط کارایی
۸۵	بند دوم: کارایی در مصرف
۸۷	بند سوم: کارایی در تولید
۸۹	بند چهارم: کارایی خصوصی
۹۰	بند پنجم: کارایی اجتماعی
۹۱	گفتار سوم: کارایی قیمت گذاری نهایی
۹۳	فصل دوم: نارسایی بازار رقابتی تولید دانش
۹۴	مبحث اول: مشکل انگیزه
۹۸	گفتار اول: مشکل آثار جانبی
۹۹	بند اول: تعریف و انواع آثار جانبی
۱۰۰	بند دوم: آثار جانبی تولید
۱۰۰	الف- هزینه های جانبی تولید
۱۰۲	ب- منافع جانبی تولید
۱۰۴	بند سوم: آثار جانبی مصرف
۱۰۴	الف- هزینه های جانبی مصرف
۱۰۵	ب- منافع جانبی مصرف
۱۰۶	گفتار دوم: مشکل کالای عمومی
۱۰۷	بند اول: منافع جانبی تولید کالای عمومی
۱۰۹	بند دوم: مشکل سواری مجانی

۱۱۱	الف- منطق سواری مجانی
۱۱۳	بند سوم: ناکارایی مقدار تعادلی
۱۱۵	بند چهارم: ناکارایی قیمت گذاری نهایی
۱۱۷	مبحث دوم: راهکارهای حل مشکل انگیزه
۱۱۸	گفتار اول: نفی مشکل انگیزه
۱۱۸	بند اول: انگیزه های روانی
۱۲۱	بند دوم: مزایای پیش قدمی
۱۲۴	گفتار دوم: راهکارهای حل مشکل آثار جانبی
۱۲۴	بند اول: راهکار خصوصی
۱۲۶	الف: قضیه کوز
۱۳۰	ب: ناکارایی راه حل خصوصی
۱۳۱	بند دوم: راهکار دولتی
۱۳۱	الف: اعطای جایزه
۱۳۳	ب: ایرادها
۱۳۴	گفتار سوم: راهکار حل مشکل کالای عمومی
۱۳۴	بند اول: شیوه های تأمین مالی کالای عمومی
۱۳۴	الف: تأمین مالی در چارچوب نظام طبیعی بازار
۱۳۵	ب: تأمین مالی توسط مصرف کننده
۱۳۵	ج: تأمین مالی بدون رجوع به مصرف کننده
۱۳۶	د: تأمین مالی نظام بازار پس از تغییر وصف اطلاعات
۱۳۷	بند دوم: حق استثنا کردن
۱۳۸	بند سوم: ایرادها
۱۴۰	الف- هزینه اجتماعی انحصار
۱۴۰	یک: حق استثنا کردن و قدرت انحصاری
۱۴۱	دو: نحوه تعیین مقدار و قیمت انحصاری
۱۴۳	سه: ناکارایی مقدار و قیمت انحصاری
۱۴۶	ب- مشکل اختراعات متسلسل
۱۴۹	بند سوم: تعادل میان حق و ایرادها

۱۵۲	الف- محدودیت مدت حمایت
۱۵۴	ب- محدودیت دایره حمایت
۱۵۹	بند چهارم: تعادل در اقتصاد باز
۱۶۴	بخش سوم: مبانی شناسایی مالکیت فکری به عنوان حق مالکیت
۱۶۵	مقدمه
۱۶۷	فصل اول: رد حق مالکیت
۱۶۸	مبحث اول: دلایل رد
۱۶۸	گفتار اول: توجیه حق مالکیت بر مبنای کمیابی
۱۷۱	گفتار دوم: فراوانی ایده ها
۱۷۶	گفتار سوم: ترتیبات قراردادی - راهکار جایگزین
۱۸۰	مبحث دوم: پاسخ به دلایل
۱۸۰	گفتار اول: کمیابی نسبی ایده ها
۱۸۶	گفتار دوم: اهمیت ارزش مبادله ای ایده ها
۱۸۸	فصل دوم: قبول حق مالکیت
۱۸۹	مبحث اول: نگاهی به جریان رو به گسترش مالکیت گرای
۱۹۰	گفتار اول: توسعه حمایت های موجود
۱۹۵	گفتار دوم: ایجاد حمایت های جدید
۱۹۵	بند اول: بسط دکترین نظام کامن لاور بر فضای مجازی
۱۹۹	بند دوم: برقراری نظام حمایتی ویژه از پایگاههای داده
۲۰۰	بند سوم: حمایت قانونی و قضایی از پروانه های امتیاز نرم افزار
۲۰۲	مبحث دوم: نظریه های قبول حق مالکیت
۲۰۲	گفتار اول: نظریه های حق طبیعی
۲۰۳	بند اول: نظریه ارزش - کار جان لاک
۲۰۵	بند دوم: نظریه شخصیت کانت و هگل
۲۰۷	گفتار دوم: نظریه های فایده گرا
۲۱۰	بند اول: انگیزه سرمایه گذاری و رشد و توسعه اقتصادی
۲۱۹	بند دوم: تخصیص بهینه منابع

۲۲۹	مبحث سوم: تحلیل ابعاد نظریه تخصیص منابع
۲۳۳	گفتار اول: بعد توصیفی
۲۳۴	بند اول: انطباق با نظریه توصیفی
۲۳۶	بند دوم: نظریه تجاری سازی
۲۴۱	بند سوم: ضمانت اجرای حق
۲۴۲	الف- قواعد مالکیت
۲۴۶	ب- قواعد مسؤلیت
۲۵۲	گفتار دوم: نقد هنجاری
۲۵۶	بند اول: اثر غیر تخریبی آثار جانبی
۲۶۰	بند دوم: عدم تطابق همیشگی خواست مصرف کننده با تقاضای اجتماعی
۲۶۲	بند سوم: انحراف ناشی از حق مالکیت
۲۶۴	کلام آخر
۲۶۷	نتیجه گیری
۲۷۲	فهرست منابع و مأخذ

مقدمه:

صرف نظر از وجود برخی آثار معدود در باب فلسفه حقوق که بعضاً توسط اساتید برجسته و سرشناس حقوقی کشورمان تألیف و یا ترجمه شده اند، نبود آثار و تألیفات مربوط به فلسفه نهادهای حقوقی به طور خاص، از جمله کاستی‌ها و خلاءهای عمده نظام تحقیق و توسعه کشورمان به شمار می‌رود که توجه نگارنده را هنگام انتخاب موضوع رساله دکترا به خود جلب نمود. البته درک این کاستی از سوی اساتید و دانشجویان حقوقی موجب شده است که در سالهای اخیر فلسفه نهادهای مختلف حقوقی، بعضاً به عنوان موضوع پایان‌نامه و رساله دوره‌های مختلف تحصیلی اعم از کارشناسی ارشد و دکترا انتخاب شود. با این وصف زمانی که نگارنده تصمیم به انتخاب موضوعی در این باب گرفتم، به استثنای کتاب فلسفه مسؤولیت مدنی جناب آقای دکتر بادینی، هیچ‌گونه تألیف و یا ترجمه دیگری در بازار یافت نمی‌شد و از این رو نگارنده میدان انتخاب وسیعی از حوزه‌های مختلف حقوقی، پیش روی خود می‌دید.

با وجود این، به دلیل سابقه تحقیق و تفحص قبلی که در حوزه حقوق مالکیت فکری داشتم و علاوه بر پایان‌نامه دوره کارشناسی ارشد خود تحت عنوان "بررسی تطبیقی حق اختراع در حقوق داخلی و معاهدات بین‌المللی"، تحقیقات دیگری را نیز در این زمینه انجام داده بودم، فلسفه این نهاد حقوقی را به عنوان حوزه اصلی انتخاب موضوع قرار دادم. برای انتخاب دقیق‌تر موضوع، طی مطالعات مقدماتی به این نتیجه رسیدم که مبانی فلسفی حقوق مالکیت فکری عمیقاً ریشه در ملاحظات اقتصادی دارد و به اعتراف متخصصان فن، مسائل و ملاحظات اقتصادی، سنگ بنای اصلی این نهاد حقوقی را تشکیل می‌دهند. از این رو با هدف مطالعه تفصیلی‌تر، موضوع رساله خود را به طور محدود و جزئی و با عنوان "مبانی حقوق مالکیت فکری از دیدگاه اقتصادی" انتخاب نمودم.

علی‌رغم نبود هیچ‌گونه تألیف و یا ترجمه در ابتدای کار، تحقیقات دیگری نیز به موازات انجام رساله حاضر از سوی دیگر دانشجویان حقوقی در باب فلسفه حقوق مالکیت فکری صورت گرفت که از آن جمله می‌توان به کتاب "مبانی مالکیت فکری" آقای دکتر محمود حکمت‌نیا و همچنین رساله دکترای آقای دکتر سید حسن شیرازی تحت عنوان "مبانی فقهی و حقوقی مالکیت فکری" اشاره کرد. همانگونه که از تفاوت در عناوین نیز بر می‌آید، دو اثر فوق به دلیل کلیت عنوان و تلاش نویسندگان آنها در طرح نظریه‌های متعدد حقوق مالکیت فکری از ابعاد مختلف، مجال پرداختن جزئی و تفصیلی به مبانی اقتصادی حقوق مالکیت فکری را به کیفیتی که هدف رساله حاضر بوده است نداشته‌اند و از این رو ضرورت تهیه و تألیف اثری که مشخصاً به موضوع مبانی اقتصادی حقوق مالکیت فکری بپردازد همچنان احساس می‌شد.

کتاب خارجی موجود در خصوص تحلیل اقتصادی حقوق مالکیت فکری مانند کتاب "ساختار اقتصادی حقوق مالکیت فکری" لندز و پوزنر نیز عمدتاً به تحلیل اقتصادی قواعد و مقررات نهادهای زیر مجموعه حقوق مالکیت فکری به ویژه حق ادبی و هنری پرداخته اند و از این رو کمتر بحث مبانی و فلسفی را در این خصوص مطرح کرده اند. تنها کتاب موجود در زمینه فلسفه حقوق مالکیت فکری یعنی کتاب "یک فلسفه در حقوق مالکیت فکری" نوشته پیتر دراهوس نیز به واسطه کلی بودن عنوان و همچنین رنگ و صبغه فلسفی آن عمدتاً با رویکردی غیر اقتصادی به طرح مبانی اقتصادی حقوق مالکیت فکری پرداخته است و به این ترتیب نیاز به تهیه اثری جامع و خاص مبانی اقتصادی همچنان احساس می شود.

با این وصف در حوزه مقالات تألیف شده در خارج از کشور، آثار و ادبیات غنی و سرشاری در این خصوص به چشم می خورد که با طرح نظریه های مختلف، مجموعه ارزشمندی از دیدگاههای اقتصادی حقوق مالکیت فکری را در اختیار گذاشته اند. با وجود این، چند مشکل عمده به هنگام استفاده از این مقالات وجود داشت:

اولاً به دلیل قدمت طرح مبانی اقتصادی حقوق مالکیت فکری که به آثار اقتصاددانان متقدم و کلاسیک باز می گردد، مقالات در دسترس کنونی که اغلب نیز از سوی نظریه پردازان مکتب تحلیل اقتصادی حقوق تألیف شده اند، عمدتاً با اشاره ای کوتاه و گذرا به مبانی اولیه اقتصادی حقوق مالکیت فکری، به طرح دیدگاهها و مواضع خود در برابر جریان ها و نظریه های جدید مطرح در حوزه حقوق مالکیت فکری پرداخته اند. همین امر ضرورت مراجعه به منابع دست اول اقتصادی و مطالعه و بررسی آثار اقتصادی را ایجاب می نمود.

ثانیاً به دلیل ساختار محدود مقاله، این آثار فرصت و مجال پرداختن و یا حتی اشاره به تمامی مشکلات و ملاحظات اقتصادی تأثیر گذار در شناسایی حقوق مالکیت فکری را نداشته اند و از این رو علی رغم تلاش برخی نویسندگان در ارائه مقالات طویل و طولانی که بعضاً به ۱۰۰ صفحه یا بالاتر نیز می رسد، همچنان برخی جنبه ها بدون قابل بحث باقی مانده اند.

ثالثاً به دلیل تعداد بسیار بالای مقالات موجود و طرح دیدگاههای مختلف در هر مقاله، جمع بندی دیدگاهها نیز مسأله دیگری بود که بر سختی کار و سرعت تألیف رساله می افزود.

رابعاً و مهم ترین عامل دشواری تألیف رساله حاضر، فنی بودن مباحث مطروحه و ضرورت تسلط بر مباحث و تحلیل های اقتصادی برای درک کامل و همه جانبه موضوع بود که همین امر نگارنده را واداشت تا از همان ابتدای کار تا مراحل پایانی تألیف رساله، زمان زیادی را صرف مطالعه کتب و مقالات اقتصادی نماید. با وجود تخصصی بودن علم اقتصاد که حاوی اصطلاحات خاص اقتصادی، فرمول های متعدد ریاضی و غیره است، نگارنده در حد توان سعی نموده است تا اطلاعات و آموخته

های اقتصادی خود را که لازمه درک مبانی اقتصادی حقوق مالکیت فکری است، به زبان بسیار ساده و به دور از پیچیدگی های فنی علم اقتصاد به نحوی که قابل درک توسط خوانندگان حقوقی باشد ارائه نماید که امیدوارم در رسیدن به این هدف موفق بوده باشم.

در طرح ریزی و نحوه ارائه مطالب، طرح پرسش های سه گانه زیر موجب شد، مباحث اصلی رساله نیز در سه بخش کلی ارائه شود. سؤالی که در مرحله اول به ذهن می رسید در دو کلمه عبارت بود از اینکه چرا اقتصاد؟ چرا از میان دهها دلیل فلسفی، ملاحظات اقتصادی اصلی ترین عامل تأسیس نهاد حقوق مالکیت فکری بوده است؟ مبانی و دلایل ارتباط حقوق مالکیت فکری با اقتصاد چه بوده است؟ پاسخ به همین پرسش اجزای مباحث مطروحه در بخش اول را به خود اختصاص می دهد.

در مرحله دوم سؤال دیگری که به ذهن می رسید این بود که چرا حق؟ چرا و به دلیل حق انحصاری در حمایت از تولیدات فکری از سوی اقتصاددانان پیشنهاد شده است؟ فلسفه و مبانی اقتصادی شناسایی حق انحصاری به نفع خالقان و پدید آورندگان آثار فکری چه بوده است؟ آیا راهکارهای دیگری برای حمایت از تولیدات فکری پیشنهاد شده است یا خیر؟ پاسخ تفصیلی به این پرسش کلی نیز مطالب بخش دوم از رساله حاضر را خود اختصاص داده است.

و سرانجام در مرحله سوم سؤال این بود که چرا حق مالکیت؟ چرا از میان حقوق مختلف قانونی، حق مالکیت برای حمایت از خالقان آثار فکری انتخاب شده است. چرا به عنوان مثال از راهکارهای قانونی دیگر مانند حقوق قراردادها و یا مسؤولیت مدنی استفاده نشده است؟ مهم تر این که آیا اساساً ضرورت دارد حق مذکور در یکی از قالب های شناخته شده حقوقی درآید و به عنوان مثال آیا نمی توان آن را به عنوان حق ویژه ای با ساختار و شرایط منحصر به فرد در نظر گرفت؟ پاسخ به این پرسش نیز زمینه ساز طرح مباحث مطروحه در بخش سوم و پایانی رساله حاضر قرار گرفت.

تفکیک مبانی به این کیفیت از نوآوری های رساله حاضر به چشم می خورد که سابقه ای در آثار موجود داخل و خارج از کشور ندارد. به این نحو که امروزه عمدتاً تحت تأثیر مقالات تألیف شده از سوی نظریه پردازان مکتب تحلیل اقتصادی حقوق، نویسندگان تنها به توجیه شناسایی و انتخاب حق مالکیت در دفاع از تولید کنندگان دانش و اطلاعات می پردازند و کمتر توجهی به مبانی اولیه شناسایی حق انحصاری دارند و حال آنکه با رویکردی سلسله وار و تاریخی به موضوع، متوجه خواهیم شد که از بعد اقتصادی آنچه در ابتدا از سوی اقتصاددانان پیشنهاد شده است، تنها شناسایی حق انحصاری به نفع تولید کنندگان آثار فکری بوده است و طی سالهای اخیر و با تلاش های صورت گرفته از سوی نظریه پردازان مکتب تحلیل اقتصادی حقوق، قالب حق مالکیت برای این حق انحصاری انتخاب و در نظر گرفته شده است.

علاوه بر پرسش های سه گانه ای که در فوق مطرح شد و منجر به شکل گیری بخش های سه گانه رساله حاضر شد، سؤالات دیگری نیز چه در ابتدای کار و چه به هنگام تهیه و تألیف رساله در ذهن نگارنده وجود داشت. اینکه فایده کاربردی و عملی شناخت مبانی اقتصادی حقوق مالکیت فکری، علاوه بر فایده نظری آن که موجب وسعت دید محقق و خواننده نسبت به آن رشته حقوقی می شود، چیست؟ نتیجه این شناخت چه کمکی به سیاستگذاری های حقوق مالکیت فکری در سطح داخلی و در سطح بین المللی می کند؟ به ویژه با در نظر گرفتن موقعیت کشورمان به عنوان یک کشور در حال توسعه، آیا این شناخت می تواند چراغ راهنمایی برای تصویب قوانین داخلی و یا پذیرش و تصویب عهدنامه های بین المللی فراهم کند؟ وجود این سؤالات در ذهن سبب شد تا در ارائه مطالب سعی شود همواره به فایده و کاربرد عملی شناخت مبانی اقتصادی حقوق مالکیت فکری نیز توجه شود که این دغدغه در جهت گیری کلی رساله و همچنین نتیجه گیری پایانی آن کاملاً تأثیر گذار بوده است.

اما در خصوص طرح تفصیلی پلان که به تدریج و با طرح سؤالات جزئی تری که در طی مراحل تألیف رساله به ذهن نگارنده خطور می کرد توضیح مختصری به شرح زیر ارائه می شود.

در پاسخ به سؤال اول که موجب گنجانیدن بخشی تحت عنوان "مبانی ارتباط حقوق مالکیت فکری و اقتصاد" شد، در مقدمه فصل اول که تحت عنوان "حقوق مالکیت فکری و اقتصاد اطلاعات و دانش" مطرح شده است اشاره ای مختصر به دلیل این ارتباط که ریشه در جایگاه و اهمیت اطلاعات و دانش در اقتصاد امروز دارد نموده ایم. به همین منظور با اختصاص مبحثی تحت عنوان "معرفت شناسی اطلاعات و دانش"، به تعریف اطلاعات و دانش و طبیعت منحصر به فرد آن پرداخته ایم و بر مبنای همین تعاریف اثبات نمودیم که مصادیق برجسته حقوق مالکیت فکری نیز حمایت از تولید اطلاعات و دانش و یا گردش آزاد اطلاعات در بازار را هدف اصلی خود قرار داده اند. در فصل دوم که با هدف نشان دادن جایگاه اقتصادی اطلاعات و دانش تألیف شده است، نقش برجسته اطلاعات و دانش به عنوان یک عامل ارزشمند تولید که در قالب مدل های رشد اقتصادی بیان می شود را طرح نموده ایم.

در ادامه به بررسی این موضوع پرداختیم که به واسطه ذوجنبتین بودن اطلاعات و دانش، این منبع ارزشمند تولید، خود نوعی کالای اقتصادی به شمار می رود که باید مانند هر کالای اقتصادی دیگر تولید شود. از این رو در مبحث دوم انواع کالاهای اقتصادی و جایگاه اطلاعات و دانش در میان این کالاهای و خصایص منحصر به فرد آنها از این جنبه مطرح شده است.

به دلیل اینکه این مباحث مقدمه ورود به موضوع اصلی رساله در باب شناخت مبانی اقتصادی حقوق مالکیت فکری بودند و با هدف جلوگیری از اطاله کلام، سعی شد مباحث این بخش تا حد امکان به طور مختصر ولی جامع ارائه شوند که همین امر حجم پایین این بخش را در قیاس با سایر بخش ها، موجب شده است.

در بخش دوم که به طرح "مبانی شناسایی مالکیت فکری به عنوان حق" اختصاص یافته است، مباحث زیر مطرح شده اند. از آنجا که دلیل اصلی شناسایی حق انحصاری به نفع تولید کنندگان دانش و اطلاعات به مشکلات ناشی از تولید آنها به عنوان یک کالای اقتصادی بازمی گردد، در ابتدا ساختار کارآمد تولید کالاهای اقتصادی که وجود آن از بعد توصیفی اثبات و از بعد هنجاری توصیه شده است یعنی بازار رقابت کامل و نحوه عملکرد و اوصاف این بازار در قالب فصل اول به تصویر کشیده شده است.

در فصل دوم که تحت عنوان "نارسایی بازار رقابتی تولید دانش" مطرح شده است، طی مبحث اول، مشکلات متعددی از قبیل مشکل آثار جانبی، مشکل کالای عمومی و مشکل ناکارایی قیمت گذاری نهایی که موجب ایجاد مشکل سواری مجانی و مشکل قابلیت اختصاص و در نهایت مشکل انگیزه در تولید اطلاعات و دانش در قالب ساختار بازار رقابتی شده است، مطرح گردیده اند.

در مبحث دوم نیز موضع متفاوت اقتصاددانان در قبال این مشکلات که از نفعی مشکل تا ارائه راهکار را شامل می شود مطرح گردیده اند. راهکارهای ارائه شده در دو قسمت راهکارهای خصوصی و راهکارهای دولتی مطرح شده اند که اعطای حق انحصاری نیز در زمره راهکارهای دولتی قرار می گیرد.

در ادامه انتقادات وارد بر راهکار اعطای حق انحصاری از قبیل هزینه اجتماعی انحصار و مشکل اختراعات متسلسل بیان شده اند و در نهایت راه حل اقتصاددانان برای جمع میان مشکلات مربوط به عدم انگیزه و عواقب سوء این حق که به شکل پیشنهاد یک نظام حقوقی محدود و منعطف طرح شده است، مورد بررسی قرار گرفته است. در انتهای این بخش نیز تسری همین ملاحظات در فضای اقتصاد باز و در مناسبات روابط بین المللی میان کشورها مورد بررسی قرار گرفته است.

در بخش سوم که تحت عنوان "مبانی شناسایی مالکیت فکری به عنوان حق مالکیت" مطرح شده است، در فصل اول دلایل رد حق مالکیت و راهکار جایگزین پیشنهادی یعنی نهاد حقوق قراردادها و نقدهای وارد بر آن مطرح شده است. فصل دوم نیز اختصاص به دلایل انتخاب حق مالکیت دارد. در این فصل در ابتدا اشاره ای به جریان رو به گسترش مالکیت گرایي در حوزه حقوق مالکیت فکری نموده ایم. پس از اشاره ای مختصر به نظریه های غیر اقتصادی قبول حق مالکیت، دلایل اقتصادی این انتخاب مطرح می شود. صرف نظر از انگیزه سرمایه گذاری که شباهت بسیاری با استدلال مشکل انگیزه در شناسایی حق انحصاری دارد، عمده دلیل اقتصادی که امروزه موضوع تحلیل ها و بحث های متعدد مکتب تحلیل اقتصادی حقوق قرار گرفته است، دلیل تخصیص بیهنه منابع است که تحلیل توصیفی و هنجاری این دلیل، موضوع مبحثی جداگانه قرار گرفته است.

در راستای بحث تفصیلی تر این دلیل در ابتدا انطباق توصیفی این استدلال با نظام حقوق مالکیت فکری مورد بررسی قرار گرفته است و در نهایت با نقد هنجاری این دلیل، بسط و تقویت مدت و دامنه حمایت از مالکیت فکری مورد سؤال و تردید قرار گرفته است. در پایان نیز، سعی شده است با اشاره ای کوتاه و گذرا به دیدگاههای حقوقی داخل کشور در باب ماهیت نهاد حقوقی مالکیت فکری، مهر تأیید داخلی برای نتیجه گیری نهایی رساله فراهم شود.

بخش اول :

مبانی ارتباط حقوق مالکیت فکری و اقتصاد

این بخش مشتمل بر دو فصل است . در فصل اول که با هدف نشان دادن ارتباط حقوق مالکیت فکری با اقتصاد اطلاعات و دانش در نظر گرفته شده است ، ماهیت اطلاعات و دانش با توجه به ادبیات موجود در حوزه فلسفه اطلاعات و مدیریت دانش بررسی خواهد شد و در نهایت بر مبنای این شناخت به این نتیجه خواهیم رسید که مصادیق برجسته حقوق مالکیت فکری نیز حمایت از تولید اطلاعات و دانش را هدف اصلی خود قرار داده اند. در فصل دوم نیز که به بررسی جایگاه اطلاعات و دانش در اقتصاد خواهیم پرداخت ، در ابتدا جایگاه اطلاعات و دانش در مقام یک منبع تولید که در قالب مدل های رشد اقتصادی از سوی اقتصاددانان ارائه شده است ، به تصویر کشیده خواهد شد. در ادامه جایگاه اطلاعات و دانش به عنوان یک کالای اقتصادی در میان سایر کالاهای اقتصادی و خصایص و ویژگی های منحصر به فرد آن ، از این جنبه بیان خواهد شد.

فصل اول: حقوق مالکیت فکری و اقتصاد اطلاعات و دانش

امروزه، همان زمان با ظهور عصر پس-صنعتی^۱، اقتصاد جهان نیز چهره نوینی به خود گرفته است. در اقتصاد امروز که با نام های مختلفی چون اقتصاد دانش، اقتصاد اطلاعات، اقتصاد شبکه یا اقتصاد نوین نامیده می شود، دانش و اطلاعات منبع اساسی و کلیدی تولید و مهم ترین کالای اقتصادی قابل مبادله به شمار می روند.^۲ در نظام تولیدی سرمایه داری گذشته، کار و سرمایه، اصلی ترین منابع ایجاد ثروت و ارزش شناخته می شدند در حالی که امروزه، دانش و اطلاعات تبدیل به مهم ترین عامل ایجاد ثروت در نظام های اقتصادی سرمایه داری شده است و رشد و توسعه اقتصادی کشورهای سرمایه داری جهان امروز تا حدود زیادی مرهون تولید وسیع اطلاعات، دانش و فناوری های نوین در این کشورهاست. امروزه ثروت مند ترین افراد کره زمین در کار تجارت اطلاعات هستند. بیل گیتز از شرکت مایکروسافت ثروت ۶۰ میلیارد دلار و لاری الیسون^۳ از شرکت اورکل^۴ ثروت ۵۵ میلیارد دلاری خود را مدیون تجارت اطلاعات هستند. انقلاب اطلاعات اینجاست!^۵ البته این گونه نیست که در نظام های اقتصادی گذشته که با نام های اقتصاد کشاورزی و یا اقتصاد صنعتی شناخته می شدند، اطلاعات و دانش هیچ گونه نقشی نداشته اند. تمام اشکال اقتصاد، هر یک به نوعی بر پایه اطلاعات و

^۱ Post-industry age

^۲ علاوه بر اهمیتی که اطلاعات در اقتصاد امروز به عنوان یک منبع تولید و کالای اقتصادی پیدا کرده است و تولید و توزیع آن به عنوان موتور محرک رشد و توسعه اقتصادی به شمار می رود، در طول تاریخ اندیشه اقتصادی نیز همواره اطلاعات کارکرد بسیار مهمی در کارایی و تعادل بازارهای اقتصادی داشته است و از این بعد حتی آن دسته از اقتصاددانانی که توجهی به نقش دانش در افزایش تولید و رشد و توسعه اقتصادی نداشته اند، وجود اطلاعات کامل و متقارن در بازار را عامل اساسی کارکرد صحیح بازار می دانسته اند. همان گونه که پرواضح است، افراد و بنگاههای اقتصادی نمی توانند بدون داشتن اطلاعات چیزی را بخرند و یا بفروشند. این که خریدار و یا فروشنده کالا چه کسی است؟ ویژگی های کالاها و خدمات عرضه شده در بازار چیست؟ شرایط خرید و یا فروش چیست؟ شرایط بازار در حال حاضر چگونه است؟ آیا این شرایط در آینده تغییر می کند و یا خیر و دهها سؤال دیگر نقش اطلاعات را در کارکرد صحیح و بهینه بازار به خوبی مشخص می کند. بسیاری از نظریه ها و مدل های اقتصادی مربوط به بازار مانند نظریه ساده و اولیه عرضه و تقاضا بر فرض وجود اطلاعات کامل، مناسب و قابل دسترس شکل گرفته اند. زمانی که اطلاعات ناقص و یا نامتقارن باشند تغییرات عمده ای در تعادل و کارایی بازار ایجاد می شود. همان گونه که اشاره خواهد شد هدف نظام حقوقی علائم تجاری و نشانه های جغرافیایی در راستای این بعد از اهمیت اطلاعات در اقتصاد قرار دارد. واریان، مال: "رویکردی جدید به اقتصاد خرد میانه"، ترجمه سید جواد پور مقیم، نشر نی، چاپ دوم، ۱۳۸۵، تهران، صص ۶۸۳-۶۶۴.

^۳ Larry Ellison

^۴ Oracle

^۵ دیوید بگ، استنلی فیشر و رودریگر دورنپوش: "علم اقتصاد، اقتصاد خرد"، جلد اول، ترجمه دکتر محمد حسین تیزهوش، انتشارات جنگل، چاپ اول، تهران، ۱۳۸۵، صص ۳۰-۶۲۹.

دانش مربوط به این که چگونه کشاورزی کنند و یا این که چگونه معدن کاوی و ساخت و ساز کنند بنا نهاده شده بودند. اما امروزه درجه و میزان دخالت و تأثیر دانش و اطلاعات در فعالیت های اقتصادی بسیار گسترده تر از گذشته است که در نتیجه باعث ایجاد تغییرات عمیق ساختاری و کیفی در عملکرد اقتصادی شده است.⁶

آدام اسمیت یکی از برجسته ترین اقتصاددانان کلاسیک، با تأکید بر نقش دانش و اطلاعات، رشد فنی و تکنولوژیکی را در کنار تقسیم کار و انباشت سرمایه به عنوان یکی از عوامل اصلی تولید ثروت و رشد و توسعه اقتصادی ذکر کرده است. به اعتقاد او رشد فنی از طریق بهبود شیوه های تولید، موجب بالارفتن سطح تولید و در نتیجه افزایش ثروت ملت ها خواهد شد. با وجود این، این دیدگاه با ظهور اقتصاد نئوکلاسیک، رنگ باخت و در این دوره تنها نیروی کار و سرمایه در تابع تولید بنگاهها گنجانده شدند و عملاً نقش دانش و فناوری به فراموشی سپرده شد. تلاش هایی نیز که از سوی برخی اقتصاددانان نظیر سولو و سوان در نقد دیدگاه اقتصاددانان نئوکلاسیک انجام شد، علی رغم پذیرش نقش دانش در رشد و توسعه اقتصادی، آن را عاملی خارج از تابع تولید بنگاهها در نظر می گرفت که به مثابه یک موهبت الهی و مانده نازل شده از آسمان موجب بالارفتن سطح تولید و رشد و توسعه اقتصادی می شد! نهایتاً در مقابل جریان غالب اقتصاد، دیدگاههای جدید رشد و توسعه اقتصادی با رهبری رومر، به صراحت ایده ها و دانش فنی را جزء یکی از عوامل تولید و کالاهای اقتصادی بر شمرند. به موجب این دیدگاه، دانش به عنوان عاملی درون زاد و از دل روابط و مناسبات اقتصادی موجب افزایش سطح تولید بنگاهها و نهایتاً رشد و توسعه اقتصادی می گردد. در این دوران اقتصاددانان طراح نظریه های رشد، عمدتاً دانش را مترادف با دانش فنی می دانستند و دانش در نظر آنان مترادف با ابداعات و اختراعات فنی بود که با تولید یک کالا و یا فرایند ابداعی جدید منجر به بهبود شیوه های تولید و در نتیجه افزایش سطح تولید می شد.⁷

تقریباً همزمان با طرح نظریه رشد جدید، اطلاعات و دانش مفهوم نوینی به خود گرفت. در این برداشت، اطلاعات و دانش نه تنها به عنوان یک منبع تولید⁸ بلکه به عنوان یک کالا و یا خدمت

⁶ Shiping Tang: "Knowledge as Production Factor: Toward a Unified Theory of Economic Growth", Institute of Asia-Pacific Studies, Chinese Academy of Social Science, Version 3.0, June 2005. Available at: www.iaps.cass.cn/UploadFile/2005102203439560.pdf.

⁷ Duc Dang: "The Concept of Knowledge in Economics: A Historical Overview", Graduate School of Knowledge Science, Japan Advanced Institute of Science and Technology.

⁸ برخی معتقدند دانش تنها نوعی یک کالای اقتصادی به شمار می رود و نمی توان آن را به عنوان یک عامل تولید نیز به حساب آورد.

Kenneth E. Boulding: "The Economics of Knowledge and the Knowledge of economics", American Economic Review, Vol. 56, No. 1/2, Mar., 1966, pp. 2-4. , Available at : <http://www.compilerpress.atfreeweb.com/>.

اقتصادی^۹ شناخته شد. این مفهوم توسط مچ لاپ^{۱۰} و پورات^{۱۱} اقتصاددانان امریکایی در اواخر دهه ۱۹۷۰ و اوایل دهه ۱۹۸۰ بسط و توسعه یافت. در این مفهوم اطلاعات به عنوان یک کالای اقتصادی شناخته می شود که اشتغال به تولید و توزیع آن یک فعالیت صنعتی به شمار می رود. در چارچوب این تعریف ساختار اقتصاد تغییر کرد و اقتصاد از سمت اقتصاد سنتی به سوی اقتصاد اطلاعات و دانش تغییر جهت داد. تعریف اطلاعات در این جا بسیار وسیع است و نه تنها دایره دانش فنی بلکه تمام بخش های اقتصادی را در بر می گیرد. در واقع، در این ساختار اطلاعات به عنوان یک کالا و یا خدمت شناخته می شود که توسط بسیاری از صنایع تولید و توسط بسیاری از صنایع دیگر مصرف می شود.

سومین مرحله تطور و تحول مفهوم اطلاعات، مترادف گرفتن اطلاعات با مفهوم فناوری اطلاعات است. بسیاری از تحلیل گران و نظریه پردازان اقتصادی به دلیل تأثیر گسترده فناوری اطلاعات بر اقتصاد توجه خود را معطوف این تعریف کردند.^{۱۲} در این مفهوم، اطلاعات به معنای محدودتری در نظر گرفته شده است و مقصود از آن ارتباطات و فناوری اطلاعات است. این تلقی از سال ۱۹۹۰ به بعد گسترش یافت. این تغییر جهت نیز به پورات باز می گردد. البته این مفهوم جدید کاملاً جایگزین مفهوم های قبلی نشده است و امروزه هر سه مفهوم با یکدیگر همپوشانی دارند.^{۱۳}

اقتصاد دانش یا اقتصاد اطلاعات عمدتاً بر دومین مفهوم از اطلاعات تکیه دارد یعنی اطلاعات به عنوان یک کالا یا خدمت قابل مبادله.^{۱۴} بر این مبنا اقتصاد دانش به عنوان اقتصادی تعریف شده است که مستقیماً مبتنی بر تولید، توزیع و استفاده از دانش و اطلاعات است.^{۱۵} ایده ها و اطلاعات نوین و

^۹ به عقیده برخی اطلاعات نه یک کالا و نه یک خدمت بلکه یک محصول منحصر به فرد است.

Jon Freiden, Ronald Goldsmith, Scott Takacs and Charles Hofacker: "Information as a product: not goods, not services", Journal of Marketing Intelligence and Planning, Vol 16, No 3, 1998, USA, pp: 210-220.

^{۱۰} Fritz Machlup

^{۱۱} M.U. Porat

^{۱۲} برای مطالعه جنبه های اقتصادی فناوری اطلاعات و تأثیر مالکیت فکری در این صنعت ر.ک :

Hal R. Varian, Joseph Farrell and Carl Shapiro: "The Economics of Information Technology, An Introduction", Cambridge University Press, UK, USA, 2004. Available at: www.gigapedia.com.

^{۱۳} Benoit, Godin: "The information economy: the history of a concept through its measurement, 1949-2005", History and Technology, Vol 24, Issue 3, 2008, pp 255 - 287. Available at: www.csiic.ca/PDF/Godin_38.pdf.

^{۱۴} البته اقتصاد اطلاعات به کارکرد دیگر اطلاعات مبنی بر حفظ تعادل و انسجام بازار نیز توجه دارد. برای نمونه ر.ک :

Urs Birchler and Monika Büttler: "Information Economics", Routledge, Taylor and Francis e-Library, USA and Canada, 2007, part II. Available at: www.gigapedia.com.

^{۱۵} OECD: "The knowledge-based economy", Organisation for Economic Cooperation and Development, Paris, 1996.

برای مشاهده تعاریف مختلفی که از اقتصاد دانش ارائه شده است ر.ک :

ابتکاری دچار کمیابی هستند و باید مانند هر کالای اقتصادی کمیاب دیگر تولید شوند.^{۱۶} با وجود این ساختار ماهیتی و هزینه ای تولید دانش و اطلاعات به گونه ای است که حمایت ویژه از تولید کنندگان دانش را امری ضروری و اجتناب ناکزیر می گرداند. به عقیده اقتصاددانان در تغییر جهت به سمت اقتصاد مبتنی بر دانش که در آن ایده ها منجر به ایجاد ثروت و ارزش اقتصادی شده اند، پیش بینی حقی انحصاری به نفع تولید کنندگان که امروزه در قالب های خاص حقوق مالکیت فکری اعمال می شود، حمایت لازم از تولید کنندگان را به خوبی فراهم می آورد.^{۱۷}

به این ترتیب به نظر می رسد موضوع اصلی نظام های حمایتی حقوق مالکیت فکری، اطلاعات و ایده ها در مقام یک منبع یا یک کالای اقتصادی است که فی نفسه در عالم طبیعت وجود ندارد و باید مانند سایر کالاهای اقتصادی تولید و عرضه شوند.

برای تحلیل دقیق تر این موضوع، در ادامه بر مبنای بحث های معرفت شناسانه ای که در حوزه فلسفه اطلاعات و مدیریت دانش در خصوص ماهیت اطلاعات و دانش صورت گرفته است، سعی خواهیم نمود، شناخت مختصر و نسبتاً جامعی از ماهیت اطلاعات و دانش در اختیار بگذاریم تا سپس بر مبنای آن و همچنین در نظر گرفتن ساختارهای متنوع زیر مجموعه حقوق مالکیت فکری مشخص شود که آیا واقعاً حقوق مالکیت فکری حمایت از تولید اطلاعات و دانش را مد نظر دارد و ارتباط این نهاد حقوقی با علم اقتصاد از این جنبه صحیح است؟

Kenneth , Carlaw, Les Oxley , Paul Walker, David Thorns and Michael Nuth : " **Beyond the Hype: Intellectual Property and the Knowledge Society/Knowledge Economy**", Journal of Economic Surveys, Vol. 20, No. 4, 2006, pp 669-690.

¹⁶ مقصود ما از کمیابی در اینجا، مفهوم اقتصادی کمیابی به معنای افزون بودن خواسته های انسان بر منابع و کالاهای در دسترس اوست به نحوی که او را ناگزیر از انتخاب میان گزینه های جایگزین پیش رو می نماید. در مقابل این مفهوم از کمیابی، مفهوم فراوانی قرار دارد.

John Sloman : " **Economics**", Sixth edition, Pearson Education Limited, England, 2006 ,p4, *available at: www.gigapedia.com*.

در مقابل برخی از تحلیلگران اقتصادی حقوق مالکیت فکری در ارزیابی راهکارهای مختلف حمایت از خالقان و پدیدآورندگان ایده ها، مفهوم دیگری از کمیابی را اراده می کنند. در این معنا کمیابی به معنی ناپ و منحصر به فرد بودن ایده است که در مقابل آن ایده های واضح و سهل الوصول قرار دارد. برای مطالعه بیشتر ر.ک:

Suzanne Scotchmer : " **Innovation and Incentives**", Cambridge, MA: The MIT Press, 2005.

¹⁷ Kennet Carlaw et al , *Supra* note 15 , p 657; Nisvan Erkal and Suzanne Scotchmer : " **Scarcity of Ideas and Options to Invest in RandD**", USA, 2007, pp1-2.