

اعلامیه حق نشر

شما اجازه دارید:

اشتراک بگذارید: نسخه‌برداری کنید و محتوا را در هر رسانه یا قالب باز توزیع کنید.

انطباق دهید: محتوای جدید بر مبنای محتوای ارائه شده با باز ترکیب یا تغییر بسازید.

تا زمانی که از شرایط مجوز که در زیر ذکر شده است پیروی کنید، مجوز دهنده نمی‌تواند این آزادی‌ها را از شما سلب کند.

ارجاع: شما باید منبع دهی مناسب در قالب ارجاع به محتوا انجام بدهید، و اگر تغییری صورت گرفته‌است به آن اشاره کنید. شما می‌توانید این کار را به هر شیوه معقول انجام دهید، اما نه به روشی که نشان دهد پروانه‌دهنده شما یا استفاده‌تان را تأیید می‌کند.

غیر تجاری: شما نمی‌توانید از این اثر برای مصارف تجاری استفاده کنید.

انتشار یکسان: اگر این محتوا را ترکیب کنید، تغییر دهید، یا بر اساس آن محتوای جدید بسازید، باید مشارکت‌هایتان را تحت همان پروانه بعنوان اصلی توزیع کنید.

فاقد محدودیت‌های اضافه: شما نمی‌توانید شرایط قانونی یا اقدامات فنی را طوری اعمال کنید که دیگران را از اشتراک گذاری یا انطباق ذکر شده در این اجازه نامه نشر محدود کند.

توجه: شما نباید از این پروانه برای موارد ذکر شده در محتوا و در مالکیت عمومی یا جایی که استفاده‌تان با استثنا یا محدودیت قابل اجرا (براساس سایر بندهای قوانین موضوعه) مجاز است پیروی کنید.

این اعلامیه حق نشر نمی‌تواند همه دسترسی‌های لازم برای استفاده مورد نظرتان را بدهد. برای نمونه، دیگر حقوق مانند حقوق تبلیغات، حفظ حریم خصوصی، یا اخلاق ممکن است چگونگی استفاده‌تان از محتوا را محدود کنند.



CC BY-NC-SA 4.0 DEED

Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0 International

کلیه حقوق آثار اختراع آینده و شکوفایی ایده‌ها برای مترجمان بر اساس مجوز حق نشر ذکر شده محفوظ است. ©۱۴۰۳

استفاده از این اثر در داخل مرزهای ایران تابع اعلامیه حق نشر نگارش یافته به زبان فارسی

و در خارج از کشور تابع مجوز ارائه شده در لینک زیر است.

<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/>

Copyright Notice

You are free to:

Share — copy and redistribute the material in any medium or format

Adapt — remix, transform, and build upon the material

The licensor cannot revoke these freedoms as long as you follow the license terms.

Under the following terms:

Attribution — You must give appropriate credit, provide a link to the license, and indicate if changes were made. You may do so in any reasonable manner, but not in any way that suggests the licensor endorses you or your use.

NonCommercial — You may not use the material for commercial purposes.

ShareAlike — If you remix, transform, or build upon the material, you must distribute your contributions under the same license as the original.

No additional restrictions — You may not apply legal terms or technological measures that legally restrict others from doing anything the license permits.

Notices: You do not have to comply with the license for elements of the material in the public domain or where your use is permitted by an applicable exception or limitation.

No warranties are given. The license may not give you all of the permissions necessary for your intended use. For example, other rights such as publicity, privacy, or moral rights may limit how you use the material.



CC BY-NC-SA 4.0 DEED

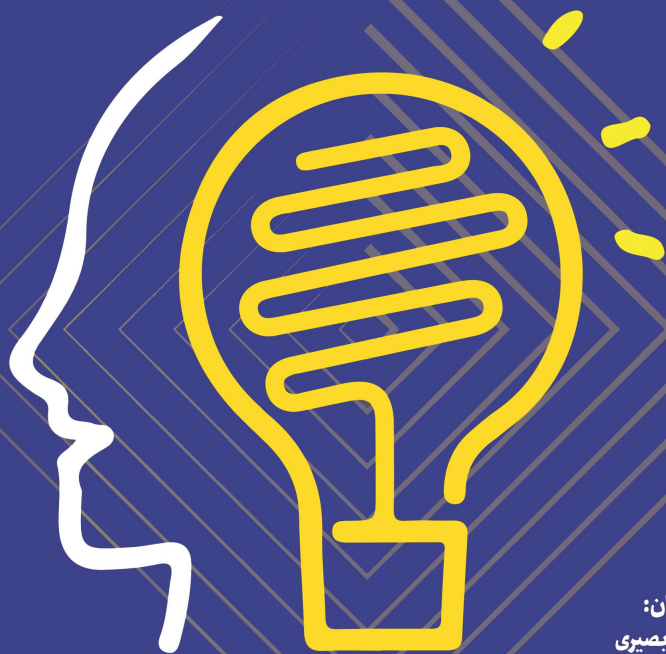
Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0 International

Inventing the Future & Enterprising Idea © 2024 by Salar Basiri is licensed under Creative Commons Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0 International. To view a copy of this license, visit

<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/>

شکوفایی ایده‌ها

راهنمای مالکیت فکری برای استارت‌آپ‌ها



مترجمان:
• سالار بصیری
• ایمان لطیفی
• نرگس اسماعیل بیگی

مجموعه کتابهای مالکیت فکری برای کسب و کارها
انتشارات سازمان جهانی مالکیت فکری WIPO

شکوفایی ایده‌ها راهنمای مالکیت فکری برای استارت‌آپ‌ها

زیربنای حقوقی اقتصاد دانش بنیان مالکیت فکری است. در حقیقت همان نقشی که موضوع ثبت اسناد رسمی در مقوله مالکیت اموال منقول و غیر منقول در اقتصاد سنتی بازی می‌کند بر عهده مالکیت فکری در اقتصاد مدرن و مبتنی بر دانش و فناوری نهاده شده است.

استارت‌آپ‌های نوآورانه و مبتنی بر فناوری در مراحل اولیه تنها دارایی‌های فکری مبتنی بر مالکیت فکری خلق می‌کنند و در مراحل رشد و سرمایه‌گذاری دارایی‌های فکری با مالکیت فکری روشن و مشخص ابزار بسیار مناسبی برای جذب سرمایه‌گذاران است. از طرف دیگر با توجه به ماهیت مبتنی بر اعتماد مالکیت فکری استارت‌آپی که به مقوله مالکیت فکری اهمیت می‌دهد میتواند مدعی شود که بعداً با ورود سرمایه و جریان مالی نیز تیم در کنار هم با اعتماد پیش خواهند رفت.

راهنمای حاضر یکی از معتبرترین منابع منتشر شده توسط سازمان جهانی مالکیت فکری (وایفو) است که در سال ۲۰۲۱ منتشر شده است و سیستم مالکیت فکری را به خوانندگان بصورت جامع معرفی می‌کند. با مطالعه این کتاب خوانندگان می‌توانند با درک کاملی از مفاهیم و فرآیندهای مرتبط با مالکیت فکری تصمیم بگیرند که چگونه از آن استفاده کنند و در استراتژی کسب و کار خود بصورت ساده و عملی بکار ببرند.

مطالعه کتاب به استارت‌آپ‌ها، شرکت‌های دانش بنیان و شرکتهای کوچک و متوسط که به دنبال خلق ارزش بیشتر از نتیجه زحمات و فعالیتهای فناوری و نوآورانه خودشان هستند برای رسیدن به درک کاملی از فرایندها و قوانین مشترک بین المللی توصیه می‌شود.

این کتاب مفاهیم مرتبط با اختراع و پتنت، علائم تجاری، طراحی صنعتی، کپی رایت یا حق نشر، حقوق دامنه‌های اینترنتی را به زبان ساده به مخاطب منتقل می‌کند.

رهسا®

شرکت راهکار هوشمند سرزمین ایده در سال ۱۳۹۲ توسط سالار بصیری در شهر تهران تأسیس شد. هدف از تأسیس این شرکت ارائه خدمات تحقیق و توسعه محصولات مبتنی بر فناوری‌های پیشرفته با بهره‌گیری از علوم و فناوری‌های روز دنیا در جهت پاسخ به نیاز صنایع و دانشگاه و طراحی و ساخت محصولات High-Tech مورد نیاز سازمان‌ها، شرکت‌ها و استارت‌آپ‌ها است. این شرکت در سال ۱۳۹۸ با محصول اپتیکال مپینگ توسط معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری دانش بنیان شده است.



۶۳۰۰۰۰ تومان



عنوان و نام پدیدآور	:	شکوفایی ایده‌ها، راهنمای مالکیت فکری برای استارت‌آپ‌ها / [سازمان جهانی مالکیت فکری، وایپو] ؛ مترجمان سالار بصیری ، ایمان لطفی، نرگس اسماعیل‌بیگی.
مشخصات نشر	:	تهران: زرنوشت، ۱۴۰۱.
مشخصات ظاهری	:	۱۱۲ ص.: مصور، جدول: ۵/۲۱×۱۴؛ ۵/۲۱ س.م.
فروست	:	مجموعه کتابهای مالکیت فکری برای کسب و کارها انتشارات سازمان جهانی مالکیت فکری، وایپو.
شابک	:	978-622-288-625-7
وضعیت فهرست نویسی	:	فیبا
یادداشت	:	عنوان اصلی: Enterprising ideas a guide to intellectual property for startup.
یادداشت	:	کتابنامه ص. ۱۱۲-۱۰۹.
موضوع	:	مالکیت معنوی -- نوآوری Intellectual property -- Technological innovations شرکت‌های اقتصادی جدید -- اثر نوآوری New business enterprises -- Effect of technological innovations on
شناسه افزوده	:	بصیری، سالار، ۱۳۶۳-، مترجم
شناسه افزوده	:	لطفی، ایمان، ۱۳۶۳-، مترجم
شناسه افزوده	:	اسماعیل‌بیگی، نرگس، ۱۳۶۳-، مترجم
شناسه افزوده	:	سازمان جهانی مالکیت معنوی
شناسه افزوده	:	World Intellectual Property Organization
رده بندی کنکره	:	K۱۴۰۱
رده بندی دیویی	:	۰۴۸/۳۴۶
شماره کتابشناسی ملی	:	۹۰۳۸۶۵۷
اطلاعات رکورد کتابشناسی	:	فیبا



انتشارات زرنوشت

تهران، میدان انقلاب، خیابان کارگر جنوبی،

کوچه مهدی‌زاده، شماره ۲۷، واحد ۱۹

تلفن: ۶۶۴۷۹۶۱۵ - ۶۶۴۳۵۶۳۷

www.zarnevesht.com

شکوفایی ایده‌ها، راهنمای مالکیت فکری برای استارت‌آپ‌ها

سازمان جهانی مالکیت فکری، وایپو

مترجمان سالار بصیری ، ایمان لطفی، نرگس اسماعیل‌بیگی

صفحه آرایشی: سایتک، حامد نمازی

چاپ اول: ۱۴۰۱ ، شمارگان: ۵۰۰ نسخه ، ناشر: زرنوشت

شابک: ۹۷۸-۶۲۲-۲۸۸-۶۲۵-۷

قیمت: ۶۳۰.۰۰۰ ریال

کلیه حقوق مادی و معنوی این ترجمه متعلق به مترجمان است، انتشار مطالب برای مصارف آموزشی و پژوهشی با ذکر منبع مجاز است. هرگونه استفاده دیگر منوط به اخذ موافقت نامه کتبی از مترجمان خواهد بود.

این کتاب ترجمه‌ای است از

Enterprising Ideas

A Guide to Intellectual Property
for Startups



The Secretariat of WIPO assumes no liability or responsibility with regard to the transformation or translation of the original content

دبیرخانه وایپو هیچگونه مسئولیتی در خصوص ترجمه و تبدیل محتوای اصلی ندارد.

فهرست مطالب

۱	معرفی و مقدمه مترجمان
۳	مخفف‌ها
۵	۱- مقدمه
۵	محدوده این راهنما
۶	مالکیت فکری چیست؟
۱۲	استارت‌آپ‌های تولید کننده مالکیت فکری در برابر
	استارت‌آپ‌های مصرف کننده مالکیت فکری
۱۴	مفهوم سطح آمادگی فناوری (TRL)
۱۸	مدل کسب‌وکار در برابر برنامه کسب‌وکار
۲۱	۲- حفاظت از نوآوری
۲۲	بدست آوردن حق پتنت
۲۷	اطمینان از حفاظت از اسرار تجاری
۲۸	حفاظت از حق نشر
۳۰	۳- تمایز محصول در بازار
۳۲	چگونگی گرفتن علامت تجاری
۳۵	نام‌های دامنه
۳۷	بدست آوردن حق طراحی
۴۰	۴- بین المللی شدن
۴۲	فایل کردن پتنت در سایر کشورها
۴۵	فایل کردن علامت تجاری در کشورهای دیگر
۴۸	فایل کردن طراحی صنعتی در سایر کشورها
۵۲	کسب حفاظت کپی راییت در کشورهای دیگر
۵۳	۵- سایر مسیرهای راهبردی بهره‌برداری از دارایی فکری
۵۴	اعطای حق امتیاز لیسانس
۶۱	تخصیص یا انتقال مالکیت
۶۲	دسترسی به منابع مالی
۶۸	افزایش ارزش استارت‌آپ
۷۳	جذب شرکا و همکاران

۷۵	۶- مدیریت ریسک
۷۶	شفاف‌سازی مالکیت و حق بهره برداری
۷۹	پیشگیری از دعاوی قضایی
۸۴	خودداری از هدر رفتن منابع و زمان
۸۶	۷- استفاده از پایگاه داده‌های مالکیت فکری
۸۷	پایگاه داده پتنت
۹۴	پایگاه داده علائم تجاری و طراحی
۹۴	حق نشر
۹۵	نام‌های دامنه
۹۷	۸- ممیزی مالکیت فکری
۱۰۳	پیوست ۱ : فراهم کنندگان خدمات
۱۰۷	پیوست ۲ : منابع

معرفی مترجمان

سالار بصیری مدیرعامل شرکت رهسا و متولد ۱۳۶۳ در شهر تهران است. ایشان اولین اختراع خودش را در سال ۱۳۸۰ با عنوان متر لیزری انجام داد و برگزیده جشنواره جوان خوارزمی در سالهای ۱۳۸۰ و ۱۳۸۳ هستند. ایشان در سال ۱۳۸۹ در مقطع کارشناسی ارشد مهندسی مکانیک از دانشگاه گیلان فارغ التحصیل شدند و سپس در سال ۱۳۹۲ شرکت دانش بنیان راهکار هوشمند سرزمین ایده (رهسا) را تاسیس کردند. کسب گواهینامه‌های دوره‌های مالکیت فکری سازمان جهانی مالکیت فکری WIPO همچون دوره نگارش پتنت، دوره پیشرفته جستجوی اطلاعات پتنت، دوره اصول مالکیت فکری، دوره ثبت علائم تجاری از طریق پیمان مادرید و دوره پیمان همکاری ثبت اختراع PCT بخشی از رزومه ایشان در زمینه مالکیت فکری و اختراع است. نگارش و ثبت سه تقاضانامه بین المللی پتنت PCT، ثبت ۴ اختراع ملی، ثبت دو برند ملی و گرفتن جوایز متعدد بین المللی مسابقات اختراعات از کشورهای سوییس، آمریکا، آلمان، ترکیه، کرواسی، لهستان و کانادا بخش دیگری از رزومه ایشان است.

ایمان لطفی متولد سال ۱۳۶۳ از خطه جنوب غرب کشور فعال اکوسیستم استارت‌آپی و پژوهشگر حوزه فناوری‌های دیجیتال، دانش آموخته مترجمی زبان انگلیسی در مقطع کارشناسی و مدیریت تکنولوژی در گرایش‌های انتقال فناوری و تحقیق و توسعه در مقاطع تحصیلات تکمیلی می‌باشد. همچنین ایشان برگزیده رویدادهای علمی، دارای سوابق تألیف مقالات و ترجمه کتب و پژوهشگری در پروژه‌های ملی و استانی در حوزه مدیریت می‌باشد. حوزه‌های مورد علاقه ایشان مشاوره به استارت‌آپ‌ها و شرکت‌های دانش بنیان در زمینه‌های استراتژی و مدل‌های توسعه کسب‌وکار می‌باشد.

مقدمه مترجمان

صاحب‌نظران و سازمان‌های بین‌المللی اکثراً بر این نکته تأکید دارند که زیربنای اقتصاد دانش بنیان مالکیت فکری است. در حقیقت به همان اندازه که انتشار مقالات علمی در گسترش دانش موثر است، مالکیت فکری در گسترش فناوری تأثیرگذار است. بدون سیستم مالکیت فکری مطمئناً سرمایه‌گذاری شرکت‌ها در گسترش مرزهای فناوری توجیه ندارد.

با توجه به اهمیت مالکیت فکری در گسترش اقتصاد دانش‌بنیان و لزوم دسترسی بازیگران اصلی اکوسیستم نوآوری و فناوری کشور به منابع معتبر و قابل اعتماد جهانی، مترجمان تصمیم گرفتند با ترجمه کتاب حاضر که یکی از کتابهای معتبر منتشر شده توسط سازمان جهانی مالکیت فکری است، گامی کوچک در جهت گسترش فرهنگ و دانش مالکیت فکری بردارند. این کتاب برای استفاده استارت‌آپ‌ها در خلق ارزش از طریق مالکیت فکری بسیار مفید است و مطالعه آن به استارت‌آپ‌ها اکیدا توصیه می‌شود. در ترجمه کتاب سعی شده است تا بیشترین وفاداری به متن اصلی حفظ شود و با توجه به تخصصی و نو بودن دانش مالکیت فکری کمترین دخل و تصرفی در مطالب صورت نگیرد. مترجمان از هرگونه انتقاد و پیشنهادی در جهت کاملتر شدن مطالب ارائه شده و تصحیحات استقبال می‌کنند. لطفا نظرات خود را به ایمیل مترجمان ارسال بفرمایید.



شهریور ۱۴۰۱

تهران - ایران

سالار بصیری ، salarbasiri.smart@gmail.com

ایمان لطفی ، im.lotfi@gmail.com

مخفف‌ها

API	Application Program Interface	رابط برنامه کاربردی
ASPI	Access to Specialized Patent Information	دسترسی به اطلاعات تخصصی پتنت
ARIPO	African Regional Intellectual Property Organization	سازمان مالکیت فکری منطقه‌ای آفریقا
B۲B	Business-to-Business	کسب‌وکار با کسب‌وکار
BOIP	Benelux Office for Intellectual Property	اداره بنلوکس برای مالکیت فکری
ccTLD	country code top-level domain	دامنه سطح بالای کد کشوری
CPC	Cooperative Patent Classification	طبقه‌بندی پتنت همیارانه
CRM	customer relationship management	مدیریت ارتباط با مشتری
EUIPO	European Union Intellectual Property Office	اداره مالکیت فکری اتحادیه اروپایی
FTO	freedom to operate	آزادی عملکرد
gTLD	generic top-level domain	دامنه سطح بالای عمومی
ICANN	Internet Corporation for Assigned Names and Numbers	شرکت سهامی اینترنت برای تخصیص اسامی و اعداد
IP	intellectual property	مالکیت فکری
IPC	International Patent Classification	طبقه‌بندی پتنت بین‌المللی
LP	Limited Partner	شریک محدود
NASA	National Aeronautics and Space Administration	اداره ملی هوانوردی و فضا

OAPI	African Intellectual Property Organization	سازمان مالکیت فکری آفریقا
OEM	original equipment manufacturer	سازنده تجهیزات اصلی
PCT	Patent Cooperation Treaty	پیمان همکاری پتنت
R&D	Research and Development	تحقیق و توسعه
SDK	Software Development Kit	کیت توسعه نرم افزار
SHA	Shareholder Agreement	تفاهم-نامه سهامداران
TISC	Technology and Innovation Support Centers	مرکز پشتیبانی نوآوری و فناوری
TLD	top-level domain	دامنه سطح بالا
TRL	Technology Readiness Level	سطح آمادگی فناوری
TTO	Technology Transfer Office	اداره انتقال فناوری
UDRP	Uniform Domain Name Dispute Resolution Policy	خط مشی متحد حل اختلافات اسامی دامنه
VC	Venture Capital	سرمایه-گذاری خطرپذیر
WIPO	World Intellectual Property Organization	سازمان جهانی مالکیت فکری



محدوده راهنما

راه‌اندازی یک شرکت موفق اغلب به یک ایده خوب مربوط می‌شود. این ایده احتمالا از یک سفر طولانی و پیچیده از آزمایشگاه تا بازار به جای مانده و ساخته و پرداخته شده است، در حالی که ایده‌های خوب دیگر به دلیل وجود محصولات مشابه قبلی، فقدان تقاضای بازار یا هزینه بیش از توان بازار کنار گذاشته شده‌اند. نظام مالکیت فکری (IP) نقش مهمی در طول این سفر بازی می‌کند. بنابر این مالکیت فکری یک شرکت باید به طور کامل با استراتژی کسب‌وکار شرکت یکپارچه و حمایت شود.

نظام مالکیت فکری به نوآوران اجازه می‌دهد که هدف نوآوری‌شان را کنترل کنند. حقوق مالکیت فکری آنان را در مقابل تقلید کنندگان حمایت می‌کند و شرکت‌ها را برای خلق هدفی متمایز برای تقویت حضور در بازار توانمند می‌کند. اقدامات صحیح مدیریت مالکیت فکری در سرتاسر چرخه زندگی یک کسب‌وکار در راه‌اندازی، گسترش، جستجوی سرمایه‌گذاران، تعامل با شرکا و همکاران مرتبط باقی می‌ماند و از کارمندان استفاده می‌کند. مالکیت فکری مربوط به زمانی است که استارت‌آپ‌ها توسط شرکت‌های دیگر به کار گرفته می‌شوند یا متاسفانه ورشکست می‌شوند. نظام مالکیت فکری نیز یک منبع حیاتی از هوشمندی فنی و کسب‌وکار است و برای اخذ تصمیمات آگاهانه در طی چرخه کسب وکار یک شرکت ارزش آفرینی می‌کند.

استارت‌آپ‌ها باید بطور برابر از این موضوع آگاه باشند که علاوه بر تقویت رقابتی آن‌ها، نظام مالکیت فکری می‌تواند در مدیریت ریسک کمک نماید. اگر استارت‌آپی از مالکیت فکری غافل شود ممکن است به حقوق مالکیت فکری دیگران تجاوز نماید، از ورود به حوزه‌هایی که دیگران قبلا اشغال کرده‌اند منع شود، یا دارایی‌های کلیدی را به دیگر شرکت‌ها که در ابتدا برای حفاظت از مالکیت فکری پرونده‌هایی را فایل کرده‌اند واگذار نماید. چنین اشتباهاتی می‌تواند مرگبار باشد.

این کتاب راهنمایی است درباره اینکه استارت‌آپ‌ها چگونه می‌توانند از نظام مالکیت فکری برای حفظ موقعیت رقابتی و درک ریسک‌ها استفاده کنند، ریسک‌هایی که ممکن است در صورت غفلت بروز یابند. این کتاب بر استارت‌آپ‌هایی تمرکز می‌نماید که تلاش می‌کنند راه حل فناوری محور و نوآورانه‌ای را به بازار روانه کند، اما این اصول تنها کمک کننده به استارت‌آپ‌های فناوری-محور نیستند، بلکه برای آن‌ها که دارای ایده نو بازاریابی هستند و قصد ورود به یک بازار خرد یا ارائه یک خدمت نوآورانه دارند هم مناسب است. نظام مالکیت فکری همواره یک دستاورد برای همه استارت‌آپ‌ها به همراه دارد، اگرچه به برخی بیش از دیگران ارائه می‌نماید.

"مالکیت فکری" چیست؟

به معنای گسترده، مالکیت فکری به مخلوقات ذهنی مربوط می‌شود. چنین مخلوقاتی در قانون به عنوان دارایی شناخته شده‌اند که می‌توانند تحت مالکیت خالق باشند، به شرطی که شرایط مورد نظر در قانون برقرار باشند. کشورها بطور گسترده بر اینکه این شرایط چیست توافق دارند و این شرایط در معاهده‌های بین المللی بیان شده است، اگرچه تفاوت‌هایی میان آن‌ها در تفسیر و اعمال این حقوق وجود دارند.

زمانی که مخلوقات ذهن را در نظر می‌گیریم، منظور ایده‌های محصول جدید، روش‌های جدید انجام کارها، طرح‌های جذاب، علائم کسب‌وکار متمایز و آفرینش‌های هنری به عنوان مثال موسیقی، ترانه‌ها، نقاشی‌ها و مجسمه‌ها هستند. از نظر ماهوی، آن چیزی که نمی‌توانیم لمس کنیم، ایده آن را به دست بگیریم یا ببینیم، ناملموس هستند، اگرچه می‌توانیم بیان آن‌ها را لمس کنیم، به دست بگیریم یا تجربه کنیم. غیر قابل لمس بودن چنین دارایی مزیت‌ها و معایبی را ایجاد می‌کند که منحصر بفرد است. به این دلیل که این ایده‌ها ناملموس هستند، جلوگیری دیگران از مناسب‌سازی و بازتولید آن‌ها کاری مشکل است؛ در عین حال، بسیاری از افراد ممکن است بطور همزمان از ایده‌ها بدون هدر دادن یا کاهش کیفیت آن‌ها استفاده کنند.



به اصطلاحات یک ترانه فکر کنید، ممکن است پیشگیری از شخصی دیگر برای کپی برداری از ترانه‌ای که نوشته شده است، کاری سخت باشد، اما بسیاری از افراد می‌توانند از ترانه در همان زمان لذت ببرند. قوانین مالکیت فکری قابلیت ملموس شدن از طریق توانمند ساختن پدید آورندگان در به مالکیت درآوردن ایده‌های نوآورانه خودشان و خروجی خلاقانه، به شرط داشتن معیارهای قانونی، را فراهم می‌آورد.

زمانی که یک ایده به نقطه‌ای می‌رسد که انتظار می‌رود به یک محصول یا خدمت دارای توان تجاری تبدیل شود، بسیار مهم است که در سریع‌ترین زمان ممکن، چگونگی استفاده از مالکیت فکری در تسریع ورود به بازار مورد توجه قرار گیرد. ابزارهای مرتبط با مالکیت فکری بطور خلاصه در ذیل تعریف شده‌اند.

پتنت‌ها

یک پتنت حق اختصاصی است که توسط دولت به اختراعی اعطا می‌شود که جدید، همراه با گام ابتکاری و دارای قابلیت کاربرد صنعتی است. این موضوع حق قانونی برای مالک آن فراهم می‌کند تا دیگران را از ساخت، استفاده، پیشنهاد فروش، فروش یا واردات یک محصول یا فرآیند بر مبنای اختراع پتنت شده مستثنی یا جلوگیری نماید.

یک پتنت توسط اداره پتنت ملی یا توسط یک اداره پتنت منطقه‌ای به نمایندگی گروهی از کشورها اعطا می‌شود. این کار برای یک دوره محدود زمانی، تا حداکثر ۲۰ سال از تاریخ ثبت اظهارنامه معتبر است، به شرطی که دارنده پتنت هزینه‌های مورد نیاز برای نگهداری پتنت را در صورت لزوم پرداخت نماید. پتنت حق سرزمینی است و به مرزهای جغرافیایی کشور یا منطقه مربوطه محدود است. در ازای اعطای یک حق پتنت، درخواست‌های پتنت باید توصیف نوشتاری مفصل، صحیح و کامل از اختراع خودشان ارائه دهند. اسناد پتنت (درخواست‌های پتنت و/یا پتنت‌های اعطا شده) توسط ادارات پتنت سراسر دنیا منتشر می‌شوند و منبع اولیه اطلاعات پتنت را شکل می‌دهند. در نتیجه، مجموعه‌های پتنت عمومی و پایگاه‌های داده پتنت تجاری منبع اساسی و اغلب منحصر بفرد از اطلاعات فنی

هستند، به همین دلیل بسیاری از اختراعات مرتبط در ادبیات علمی منتشر نمی‌شوند.

رازهای تجاری

راز تجاری هر گونه اطلاعاتی است که از نظر تجاری برای یک کسب‌وکار ارزشمند است تا هنگامی که بصورت راز باقی بماند. در ادبیات عام، هر گونه اطلاعات از دانش فنی و لیست‌های مشتری تا اطلاعات مالی و استراتژی‌های بازاریابی و غیره یک راز تجاری محسوب می‌شود. رازهای تجاری اغلب به عنوان یک کوه یخی توصیف می‌شوند که پتنت‌ها قله قابل مشاهده آن هستند. یک استارت‌آپ ممکن است منبع عظیمی از اطلاعات محرمانه داشته باشد، برخی از آن به طور بالقوه قابل پتنت هستند، و همه آن‌ها در صورتی که بصورت محرمانه نگه داشته شوند، می‌توانند به عنوان رازهای تجاری قابل حفاظت باشند. یک استارت‌آپ ممکن است به دلایل استراتژیک تصمیم بگیرد که اطلاعات قابل پتنت خود را حفظ نماید، درخواست پتنت نیازمند این است که آن اطلاعات بصورت عمومی منتشر شوند. اطلاعاتی که بواسطه درخواست پتنت یا دلایل دیگری افشا شده است، دیگر صلاحیت حفاظت به عنوان یک راز تجاری را ندارد.

کپی رایت

قانون کپی رایت به مولفان، آهنگسازان، برنامه‌نویسان کامپیوتری، طراحان وب سایت و دیگر پدید آورندگان، به صورت حفاظت قانونی از انواع ادبی، هنری، دراماتیک یا دیگر شکل‌های خلق آن‌ها اعطا می‌شوند که معمولاً به عنوان "آثار" شناخته می‌شوند. قانون کپی رایت دربر گیرنده انواع گسترده‌ای از آثار اصیل شامل کتاب‌ها، مجلات، روزنامه‌ها، موسیقی، نقاشی‌ها، عکس‌ها، مجسمه‌ها، معماری، فیلم‌ها، برنامه‌های کامپیوتری، بازی‌های ویدئویی و پایگاه‌های داده اصلی می‌شود و از آن‌ها حفاظت می‌کند. با این وجود، این کار تنها از "بیان یک ایده" حفاظت می‌کند، اما از مفهوم زیربنایی ایده حفاظت نمی‌کند. این یک تمایز مهم است. قانون کپی رایت به مولف یا خالق یک اثر دامنه‌ای از حقوق اختصاصی نسبت به اثرش برای دوره زمانی تعریف شده در قوانین ملی می‌دهد.

کپی رایت در اکثر کشورها در طول زندگی مولف و ۵۰ سال پس از آن طول می‌کشد. در برخی کشورها شامل ایالات متحده آمریکا و اروپا بیشتر است. این حقوق امکان استفاده اقتصادی یک مولف از اثرش براساس بسیاری از روش‌ها مثل دریافت دستمزد را فراهم می‌کند. قانون کپی رایت "حقوق اخلاقی یا معنوی" نیز ارائه می‌نماید که در میان دیگر موارد از شهرت و انسجام مولف حفاظت می‌کند. بطور کلی یک مولف نمی‌تواند این حقوق اخلاقی یا معنوی را انتقال بدهد.

علائم تجاری

هر نشانه‌ای (شامل کلمات، اسامی، حروف، اعداد، طرح‌ها، عکس‌ها، اشکال، رنگ‌ها، برچسب‌ها یا هر ترکیبی از اینها) که می‌تواند کالاها یا خدمات را متمایز نماید ممکن است به عنوان یک علامت تجاری استفاده شود. در اکثر کشورها، برچسب‌ها، شعارها و عناوین تبلیغاتی نیز ممکن است علائم تجاری را تشکیل دهند. حفاظت قانونی از یک علامت تجاری در صورت ثبت و در برخی کشورها در صورت استفاده کسب می‌شود. برای ثبت یک علامت تجاری، اولین گام فایل کردن فرم درخواست مناسب در اداره علامت تجاری ملی یا منطقه‌ای است که درخواست‌ها را بر اساس قانون کاربرد محلی بررسی می‌کند و ثبت علامت تجاری را اعطا یا رد می‌نماید. در حالی که دوره حفاظت در بعضی از کشورها می‌تواند متفاوت باشد در بسیاری از کشورها دوره حفاظت از علائم تجاری ثبت شده ۱۰ سال است. ثبت می‌تواند بطور بدون محدودیت تمدید شود (معمولاً برای دوره‌های زمانی ۱۰ ساله بطور متوالی) به شرطی که هزینه‌های تمدید در زمان‌های مشخصی قبل از انقضای ثبت پرداخت شوند.

طرح‌های صنعتی

اصطلاح "طرح صنعتی" به جنبه‌های تزئینی یا زیبایی شناختی یک محصول مربوط می‌شود. یک محصول اگر شرایط خاصی را محقق نماید ممکن است به عنوان یک طرح صنعتی حفاظت شود. این نوع از حفاظت جنبه‌های فنی یا کارکردی یک محصول را پوشش نمی‌دهد. برای ثبت یک طرح صنعتی، متقاضی باید درخواست ملی یا منطقه‌ای را در اداره مالکیت فکری ملی یا منطقه‌ای مربوطه فایل نماید. حفاظت از یک طرح صنعتی از کشوری به کشور دیگر متفاوت است، اما حداقل ۱۰ سال طول می‌کشد.

دیگر حقوق مالکیت فکری

- مدل‌های کاربردی نیز به عنوان "پتنت‌های کوتاه مدت"، "پتنت‌های کوچک یا" پتنت‌های نوآوری" شناخته می‌شوند. در بسیاری از کشورها، برخی از انواع اختراع شامل بهبودهای کوچک از محصولات موجود به عنوان مدل‌های کاربردی قابل حفاظت هستند.
 - انواع جدیدی از گیاهان. در بسیاری از کشورها، جوانه‌های انواع گیاه جدید ممکن است حفاظت را از طریق "حقوق جوانه گیاه" کسب نمایند.
 - چیدمان - (یا توپوگرافی) مدارهای مجتمع، چیدمان اصیل یا طراحی یک مدار مجتمع می‌تواند در برابر کپی کردن مورد حفاظت قرار گیرد.
- علیرغم اینکه حقوق مالکیت فکری در اینجا به عنوان حقوق جداگانه بیان شدند، در عمل بطور تجمیعی برای حفاظت و بازاریابی محصولات به عنوان یک کل استفاده می‌شوند. برای مثال یک گوشی همراه هوشمند را در نظر بگیرید، پتنت‌ها از عملکرد آن، از پردازش تا فناوری دوربین حفاظت می‌کنند؛ علائم تجاری از لوگو و هویت آن حفاظت می‌کنند؛ طرح‌های صنعتی از شکل و ظاهر کلی حفاظت می‌کنند؛ کپی رایت از کد منبع نرم افزاری حفاظت می‌کند که دستگاه اجرا می‌کند، و رازهای تجاری از استراتژی‌های بازاریابی مورد استفاده برای تجاری‌سازی دستگاه بصورت جهانی حفاظت می‌کنند.

استارت‌آپ‌های مولد در مقابل استارت‌آپ‌های مصرف کننده مالکیت فکری

در قالب این راهنما، تمایز بین استارت‌آپ‌هایی که دارایی فکری را تولید می‌کنند و استارت‌آپ‌هایی که دارایی فکری را مصرف می‌کنند ممکن است کمک کننده باشد. یک "استارت‌آپ مصرف کننده دارایی فکری" استارت‌آپی است که ایده کسب‌وکار آن به فناوری برای بوجود آمدن نیاز دارد. یک "استارت‌آپ تولید کننده دارایی فکری" استارت‌آپی است که پیرامون یک دارایی فکری محوری شکل می‌گیرد که به یک ایده کسب‌وکار جهت شکوفایی نیاز دارد.

معمولاً، یک استارت‌آپ مصرف کننده دارایی فکری خیلی کم یا اصلاً درگیر تحقیق و توسعه نمی‌شود و همچنین مقدار زیادی یا در مواردی هیچ گونه محتوا یا نرم افزار مناسب تولید نمی‌کند. چنین شرکت‌هایی تمایل دارند که استارت‌آپ‌های اینترنتی، شرکت‌های توسعه برنامه‌های کاربردی یا بازارگاه‌های اینترنتی باشند. مثال‌ها ممکن است Airbnb یا Uber هستند. در عوض، یک استارت‌آپ تولید کننده دارایی فکری ایده کسب وکار را پیرامون راه حل فنی بنا می‌کند که توسط حق دارایی فکری حفاظت می‌شود. یک مثال نمونه مربوط به فناوری در مرحله اولیه می‌باشد که اغلب توسط پتنت محافظت می‌شود که استارت‌آپ در دانشگاه یا موسسه تحقیقاتی توسعه داده یا از آن‌ها حق امتیاز بهره برداری گرفته است.

در واقعیت، استارت‌آپ‌های نوآورانه نمی‌توانند خیلی روشن و واضح از یکدیگر متمایز شوند. اکثر استارت‌آپ‌های نوآورانه در راستای یک طیف قرار می‌گیرند: استارت‌آپ‌های مصرف کننده دارایی فکری برخی از دارایی‌های فکری را تولید می‌کنند و استارت‌آپ‌های خلق کننده دارایی فکری برخی از دارایی‌های فکری را مصرف می‌کنند.

به منظور راه‌اندازی ایده کسب‌وکار شان، اکثر استارت‌آپ‌های مصرف کننده دارای فکری حق امتیاز بهره برداری از فناوری حفاظت شده توسط دارای فکری و تحت مالکیت گروه ثالث را لایسنس می‌کند یا خریداری می‌نماید. اکثر استارت‌آپ‌ها نیز احتمالا برای توسعه راه حل هایی در مدل کسب‌وکار خودشان قراردادهایی را با طرف ثالث منعقد می‌کنند. زمانی که آن‌ها برخی توجهات و کشش بازار را کسب می‌کنند، در حالت ایده آل بطور جدی به توسعه راه حل‌ها و خلق حقوق بالقوه دارای فکری اقدام می‌کنند. این حقوق دارای فکری عمدتاً علائم تجاری، احتمالا برخی الگوریتم‌ها و حقوق کپی رایت برای رابط‌های کاربری و غیره هستند. با پیشرفت بیشتر، ممکن است نرم افزار دریافتی بر اساس لایسنس را بهبود بخشند، نرم افزار خودشان را خلق کنند یا ویژگی‌های جدیدی به آن‌ها اضافه می‌نمایند. در طی زمان، آن‌ها اطلاعات محرمانه کسب‌وکار نیز تولید می‌کنند. موفق ترین استارت‌آپ‌های مصرف کننده دارای فکری مانند Uber، Airbnb و Alibaba دارای‌های فکری بیشتر و بیشتر را تولید می‌کنند و اغلب شروع به اکتساب دارای فکری گروه ثالث و سبدهای پتنت گسترده به منظور حفظ یا افزایش مزیت رقابتی خودشان می‌کنند. در زمان بعد از راه‌اندازی، استارت‌آپ‌های خلق کننده دارای فکری که به طور مناسبی تامین مالی شده اند معمولاً به سرمایه گذاری در تحقیق و توسعه و خلق دارای فکری جدید ادامه می‌دهند.

درک سطح آمادگی فناوری (TRL)

سطح آمادگی فناوری یک تکنیک برای ارزیابی میزان نزدیکی یک فناوری یا محصول به تجاری‌سازی است (تصویر ۱ را مشاهده کنید). بر اساس روش شناسی خلق شده توسط اداره نجوم و فضای ملی (NASA) در ایالات متحده آمریکا به منظور ارزیابی بلوغ فناوری های فضایی، این ابزار اکنون بطور گسترده‌ای در حوزه‌های صنعت مختلف استفاده می‌شود، اگرچه برخی کارشناسان ادعا دارند که این ابزار برای همه انواع فناوری مناسب نیست.

بخش عمومی اتحادیه اروپا و انگلیس در میان چندین موسسه‌ای هستند که مدل TRL را انتخاب کرده اند. هر پروژه فناوری در مقابل پارامترهای خاصی ارزیابی می‌شود و نرخ گذاری TRL برای آن تعیین می‌شود. در یک مقیاس نه سطحی، یک محصول با نرخ TRL ۱ دارای پائین‌ترین آمادگی است در حالی که یک محصول با TRL ۹ کاملاً افزایش مقیاس داده است.

TRL 9	تست های سیستم، پرتاب و مأموریت
TRL 8	توسعه سیستم / زیر سیستم
TRL 7	
TRL 6	نمایش فناوری
TRL 5	توسعه فناوری
TRL 4	
TRL 3	تحقیقات برای اثبات امکان پذیری
TRL 2	تحقیقات فناوری پایه
TRL 1	

شکل ۱. سطوح آمادگی فناوری

انتصاب TRL به یک فناوری یا به یک پروژه، شرکت را در یافتن موقعیت خود در طول زنجیره نوآوری توانمند می‌کند. معمولاً TRL سطح پائین داده شده به یک پروژه توسعه قابل توجهی برای آماده بازار شدن نیاز خواهد داشت. این کار کارآفرینان را برای تاثیر عامل سرمایه گذاری‌های آینده در زمینه توسعه توانمند می‌نماید. گزینه‌ها و فرصت‌های تامین مالی برای اعطای حق امتیاز بهره برداری از یک فناوری نیز به TRL بستگی دارد. اساساً مقیاس TRL صرفاً یک شاخص است. این کار می‌تواند به شرکت‌ها برای رسیدن تامین مالی و دیگر تصمیمات کمک نماید، اما زمان مورد نیاز برای رساندن یک فناوری به بازار توسط دامنه‌ای از عوامل تحت تاثیر قرار خواهد گرفت.

داستان آرچلیک آ.اس

آرچلیک آ.اس واقع در ترکیه در سال ۱۹۹۵ به عنوان یک شرکت تابعه از هلدینگ کوچ تاسیس شد. این شرکت کالاهای خانگی و الکترونیک مصرفی تولید می‌کند و در بازار بیش از صد کشور حضور دارد.

در سال ۲۰۰۴، آرچلیک برند Telve یک ماشین قهوه ساز ترکی را معرفی نمود. قهوه ترک به دلیل شهرت داشتن طعم قوی و روش سنتی تخمیر آن توسط سازمان یونسکو شناخته شده است و در لیست میراث فرهنگی نامحسوس آمده است.

قهوه‌سازی یک سنت طولانی در ترکیه دارد و مصرف کنندگان به رد کردن روش‌های نوین تخمیرسازی علاقه دارند. بنابر این ساختن ماشینی که بتواند قهوه ترک سنتی بسازد یک چالش مهندسی و بازاریابی می‌باشد.



ایده آن سوی Telve ابتدا در اواخر سال ۲۰۰۱ مطرح شد. تا ژانویه سال ۲۰۰۲، مهندسان تحقیق و توسعه آرچلیک درباره روش‌های تخمیرسازی سنتی برای شناسایی اینکه چه چیزی به قهوه ترک ویژگی خاصی می‌دهد مطالعه کردند. محققان نظرسنجی‌هایی را اجرا کردند و خانه‌های تولید قهوه ترک سنتی را برای شناسایی عناصر کلیدی این نوشیدنی بازدید کردند. برخی از یافته‌های آن‌ها بطور قابل ملاحظه‌ای ساده بودند: استفاده از آب سرد، گرم کردن تخمیر بر روی حرارت آهسته، خودداری از تکان دادن برای محافظت از کف و برداشتن مایع قبل از رسیدن به نقطه جوش. اتوماسیون به یک راه حل فنی برای هر کدام از این مسائل نیاز دارد. تا سپتامبر سال ۲۰۰۲، مفاهیم اولیه ماشین در آزمایشگاه‌های آرچلیک توسعه داده شدند. تیم آرچلیک یک نمونه اولیه نهایی را در سال ۲۰۰۳ بعد از تست داخلی انتخاب کرد.

به یاد داشته باشید که پتنت‌ها برای حفاظت از نوآوری آن‌ها مورد نیاز بودند، تیم آرچلیک پایگاه‌های داده پتنت را جستجو کرد و ماشین‌های قهوه موجود در بازار را در آن زمان مطالعه نمود. این جستجوها هیچ



محصولی که بطور مستقیم رقابت نماید شناسایی کردند با این وجود، چندین پتنت مرتبط اطلاعات مهم دارای عرصه رقابتی را ارائه نمودند و به آرچلیک برای کاهش ریسک کمک کردند. این کار نهایتاً به فایل هشت درخواست پتنت بین المللی، سه درخواست علامت تجاری و سه درخواست طراحی برای پوشش فناوری و محصول شد.

محصول به پشتوانه بازاریابی قوی و کمپین مطبوعاتی در آگوست سال ۲۰۰۴ راه‌اندازی شد. برند Telve خودش را به عنوان تنها ماشین اتوماتیک قهوه ترکی در بازار جا انداخت. موفقیت تجاری آن حتی تیم تحقیق و توسعه را متعجب نمود.

کپی‌کنندگان دیگر بدون تردید پیروی کردند. با این وجود، استراتژی پایدار دارایی فکری آرچلیک، حفظ مزیت رقابتی خود را امکانپذیر نمود. از خودش در مقابل رقبا دفاع نمود و حسن اراده و اعتماد برای حداقل ۱۰ سال قبل از اولین ورود محصولات رقابتی به بازار بنا نهاد.

تا زمان بروز رقابت، Telve به یقین خودش را با کمک چند بهبود عمده به عنوان رهبر بازار جا انداخت. محصولات جدید شامل نسل دوم Telve، Pro Telve با ظرفیت ۹ فنجان و ماشین کپسول قهوه که افتخار ۲۲ پتنت اضافی و چند پاداش طراحی بین‌المللی دارد. در حال حاضر، پورترفولیو Telve شامل بیش از ۳۰۰ درخواست پتنت و پتنت‌های گرت شده تحت عنوان ۷۵ خانواده پتنت، سه علامت تجاری ثبت شده، هشت طرح صنعتی و ۱۲ درخواست طراحی صنعتی را دارد.

مدل کسب‌وکار در مقابل برنامه کسب‌وکار

یک کسب‌وکار موفق یک محصول یا خدمت ارزشمند را برای مشتریان به ارمغان می‌آورد. در مدل کسب‌وکار خودش، یک استارت‌آپ چارچوبی را برای شناسایی، خلق و ارائه ارزش، مدل پیشنهادی درآمدی و توصیفی از رقابت فعلی و آتی آن، بازارهای هدف و غیره تدوین می‌نماید. با در نظر گرفتن عناصر عملیاتی و مالی، یک برنامه کسب‌وکار مدل کسب‌وکار خودش را پیاده‌سازی می‌نماید. به دلیل اینکه برنامه کسب‌وکار یک سند استراتژیک اساسی است که آینده کسب‌وکار جدید را پیش بینی می‌کند، یک برنامه یکپارچه به کارآفرینی نیاز دارد که جزئیات پیش بینی‌ها را تعیین کند. اکثر کارآفرینان در مرحله اولیه داده‌های کافی مورد نیاز برای پیش بینی و تحقق صحیح عناصر حیاتی برنامه کسب‌وکار در اختیار ندارند.

در همان مراحل اولیه خلق استارت‌آپ، استفاده از مدل‌های کسب‌وکار انعطاف پذیر برای شناسایی ارزش پیشنهادی عرضه شده استارت‌آپ بعد از ایجاد، توصیه می‌شود. با این وجود کارآفرینان باید زمانی را برای پدید آوردن برنامه کسب‌وکار اختصاص دهد، زمانی که عناصر مرکزی مدل کسب‌وکار اعتبار سنجی شده اند و استارت‌آپ اطلاعات و داده‌های بازار کافی را برای داشتن پیش بینی‌های منطقی جمع آوری کرده است.

استراتژی دارایی فکری شرکت باید با برنامه کسب‌وکار بطوری یکپارچه شده باشد که نشان دهد دارایی فکری چگونه باید از پیاده‌سازی موفق مدل کسب‌وکار حمایت نماید.

منابع برای مطالعه بیشتر

۱. اصطلاح "نظام دارایی فکری" به : حقوق دارایی فکری، فرآیند اهدا نمودن آن‌ها، نظام های ملی، منطقه‌ای و بین المللی که برای پردازش، اهدا یا گرفتن و ثبت چنین حقوق، و پایگاه‌های داده حاوی اطلاعات دارایی فکری اشاره دارد.

۲. WIPO (۲۰۱۸): اختراع آینده: مقدمه‌ای بر پتنت برای شرکتهای کوچک و متوسط را مشاهده کنید. مالکیت فکری برای کسب‌وکارها مجموعه شماره ۳.

www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/wipo_pub_1_917.pdf

۳. WIPO (۲۰۰۶): بیان خلاق: مقدمه‌ای بر کپی رایت و حقوق مرتبط برای شرکتهای کوچک و متوسط. مالکیت فکری برای کسب‌وکارها مجموعه شماره ۴.

www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/sme/918/wipo_pub_918.pdf

۴. WIPO (۲۰۱۷): علامت گذاری: مقدمه‌ای بر علائم تجاری و برندها برای شرکتهای کوچک و متوسط را مشاهده کنید. مالکیت فکری برای کسب‌وکارها مجموعه شماره ۱.

www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/wipo_pub_1_900.pdf

۵. WIPO (۲۰۱۹): خوب دیدن: مقدمه‌ای بر طرح‌ها برای شرکتهای کوچک و متوسط را مشاهده کنید. مالکیت فکری برای کسب‌وکارها مجموعه شماره ۲.

www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/wipo_pub_1_498.pdf

۶. WIPO (۲۰۱۸): اختراع آینده: صفحه ۱۲

www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/wipo_pub_1_917.pdf

۷. وبسادهای زیر را مشاهده کنید:

<https://web.archive.org/web/20051206035043/>

<https://as.nasa.gov/aboutus/trl-introduction.html>

۸. وبسادهای زیر را مشاهده کنید:

https://en.wikipedia.org/wiki/Turkish_coffee.

۹. مدل کسب‌وکار می‌تواند با استفاده از یک بوم مدل کسب‌وکار خلق شود که بطور تصویری عناصری را نشان می‌دهند که برای شناسایی ارزش پیشنهادی یک محصول یا شرکت مورد نیاز هستند. برای مثال سایت زیر را مشاهده کنید:

www.strategyzer.com/canvas/business-model-canvas

حفاظت از نوآوری

محصولات یا فرآیندهای نوآورانه‌ای که توسط استارت‌آپ‌ها خلق می‌شوند می‌تواند در بازار جدید باشد، کارایی خدمات یا محصولات موجود را بهبود بخشد و یا هزینه و زمان ساخت را کاهش دهد. در تمام این موارد، بهتر است استارت‌آپ در سریعترین زمان ممکن یک استراتژی مالکیت فکری مناسب تهیه کند و طرح کسب‌وکار را بوسیله آن پشتیبانی نماید. یک استارت‌آپ با یک سبد مالکیت فکری مناسب قادر خواهد بود تا فضای رقابتی شرکت را حفاظت کند و بنابراین ورود رقبا را به تاخیر بیندازد و به شرکت برای ساختن بازار خودش کمک کند.

بدست آوردن حقوق پتنت

استارت‌آپی که راه حلی فنی برای یک مساله ابداع کرده است می‌تواند بدست آوردن پتنت برای آن راه حل را مد نظر داشته باشد. شرایط لازم برای یک پتنت تازگی، خلاقانه و کاربردی بودن آن است. اگر دیگران هم برای حفاظت تحت پتنت برای یک راه حل شبیه یا یکسان درخواست کرده باشند، ایده یا محصول استارت‌آپ جدید در نظر گرفته نمی‌شود و از شمول حفاظت تحت پتنت خارج می‌شود. بنابراین مهم است که در پایگاه‌های داده پتنت موجود برای تعیین اینکه راه حل‌های مشابه تاکنون ابداع شده اند یا خیر، جستجو صورت پذیرد.

بعلاوه عملکرد خود استارت‌آپ ممکن است به قابلیت گرفتن پتنت آسیب برساند. اختراعی که پیش از پرکردن تقاضانامه پتنت افشا شده است، جدید در نظر گرفته نمی‌شود و شرط تازگی را نخواهد داشت. افشای غیر عمدی به عنوان مثال ممکن است در نمایشگاه‌های تجاری، در یک مقاله در مجله‌های تجاری و یا در طی هرگونه بحث بدون ذکر عدم افشا با شخص ثالث اتفاق بیافتد. بنابراین قبل اینکه تقاضانامه پتنت فایل شود، بسیار حیاتی است که اختراع بصورت محرمانه نگه داشته شود. اگر افشا نیاز است، استارت‌آپی که به فایل کردن پتنت می‌اندیشد بهتر است در سریعترین فرصت ممکن اقدام کند.

این زمان هنگامی است که استارت‌آپ تشخیص می‌دهد که یک راه حل فنی برای یک مشکل فنی دارد. به بیان دیگر، وقتی که یک اختراع انجام داده و داده‌های لازم موثر بودن و کارکرد آن را نشان بدهد. برای حفاظت کامل از اختراع‌ها و عملکردهای متفاوت یک محصول ارائه شده به بازار می‌تواند نیاز به چندین تقاضانامه پتنت داشته باشد.

بعضی استارت‌آپ‌ها تمایل دارند تا فایل کردن پتنت را تا زمان نسخه نهایی یک محصول به تاخیر بیاورند. اینکار یک استراتژی پر مخاطره است. شرکتها نباید قبل از تامین حفاظت مالکیت فکری یک محصول برای آن بازاریابی کنند. در نقطه مقابل صبر کردن تا آخرین مرحله تجاری‌سازی ممکن است گزینه‌های حفاظت مهم را ملغی کند. رقبا یا سایر اشخاص ثالث ممکن است در نقطه توسعه راه حل فنی مشابه یا یکسان باشند.

بسیار مهم است که مطمئن شوید که یک تقاضانامه پتنت بصورت مناسب نگارش یافته است و ادعای آن (که حدود حفاظت را تعیین می‌کند) عناصر اصلی و حیاتی اختراع را پوشش دهد. هنگام آماده‌سازی تقاضانامه، استارت‌آپ باید چگونگی به عمل درآوردن فناوری توسط خودش و همچنین چگونگی استفاده احتمالی رقبای بالقوه را در زمان درخواست برای ثبت و حفاظت تحت پتنت در نظر بگیرد. استارت‌آپ همچنین بهتر است راههای متفاوت ساختن یا به کار گرفتن یک اختراع را مورد توجه قرار بدهد. افشای گسترده در تقاضانامه پتنت می‌تواند فضای کافی جهت مانور حین توسعه بازار بوجود آورد. هنگامی که یک تقاضانامه پتنت در وضعیت پیش از گرنت (Patent Pending) است، محصول می‌تواند بهبود یابد یا ویژگیهای اضافی براساس افشای اولیه فایل شود. در هر حال، گستره اطلاعات افشا شده در تقاضانامه اولیه در برابر ارزش نگهداری محرمانه اطلاعات باید توازن داشته باشد. برای هر دو حالت مزایای اقتصادی می‌توان برشمرد.

تقاضانامه پتنت باید به اداره ملی یا منطقه‌ای مرتبط ارسال شود. برای حل مسائل فنی و توسعه یک استراتژی مالکیت فکری موثر، استارت‌آپ بهتر است یک کارگزار پتنت را برای آماده‌سازی تقاضا نامه و متون آن در طی پروسه گرنت به کار گیرد و به استخدام درآورد.

تقاضانامه پتنت شامل چندین قسمت است. این قسمت‌ها شامل شرح و توصیف اختراع، نقشه‌ها و خلاصه (که به عنوان چکیده هم شناخته می‌شود) است. در هر صورت این قسمت ادعای تقاضانامه است که حدود حفاظت را تعیین می‌کند. در ادامه یک نگاه کلی به فرآیند تقاضای ثبت اختراع شده است. در نظر داشته باشید که کشورها در جزئیات روش مدیریت این فرآیند متفاوت هستند.

۱- بررسی اداری یا شکلی، اداره اختراع تقاضانامه را جهت انطباق با الزامات اداری و شکلی بررسی می‌کند. (به عنوان مثال آیا همه مدارک مرتبط ضمیمه شده است؟ آیا هزینه‌ها پرداخت شده است؟)

۲- جستجو، در اکثر کشورها، اداره اختراع، جستجو جهت تعیین نوآوری اختراع انجام می‌دهد. در طی بررسی ماهوی (توضیح در ادامه) اداره براساس تقاضانامه‌های پتنت و سایر اطلاعات عمومی که در طی جستجو بدست آمده عمل می‌کند.

۳- بررسی ماهوی، این اداره اختراع است که تعیین می‌کند که آیا اختراع شرایط لازم پتنت را دارد یا خیر. همه اداره‌های اختراع بررسی ماهوی انجام نمی‌دهند و بعضی از آن‌ها تنها در صورتی که درخواستی در طی یک دوره زمانی مشخص دریافت کنند، نسبت به بررسی ماهوی اقدام می‌کنند. عدم درخواست می‌تواند موجب انصراف از تقاضانامه تلقی شود. نتیجه بررسی ماهوی بصورت کتبی به متقاضی یا نماینده او ارسال می‌گردد. در بسیاری از کشورها، به متقاضی فرصت پاسخ به هرگونه رد اختراع در طی بررسی ماهوی یا اصلاح تقاضانامه داده می‌شود. این موضوع عمدتاً سبب کوچکتر شدن محدوده ادعای تقاضانامه پتنت می‌شود.

۴- انتشار تقاضانامه، در اکثر کشورها، تقاضانامه پتنت ۱۸ ماه بعد از تاریخ اولین فایل منتشر می‌شود.

۵- گرنت، اگر نتیجه بررسی ماهوی مثبت باشد، اداره اختراع پتنت را گرنت یا اهدا خواهد کرد و گواهی اختراع صادر خواهد شد. معمولاً اداره اختراع در این مرحله مجدداً پتنت را منتشر می‌کند.

۶- مخالفت، بعضی اداره‌های اختراع یک دوره زمانی را جهت اعلام مخالفت اشخاص ثالث با گرت پتنت فراهم می‌نمایند. به عنوان مثال بر این اساس که اختراع ادعا شده جدید نیست. با توجه به ناحیه قضایی، پیگیری مخالفت می‌تواند قبل یا بعد از گرت آن انجام شود. بعد از اینکه دوره مجاز برای مخالفت به پایان رسید، اشخاص ثالث همچنان ممکن است بتوانند برای لغو پتنت درخواست بدهند.

شرکت گریوم ، مکزیک

کار آفرینان: کریستینا کلوچیاتی، آلفاندرو برنا ملندز، فرانچسکو پرز ناردونی

مالکیت فکری اصلی: تقاضانامه مدل کاربردی در شرف گرت، دو علامت تجاری، دانش

فنی، اسرار تجاری

وبسایت: www.griyum.com.mx

شرکت گریوم، آرد بر پایه جیرجیرک با محتوای پروتئین بالا تولید می‌کند. آرد پایه جیرجیرک از آرد سنتی سالم‌تر و با محیط زیست سازگارتر است، و در مقایسه با منابعی که برای تهیه آن صرف می‌شود محتوای پروتئین بالاتری دارد.

گوشت گاو منبع اصلی پروتئین است. اما پرورش گله‌های گاو گرما و گاز متان تولید می‌کند که برای محیط زیست مضر است. حشرات کم هزینه و یک منبع جایگزین زیست پذیر از پروتئین هستند. شرکت گریوم پرورش جیرجیرک را بدلیل امکان تولید بصورت محلی و در ظرفیت بالا انتخاب کرد.

مالکیت فکری، طراحی کسب‌وکار و محصول

گریوم ایده کسب‌وکار خودش را بعد از مشاهده و بررسی فناوری مزارع موجود حشرات و گرفتن مشورت از متخصصین مالکیت فکری توسعه داد. سپس به سرعت دو تقاضانامه علامت تجاری در مراحل اولیه فایل کرد. سبد دارایی مالکیت فکری آن‌ها همچنین شامل اسرار تجاری هم می‌شود. در حال حاضر شرکت روی فایل کردن تقاضانامه مدل کاربردی کار می‌کند.

در راستای استراتژی اولیه مالکیت فکری، گریوم توافقنامه‌های تجاری با شرکای استراتژیک جهت پوشش انتقال فناوری به تولید کننده‌های کوچک در مناطق روستایی را فراهم کرده است. گریوم مدل کسب‌وکار با کسب‌وکار (B2B) به منظور گسترش قدرت نفوذ دانش فنی تولید شده از مزارع جیرجیرک و تبدیل آن‌ها به آرد را اتخاذ کرده و این دانش هم اکنون پایه مزیت رقابتی آن است.

برای تولید یک کیلو آرد به ۱۰ تا ۱۲ هزار جیرجیرک نیاز است و چالش اصلی گریوم بالابردن مقیاس تولید جیرجیرک به سطح کشاورزی صنعتی است. به لطف شبکه تولید کنندگان و همکاران در پنج مزرعه پایلوت جیرجیرک، گریوم هم اکنون ظرفیت تولید ۸۰ تا ۱۰۰ کیلوگرم آرد در ماه را دارد. هدف کوتاه مدت آن‌ها رسیدن به ۱۰ تا ۲۰ تن در ماه است. محصول در بازارهای محلی با موفقیت پذیرفته شده است. این استارت‌آپ هم اکنون با تقاضای جهانی در حال رشد برای محصولاتش دست و پنجه نرم می‌کند.

توجه ویژه‌ای باید به فایل کردن تقاضانامه مالکیت فکری IP با مالکیت مشترک انجام شود. در این گونه موارد، اشخاص معمولاً به اشتباه تصور می‌کنند که مالکیت فکری به صورت مساوی بین آن‌ها تقسیم می‌شود. در حقیقت مالکیت مشترک به هر کدام از اشخاص حق کامل مالکیت IP را اهدا می‌کند. (توضیح مترجمان- این مورد در خصوص کشور ایران صادق نیست و حین تشکیل پرونده در قسمت درصد مشارکت مالکیت این موارد مشخص می‌شود. ولی در بعضی کشورها هر کدام از مالکین حق بهره برداری از IP با مالکیت مشترک را بصورت غیر انحصاری دارد). در عمل مدیریت و بهره برداری از دارایی‌های فکری با مالکیت مشترک مشکل است، خصوصاً در حوزه پتنت، و حقوق هرکدام از اشخاص باید در قالب تفاهم نامه مالکیت مشترک جداگانه بصورت صریح اشاره شود. اگر مالکان مشترک یک تفاهم نامه مالکیت صریح و مشخص آماده نکرده باشند، ممکن است تعارض منافع بین آن‌ها پیش بیاید، که احتمالاً به ادعای نقض عهد در قرارداد منتهی شود. بهتر است با وکیل مالکیت فکری متخصص پیش از تفاهم در خصوص فایل کردن دارایی‌های فکری مشترک مشورت صورت پذیرد.

اطمینان از حفاظت اسرار تجاری

اطلاعات محرمانه، شامل استراتژی بازار، روشهای ساخت، و فهرست مشتریان می‌تواند ارزشمندترین دارایی استارت‌آپ تلقی شود، خصوصاً در مراحل اولیه. بنابراین حفاظت از این دارایی‌ها از طریق اسرار تجاری برای موفقیت بسیار ضروری است. در اسرع وقت، استارت‌آپ بهتر است تصمیم بگیرد که چگونه می‌تواند آن‌ها را تشخیص دهد و مورد حفاظت قرار دهد.

هیچ رویه رسمی و اداری برای حفاظت از اسرار تجاری وجود ندارد. در هر حال اقدامات قابل قبولی باید برای حفاظت از آن‌ها انجام گیرد.

این اقدامات می‌تواند شامل موارد زیر باشد:

- دسترسی به اطلاعات تنها به افرادی که "نیاز هست بدانند" محدود شود.
 - دسترسی فیزیکی اشخاص ثالث به اطلاعات محدود گردد. به عنوان مثال، کنترل دسترسی به دارایی‌ها و نواحی با حساسیت بالا مثل آزمایشگاه‌ها در یک شرکت
 - رویه‌هایی برای جلوگیری از خروج اطلاعات حساس از محل کار پایه گذاری کنید. خصوصا با توجه به آسانی جابجایی اطلاعات بصورت دیجیتالی
 - دسترسی به فایل‌ها و سرورهای کامپیوتری از طریق استفاده از پسورد و فایروال کنترل شود.
 - تفاهم نامه‌های عدم افشا با کارمندان، تامین کنندگان و شرکا اتخاذ کنید.
 - افشا یا استفاده غیر مجاز از اطلاعات توسط افراد دریافت کننده را ممنوع کنید.
 - به کارمندان در خصوص سیاستهای اسرار تجاری آموزش دهید و اقدامات عملی برای حفاظت از اسرار تجاری شرکت بکار بگیرید.
- باید آگاه باشید که حفاظت از اسرار تجاری بطور قابل ملاحظه‌ای از یک کشور با کشوری دیگر، در ارتباط با اینکه چه چیزی حفاظت شود و چگونگی اعمال قوانین اسرار تجاری تغییر می‌کند.

حفاظت کپی رایت یا حق نشر

برخلاف علائم تجاری، طراحی صنعتی و پتنت، خالقان آثار نیازی به ثبت آن‌ها به منظور بدست آوردن حفاظت کپی رایت ندارند، و اعلام و ثبت رسمی کپی رایت برای ادعای حفاظت نیاز نیست. کپی رایت یا حق نشر از لحظه خلق آثار توسط پدید آورنده قابل پیگیری و حفاظت است. (منظور در کشورهایی است که به پیمان برن یا کپی رایت بین المللی پیوسته اند، ایران در تاریخ ترجمه این اثر عضو پیمان برن نیست - مترجمان) در هر حال ثبت اجزای کلیدی که واجد حفاظت کپی رایت هستند در اداره‌های کپی رایت ملی کشورهایی که این خدمات را ارائه می‌دهند، مفید است (به عنوان مثال در ایالات

متحده آمریکا). ثبت کردن یک تاریخ معتبر برای خلق اثر و مالکیت حق نشر ایجاد می‌کند، بنابراین به خالقان آثار در اعمال کپی رایت و دفاع از خودشان در برابر ادعای نقض کپی رایت کمک می‌کند.

استارت‌آپ‌ها بهتر است تلاش کنند تمام آثار و مدارک را با علامت کپی رایت (©) یا اطلاعات مشابه مشخص کنند، تا اشخاص ثالث از اینکه کپی رایت ادعا شده است، آگاه گردند و در جاهایی که نیاز به پرداخت هست تسریع کنند. در خصوص آثار دیجیتالی، اطلاعات مربوط به کپی رایت (و حقوق مرتبط) در فراداده MetaData گنجانده شود و فرمتها و نشانه گذاری‌های استاندارد صنعت در جاهایی که در دسترس است، مورد استفاده قرار گیرد تا جریان مالی حق نشر و سایر روشهای پرداخت تسریع گردد.

منابع برای مطالعه بیشتر

۱- کتاب اختراع آینده از انتشارات وایپو (۲۰۱۸) صفحه ۲۵-۲۶

www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/wipo_pub_1_917.pdf

۲- اصطلاح "دانش پیشین" به موضوع قابلیت بالقوه پتنت شدن یک اختراع اشاره دارد.

۳- مقاله Kim, S., V. Lipton در LES Nouvelles با عنوان "مالکیت فکری مشترک در IP در جهان" را ببینید.

۴- "چگونگی انجام" می‌تواند جز اسرار تجاری باشد یا نباشد. این اصطلاح بطور عمومی به دامنه گسترده‌ای از دانش تجاری داخلی و مهارت‌هایی اشاره دارد که در صورت داشتن شرایط می‌تواند مشمول شرایط حفاظت از اسرار تجاری قرار گیرد.



تمایز محصول در بازار

برای موفقیت تنها توسعه یک محصول یا خدمتی که مشکلی را حل کند یا راه حلهای موجود را بهبود بخشد و حفاظت از آن از طریق حقوق مالکیت فکری، کافی نیست. یک استارت‌آپ باید همچنین مشتریان را جذب کند و بصورت موثری در بازار رقابت نماید. مشتریان می‌خواهند محصولی که نیاز دارند را به راحتی بیابند و به آن اعتماد کنند. بنابراین هنگامی که محصولی را می‌یابند و به آن علاقمند می‌شوند، احساس تعلق به آن پیدا می‌کنند و احتمالاً آن محصولات را مجدداً خواهند خرید.

از این نظر بسیار مهم است که یک استارت‌آپ در سریعترین زمان ممکن نسبت به چگونگی پدید آوردن هویت متمایز خود تصمیم‌گیری نماید. با توجه به این موضوع، باید در مورد یک نام مناسب، لوگو یا سایر نشانه‌هایی که با قابلیت به خاطر سپاری ساده توسط مشتریان و همچنین در خصوص طراحی ظاهری بیرونی محصول بصورت شکل یا فرم خاصی به منظور ایجاد جذابیت در نگاه مصرف‌کننده اقدام نماید. این عناصر توسط علائم تجاری، طراحی صنعتی، کپی‌رایت یا حق نشر حفاظت می‌شوند و از اجزای مهم در بازاریابی موثر هستند.

قبل از تصمیم‌گیری در مورد یک نام جذاب یا خلق یک طراحی شیفته‌کننده، بهتر است که استارت‌آپ بررسی کند که دیگران مشابه یا عین نام را قبلاً ثبت نکرده باشند یا تقاضانامه طراحی مشابه پیش از آن فایل نشده باشد. بانکهای اطلاعاتی رایگان علائم تجاری و طراحی به استارت‌آپ‌ها کمک می‌کند که درخصوص ثبت علامت تجاری یا طرح صنعتی مشابه تحقیق و بررسی نمایند. این بررسی به استارت‌آپ اطمینان خاطر می‌دهد تا زمان را برای توسعه استراتژی بازاریابی حول یک نام و طراحی مشابه غیر قابل استفاده به هدر ندهد. استارت‌آپ ممکن است مجبور به طراحی مجدد یا بازنویسی استراتژی بازاریابی شود، حتی در بعضی موارد تنها اگر علامت تجاری یا طراحی ثبت هم نشده باشد و تنها در بازار مورد استفاده قرار گرفته باشد. بنابراین انجام یک جستجوی با دقت آنلاین در مراحل اولیه بسیار مهم است و توصیه می‌شود. این جستجو بهتر است نه تنها بازارهای محلی

که حتی بازارهای خارجی هدف استارت‌آپ را پوشش دهد. جستجوی اولیه می‌تواند در پایگاه داده‌های محلی یا پایگاه داده وایپو انجام شود. اطلاعات تخصصی دقیق‌تر توسط ارائه دهندگان خدمات جستجوی اختصاصی در دسترس است.

چگونگی گرفتن علامت تجاری

حقوق علامت تجاری براساس درخواست ثبت علامت تجاری حاصل می‌شود. در بعضی کشورها، حفاظت از علامت‌های جاری ثبت نشده هم به شرط استفاده در تجارت امکانپذیر است. در هر حال، داشتن یک علامت تجاری ثبت شده قوی‌ترین حفاظت را فراهم می‌آورد و ثبت ایمن‌ترین راه برای ساختن تصویر برند، اطمینان مصرف کننده و حسن نیت است.

یک استارت‌آپ بهتر است پر کردن تقاضانامه علامت تجاری را در اداره مالکیت فکری ملی یا منطقه‌ای قبل از ارائه محصول به منظور جلوگیری از هرگونه هزینه‌های ممکن آتی برای تغییر برند در صورت غیر موفق بودن تقاضانامه علامت تجاری، در نظر داشته باشد. در ادامه یک نگاه کلی اجمالی بر فرآیند تقاضا نامه ارائه شده است، البته در کشورهای مختلف این فرآیند می‌تواند متفاوت باشد. استارت‌آپ می‌تواند یک کارگزار ثبت علامت تجاری را به منظور انجام فرآیندهای ثبت و تقاضانامه استخدام نماید.

۱- فرم تقاضانامه، برای شروع متقاضی باید یک فرم تقاضانامه علامت تجاری کامل را به موقع ارسال کند. این فرم شامل اطلاعات تماس کسب وکار، نمایش گرافیکی علامت تجاری (ممکن است یک فرمت خاص مورد نیاز باشد)، و مدارکی درخصوص کالا و خدماتی در خواستی طی آن تقاضانامه علامت تجاری است. (معمولا کالاها بر اساس طبقه بندی بین المللی کالا و خدمات طبقه بندی می‌شوند.) هزینه‌های مورد نیاز نیز باید پرداخت شوند. فرمها در اداره علامت تجاری یا بصورت آنلاین در دسترس هستند. در اکثر کشورها کلیه امور تقاضانامه ثبت علامت تجاری بصورت آنلاین قابل انجام است. بعضی اداره‌های علامت همچنین ممکن است تقاضای مدارکی مبتنی بر استفاده از علامت یا

اعلانی مبنی بر استفاده آتی علامت توسط آن کسب‌وکار، داشته باشند.

۲- بررسی شکلی و اداری، اداره تقاضانامه را به منظور اطمینان از انطباق آن با الزامات قانونی بررسی می‌کند. (به عنوان مثال، آیا تقاضانامه بطور صحیح تکمیل شده است؟ آیا هزینه تقاضانامه پرداخت شده است؟)

۳- بررسی ماهوی، در بعضی کشورها، اداره علامت یک بررسی ماهوی جزئی برای اطمینان از دلایل مطلق رد علامت مورد درخواست برای ثبت با استناد به موارد قانونی انجام می‌دهد. (عبارت "دلایل مطلق" علامت‌های غیر قابل ثبت تحت قوانین علامت کشور مورد نظر را مشخص می‌نماید.) همچنین بررسی ماهوی کامل هم به منظور بررسی زمینه‌های نسبی انجام شود. بدین معنی که اداره عدم تضاد علامت ارائه شده با علامت های ثبت شده موجود در طبقه(ها)ی مرتبط را بررسی خواهد کرد.

۴- انتشار و اعتراض، در اکثر کشورها، علامت‌های تجاری در شرف ثبت در یک روزنامه یا مجله منتشر می‌شوند و به طرف معارض فرصت مشخصی برای استدلال بر علیه ثبت علامت و مخالفت با آن داده می‌شود. در بقیه کشورها، علائم تجاری جدید بعد از ثبت شدن منتشر می‌شوند و به طرف معارض زمان جهت ارائه دادخواست و لغو ثبت داده می‌شود.

۵- ثبت، علامت تجاری در صورت عدم یافتن هیچ پایه‌ای برای رد آن ثبت می‌شود و متقاضی گواهی ثبت با اعتبار عموماً ۱۰ سال دریافت می‌کند.

۶- تمدید، یک علامت تجاری بصورت نامحدود می‌تواند با پرداخت هزینه تمدید شود، اما ممکن است کاملاً یا تنها برای کالا یا خدمات مشخصی، در صورت عدم استفاده از علامت تجاری در دوره زمانی مشخص (که در قوانین علامت تجاری مشخص شده است)، لغو گردد.

در حالی که پر کردن زودهنگام تقاضانامه توصیه شده است، استارت‌آپ‌ها باید آگاه باشند که اکثر محدوده‌های قضایی الزام "استفاده در تجارت" را اعمال می‌کنند. این موضوع

شرکت را ملزم به استفاده از علامت تجاری خودش در تجارت و در طبقه کالایی مورد تقاضا و در طی دوره زمانی داده شده بعد از تاریخ تقاضانامه می‌کند. اگر شرکت "شکست در استفاده" از علامت تجاری در طی دوره زمانی تعیین شده، یا وقفه در استفاده آن داشته باشد، ممکن است حفاظت از علامت تجاری را از دست بدهد زیرا علامت رها شده تلقی خواهد شد. الزام "استفاده در تجارت" یک چالش مشخص برای مالک علامت تجاری در انتظار گسترش بین المللی محسوب می‌شود، زیرا شرکت ممکن است حفاظت از علامت تجاری را در یک بازار مشخص از دست بدهد اگر تقاضانامه بین المللی را خیلی زود پر کند و قادر به ورود به آن بازار قبل از مهلت "استفاده در تجارت" نباشد. باید‌ها و نبایدهای زیر را جهت استفاده مناسب از علامت تجاری به خاطر بسپارید:

باید‌ها

- از نشانه ® برای نشانه گذاری یک علامت تجاری ثبت شده استفاده کنید.
- علامت تجاری را از متون اطراف آن با استفاده از حروف بزرگ، فونت پررنگ یا کج، یا قراردادن علامت تجاری در گیومه متمایز کنید.
- بطور مداوم از علامت تجاری استفاده کنید، خصوصا اگر با تلفظ، طراحی، رنگ یا فونت مشخصی ثبت شده است، مطمئن شوید که همیشه به همان شکلی که ثبت شده است بکار برده شود.
- راهنما و بهترین روش استفاده از علامت تجاری را بصورت شفاف و متقاعد کننده معین کنید. لایسنس گیرنده‌ها، کارمندان، تامین کنندگان، توزیع کننده‌ها و مشتریان را در مورد چگونگی استفاده از آن‌ها راهنمایی کنید. مطمئن شوید که همه بازیگران مرتبط از خط مشی و راهنما بصورت پیوسته پیروی می‌کنند.

نبایدها

- ❖ علامت تجاری را تغییر ندهید. از فاصله گذاری، ترکیب یا خلاصه‌سازی اجتناب کنید. (برای مثال، "خودنویس MONTBLANC®" نباید بصورت "Mont Blanc" ظاهر شود.)
 - ❖ از علامت تجاری به عنوان نام استفاده نکنید، تنها بصورت صفت استفاده شود. (بگویید "بلوکهای اسباب بازی LEGO®" نه "لگوها")
 - ❖ از علامت تجاری به عنوان فعل استفاده نکنید. (بگویید "ویرایش شده توسط نرم افزار ADOBE® PHOTOSHOP®" و نگویید "فتوشاپ شده")
 - ❖ علامت تجاری را بصورت جمع بکار نبرید. (بگویید "آب نبات‌های TIC TAC®" نه "تیک تاک‌ها")
- اکثر این نبایدها و نبایدها جهت اطمینان از اینکه علامت تجاری بصورت مناسب نگهداری می‌شود ارائه شده است و از اینکه تعلیق یا عمومی شود جلوگیری می‌کند.

نامهای دامنه

در دنیای به هم متصل امروز، کسب‌وکارها علاوه بر اینکه کالای فیزیکی یا دیجیتال تجارت می‌کنند کم و بیش مجبور هستند تا حضور آنلاین داشته باشند. بنابراین نام دامنه (Domain) که آدرس وبسایت یک کسب‌وکار را مشخص می‌کند به عنوان یک مشخصه کسب‌وکار بسیار مهم تبدیل شده است. زیرا مشتریان از آن‌ها برای یافتن و مرور کسب و کار و محصولات آن در اینترنت استفاده می‌کنند. بنابراین استارت‌آپ‌ها بهتر است توجه ویژه‌ای به حضور آنلاین و نام دامنه داشته باشند.

شرکت اینترنتی برای اختصاص نامها و شماره‌ها (ICANN) مسئول مدیریت فنی سیستم نام دامنه است. اطلاعات مورد نیاز در خصوص نحوه ثبت نامهای دامنه در وبسایت آن‌ها ارائه شده است.

علائم تجاری نامهای مورد استفاده به عنوان مشخصه کسب‌وکار را صدها سال است که مورد استفاده قرار می‌دهند.

بطوری که به آن‌ها حقوق مالکیت فکری مهمی ارائه می‌دهد و در قوانین ملی و پیمانهای بین‌المللی مورد حفاظت قرار گرفته‌اند. در مقابل نام دامنه نسبتاً یک مفهوم جدید است، که در پاسخ به نیاز به یک مشخصه در اینترنت بوجود آمده و سیستم قانونی مشابه برای ثبت و قانونمندسازی آن‌ها وجود ندارد. خط مشی حل اختلاف نام دامنه یکسان (UDRP) توسط وایپو برای رسیدگی به سوی نیت در ثبت و استفاده از نامهای دامنه طراحی شده است و در ادامه مورد بحث قرار گرفته است.

اگرچه علائم تجاری در کشورها یا نواحی که ثبت شده، معتبر هستند، نامهای دامنه محدودیت مرزی یا سرزمینی ندارند زیرا اینترنت چنین مرزی ندارد. در نتیجه، مالکین علائم تجاری ممکن است نامهای دامنه‌ای را در اینترنت پیدا کنند که شبیه یا عیناً مشابه علامت تجاری آن‌ها باشد. در بدترین حالت، کسب‌وکاری که از آن دامنه استفاده میکند ممکن است کالاهای مشابه یا یکسان و حتی تقلبی بفروشد. حتی اگر نام دامنه ذکر شده مورد استفاده هم قرار نگیرد، از مالک علامت تجاری برای استفاده از آن نام دامنه جلوگیری می‌کند.

بنابراین استارت‌آپ‌ها بهتر است نام دامنه را در سریع‌ترین زمان ممکن به ثبت برسانند. برای انجام اینکار، قدم اول انتخاب پسوند Top-Level Domain یا همان TLD است. عنوان TLD برای ارجاع به کاراکترهای بعد از آخرین نقطه در نام دامنه بکار برده می‌شود. (به عنوان مثال int. در نام دامنه www.wipo.int).

TLDهای عمومی یا gTLD شامل com. و org. و net. و جدیدتر شامل online. و life. و app. هستند. TLDهای کد کشورها یا ccTLD برای اشاره به نام کشورها بکار می‌روند، مثلاً ch. برای کشور سوئیس یا us. برای ایالات متحده آمریکا [یا ir. برای کشور ایران]. قسمتی از نام که پیش از نقطه آورده می‌شود دامنه سطح دوم نامیده می‌شود. این بخش کسب‌وکار را مشخص می‌کند و نیاز است طوری باشد که مشتریان بتوانند به راحتی آدرس وبسایت را به خاطر بسپارند.

اولین ترجیح یک شرکت برای نام دامنه آن است که عیناً همان علامت تجاری باشد. به هر حال ممکن است این نام قبلاً توسط شخص دیگری گرفته شده باشد، در این موارد نام دامنه مطلوب باید ویرایش شود. (برای درک موضوع، تصور کنید یک شرکت سازنده شیر آب به اسم دلتا متوجه شود که "delta.com" قبلاً ثبت شده است. بنابراین میتوان به جای آن "deltafaucet.com" یا در صورت داشتن شرایط مورد نیاز نسبت به ثبت "delta.ch" یا "delta.online" اقدام کند.)

وقتی یک استارت‌آپ هنوز برای ثبت علامت تجاری اقدام نکرده است، مطلوب است که آن را طوری انتخاب کند که نام دامنه آن هم در دسترس باشد، (یا بصورت عین علامت یا مشابه آن) و سپس هر دو را ثبت کند.

عنوان "Cybersquatting" یا کمین نشستن سایبری به تلاش برای ثبت یک دامنه شامل یا خود علامت تجاری به منظور جلوگیری از استفاده از دامنه توسط دارنده علامت تجاری یا گرفتن پول از دارنده یا صدمه به برند آن گفته می‌شود. استارت‌آپی که هدف چنین روشی قرار می‌گیرد، میتواند شکواییه‌ای تحت UDRP پر کند. اگر مشخص شود که نام دامنه با سوی نیت ثبت شده است، دستوری جهت کنسل کردن یا انتقال آن صادر می‌شود. بصورت جهانی، وایپو پیش‌تاز ارائه خدمات تعیین شده توسط ICANN برای حل اختلافات نام دامنه است.

بدست آوردن حقوق طراحی

همانطور که در بالا اشاره شد، طراحی محصول و بسته بندی جذاب هر دو در بازار بیشتر دیده می‌شوند و خواهان دارند. خیلی از محصولات با عملکرد یکسان که امروزه بر اساس جذابیت بصری و ترکیبی از طراحی و علامت رقابت می‌کنند اغلب وفاداری به برند را پایه ریزی می‌کنند. هنگامی که یک استارت‌آپ محصولی را به بازار عرضه می‌کند، باید رسیدن و حفاظت از یک طراحی یکتا و جذاب را هدف گذاری کند.

یک طراحی برای آنکه واجد شرایط حفاظت شود باید جدید و اصیل باشد. بنابراین بسیار

مهم است که مطمئن شوید طراحی پیش از فایل کردن تقاضانامه ثبت به هیچ شکل افشا نشود. افشای پیشین ممکن است طراحی را فاقد شرایط حفاظت کند زیرا دیگر جدید نیست. بعضی کشورها یک دوره ارفاقی قبل از ثبت تقاضانامه در نظر می‌گیرند که در طی آن متقاضی می‌تواند بدون ترس از عدم حفاظت طراحی را افشا کند. به هر حال همیشه بهتر است قبل از فایل کردن تقاضانامه از افشای طراحی اجتناب شود. در حالت کلی استارت‌آپ‌ها نیاز است تا قدم‌های زیر را برای بدست آوردن حفاظت طراحی صنعتی بردارند.

۱- فرم تقاضانامه، فرم‌های تقاضانامه از اداره ملی یا منطقه‌ای مالکیت فکری گرفته می‌شوند. متقاضی باید نام و جزییات تماس و نماینده قانونی (اگر نیاز باشد) را مشخص کند. در اکثر کشورها همچنین متقاضی باید در تقاضانامه نمایش مدل طراحی (معمولا در فرمت و ابعاد مشخص) را فراهم کند. بقیه الزامات به ناحیه قضایی وابسته است. به عنوان مثال، بعضی کشورها نیاز به توصیف کتبی طراحی است یا امکان فایل کردن آن را ارائه می‌دهند. در بعضی کشورها خالقین اثر باید بصورت رسمی صحت تقاضانامه را اظهار کنند.

۲- هزینه‌ها پرداخت شود.

۳- نماینده قانونی، استارت‌آپ می‌تواند یک کارگزار مالکیت فکری را به عنوان نماینده قانونی یا کمک در فایل و تکمیل پروسه ثبت، تعیین کند. در بعضی کشورها تعیین یک کارگزار مالکیت فکری ضروری است. در چنین مواردی "وکالتنامه محضری" باید برای تعیین نماینده قانونی تکمیل شود.

۴- بررسی، اداره‌های مالکیت فکری معمولا بررسی می‌کنند که نیازمندیهای شکلی یک تقاضانامه رعایت شده باشد، به عنوان مثال مدل نمایشی طراحی کیفیت مناسبی دارد، و آیا هزینه‌ها پرداخته شده است. در اکثر اداره‌های مالکیت فکری بررسی ماهوی برای تعیین انطباق طراحی بر الزامات مورد نیاز برای حفاظت انجام می‌دهند.

۵- ثبت یا اهدای حفاظت، در حالت کلی یک طرح صنعتی باید الزامات مشخصی را جهت واجد شرایط حفاظت شدن داشته باشد. این الزامات در طی روند بررسی ماهوی در نظر گرفته می‌شوند. به علاوه برای آنکه مشمول تعریف طراحی تحت قوانین مرتبط باشد، طراحی باید جدید و اصیل باشد.

۶- تمدید، طول دوره حفاظت از طرح صنعتی در کشورهای مختلف تغییر می‌کند، اما حداقل ۱۰ ساله است. در بسیاری از کشورها، این مدت حفاظت به دوره‌های قابل تمدید پشت سر هم تقسیم شده است.

منابع برای مطالعه بیشتر

۱- پرتال وایپو را ببینید: <https://ipportal.wipo.int>.

۲- کتاب "ساختن علامت" از انتشارات وایپو (۲۰۱۷) صفحه ۴۴-۴۵

www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/wipo_pub_1_900.pdf

۳- کتاب Idem صفحه ۶۰-۶۱

۴- برای اطلاع بیشتر به www.icann.org مراجعه کنید یا سایت زیر را ببینید:

-06dec10-www.icann.org/en/system/files/files/domainnames-beginners-guide-en.pdf

۵- علامت تجاری Delta هم علامت شرکت تولید کننده شیرآلات و هم یک شرکت هواپیمایی است. بصورت خلاصه هر دو قادر هستند تا از دامنه delta.com استفاده کنند، ولی از آنجایی که این دامنه قبلاً توسط شرکت هواپیمایی استفاده شده است، برند دیگر باید از deltafaucet.com استفاده نماید.

۶- برای اطلاع بیشتر به سایت زیر مراجعه کنید:

www.wipo.int/amc/en/domains/index.html

۷- کتاب "خوب به نظر رسیدن" از انتشارات وایپو (۲۰۱۹) صفحات ۱۵-۱۶ را ببینید:

www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/wipo_pub_1_498.pdf

بین‌المللی شدن

داستان‌های واقعی موفقیت جهانی متعلق به استارت‌آپ‌هایی است که می‌توانند بازاری جهانی را مورد توجه قرار دهند. برخی بازارهای ملی برای استارت‌آپ‌ها به اندازه کافی بزرگ هستند و آن‌ها بطور اختصاصی بازار محلی را مورد توجه قرار می‌دهند. با این وجود، جایی که بازار محلی برای حمایت از رشد شرکت خیلی کوچک است، باید تا حد ممکن جهانی فکر کرد.

اشتباه رایج پیش فرض موفقیت یک مدل کسب‌وکار سطح محلی بطور یکسان در سطح بین‌المللی است. مدل‌های کسب‌وکار، محصولات یا خدمات خاص به بعضی بازارها اما نه دیگران ارائه می‌کنند. یک استارت‌آپ باید توجه کند که آیا اصلاً به یک بازار وارد شود یا امکان‌پذیری تغییر ارزش پیشنهادی برای تناسب بهتر با بازار هدف را مد نظر قرار بدهد. همچنین باید خودش را در خصوص تامین بودجه مناسب برای پیگیری استراتژی رشد جهانی ارزیابی نماید.

بصورت خلاصه و مفید اینکه ورود به یک بازار مشابه راه‌اندازی یک استارت‌آپ جدید است: شرکت نیاز دارد ظرفیت خودش را ارزیابی نماید، یک مدل کسب‌وکار خاص را توسعه دهد و روندهای مالی را دقیق تشخیص دهد. همین که شروع به نفوذ به بازارهای جدید می‌نماید، احتمال دارد با ایجاد چالش برای شرکت‌های محلی و سرریز نوآوری محلی و تقلید فعالیت مواجه شود. بنابراین حفظ دارایی فکری در بازارهای هدف شرط مهمی برای موفقیت است.

شرکت‌ها باید این موضوع را مد نظر داشته باشند که حقوق دارایی فکری سرزمینی هستند و بنابراین به قلمرو سرزمینی (کشور یا منطقه) محدود هستند که حق را گرنه کرده است. بنابراین این امر بدین معنی است که حقوق مالکیت فکری که یک استارت‌آپ در یک کشور یا ناحیه بدست آورده است می‌تواند در ناحیه قضایی کشور دیگری که در آن قصد گسترش دارد معتبر نباشد.

قانون دارایی فکری در کشور هدف نیز ممکن است با قانون کشور مبدا استارت‌آپ متفاوت

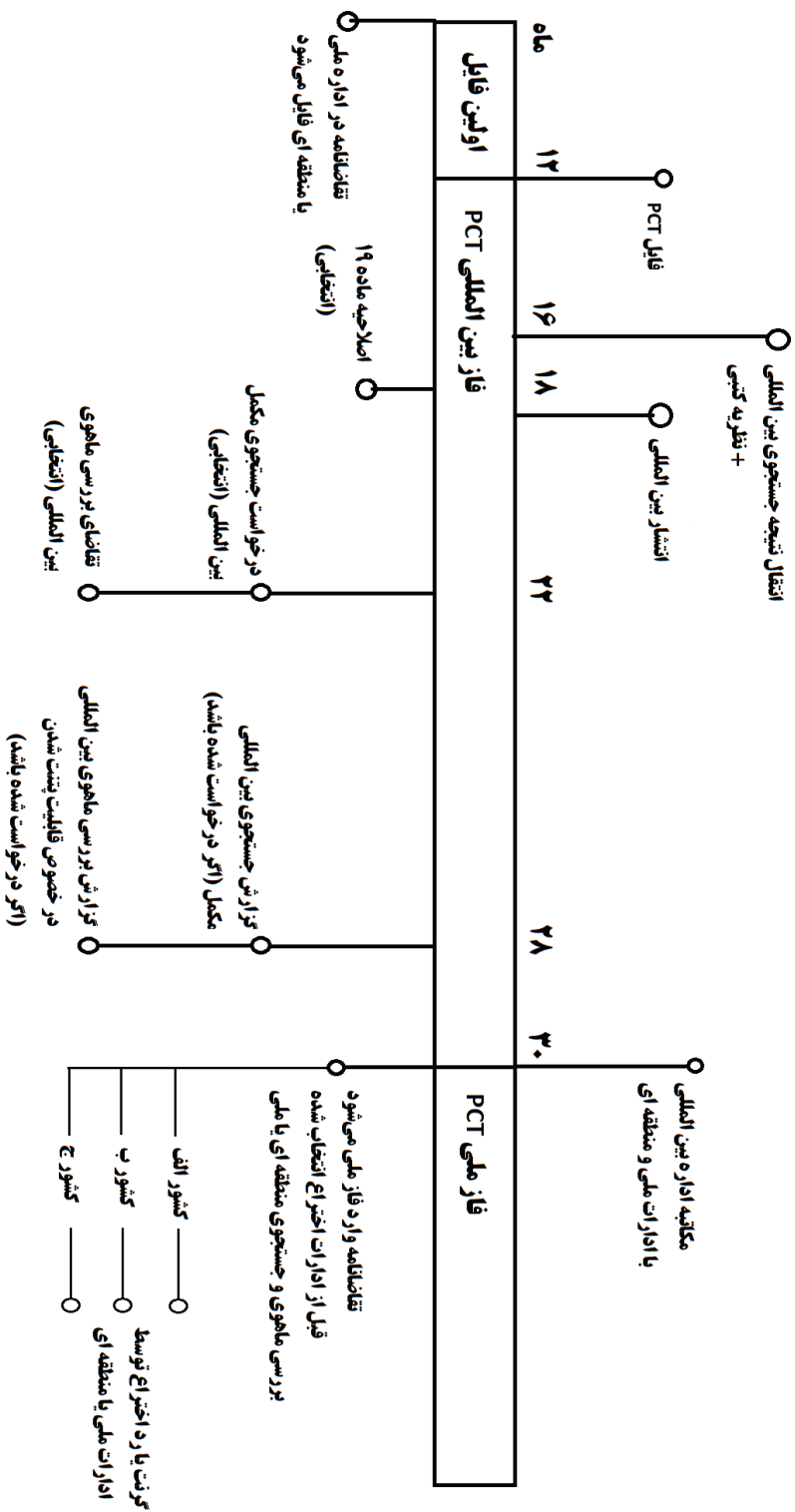
باشد. لذا باید تا حد ممکن دقیقاً در نظر داشت که در کدام کشورها می‌خواهد کار کند و صادرات یا واردات نماید تا قادر باشد مقررات و قوانین حاکم بر نحوه کسب حفاظت در آن ناحیه قضایی را تعیین کند.

کنوانسیون پاریس مکانیزم مهمی برای فایل پتنت، علامت تجاری و درخواست‌های طراحی در چندین کشور ایجاد نموده است. براساس این مکانیزم تاریخی که یک درخواست ثبت برای اولین مرتبه در یک کشور یا منطقه فایل می‌شود تاریخ حق تقدم نامیده می‌شود. درخواست اول برای هر نوع درخواست بعدی توسط متقاضی یکسان و برای اختراع مشابه در کشورهای دیگر در دوره بعد از تاریخ حق تقدم به عنوان دانش پیشین در نظر گرفته می‌شوند. دوره حق تقدم ۱۲ ماه در مورد پتنت‌ها و شش ماه در مورد علائم تجاری و طرح‌ها طول می‌کشد.

فایل کردن حقوق پتنت در کشورهای دیگر

معمولاً، یک استارت‌آپ یک درخواست پتنت ملی در کشور مبدا خود فایل می‌نماید. برای انتفاع از قوانین کنوانسیون پاریس، استارت‌آپی که می‌خواهد بطور گسترده فعالیت نماید باید درخواست‌ها در کشورهای دیگر مورد علاقه را در بازه ۱۲ ماهه فایل نماید (دوره اولویت).

با مدیریت وایپو، معاهده همکاری پتنت (PCT) یک روش موثر، اغلب به صرفه و کاربردی برای بدست آوردن حفاظت پتنت در چند کشور به شرکت‌ها پیشنهاد می‌دهد. PCT پیگیری حفاظت تحت پتنت برای یک اختراع را بطور همزمان در بسیاری از کشورها با فایل کردن یک تقاضانامه پتنت "بین المللی" منحصر بفرد به جای تقاضانامه‌های جداگانه در هر ناحیه قضایی ملی یا منطقه‌ای امکانپذیر می‌کند. ادارات پتنت ملی و منطقه‌ای مسئول گزینش کردن پتنت‌ها برای "فاز ملی" هستند.



شکل ۲. رویه پیمان همکاری در ثبت اختراع PCT

طرح کلی روند تقاضانامه های PCT

یک تقاضانامه PCT ممکن است از ابتدا به عنوان یک درخواست بین المللی یا در بازه ۱۲ ماه از درخواست اولیه پتنت ملی فایل شود. در ذیل مسیر PCT ذکر شده است (شکل ۲ را مشاهده کنید):

۱. یک درخواست بین المللی در ابتدا می‌تواند فایل شود، بطور جایگزین یک شرکت ممکن است ابتدا یک درخواست بین المللی را ظرف ۱۲ ماه از فایل کردن یک درخواست ملی یا منطقه‌ای فایل نماید.

۲. درخواست ۱۸ ماه بعد از تاریخ حق تقدم منتشر می‌شود، مگر اینکه متقاضی زودتر درخواست انتشار کند. این جدول زمانی به این معناست که تا زمانی که انتشارات اطلاعات اختراع را منتشر می‌کند، تقاضانامه حداکثر برای ۱۸ ماه از تاریخ حق تقدم به صورت محرمانه باقی می‌ماند.

۳. در بازه ۳۰ ماهه از تاریخ حق تقدم، متقاضی باید از میان کشورهایی که عضو PCT هستند انتخاب نماید که دوست دارد در کدام کشور حفاظت از پتنت را پیگیری نماید، در اینصورت تقاضانامه به "فاز ملی" در آن کشورها وارد می‌شود. یک استارت‌آپ باید با دقت کشورهای مهم برای کسب‌وکار را تعیین نماید و گام‌هایی را برای کسب حفاظت در آن‌ها بردارد، زیرا موفقیت تجاری اش ممکن است به اینکه آیا اختراعش در آن بازارها حفاظت می‌شود یا نه بستگی داشته باشد. از طرف دیگر، این فاز اغلب به سرمایه‌گذاری قابل توجه استارت‌آپ نیاز دارد زیرا هزینه‌ها متناسب با تعداد کشورهای منتخب برای حفاظت پتنت افزایش می‌یابد. در هر مکان، شرکت‌ها برای هزینه‌های اداری و همچنین هزینه‌های ترجمه، وکلای محلی و غیره مسئول هستند.

۴. سیستم PCT برای فایل کردن و پردازش تقاضانامه‌های پتنت است، و چیزی به نام پتنت بین‌المللی یا پتنت PCT وجود ندارند (تقاضانامه PCT یا PCT Patent Application اصطلاح درست است- مترجمان). هر پتنت ملی یا منطقه‌ای باید به طور جداگانه پیگیری و گرفته شود. هر ناحیه قضایی درباره اینکه پتنت را گرننت نماید یا نه بر اساس قوانین

ملی خود تصمیم می‌گیرد.

۵. سیستم PCT اجازه زمان بیشتری به شرکت‌ها می‌دهد و اطلاعات بیشتری نسبت به سیستم پتنت سنتی بر مبنای کنوانسیون پاریس فراهم می‌نماید.

تحت مسیر پاریس، یک استارت‌آپ می‌تواند یک درخواست را در کشور مبدأ خودش فایل نماید و سپس (در طی دوره اولویت) درخواست‌ها در کشورهای دیگر را فایل نماید. تحت سیستم PCT، به جای فایل کردن درخواست‌ها برای هر کدام از کشورهایی که می‌خواهند در آن‌ها فعال باشند، استارت‌آپ یک درخواست بین المللی PCT واحد را فایل می‌نماید. استارت‌آپ یک گزارش جستجوی بین المللی را دریافت می‌کند و گزینه هایی را برای درخواست آزمایش اولیه بین المللی و جستجوی بین المللی مکمل در اختیار خواهد داشت.

مسیر PCT به شرکت‌ها اجازه می‌دهد که فرآیندهای ملی یا منطقه‌ای و هزینه‌های مربوطه را تا ۳۰ ماه به تعویق بیندارند.

زمانی که یک استارت‌آپ درخواست‌های پتنت بین المللی را برای حفاظت از نوآوری‌های فنی خودش در بازارهای بین المللی فایل می‌نماید، همچنین باید به فکر حفظ علائم تجاری و حقوق طرح صنعتی خودش در آن بازارها باشد.

فایل کردن حقوق علامت تجاری در کشورهای دیگر

برای حمایت کردن از یک علامت تجاری به طور گسترده، یک استارت‌آپ می‌تواند از سه استراتژی فایل کردن متفاوت بر اساس اهداف جهانی و بودجه خودش انتخاب نماید:

- ➊ مسیر ملی. یک درخواست جداگانه‌ای در اداره ملی علامت تجاری در هر کشور فایل می‌نماید که به دنبال حفاظت است.

- ➋ مسیر منطقه‌ای. برای حفاظت از طریق سیستم ثبت علامت تجاری منطقه‌ای اقدام می‌نماید که تاثیر قانونی بر همه کشورهای عضو خودش دارد. سیستم‌های مرتبط شامل سازمان دارایی فکری آفریقا (OAPI)، سازمان دارایی فکری منطقه‌ای آفریقا (ARIPO)، اداره

دارایی فکری بنلوکس (BOIP) و اداره دارایی فکری اتحادیه اروپا (EUIPO) می‌باشند.

➊ مسیر بین المللی. از طریق سیستم مادرید فایل می‌کند.

سیستم مادرید، تحت مدیریت وایپو، یک راه حل آسان و به صرفه برای ثبت و مدیریت علائم تجاری در سرتاسر جهان است (تصویر ۳ را مشاهده کنید). با ایجاد یک درخواست واحد در یک زبان و پرداخت یک مجموعه هزینه ها، دارنده علامت تجاری می‌تواند برای حفاظت در بازارهای متعدد اقدام نماید.

همچنین سیستم مادرید اجازه تعریف، نوسازی یا توسعه یک سبد جهانی علامت تجاری از طریق یک سیستم متمرکز را می‌دهد.

تحت عنوان سیستم مادرید، یک درخواست بین المللی باید بر پایه یک درخواست یا ثبت ملی یا منطقه‌ای باشد که به عنوان علامت پایه شناخته می‌شود. علامت پایه باید در قلمرو سرزمینی یکی از اعضای سیستم مادرید ثبت یا درخواست شود که متقاضی در آن استقرار، اقامت یا ملیت آن کشور را دارد.

۱۲۰	۲۲	۴	۲	۰	ماه
سیستم مادرید					
علامت اولیه					
در صورتی که در طی ۲۲ ماه علامت توسط اداره مقصد رد نشود به عنوان پذیرفته شده تلقی می‌گردد.	وایپو با اطلاع اداره‌های علامت مقصد عضو ثبت بین المللی می‌رساند.	تقاضانامه بین المللی به وایپو ارسال می‌گردد.	تقاضانامه بین المللی در اداره مبدا فایل می‌شود.	تقاضانامه علامت تجاری یا ثبت علامت در اداره ملی یا منطقه‌ای مبدا	
در سامانه مادرید مانیتور اعلام پذیرش یا عدم پذیرش قرار داده می‌شود.	بررسی ماهوی توسط هرکدام از اداره‌های مقصد انجام می‌شود.	بررسی قواعد شکلی توسط وایپو	تقاضانامه بین المللی توسط اداره مبدا تایید می‌گردد.		
	تصمیم نهایی توسط اداره‌های مقصد گرفته می‌شود: حفاظت اهدا می‌شود. حفاظت بصورت موقت رد می‌گردد.	عدم انطباق با قواعد شکلی توسط وایپو در ۳ ماه اعلام می‌گردد			
		ثبت بین المللی در پرتال و Register روزنامه رسمی وایپو منتشر می‌شود.			

شکل ۳. پروسه سیستم مادری

یک تقاضانامه بین المللی ابتدا باید به اداره مبدا (اداره علامت تجاری که علامت پایه ثبت یا درخواست شده است) تحویل شود. بعد از اینکه تقاضانامه گواهی شد، اداره آن را به وایپو تحویل می‌دهد. زمانی که وایپو انطباق تقاضانامه بر الزامات رسمی را بررسی نمود، در پورتال "ثبت بین المللی" و در WIPO Gazette منتشر می‌شود. قلمروهایی که حفاظت علامت تجاری در آن درخواست شده است اطلاع رسانی می‌شوند. سپس آن‌ها تصمیم می‌گیرند که علامت را بپذیرند یا رد نمایند.

اگر یک استارت‌آپ درخواستی بین المللی را تحت عنوان سیستم مادرید در طی شش ماه از فایل شدن یک درخواست علامت تجاری در اداره علامت تجاری ملی یا منطقه‌ای فایل نماید، می‌تواند تاریخ فایل اولیه را به عنوان تاریخ اولویت و حق تقدم ادعا نماید. این کار به این معناست که اگر یک رقیب یک درخواست را بعد از آن تاریخ اولویت برای همان علامت یا مشابه آن در یک بازار سود آور برای استارت‌آپ فایل نماید، استارت‌آپ می‌تواند ادعا نماید که درخواستش بر اساس تاریخ فایل اولیه اش پیشتر از رقیب ارایه شده است.

اگر استارت‌آپ آن دوره شش ماهه را از دست بدهد، نمی‌تواند حق اولویت یا حق تقدم را برای درخواست بین المللی ادعا نماید و مجبور می‌شود که بر تاریخ ثبت بین المللی خود تکیه نماید. در این شرایط، یک رقیب که قبل از تاریخ ثبت بین المللی استارت‌آپ (اما بعد از تاریخ اولین فایل ملی یا منطقه‌ای استارت‌آپ) فایل نموده است اولین فایل در نظر گرفته می‌شود و در نتیجه استارت‌آپ ممکن است حقوق را کسب ننماید.

فایل حقوق طرح صنعتی در کشورهای دیگر

به منظور حفاظت از حقوق گسترده طرح صنعتی، یک استارت‌آپ می‌تواند بر اساس اهداف جهانی و بودجه خودش از میان سه استراتژی متفاوت فایل کردن انتخاب نماید.

- مسیر ملی. یک درخواست طرح صنعتی جداگانه در اداره ملی دارایی فکری هر کشور فایل می‌نماید که به دنبال حفاظت می‌باشد.

➊ مسیر منطقه ای. از طریق سیستم ثبت طرح منطقه ای، دارای تاثیر قانونی در تمامی کشورهای عضو، برای حفاظت درخواست می‌کند. این کار در حال حاضر در سازمان دارایی فکری آفریقا (OAPI)، اداره دارایی فکری بنلوکس (BOIP) و اداره دارایی فکری اتحادیه اروپا (EUIPO) امکانپذیر است.

➋ مسیر بین المللی. یک درخواست بین المللی را از طریق سیستم هاگ فایل می‌کند. سیستم هاگ تحت مدیریت وایپو استارت‌آپ‌ها را برای اکتساب، حفظ و نگهداری و مدیریت حقوق طرح صنعتی در بازارهای متعدد در سرتاسر جهان با ابزارهای درخواست بین المللی واحد فایل شده توسط وایپو توانمند می‌کند، در یک کلام یک مجموعه از هزینه‌ها را پردازد. زیرا دارای سیستم متمرکزی است، سیستم هاگ نیز تا حد زیادی مدیریت بعدی ثبت‌های بین المللی را ساده‌سازی می‌کند.

برای داشتن شرایط فایل کردن یک تقاضانامه، متقاضی باید تبعه کشوری از گروه کشورهای امضا کننده قرارداد (یک کشور یا سازمان بین دولتی که عضوی از اتحادیه هاگ است) یا مقیم، یا دارنده یک کسب‌وکار مقیم یا ساکن در قلمرو گروه کشورهای امضا کننده قرارداد هاگ باشد. متفاوت از سیستم مادرید، هیچ درخواست یا ثبت ملی یا منطقه‌ای قبلی مورد نیاز نیست.

یک درخواست بین المللی بطور مستقیم توسط وایپو فایل می‌شود. بعد از دریافت تقاضانامه، وایپو تطابق با الزامات رسمی را بررسی می‌کند. در صورت داشتن شرایط، تقاضانامه را در پرتال "ثبت بین المللی" ضبط و سپس آن را منتشر می‌کند. کشورهای هدف مشخص شده توسط متقاضی و امضا کننده و عضو پیمان هاگ در طی یک دوره زمانی مشخص تصمیم می‌گیرند که آیا تقاضانامه طرح صنعتی را بر اساس الزامات ماهوی تصریح شده در متن قوانین خودشان بپذیرند یا آن را رد کنند.

همانطوری که پیشتر اشاره شد، دوره حق تقدم طرح صنعتی شش ماهه است. بدین معنی که اگر استارت‌آپ درخواستی را در یک کشور یا منطقه فایل کرده و علاقمند است

حفاظت از طرح صنعتی را به کشورها یا مناطق دیگر گسترش دهد، می‌تواند با فایل کردن یک درخواست بین المللی تحت سیستم هاگ در طی شش ماه از اولین تقاضانامه ادعای حق تقدم مطرح نماید. در طی دوره حق تقدم، متقاضی نسبت به هر کس دیگر که برای طرح مشابه یا یکسان بعد از تاریخ حق تقدم تقاضانامه فایل کند، اولویت دارد. مشابه پتنت ها، زمانی که این دوره به پایان رسید و تقاضانامه منتشر شد، طرح صنعتی دیگر "جدید" در نظر گرفته نمی‌شود و بنابراین دیگر حائز شرایط برای حفاظت در سایر نواحی نیست.

شرکت LYS Technologies Ltd، انگلیس

بنیانگذاران: کریستینا پترسن، هوگو استراسجو

دارایی فکری اصلی: درخواست‌های پتنت آمریکایی و اروپایی در نوبت، یک علامت تجاری، کپی رایت‌های نرم افزاری و الگوریتم ها، رازهای تجاری (داده ها) و دانش فنی

وب سایت: <https://lystechnologies.io>

محصول

مانند هوا، غذا و آب، نور یک منبع طبیعی و حیاتی برای سلامتی است. امروزه، ما بیش از ۹۰ درصد زمان خود را داخل خانه صرف می‌کنیم و اکثر افراد ارتباط سالمی با نور ندارند. تحقیقات علمی اخیر نشان داده اند که قرار گرفتن در معرض نور ضعیف به دامنه گسترده ای از مسائل سلامتی از مسائل خواب تا مسائل هوشیاری منجر می‌شود و این موارد عمدتاً به بیماری‌های مزمن ختم می‌شوند.

با کاربردهای به دست آمده از تحقیقات علمی، سلامتی محیط کار و سلامتی شخصی، LYS از فناوری پوشیدنی، اپلیکیشن موبایل و علم داده برای توانمند کردن زندگی سالم‌تر با نور استفاده می‌کند.

رویکرد LYS سه گام کلیدی دارد: ایجاد آگاهی از تاثیر نور بر سلامتی شخصی، ترغیب تغییر رفتار و بهبود نور داخل خانه. دکمه LYS به عنوان یک سنسور نور پوشیدنی بطور صحیح قرار گرفتن در معرض نور را اندازه گیری می‌کند. اپلیکیشن LYS این اطلاعات را یکپارچه می‌کند، کاربران را برای درک اینکه نور در محیط‌های روزمره آن‌ها چگونه بر آن‌ها تاثیر می‌گذارد توانمند می‌کند. دکمه LYS با یک برنامه سلامتی دو هفته‌ای درون اپلیکیشن به نام "رژیم نور" کار می‌کند. توصیه شخصی درون اپلیکیشن و گزارش‌های تفصیلی به کاربران برای ایجاد تغییرات کوچک در عادات روزانه نور آن‌ها اشاره می‌کند. اپلیکیشن LYS نیز به طور خودکار نورهای هوشمند را شناسایی می‌کند و دمای کولر و روشنایی را با استفاده از یادگیری ماشین تنظیم می‌کند.

دارایی فکری، محصول و طرح کسب‌وکار

اگرچه دارایی فکری در ابتدا یک اولویت نبود، هم بنیانگذاران همیشه آگاه بودند که داده‌ها یکی از ارزشمندترین دارایی‌های فکری می‌باشند. این کار یک سبد قوی از دارایی‌های فکری جانبی از الگوریتم‌های یادگیری ماشین تا طرح سخت افزار شامل درخواست‌های پتنت آمریکایی و اروپایی در نوبت را توسعه داد.

ارزش داده‌های انباشته شده، توده‌ای و تحلیل شده اثبات شده است. داده‌ها در آگاه کردن تصمیمات طرح توسط معماران و شرکت‌های ساختمانی کمک کرده است و برای بهبود نور محیط کار و سلامتی کارکنان استفاده شده است. LYS اولین مجموعه داده بزرگ را درباره تاثیرات نور بر جسم انسان ایجاد کرده است و این داده‌ها به ارزش پیشنهادی کلیدی تبدیل شده است.

در حالی که استارت‌آپ بر درخواست‌های PCT برای حفاظت از محصول و روش خود متکی است، داده‌ها و الگوریتم‌های LYS قابل توجه‌ترین مزیت رقابتی خود را نشان می‌دهد. آگاه از اهمیت آن‌ها، شرکت سنجه‌هایی را برای تطابق با قوانین حریم خصوصی محلی و بین‌المللی انتخاب کرده است. در حال حاضر بر مدل‌هایی برای لیسانس کردن فناوری

خود با شرکت‌های روشنایی کار می‌کند. LYS برنامه WE Innovate را در آزمایشگاه حرفه‌ای سلطنتی توسعه داد که به دانش آموزان دختر برای توسعه ایده‌های کسب‌وکار در مرحله اولیه کمک می‌کند.

کسب حفاظت کپی رایت در کشورهای دیگر

کپی رایت در همه کشورهای عضو کنوانسیون برن بصورت خودکار برقرار است. کنوانسیون برن عناصر مشترک خاصی را اعمال می‌کند، اما تصمیمی‌گیری در خصوص بسیاری از موضوعات به کشورهای عضو واگذار شده است. بنابر این جزئیات حفاظت ممکن است خیلی کم بین ناحیه‌های قضایی متفاوت باشد. زیرا کپی رایت در ماهیت حقوق سرزمینی است و بنابراین حفاظت مورد نظر در هر مکان قانون کشور مربوطه را بازتاب می‌دهد.

منابع برای مطالعه بیشتر

- ۱- اطلاعات تماس با اداره‌های ملی مالکیت فکری کشورها در سایت زیر ارائه شده است:
www.wipo.int/directory/en/urls.jsp.
- ۲- تحت نظارت وایپو، پیمان پاریس در سال ۱۸۸۳ اولین تفاهم‌نامه بین المللی گسترده در زمینه حفاظت از حقوق مالکیت صنعتی شامل پتنت است.
- ۳- پیمان PCT یک پیمان بین المللی با عضویت بیشتر از ۱۵۰ کشور است.
- ۴- استثنائاتی هم وجود دارد، مهمترین آن‌ها اداره اختراع اروپا و اداره مالکیت فکری کره جنوبی است که تا ۳۱ ماه اجازه می‌دهد.
- ۵- برای مشاهده تخفیف‌ها سایت زیر را ببینید:

www.wipo.int/pct/en/faqs/faqs.html

- ۶- کنوانسیون برن برای حفاظت از فعالتهای ادبی و هنری، سایت زیر را مشاهده کنید:

www.wipo.int/treaties/en/ip/berne



سایر مسیرهای راهبردی بهره برداری از دارایی فکری

وقتی که یک استارت‌آپ یک یا چند حق مالکیت فکری را به دست می‌آورد، دارایی‌هایی را کسب می‌کند که می‌تواند آن را مورد استفاده راهبردی در کسب‌وکارش قرار دهد. این کار می‌تواند بطور مستقیم با یکپارچه کردن دارایی فکری در تولید یا بازاریابی محصولات و خدمات خودش به منظور تقویت رقابت پذیری انجام دهد و قبلاً درباره آن بحث شد. استارت‌آپ همچنین می‌تواند از دارایی فکری برای خلق جریان‌های درآمدی اضافه، امنیت تامین مالی، جذب شرکا، همکاران و کارمندان و افزایش ارزش شرکت استفاده کند. در ادامه این فرصت‌ها بیان شده است.

اعطای حق امتیاز لیسانس

یک استارت‌آپ همزمان یا به جای استفاده از دارایی فکری در هسته مرکزی کسب‌وکار خودش می‌تواند از دارایی مبتنی بر مالکیت فکری خود با دادن حق استفاده از آن‌ها به دیگران بهره برداری نماید. مالکیت فکری یک دارایی نامشهود است و دارای این مزیت است که علیرغم دارایی‌های مشهود یا فیزیکی قابل مقیاس و افزایش است. دارایی است که می‌تواند بطور همزمان توسط بسیاری از کاربران بدون تغییر در ماهیت یا کیفیت آن مورد بهره برداری واقع شود.

اجازه استفاده فردی دیگر برای استفاده از دارایی فکری در حالی که مالکیت پشتوانه آن حفظ شده است، لیسانس نامیده می‌شود. این کار یک توافق قراردادی (تبادل وعده‌ها) است جایی که یک طرف (لیسانس دهنده) برای اجازه به فردی دیگر (لیسانس گیرنده) جهت استفاده از دارایی فکری متعلق به لیسانس دهنده در ازای چیزی ارزشمند و معمولاً جریانی از پرداخت تحت عنوان رویال‌تی موافقت می‌کند.

این ساز و کار استارت‌آپ مالک دارایی‌های فکری را از طریق ایجاد جریان‌های درآمدی بیشتر بواسطه لیسانس کردن برخی از دارایی‌های مبتنی بر مالکیت فکری خود به اشخاص ثالث توانمند می‌کند (تصویر ۵ را مشاهده کنید). به این ترتیب استارت‌آپ می‌تواند لیسانس گیرنده‌ها را در منطقه جغرافیایی که در آن کار می‌کند یا در مناطق

جغرافیایی دیگر (جایی که استفاده دیگران از دارایی فکری به توانایی استارت‌آپ برای رقابت آسیب نرزد) به خدمت درآورد. یک استارت‌آپ حتی ممکن است لیسانس کردن فناوری خودش را به رقبا مستقیم، با محدود کردن زمینه استفاده یا از طریق الگوی تبادل لیسانس مفید یابد زیرا بدین ترتیب می‌تواند به سبد دارایی فکری رقبا خودش به خوبی دسترسی یابد. اکثر شرکت‌های متمرکز بر مالکیت فکری به عنوان مزیت رقابتی سبد دارایی‌های فکری خودشان را طوری شکل می‌دهند که قادر باشند دارایی‌های مبتنی بر مالکیت فکری برای لایسنس دادن را بیابند و مواردی از دارایی‌های مبتنی بر مالکیت فکری که به نظرشان بسیار استراتژیک برای لیسانس دادن هستند جدا می‌کنند.

در این نمایش ساده شده از پورتفولیو دارایی‌های فکری شرکت در چهار سطح دارایی‌های مبتنی بر مالکیت فکری طبقه‌بندی شده است:	
۱- شامل دارایی‌های فکری که شرکت به عنوان هسته اصلی یا استراتژیک فناوری در نظر می‌گیرد و نباید برای لیسانس عرضه شود. فقط در شرایطی می‌تواند به شرکای کلیدی مثل تامین کنندگان یا توزیع کنندگان ارائه گردد.	۱- حیاتی برای شرکت:
۲ و ۳ و ۴- می‌تواند برای لیسانس عرضه شود.	۲- حیاتی ولی دارای منفعت عمومی:
۲- فناوری‌هایی که شرکت به عنوان هسته اصلی یا استراتژیک در نظر می‌گیرد ولی تصمیم گرفته شده بدلیل موضوع منفعت عمومی لیسانس شود. (مثلا بخاطر اینکه برای حفظ جان کاربرد دارند).	۳- غیرحیاتی: لیسانس داده شود.
۳- شامل دارایی‌های فکری است که خیلی حیاتی نیستند و بنابراین می‌تواند برای لیسانس در نظر گرفته شوند.	۴- غیرحیاتی: واگذار شود یا رها شود.
۴- شامل دارایی‌های فکری است که هیچ ارزشی برای شرکت خلق نمی‌کند. نگهداری این دارایی‌های فکری به عنوان هزینه تلقی می‌شود. بنابراین شرکت به دنبال راهی برای لایسنس دادن یا فروش این دارایی‌ها است. اگر در یک زمان مشخص تجاری‌سازی نشوند، حقوق مالکیت فکری آن‌ها ابطال خواهد شد.	

شکل ۴. نمایش ساده شده طبقه‌بندی پورتفولیو دارایی‌های فکری

لیسانس‌های دارایی فکری می‌تواند به روش‌های بسیار متفاوت ساختار دهی شوند. برای مثال دارایی فکری می‌تواند به یک طرف منحصر بفرد تحت عنوان لیسانس اختصاصی داده شود. در بسیاری از لیسانس‌های اختصاصی، دارندگان دارایی فکری حقوقی مانند توانایی بهره‌برداری دارایی فکری در پیشنهادات تجاری خود را حفظ

می‌کنند.

در مقابل، حقوق یک دارایی فکری مشابه می‌تواند به گروه‌های متعددی لیسانس یا بطور غیر انحصاری داده شود. توافقات می‌توانند برای گیرنده لیسانس جهت اشتراک گذاری لیسانس با طرفهای دیگر نوشته شوند، که به عنوان زیر-لیسانس شناخته می‌شود. این کار نیز برای محدود کردن لیسانس به قلمروها یا فعالیت‌های خاص امری رایج است. توافقات لیسانس اسناد انعطاف پذیری هستند که می‌توانند با نیازهای طرفین سازگار شوند. با این وجود، بر اساس اهداف و موضوع، تهیه پیش نویس یک توافق لیسانس خوب اغلب کاری سخت است. در چنین مواردی، توصیه‌های حرفه‌ای باید در نظر گرفته شود. در حالی که توافقات لیسانس می‌توانند خیلی متفاوت باشند، مسائل مشترک می‌توانند شناسایی شوند:

❶ در اکثر نواحی قضایی (منظور کشورها یا مناطق تحت نفوذ یک قانون مشخص است) توافقات لیسانس باید به شکل مکتوب باشند.

❷ در تعدادی از کشورها، توافقات لیسانس باید توسط یک مقام مورد تأیید در سطح ملی به عنوان مثال اداره پتنت ثبت شود.

❸ ماده‌های گمنت و رویالتی در قلب توافقات لیسانس قرار می‌گیرد. یک ماده گمنت این موضوع را مورد توجه قرار می‌دهد که چه حق دارایی فکری گمنت و چه مواردی شامل اعمال محدودیت می‌شوند. ماده رویالتی به این موضوع می‌پردازد که چه چیزی به عنوان ارزش توسط لیسانس دهنده در عوض لیسانس دریافت می‌شود.

❹ توافقی که حق دارایی فکری را لیسانس می‌کند هرگز نمی‌تواند بیش از تاریخ انقضای دارایی فکری گمنت شده طول بکشد.

❺ اگر یک توافق لیسانس نواحی قضایی متعددی را پوشش دهد، این نواحی قضایی باید بطور جداگانه در ماده گمنت مورد اشاره قرار داده شود و در صورت لزوم باید موضوع توافقات جداگانه قرار گیرند. بدیهتاً، همه حقوق مالکیت فکری که موضوع یک توافق

لیسانس هستند باید قبلاً در کشورهای مربوطه کسب شده باشند.

● در مواردی که یک علامت تجاری لیسانس شده، لیسانس دهنده باید قوانین شفاف‌ی برای کنترل استفاده صحیح از علامت تجاری لیسانس شده و کیفیت محصولی که علامت تجاری لیسانس شده به آن ضمیمه شده است تهیه و مورد نظارت قرار دهد تا مطمئن شود لایسنس گیرنده انتظارات مصرف کننده محصولات علامت تجاری را محقق می‌نماید.

● در جایی که گیرنده لیسانس تمایل دارد دسترسی به حقوق مالکیت فکری لیسانس دهنده را به گروه ثالث بدهد، گیرنده لیسانس باید حق ارائه لیسانس مجدد به دیگران را در توافق لیسانس کسب کرده باشد، در این حالت گیرنده لیسانس خودش به لیسانس دهنده لیسانس مجدد به دیگران تبدیل می‌شود.

لازم به ذکر است که برخی از الزامات طرفین پایان توافق را تعیین خواهد کرد. حقوقی که باقی خواهد ماند بر اساس موضوع لیسانس و محتوای توافق تعیین خواهد شد. با این وجود، یک توافق مبتنی بر یک پیش‌نویس مناسب شامل بندهایی خواهد شد که: به لیسانس دهنده اجازه می‌دهد که حق امتیازهایی که در نوبت هستند جمع آوری نماید، به گیرنده لیسانس برای فروش محصولات لیسانس شده‌ای که هنوز در انبار هستند اجازه می‌دهد و شامل اعتماد دو طرفه و الزامات عدم افشا و حق پذیرش ممیزی محدود را بعد از پایان ایجاد می‌نماید. در دارایی فکری با مالک مشترک توانایی لیسانس کردن به مقررات ناحیه قضایی و توافقات بین طرفین بستگی دارد. باید برای ارزیابی اینکه آیا تنها یکی از لایسنس دهنده‌ها حق لیسانس دادن حقوق به دیگران را بطور مستقل دارد یا خیر مراقب باشید. در بسیاری از موارد، مالکان مشترک باید از همه مالکان اجازه بگیرند یا به آن‌ها اطلاع دهند. اغلب لیسانس‌ها با رقبای یک مالک مشترک ممکن است توسط توافق محدود شود.

استراتژی لیسانس آرچلیک

آرچلیک فناوری خودش را در زمینه لوازم خانگی و وسایل الکترونیک مصرفی ایجاد می‌نماید و سبد مالکیت فکری را در راستای اهداف راهبردی بلند مدت شرکت بنا می‌گذارد. آرچلیک فناوری مرکزی و غیر مرکزی خودش را برای فعالیتهای مرتبط با لایسنس متمایز می‌کند و راه مذاکره درباره فرصت‌های لیسانس فناوری‌های غیر مرکزی را با در نظر گرفتن توانایی گیرنده لیسانس برای تجاری‌سازی فناوری بطور موثر باز می‌گذارد.

شرکت آرچلیک فرصت‌های تبادل لیسانس را برای فناوری‌های پتنت شده خودش با شرکت‌های دیگر و مفید بودن تبادل لیسانس پتنت‌ها برای هر دو طرف را بررسی می‌کند. در طی این مذاکرات، آرچلیک ریسک اینکه استراتژی یا اجرای ضعیف ممکن است موفقیت محصول را کاهش دهد یا اینکه مدیریت کیفیت ضعیف ممکن است برند یا شهرت محصولاتش را آسیب بزند در نظر می‌گیرد.

آرچلیک همچنین به مشارکت در برنامه‌های سبد پتنت علاقمند است. شرکت تمایل دارد پتنت‌های فناوری خودش را در صورتی در مجموعه گروهی از پتنت‌ها جهت بهره‌برداری قرار دهد که کنسرسیوم علاقمند به فناوری هایی در حوزه‌های فعالیت آرچلیک باشد.

وقتی لیسانس مدل کسب‌وکار مرکزی یک استارت‌آپ است و تضمین تامین لیسانس گیرندگان منبع اصلی درآمد است، شرکت می‌تواند محصولات یا خدمات نفروشد ولی دسترسی به یک فناوری را از طریق توافقات لیسانس ارائه نماید. بلوتوث یا دالبی نمونه هایی از مدل‌های کسب‌وکار مبتنی بر لیسانس هستند. دالبی فناوری‌های خودش را به تولید کنندگان تجهیزات اصلی (OEM) برای ترکیب با محصولات سرگرمی مصرف کننده لیسانس می‌کند.

حالت مشابه برای استارت‌آپ‌هایی صدق می‌کند که کپی‌رایت‌ها را اغلب با لیسانس کردن نرم افزار به گروه ثالث به جریان نقدی درآمد تبدیل می‌کند. بر اساس مدل کسب‌وکار، مالکیت فکری و زمینه فعالیت، یک استارت‌آپ مبتنی بر لیسانس می‌تواند مبتنی بر مقدار زیاد (تائید چند لیسانس نسبتاً کم ارزش در روز) یا مقدار کم (یک لیسانس با ارزش بالا در سال) باشد و بنابراین براساس پروفایل خودش به استقرار رویه‌های قبل از لیسانس مناسب برای توسعه و مدیریت مذاکره و جریان نقدی، همچنین راهبردهای لیسانس و توافقات استاندارد مناسب برای کسب‌وکار نیاز خواهد داشت.

درمیس فارما ساگلیک و کازمتیک آنونیم شیرکتی، ترکیه

بنیانگذاران: پروفسور اوزگن اوزر، دکتر اورن هومان گوکسه، دکتر سکینه تونکای
تانریوردی

مالکیت فکری اصلی:

- دو پتنت (ثبت شده در ترکیه)
- یک پتنت اروپایی
- پتنت‌های گمنت شده در استرالیا، برزیل، چین، ژاپن، فدراسیون روسیه، آمریکا.
- تقاضاهای PCT در نوبت (فاز ملی در کانادا)
- یک علامت تجاری
- رازهای تجاری و دانش فنی

وبسایت: www.dermispharma.com

محصول

با تأیید مطالعات کلینیکی، بسته ماتریسی مراقبت از زخم درمانی زخم‌های پوستی مزمن ناشی از دیابت، زخم‌های بستر یا سوختگی‌ها را درمان می‌کند. در طی تحقیقات آن‌ها در دانشگاه اژه ترکیه، این تیم یک ماتریس ریز اندازه پوستی حاوی آنتی آکسیدانت ایجاد کرد که بطور قابل توجهی زمان مورد نیاز برای درمان زخم‌های پوستی مزمن بطور مثال زخم‌های ناشی از دیابت را کاهش می‌داد. درمیس فارما مراحل تأییدیه‌های قانونی را گذارنده است. محصول درمانی انتظار می‌رود که در سال ۲۰۲۱ راه‌اندازی شود.

دارایی فکری، محصول و طرح کسب‌وکار

اداره انتقال فناوری (TTO) دانشگاه اژه هزینه‌های اولیه پتنت تحت عنوان پیمان همکاری پتنت PCT را پوشش داد و در عوض سهم کوچکی از درمیس فارما دریافت نمود. یک صندوق سرمایه گذاری خطر پذیر وام به دانشگاه اژه برای تأمین مالی فاز ملی تقاضای پتنت اصلی ارائه کرد.

بنیانگذاران فناوری شان را با در نظر گرفتن سرمایه مورد نیاز استارت‌آپ برای ورود به مرحله تولید و هزینه‌های فروش و منابع انسانی، از طریق یک مشارکت راهبردی به بازار عرضه کردند. مزیت رقابتی ارائه شده توسط پتنت برای جذب شریک راهبردی تعیین کننده اثبات شد و نهایتاً منجر به انتقال حقوق پتنت شد.

همکاری با یکی از بزرگترین شرکت‌های داروسازی ترکیه به یک مشارکت راهبردی تکامل یافت و درمیس فارما تمامی پتنت‌های ثبت شده و همچنین تقاضانامه‌ها و علامت تجاری محصولات درمانی را انتقال داد. درمیس فارما درصدی فاش نشده از درآمد ناشی از فروش تجاری محصولات درمانی دریافت می‌کند.

استارت‌آپ دانش فنی قابل توجهی بر مبنای پروژه ایجاد می‌کند. علاوه بر این، استمرار همکاری با شریک راهبردی خودش در درمانی به سه انتشار علمی جدید منجر شد که به اعتبارسنجی فنی محصول کمک بیشتری کرده است.

یک استارت‌آپ همچنین می‌تواند نیاز به منابع و دسترسی به مالکیت فکری برای کسب و کارش داشته باشد. برای مثال شرایط ذیل را در نظر بگیرید.

❶ دانشگاهی مالکیت دارایی فکری را دارد. دانشگاه یک استارت‌آپ را برای توسعه و بازاریابی آن دارایی فکری "زایش می‌کند". بطور ایده آل، استارت‌آپ نیاز به مالکیت دارایی فکری دارد اما دانشگاه تمایل یا توانایی انتقال مالکیت را ندارد. بنابر این استارت‌آپ باید لیسانس بگیرد.

❷ حفظ آزادی عمل (FTO). در این شرایط، استارت‌آپ نیاز به دسترسی به دارایی فکری گروه ثالث به منظور توسعه و تجاری‌سازی محصولات یا خدمات خودش دارد. آزادی عمل در اکثر مواقع از طریق لیسانس احتمالا تامین می‌شود. به هنگام تامین لیسانس، باید مراقب بود که این موضوع را در نظر داشت که نیازهای شرکت به هنگام رشد یا وقتی که به شخص دیگری فروخته می‌شود چه خواهد بود. اگر احتمالات از قبل در نظر گرفته نشوند، استارت‌آپ ممکن است به مذاکره مجدد جهت اصطلاحات لیسانس نیاز داشته باشد و این موضوع می‌تواند گران یا غیر ممکن باشد.

تخصیص یا انتقال مالکیت

تخصیص فروش دارایی‌های مبتنی بر مالکیت فکری است. یک واگذار کننده مالکیت اموال را به یک واگذار شونده معمولا اما نه همیشه در ازای یک مال ارزشمند انتقال می‌دهد. (انتقال ممکن است بر اساس یک قرارداد ساده صوری در مواردی که به موجب قانون اجازه داده شده، صورت پذیرند.) وقتی که یک انتقال کامل شد، واگذار شونده مالکیت کامل را نسبت به دارایی فکری واگذار شده بدست می‌آورد. فرآیند انتقال مالکیت در قوانین کشورهای مختلف متفاوت و ممکن است نیاز به ثبت شدن در مرجع ثبت ملی داشته باشد تا در مقابل طرف ثالث الزام اجرایی داشته باشد. اگر یک خانواده از حقوق مالکیت فکری در ناحیه‌های قضایی متعدد تخصیص داده می‌شود، طرفین باید به ویژگی مشخصه ملی حقوق مالکیت فکری توجه کنند و اینکه فروش دارایی

باید با قوانین کاربردی در هر کدام از ناحیه‌های قضایی مورد درخواست منطبق باشد. ذکر این نکته مهم است که یک رویکرد ترکیبی از تخصیص و لیسانس امکانپذیر است. برای مثال فناوری را در نظر بگیرید که با دو پتنت جدا در دو کشور مختلف پوشش داده می‌شود. یک استارت‌آپ ممکن است پتنت در کشور الف را از طریق تخصیص اکتساب نماید و پتنت در کشور ب را از طریق یک توافق لیسانس بهره برداری نماید.

دسترسی به منابع مالی

تا زمانی که یک استارت‌آپ نتواند درآمد کافی برای پایدارسازی عملیات خود کسب نماید، به تامین منابع مالی نیاز دارد. هر شرکت تازه تاسیس قبل از اینکه بتواند پول در بیاورد نیاز دارد پول هزینه نماید. این مرحله "دره مرگ" بدنام است که یک استارت‌آپ باید از آن عبور کند. به دلیل اینکه یک استارت‌آپ احتمال دارد نتواند درآمد کافی در مرحله راه اندازی خودش کسب نماید، به سرمایه کافی برای پوشش هزینه‌های عملیاتی تا زمان پایدارشدن خودش نیاز دارد. در برخی موارد، بنیانگذاران شرکت استارت‌آپ خود را تامین مالی می‌کنند. با این وجود، اکثر آن‌ها اغلب به مقادیر قابل توجهی تامین بودجه نیاز دارند. بنابراین بسیاری از استارت‌آپ‌ها به دامنه‌ای از منابع تامین بودجه در آغاز یا در طی رشدشان متمایل می‌شوند. حین انجام این فرآیند تامین‌کنندگان مالی معمولاً می‌خواهند مطمئن شوند که یک استارت‌آپ گام‌های مناسبی برای بررسی و تشخیص مالکیت فکری خود برداشته و به دنبال حفاظت از مالکیت فکری است. برخی منابع تامین مالی در ذیل بصورت خلاصه بیان شده است و فازهای تامین مالی در تصویر ۶ نمایش داده شده است.

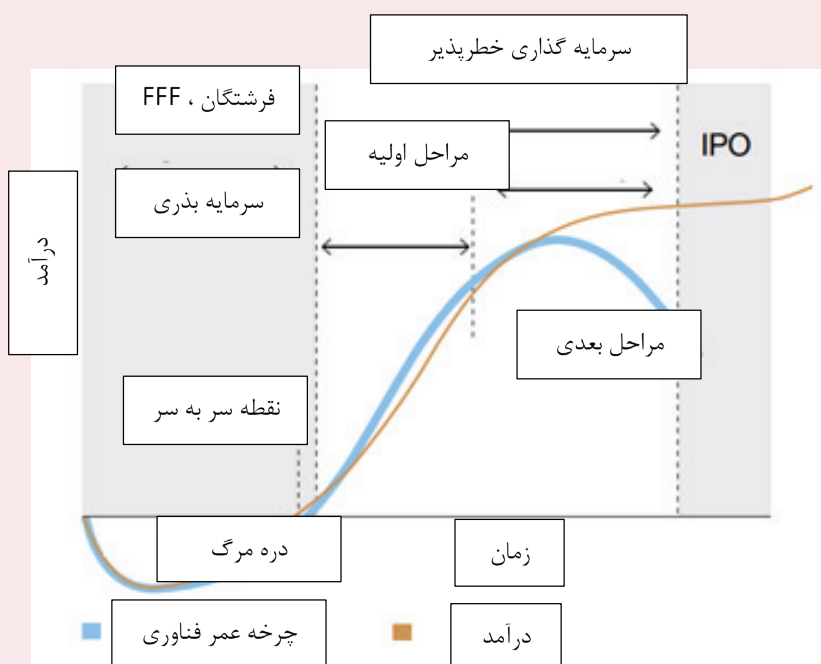
گرنتهای دولتی

فناوری‌هایی که در سطح آمادگی فناوری TRL۴ یا کمتر طبقه بندی می‌شوند احتمالاً نمی‌توانند تامین مالی سرمایه گذاران سنتی کسب کنند زیرا ریسک فناوری قابل توجهی همانند ریسک کسب‌وکار دارند. علاوه بر این، ممکن است ماهیت قانونی که بتوانند

برمبنای آن تامین مالی دریافت کند وجود نداشته باشد. فناوری تمایل دارد که اغلب درون موسسه بزرگتری به عنوان مثال دانشگاه توسعه یابد. از این دیدگاه، تامین بودجه ضروری برای ارتقای TRL معمولاً از طریق بودجه پژوهشی دانشگاه یا از طرف دولت انجام می‌شود.

استثنائاتی در این قانون کلی وجود دارند. برخی دولت‌ها ساز و کارهای گزینشی محدود را برای پرورش کارآفرینی ایجاد کرده‌اند که گزینشی‌ها یا وام‌های بلند مدت را برای توانمندسازی کردن استارت‌آپ‌ها جهت توسعه و اعتبار سنجی فناوری‌ها یا مدل‌های کسب‌وکار آن‌ها بطور مستقل ارائه می‌نمایند. ندرتاً یک سرمایه‌گذار فرشته تمایل دارد مقدار کمی برای تامین مالی فاز اعتبارسنجی و تحقیق و توسعه تامین نماید.

گزینشی‌های تحقیقاتی رسمی معمولاً شرایطی را درباره مالکیت و استفاده از هر مالکیت فکری پدید آمده بواسطه تامین بودجه تعیین می‌کنند ("دارایی فکری پیش رو"). در نتیجه، بدنه دولت یا دانشگاهی که تحقیقات در آن اجرا می‌شود ممکن است ادعایی بر مالکیت فکری پیش رو داشته باشند و این می‌تواند توانایی کارآفرین را برای بهره‌برداری آزادانه از آن در استارت‌آپ کاهش دهد.



شکل ۶. فازهای تامین مالی

این تصویر کلی از منابع بودجه اکوسیستم‌های با تاریخ سرمایه گذاری طولانی در استارت‌آپ‌ها را نشان می‌دهد. در عمل، عرصه‌های تامین بودجه از کشور به کشور متنوع می‌باشند.

در نظر داشته باشید که تامین بودجه قبل از درآمد (به هنگام عبور از دره مرگ) معمولاً از "دوستان، خانواده و ناآگاهان" (FFF)، سرمایه گذاران فرشته و بطور بالقوه گزینتهای دولتی می‌آید.

اکثر تامین کنندگان سرمایه خطرپذیر (VC) ترجیح می‌دهند در شرکت هایی سرمایه گذاری کنند که از قبل جریان نقدی مثبتی دارند (کسب درآمد بیشتر از چیزی که آن‌ها صرف می‌کنند). برخی بودجه‌های سرمایه خطر پذیر در مرحله اولیه، تنها در حوزه‌های با فناوری بالا، سرمایه گذاری در طی فاز قبل از درآمد انجام می‌دهند.

معمولاً، یک استارت‌آپ چند مرحله افزایش بودجه از سرمایه گذاری فرشته تا تامین بودجه سرمایه خطرپذیر را می‌پیماید. در هر مرحله، مقدار سرمایه گذاری شده بطور قابل توجهی بالاتر از دفعه قبلی خواهد بود.

لازم به ذکر است که در مراحل اولیه، منحنی درآمد (نارنجی) دوست دارد منحنی چرخه عمر فناوری (آبی) را دنبال کند. درس پایه‌ای در اینجا این است که اگر یک استارت‌آپ به نوآوری ادامه ندهد و تنها بر فناوری اولیه توسعه یافته تکیه کند، احتمالاً درآمدش با افزایش عمر آن فناوری کاهش می‌یابد.

در مواقعی که منابع یک دانشگاه مورد استفاده قرار گرفته است (آزمایشگاه ها، مواد اولیه، منابع انسانی) یا هنگامی که کارآفرین توافق اشتغال با دانشگاه دارد، دانشگاه یا گروه هایی که این تحقیق را تامین بودجه کرده‌اند ممکن است ادعای نسبی یا کاملی بر روی مالکیت فکری پدید آمده داشته باشند.

این کار به قانون و سیاست‌های محلی دانشگاه بستگی دارد. بنابراین خالقان استارت‌آپ باید در بررسی قوانین محلی و سیاست‌های مالکیت فکری دانشگاه با دقت عمل کنند. تامین بودجه پروژه‌های مشترک، کنسرسیوم و برنامه‌های تحقیقاتی بین المللی شاید به روش‌های مشابه‌ای مشروط شوند تا استفاده و تخصیص مالکیت فکری مورد انتظار پیش رو را محدود نماید. علاوه بر این، همکاران پروژه ممکن است نیاز به در دسترس قراردادن مالکیت فکری خودشان ("مالکیت فکری پیشین") به شرکای پروژه داشته باشند. اگر مدل کسب‌وکار یک استارت‌آپ نیازمند بهره برداری از مالکیت فکری پیش رو ولی وابستگی به مالکیت فکری پیشین طرف ثالث باشد، کارآفرین باید موضوع آزادی عمل را مورد توجه قرار دهد.

استارت‌آپ‌ها همچنین می‌توانند از الگوهای طراحی شده دولت‌های دیگر برای حمایت از نوآوری استفاده کنند. برای مثال، برخی رویه‌های مالیاتی به شرکت‌ها اجازه می‌دهند که هزینه‌های تحقیق و توسعه را از اظهارنامه مالیاتی خودشان کسر کنند و هزینه‌های خودشان را کاهش دهند. الگوهای دیگر مانند جعبه پتنت، به شرکت‌ها مزیت‌های مالیاتی بر درآمدهای ناشی از حقوق مالکیت فکری اهدا می‌کنند.

دوستان، خانواده و ناآگاهان (FFF)

استارت‌آپ‌ها در هر مرحله ممکن است بتوانند به تامین بودجه غیر موسسه‌ای از دوستان یا خانواده دسترسی داشته باشند. معمولاً چنین بودجه‌هایی وام‌ها ی کوچکی هستند که نیاز به توافق رسمی ندارند و ممکن است در صورتهای مالی استارت‌آپی ظاهر نشوند. اگر بودجه‌های FFF را بپذیرد، استارت‌آپ باید مراقب مستند کردن این جریان ورودی

ورودی سرمایه برای خودداری از بدهی‌های قانونی یا مالیاتی بالقوه در آینده باشد. جایی که راه‌اندازی و مراحل اولیه یک استارت‌آپ به صورت خودی تامین مالی شود، موضوع چگونگی مالکیت دارایی فکری در صورت وجود بیش از یک هم‌بنیانگذار مطرح می‌شود. بخصوص اینکه شرکا باید تخصیص مالکیت فکری را در اولین فرصت ممکن مورد توجه قرار دهند. این کار معمولاً از طریق یک توافق سهامداری (SHA) انجام می‌شود. برای مثال، یک هم‌بنیانگذار ممکن است استارت‌آپ را تامین مالی نماید، در حالی که دیگری مالکیت فکری یا دانش فنی را به ارمغان می‌آورد که مالکیت فکری جدیدی را ایجاد می‌نماید. این کار اقدام خوبی برای انتقال همه مالکیت‌های مرتبط با دارایی‌های فکری به استارت‌آپ می‌باشد و تمامی فایل‌های جدید را برای حفاظت به نام استارت‌آپ انجام می‌دهد به جای اینکه بصورت شخصی و به اسم کارآفرینان انجام شود.

سرمایه گذاران فرشته

سرمایه گذاران فرشته افرادی هستند که پول خودشان سرمایه گذاری می‌کنند و این از تامین کنندگان سرمایه خطرپذیر که مدیریت منابع تامین شده طرفهای ثالث را انجام می‌دهند متفاوت است. سرمایه گذاران فرشته تمایل دارند در حوزه هایی سرمایه گذاری کنند که تجربه حرفه‌ای یا علاقه دارند. در مقایسه با بودجه‌های سرمایه خطرپذیر، آنها بطور کلی مقادیر کمتری سرمایه گذاری می‌کنند، اما معمولاً در مرحله اولیه‌تر چنین کاری را انجام می‌دهند. علاوه بر ارائه سرمایه، سرمایه گذاران فرشته خوب تخصص خود را به اشتراک می‌گذارند و از استارت‌آپ خود در توسعه محصول و کسب‌وکار و بعدها در افزایش بودجه و مدیریت حمایت می‌کنند. مانند صندوق‌های سرمایه گذاری خطرپذیر، سرمایه گذاران فرشته معمولاً سهام استارت‌آپ را به ازای سرمایه گذاری خودشان دریافت می‌کنند. بنابر این آنها برای داشتن سود جانبی در شرکت‌های مورد حمایت خودشان وارد می‌شوند، نه لزوماً در مالکیت فکری خودشان یا مالکیت فکری که آنها ایجاد می‌کنند. سرمایه گذاران فرشته به ندرت درخواست سود جانبی از مالکیت فکری مرکزی دارند و در

صورت داشتن چنین درخواستی، کارآفرین باید خیلی با دقت پاسخ دهد. در مقابل، سرمایه‌گذاران معمولاً از استارت‌آپ‌ها می‌خواهند که حقوق مالکیت فکری مرتبط را به یک شرکت جدید منتقل کنند. مثلاً وقتی که از طرف یک شخصیت حقوقی جداگانه به عنوان مثال یک دانشگاه یا یک فرد مستقل دیگر عنوان مثال کارآفرین وارد سرمایه‌گذاری می‌شوند.

صندوق‌های سرمایه‌گذاری مخاطره و ریسک‌پذیر

صندوق‌های سرمایه‌خطر‌پذیر (VC) بسیار نهادینه شده‌تر از فرشتگان سرمایه‌گذاری هستند. آن‌ها معمولاً صندوق‌هایی را مدیریت می‌کنند که توسط دیگر سرمایه‌گذاران، افراد با ثروت خالص بالا یا بودجه‌های سایر صندوق‌ها تامین مالی شده‌اند. بطور تجمیعی، سرمایه‌گذاران در یک صندوق VC "شرکای محدود" (LP) نامیده می‌شوند. اکثر VC‌ها یک حوزه تمرکز سرمایه‌گذاری دارند و تمایل به سرمایه‌گذاری در مراحل خاص دارند. مقادیری که آن‌ها سرمایه‌گذاری می‌کنند (بنام "اندازه بلیت") از VC به VC متفاوت می‌باشد. زیرا آن‌ها نهادی هستند و وظیفه امانت نسبت به شرکای محدود خودشان دارند، رویه‌های راستی‌آزمایی و تصمیمات سرمایه‌گذاری صندوق‌های VC بیش از یک فرشته سرمایه‌گذاری طول می‌کشد.

هنگامی که کارآفرینان به یک صندوق VC طرح خود را ارائه می‌دهند، آن‌ها باید گام‌هایی را برای تشخیص تمرکز استارت‌آپ و مجموع مقدار سرمایه‌ای مورد نیاز در معیارهای سرمایه‌گذاری صندوق بردارند. یک استارت‌آپ اپلیکیشن موبایلی که به دنبال ۵۰۰ هزار دلار آمریکا است تمایلی به کسب سرمایه از یک صندوق VC در زمینه علم زندگی ندارد که هرگز کمتر از ۲ میلیون دلار آمریکا سرمایه‌گذاری نمی‌کند.

بدیهی است کارآفرینان باید به دنبال سرمایه‌استارت‌آپی باشند اگر پروژه‌های آن‌ها هنوز به درآمدزایی نرسیده است، اما یک استارت‌آپ با جریان نقدی مثبت نیز ممکن است در آرزوی افزایش بودجه‌های سرمایه‌گذاری باشد (که به فروش سهام شرکت تعبیر می‌شود)،

تا بتواند از آن برای شتاب دادن به رشد، ورود به بازارهای جدید، یا ورود محصولات جدید به بازار استفاده کند. منطق اصلی افزایش دادن ارزش شرکت جدید است. معمولاً، هر چه که استارت‌آپ دوره‌های تامین مالی را طی می‌کند سهم بنیانگذاران بطور قابل توجهی کاهش می‌یابد. فرضیه اصلی این است که وقتی ارزش شرکت افزایش می‌یابد، ارزش هر سهم آن نیز افزایش می‌یابد. اگر شرکت عملکرد خوبی داشته باشد و ارزش کلی آن افزایش یابد، درصد کوچکتري از سهم ارزش بیشتری خواهد داشت.

برای درک این موضوع، تصور کنید که یک کارآفرین ۸۰ درصد سهام یک استارت‌آپ را به ارزش ۱ میلیون دلار آمریکا دارد. ارزش سهم او ۸۰۰ هزار دلار آمریکا است. بعد از چند دور سرمایه گذاری، ارزش استارت‌آپ تا ۵۰۰ میلیون دلار آمریکا افزایش می‌یابد، اما سهم کارآفرین از کل سهام در حال حاضر ۱۰ درصد است درحالی که ارزش سهام او تا ۵۰ میلیون دلار آمریکا افزایش یافته است.

افزایش ارزش استارت‌آپ

همانطوری که پیشتر اشاره شد، مالکیت فکری یک دارایی است و می‌تواند به یک ارزش نسبت داده شود. این ارزش تجارت با آن دارایی را تسهیل می‌نماید و نیز مبنایی برای ارتقای ارزش شرکت ایجاد می‌کند. در اقتصاد دانش بنیان امروزی، دارایی‌های ناملموس شرکت‌ها سهم بزرگتری از ارزش کلی آن‌ها را تشکیل می‌دهند و دارایی‌های فیزیکی بطور افزایشی سهم کمتری دارند. این موضوع خصوصاً درباره استارت‌آپ‌ها صدق می‌کند زیرا بسیاری از آن‌ها بر یک نوآوری واحد - یک دارایی ناملموس - متکی هستند و تقریباً هیچ گونه دارایی فیزیکی ندارند. ارزش چنین استارت‌آپ‌هایی تا حد زیادی به ارزش نوآوری آن‌ها به اضافه دانش خالقان آن‌ها است. با این وجود، ارزشگذاری مالکیت فکری برای استارت‌آپ‌ها کاری پیچیده و اغلب اوقات سخت و خصوصاً چالش برانگیز است زیرا مالکیت فکری آن‌ها تمایل دارد نابالغ، همچنان در تحقیق و توسعه یا در فرآیند ثبت باقی بماند. همچنین ارزش مالکیت فکری آن‌ها ثابت نیست. این امر در گذر زمان تحت تاثیر

بسیاری از عوامل شامل ثبت پتنت، اعتبارسنجی فناوری، علاقمندی شرکای لیسانس احتمالی، تقاضای جاری فناوری، قابلیت جایگزینی فناوری‌های رقیب و غیره است. بطور مشابه، رد یک درخواست پتنت، یک چالش قانونی برای مالکیت، ظهور یک محصول متفاوت اما رقابتی یا یک بسته قانونگذاری جدید می‌تواند ارزش مالکیت فکری را کاهش دهد.

با این وجود، ارزشیابی باید در سریعترین زمان ممکن صورت بگیرد. برای شروع، توجه به تفاوت ارزش بالقوه مالکیت فکری تجاری‌سازی شده و مالکیت فکری لیسانس شده به یک شرکت بزرگ مهم است. در ابتدا، مورد اول بخاطر ریسک‌های مرتبط با استارت‌آپ‌ها ارزش بسیار کمتری نسبت به دومی خواهد داشت. با این حال اگر یک استارت‌آپ موفق به طی کردن مراحل مختلف توسعه شود و مدل کسب‌وکار خودش را اعتبارسنجی کند، ارزش مالکیت فکری افزایش خواهد یافت و ممکن است ارزش پولی بسیار بالاتری نسبت به لیسانس بدست آورد.

در نظر داشته باشید که در مراحل اولیه ارزشگذاری مالکیت فکری برای چند هدف مفید است، این موارد شامل موارد زیر است:

⑤ محاسبه سهم گروه آورنده مالکیت فکری برای استارت‌آپ (در مقابل گروه آورنده سرمایه). برای مثال، تصور کنید که یک درخواست پتنت به میزان ۱۰۰ هزار دلار آمریکا ارزشگذاری می‌شود و اینکه گروهی دیگر تمایل دارد که همان مقدار را در استارت‌آپ سرمایه‌گذاری نماید. بر این مبنا، شرکا هر کدام ۵۰ درصد سهام استارت‌آپ را مالک می‌باشند، به شرطی که ملاحظات دیگر ساختار سهام را تغییر ندهند.

⑥ برای جذب سرمایه‌گذاران، یک استارت‌آپ در جستجوی بودجه باید ارزشگذاری شود طوری که سرمایه‌گذاران بالقوه بتوانند از میزان سهام خریداری شده پیرو سرمایه‌گذاری‌شان مطمئن باشند. ارزشگذاری مالکیت فکری همچنین می‌تواند ارزش استارت‌آپ را افزایش دهد و به بنیانگذاران اجازه می‌دهد سهام خود را به همان مقدار تامین مالی

افزایش دهند. برای مثال، تصور کنید که یک سرمایه گذار می‌خواهد میزان ۱۰۰ هزار دلار آمریکا در یک استارت‌آپ مرحله اولیه سرمایه گذاری کند. اگر که استارت‌آپ به میزان ۵۰۰ هزار دلار آمریکا ارزشگذاری شود، سرمایه گذار میزان ۲۰ درصد از سهام را دریافت خواهد کرد. با این وجود، اگر بنیانگذاران بتوانند همان استارت‌آپ را بر مبنای ارزیابی مالکیت فکری به میزان ۱ میلیون دلار آمریکا ارزشگذاری نمایند، بنیانگذاران سهام خودشان را افزایش خواهند داد و سرمایه گذار میزان ۱۰ درصد سهام را برای سرمایه گذاری مشابه دریافت می‌کند.

❶ استارت‌آپ ممکن است بخواهد دارایی مبتنی مالکیت فکری متعلق به یک گروه ثالث به عنوان مثال دانشگاه را لیسانس نماید. ارزش مالکیت فکری که لیسانس گرفته می‌شود بر هزینه تاسیس استارت‌آپ تاثیر می‌گذارد. در پاسخ استارت‌آپ گزینه هایی خواهد داشت از آن جمله می‌توان به این موارد اشاره کرد.

❷ استارت‌آپ می‌تواند گزینه‌ای را مذاکره نماید (مالکیت فکری را در یک تاریخ بعدی لیسانس شود)

❸ جستجوی سرمایه از سرمایه گذاران (توانمند شدن برای لیسانس مالکیت فکری)

❹ یا مذاکره درباره برنامه پرداخت رویالته معوق با دارنده مالکیت فکری (تحت چه شرایطی رویالته‌ها می‌تواند داده شود اما استارت‌آپ پرداخت خود را به تعویق اندازد، معمولاً تا زمانی که جریان نقدی مثبت تولید شود).

❺ دارایی فکری هنگام فروش، لایسنس دادن، ارائه به بانک به عنوان وثیقه وام و یا برای ادعای منافع مالیاتی بر روی دارایی‌های فکری تجاری‌سازی شده (در کشورهایی که سیاست‌های مالی محبوب هستند) باید ارزشگذاری شود. یک شرکت ممکن است کل پورتفولیو دارایی فکری خودش را ارزشگذاری نماید و ارزش آن را به عنوان دارایی در حساب‌های خودش به منظور محاسبه ارزش شرکت ثبت نماید.

طبقه بندی	محرك ارزش‌گذاری
تراکنش	لیسانس دارایی‌های مبتنی بر مالکیت فکری، فرانشیز خرید یا فروش دارایی‌های مبتنی بر مالکیت فکری ادغام و اکتساب، خلع ید و سلب مالکیت، شرکت‌های زایشی همکاری مشترک یا اتحاد راهبردی اهدای اموال مالکیت فکری
الزام اجرایی حقوق مالکیت فکری	محاسبه آسیب‌ها وقتی که حقوق مالکیت فکری ضایع می‌شوند.
استفاده داخلی	سرمایه گذاری در تحقیق و توسعه مدیریت داخلی دارایی‌های مبتنی بر مالکیت فکری تامین مالی راهبردی و یا افزایش سهم/سرمایه روابط سرمایه گذار
اهداف دیگر	گزارش مالی ورشکستگی/نقدسازی بهینه کردن مالیات بیمه دارایی‌های مبتنی بر مالکیت فکری

See WIPO, IP PANORAMA, Module 11 on IP valuation.

www.wipo.int/export/sites/www/sme/en/documents/pdf/ip-panorama_11_learning_points.pdf.

جدول ۱. محرك‌های ارزش گذاری دارایی فکری

چندین روش برای ارزش‌گذاری دارایی‌های مالکیت فکری استفاده می‌شوند. برخی از روش‌های رایج‌تر مورد استفاده در ذیل آمده اند:

روش هزینه

روش هزینه ارزش یک دارایی مبتنی بر مالکیت فکری را با تعیین هزینه توسعه یک دارایی فکری مشابه (یا دقیقاً همان) از طریق داخلی یا خارجی ارزیابی می‌نماید. این کار هزینه‌های مستقیم و هزینه‌های فرصت درگیر را جمع می‌کند و همچنین استهلاک را در نظر می‌گیرد. برای مثال، ارزش نهایی مالکیت فکری با محاسبه هزینه ناشی از توسعه، تطبیق با تورم برای استخراج ارزش جاری و تطبیق آتی برای جبران استهلاک به دست می‌آید.

محاسبات استهلاک دارایی فکری ابعاد کارکردی، فناورانه و اقتصادی استهلاک را در نظر می‌گیرد. استهلاک کارکردی هزینه عملیاتی اضافه استفاده از دارایی فکری در مقایسه با جایگزین‌های جاری ممکن در وضعیت موجود را محاسبه می‌کند. استهلاک فناورانه زمانی رخ می‌دهد که تکامل فناورانه یک دارایی فکری را بی‌ارزش می‌کند. برای مثال، پتنت‌های درایو فلاپی دیسک برای کامپیوتر-های نسل آینده احتمالاً بی‌ارزش هستند زیرا گزینه‌های دیگر با برتری فناورانه همین الان موجود هستند. استهلاک اقتصادی زمانی رخ می‌دهد که استفاده از مالکیت فکری در بالاترین و بهترین شکل خودش نمی‌تواند بازگشت سرمایه کافی داشته باشد.

روش هزینه دو متغیر دارد. روش هزینه بازتولید هزینه بازتولید نسخه مشابه دقیق از دارایی فکری را ارزیابی می‌کند. روش هزینه جایگزینی هزینه ایجاد دارایی فکری مشابه‌ای را بررسی می‌کند که عملکرد مشابه را داشته باشد.

روش بازار

روش بازار دارایی فکری را با قیمت واقعی پرداخت شده برای یک دارایی فکری مشابه تحت شرایط قابل مقایسه انجام می‌دهد. برای ارزشگذاری با استفاده از این روش، یک بازار فعال و دارایی فکری نوعاً مشابه یا گروهی از دارایی‌های قابل مقایسه یا مشابه ضروری هستند. اگر این دارایی‌ها بطور کامل قابل مقایسه نباشند، باید متغیرهایی برای کنترل تفاوت‌ها یافت شوند.

ارزشگذاری با استفاده از این سیستم صحت را با توجه به موجود بودن اطلاعاتی درباره ماهیت و گستره حقوق انتقال یافته شامل جزئیات اطلاعات و شرایط و محیط تراکنش (اینکه یک لیسانس متقابل یا لیسانس پیرو طرح دعاوی حقوقی است.) افزایش می‌دهد.

با این وجود، بر اساس تعریف دارایی مبتنی بر مالکیت فکری یک موضوع منحصر بفرد است. یافتن دارایی‌های فکری دقیقاً مشابه یا بسیار قابل مقایسه امکانپذیر نیست.

علاوه بر این، حتی اگر یک مورد بتواند تراکنش‌های مربوط به دارایی فکری بسیار مشابه را بطور موفق بازیابی نماید، کسب اطلاعات دقیق درباره آن‌ها بسیار سخت است زیرا چنین اطلاعاتی در حالت عادی محرمانه می‌باشد.

روش درآمد

روش درآمد دارایی فکری را از نظر درآمد اقتصادی مورد انتظار بر اساس ارزش زمان فعلی ارزشگذاری می‌کند. این روش رایج‌ترین روش مورد استفاده در ارزشگذاری درایی‌های مبتنی بر مالکیت فکری است.

برای استفاده از این روش، جریان درآمد (یا پس انداز هزینه) ناشی از کاربرد دارایی فکری در زمان باقیمانده از طول عمر مفید آن (RUL) روندیابی می‌شود، درآمدها یا پس اندازها در مقابل هزینه‌هایی که بطور مستقیم به دارایی فکری متصل هستند کنار گذاشته می‌شود، ریسک‌ها ارزیابی و نهایتاً درآمد بر اساس ارزش امروزی آن با اعمال یک نرخ تخفیف یا سرمایه گذاری تنظیم و گزارش می‌شود.

جذب شرکا و همکاران

یک سبد دارایی فکری به خوبی مدیریت شده نشان می‌دهد که یک استارت‌آپ جدی است و به دارایی فکری خودش ارزش می‌دهد و گام‌هایی برای حفاظت از آن برداشته است. این کار به همکاران بالقوه حس اعتماد می‌دهد و به معنای محیطی مطلوب می‌باشد که در آن به نوآوری احترام گذاشته شده و محافظت می‌شوند و اینکه مخاطره پذیری تامین می‌شود.

موضوع همکاری و دارایی فکری اخیراً در محیطی که به عنوان "نوآوری باز" از آن یاد می‌شود برجسته‌تر شده است. بنگاه‌هایی که فعالانه نوآوری باز را تمرین می‌کنند با همکاران خارجی برای پیشبرد پیشنهادات خودشان ارتباط برقرار می‌کنند و ایده‌ها را از خارج سازمان ترغیب و تشویق می‌کنند. در گذشته، معمولاً نوآوری در یک محیط بسته رخ می‌داد، درون سازمان و با ورودی کم از بیرون تولید می‌شد.

امروزه جستجو در پی یافتن ورودی از طرفی خارج از سازمان رایج‌تر است. شرکت‌های کوچک بطور فزاینده‌ای در جستجوی مشارکت در پروژه‌های بزرگتر هستند و تایید ابتکار و خلاقیت خودشان را با برداشتن گام‌هایی برای مدیریت دارایی‌های فکری و جذاب کردن خودشان برای کار با شرکت‌های بزرگ به دیگر بازیگران نشان می‌دهند. در حالی که مدل‌های نوآوری باز می‌توانند فرصت‌های بزرگی برای استارت‌آپ‌ها خلق کنند، باید توجه دقیقی به مالکیت دارایی فکری و نحوه تنظیم قرارداد لایسانس ممکن برای مشارکت داشته باشند. گروه‌هایی که خواستار همکاری هستند اغلب به انتقال مالکیت دارایی فکری یا گزینش گسترده حقوق لایسانس شرکای خودشان نیاز دارند. این کار می‌تواند با مدل کسب‌وکار استارت‌آپ یا مدل درآمدی آن منطبق نباشد.

منابع برای مطالعه بیشتر

۱- کتاب‌های زیر از انتشارات مشترک وایپو و سازمان تجارت جهانی را ببینید:

Exchanging Value, Negotiating Technology Licensing Agreements – A Training Manual.

www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/licensing/906/wipo_pub_906.pdf

Successful Technology Licensing.

www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/licensing/903/wipo_pub_903.pdf

۲- کتاب WIPO Green از انتشارات وایپو

www3.wipo.int/wipogreen/docs/en/wipogreen_licensingchecklist_061216.pdf

۳- به هر حال در نظر داشته باشید که اسرار تجاری می‌تواند تا همیشه نگهداری شود. یک تفاهم نامه نیز ممکن است طولانی‌تر از مالکیت فکری ذکر شده در آن باشد خصوصاً هنگامی که خدمات ارائه می‌گردد.

۴- برای اطلاعات بیشتر در خصوص FT0 قسمت مدیریت ریسک را مشاهده کنید.

۵- برای اطلاعات بیشتر به کتاب زیر مراجعه کنید:

"Intellectual Property Policies for Universities."

www.wipo.int/about-ip/en/universities_research/ip_policies/index.html#toolkit

۶- به موارد زیر مراجعه کنید:

WIPO. IP PANORAMA. Module 11 on IP valuation.

www.wipo.int/export/sites/www/sme/en/documents/pdf/ip_panorama_11_learning_points.pdf

European IPR Helpdesk. "Fact sheet – Intellectual Property Valuation."

https://intellectual-property-helpdesk.ec.europa.eu/ip-business_en

Ibid -V

مدیریت ریسک

موفقیت یک استارت‌آپ به میزان زیادی به درک ریسک‌های ناشی از نادیده گرفتن سیستم مالکیت فکری یا آگاهی از چگونگی استفاده از آن برای تقویت رقابت پذیری بستگی دارد. ناکامی در درک چگونگی کارکرد سیستم مالکیت فکری استارت‌آپ را در معرض حملات و هزینه‌های غیر ضروری قرار می‌دهد. استارت‌آپ‌ها بهتر است مدیریت ریسک مالکیت فکری را در استراتژی کلی کسب‌وکارشان به عنوان یک اولویت یکپارچه کنند. برخی از مهمترین ریسک‌ها در ذیل توصیف شده اند.

شفاف‌سازی مالکیت و حقوق استفاده

ناکامی در حفاظت و حفاظت اولیه

همانطوری که در بالا بحث شد، یک استارت‌آپ فناوری محور برای ارائه یک محصول یا خدمت نوآورانه و گاهی اوقات یک محصول یا خدمت معمول ایجاد می‌شود. نوآوری اغلب تنها منبع یا مهمترین منبع ارزش آن است. برای چنین استارت‌آپی، یکی از ریسک‌های اصلی آن از دست دادن چنین دارایی‌های به طرف‌های دیگر در نتیجه ناکامی در حفاظت از آن است و این موضوع کل مدل کسب‌وکار را به خطر می‌اندازد. بنابر این هر استارت‌آپ باید اقدام به حفاظت از نوآوری خودش و جلوگیری از استفاده از آن توسط دیگران کند. مدیریت این ریسک به معنای اقدام برای موارد زیر است:

● ثبت در یک تاریخ زودهنگام

● رعایت مهلت‌ها و برنامه زمانی ثبت، پیش نویس یک ادعای پتنت صحیح به منظور پیشگیری از دور زدن اختراع

● گرفتن حفاظت در همه بازارهای مرتبط

● حفاظت از همه بهبودهای آتی

به دلیل اینکه دارایی‌های مبتنی بر مالکیت فکری سرزمینی هستند، استراتژی حفاظت مالکیت فکری استارت‌آپ باید بازارهایی را شامل شود که سودآور هستند. هنگامی که حفاظت اتفاق افتاد، استارت‌آپ باید برای ادامه حفاظت از مالکیت فکری خودش به

پرداخت همه هزینه‌های مرتبط ادامه دهد.

پیشگیری از نشت اطلاعات

استارت‌آپ‌ها معمولاً با تهدید محرمانه نگه داشتن دارایی‌های فکری بالقوه تا زمان درخواست برای حفاظت از مالکیت فکری مواجه هستند. همانطوری که پیشتر در این راهنما اشاره شد، اگر نوآوری یا طرح یک استارت‌آپ (حتی به تعداد کمی از افراد) افشا شود، ادعای تازگی را از دست می‌دهد و ممکن است دیگر برای حفاظت تأیید نشود (مگر اینکه افشا در طی مهلت ارفاقی در صورت وجود انجام شده باشد). اگر این اتفاق بیفتد، با یک ضربه می‌تواند امکان‌پذیری یک استارت‌آپ را از بین ببرد. بطور مشابه، اطلاعات محرمانه افشا شده کسب‌وکار برای حفاظت راز تجاری مورد تأیید نیستند مگر اینکه افشا در شرایط توافق محرمانگی رخ دهد. بنابر این استارت‌آپ‌ها باید گام‌های اولویت داری برای آماده و پیاده‌سازی توافقات و اقدامات محرمانگی با کارمندان خود و با طرفین ثالث شامل عرضه کنندگان، شرکا و مشتریان بردارند.

ناکامی برای کسب مالکیت

کارمندان، عرضه کنندگان ثالث یا پیمانکاران ممکن است مسئول نوآوری باشند یا به آن کمک کنند. یک استارت‌آپ نباید فرض کند که مالک چیزی است که کارمندان یا پیمانکاران بر روی آن کار کرده اند. شرایط خاص قانون ملی کشورها باید همیشه در چنین شرایطی مورد توجه واقع شود.

در بعضی کشورها، وقتی که اختراعات طی دوره و در بستر استخدام ایجاد شده اند، قانون بطور خودکار مالکیت را به کارفرما تخصیص می‌دهد. با این حال با در نظر گرفتن اینکه بسیاری از استارت‌آپ‌ها در نهایت بین مرزها جایی که قوانین ممکن است متفاوت باشند کار خواهند کرد، به شرکت‌ها توصیه می‌شود که مواد قراردادی مرتبط با مالکیت دارایی فکری را در توافقات اشتغال مد نظر قرار دهند. باید مراقب بود که تحلیل هر دو موضوع نحوه استفاده فعلی از مالکیت فکری و نحوه استفاده احتمالی از آن به هنگام

تکامل شرکت در نظر گرفته شود. همیشه قوانین ملی را بررسی کنید، زیرا ممکن است بر این نکته تاکید کنند که کارمندان نوآور حق اولین امتناع و کارفرمایان وظیفه پاداش دادن به چنین کارمندانی را بر عهده دارند.

به دلایل مشابه، وقتی که یک استارت‌آپ قراردادی با گروه‌های ثالث آماده می‌کند، باید به طور شفاف مالکیت دارایی فکری را مورد توجه قرار دهد و روشن سازد. هنگامی که کار ابتکاری یا خلاقانه‌ای توسط یک پیمانکار ثالث انجام شده است، توافق بین پیمانکار و استارت‌آپ باید تمام آنچه برای موفقیت کسب‌وکار خطرپذیر لازم است، به استارت‌آپ تخصیص دهد. در غیاب چنین شرایطی، اغلب پیش فرض حاکم است، خصوصاً در زمینه کارهای خلاقانه مثلاً توسعه نرم افزار، طراحی وب سایت و عکاسی که پیمانکار ثالث مالکیت آن کار را خواهد داشت مگر اینکه آن کار بطور صریح به استارت‌آپ تخصیص یافته باشد. مجدداً بر این نکته تاکید می‌شود که استارت‌آپ‌ها باید پیش از هر عملی فکر کنند و در همه توافقات و قراردادهای اشتغال با گروه‌های خارجی قوانین ملی را در نظر بگیرند و نحوه صحیح تعیین مالکیت را تعیین نمایند. قراردادهای باید بیان کنند که همه نوآوری‌های تولید شده توسط کارمندان یا با همکاری گروه‌های ثالث به استارت‌آپ تخصیص خواهد یافت.

همچنین ممکن است یک استارت‌آپ چند بنیانگذار داشته باشد، که تمامی آن‌ها نقشی در خلق و توسعه ایده محصول اولیه ایفا کرده اند. اگر یک یا چند نفر از آن‌ها بدون تخصیص حقوق خود استارت‌آپ را ترک کنند، نهایتاً شرکت ممکن است مالکیت دارایی فکری مورد نیاز برای پیگیری کسب‌وکارش را نداشته باشد.

به روشی مشابه استارت‌آپ در استخدام یا قرارداد با گروه‌های ثالث، شرکت‌های بزرگتر هم برای اجرای وظایف خاص با شرکت‌های کوچکتر قرارداد می‌بندند. این موضوع معمولاً در محیط‌های نوآوری باز و مراجعه شرکت‌های بزرگ به شرکت‌های تخصصی کوچکتر برای حل مسائل فنی خاص اتفاق می‌افتد. استارت‌آپ در این شرایط در موقعیت

یک پیمانکار خارجی است. قبل از پذیرش چنین کاری، استارت‌آپ‌ها باید موضوع مالکیت فکری را با شرکت بزرگتر شفاف کنند. تنظیم مفاد و مواد قرارداد ممکن است بطور خاصی پیچیده شود اگر که استارت‌آپ یک راه حل جدید (مالکیت فکری پیش رو) را براساس دسترسی به مالکیت فکری طرف ثالث (مالکیت فکری پیشین) توسعه دهد. تبیین اینکه چه حقوقی در چنین موردی به چه کسی اختصاص می‌یابد و محدودیت‌ها در استفاده از مالکیت فکری نتیجه شده امری اساسی است. این موارد مباحث پیچیده‌ای هستند و نیاز است با دقت مطالعه و از قبل مذاکره شوند.

هدف استارت‌آپ باید اطمینان از این موضوع باشد که بتواند عنوان "تمیز" را برای مالکیت فکری ایجاد شده بکار ببرد. اگر مالکیت ممکن نیست، استارت‌آپ باید حقوق استفاده از مالکیت فکری مورد نیاز را برای اهداف توافق شده کسب نماید. همانطور که در مورد دارایی فیزیکی، هدف حذف همه ابهامات درباره این موضوع است که چه کسی مالکیت آن را دارد.

پیشگیری از دعوی قضایی

دعوی قضایی پر هزینه می‌تواند استارت‌آپ‌هایی را که بطور مشخصی فاقد منابع برای تداوم روحیه تهاجمی دعوی قضایی هستند متلاشی کند. دعوی قضایی اغلب اسلحه‌ای است که توسط شرکت‌های بزرگ (در واقع هر رقیب با ابزار مناسب) برای ضربه زدن به استارت‌آپ جوان امیدوار از مسیر خودش ترجیح داده می‌شود. استارت‌آپ‌ها نیز از طرف "طرفهای صوری" (اغلب به طور ناخوشایندی "ترول‌های پتنت" نامیده می‌شود) مورد تهدید هستند. ترول‌های پتنت مدل کسب‌وکارشان جستجوی شرکت‌های کوچک استفاده کننده از فناوری اختصاصی طرف ثالث است و با تهدید به شکایت آن‌ها را مجبور به گرفتن لیسانس می‌کنند.

ریسک‌های از این نوع می‌توانند با بررسی حقوق طرف ثالث و اطمینان از اینکه حقوق آن‌ها نقض نمی‌شود کاهش داده یا مورد پیشگیری قرار گیرد. تمامی حقوق ثبت شده

برای دسترسی عموم (درخواست‌های پتنت معمولاً ۱۸ ماه بعد از فایل کردن) موجود هستند و استارت‌آپ‌ها به آسانی می‌توانند با بررسی آن‌ها از عدم استفاده از فناوری اختصاصی یا علائم کسب‌وکار و طرح‌های دیگران اطمینان یابند. همچنین استارت‌آپ‌ها باید از موضوع عدم نقض آثار حفاظت شده کپی رایت دیگران یا دسترسی غیر قانونی به اطلاعات محرمانه کسب‌وکار آن‌ها مطمئن شوند. اشتباهات می‌توانند به پیگیری‌های قانونی گران منجر شوند که باعث می‌شود یک استارت‌آپ زمان حیاتی را از دست بدهد یا وجه خودش را به خطر بیندازد.

آزادی عمل (Freedom To Operate - FTO)

یک استارت‌آپ می‌تواند حقوق مالکیت فکری در بازار کوچک نوآورانه خودش داشته باشد، اما این حقوق به تنهایی ممکن است برای بازاریابی محصول کافی نباشد. به این دلیل که اکثر حقوق مالکیت فکری و خصوصاً حقوق پتنت "حقوق سلبی" هستند. مالک پتنت حقوق خود به خودی برای استفاده و بهره برداری از اختراع ادعا شده در سند پتنت خودش را ندارد. بلکه پتنت به مالک حق جلوگیری کردن دیگران از استفاده از اختراع پتنت شده را می‌دهد. این موضوع نیاز استارت‌آپ برای دسترسی به دیگر حقوق مالکیت فکری برای بازاریابی محصول را به دنبال دارد.

برای مثال تصور کنید استارت‌آپ می‌خواهد یک ایستگاه شارژ جدید و نوآورانه را برای موتورهای برقی تجاری‌سازی نماید. طراحی محصول شامل یک کابل شارژ جمع شدنی است. در بازاری که استارت‌آپ محصول خود را می‌سازد یا می‌فروشد، یک شرکت دیگر پتنتی برای سیستم جمع آوری کابل شارژ دارد. بنابراین برای فروش شارژر نوآورانه با کابل شارژ قابل جمع‌آوری، استارت‌آپ ممکن است به اجازه از آن شرکت نیاز داشته باشد. اگر استارت‌آپ محصول خود را بدون اجازه تجاری‌سازی نماید، احتمال دارد که شرکت با پتنت سیستم جمع آوری در آن مداخله کند. این مداخله می‌تواند به توقف استفاده استارت‌آپ

استارتاپ از کابل یا جرایمی برای استفاده غیرمجاز از مالکیت فکری منتهی شود. برای پیشگیری از چنین سناریوهایی، شرکتها باید مالکیت فکری طرفین ثالث را مورد بررسی قرار دهند که آیا می‌تواند سبب جلوگیری از بازاریابی محصولات در بازارهای سود آور شود. این کار به عنوان تحلیل آزادی عمل شناخته می‌شود. برای درک اینکه FTO در عمل چگونه کار می‌کند، نمونه فرضی ذیل از تحلیل FTO را در یک صنعت مورد نظر ملاحظه کنید.



تصویر ۷. یک نمونه از تحلیل آزادی عمل (FTO)

محصول الف، زیرمولفه‌های آن و پتنت‌هایی که هر زیر مولفه را پوشش می‌دهد.

- یک استارتاپ می‌خواهد محصول الف را تولید کند و بفروشد و محصول خود را تحت عنوان "جامبو" بازاریابی نماید.
- محصول دارای هفت زیر مولفه مجزا است.
- استارتاپ دارای دو درخواست پتنت در نوبت است که پنج زیر مولفه از هفت مورد (خاکستری و صورتی در تصویر) را پوشش می‌دهد.
- متصل کننده (نارنجی) یک زیر مولفه حیاتی است که در حوزه دانش عمومی است.
- مالکیت پتنت شیر (سبز) در اختیار طرف ثالث است.
- نام برند پیشنهاد شده "جامبو" از قبل توسط شرکت دیگری برای یک گروهی از محصولات متفاوت محافظت می‌شود.

در این نمونه، استارت‌آپ یک مسئله دارد زیرا شیر (سبز) توسط طرف ثالث پتنت شده است. استارت‌آپ دارای گزینه‌های ذیل می‌باشد:

- ❶ حذف شیر محافظت شده از محصول نهایی
- ❷ انتخاب یک طرح متفاوت که از استفاده شیر پتنت شده خودداری می‌کند.
- ❸ خریدن پتنت یا گرفتن لیسانس از دارنده پتنت برای استفاده از فناوری شیر
- ❹ به چالش کشیدن اعتبار پتنت

بسیار محتمل است که محصول بدون شیر کار نکند، بنابر این اولین گزینه امکان‌پذیر نباشد. اگر استارت‌آپ نتواند یک شیر جایگزین طراحی کند، می‌تواند به دارنده پتنت طرف ثالث نزدیک شود و بخواهد پتنت را بخرد یا لیسانس برای استفاده از آن فناوری کسب نماید. اگر دارنده پتنت تمایلی به فروش پتنت یا لیسانس پتنت نداشته باشد، یا آن را با قیمتی بفروشد که برای مدل کسب‌وکار استارت‌آپ خیلی بالاست، استارت‌آپ ممکن است مجبور به رهاکردن پروژه شود یا خطر مورد شکایت قرار گرفتن برای نقض پتنت را بپذیرد و یا تلاشی پر هزینه و نامطمئن برای زیر سوال بردن اعتبار پتنت را آغاز نماید. این نتایج برای استارت‌آپی که سرمایه‌گذاری قابل توجه در زمان و منابع برای توسعه و تجاری‌سازی محصول انجام داده بسیار آسیب‌زا است.

در حالی که موضوعات FTO اغلب به زمینه پتنت‌ها ارجاع می‌شود، دیگر حقوق دارایی فکری نیز ممکن است باعث بروز چالش‌های FTO شوند. برای مثال، استارت‌آپ در نمونه ما امیدوار است که محصول خود را "جامبو" نامگذاری کند. اما با بررسی مشخص شده این نام قبلاً محافظت شده و برای محصولی متفاوت استفاده می‌شود. در این مورد، نام برای استفاده موجود می‌باشد، زیرا دو علامت تجاری می‌توانند در قلمرو یکسان برای انواع محصولات مختلف وجود داشته باشند. مگر اینکه یک مورد از آن‌ها "شناخته شده یا مشهور" باشد. (در این مورد ممکن است محدودیت وجود داشته باشد).

به عنوان مثالی دیگر، تصور کنید که استارت‌آپی می‌خواهد یک محصول سخت افزاری تولید کند اما احتیاج به نرم‌افزاری حفاظت شده توسط کپی رایت برای عملکرد آن یا به سیستم دیگری نیاز دارد. یا استارت‌آپ یک اپلیکیشن موبایل توسعه داده ولی نیاز به دسترسی به رابط برنامه کاربردی (API) یا کیت توسعه نرم‌افزار (SDK) طرف ثالث دارد. در بستر کپی‌رایت لایسنس نرم‌افزارهای متن-باز توسط الزامات قراردادی محدود می‌شود و این می‌تواند جلوی بهره‌برداری تجاری استارت‌آپ را از کد منبع اصلی یا ایجاد دسترسی عمومی را بگیرد.

یک استارت‌آپ باید تحلیل FTO را در هر منطقه جغرافیایی که محصولش قرار است تجاری سازی شود انجام دهد. زیرا حقوق دارایی فکری صرفاً در کشورها یا مناطقی معتبر هستند که آن‌ها را گرنٲ کرده است، تحلیل FTO ممکن است بعد از تجزیه و تحلیل خروجی متفاوتی در هر کشور تولید کند.

با توجه به تمامی دلایل فوق، به استارت‌آپ‌ها قویاً اجرای تحلیل FTO در اولین زمان ممکن در تمامی بازارهای سودآور و انجام آن قبل از تخصیص منابع قابل توجه برای توسعه یک محصول توصیه می‌شود. استارت‌آپ‌هایی که به این موضوع توجه نکنند احتمالاً پرداختی بیشتری برای دسترسی به فناوری، دعاوی ریسک و ضرر مرتبط با حسن شهرت می‌پردازند. استارت‌آپ‌هایی که فاقد منابع برای اجرای یک تحلیل FTO تمام مقیاس در همه بازارهای سودآور هستند ممکن است نیاز به اولویت‌بندی بازارها، ویژگی‌ها یا دارندگان پتنت مرتبط با بالاترین ریسک و مواردی از این دست داشته باشند.

خودداری از اتلاف زمان و منابع

بسیاری از استارت‌آپ‌ها خطای "دام عشق" را با ایده خودشان مرتکب می‌شوند و در بررسی اینکه آیا ایده شان در واقع جدید است یا نه ناکام می‌مانند. آن‌ها به طور ساده فرض می‌کنند که هیچ کس دیگر همان ایده یا نوعی از آن را نداشته است. چنین خوش‌خیالی می‌تواند محصول و استارت‌آپ را محکوم به شکست نماید. اگر دیگران همان ایده یا محصول مشابه را داشته اند و گام‌هایی را برای حفاظت از آن در بازارها برداشته اند که برای استارت‌آپ جذاب است، استارت‌آپ بطور موثری از ورود به آن بازارها منع خواهد شد.

بنابراین استارت‌آپ‌ها باید زحمت درک فضای رقابتی را بکشند. انجام چنین کاری اطلاعات حیاتی به آن‌ها خواهد داد و آن‌ها را قادر می‌سازد از عواقب غیر مترقبه پر هزینه و ناکامی پیشگیری نمایند. استارت‌آپی که خود را وقف مسابقه می‌کند باید بر تلاش‌های تحقیق و توسعه در حوزه دارای فرصت، چرخش یا ساختاردهی مجدد فرآیند توسعه خود در صورت ضرورت، سازگار کردن مدل کسب‌وکار، یافتن شرکا و رقبای احتمالی یا به سادگی رها کردن ایده خود تمرکز کند.

پایگاه‌های داده موجود به صورت عمومی منبع مهمی از اطلاعات هستند و می‌توانند به استارت‌آپ برای گرفتن این تصمیمات و خودداری از اشتباهات کمک کنند. تعدادی از پایگاه‌های داده پتنت که درخواست‌های پتنت و پتنت‌های گرن‌ت شده و همچنین علامت تجاری و پایگاه‌های داده طراحی را منتشر کرده اند به طور رایگان موجود هستند. آن‌ها منابع حیاتی از اطلاعات فنی، قانونی و کسب‌وکار هستند.

منابع برای مطالعه بیشتر

۱. شفاف کردن اینکه در یک تحلیل FTO درگیر با یک پتنت، ادعاها (بخش خاصی از سند پتنت هستند که دامنه قانونی یک پتنت را تعریف می‌کنند) موضوعی مهم است. اینکه موارد برای اهداف FTO چیست چیزی است که در آنجا و نه هر جای دیگر افشا شده است.

۲. "دارایی فکری و کسب‌وکار: راه‌اندازی یک محصول جدید: آزادی عمل" در WIPO Magazine، September ۲۰۰۵ مشاهده کنید.

www.wipo.int/wipo_magazine/en/05/2005/article_0006.html



استفاده از پایگاه داده‌های مالکیت فکری

استفاده از پایگاه‌های داده مالکیت فکری

همانطور که اشاره شد، هنگامی که استارت‌آپی تقاضانامه پتنت، علامت تجاری یا طرح صنعتی فایل می‌کند اداره مالکیت فکری منطقه‌ای یا ملی بعد از یک دوره زمانی وابسته به نوع مالکیت فکری و قوانین ناحیه قضایی آن تقاضانامه را برای عموم منتشر می‌کند. پایگاه‌های داده پتنت، علامت تجاری و طرح صنعتی اطلاعات مهم تجاری، صنعتی و حقوقی را به رایگان برای هر شخصی با دسترسی به اینترنت فراهم می‌کنند. این پایگاه‌های داده منابع مفیدی برای استارت‌آپ‌ها در طی طول عمر تجاری آن‌ها از بهره‌برداری تا مدیریت ریسک فراهم می‌آورند.

پایگاه داده پتنت

برای گرفتن پتنت، متقاضی باید اطلاعات مربوط به اختراع را به اندازه‌ای قابل درک برای یک فرد با مهارت در رشته افشا نماید. این اطلاعات در پایگاه‌های داده پتنت نگهداری می‌شوند و دارای ویژگی‌های زیر هستند:

- نگه‌داری جزئیات اطلاعات در مورد راه حل فنی
 - معمولا تنها منبع موجود از اطلاعاتی هستند که در هیچ کجای دیگر در دسترس نیست.
 - دامنه وسیعی از فعالیت‌های فنی و علمی را پوشش می‌دهند.
 - ورودی داده‌ها بر اساس سیستم طبقه بندی پتنت بین‌المللی طبقه بندی می‌شوند، بنابراین جستجو را تسهیل می‌کند.
- استارت‌آپ می‌تواند از پایگاه‌های داده‌ای که توسط اداره‌های ملی و محلی نگه‌داری می‌شود، پایگاه پتنت سازمان جهانی مالکیت فکری وایپو PATENTSCOPE، که مجموعه‌ای از پتنت‌های ملی و منطقه‌ای را فراهم می‌کند، به همراه سایر پایگاه‌های داده که توسط سازمان‌های منطقه‌ای ارائه شده مثل Espacenet، و یا پایگاه‌های داده فراهم کنندگان خصوصی مثل گوگل پتنت یا Lens.org استفاده کند.

فراهم کنندگان خدمات تجاری خصوصی همچنین خدماتی مثل توابع تحلیل یا سرچ‌های پیچیده را در ازای مبالغی فراهم می‌کنند. بعضی از شرکت‌های خصوصی ارائه دهنده خدمات غیر رایگان جستجوی پتنت عبارت است از

- ◉ Derwent Innovation
- ◉ Questel Orbit
- ◉ PatBase
- ◉ TotalPatentOne
- ◉ Ambercite
- ◉ PatSeer
- ◉ PatSnap
- ◉ WIPS Global
- ◉ East Linden

استارت‌آپ می‌تواند به این پایگاه‌های داده بصورت رایگان یا با هزینه کمتر در کشورهای واجد شرایط برنامه دسترسی به اطلاعات پتنت تخصصی وایپو (ASPI) دسترسی یابد. همچنین می‌توان از مزیت اداره‌های اختراع فراهم کننده خدمات رایگان یا با هزینه اندک استفاده کرد. نهایتاً استارت‌آپ‌ها در بعضی مناطق قادر هستند از خدمات مرکز پشتیبانی نوآوری و فناوری وایپو استفاده کنند. (TISC, www.wipo.int/tisc)

کنکاش در اطلاعات پایگاه داده‌های پتنت به استارت‌آپ در موارد زیر کمک می‌کند:

- ◉ از دوباره کاری تلاش‌های تحقیق و توسعه پیشگیری می‌کند.
- ◉ پتانسیل یک اختراع را از نظر واجد شرایط پتنت شدن ارزیابی می‌کند.
- ◉ از نقض پتنت طرف ثالث پیشگیری می‌کند.
- ◉ ویژگی رقابتی و ارزش منحصر به فرد اختراع خودش را ارزیابی می‌نماید.
- ◉ از فناوری‌های توصیف شده در تقاضانامه‌های گرنٲ نشده یا پتنت-هایی که در

- کشورهای مشخصی معتبر نیستند یا با تاریخ اعتبار منقضی شده بهره برداری می‌کند.
- اطلاعات ارزشمندی از فعالیت‌های نوآورانه و جهت‌گیری‌های تجاری رقبا جمع‌آوری بنماید.
- برنامه ریزی تصمیمات تجاری در خصوص لیسانس، همکاری فناورانه، ادغام و خرید شرکتها را بهبود می‌بخشد.

صنایع فناوری اطلاعات ویسپرا، شرکت سهامی تجارت داخلی و خارجی، ترکیه

بنیانگذاران: پرفسور دکتر آیتل ارچیل، دکتر بوراک آکیول

هسته اصلی مالکیت فکری:

- پتنت‌های گرنیت شده در ترکیه، انگلستان و ایالات متحده آمریکا
- علائم تجاری ثبت شده در هند، ترکیه، انگلستان و ایالات متحده آمریکا
- کپی راییت نرم افزار
- اسرار تجاری

وبسایت: www.vispera.co

محصول

شرکت ویسپرا خدمات تشخیص تصویری برای کالاهای تند مصرف ارائه می‌دهد. این شرکت از فناوری تشخیص تصویری برای گرفتن داده‌های خرده فروشی بصورت زمان واقعی و ارائه گزارش‌های تعویض محصولات در قفسه‌ها و کاهش گم شدن محصولات بدلیل کمبود یا ازدیاد اجناس در انبار استفاده می‌کند.

راهکارهای فعلی کنترل موجودی خرده فروشی اساساً بر پایش دستی، رهگیری انطباق پلانوگرام و کنترل موجودی انبار تمرکز دارند. این اندازه گیری‌ها هزینه‌بر، کند و اغلب نادقیق هستند. ویسپرا برآورد کرده است که راهکارهای این شرکت فروش را ۱۵-۱۸ درصد افزایش و هزینه را ۱۵ درصد کاهش می‌دهد.

مالکیت فکری، محصول و طراحی کسب‌وکار

توسعه طرح کسب‌وکار شامل یک مرحله مطالعه جامع پایگاه داده‌های مالکیت فکری برای تشخیص و نگاشت مناطق با فعالیت کم در حوزه پتنت بود. این موضوع خصوصا با توجه به باور آن‌ها به ارائه ارزش‌های بالقوه برای کسب‌وکار هدف گذاری شد.

استارت‌آپ از گرنت‌های مختلف دولتی برای تامین بخشی از هزینه‌های دو تقاضانامه مختلف پیمان همکاری پتنت PCT در طی مراحل اولیه توسعه استفاده کرد. هم‌بنیان‌گذاران با همکاری صندوق‌های تامین سرمایه خطر پذیر هزینه‌های عملیاتی، سایر تقاضانامه‌های مالکیت فکری و مسائل حقوقی و قانونی دیگر را تامین مالی کردند.

پرتفولیو مالکیت فکری ویسپرا برای استراتژی توسعه جهانی آن نقش تعیین کننده و حیاتی دارد. در کنار پتنت‌ها و علامت‌های تجاری، این شرکت کپی رایت در ترکیه، انگلستان و ایالات متحده آمریکا را تامین کرده است و همچنین شرکت توانسته حق ثبت علامت تجاری در هند، ترکیه، انگلستان و ایالات متحده را بدست آورد.

شرکت کپی رایت کد نرم‌افزاری را دارد و همچنین از اسرار تجاری و چگونگی انجام (Know-How) حفاظت می‌کند. در بعد جهانی شرکت ویسپرا انتظار دارد بتواند با لایسنس دارایی‌های فکری سهم آن را در فعالیت‌های کسب‌وکار افزایش دهد خصوصا با ارائه لیسانس نرم‌افزار کسب درآمد داشته باشد.

استفاده از داده‌های پتنت برای تحلیل چشم‌انداز

"نگاشت پتنت" یا "تحلیل چشم‌انداز پتنت" به جستجو و تحلیل سیستماتیک پتنت‌های موجود در یک حوزه فناوری مشخص اشاره دارد. نگاشت چشم‌انداز در یک حوزه فناوری، انواع راهکارهای فنی ممکن در دسترس و بازیگران پیشرو و در حال ظهور در آن حوزه را توصیف می‌کند. این تحلیل براساس جستجوی وضعیت دانش با استفاده از کلمات کلیدی و تخصصی، نشانه‌های طبقه‌بندی پتنت استخراج شده از طبقه‌بندی پتنت بین المللی (IPC) یا طبقه‌بندی پتنت همکاران (CPC) و مجموعه‌ای از عملگرهای جستجو جهت بهبود نشانه‌گذاری اهداف انجام می‌شود. این پروسه ترجیعی است. هنگامی که مجموعه داده‌ها نهایی شد، زمینه‌های مختلف پتنت می‌تواند تحلیل و نمایش داده شود. این تحلیل‌ها می‌تواند اطلاعات حیاتی کمی، کیفی و رقابتی برای استارت‌آپ‌ها، موسسه‌های تحقیقاتی و مواردی از این نوع فراهم آورد. نوع اطلاعاتی که باید تحلیل و نمایش داده شود، یا ارتباط بین آن‌ها بررسی گردد، براساس اهداف هر گزارش چشم‌انداز متفاوت است. (شکل ۸ را ببینید.)

تحلیل پتنت می‌تواند رنج وسیعی از اطلاعات را فراهم آورد. این اطلاعات شامل موارد زیر است:

🕒 روندهای فناوری در حوزه فناوری هدف: در دنیای پر سرعت ما، بعضی از فناوری‌ها به سرعت ناکارآمد می‌شوند درحالی که بعضی دیگر رشد انفجارگونه دارند. به عنوان نمونه هوش مصنوعی با افزایش دسترسی به مجموعه داده‌های عظیم به جلو می‌رود. اگر یک شرکت بتواند تشخیص دهد که یک فناوری در کجای منحنی S شکل قرار دارد و فناوری در کجا در حال بلوغ است می‌تواند استراتژی تجاری‌سازی و تمرکز فعالیت تحقیق و توسعه خود را ساختاردهی نماید. این اطلاعات همچنین به تشخیص قله فعالیت‌های ثبت اختراع کمک می‌کند. نواحی با فعالیت زیاد می‌تواند سبب سخت شدن ورود به بازار شود (اقیانوس سرخ) و نواحی با فعالیت ثبت اختراع کمتر می‌تواند نشان‌دهنده

رقابت با شدت کمتر باشد (اقیانوس آبی). استارت‌آپ‌ها علاقمند هستند بعضی از فرصت‌های نوید بخش را در حوزه‌هایی که به نسبت کمتر شناخته شده است بیابند. این حوزه‌ها به نام "فضاهای سفید" شناخته می‌شود و بعضی از انواع تحلیل‌ها و خدمات بر شناسایی این موارد تمرکز دارند.

❶ بازیگران فعال در حوزه: تحلیل داده‌های پتنت می‌تواند به شناسایی رهبران و تازه‌واردان، و همکاران و رقیبان بالقوه در یک حوزه کمک کند و چگونگی تکامل فعالیت‌های مرتبط با پتنت آن‌ها را آشکار سازد. وابستگی سازمانی مخترعین اصلی، ارتباطات احتمالی آن‌ها با اشخاص حقوقی و نحوه همکاری با مخترعین همکار با این نوع تحلیل روشن می‌شود. این اطلاعات نشان می‌دهد که در چه مواردی همکاری بین بازیگران صنعت، مراکز دانشگاهی، شرکت‌های زایشی دانشگاه‌ها و استارت‌آپ‌ها اتفاق افتاده است. به علاوه، اطلاعات مخترعین می‌تواند وابستگی سازمانی گذشته و حال و تحقیقات و همکاری‌های مشترک آن‌ها را آشکار سازد.



Source: PatSnap (www.patsnap.com).

شکل ۸. نقشه‌های فضای مفاهیم

گزارش‌های چشم انداز پتنت می‌تواند شامل نقشه فضای مفاهیم باشد. این نقشه‌ها میزان تکرار و تمرکز لغات و مفاهیم مشخص شناسایی شده در اسناد پتنت (مجموعه داده‌ها) را به تصویر می‌کشد. حوزه‌های با علاقه زیاد بصورت نواحی بالاتر یا قله‌ها به تصویر کشیده می‌شود که می‌تواند اشباع شده باشد. حوزه‌هایی که فعالیت کمتری دارند در بین قله‌ها قرار می‌گیرند و این "فضاهای سفید" مورد علاقه خاص استارت‌آپ‌هایی است که علاقه دارند وارد بازار شوند.

شرکت‌های متنوعی انواع مختلفی از نقشه‌های فضای مفاهیم را ارائه می‌دهند. بعضی از این شرکت‌ها در زیر آورده شده است:

- Derwent Innovation's Themescape
- PatSnap Landscape
- Orbit concept map

در شکل ۸ یک نمونه نشان داده شده است. بعضی از ابزارهای متن‌کاوی مانند Vantage Point و بعضی از ابزارهای متن باز مثل پایتون یا R اجازه انجام تحلیل‌های با فرم مشابه را می‌دهند.

پایگاه داده‌های علائم تجاری و طراحی

قبل از اینکه یک استارت‌آپ زمان و منابع را روی یک علامت تجاری رویایی که همه چیز را در خصوص محصولش دربر می‌گیرد صرف کند، بسیار حیاتی است که آنچه تحت نام جستجوی ترخیص علامت شناخته می‌شود، انجام شود. این موضوع جهت اطمینان از عدم ثبت یا عدم استفاده از علامت یکسان یا مشابه توسط شخص دیگری برای همان محصول یا شبیه آن، ضروری است. استارت‌آپ می‌تواند یک جستجوی ساده اینترنتی از طریق یک موتور جستجو برای بررسی استفاده از اسمی که در ذهن دارد شروع کند. جستجوی آتی در پایگاه داده‌های ملی یا منطقه‌ای و یا در پایگاه داده جهانی برند وایپو انجام شود. بسیار مناسب است که از کمک یک متخصص علائم تجاری استفاده شود. در خصوص طرح صنعتی، مشابه‌ها، بررسی ثبت طرح یکسان یا مشابه بسیار مهم است. پایگاه داده طراحی جهانی که توسط وایپو نگهداری می‌شود منبع مفیدی در خصوص این هدف است.

کپی رایت یا حق نشر

بررسی کپی رایت یک اثر تا حدودی سخت‌تر است زیرا همه کشورها پروسه حقوقی یکسانی برای ثبت کپی رایت ندارند و ثبت یک اثر داوطلبانه است. به هر حال، جستجوی آنلاین با تمرکز بر ایده‌های کسب‌وکار مرتبط با کسب‌وکارهای رقیب یا مشابه برای تشخیص مسئولیت‌ها و فرصت‌ها امکان‌پذیر است. همانطور که پیش از این بیان شد، کپی رایت یا حق نشر از نحوه بیان یک ایده حفاظت می‌کند و از خود ایده به تنهایی حفاظتی به عمل نمی‌آورد. در نتیجه به راحتی تهیه یک اثر اصیل مستقل طوری که بتواند نوآوری اثر تحت حفاظت کپی رایت را دور بزند امکان‌پذیر است. به عنوان نمونه، بخاطر اینکه کد یک نرم‌افزار می‌تواند به خروجی یکسان با روش‌های متفاوت برسد، نوشتن کد جدید بدون نقض حقوق طرف ثالث امکان‌پذیر است. همچنین بعضی مواقع گرفتن لیسانس برای توسعه یک ایده حول اثر موجود ممکن است.

یک مزیت رقابتی این است که اثر جدید راحت‌تر مورد استفاده قرار گیرد در نتیجه عملی‌تر و جذاب‌تر خواهد بود یا می‌تواند با بهره‌وری بیشتری به بازار عرضه شود.

نامهای دامنه

همانطور که پیشتر اشاره شد، استارت‌آپ بهتر است دسترسی به نام دامنه مطلوب خودش را بررسی کند. اگر جستجو نشان داد که در دسترس نیست، باید یک نام دامنه جایگزین انتخاب کند یا با مالک دامنه مطلوب برای خرید آن مذاکره کند. شرکتها همچنین می‌توانند نام دامنه مورد علاقه خود را اصلاح کنند یا سعی کنند آن را تحت سایر gTLD ها، شامل پسوندهای جدید، ثبت کنند. زیرا پسوندهای جدید و همچنین پسوندهای ccTLD کشورها بیشتر احتمال دارد در دسترس باشند. (برای اطلاعات بیشتر در خصوص نامهای دامنه قسمت تمایز محصول در بازار را ببینید.)

منابع برای مطالعه بیشتر

۱. www.wipo.int/directory/en/urls.jsp

۲. www.wipo.int/patentscope

۳. www.wipo.int/aspi

۴- برای مطالعه بیشتر در خصوص شناسایی و استفاده از اطلاعات حوزه عمومی به کتاب "شناسایی اختراعات در حوزه عمومی، راهنمای مخترعین و کارآفرینان" از انتشارات وایپو (۲۰۲۰) در لینک زیر مراجعه کنید:

https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/wipo_pub_1062.pdf

همچنین می‌توانید کتاب "استفاده از اختراعات در حوزه عمومی، راهنمای مخترعین و کارآفرینان" از انتشارات وایپو در لینک زیر را مشاهده کنید:

www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/wipo_pub_1063.pdf

۵- به "گزارش چشم انداز پتنت" در PATENTSCOPE وایپو در لینک زیر مراجعه کنید:

www.wipo.int/patentscope/en/programs/patent_landscapes

۶- منحنی فناوری S شکل نمایش گرافیکی از چرخه عمر یک فناوری مشخص است که ظهور، رشد، بلوغ و اشباع آن را به نمایش می‌گذارد.

۷- به پایگاه داده جهانی برند وایپو مراجعه کنید:

www.wipo.int/reference/en/branddb

۸- به پایگاه داده جهانی طراحی صنعتی وایپو مراجعه کنید:

www.wipo.int/reference/en/designdb

۹- به جدول داده‌های ثبت نام دامنه ICANN مراجعه کنید:

<https://lookup.icann.org/lookup>



ممیزی مالکیت فکری

ممیزی دارایی‌های فکری، مرور نظام مند دارایی‌های فکری است که مالکیت، استفاده یا خریداری آن برای کسب‌وکار است. ممیزی جهت ارزیابی مدیریت ریسک، مشکلات اصلاح، و پیاده‌سازی بهترین عملکرد در مدیریت دارایی‌های فکری انجام می‌شود. براساس مرور جامع دارایی‌های فکری شرکت، تفاهم نامه‌های مرتبط، رویه‌های پذیرش و خط مشی مربوط، ممیزی به یک شرکت کمک می‌کند تا :

- ❶ فهرست دارایی‌های فکری را جمع آوری یا بروز رسانی کند،
 - ❷ بررسی نماید که چگونه این دارایی‌های به کار برده می‌شوند یا استفاده می‌گردند،
 - ❸ تایید کند که آیا کسب‌وکار دارایی‌های فکری با مالکیت دیگری را استفاده می‌کند، و
 - ❹ نهایتاً به جمع بندی برسد که آیا استفاده شرکت از دارایی‌های فکری حقوق دیگران را نقض می‌کند و یا دیگران حقوق مالکیت فکری شرکت را نقض می‌کنند.
- چک لیست ساده شده ممیزی دارایی فکری در جدول ۲ ارائه شده است. شرکت می‌تواند با استفاده از این اطلاعات تعیین کند که چه عملی در رابطه با هر کدام از دارایی‌های فکری باید انجام شود تا به اهداف کسب‌وکار برسد.

در خصوص یک شرکت، ممیزی دارایی‌های فکری همزمان به عنوان یک رویه شرکت داری و برای رسیدن به اهداف خیلی مشخص در هنگام نیاز به درک وضعیت دارایی‌های فکری خودش مفید است. به عنوان مثال، استارت‌آپی که یک محصول یا خدمت نوآورانه توسعه داده است، ولی ممکن است که آن را به یک دارایی فکری تبدیل کرده باشد یا نه، می‌خواهد انتخابهای خودش را بفهمد. ممیزی به آن کمک خواهد کرد که تعیین نماید چگونه دارایی فکری استراتژی کسب‌وکار را پشتیبانی می‌کند، به ارزیابی توانایی رقابتی کمک کرده و ریسک را مدیریت می‌کند. ممیزی همچنین به استارت‌آپ‌ها برای مواجهه با سرمایه گذار آمادگی می‌دهد. سرمایه گذاران علاقمند هستند تا یک تصویر شفاف از وضعیت مالکیت فکری استارت‌آپ‌ها داشته باشند. به دلایل مشابه ممیزی هنگامی که یک استارت‌آپ خریداری می‌شود (در مرحله خروج) کمک کننده خواهد بود.

به علاوه ممیزی دارایی‌هایی که مستقیماً فعالیت‌های مرتبط با هسته اصلی کسب‌وکار را تحت تاثیر قرار نمی‌دهد، آشکار می‌کند. این دارایی‌ها می‌تواند لیسانس داده یا فروخته شود تا به خلق جریان درآمدی جایگزین منتهی شوند. همچنین ممیزی می‌تواند دارایی‌های زاید که نیاز به صرف هزینه اضافی نگهداری دارند شناسایی کند تا آن‌ها از پرتفولیو کنار گذاشته شوند.

اولین قدم در ممیزی دارایی‌های فکری شناسایی آن‌ها است. این قدم در ابتدا شامل شناسایی تمام دارایی‌های فکری است و سپس تمایز بین آن‌هایی که می‌تواند تحت قوانین مالکیت فکری حفاظت شوند. زیر شاخه‌های دارایی‌های فکری و مالکیت فکری بصورت کامل تمایز داده شوند زیرا آنچه در قوانین تعریف شده قابلیت حفاظت آتی خواهند داشت.

برای شروع براساس یک پروسه داخلی، استارت‌آپ باید وجه تمایز خودش را از رقبا پایش کند. به عنوان نمونه، آیا استارت‌آپ دارای رویه‌های با پایه‌گذاری مناسب برای مدیریت پروژه است، آیا دانش و تجربه کافی در نگهداری از مواد شیمیایی حساس دارد، و آیا از یک سیستم مدیریت ارتباط با مشتری (CRM) داخلی استفاده می‌شود؟ آیا دانش کارمندان نمایانگر یک دارایی فکری مهم برای شرکت است؟ برآورد چگونگی انجام (Know-How) کارکنان ممکن است سخت باشد. یک روش رهگیری توصیف شغلی کارکنان در برابر نیازمندی‌های موقعیت شغلی برای پایه‌گذاری ارزشی است که هر کدام از کارکنان به استارت‌آپ اضافه می‌کنند. این عمل می‌تواند با ثبت و ضبط رویه‌ها تکمیل شود (کتابچه‌های آزمایشگاه، خلاصه توصیفات پروژه، اسناد تحقیق و ...). این موارد به شرکت اجازه خواهد داد تا دارایی‌های فکری را به خدمت بگیرد و آن‌ها را داخلی‌سازی کند.

۱- چه دارایی‌های مبتنی بر مالکیت فکری بالقوه‌ای وجود دارد؟ ○ علائم، نام‌ها و برچسب‌هایی که برای شناسایی کالا و خدمات استفاده می‌شوند. ○ ایده‌های نوآورانه، راه‌های جدید انجام کارها، راهکارهای فنی ○ نوشته‌های خلاقانه، نرم‌افزارها، طنین‌های تجاری، کلیپ‌های ویدئویی و ... ○ بسته‌بندی جذاب، طراحی‌ها، اشکال متمایز و ... ○ اطلاعات داخلی کسب‌وکار، مانند: گزارش‌ها، تحلیل داده‌ها، اطلاعات بازاریابی، اطلاعات تولید، چگونگی انجام و چگونگی انجام ندادن، فهرست و اطلاعات مشتریان، راهنماهای طراحی و عملکرد، طراحی‌ها، نقشه‌ها، دیاگرام‌ها، ایده‌ها، فرمول و محاسبات، پروتوتایپ، دفتر یادداشت آزمایشگاه و آزمایش‌ها، اطلاعات تامین کنندگان و توزیع کنندگان، اطلاعات R&D، هزینه، قیمت، سود، داده‌های حاشیه سود و ضرر، پیش‌بینی‌ها و نقشه‌ها، محتوای تبلیغاتی، اطلاعات تامین مالی، بودجه بندی و پیش‌بینی، نرم‌افزار و کدهای منبع
۲- آیا این دارایی‌های فکری می‌تواند به عنوان اسرار تجاری، پتنت، علائم تجاری، نام دامنه، طراحی یا کپی رایت مورد حفاظت قرار گیرند؟
۳- آیا موضوع مالکیتی مطرح است؟ ○ آیا ایده توسط بنیان‌گذاران شرکت، توسط کارکنان در طی دوره استخدام، یا توسط پیمانکاران، توزیع‌کنندگان یا مشتریان توسعه داده شده است؟
۴- آیا تفاهم‌نامه‌هایی برای تعیین حدود مالکیت فکری وجود دارد؟ ○ آیا آن‌ها شرایطی برای تخصیص یا انتقال مالکیت حقوق مرتبط فراهم کرده‌اند؟
۵- در مواردی که تفاهم‌نامه‌ها وارد حقوق تحت پوشش نشده است، آیا قدم‌هایی برای تخصیص یا لیسانس آن به شرکت انجام شده است؟
۶- آیا موارد نقض وجود دارد؟ ○ آیا شرکت حقوق هیچ کدام از طرف‌های ثالث را نقض می‌کند؟ ○ آیا طرفین ثالث حقوق شرکت را نقض می‌کنند؟
۷- در مواردی که مالکیت با نقض اتفاق نیافتاده آیا: ○ قدم‌های لازم برای فایل کردن تقاضانامه علامت تجاری، نام دامنه، پتنت و طراحی برداشته شده است؟ ○ آیا هزینه‌های نگهداری این تقاضانامه‌ها یا دارایی‌ها موقع پرداخت شده است؟
۸- آیا تقاضانامه در همه کشورهای هدف فایل شده است؟
۹- آیا قدم‌های کافی برای نگهداری محرمانه اطلاعات رقابتی تجارت برداشته شده است؟ ○ در پیش گرفتن اقدامات حفاظتی، محدودسازی دسترسی به اطلاعات ○ امضای تفاهم‌نامه حفظ محرمانگی با کارمندان و طرف ثالث که امکان افشای اطلاعات نزد آن‌ها وجود دارد. ○ امضای تفاهم‌نامه عدم رقابت با کارکنان خروجی، در پیش گرفتن سیاست‌گذاری داخلی برای پیشگیری از افشای غیر عمدی
۱۰- چگونه دارایی‌های فکری ارزش به اهداف استراتژیک کسب‌وکار شرکت اضافه می‌کند؟ ○ آیا همه آن‌ها در هسته کسب‌وکار شرکت استفاده شده است؟ ○ آیا بهتر نیست بعضی آن‌ها را، با بخشیده و یا به روش دیگری بکار گرفته شود؟ ○ آیا امکان استفاده از آن‌ها برای جلب نظر سرمایه‌گذار، شرکا یا همکاران وجود دارد؟

برای اطلاعات بیشتر به IPR SME Helpdesk در سایت زیر مراجعه کنید:

www.southeastasiaiprhelpdesk.eu/sites/default/files/publications/EN_Audit.pdf

جدول شماره ۲. فهرست مواردی که در ممیزی مالکیت فکری باید در نظر گرفته شود.

با داشتن لیست دارایی‌های شناسایی شده که دارای مالکیت فکری هستند یا بالقوه امکان گرفتن آن وجود دارد، ممیزی وضعیت آن‌ها را مشخص می‌کند. اینکه کدام یک از دارایی‌های فکری تحت مالکیت شرکت هستند و آیا حقوق مرتبط با آن‌ها معتبر است؟ در مواردی که مالکیت دارایی فکری گرفته نشده است، آیا قدم‌های لازم برای کسب مالکیت یا گرفتن حق استفاده آن‌ها از طریق تفاهم‌نامه لیسانس برداشته شده است؟

اطلاعات جمع‌آوری شده طی این پروسه به استارت‌آپ کمک خواهد کرد نقاط ضعف در پروسه‌های داخلی را مشخص کند، تعیین کند که چه مقدار هزینه احتمالاً برای مدیریت بهتر نیاز است، میزان در معرض نقض بودن آن‌ها را روشن کند، و نهایتاً فرصت‌های همکاری را تشخیص بدهد.

بسیاری از استارت‌آپ‌های مبتنی بر مالکیت فکری در به روز نگه داشتن پرتفولیو دارایی‌های فکری گرفتار خطا می‌شوند. در نتیجه، مزیت رقابتی اولیه‌ی مبتنی بر حقوق مالکیت فکری خودشان را از دست می‌دهند. فرض کنید که یک محصول در ابتدا توسط پتنت حفاظت می‌شود. محصول موفق می‌شود. استارت‌آپ به نوآوری ادامه می‌دهد و نسل‌های بعدی محصول را با عملکردهای بهبود یافته مهمی عرضه می‌کند. اما در تامین حفاظت از حقوق مالکیت فکری برای آن بهبودهای ایجاد شده شکست می‌خورد و تنها بر پتنت اولیه تکیه می‌کند. در نتیجه محصولات جدیدتر شرکت داوطلب بالقوه برای کپی برداری خواهند شد که رقبا را قادر می‌سازد مزیت بازار استارت‌آپ را به چالش بکشند. استراتژی مدیریت مالکیت فکری استارت‌آپ همیشه باید براساس استراتژی نوآوری آن تکامل یابد. استارت‌آپ‌ها بصورت دوره‌ای بهتر است یک ممیزی مالکیت فکری ترتیب بدهند تا وضعیت دارایی‌های فکری آن‌ها مشخص شود و از حفاظت کافی، متناسب و به روز از مالکیت فکری اطمینان حاصل کنند.

منابع برای مطالعه بیشتر

۱- برای انجام خود ارزیابی مالکیت فکری سایت زیر را ببینید:

www.wipo.int/ipdiagnostic

۲- مازول ۱۰ مجموعه ممیزی IP از انتشارات وایپو را مشاهده کنید:

www.wipo.int/export/sites/www/sme/en/documents/pdf/ip_panorama_10_earning_points.pdf



پیوست ۱: فراهم کنندگان خدمات

با توجه به محدودیت منابع، یک استارت‌آپ معمولاً قادر به تامین مشارکت فراهم‌کنندگان خدمات واجد شرایط نیست. اکثر استارت‌آپ‌ها حتی نسبت به نیاز به کمک بیرونی ناآگاه هستند یا نمی‌توانند مخارج آن را تامین کنند. بنیانگذاران تمایل به نادیده گرفتن نیاز دارند یا سعی می‌کنند که شکاف را خودشان پر کنند. بطور معمول، استارت‌آپ‌ها در دو حوزه کلیدی تمایل ندارند تا حمایت مورد نیاز را کسب کنند: توصیه‌های حقوقی و حمایت‌های مرتبط با مالکیت فکری. اگرچه متأسفانه راه حل آسانی برای حل این مشکل وجود ندارد، وقتی استارت‌آپی بداند چه زمانی نیاز به کمک دارد تمایل به یافتن راه حل‌های موقت بیشتر می‌شود. بنیانگذاران بهتر است در مورد دسترسی به شتاب‌دهنده‌های محلی و برنامه‌های مراکز رشد تحقیق کنند، اگر از مراکز آکادمیک هستند، بدنبال توصیه‌های ادارات انتقال فناوری (TTO) باشند و یا حداقل در جستجوی ارائه‌دهندگانی که خدمات پایه‌ای حمایتی را بصورت رایگان یا با هزینه قابل قبول ارائه می‌دهند بگردند. استارت‌آپ‌های در مرحله سرمایه‌گذاری بهتر است یک خط بودجه‌ای برای استخدام فراهم‌کنندگان خدمات خارج از استارت‌آپ به همراه هزینه‌های مرتبط با تمدید و نگهداری مالکیت و دارایی‌های فکری در نظر بگیرند. اکثریت صندوق‌های تامین سرمایه خطر پذیر اینگونه هزینه‌های مصرفی را به چالش نمی‌کشند زیرا به وضوح ارزش حیاتی توصیه‌های رقابتی را تشخیص می‌دهند.

استارت‌آپ‌ها ممکن است برای نگارش تقاضانامه پتنت، نگارش اسناد حقوقی تاسیس، یا به سادگی برای تهیه یک مدل کسب‌وکار مناسب رشد و ترقی نیاز به توصیه‌هایی داشته باشند. بعضی سازمانها از کارآفرین‌ها در مراحل اولیه حمایت می‌کنند هرچند در همه جاها اینگونه سازمانها تاسیس نشده است.

شتاب‌دهنده‌ها

معمولاً شتاب‌دهنده‌ها سازمانهای انتفاعی هستند که به استارت‌آپ‌ها برای "شتاب دادن" به رشد کسب‌وکارشان کمک می‌کنند. شتاب‌دهنده‌ها خدمات منتورینگ، ساختن

ظرفیت و در موارد مشخصی مقداری سرمایه گذاری در ازای سهم کوچکی از کسب‌وکار ارائه می‌دهند. شتاب‌دهنده‌های برتر بسیار رقابتی هستند و متقاضیان باید رویه تقاضای سخت و خیلی دقیقی را طی کنند. هدف یک شتاب‌دهنده آماده‌سازی استارت‌آپ برای دریافت سرمایه از سرمایه‌گذاران خطر پذیر است. در اقتصادهای در حال ظهور، دانشگاه یا شتاب‌دهنده‌های پارک فناوری در نقش شتاب‌دهنده‌ها قدم گذاشته‌اند، و بسیاری از آن‌ها تمرکز بخشی مثل علوم زیستی، فناوریهای سبز و ... دارند. یک شتاب‌دهنده مناسب و خوب خدمات منتورینگ یا کارکنانی با تخصص در صنایع مشخص و متخصصان حقوقی یا مالکیت فکری که قادر به کمک به استارت‌آپ در مذاکره در چالشهای مختلف اشاره شده، ارائه خواهد داد. بیشتر شتاب‌دهنده‌ها شعبه‌های اداری در کشورهای مختلف دارند و می‌توانند یک سکوی پرتاب برای استارت‌آپ‌هایی که امید به ورود به بازارهای بین‌المللی دارند، فراهم کنند.

مراکز رشد

حامی مراکز رشد معمولاً یک دانشگاه، صندوق سرمایه‌گذاری خطر پذیر یا یک شرکت است. اینها معمولاً به صورت غیر انتفاعی اداره می‌شوند، هر چند بعضی ممکن است حق اختیار آینده برای داشتن سهام در استارت‌آپ طلب کنند. اکثر مراکز رشد استارت‌آپ‌ها را در مراحل ابتدایی پذیرش خواهند کرد، حتی اگر از نظر حقوقی ثبت نشده باشند، این موضوع اجازه می‌دهد تا بنیانگذاران ایده کسب‌وکار خودشان را بررسی عمیق کنند و از مرحله رشد با یک استراتژی و مدل کسب‌وکار واضح و روشن خارج شوند. یک مرکز رشد مناسب و خوب، مثل یک شتاب‌دهنده مناسب، خدمات منتورینگ برای کمک به ساختاربندی مدل کسب‌وکار، پیگیری مالکیت فکری و سایر مسائل قانونی ارائه خواهد داد، و اطلاعات مفیدی برای بنیانگذاران فراهم می‌کند.

اداره مدیریت فناوری (TMO)

این اداره همچنین به نام اداره انتقال فناوری (TTO) یا اداره مدیریت دانش هم شناخته

می‌شود که در دانشگاه‌ها یا مراکز تحقیقاتی فعالیت می‌کنند. مدل اداره مدیریت فناوری از کشوری با کشور دیگر بسیار متفاوت است. در هر حال، هدف اصلی آن‌ها انتقال مالکیت فکری (معمولاً پتنت‌هایی که در دانشگاه وجود آمده) به صنعت از طریق لایسنس دادن و ایجاد درآمد برای دانشگاه است.

از دیدگاه نظری، یک اداره مدیریت فناوری (TMO) همچنین انتقال مالکیت فکری به یک استارت‌آپ یا یک شرکت برآمده از دانشگاه را مدیریت خواهد کرد، اما در اینجا نیز روش شناسی و اهداف TMOها بسیار تفاوت دارد. هدف بعضی از TMOها پرورش کارآفرینی دانشگاهی و پرکردن نقش شتاب‌دهنده‌ها و مراکز رشد بصورت موثر است. بعضی دیگر به دنبال بهره‌برداری بیشترین ارزش از سبد دارایی‌های فکری خودشان هستند و ممکن است حقوق ویژه‌ای برای شرکتهای برآمده از دانشگاه در نظر نگیرند. بصورت کلی، کارکنان TMO در زمینه مسائل مرتبط با مالکیت فکری تخصص دارند و TMO ممکن است بخواهد فایل کردن پتنت و هزینه‌های آن را برای استارت‌آپ مدیریت کند و در بعضی موارد سهم کوچکی از سهام را در ازای هزینه‌های پتنت، یا اختیار خرید سهام، و یا پرداخت هزینه‌های پتنت توسط استارت‌آپ بعد از سوددهی را طلب کند.

دولت، سازمانهای غیر دولتی و برنامه‌های حمایتی بین المللی

اکثر دولتها برنامه‌های حمایتی جذابی برای شکوفایی کارآفرینی و نوآوری فراهم می‌کنند. بعضی سرمایه پیش بذری کمی برای توانمندسازی استارت‌آپها در شروع ارائه می‌دهند. بعضی از دولتها نیز تحت شرایط مشخصی گرنت اهدا می‌کنند تا هزینه‌های گرفتن پتنت را پوشش بدهند. اکثر اداره‌های ملی اختراع یک میز کمک دارند تا مسیر حفاظت مالکیت فکری و روند تقاضانامه را شرح و توضیح دهند. بعضی از بنیادهای بین المللی خدمات شتابدهی و مرکز رشد در زمینه‌های مختلف مورد علاقه خودشان در فناوری یا بخشهای بازار فراهم می‌کنند. نهایتاً، اکثر سازمانهای بین المللی بدون هیچ هزینه‌ای اطلاعات مورد نیاز، دسترسی به شبکه‌ای از متخصصات واجد شرایط، دسترسی به پایگاههای اطلاعات مفید و اطلاعاتی در خصوص تجربیات بین المللی موفق ارائه می‌کنند. (پیوست ۲)

منابع و مراجع

1. WIPO (2006). Creative Expression: An Introduction to Copyright and Related Rights for Small and Medium-sized Enterprises. Intellectual Property for Business Series no. 4.

www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/sme/918/wipo_pub_918.pdf

2. WIPO (2015) Successful Technology Licensing.

https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/licensing/903/wipo_pub_903.pdf

3. WIPO (2017). Making a Mark - An Introduction to Trademarks for Small and MediumSized Enterprises. Intellectual Property for Business Series no. 1.

www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/wipo_pub_1_900.pdf

4. WIPO (2018). Inventing the Future – An Introduction to Patents for Small and Medium sized Enterprises. Intellectual Property for Business Series no. 3.

www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/wipo_pub_1_917.pdf

5. WIPO (2019). In Good Company: Managing Intellectual Property Issues in Franchising. Intellectual Property for Business Series no. 5.

https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/sme/1035/wipo_pub_1035.pdf

6. WIPO (2019). Looking Good: An Introduction to Industrial Designs for Small and Mediumsized Enterprises. Intellectual property for Business Series no. 2.

www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/wipo_pub_1_498.pdf

7. WIPO (2020). Identifying Inventions in the Public Domain – A Guide for Inventors and Entrepreneurs.

www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/wipo_pub_1062.pdf

8. WIPO (2020). Using Inventions in the Public Domain – A Guide for Inventors and Entrepreneurs.

www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/wipo_pub_1063.pdf

9. WIPO Academy. Distance learning program.

www.wipo.int/academy/en

10. WIPO Global Brand Database.

www.wipo.int/reference/en/branddb

11. WIPO Global Design Database.

www.wipo.int/reference/en/designdb

12. WIPO Green Licensing Check List.

www3.wipo.int/wipogreen/en/network/index.html#licensing

13. WIPO Inventor Assistance Program (IAP).

www.wipo.int/iap

14. WIPO IP Diagnostics.

www.wipo.int/ipdiagnostic/

15. WIPO IP for Business website.

www.wipo.int/sme/en

16. WIPO IP PANORAMA.

www.wipo.int/sme/en/multimedia



17. WIPO Lex Database Search.

<https://wipo.lex.wipo.int/en/main/legislation>

18. WIPO Patent Landscape Reports.

www.wipo.int/patentscope/en/programs/patent_landscapes

19. WIPO PATENTSCOPE database.

www.wipo.int/patentscope

20. WIPO Technology and Innovation Support Centers (TISCs).

www.wipo.int/tisc

21. WIPO Universities and Intellectual Property.

www.wipo.int/about-ip/en/universities_research

22. WIPO Website. www.wipo.int

23. WIPO and the International Chamber of Commerce (2012). Making Intellectual Property Work for Business - A Handbook for Chambers of Commerce and Business Associations Setting Up Intellectual Property Services.

www.wipo.int/publications/en/details.jsp?id=295&plang=EN

24. WIPO and the International Trade Center (2003). Marketing Crafts and Visual Arts: The Role of Intellectual Property.

www.wipo.int/publications/en/details.jsp?id=281&plang=EN



25. WIPO (2003). Secrets of Intellectual Property: A Guide for Small and Medium-sized Exporters.

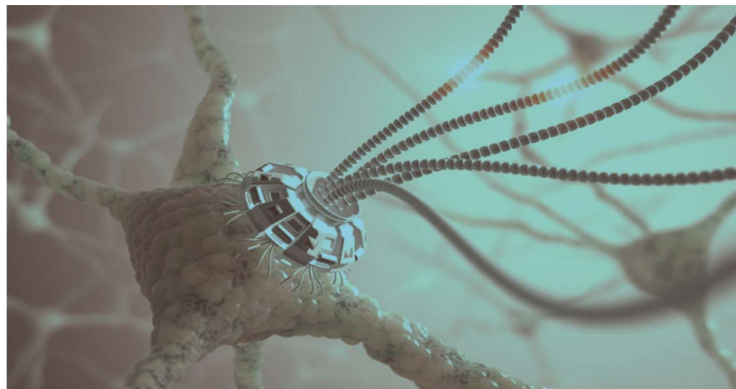
www.wipo.int/publications/en/details.jsp?id=294&plang=EN

26. WIPO (2005). Exchanging Value, Negotiating Technology Licensing Agreements - A Training Manual.

www.wipo.int/publications/en/details.jsp?id=291&plang=EN

اختراع آینده

مقدمه ای بر پتنت برای بنگاه های اقتصادی کوچک و متوسط



مترجمان

سالار بصیری

کارشناس ارشد مهندسی مکانیک

ایمان لطفی

دانشجوی دکتری مدیریت تکنولوژی

در اقتصاد دانش محور و دانش بنیان امروزی شرکتها باید بصورت مداوم و پیوسته در حال نوآوری و ارائه ایده ها و راهکارهای جدید و نوآورانه باشند تا بتوانند نه تنها در رقابت در اقیانوس سرخ پیشرو باشند بلکه با ارائه محصولات و خدمات کاملا جدید وارد بازار نامحدود اقیانوس آبی شده و دست به خلق و ایجاد تقاضا بزنند.

این ایده های نوآورانه و راهکارهای جدید می توانند به کمک سیستم پتنت تحت حمایت قانونی قرار بگیرند. راهنمای حاضر یکی از معتبرترین و پر استنادترین منابع منتشر شده توسط سازمان جهانی مالکیت فکری WIPO است که در سال ۲۰۱۸ منتشر شده است و سیستم پتنت را به خوانندگان بصورت جامع معرفی می کند. با مطالعه این کتاب خوانندگان می توانند با درک کاملی از فرآیند گرفتن پتنت تصمیم بگیرند که چگونه از آن استفاده کنند و در استراتژی کسب و کار خود بصورت ساده و عملی بکار ببرند.

مطالعه این کتاب به شرکتهای دانش بنیان، فناور، استارتاپ ها، شرکتهای کوچک و متوسط SME ها و مخترعین مستقل علاقمند به مالکیت فکری، اختراع و سیستم پتنت که به دنبال خلق ارزش بیشتر از نتیجه زحمات و فعالیتهای فناورانه و نوآورانه خودشان هستند برای رسیدن به درک کاملی از فرایندها و قوانین مشترک بین المللی توصیه می شود.

رهسا®

شرکت **راهکار هوشمند سرزمین ایده** در سال ۱۳۹۲ توسط **سالار بصیری** در شهر تهران تاسیس شد. هدف از تاسیس این شرکت ارائه خدمات تحقیق و توسعه محصولات مبتنی بر **فناوری های پیشرفته** با بهره گیری از علوم و فناوری های روز دنیا در جهت پاسخ به نیاز صنایع و دانشگاه ها و طراحی و ساخت محصولات **Hi-Tech** مورد نیاز سازمان ها، شرکتها و استارتاپ ها است. این شرکت در سال ۱۳۹۸ با محصول **اپتیکال مپینگ** توسط معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری **دانش بنیان** شده است.



قیمت ۳۲۰۰۰ تومان

ISBN: 978-622-288-259-4



بسم الله الرحمن الرحيم

اختراع آینده

مقدمه ای بر پتنت برای بنگاه های اقتصادی کوچک و متوسط

مترجمان

سالار بصیری

کارشناسی ارشد مهندسی مکانیک

ایمان لطفی

دانشجوی دکتری مدیریت تکنولوژی

عنوان و نام پدیدآور	: اختراع آینده: مقدمه‌ای بر پتنت برای پنگاه‌های اقتصادی کوچک و متوسط / سازمان جهانی مالکیت معنوی؛ مترجمان سالار بصیری، ایمان لطفی؛ ویراستار اکرم قدبیگی.
مشخصات نشر	: تهران: زرنوشت، ۱۴۰۰.
مشخصات ظاهری	: ۸۸ ص: مصور، جدول.
شابک	: ۹۷۸-۶۲۲-۲۸۸-۲۵۹-۴
وضعیت فهرست نویسی	: فیپا
یادداشت	: عنوان اصلی Inventing the Future - An Introduction to Patents for Small and Medium-sized Enterprises.
یادداشت	: کتاب حاضر قبلاً با همین عنوان و همین مترجمان توسط انتشارات درخت بلورین در سال ۱۴۰۰ فیپا دریافت کرده است.
عنوان دیگر	: مقدمه‌ای بر پتنت برای پنگاه‌های اقتصادی کوچک و متوسط.
موضوع	: ثبت اختراعات (حقوق بین‌الملل) Patents (International law) مالکیت معنوی (حقوق بین‌الملل) Intellectual property (International law) ثبت اختراعات -- قوانین و مقررات Patent laws and legislation
شناسه افزوده	: بصیری، سالار، ۱۳۶۳- مترجم
شناسه افزوده	: لطفی، ایمان، ۱۳۶۳- مترجم
شناسه افزوده	: سازمان جهانی مالکیت معنوی
شناسه افزوده	: World Intellectual Property Organization
رده بندی کنگره	: K۱۵۱۷
رده بندی دیویی	: ۳۴۶/۰۴۸۶
شماره کتابشناسی ملی	: ۸۷۰۳۰۰۵
اطلاعات رکورد کتابشناسی	: فیپا



انتشارات زرنوشت

تهران، میدان انقلاب، خیابان کارگر جنوبی،
کوچه مهدی‌زاده، شماره ۲۷، واحد ۱۹
تلفن: ۰۹۰۲۴۸۶۸۹۵۶ - ۶۶۴۷۹۶۱۵
www.zarnevesht.com

اختراع آینده

مقدمه‌ای بر پتنت برای پنگاه‌های اقتصادی کوچک و متوسط

سازمان جهانی مالکیت معنوی

مترجمان: سالار بصیری، ایمان لطفی

• چاپ اول: ۱۴۰۰ • شمارگان: ۵۰۰ نسخه • ناشر: زرنوشت

شابک: ۹۷۸-۶۲۲-۲۸۸-۲۵۹-۴

قیمت: ۳۲۰,۰۰۰ ریال

کلیه حقوق مادی و معنوی این ترجمه متعلق به مترجمان است، انتشار مطالب برای مصارف آموزشی و پژوهشی با ذکر منبع مجاز است. هرگونه استفاده دیگر منوط به اخذ موافقت نامه کتبی از مترجمان خواهد بود.

این کتاب ترجمه‌ای است از:

Inventing the Future

An Introduction to Patents
for Small and Medium-sized Enterprises



Intellectual Property
for Business Series
Number 3



The Secretariat of WIPO assumes no liability or responsibility with regard to the transformation or translation of the original content

دبیرخانه وایپو هیچگونه مسئولیتی در خصوص ترجمه و تبدیل محتوای اصلی ندارد.

۹ مقدمه

۱۱ پتنت

۱. پتنت چیست؟ ۱۲
۲. اختراع چیست؟ ۱۴
۳. چرا باید به فکر پتنت کردن اختراعات بود؟ ۱۴
۴. برای حفاظت از دارایی‌های کسب و کار چه ابزار قانونی دیگر وجود دارد؟ ۱۷
۵. آیا برای اختراعی که قابلیت پتنت دارد باید اقدام نمود؟ ۱۸
۶. چه چیزی می‌تواند پتنت شود؟ ۲۱
۷. موضوع قابل پتنت چیست؟ ۲۲
۸. چگونه در مورد جدید و بدیع بودن اختراع قضاوت می‌شود؟ ۲۳
۹. اختراع چه زمانی دارای «گام ابتکاری» است؟ ۲۴
۱۰. «دارای کاربرد صنعتی» چیست؟ ۲۴
۱۱. الزام افشا چیست؟ ۲۴
۱۲. چه حقوقی به پتنت‌ها اعطا می‌شوند؟ ۲۵
۱۳. مخترع کیست و چه کسی حق مالکیت را بر پتنت دارد؟ ۲۶

۲۹ نحوه گرفتن پتنت

۱۴. از کجا باید شروع کنید؟ ۳۰
۱۵. جستجوی دانش پیشین را چگونه و کجا انجام می‌دهید؟ ۳۱
۱۶. چگونه برای حمایت تحت پتنت درخواست می‌دهید؟ ۳۳
۱۷. چقدر هزینه برای پتنت کردن اختراع صرف می‌شود؟ ۳۶
۱۸. چه زمانی باید پتنت فایل شود؟ ۳۷

۱۹. محرمانه نگه داشتن اختراع قبل از فایل تقاضانامه پتنت چقدر اهمیت دارد؟... ۳۸
۲۰. دوره ارفاقی چیست؟..... ۳۹
۲۱. ساختار تقاضانامه پتنت چگونه است؟..... ۴۱
۲۲. ثبت پتنت چه مدت طول می کشد؟..... ۴۳
۲۳. حمایت از پتنت چه زمانی آغاز می شود؟..... ۴۴
۲۴. حمایت از پتنت چه مدت ادامه خواهد داشت؟..... ۴۴
۲۵. آیا برای فایل تقاضانامه پتنت نیاز به کارگزار است؟..... ۴۵
۲۶. آیا امکان حمایت چندین اختراع از طریق یک تقاضانامه هست؟..... ۴۶

پتنت گرفتن در خارج از کشور ۴۹

۲۷. چرا باید درخواست پتنت خارج از کشور داشته باشیم؟..... ۵۰
۲۸. چه زمانی برای کسب حمایت پتنت خارج از کشور اقدام می کنید؟..... ۵۰
۲۹. کجا برای حفاظت از اختراع مناسب است؟..... ۵۲
۳۰. چگونه برای تقاضانامه حمایت از اختراع در خارج کشور اقدام می شود؟..... ۵۲

تجاری سازی فناوری پتنت شده ۵۷

۳۱. چگونه فناوری پتنت شده تجاری سازی می شود؟..... ۵۸
۳۲. چگونه محصول پتنت شده به بازار عرضه می شود؟..... ۵۸
۳۳. آیا پتنت را می توان فروخت؟..... ۵۹
۳۴. چگونه پتنت لایسنس می شود؟..... ۵۹
۳۵. چه مقدار می توان انتظار نرخ حق امتیاز داشت؟..... ۶۱
۳۶. تفاوت بین لایسنس انحصاری، غیرانحصاری و تکی چیست؟..... ۶۱
۳۷. لایسنس انحصاری یا غیرانحصاری کدام برای پتنت بهتر است؟..... ۶۲
۳۸. چه زمانی برای لایسنس دادن اختراع مناسب است؟..... ۶۲
۳۹. چگونه می توان اجازه استفاده از پتنت رقبا را بدست آورد؟..... ۶۳

۶۵ اعمال حقوق پتنت

۴۰. چرا باید حقوق مرتبط با پتنت اعمال شود؟ ۶۶
۴۱. چه کسی مسئول اعمال حقوق پتنت است؟ ۶۷
۴۲. اگر پتنت بدون اجازه استفاده شود چه می کنید؟ ۶۸
۴۳. گزینه های توافق در خصوص ادعای نقض خارج از دادگاه چیست؟ ۶۹

۷۱ ضمائم

- پیوست ۱ - وب سایت های مفید برای اطلاعات بیشتر ۷۲
- پیوست ۲ - واژه نامه ۷۳
- پیوست ۳ - سوء تفاهم ها و افسانه ها درباره پتنت ۸۳

معرفی مترجمان

سالار بصیری مدیرعامل شرکت رهسا و متولد ۱۳۶۳ در شهر تهران است. ایشان اولین اختراع خودش را در سال ۰۸۳۱ با عنوان متر لیزری انجام داد و برگزیده جشنواره جوان خوارزمی در سالهای ۰۸۳۱ و ۱۳۸۳ هستند. پژوهشگر برگزیده استان گیلان و دانشگاه گیلان در سالهای ۱۳۸۶ تا ۱۳۸۸ حاصل ارائه بیشتر از ۲۰ مقاله علمی و پژوهشی داخلی و بین المللی و طراحی و اجرای پروژه های آزمایشگاهی و دانشگاهی متعدد است که در کارنامه فعالیت های علمی و پژوهشی ایشان دیده می شود. ایشان در سال ۱۳۸۹ در مقطع کارشناسی ارشد مهندسی مکانیک از دانشگاه گیلان فارغ التحصیل شدند و سپس در سال ۱۳۹۲ شرکت دانش بنیان راهکار هوشمند سرزمین ایده ، رهسا ، را تأسیس کردند. کسب گواهینامه های دوره های مالکیت فکری سازمان جهانی مالکیت فکری WIPO همچون دوره نگارش پتنت، دوره پیشرفته جستجوی اطلاعات پتنت، دوره اصول مالکیت فکری، دوره ثبت علائم تجاری از طریق پیمان مادرید و دوره پیمان همکاری ثبت اختراع PCT بخشی از رزومه ایشان در زمینه مالکیت فکری و اختراع است. نگارش و ثبت دو تقاضانامه بین المللی پتنت PCT، ثبت ۴ اختراع ملی ، ثبت دو برند ملی و گرفتن جوایز متعدد بین المللی مسابقات اختراعات از کشورهای سوئیس، آمریکا، آلمان، ترکیه، کرواسی، لهستان و کانادا بخش دیگری از رزومه ایشان است .

ایمان لطفی متولد سال ۱۳۶۳ از خطه جنوب غرب کشور فعال اکوسیستم استارتآپی و پژوهشگر حوزه فناوری های دیجیتال، دانش آموخته مترجمی زبان انگلیسی در مقطع کارشناسی و مدیریت تکنولوژی در گرایش های انتقال فناوری و تحقیق و توسعه در مقاطع تحصیلات تکمیلی می باشد. همچنین ایشان برگزیده رویدادهای علمی، دارای سوابق تألیف مقالات و ترجمه کتب و پژوهشگری در پروژه های ملی و استانی در حوزه مدیریت می باشد. حوزه های مورد علاقه ایشان مشاوره به استارتآپ ها و شرکت های دانش بنیان در زمینه های استراتژی و مدل های توسعه کسب و کار می باشد

مقدمه مترجمان

صاحب‌نظران و سازمان‌های بین‌المللی اکثراً بر این نکته تأکید دارند که زیربنای اقتصاد دانش بنیان مالکیت فکری است. در حقیقت به همان اندازه که انتشار مقالات علمی در گسترش دانش موثر است، مالکیت فکری و خصوصاً اختراع و پتنت در گسترش فناوری تأثیرگذار است. پتنت را می‌توان جبران‌کننده تلاش شرکت‌ها و مخترعان مستقل در ازای سرمایه‌گذاری منابع محدود بر گسترش فناوری و ارائه راه حل‌های نوآورانه برای مشکلات دانست. بدون سیستم حمایت از اختراع و پتنت مطمئناً سرمایه‌گذاری شرکت‌ها در گسترش مرزهای فناوری توجیه ندارد. سیستم پتنت پایه‌گذار مبانی حقوقی و قانونی حمایت از فناوری و نوآوری و یکی از مهمترین منابع دانش فنی بشر است، بطوری که درصد قابل ملاحظه‌ای از دانش فنی طبقه بندی شده تنها در اسناد پتنت منتشر می‌شود.

با توجه به اهمیت پتنت در گسترش اقتصاد دانش بنیان و لزوم دسترسی بازیگران اصلی اکوسیستم نوآوری و فناوری کشور به منابع معتبر و قابل اعتماد جهانی، مترجمان تصمیم گرفتند با ترجمه کتاب حاضر که یکی از کتابهای معتبر منتشر شده توسط سازمان جهانی مالکیت فکری است، گامی کوچک در جهت گسترش فرهنگ و دانش مالکیت فکری بردارند. این کتاب بصورت خلاصه اکثر مطالب مرتبط با پتنت را به خواننده منتقل می‌کند و نه تنها می‌تواند نقطه شروعی برای ورود به دنیای مالکیت فکری و پتنت باشد بلکه مطالب مفیدی برای استفاده افراد با تجربه تر هم ارائه می‌دهد. همچنین به خواننده کمک می‌کند تا هنگام مشاوره و کسب نظر متخصصان این حوزه سوالات مناسب بپرسد. در ترجمه کتاب سعی شده است تا بیشترین وفاداری به متن اصلی حفظ شود و با توجه به تخصصی و نو بودن دانش مالکیت فکری کمترین دخل و تصرفی در مطالب صورت نگیرد.

مترجمان از هرگونه انتقاد و پیشنهادی در جهت کاملتر شدن مطالب ارائه شده و تصحیحات استقبال می‌کنند. لطفاً نظرات خود را به ایمیل مترجمان ارسال بفرمایید.



آذر ۱۴۰۰ - تهران - ایران

سالار بصیری ، salarbasiri.smart@gmail.com

ایمان لطفی ، im.lot_i63@gmail.com

مقدمه

این کتاب سومین اثر، از سری راهنماهای مالکیت فکری برای کسب و کارها است که به پتنت به عنوان ابزاری حیاتی جهت فعال سازی شرکت‌ها، در راه رسیدن به حداکثر سود از ایده‌های فناورانه جدید تمرکز نموده است.

مدیریت منابع دانش، خصوصاً ایده‌ها و مفاهیم نو در توانایی بنگاه‌های اقتصادی برای تغییر، سازگاری و کسب فرصت‌های جدید در محیط رقابتی کسب و کار با تغییرات سریع امری ضروری است.

در اقتصاد دانش محور امروز، تقریباً هر بنگاهی که بر بهبود نیازمندی‌های فناورانه تکیه دارد باید پتنت را عامل کلیدی در استراتژی کسب و کار خود مد نظر بگیرد. این راهنما به زبان ساده و کاربردی فواید سیستم پتنت را برای همه بنگاه‌ها توضیح می‌دهد. در ضمن توصیه می‌کند وقتی به دنبال حفاظت، بهره‌برداری و الزام پتنت هستید با کارشناس آن مشورت کنید. این راهنما با ارائه اطلاعات کاربردی و لازم برای درک مبانی پتنت، کمک می‌کند تا هنگام مشاوره با کارشناس سؤال‌های صحیح بپرسید.

بنگاه‌های کوچک و متوسط (SME) ها، به استفاده از راهنمای حاضر جهت یکپارچه کردن فناوری و راهبردهای پتنت در استراتژی‌های کلان کسب و کار، بازاریابی و صادرات خود تشویق می‌شوند. سازمان جهانی مالکیت فکری (WIPO) از بازخورد راهنما، برای بهبود آن استقبال می‌کند تا بدین وسیله نیازهای در حال ظهور شرکت‌های SME در سرتاسر جهان را بهتر محقق نماید.

این کتاب معرفی کلی از پتنت ارائه می‌دهد و برای سایر منابع WIPO ارجاع شده در متن می‌توانید به آدرس وب سایت www.wipo.int/publications و منبع یادگیری الکترونیک IP PANORAMA در سایت ww.wipo.int/sme/en/multimedia مراجعه کنید. همه منابع موجود به صورت رایگان در دسترس هستند. با این وجود نه کتاب حاضر و نه منابع ارجاع شده جایگزینی برای مشاوره قانونی حرفه‌ای نیستند.

پتنت

۱. پتنت چیست؟

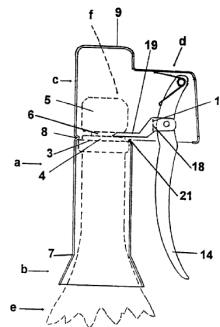
پتنت یا گواهی اختراع حق انحصاری است که دولت به اختراع جدید، دارای گام ابتکاری و قابلیت کاربرد صنعتی اعطا می‌کند.

این گواهی به دارنده حق قانونی می‌دهد تا دیگران را از ساخت، استفاده، پیشنهاد برای فروش، فروش یا وارد کردن محصول یا فرآیند مبتنی بر اختراع پتنت شده، بازدارد یا متوقف نماید.

پتنت ابزار کسب و کار قدرتمندی برای کسب انحصار قانونی در خصوص یک محصول یا فرآیند جدید است، تا جایگاه بازار قوی را توسعه دهد یا درآمدهایی از طریق اعطای حق امتیاز (لیسانس) به دست آورد. محصولی پیچیده مانند دوربین، تلفن همراه و خودرو ممکن است میان بسیاری از اختراعات ثبت شده متفاوت تحت مالکیت دارندگان متعدد ارتباط برقرار نماید. پتنت توسط اداره اختراع ملی هر کشور یا اداره اختراع منطقه‌ای متعلق به گروهی از کشورها اعطا می‌شود. این گواهی برای زمان معین، معمولاً ۲۰ سال از تاریخ تکمیل تقاضانامه به شرط پرداخت به موقع هزینه‌های حفظ مالکیت اعتبار دارد. پتنت حق سرزمینی^۱ است و به مرزهای جغرافیایی کشور یا منطقه مربوطه محدود می‌شود.

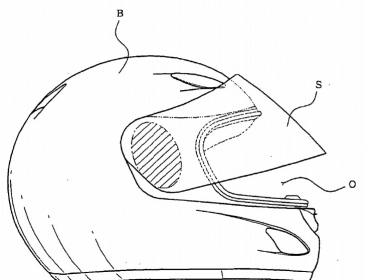
در ازای حق انحصاری به دست آمده از پتنت، لازم است متقاضی اختراع با ارائه توصیف نوشتاری مفصل، صحیح و کامل درباره اختراع در فرم پتنت آن را برای جامعه افشا نماید (شماره ۱۱). تقاضانامه پتنت اعطا شده در بسیاری از کشورها در نشریه یا روزنامه رسمی چاپ می‌شود.

پتنت شماره US6386069B1،
درپوش استخراج کننده نوشیدنی‌های گازدار که
توسط مخترعان آرژانتینی، هوگو اولیورا، رابرتو
کاردون و ادواردو فرناندز در سراسر جهان
تجاری‌سازی شد و شرکتی توسط مخترعان، تحت
علامت تجاری Descorjet تأسیس گردید.



۱. منظور از حق سرزمینی Territorial Right، این است که دامنه نفوذ هر پتنت محدود به مرزهای کشوری است که در آن اعطا شده است.

پتنت شماره EP1661474B1 وسیله نصب
محافظ برای کلاه ایمنی، که به سادگی
روی بدنه کلاه نصب یا جدا شود. شرکت
کراهی سازنده کلاه موتورسواری HJC
تعداد ۴۲ پتنت در سراسر جهان برای
کلاه‌های نوآورانه خودش در اختیار دارد.
راز موفقیت عظیم این شرکت فروش ۹۵
درصد از محصولاتش و صادرات آن است.



قدرت نوآوری

توجه به تمایز بین «اختراع» و «نوآوری» مهم است. در این راهنما، کلمه نوآوری به معنای فرآیند خلق محصول تجاری از یک اختراع تعریف می‌شود. به عبارت دیگر، اختراع هرچیز جدید را به عینیت می‌رساند و نوآوری آن را کاربردی می‌سازد. لذا برای تعیین موفقیت اختراع و نوآوری به ترتیب معیارهای فنی و تجاری لحاظ می‌شوند. اختراع زمانی روی می‌دهد که راه حل فنی برای مسأله، الزامات قانونی خاصی برای پتنت شدن محقق می‌نماید. نوآوری ممکن است بر مبنای ایده‌ها قابل پتنت باشد یا نباشد.

بعضی از دلایل اصلی چرایی علاقه‌مندی شرکت‌ها به نوآوری‌های فناورانه عبارتند از:

- بهبود فرآیندهای تولید به منظور صرفه‌جویی در هزینه‌ها و افزایش بهره‌وری
- معرفی محصولات جدید برای محقق کردن نیازهای مشتری
- پیش افتادن در رقابت و توسعه سهم بازار
- تضمین توسعه فناوری، برای تحقق نیازهای واقعی و در حال ظهور کسب و کار و مشتریان

- پیشگیری از وابستگی فناورانه به فناوری شرکت‌های دیگر

در اقتصاد امروز، مدیریت نوآوری‌های فناورانه به دانش مناسبی از سیستم پتنت نیاز دارد تا شرکت از کسب حداکثر سود ناشی از ظرفیت مبتکرانه و خلاقانه خودش، به منظور بنیان نهادن مشارکت‌های سودآور با دیگر دارندگان پتنت و خودداری از استفاده غیر مجاز از فناوری متعلق به دیگران اطمینان یابد.

از نظر تاریخی، کسب و کارها اختراعات خودشان را به صورت داخلی مدیریت می‌کنند. روش نوآوری «بسته» کنترل کامل کسب و کار بر فرآیند اختراع را تضمین می‌کند تا صرفاً روی توسعه ایده‌های خودش برای موفقیت در بازار تکیه کند. در مقابل، نوآوری «باز» تشخیص می‌دهد توسعه اختراعات صرفاً داخلی از مزیت کارشناسان خارجی، دیگر کسب و کارهای نوآورانه و ثروت عظیم تحقیق و توسعه جهانی استفاده نمی‌کند. کسب و کارهای کوچک و متوسط باید مفهوم نوآوری «باز» را به هنگام توسعه استراتژی کسب و کارهایشان در ذهن داشته باشند؛ که با تحقق سود بیشتر، کاهش ریسک و زمان عرضه به بازار به دلیل ایده‌های قابل دسترس، با خلق چارچوب محیط قابل اعتماد براساس کاربرد اصول مدیریت، اسرار تجاری کاهش می‌یابد (شماره ۵)، آنگاه مفهوم نوآوری باز می‌تواند ارزشمند باشد.

۲. اختراع چیست؟

به طور کلی اختراع در قانون پتنت، به عنوان راه حل جدید و ابتکاری برای مسأله فنی تعریف می‌شود. این راه حل ممکن است به خلق دستگاه، محصول، روش یا فرآیند کاملاً جدید منجر شود یا صرفاً بهبودی تدریجی در محصولی یا فرآیندی شناخته شده باشد. البته یافتن چیزی که قبلاً در طبیعت وجود داشته به عنوان اختراع واجد شرایط نیست بلکه اختراع باید دربردارندهٔ نبوغ، خلاقیت و قوه ابتکار انسانی باشد. اکثر اختراعات نتیجه تلاش قابل توجه و سرمایه‌گذاری بلندمدت در تحقیق و توسعه هستند، بسیاری از بهبودهای فنی ساده و ارزان، درآمد و سودهای قابل توجه برای مخترعان یا شرکت‌های خودشان تولید می‌کنند.

۳. چرا باید به فکر پتنت کردن اختراعات بود؟

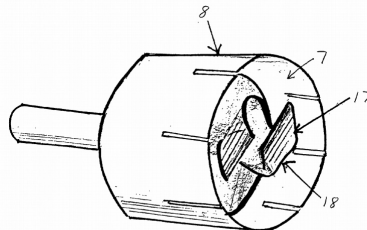
حق انحصاری فراهم شده توسط پتنت، ممکن است بین موفقیت و شکست در فضای کسب و کار چالش برانگیز، ریسک‌پذیر و پویا تفاوت ایجاد کند. دلایل کلیدی پتنت کردن عبارتند از:

- پیشگیری از پتنت کردن توسط دیگران؛ با گرفتن پتنت، دارنده آن دیگران را از گرفتن پتنت برای همان اختراع در هر جای دنیا منع می‌نماید.

- **تقویت موقعیت بازار؛ پتنت، به مالک خودش حق انحصاری برای جلوگیری یا متوقف کردن دیگران در استفاده از اختراع پتنت شده می‌دهد.** بنابراین با کاهش عدم قطعیت، ریسک رقابت با سوءاستفاده‌گرها و متقلبان کم می‌شود. حقوق اختراع پتنت شده کار را برای رقبای جدید جهت ورود به بازار سخت‌تر می‌نماید. همچنین به مالک پتنت، زمان بیشتری می‌دهد که خود را توانمند سازد تا در موقعیت خود استقرار یابد.
- **افزایش سود یا برگشت سرمایه؛** اگر شرکت به طور قابل توجه‌ای در تحقیق و توسعه سرمایه‌گذاری کرده باشد، حمایت از پتنت می‌تواند برای احیای هزینه آن و افزایش بازگشت سرمایه کمک نماید.
- **کسب درآمد اضافی از حق امتیاز؛** مالک پتنت ممکن است حق استفاده از حقوق اختراع را به ازای پرداخت مقطوع یا مستمر به دیگران واگذار نماید. فروش (اختصاص دادن) پتنت، مالکیت را منتقل می‌کند، در حالی که لایسنس یا حق امتیاز اجازه استفاده از اختراع را تحت شرایط خاصی می‌دهد (شماره‌های ۳۹-۳۱).
- **دسترسی به فناوری از طریق حق امتیاز متقابل؛** اگر شرکتی به فناوری تحت مالکیت دیگران دسترسی داشته باشد، ممکن است از پتنت‌های خودش برای مذاکره یا توافقات حق امتیاز متقابل استفاده کند؛ یعنی اینکه طرفین قبول می‌کنند که طرف دیگر اجازه استفاده از همه پتنت‌های مرتبط را تحت شرایط خاص داشته باشد (شماره ۳۹).
- **دسترسی به بازارهای جدید؛** اعطای حق امتیاز پتنت‌ها به کسب و کارهای دیگر (یا حتی تقاضانامه‌های پتنت در نوبت) دسترسی به بازارهای جدید را فراهم می‌نماید. در غیر این صورت به دلیل موانع قانونی کسب و کار، بازارهای جدید غیر قابل دسترسی می‌شوند. به منظور استفاده از مزیت بازارهای بین‌المللی جدید، باید اختراع در بازار[های] خارجی مرتبط محافظت شود. معاهده همکاری پتنت (PCT) گزینه‌ای برای جستجوی حمایت از اختراع در کشورهای عضو PCT از طریق تقاضانامه واحد ارائه می‌دهد (شماره‌های ۳۰-۲۷).

- کاهش ریسک برای نسخه‌برداری غیرقانونی دیگران از اختراع؛ کسب حمایت پتنت مستلزم انتشار اطلاعات درباره اختراع است، به طوری که افراد دیگر مشاهده می‌کنند که آیا اختراع پتنت شده است یا خیر. این عمل فرصت‌های تخلف را کاهش می‌دهد یا حداقل مبنایی برای متوقف کردن رقبا از تخلف ایجاد می‌کند و به دنبال جبران آسیب می‌باشد (شماره ۴۰).
- ارتقای توانایی برای تأمین بودجه؛ سرمایه‌گذاران اطمینان خاطری که از پتنت به دست می‌آید ارزشمند می‌دانند. حفظ حقوق پتنت _ یا حتی تقاضانامه‌های در نوبت _ می‌تواند توانایی شرکت را برای افزایش سرمایه مورد نیاز برای رساندن محصول به بازار ارتقا دهد. در واقع در بعضی بخش‌ها مانند زیست فناوری، سبد پتنت قوی اغلب برای جذب سرمایه‌گذاران الزامی است.
- کسب ابزاری قوی در مقابل متقلبان و سوءاستفاده‌گرها؛ به منظور الزام اثربخشی حق اختصاصی پتنت، باید ابلاغیه نقض پتنت یا دادنامه داده شود. داشتن یک پتنت، توانایی اقدام قانونی موفق در مقابل کپی‌کنندگان و متقلبان را بهبود می‌دهد (شماره ۴۲).
- تقویت تصویر شرکت؛ شرکای تجاری، سرمایه‌گذاران و مشتریان اغلب نمونه کارهای پتنت را به عنوان نمایش سطح بالایی از تخصص و ظرفیت فناوری شرکت می‌بینند. این امر در یافتن شرکای کسب و کار همچنین در بهبود وجهه و ارزش بازار شرکت مفید است. در واقع، برخی شرکت‌ها پتنت‌هایشان را جهت تبلیغات و نمایش تصویر نوآورانه از خودشان در جامعه به کار می‌گیرند.

پتنت شماره US2002137433، مته دریل مبتکرانه و برنده جایزه، که برای سوراخ‌کاری روی شیشه و سرامیک به کار می‌رود، توسط مخترع اهل پرو خوزه ویدال ماریتینا پتنت شد و او را قادر ساخت که مستقیماً محصول را تجاری‌سازی کند در حالی که حق امتیاز را از طریق لایسنس اختراع بدست آورد.



۴. برای حفاظت از دارایی‌های کسب و کار چه ابزارهای قانونی دیگر وجود دارد؟

تمرکز این راهنما بر پتنت است. با توجه به اینکه چه کالا یا خدماتی توسط کسب و کار ارائه می‌شود، انواع دیگری از حقوق مالکیت فکری برای حمایت از ویژگی‌های نوآورانه مناسب عبارتند از:

● **مدل‌های کاربردی**^۱: تحت عنوان پتنت‌های «کوتاه مدت»، «جزئی» و «نوآورانه» شناخته می‌شوند. در بیشتر کشورها، برخی از اختراعات با بهبود جزئی یا سازگاری‌های کوچک با محصولات موجود، به عنوان مدل‌های کاربردی قابل حمایت هستند (متن بعد از شماره ۶).

● **اسرار تجاری**: تمام اطلاعات محرمانه کسب و کار شامل طراحی‌ها، ماشین‌ها و فرآیندها به عنوان رازهای تجاری حفاظت می‌شوند. تا وقتی اطلاعات به طور کلی شناخته شده نیستند، ارزش تجاری آنها از محرمانه نگه داشتن آنها نشأت می‌گیرد و برای حفظ اسرار آنها؛ از جمله محدود کردن دسترسی بر مبنای «نیاز به آگاهی» و ورود به توافقات محرمانه یا عدم افشا (به کادر بعد از شماره ۵ مراجعه کنید) گام‌های منطقی برداشته می‌شوند.^۲

● **طرح‌های صنعتی**: انحصار ویژگی‌های تزئینی یا زیبایی شناختی محصول از طریق قوانین طرح‌های صنعتی حمایت می‌شود. در برخی کشورها از آنها به عنوان «پتنت‌های طراحی» یاد می‌شوند.^۳

● **علائم تجاری**: حفاظت از علائم تجاری، حق انحصاری نسبت به کلمات، علائم و رنگ‌ها ایجاد می‌کند، که برای تمایز محصولات یک شرکت از شرکت‌های دیگر استفاده می‌شود.^۴

● **حق نشر و حقوق مربوط به آن**: شکل بیان ادبی اصلی آثار هنری و فنی (مانند نرم‌افزارها) توسط حق نشر و حقوق مرتبط به آن حفاظت می‌شوند.^۵

۱. Utility Models

۲. JP Panorama، قسمت ۴

۳. JP Panorama، «خوب به نظر برسید»، قسمت ۲، شماره ۴۹۸، انتشارات WIPO

۴. JP Panorama، «ساختن یک علامت» قسمت ۲ و ۱۲، شماره ۱/۹۰۰، انتشارات WIPO

۵. JP Panorama، «تجلی خلاقیت» قسمت ۵، شماره ۹۱۸، انتشارات WIPO

- گونه‌های گیاهان جدید؛ در بسیاری از کشورها، پرورش دهندگان گیاهان جدید می‌توانند حمایتی تحت عنوان "حقوق پرورش دهنده گیاه" بدست آورند.^۱
- طرح چیدمان (نقشه نگاری) مدارهای مجتمع؛ طرح چیدمان اصلی از مدار مجتمع در مقابل کپی برداری حفاظت می‌شود.

۵. آیا برای اختراعی که قابلیت پتنت دارد باید اقدام نمود؟

همیشه خیر. صرفاً به دلیل اینکه یک ایده فناورانه قابلیت پتنت شدن دارد نمی‌تواند موفقیت تجاری هم بدست آورد. در واقع، بیشتر اختراعات پتنت شده تجاری سازی نمی‌شوند و محصول یا نوآوری فناورانه اغلب به طور مؤثری با ابزارهای دیگر حفاظت می‌شوند. بنابراین تحلیل دقیق هزینه-سود از جمله گزینه‌های ضروری قبل از تقاضانامه پتنت است و باید به آن توجه شود. کسب، حفظ و التزام اجرایی یک پتنت گران و مشکل است؛ به همین دلیل این تصمیم اول از همه باید بر احتمال کسب موفقیت تجاری از پتنت استوار باشد.

سؤالاتی که هنگام تصمیم‌گیری برای فایل کردن تقاضانامه پتنت پرسیده می‌شود شامل موارد ذیل است:

- آیا بازاری برای اختراع وجود دارد؟
- چه جایگزین‌هایی وجود دارند و چگونه با این اختراع مقایسه می‌شوند؟
- آیا اختراع برای بهبود و توسعه محصول موجود یا جدید مفید است و مناسب استراتژی کسب و کار شرکت می‌باشد؟
- آیا لایسنس گیرنده‌ها یا سرمایه‌گذاران بالقوه علاقه‌مند ورود اختراع به بازار وجود دارد؟
- چقدر اختراع برای کسب و کار و رقبا ارزشمند است؟
- آیا «مهندسی معکوس» اختراع از محصول عرضه شده به بازار، یا «طراحی پیرامون» آن کار آسانی است؟
- چقدر احتمال دارد دیگران، خصوصاً رقبا چیزی که قبلاً اختراع شده را دوباره اختراع و پتنت کنند؟

۱. به سایت www.upov.int مراجعه کنید.

- آیا سودهای مورد انتظار از یک موقعیت خاص در بازار، هزینه‌های پتنت کردن را توجیه می‌کند؟ (شماره ۱۷ درباره هزینه‌های پتنت کردن)
- پوشش ادعای پتنت چقدر گسترده است و آیا این کار حفاظت تجاری مفید را فراهم می‌کند؟
- آیا شناسایی نقض پتنت آسان می‌باشد (چنانکه نقض پتنت‌های فرآیند، به صورتی که کسی متوجه نشود آسانتر است). و شما برای سرمایه‌گذاری زمان و منابع مالی به منظور الزام اجرایی آن آماده هستید؟

پتنت‌ها در برابر رازداری و در برابر افشا

اگر اختراع بتواند الزامات قابلیت پتنت شدن را محقق نماید (شماره ۶)، شرکت با یک انتخاب مواجه می‌شود؛ اختراع را به عنوان راز تجاری نگه دارد، آن را پتنت کند یا مطمئن شود که هیچ کس دیگر نمی‌تواند با افشاسازی آن را پتنت کند. (معمولاً این امر به عنوان انتشار تدافعی^۱ شناخته می‌شود). بدین ترتیب از جایگاه آن در «حوزه دانش عمومی» اطمینان می‌یابد.

بر اساس سیستم قانونی کشور، اسرار تجاری ممکن است تحت عنوان قانونگذاری برای مقابله با رقابت ناعادلانه از طریق بندهای خاص یک یا چند قانون، پرونده حقوقی درباره حفاظت از اطلاعات محرمانه، شرایط قراردادی در توافقات با کارمندان، مشاوران، مشتریان و شرکای کسب و کار یا ترکیبی از موارد بالا حفاظت شوند.

حمایت اسرار تجاری چند مزیت بالقوه دارد:

- هیچ هزینه ثبتی در بر ندارد.
- در اداره دولتی نیاز به افشا یا ثبت ندارد و اختراع انتشار نیافته است.
- محدودیت زمانی ندارد.
- تأثیر فوری دارد.

اما دارای عیوب بالقوه قابل توجهی هم است:

- قوانین اسرار تجاری، اختراع یا کشف مستقل را به جز اکتساب، استفاده و افشای نامناسب منع نمی‌کند.

۱. منظور از انتشار تدافعی؛ یعنی موضوع اختراع پیش از ثبت تقاضانامه پتنت منتشر شود و بدین ترتیب امکان گرفتن پتنت برای آن اختراع توسط همه ذینفعان از جمله رقبای منتفی خواهد شد.

- اگر راز تجاری به صورت عمومی افشا شود، هر کسی که به آن دسترسی داشته باشد در استفاده از آن آزاد است.
 - اگر راز تجاری در محصولی نوآورانه نمایان شود، ممکن است دیگران بتوانند آن را کشف و «مهندسی معکوس» کنند و بدون اجازه استفاده نمایند.
 - اعمال حقوق اسرار تجاری بر اساس قوانین حاکم دشوار است.
 - یک راز تجاری ممکن است توسط کسانی پتنت شود که احتمالاً به دنبال متوقف کردن استفاده خودتان از آن هستند.
- علی‌رغم آنکه پتنت و اسرار تجاری ممکن است ابزارهای جایگزین برای حمایت از اختراع در نظر گرفته شوند، اما آنها معمولاً مکمل هم هستند. به این دلیل که تقاضانامه‌های پتنت، عموماً اختراعات را تا زمان انتشار تقاضانامه آن توسط اداره اختراع محرمانه نگه می‌دارد. علاوه بر این، بخش عمده‌ای از دانش فنی ارزشمند درباره نحوه بهره‌برداری موفقیت‌آمیز اختراع پتنت شده، اغلب به عنوان اسرار تجاری نگهداری می‌شود.

مطالعه موردی: استفاده شرکت Ecoflora از اسرار تجاری در کنار پتنت

شرکت کلمبیایی Ecoflora SAS محصولات گیاهی برای مصارف شخصی، خانگی، کشاورزی و کاربردهای صنعتی توسعه می‌دهد. این شرکت مجموعه نوآورانه‌ای از محصولات صنعتی و خانگی برمبنای باغبانی غنی آمریکای جنوبی؛ شامل رنگدانه‌ها، حشره‌کش‌ها و صابون در کنار سایر موارد ایجاد کرده است. این شرکت برای گسترش مجموعه محصولات، سرمایه‌گذاری کلانی در تحقیق و توسعه انجام داده است و از این سرمایه‌گذاری ارزشمند با استفاده از سیستم مالکیت فکری با دقت حفاظت می‌کند. شرکت‌های زیرمجموعه Ecoflora پتنت‌های زیادی در مالکیت خودشان دارند که بسیاری از آنها در PCT فایل شده‌اند. البته این اختراع‌های پتنت شده تنها دارای IP آنها نیستند، فرآیندهای که طی آن این محصولات ساخته می‌شوند نیز حیاتی است و شرکت Ecoflora از اکثر آنها با استفاده از اسرار تجاری حفاظت می‌کند.^۱

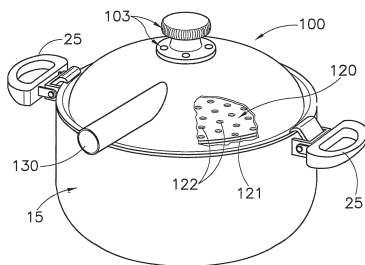
۱. مقاله مزایای IP، پایگاه داده مطالعات موردی WIPO، سایت www.wipo.int/ipadvantage.

۶. چه چیزی می‌تواند پتنت شود؟

برای آنکه اختراع تحت حمایت پتنت قرارگیرد باید واجد شرایط ذیل باشد:

- موضوع قابلیت پتنت شدن داشته باشد (شماره ۷).
 - جدید (دارای الزامات تازگی) باشد (شماره ۸).
 - گام ابتکاری (الزام غیر بدیهی بودن) داشته باشد (شماره ۹).
 - قابلیت کاربرد (مفید بودن) در صنعت داشته باشد (شماره ۱۰).
 - اطلاعات، شفاف و کامل (الزامات افشا) در تقاضانامه پتنت فاش شود (شماره ۱۱).
- بهترین روش برای درک این الزامات، مطالعه موضوعاتی است که توسط دیگران در زمینه فنی مرتبط پتنت شده است. لذا بهتر است به پایگاه داده‌های پتنت مراجعه شود (شماره‌های ۱۴-۱۵).

تقاضانامه پتنت به شماره PCT/
IT2003/000428 ، ظرفی برای
آماده کردن غذا یا نوشیدنی با
استفاده از مایعات گرم شده

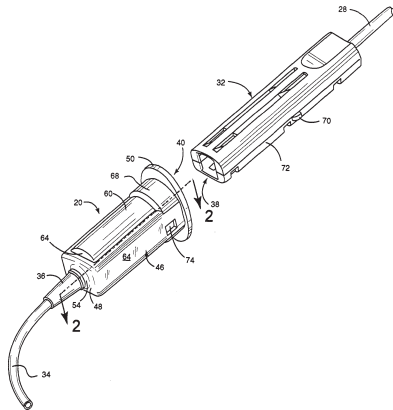


مدل‌های کاربردی Utility Model

برخی از ویژگی‌های کلیدی مدل‌های کاربردی عبارتند از:

- شرایط گزینش مدل‌های کاربردی نسبت به پتنت کمتر سخت‌گیرانه هستند، به دلیل اینکه الزام «گام ابتکاری» کمتر است یا اساساً وجود ندارد.
- عموماً رویه گزینش مدل‌های کاربردی نسبت به پتنت کردن سریعتر و ساده‌تر است.
- دوره مدل‌های کاربردی معمولاً کوتاهتر است.
- مدل‌های کاربردی، در بعضی کشورها محدود به دامنه فناوری‌های خاصی هستند و ممکن است برای محصول فراهم باشند اما برای فرآیند این چنین نباشند.
- معمولاً تقاضانامه مدل کاربردی یا مدل کاربردی گزینش شده می‌تواند به تقاضانامه پتنت معمول تبدیل شود.

تقاضانامه پتنت به شماره /PCT
 ۵۹۸۰۰۰/۱۹۹۹ AU مجرای است که
 وقتی سوزن خونگیری از بدن خون
 دهنده بیرون کشیده می‌شود، جمع
 می‌گردد. تقاضانامه این اختراع به
 عنوان مدل کاربردی در سال ۱۹۹۴
 توسط شرکت استارت‌آپ استرالیایی
 به نام ITL فایل شد، سپس به پتنتی
 استاندارد تبدیل و تحت علامت Do-
 norcare تجاری‌سازی شد. این محصول
 موفق بین‌المللی جوایز طراحی معتبری
 برنده شد.



۷. موضوع قابل پتنت چیست؟

در اکثر قوانین اختراع ملی یا منطقه‌ای، موضوع قابل پتنت به طور سلبی خصوصاً با ارائه فهرستی از مواردی غیر قابل پتنت تعریف می‌شود. به همین دلیل تفاوت‌های قابل توجهی بین کشورهای وجود دارد. در ادامه مواردی که در برخی زمینه‌ها از شمول پتنت در بسیاری از حوزه‌های قضایی مستثنی شده ذکر می‌شوند:

- نظریات انتزاعی و علمی
- آثار زیبایی شناختی
- طرح‌ها، قوانین و روش‌هایی برای انجام فعالیت ذهنی
- مواردی که به طور طبیعی در جهان بوجود می‌آید.
- اختراعاتی که بهره‌برداری از آنها بر نظم عمومی، اخلاق حسنه یا سلامتی عمومی تأثیر می‌گذارند.
- روش‌های تشخیصی، درمانی و جراحی انسان‌ها یا حیوانات
- گیاهان و حیوانات به جز میکروارگانیسم‌ها (موجودات ریزاندام) و فرآورده‌های پایه‌ای زیست‌شناسی برای تولید گیاهان یا حیوانات به جز فرآورده‌های غیرزیستی و میکروبیولوژی
- برنامه‌های رایانه‌ای

حفاظت از برنامه‌های کامپیوتری

در بعضی کشورها، الگوریتم‌های ریاضی به عنوان مبنای بهبود عملکرد برنامه‌های کامپیوتری با پتنت محافظت می‌شوند؛ در حالی که در گروه دیگری از کشورها این برنامه‌ها صراحتاً تحت موضوعات غیر قابل پتنت شدن استثنا شده اند. اخیراً در برخی کشورها اختراعات مرتبط با نرم‌افزارها همچنان قابل پتنت شدن هستند، در صورتی که به طور قابل ملاحظه‌ای اثر دانش فنی در آنها به کار رفته باشد. برای اطلاعات بیشتر درباره قابلیت پتنت شدن نرم‌افزارهای رایانه‌ای در هر کشور خاص یا اداره منطقه‌ای اختراع، فهرست وب سایت‌های اداره‌های اختراع را در سایت www.wipo.int/directory/en/url.jsp مشاهده کنید. در اکثر کشورها Ob-ject code و Source code برنامه‌های رایانه‌ای تحت حق نشر حفاظت می‌شوند. حمایت حق نشر مشروط به ثبت نیست اما در بسیاری از کشورها ثبت اختیاری امکان‌پذیر و مطلوب است. حمایت تحت حق نشر دامنه محدودتری نسبت به حمایت پتنت دارد، زیرا تنها بیان ایده و نه خود ایده را پوشش می‌دهد. بسیاری از شرکت‌ها Object code برنامه رایانه‌ای را تحت حق نشر و Source code را به صورت اسرار تجاری حفاظت می‌کنند.

۸. چگونه در مورد جدید و بدیع بودن اختراع قضاوت می‌شود؟

اختراعی جدید یا تازه است که بخشی از دانش پیشین را شکل ندهد. به طور کلی دانش پیشین، به تمام دانش فنی فعلی در دسترس جامعه در هر جای دنیا قبل از تاریخ اولین تقاضای پتنت مرتبط اشاره دارد. این مفهوم، پتنت‌ها، تقاضانامه‌های آنها و ادبیات غیر پتنت را شامل می‌شود.

تعریف دانش پیشین از کشوری به کشور دیگر متفاوت است. در بیشتر کشورها، هر نوع اطلاعات افشا شده برای عموم در هر کجای دنیا به شکل نوشتاری، شفاهی و نمایش برای استفاده عمومی، دانش پیشین را شکل می‌دهد. بنابراین انتشار اختراع در نشریه علمی، ارائه آن در کنفرانس، استفاده در تجارت یا نمایش آن در کاتالوگ شرکت، الزام تازگی اختراع را ابطال می‌کند و غیر قابل پتنت بودن آن را نشان می‌دهد. در نتیجه برخورد با اختراعات از بیرون به عنوان رازهای تجاری و پیشگیری از افشای تصادفی

آن قبل از فایل کردن تقاضانامه پتنت امری مهم است. به منظور درک بهتر موارد مشمول دانش پیشین با کارگزار متخصص پتنت مشورت کنید. دانش پیشین اغلب شامل «دانش پیشین محرمانه» مانند انتشار پتنت منتشر نشده در نوبت هم می‌شود به شرطی که بعداً منتشر شود.

۹. اختراع چه زمانی دارای «گام ابتکاری» است؟

اختراع زمانی به داشتن گام ابتکاری (یا بدیهی نبودن) شناخته می‌شود که با توجه به دانش پیشین، برای شخص ماهر در آن حوزه خاص فناوری واضح نباشد. الزام بدیهی نبودن، به معنای اطمینان از این موضوع است که پتنت‌ها صرفاً به دستاوردهای واقعاً خلاقانه و مبتکرانه اعطا می‌شوند؛ نه دستاوردهایی که یک شخص با مهارت معمولی در این زمینه بتواند به آسانی از چیزی که قبلاً وجود داشته آن را استنباط نماید. برخی از نمونه‌هایی که ممکن است به دلیل نداشتن شرایط گام ابتکاری تأیید نشوند قبلاً در برخی کشورها با تصمیم دادگاه مشخص شده‌اند که شامل موارد زیر می‌شوند: تغییر اندازه ظاهری ساخت، قابل حمل بودن محصول، معکوس‌سازی قسمت‌ها، تغییر مواد، یا جایگزینی ظاهری یک بخش با عملکرد معادل.

۱۰. «دارای کاربرد صنعتی» چیست؟

اختراع برای پتنت شدن باید قابلیت استفاده در صنعت یا کسب و کار را داشته باشد. اختراع نمی‌تواند صرفاً پدیده‌ای نظری باشد بلکه باید مفید هم باشد و برخی از منافع کاربردی را فراهم نماید. اصطلاح «صنعتی» در اینجا به معنای گسترده‌ترین مفهوم، هر چیز متمایز از فعالیت‌های کاملاً فکری یا زیباشناسانه مانند کشاورزی را هم دربرمی‌گیرد. در بعضی از کشورها این معیار به عنوان کاربردی بودن بیان می‌شود. الزام کاربردی بودن به طور خاصی برای پتنت‌هایی با موضوعیت توالی ژنتیکی مهم است، زیرا زمانی که پتنت فایل می‌شود ممکن است چیزی که برای آنها مفید است ناشناخته باشد.

۱۱. الزام افشا چیست؟

بر اساس سیستم قانونگذاری ملی اکثر کشورها، تقاضانامه پتنت، باید اختراع را کاملاً واضح و شفاف افشا نماید؛ به طوری که توسط هر شخص ماهر در آن زمینه فنی خاص

قابلیت اجرایی شدن داشته باشد. طبق قانون پتنت بعضی کشورها، نیاز است مخترع «بهترین حالت» را برای انجام موضوع اختراع افشا نماید. برای پتنت‌های در برگیرنده میکروارگانیسم‌ها، بیشتر کشورها نیاز دارند که آنها در نهاد سپرده‌گذاری شناخته شده سپرده شوند.

پتنت‌ها در علوم زیستی

در سالهای اخیر، جهش قابل توجهی در تعداد پتنت‌های علوم زیستی، خصوصاً زیست فناوری اتفاق افتاده است. شیوه کشورها در خصوص پتنت این موارد متفاوت است. تقریباً همه کشورها اجازه پتنت کردن را به اختراعات شامل میکرو ارگانیسم‌ها می‌دهند، البته نیاز به سپردن نمونه‌ای از ارگانیسم در مؤسسات سپرده‌گذاری شناخته شده است، وقتی آنها هنوز به صورت عمومی در دسترس نیستند و به شکل دیگری نمی‌توانند توصیف شوند. خیلی از کشورها گیاهان و حیوانات را از قابلیت پتنت شدن مستثنی کرده اند، اما اجازه پتنت شدن را به مواد بیولوژیکی می‌دهند که خالص‌سازی و از محیط طبیعی خودشان ایزوله شده‌اند و توسط فرآیندهای فنی تولید می‌شوند. سایر اختراعاتی که مستثنی شده‌اند، شامل فرآیند شبیه‌سازی یا اصلاح هویت ژنتیکی جنین انسان می‌شود. بر اساس قوانین کشورها، انواع گیاهان جدید توسط سیستم پتنت یا سیستم مخصوص حمایت از گونه‌های گیاهی جدید (به سایت www.upov.int برای اطلاعات بیشتر مراجعه کنید.) یا ترکیبی از هر دو آنها حفاظت می‌شوند.

۱۲. چه حقوقی به پتنت‌ها اعطا می‌شوند؟

هر پتنت به دارنده خودش حق محروم کردن دیگران را برای استفاده تجاری اختراع اعطا می‌کند. این موضوع شامل حق پیشگیری یا متوقف کردن دیگران از ساخت، استفاده، پیشنهاد فروش، فروش یا وارد کردن محصول یا فرآیند مبتنی بر اختراع پتنت شده بدون اجازه دارنده آن می‌باشد.

از همه مهم‌تر اینکه پتنت اجازه «آزادی استفاده» یا حق بهره‌برداری از فناوری پوشش داده شده توسط خود را به دارنده اعطا نمی‌کند، تنها حق مستثنی کردن دیگران را از آن اعطا می‌کند. این شاید یک تمایز جزئی به نظر برسد، درحالی که برای درک نظام

پتنت و نحوه تعامل پتنت‌های متعدد امری اساسی است. در واقع ممکن است پتنت‌ها توسط پتنت‌های تحت مالکیت دیگران همپوشانی داشته، جهت داده یا تکمیل شوند. بنابراین دارنده پتنت نیاز دارد گواهی حق امتیاز برای استفاده از اختراعات افراد دیگر را به منظور تجاری کردن اختراع پتنت شده خودش کسب نماید. علاوه بر این، قبل از اینکه اختراعات خاص (مانند داروها) تجاری‌سازی شوند، دیگر مجوزهای دولتی (تایید ورود به بازار از مقام تنظیم کننده مقررات مرتبط) نیاز است.

۱۳. مخترع کیست و چه کسی حق مالکیت را بر پتنت دارد؟

مخترع فردی است که باعث شکل‌گیری اختراع می‌شود، اما شخص یا شرکت که تقاضای پتنت را فایل می‌کند متقاضی^۱، دارنده^۲ یا مالک پتنت^۳ می‌باشد. البته در برخی موارد مخترع ممکن است متقاضی هم باشد، هر دو اغلب ماهیت‌های متفاوتی دارند. متقاضی اغلب شرکت یا نهاد تحقیقاتی است که مخترع را استخدام می‌کند.

● **اختراع کارکنان**، در بسیاری از کشورها، اختراعات کارکنان به‌طور خودکار به کارفرما نسبت داده می‌شوند. در برخی کشورهای دیگر این کار تنها زمانی که به صورت صریح در قرارداد استخدامی بیان شده باشد به این روش انجام می‌شود. در برخی موارد (اگر هیچ توافق استخدامی وجود نداشته باشد) مخترع حق بهره‌برداری از اختراع را از آن خود می‌نماید، اما حق غیر اختصاصی به کارفرما برای اهداف داخلی خودش می‌دهد. (این حق «حقوق فروشگاه» نامیده می‌شود). درک قانون‌گذاری خاص هر کشور از نحوه برخورد با قراردادهای استخدامی در مسائل مالکیت اختراعات کارمندان در پیشگیری از جر و بحث‌های احتمالی امری مهم است.

● **پیمانکاران مستقل**، در اکثر کشورها، پیمانکار مستقلی که توسط شرکت برای توسعه محصول یا فرآیند جدید استخدام می‌شود به عنوان دارنده مالکیت همه حقوق اختراع شناخته می‌شود مگر اینکه به صورت خاصی به شکل مکتوب توافق دیگری شود. در صورتی که پیمانکار توافق مکتوب با شرکت نداشته باشد، شرکت

1. applicant

2. holder

3. owner

هیچگونه حقوق مالکیت فکری در چیزی که توسعه یافته ندارد حتی اگر برای توسعه آن هزینه‌ای پرداخت کرده باشد.

● **مخترعان مشترک**، زمانی که بیش از یک نفر به صورت قابل توجه به مفهوم اختراع کمک می‌نمایند، باید با آنها به عنوان مخترعان مشترک رفتار شود و به همین صورت در تقاضانامه پتنت ذکر شود. اگر مخترعان مشترک، تقاضا کننده هم باشند پتنت به طور مشترک به آنها اعطا می‌شود.

● **مالکان مشترک**، کشورها و مؤسسات مختلف، قوانین متفاوتی در رابطه با بهره‌برداری یا الزام اجرایی پتنت‌هایی دارند که مالکیت آن به بیش از یک مقام یا شخص نسبت داده می‌شود. در برخی موارد، هیچکدام از مالکان مشترک شخصاً نمی‌توانند حق امتیاز پتنت را صادر نمایند یا از شخص ثالث به دلیل نقض پتنت، بدون رضایت همه مالکان مشترک دیگر، ادعای حقوق کنند.

چکیده مطالب

- آیا اختراع باید پتنت شود؟ سودمندی شرایط حمایت تحت پتنت را در نظر بگیرید، به راه‌های جایگزین (مثل محرمانه نگه‌داشتن مدل‌های کاربردی و موارد دیگر) توجه کنید و تحلیل هزینه_فایده را انجام دهید. (ادامه این راهنما را در مورد پتنت بخوانید تا به تصمیمی آگاهانه برسید).
- آیا اختراع قابلیت پتنت دارد؟ الزامات قابلیت پتنت شدن را در نظر بگیرید و جزئیاتی بیابید که در کشور قابلیت پتنت دارند و جستجویی در دانش پیشین انجام دهید (شماره ۱۴).
- مطمئن شوید چه کسی حق مالکیت را بر پتنت دارد؛ بین شرکت، کارکنان آن و هر شریک تجاری که در توسعه اختراع به صورت فنی یا مالی مشارکت داشته‌اند.
- اطلاعات بیشتر: IP PANORAMA، قسمت ۳، بخش ۱-۲

نحوه گرفتن پتنت

۱۴. از کجا باید شروع کنید؟

عموماً قدم اول، انجام جستجوی دانش پیشین است. با وجود ۴۰ میلیون پتنت گرت شده و میلیون‌ها مقاله انتشار یافته که بالقوه بر علیه تقاضانامه پتنت هستند، ریسک جدی در خصوص این موضوع وجود دارد که یک مرجع یا ترکیبی از مراجع بتوانند اختراع را بدون شرط تازگی و گام ابتکاری غیر قابل پتنت شدن کنند.

جستجوی قابلیت پتنت شدن اختراع بر اساس دانش پیشین، از هدر رفت منابع مالی برای تقاضانامه پتنت جلوگیری می‌کند با توجه به اینکه مراجع دانش پیشین، عدم قابلیت پتنت شدن را آشکار می‌کنند. جستجوی دانش پیشین در پتنت‌ها و هم ادبیات غیر پتنت مانند؛ نشریات علمی و فنی، کتاب‌های درسی، مقالات کنفرانس‌ها، پایان‌نامه‌ها، بروشور شرکت‌ها، نشریات تجاری و مقالات روزنامه‌ها را شامل می‌شوند. اطلاعات پتنت‌ها تنها منبع از اطلاعات فنی طبقه‌بندی شده‌اند که می‌توانند برای برنامه‌ریزی استراتژیک کسب و کار بسیار با ارزش باشند.^۱ پتنت‌ها و تقاضانامه‌های منتشر شده آنها، عمدتاً وسیله‌ای برای فهمیدن پژوهش‌های جاری و نوآوری‌های فناورانه قبل از عرضه محصولات نوآورانه در بازار می‌باشند.

اهمیت جستجو در پایگاه داده‌های پتنت

در کنار آشکار شدن اینکه آیا اختراع قابلیت پتنت شدن دارد، جستجو در پایگاه داده‌های پتنت اطلاعات مفیدی در موارد زیر ارائه می‌کند:

- فعالیتهای تحقیق و توسعه رقابتی فعلی و آینده
- روندهای فعلی در زمینه فناوری مشخص
- فناوری‌های در دسترس برای لایسنس
- تأمین‌کننده‌ها، شرکای تجاری و محققان بالقوه
- محصولات شاخص بازار در داخل و خارج از کشور
- اطلاع از اختراعات دیگران و اطمینان خاطر از عدم نقض پتنت آنها (آزادی عملکرد)
- پتنت‌های منقضی شده برای ورود فناوری به حوزه عمومی
- پیشرفت‌های جدید احتمالی براساس فناوری‌های موجود

مطالعه موردی: مدیریت هوشمند مالکیت فکری شرکت L&R Ashbolt

L&R Ashbolt، شرکت تخصصی در حوزه مهندسی سطح، واقع در استرالیا است. فعالیت اصلی کسب و کار آن، شناسایی مسائل صرفه‌جویی بالقوه برای شرکت‌ها بر اساس تقویت ویژگی‌های سطح قطعات است. مشتریان آن حجم زیادی از منابع مالی را با کاهش ساییدگی، گسستگی، خوردگی، افزایش دوام و ماندگاری سطوح در محیط‌های صنایع سنگین مثل معدن، کارخانه‌های کاغذسازی، نفتی، اکستروژن پلاستیک و نیروگاه‌های الکتریکی صرفه‌جویی می‌کنند. شرکت منابع را در مالکیت فکری و حمایت از اختراعات با استفاده از پتنت‌ها سرمایه‌گذاری کرده است. بنابراین تصمیم به پتنت کردن باید با دقت بسیار ارزیابی شود، مدیر این شرکت می‌گوید: "معقول به نظر می‌رسد که شرکت، پتنت را تنها در کشور مشخص محل انجام کسب و کار فایل نماید، به‌خاطر اینکه گرفتن پتنت در کل دنیا به معنای هدر دادن کامل منابع مالی است. شما باید نسبت به محل عرضه محصولات در آینده واقع‌گرا و منطقی باشید."

۱۵. جستجوی دانش پیشین را چگونه و کجا انجام می‌دهید؟

پتنت‌ها و تقاضانامه‌های آنها، توسط بیشتر اداره‌های اختراع منتشر می‌شوند که به صورت آنلاین در دسترس هستند، در نتیجه جستجوی دانش پیشین راحت‌تر انجام می‌شود. سازمان جهانی مالکیت فکری WIPO دسترسی آنلاین رایگان به تقاضانامه‌های پتنت‌های بین‌المللی که در سیستم PCT پردازش می‌شوند، به همراه میلیون‌ها پتنت از مجموعه ادارات ملی و منطقه‌ای را از طریق خدمات جستجو در سایت www.wipo.int/patentscope فراهم نموده است.

بسیاری از ادارات مالکیت فکری پایگاه داده‌های پتنت خودشان را به صورت آنلاین و رایگان در دسترس قرار می‌دهند. به‌علاوه اکثر ادارات پتنت ملی در ازای پرداخت هزینه، خدمات جستجوی پتنت ارائه می‌دهند. اگر چه دسترسی به اطلاعات پتنت‌ها به طور قابل توجهی به لطف اینترنت آسانتر شده است اما جستجوی پتنت با کیفیت خیلی هم آسان نیست. اصطلاحات پتنت معمولاً پیچیده و مبهم هستند و جستجوی حرفه‌ای

۱. به سایت www.wipo.int/ipadvantage در پایگاه داده مطالعات موردی wipo مراجعه کنید.

به تخصص و دانش قابل ملاحظه‌ای نیاز دارد. جستجوی اولیه از طریق پایگاه‌های اطلاعات آنلاین رایگان پتنت انجام می‌شود. اکثر شرکت‌ها، نیازمند اطلاعات پتنت برای تصمیم‌گیری‌های کلیدی کسب و کار هستند (اینکه برای پتنت اقدام کنند یا خیر). به همین منظور به طور معمول متکی بر خدمات پتنت حرفه‌ای یا استفاده از پایگاه‌های اطلاعات تجاری پیچیده‌تر می‌باشند.

جستجوی دانش پیشین بر اساس کلمات کلیدی، طبقه‌بندی اختراع و سایر معیارهای جستجو انجام می‌شود. آگاهی از دانش پیشین، به استراتژی جستجو و سیستم طبقه‌بندی مورد استفاده، تخصص فنی شخص جستجوگر و پایگاه داده پتنت مورد استفاده بستگی دارد.

خدمات جستجوی PATENTSCOPE

خدمات جستجوگر PATENTSCOPE که توسط WIPO فراهم شده رایگان است. ویژگی‌های اصلی این جستجوگر عبارتند از:

- دسترسی به اولین انتشار جهانی تقاضانامه‌های PCT و اسناد پتنت ادارات ملی و منطقه‌ای مشارکت کننده
- جستجوی کامل متن
- ابزارهای بین زبانی و ترجمه برای جستجوی پایگاه داده‌های زبان‌های غیرانگلیسی
- ریشه‌یابی لغت (به صورت خودکار وابسته‌های مشترک ریشه لغت را ایجاد می‌کند، مثلاً electric , electrical , electricity).
- تحلیل گرافیکی نتایج جستجو
- داده‌های ورودی فاز ملی برای رهگیری وضعیت تقاضانامه بین‌المللی در سطح ملی کشورها
- تصاویر همراه با متن
- امکان استفاده از RSS برای پایش فعالیت‌های مرتبط با پتنت مشخص و به روز رسانی‌ها در زمینه‌های مورد علاقه^۱

۱. RSS مخفف Really Simple Syndication است و برای به اشتراک‌گذاری محتوای وب‌سایت یا وبلاگ به

کار می‌رود.

طبقه‌بندی پتنت بین‌المللی

International Patent Classification (IPC)، سیستم طبقه‌بندی سلسله مراتبی است که برای طبقه‌بندی و جستجوی اسناد پتنت استفاده می‌شود. همچنین به عنوان ابزاری برای مرتب‌سازی ترتیبی اسناد پتنت، مبنایی برای انتشار انتخابی اطلاعات و تحقیق در خصوص وضعیت دانش در زمینه فناوری مشخص به کار می‌رود. همچنین IPC مشتمل بر هشت بخش است که به ۱۲۰ کلاس و ۶۲۸ زیرکلاس و تقریباً ۷۰،۰۰۰ گروه تقسیم شده است. هشت بخش عبارتند از:

- نیازهای انسانی
- انجام عملیات حمل و نقل
- شیمی، متالورژی
- نساجی، کاغذ
- ساخت و سازهای ثابت
- مهندسی مکانیک، نور، گرما، سلاح و انفجار
- فیزیک
- الکتریسیته

در حال حاضر ۱۰۰ کشور از سیستم IPC برای طبقه‌بندی اختراعات خودشان استفاده می‌کنند.

برای کسب اطلاعات بیشتر به سایت www.wipo.int/classification/ipc مراجعه کنید.

۱۶. چگونه برای حمایت تحت پتنت درخواست می‌دهید؟

بعد از آنکه جستجوی دانش پیشین انجام و تصمیم برای پیگیری حمایت تحت پتنت گرفته شد، تقاضانامه پتنت باید آماده و به اداره ملی یا منطقه‌ای اختراع ارسال شود. تقاضانامه شامل شرح و توصیف کامل اختراع، ادعاهای پتنت (که دامنه حمایت را تعریف می‌کند)، نقشه‌ها و خلاصه است (شماره ۲۱). بعضی از ادارات اختراع امکان ارسال تقاضانامه از طریق اینترنت را فراهم نموده‌اند و در بعضی کشورها گزینه فایل کردن تقاضانامه پتنت موقت (Provisional) با نیاز به الزامات شکلی و اداری کمتر

فراهم شده است. تقاضانامه پتنت معمولاً توسط وکیل یا کارگزار پتنت آماده می‌شود که منافع شما را طی مراحل پیگیری تقاضانامه نمایندگی می‌کند. در ادامه مطلب مراحل فایل کردن تقاضانامه به صورت گام به گام بیان شده است. ذکر این نکته حائز اهمیت است که مراحل اخذ تقاضانامه در هر کشوری متفاوت است و همیشه بهتر است که با اداره ملی اختراع یا شرکت حقوقی پتنت در کشور مرتبط برای بدست آوردن اطلاعات به روز در مورد رویه و هزینه‌های مربوطه صحبت کنید.

تقاضانامه بین‌المللی

شماره / PCT

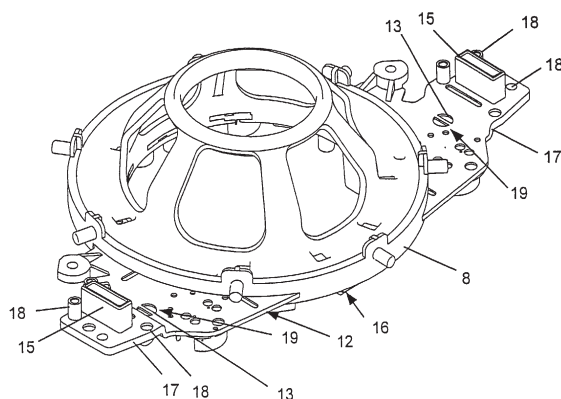
DE2003/003510

فرمان چرخ وسیله نقلیه

موتوری که شامل مازول

کیسه هوای داخلی

است.



مراحل گام به گام فایل تقاضانامه پتنت

پتنت کردن عموماً شامل این گام‌ها است:

- **بررسی شکلی؛** اداره پتنت تقاضانامه را برای اطمینان از رعایت الزامات اداری و شکلی بررسی می‌کند (مانند اینکه همه اسناد فراهم و هزینه تقاضانامه پرداخت شده است).
- **جستجو؛** در بسیاری از کشورها جستجو برای تعیین دانش پیشین در زمینه تخصصی اختراع را ادارات اختراع انجام می‌دهند. گزارش جستجو، طی بررسی ماهوی برای مقایسه اختراع ادعا شده با دانش پیشین به کار می‌رود.
- **بررسی ماهوی؛** هدف بررسی ماهوی این است که از وجود الزامات قابلیت پتنت در تقاضانامه اطمینان یابد. اداره‌های اختراع تقاضانامه‌ها را برای همه الزامات

قابلیت پتنت بررسی نمی‌کنند و بعضی از آنها را تنها بر اساس درخواست، طی بازه زمانی مشخص انجام می‌دهند. نتیجه بررسی به صورت کتبی برای متقاضی (با وکیل وی) ارسال می‌شود تا فرصت پاسخ و برطرف کردن هرگونه مخالفتی که طی بررسی ایجاد شده فراهم نماید. این فرآیند معمولاً به محدود کردن دامنه تقاضانامه پتنت منتهی می‌شود.

- انتشار؛ تقاضانامه پتنت در اکثر کشورها ۱۸ ماه بعد از تاریخ اولین فایل، منتشر می‌شود. عموماً ادارات اختراع هنگامی که پتنت گرت می‌شود مجدداً آن را منتشر می‌کنند.
- گرت؛ اگر مراحل بررسی به نتیجه مثبت برسد، اداره اختراع پتنت را گرت و گواهی آن را صادر می‌کند.
- مخالفت؛ بسیاری از ادارات اختراع زمانی را در نظر می‌گیرند که در آن اشخاص ثالث می‌توانند با گرت پتنت مخالفت کنند؛ مثلاً به این دلیل که اختراع ادعا شده جدید نیست. اقدام به مخالفت می‌تواند در دوره قبل از گرت یا بعد از آن باشد، که طی زمان محدود مشخصی امکان‌پذیر است.

طرح کلی رویه پتنت

۱. فایل کردن تقاضانامه پتنت^۱



۲. بررسی شکل



۳. انتشار تقاضانامه



۴. جستجو و بررسی ماهوی



۵. گرت و انتشار



۶. روند مخالفت

۱. مراحل نشان داده شده در اکثر اداره‌های اختراع یکسان طی می‌شود، البته گاهی در برخی ادارات این رویه متفاوت است.

۱۷. چقدر هزینه برای پتنت کردن اختراع صرف می‌شود؟

هزینه‌ها به طور قابل ملاحظه‌ای از هر کشوری به کشور دیگر و در داخل هر کشور بر اساس عواملی؛ مثل ماهیت اختراع، پیچیدگی آن، هزینه‌های وکیل، طول مدت تقاضانامه و مخالفت‌های مطرح شده طی بررسی توسط اداره اختراع متغیر است.

موارد مهم ذکر شده مرتبط با پتنت شامل پرداخت‌های نگهداری بعد از گرت شدن را به ذهن بسپارید و بدرستی آنها را بودجه‌بندی کنید:

• عموماً هزینه‌هایی برای انجام جستجوی دانش پیشین وجود دارد، خصوصاً اگر به خدمات ارائه شده توسط متخصصان تکیه کنید.

• هزینه‌های اداری فایل کردن در هر کشوری متفاوت است. اداره ملی یا منطقه‌ای می‌تواند جزئیات و ساختار پرداخت را ارائه کند. بعضی کشورها تخفیف‌هایی برای شرکت‌های کوچک و متوسط و فایل کردن آنلاین در نظر می‌گیرند. به علاوه، برخی هم اجازه بررسی سریع‌تر را بر مبنای پرداخت هزینه بیشتر می‌دهند.

• اگر وکیل یا کارگزار پتنت به طی کردن مراحل تقاضانامه کمک کند؛ مثلاً در مورد قابلیت پتنت شدن نظر بدهد، نقشه‌های اداری را آماده کند و به اداره اختراع پاسخ بدهد هزینه‌های اضافی پیش خواهد آمد.

• وقتی پتنت توسط اداره اختراع گرت شد، به منظور معتبر نگه‌داشتن پتنت، هزینه‌های نگهداری یا تجدید عموماً به طور سالانه پرداخت می‌گردند.

• پتنت کردن اختراع در خارج از کشور، هزینه‌های اضافی مثل هزینه فایل کردن برای کشورهای مورد تقاضا، هزینه‌های ترجمه و استفاده از کارگزار خارجی را شامل می‌شوند (الزام برای متقاضیان خارجی در بسیاری کشورها، شماره ۲۵). در مواردی که اختراع شامل میکروارگانسیم‌ها می‌شود، و سپردن آنها یا مواد بیولوژیکی به مرکز نگهداری شناخته شده لازم باشد، هزینه‌های ذخیره و آزمایش‌های زنده ماندن مواد سپرده‌گذاری شده باید پرداخت شوند.

مارولین، روغن طبیعی با خواص آنتی اکسیدان تقویت شده است که از درخت مارولا استخراج می‌شود که در آفریقای جنوبی رشد می‌کند. هیچ پتنتی در خصوص خود روغن ثبت نشده است، اما روش‌های نوآورانه ای برای تهیه آن استفاده می‌شوند که به عنوان Ubuntu شناخته شده و حمایت می‌شوند. این پتنت تحت مالکیت مشترک شرکت فرانسوی Alvidia و تهیه کننده اولیه آفریقایی آن است که توسط اتحادیه تجاری محصولات طبیعی آفریقای جنوبی نمایندگی می‌شود.

۱۸. چه زمانی پتنت باید فایل شود؟

عموماً بهتر است فایل تقاضانامه حمایت تحت پتنت به محض فراهم شدن تمام اطلاعات لازم برای نوشتن تقاضانامه انجام شود. به علاوه دلایل دیگری هم برای فایل کردن زودهنگام مطرح است:

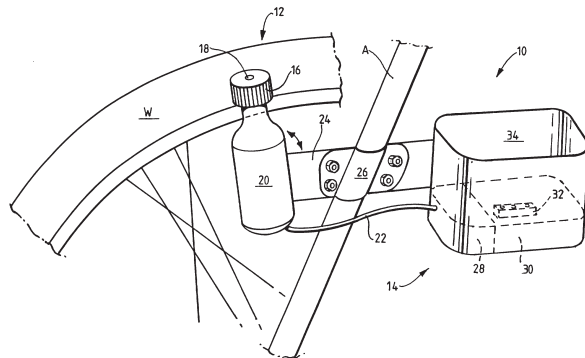
- تقریباً در همه کشورها (آمریکا هم از سال ۲۰۱۳ از این قانون تبعیت می‌کند)^۱ پتنت بر مبنای اولین فایل کننده گرنت می‌شود. بنابراین فایل کردن زودهنگام تقاضانامه به اطمینان از حفظ اختراع در مقابل دیگران کمک می‌کند.
- درخواست زودهنگام برای حمایت پتنت، گرفتن پشتیبانی مالی یا لایسنس اختراع به دیگران را آسانتر می‌کند.
- با توجه به آنکه مراحل تبدیل تقاضانامه به صدور گواهی اختراع طولانی مدت است، هرچه تقاضانامه زودتر فایل شود، صدور پتنت و اعمال حقوق آن هم زودتر انجام می‌شود (شماره ۲۲).
- البته شتاب در فایل نمودن تقاضانامه پتنت هم می‌تواند مشکلاتی را به همراه داشته باشد:
- اگر تقاضانامه خیلی زود فایل شود، سپس اختراع تکامل یابد اعمال دوباره تغییرات مؤثر در شرح و توصیف اصلی اختراع امکان‌پذیر نیست.
- به محض اینکه تقاضانامه در هر کشور یا ناحیه فایل شود، متقاضی معمولاً ۱۲ ماه برای فایل کردن همان اختراع در سایر کشورها و استفاده از مزیت تاریخ فایل اولین

۱. قانون جدید اختراع آمریکا در ۱۶ سپتامبر سال ۲۰۱۱ تصویب شد، که بر اساس آن سیستم پتنت را از اولین اختراع به اولین فایل در این کشور تغییر داد و از ۱۶ مارس سال ۲۰۱۳ این قانون اجرایی شده است.

تقاضانامه فرصت دارد (شماره ۲۸). البته فایل کردن در چندین کشور خارجی خصوصاً قبل از اینکه موفقیت تجاری آتی اختراع شناخته شود، خیلی گران تمام می‌شود. راه حل این مشکل، به تأخیر انداختن پرداخت هزینه‌های ترجمه و هزینه‌های ملی به اندازه ۱۸ ماه دیگر با استفاده از پیمان PCT است (شماره ۳۰). مهم‌تر از هرگونه ملاحظات دیگری، تقاضانامه باید قبل از افشا اختراع برای دیگران فایل گردد. هرگونه افشای اختراع پیش از فایل (مثلاً برای سنجش بازار سرمایه‌گذاران یا شرکای تجاری دیگر) بهتر است بعد از امضای قرارداد رازداری یا تفاهم‌نامه عدم افشا انجام شود.

۱۹. محرمانه نگه‌داشتن اختراع قبل از فایل تقاضانامه پتنت چقدر اهمیت دارد؟

محرمانه نگه‌داشتن اختراع قبل از فایل کردن تقاضانامه امری کاملاً ضروری است. در بیشتر مواقع افشای عمومی پیش از فایل سبب از بین رفتن ویژگی تازگی اختراع می‌شود، در نتیجه آن را غیر قابل ثبت می‌کند؛ مگر این که قوانین «مهلت ارفاقی» قابل اعمال باشد (شماره ۲۰). بنابراین حیاتی است مخترعان، محققان و شرکت‌ها از هرگونه افشای اختراع که قابلیت پتنت شدن آن را تحت تأثیر قرار می‌دهد تا هنگامی که تقاضانامه پتنت فایل نشده اجتناب کنند.



تقاضانامه پتنت
بین‌المللی به شماره
PCT/IB01/00706
بهیود شارژ تلفن همراه

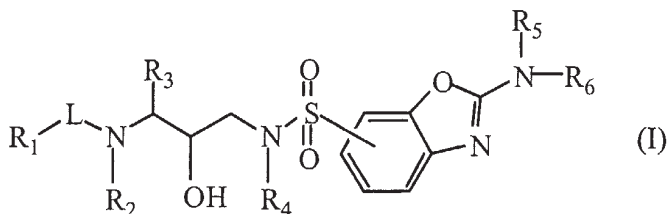
سیستم اولویت با فایل در برابر اولویت اختراع

در تمامی کشورها، پتنت‌ها برای اولین شخصی گمنت می‌شود که تقاضانامه آن را برای اختراع فایل کند. _ به استثنای ایالات متحده آمریکا که سیستم اولویت با اختراع، تا ۱۵ مارس سال ۲۰۱۳ اعمال می‌شد. _ در این سیستم پتنت به اولین مخترعی داده می‌شود که اختراع را صرف نظر از اینکه تقاضانامه پتنت فایل شده گمنت می‌شود یا خیر، متصور و به مرحله عمل درمی‌آورد. به منظور اثبات حق مخترع بودن در سیستم اولویت با اختراع، حفظ شواهد کافی ذکر شده در دفتر یادداشت آزمایشگاه بسیار حیاتی است تا بتوان به عنوان شاهد در دعاوی با سایر شرکت‌ها یا مخترعان استفاده نمود.

۲۰. دوره ارفاقی چیست؟

قوانین بعضی کشورها یک دوره ارفاقی (Grace Period) ۶ یا ۱۲ ماه، از لحظه افشا اختراع توسط مخترع یا متقاضی آن تا هنگام فایل تقاضانامه فراهم می‌کنند، طی این مدت اختراع قابلیت پتنت شدن را به دلیل افشا از دست نمی‌دهد. در این کشورها هر شرکتی می‌تواند اختراع خودش را در نمایشگاه تجاری یا از طریق انتشار آن در کاتالوگ شرکت یا نشریه فنی افشا کند و همچنان تقاضانامه پتنت را در مهلت ارفاقی فایل نماید.

به هر حال، از آنجایی که مهلت ارفاقی در همه کشورها اعمال نمی‌شود، تکیه بر آن در کشور خودتان شما را از پتنت کردن اختراع در سایر بازارهای مورد توجه به دلیل عدم دسترسی به مهلت ارفاقی محروم می‌نماید.



تقاضانامه بین‌المللی به شماره PCT/EP/2002/005212، با عنوان broad spectrum

2-aminobenzoxazole sulfonamide HIV protease inhibitors

تقاضانامه پتنت موقت (Provisional Patent Application (PPAs)

متقاضیان در تعداد کمی از کشورها (استرالیا، کانادا، هند، و ایالات متحده آمریکا) فرصت فایل تقاضانامه پتنت موقت دارند. PPA به عنوان نقطه ورود تقریباً کم هزینه به سیستم پتنت مورد توجه است. جزئیات این تقاضانامه در هر کشوری متفاوت است. اما ویژگی‌های مشترک آنها عبارتند از:

- **تاریخ اولویت زودهنگام؛** به منظور گرفتن حمایت پتنت، مخترعی که PPA را فایل می‌کند، باید یک تقاضانامه پتنت معمول هم طی یکسال از تاریخ فایل پتنت موقت داشته باشد. تقاضانامه پتنت معمول می‌تواند مزیت این تقاضانامه را ادعا کند، یعنی با آن مانند تاریخ فایل کردن PPA برخورد نماید.
 - **نقطه شروع نسبتاً کم هزینه** برای ورود به سیستم پتنت است. فایل تقاضانامه پتنت موقت ارزانتر است، زیرا عموماً مورد بررسی ماهوی قرار نمی‌گیرد و نیازمند ادعای نام نیست، ولی به شرح و توصیف کامل اختراع نیاز دارد.
 - **زمان اضافی تصمیم‌گیری برای بررسی منطقی ثبت پتنت؛** از تاریخی که PPA فایل می‌شود متقاضی ۱۲ ماه برای تست ایده و کسب سرمایه قبل از فایل تقاضانامه پتنت معمول فرصت دارد. تقاضانامه‌های پتنت موقت ارزش کافی برای کسب و کارهای استارت‌آپی فراهم می‌آورند که از محصول یا خدمت آنها فوراً حمایت می‌کنند و در ادامه کار برای پالایش، بهبود دادن و تکمیل آن فرصت دارند. به این ترتیب از حقوق آنچه پایه‌گذاری می‌کنند، قبل از آنکه در جستجوی کمک، سرمایه‌گذاری یا مشارکت باشند حمایت می‌شود.
 - **ادعا روی اختراع خود داشته باشید؛** تقاضانامه پتنت موقت، اجازه استفاده از عنوان «در انتظار ثبت پتنت»^۱ برای اختراع را در تبلیغات می‌دهد تا دیگران را از کپی کردن اختراع منصرف نماید.
- با این حال ریسک‌های مشخص و معایبی هم برای PPA وجود دارد، از جمله افزایش مجموع هزینه‌های گرفتن پتنت، از دست دادن احتمالی اسرار تجاری و احساس حمایت کاذب.

۲۱. ساختار تقاضانامه پتنت چگونه است؟

تقاضانامه پتنت کارکرد گسترده‌ای دارد:

- دامنه حقوقی حمایت از اختراع را تعیین می‌کند.
- ماهیت و طبیعت اختراع را توصیف می‌کند و دستورالعملی درباره چگونگی عملکرد آن ارائه می‌دهد.

• جزئیاتی دربارهٔ مخترع، مالک پتنت و سایر اطلاعات حقوقی بیان می‌کند.

تقاضانامه پتنت در همه جای دنیا از ساختاری مشابه پیروی می‌کند؛ که شامل درخواست‌نامه **request**، شرح و توصیف **description**، ادعائنامه **claims**، نقشه‌ها **drawings** (در صورت نیاز) و چکیده اختراع **abstract** است. براساس ماهیت اختراع خاص و زمینه فنی آن، سند پتنت می‌تواند چند صفحه یا صدها صفحه باشد.

درخواست نامه

درخواست؛ عنوان اختراع، تاریخ فایل، تاریخ اولویت و «داده‌های هویتی» مانند نام و آدرس مخترع و متقاضی را نشان می‌دهد.

شرح و توصیف

شرح و توصیف مکتوب اختراع باید جزئیات کافی ارائه دهد، به طوری که هر شخص ماهر با مهارت عادی بتواند آن را مجدداً بسازد و به کمک شرح و توصیف و نقشه‌ها بدون اینکه هیچگونه تلاش نوآورانه‌ای انجام دهد اختراع را به مرحله عملی برساند. اگر شرح و توصیف در رعایت این استانداردها کوتاهی کند ممکن است پتنت رد، یا بعداً در دادگاه به چالش کشیده شود و ابطال گردد.

ادعائنامه

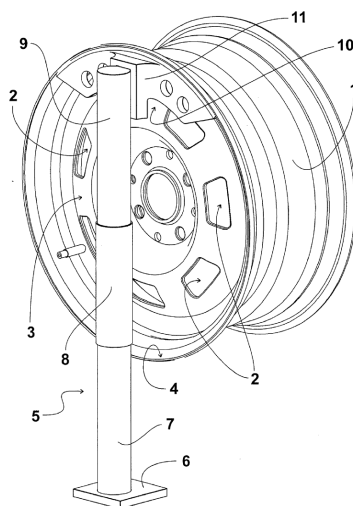
ادعاهای اختراع، دامنه حمایت از پتنت را تعیین می‌کنند. اساساً ادعاها بسیار حیاتی هستند و اگر به صورت نامناسب نوشته شوند، حتی یک اختراع واقعاً با ارزش هم به یک پتنت بی ارزش تبدیل می‌شود که به سادگی می‌توان طراحی حول آن انجام داد یا آن را دور زد.

در دعاوی قضایی پتنت، عموماً اولین قدم در تصمیم‌گیری اینکه آیا پتنت معتبر است یا آنکه واقعاً نقض شده است تفسیر ادعائنامه است. به این منظور بهتر است به دنبال مشاوره یا متخصص برای نگارش ادعائنامه پتنت باشید.

مثالی از یک نقشه اختراع

پتنت شماره DE10230179 برای جک یا «وسیله آزاد سازی تایر»، اختراع جکی جدید برای بلند کردن چرخ وسیله نقلیه که روی فنر است. این اختراع از یک سازه ساپورت (۱۱) که با لبه خارجی (۴) چرخ (۱) درگیر است استفاده می‌کند.

جک مستقیماً چرخ را جابجا می‌کند اما وسیله نقلیه جابجا نمی‌شود. بنابراین نیروی بلند کردن کمتری برای آزاد کردن چرخ از زمین نیاز است.



نقشه‌ها

نقشه‌ها، جزئیات فنی اختراع را به صورت خلاصه و بصری نمایش می‌دهند. این امر به توضیح بعضی اطلاعات، ابزار یا نتایجی کمک می‌کند که در بخش افشا به آن اشاره شده است. نقشه‌ها همیشه بخش ضروری تقاضانامه نیستند، مگر اینکه اختراع فرآیند یا روش انجام کاری باشد. همچنین اگر به نقشه نیاز باشد، قوانین شکلی بر قابلیت پذیرش آنها حاکم خواهد بود.

چکیده

چکیده خلاصه‌ای کوتاهی از اختراع است که توسط اداره اختراع منتشر می‌شود و در صفحه اول قرار دارد. بعضی مواقع چکیده توسط ممتحن پتنت در اداره اختراع، بهبود می‌یابد یا نوشته می‌شود.

مثالی از ادعای اختراع

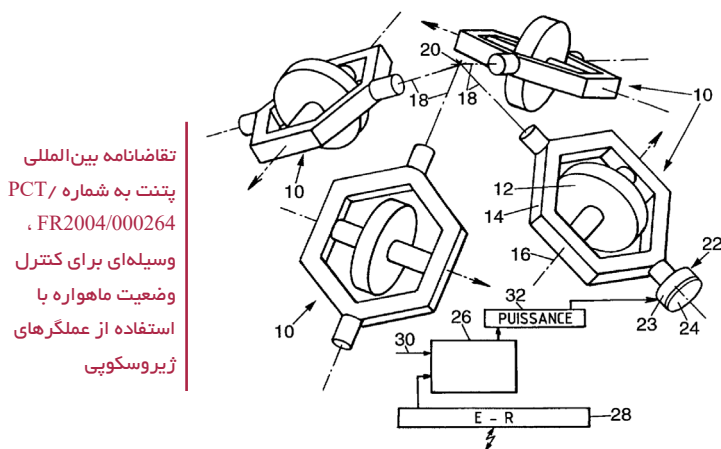
دو ادعای اول اختراع به شماره US4641349 با عنوان سیستم تشخیص عنیبیه؛
• روشی برای تشخیص شخص که شامل این موارد می‌شود: ذخیره اطلاعات

تصویری بخشی از عنبیه و مردمک چشم شخص، نورپردازی یک چشم شخص ناشناس که یک عنبیه و مردمک دارد، بدست آوردن حداقل یک تصویر از همان بخش عنبیه و مردمک چشم شخص ناشناس و مقایسه قسمت عنبیه تصویر بدست آمده با اطلاعات تصویری ذخیره شده برای شناسایی فرد ناشناس.

- نوپردازی روش ارائه شده در ادعای شماره (۱) شامل این موارد است: تحریک عنبیه چشم به حداقل اندازه از پیش تعیین شده، مقایسه حداقل یک قسمت عنبیه تصویر بدست آمده با اطلاعات تصویر ذخیره شده که از چشم با مردمکی با همان اندازه از پیش تعیین شده، بدست آمده است.^۱

۲۲. ثبت پتنت چه مدت طول می‌کشد؟

مدت زمان رسیدگی به درخواست تقاضانامه پتنت در هر کشوری متفاوت است. با توجه به زمینه‌های فناوری آن از چند ماه تا چند سال و به طور معمول بین ۲ تا ۵ سال طول می‌کشد. بعضی اداره‌های اختراع رویه‌ای برای سرعت بخشیدن به بررسی ماهوی تعیین کرده‌اند که در موارد خاص می‌تواند توسط متقاضی درخواست شود.



۱. ادعای اختراع یک متن فنی _حقوقی است که کلمات به کار رفته در آن به دقت و با توجه به مفاهیم پایه‌ای انتخاب می‌شوند. اگر متن ادعا برای شما قابل درک نیست تعجب نکنید[مترجمان].

تصحیح کردن پتنت گرننت شده

وقتی پتنت گرننت می‌شود، باید مطمئن شوید کلیه اسناد صحیح هستند و هیچگونه اشتباه یا کلمه جا افتاده‌ای خصوصاً در مورد ادعای ناموجود ندارد.

۲۲. حمایت از پتنت چه زمانی آغاز می‌شود؟

حقوق پتنت از تاریخ گرننت شدن آن معتبر و موثر می‌شود. در بعضی کشورها امکان پیگیری قضایی نقض کننده‌ها برای نقضی که از تاریخ انتشار تقاضانامه پتنت اتفاق می‌افتاد فراهم شده است (معمولاً ۱۸ ماه بعد از فایل نمودن). اما در مورد همه کشورها این‌گونه نیست (موارد ۴۰ تا ۴۳ را مشاهده کنید).

در بعضی کشورها، امکان فایل تقاضانامه پتنت و تقاضانامه مدل کاربردی به صورت هم‌زمان فراهم می‌شود. این امر در بعضی مواقع برای سود بردن از حمایت تحت مدل کاربردی است (عموماً سریع‌تر گرننت می‌شود) تا زمان گرننت پتنت اصلی طی شود.

۲۴. حمایت از پتنت چه مدت ادامه خواهد داشت؟

در صورتی که هزینه‌های تجدید یا نگهداری سر موعد پرداخت شوند و هیچ درخواستی برای لغو یا باطل کردن طی این دوره مطرح نشود، طبق استانداردهای بین‌المللی فعلی، پتنت به مدت ۲۰ سال از تاریخ فایل تقاضانامه اعتبار دارد.

این قوانین طول عمر قانونی پتنت را تعریف می‌کنند؛ طول عمر تجاری یا اقتصادی یک پتنت توسط موفقیت تجاری فناوری ارائه شده محدود می‌شود. اختراعی که ارزشمند به نظر می‌رسد عمده‌تاً به دلایل دیگری منسوخ شده یا نمی‌تواند با موفقیت تجاری‌سازی شود. در چنین موقعیت‌هایی دارنده پتنت تصمیم می‌گیرد پرداخت هزینه تجدید یا نگهداری پتنت را متوقف کند و اجازه می‌دهد که پتنت زودتر منقضی و محصول یا فناوری اختراع به عرصه عمومی وارد شود.

در بعضی کشورها، حمایت پتنت بیش از ۲۰ سال تمدید می‌شود، یا در شرایط بسیار ویژه‌ای، گواهی حمایت مکمل (Supplementary Protection Certificate – SPC) گرننت می‌شود. این تمديد‌ها معمولاً برای پتنت‌هایی ارائه می‌شوند که به تأخیرهای تجاری‌سازی ناشی از زمان مورد نیاز مبتلا هستند و برای گرفتن اجازه عرضه به بازار

با مراجع دولتی در ارتباط می‌باشند؛ مثل داروها و مواد شیمیایی زراعی. گواهی SPC دوره محدودی دارد و عموماً بیش از ۵ سال تمدید نمی‌شود.

در انتظار پتنت Patent Pending

بسیاری از شرکت‌ها محصولات را که مبتنی بر پتنت هستند با عناوینی مثل “Patent Pending” یا “Patent Applied For” برچسب‌گذاری می‌کنند که گاهی با شماره تقاضانامه پتنت همراه است. به طور مشابه، هنگامی که پتنت گرت می‌شود، قراردادن اختاری روی آن که محصول پتنت شده است که بعضی اوقات شامل شماره پتنت هم می‌شود امری معمول و در حال گسترش توسط شرکت‌ها است. هر چند این عناوین حمایت قانونی بر علیه نقض کنندگان فراهم نمی‌کند، اما می‌تواند هشدار برای منصرف نمودن دیگران از کپی کردن محصول و ویژگی نوآورانه آن باشد. همچنین بر اساس قوانین کشوری که اعمال قانون در آن درخواست می‌شود، امکان جبران ضرر و زیان برای نقض را تحت تأثیر قرار می‌دهد.

۲۵. آیا به کارگزار برای فایل تقاضانامه پتنت نیاز است؟

آماده سازی تقاضانامه پتنت و پیگیری آن تا مرحله گرت کار پیچیده‌ای است. درخواست حمایت از پتنت این موارد را در برمی‌گیرد:

- انجام جستجو برای شناسایی هرگونه دانش پیشین که سبب غیر قابل پتنت شدن اختراع می‌شود. معمولاً انجام این مرحله مطلوب است ولی الزامی نیست زیرا اداره اختراع در بررسی ماهوی، جستجوی خودش را انجام می‌دهد.
 - نوشتن ادعائنامه و شرح و توصیف کامل اختراع که ترکیبی از واژه‌شناسی فنی و حقوقی است.
 - انجام مکاتبات با اداره اختراع ملی یا منطقه‌ای، خصوصاً طی بررسی ماهوی تقاضانامه اختراع و...
 - نوشتن اصلاحیه برای تقاضانامه به نحوی که توسط اداره اختراع درخواست می‌شود.
- تمام این موارد نیاز به دانش عمیق از قوانین پتنت و عرف اداره اختراع و درک کاملی از اختراع دارد. بنابراین علی‌رغم آنکه کمک حقوقی و فنی الزامی نیست، اما تأکید

می‌شود به کمک کارگزار پتنت یا شخصی که هم دانش و تجربه قانونی و هم پیش زمینه فنی در زمینه اختراع دارد تهیه شود. در اکثر قوانین لازم است که متقاضیان خارجی توسط کارگزار پتنت رسمی و ثبت شده مقیم در آن کشور نمایندگی شوند.

پتنت شماره EP1165393،
متعلق به Torben Flanbaum
با عنوان «تراوش کننده برای
ریختن هم زمان مایع از مخزن
و ترکیب آن با مایع» به یک
شرکت SME دانمارکی به نام
Menu A/S لایسنس شد و
پرفروش‌ترین محصول شرکت
گردید.

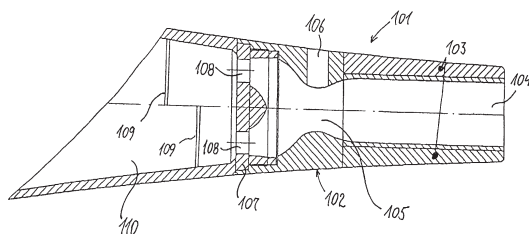


Fig. 1

انتخاب یکی از کارکنان برای مدیریت دارایی‌های فکری کسب و کار

داشتن یک ناظر و هماهنگ کننده داخلی برای مدیریت پتنت‌ها بر اساس میزان کسب و کار در کنار کارگزاران پتنت خارجی مفید است. این شخص می‌تواند از هماهنگی با متخصصان خارجی اطمینان حاصل نماید، در حالی که بهترین عملکرد به صورت یکنواخت در خود کسب و کار دنبال می‌شود. همچنین این موضوع شامل حفظ رازداری ضروری تقاضانامه‌های پتنت و اطلاعات مرتبط، اطلاع رسانی به کارمندان در خصوص نقش آنها جهت حمایت از دارایی‌های فکری، و هماهنگی تلاش‌های مرتبط با پتنت در ارتباط با سایر دارایی‌های IP شرکت؛ مثل اسرار تجاری، علائم تجاری و کپی رایت می‌باشند.^۱

۲۶. آیا امکان حمایت چندین اختراع از طریق یک تقاضانامه هست؟

اکثر قوانین پتنت، تعداد اختراع‌های متفاوت در یک تقاضانامه را محدود می‌کنند. این همان الزام مشهور به اختراع واحد Unity of Invention است. در بعضی کشورها (مثل ایالات متحده آمریکا) این الزام جدی‌تر اعمال می‌شود و در بقیه، مانند کشورهای عضو پیمان پتنت اروپا اجازه گروهی اختراعات بواسطه یک مفهوم ابتکاری مرتبط به

۱. IP PANORAMA، قسمت سوم، بخش چهارم

یکدیگر را در یک تقاضانامه می‌دهند. در موارد عدم اختراع واحد، متقاضی ملزم است تا ادعاهای اختراع را محدود یا تقاضانامه را تقسیم کند (تقاضانامه تقسیمی Di-visional). در بعضی کشورها بر اساس نتیجه تفاوت قوانین موضوعه، یک تقاضانامه پتنت ممکن است کافی باشد، در حالی که در بقیه بیش از دو تقاضانامه برای پوشش همان موضوع اختراع فایل می‌شود. هنگام فایل کردن تحت PCT معمول است که گروهی از اختراعات براساس روش اروپایی با هم مرتبط شوند و هنگام ورود به فاز ملی تقاضانامه تقسیم شوند.

چکیده مطالب

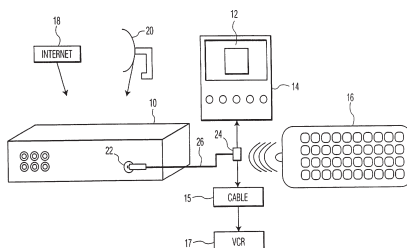
- آیا اختراع قابلیت پتنت شدن دارد؟ اول، فهرست آنچه می‌تواند یا نمی‌تواند پتنت شود را بررسی و تعیین کنید اختراع در کدام یک از این دسته‌بندی‌ها قرار می‌گیرد. دوم، با جستجوی دانش پیشین از پایگاه داده‌های پتنت استفاده مناسب کنید.
- فایل کردن تقاضانامه پتنت؛ از وکیل یا کارگزار پتنت متخصص در زمینه تکنولوژی مرتبط، خصوصاً برای نوشتن ادعانامه استفاده کنید.
- زمان‌بندی تقاضانامه؛ با دقت بهترین زمان‌بندی برای فایل تقاضانامه پتنت تعیین نمایید و به تاریخ فایل الزامی دقت کنید.
- اطلاعات را بسیار زود افشا نکنید تا قابلیت پتنت شدن از دست نرود.
- هزینه‌های نگهداری؛ به یاد داشته باشید هزینه‌های نگهداری یا تجدید را سر وقت بپردازید تا پتنت معتبر باقی بماند.
- اطلاعات بیشتر: IP PANORAMA، قسمت ۳، بخش ۲، قسمت ۶، بخش ۳-۱

پتنت گرفتن در خارج از کشور

۲۷. چرا باید درخواست پتنت خارج از کشور داشته باشیم؟

گواهی اختراع یا پتنت حق سرزمینی است؛ یعنی اختراع تنها در کشور یا ناحیه‌ای که پتنت صادر شده است حمایت می‌شود. به بیان دیگر اگر یک پتنت در کشوری مشخص گمنت نشده باشد، اختراع در آن کشور حفاظت نمی‌شود در نتیجه هر شخص دیگری قادر است همان اختراع را در آن کشور بسازد، استفاده کند، وارد کند یا بفروشد.

تقاضانامه بین‌المللی به شماره
PCT/US02/12182، وسیله‌ای
برای ارتقاء سیستم کنترل از
راه دور



۲۸. چه زمانی برای کسب حمایت پتنت خارج از کشور اقدام می‌کنید؟

تاریخ اولین تقاضانامه پتنت برای اختراع، تاریخ حق تقدم (Priority Date) نامیده می‌شود. هرگونه تقاضانامه بعدی که در سایر کشورها طی ۱۲ ماه از این تاریخ فایل شود (یعنی در دوره حق تقدم) می‌تواند از مزایای این دوره استفاده کند. یعنی اولین تقاضانامه بر سایر تقاضانامه‌هایی حق تقدم دارد که برای آن اختراع بعد از آن تاریخ توسط افراد دیگری در سایر کشورها فایل می‌شود. بسیار مهم است که تقاضانامه‌های ثبت پتنت خارجی یا تحت پیمان PCT طی دوره حق تقدم فایل شوند. همچنین فایل کردن تحت پیمان PCT مدت ۱۸ ماه اضافی در اختیار متقاضی قرار می‌دهد، که طی آن متقاضی تصمیم می‌گیرد وارد فاز ملی کدام یک از کشورهای عضو پیمان PCT شود.

بعد از پایان مهلت دوره حق تقدم، تا هنگامی که پتنت برای اولین بار توسط اداره اختراع منتشر شود (معمولاً ۱۸ ماه بعد از تاریخ حق تقدم) همچنان درخواست برای حفاظت از همان اختراع امکان پذیر است، اما ادعای حق تقدم مطابق با اولین تقاضانامه امکان‌پذیر نیست. هنگامی که اختراع افشا شود یا منتشر گردد، با توجه به نداشتن نوآوری، گرفتن حمایت قانونی تحت پتنت در کشورهای خارجی امکان‌پذیر نیست. (در این خصوص می‌توانید به مطلب مهلت ارفاقی (Grace Period) شماره ۲۰ مراجعه کنید.)

مطالعه موردی: حمایت از حقوق مالکیت فکری شرکت Somatex

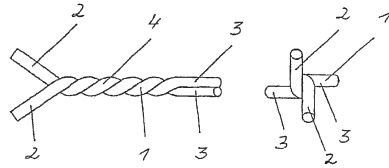
شرکت با مسئولیت محدود Somatex سال ۱۹۹۲ در حوزه فناوری‌های پزشکی آلمان تأسیس شد. تخصص این شرکت در زمینه ساخت و فروش ابزارهای نوآورانه و با کیفیت یکبار مصرف پزشکی است. محصولات شرکت Somatex معمولاً در رادیولوژی مداخله‌ای (IR) استفاده می‌شود که در آن عمل جراحی تهاجمی توسط سیستم راهنمای تصویری، مثل تصویربرداری تشدید مغناطیسی (MRI) انجام می‌شود و به پزشک اجازه می‌دهد تصاویر ساختار داخلی اعضای بدن را ببیند. با اطلاع از اهمیت مدیریت مالکیت فکری، شرکت Somatex از این موضوع آگاه است که پیش از شروع به تبلیغ محصول جدید باید تقاضانامه را فایل کند. Somatex به این امر باور دارد که همه اختراعات فنی نباید پتنت شوند، با توجه به فرصت‌های بازار و ریسک مرتبط با توسعه محصولات جدید، هر مورد جدا از اینکه آیا محرمانه بماند و تفاهم نامه حمایتی داشته باشد و یا به صورت تقاضانامه ملی یا بین‌المللی فایل شود، بررسی می‌شود.

اکثر نوآوری‌هایی که این شرکت به دنبال حمایت مالکیت فکری آنها است، در سطح ملی انجام می‌شوند. به هر حال شرکت باور دارد تقاضانامه‌های پتنت برای محصولاتی ضروری هستند که به صورت بین‌المللی بازاریابی می‌شوند. اگر برای اختراع نیاز به حمایت پتنت باشد، این شرکت ابتدا تقاضانامه پتنت ملی را در اداره ثبت اختراع و علائم تجاری آلمان فایل می‌کند، سپس تقاضانامه‌های (PCT) یا (EPO) یا هر دو را فایل می‌نماید.

اطمینان از حمایت مالکیت فکری برای محصولات اصلی محلی و بین‌المللی به Somatex کمک کرده تا پیوسته نوآوری داشته باشد و کسب و کار خود را گسترش دهد. سال ۲۰۱۴، شرکت زیر مجموعه‌ای تحت عنوان Somatex HK Ltd برای تقویت حضور خود در بازارهای آسیایی تأسیس کرد. اگرچه در بازار تجهیزات یکبار مصرف پزشکی شرکت‌های بزرگ بین‌المللی غالب هستند، ولی استراتژی Somatex اثبات کرد که هر شرکت کوچک و متوسط می‌تواند با استفاده از نوآوری و حمایت از مالکیت فکری موفق باشد.^۱

۱. به سایت WWW.wipo.int/ipadvantage، مزایای مالکیت فکری مراجعه کنید.

تقاضانامه PCT به شماره PCT/EP 2005 052935 / سیستم تزریق سیمان برای اتصال
مفاصل مصنوعی، محصول موفق بین‌المللی
شرکت Somatex است.

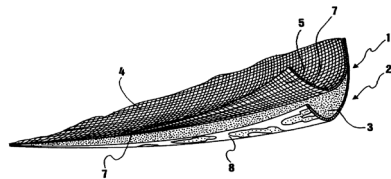


۲۹. کجا برای حفاظت از اختراع مناسب است؟

با توجه به آنکه بدست آوردن پتنت در کشورهای خارجی گران است، شرکت‌ها باید در انتخاب کشورهایی که نیاز به حمایت دارند با دقت عمل کنند. پاسخ به سؤالات زیر می‌تواند به این امر کمک کند:

- محصولات پتنت شده در کجا تجاری‌سازی می‌شوند؟
- بازارهای اصلی برای محصولات مشابه کجا هستند؟
- هزینه‌های گرفتن پتنت در بازارهای هدف چگونه است؟
- مهم‌ترین رقبای کجا هستند؟
- محصولات کجا ساخته می‌شوند؟
- اعمال حقوق پتنت در یک کشور مشخص چقدر مشکل است؟

تقاضانامه بین‌المللی به شماره PCT/IT98/00133، روشی
جدید برای برطرف کردن کرک پارچه‌های ملحفه، اساس
موفقیت شرکت ایتالیایی Grindi SRL است.
این شرکت برای تجاری‌سازی پارچه نساجی جدید، بر حقوق
انحصاری تکیه کرده که توسط پتنت فراهم شده است.



۳۰. چگونه برای تقاضانامه حمایت از اختراع در خارج کشور اقدام می‌شود؟

سه مسیر اصلی برای فایل کردن پتنت خارجی وجود دارد:
مسیر ملی؛ ارسال درخواست مستقیم به اداره ملی اختراع هر کشور مورد علاقه، که در آن
تقاضانامه پتنت به زبان مربوطه، با رعایت همه نیازمندی‌های شکل ملی و پرداخت هزینه‌های
مورد نیاز فایل می‌شود. این مسیر برای چندین کشور بسیار پر زحمت و گران است.
مسیر منطقه‌ای؛ هنگامی که کشورهای مورد تقاضا، عضو سیستم ثبت اختراع منطقه‌ای

باشند، حمایت مؤثر در منطقه سرزمینی همه یا بعضی از کشورهای عضو با فایل کردن تقاضانامه در اداره منطقه‌ای مربوطه دنبال می‌شود. ادارات منطقه‌ای ثبت اختراع عبارتند از:

- سازمان مالکیت فکری آفریقایی
- (The African Intellectual Property Organization , OAPI)
- سازمان مالکیت صنعتی منطقه آفریقایی
- (The African Regional Industrial Property Organization, ARIPO)
- سازمان اختراع اوراسیایی
- (The Eurasian Patent Organization, EAPO)
- اداره اختراع اروپایی
- (The European Patent Office, EPO)^۱
- اداره اختراع دولت‌های عربی شورای همکاری خلیج فارس

- (GCC Patent Office)

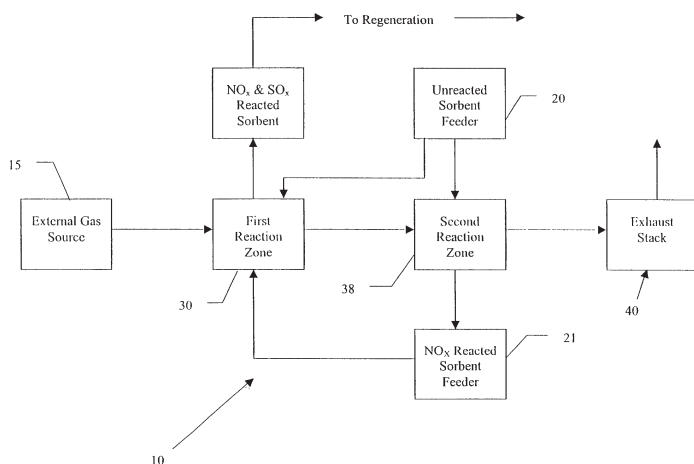
مسیر بین‌المللی؛ اگر شرکتی بخواهد گزینه حمایت از اختراع را در کشورهای عضو پیمان PCT در اختیار داشته باشد، باید به فکر فایل کردن تقاضانامه PCT باشد. برای این امر حداقل یک نفر از مخترعان باید شهروند یا مقیم یکی از کشورهای عضو پیمان PCT باشد، یا باید کسب و کار مرتبط یا حضور مؤثر تجاری – صنعتی در یکی از این کشورها داشته باشد. با پر کردن تقاضانامه بین‌المللی تحت پیمان PCT متقاضی بعداً می‌تواند حمایت از اختراع را در بیش از ۱۵۰ کشور عضو دنبال کند.^۲ این تقاضانامه بین‌المللی می‌تواند در اداره ملی، اداره ثبت اختراع منطقه‌ای یا در اداره گیرنده PCT سازمان جهانی مالکیت فکری در ژنو سوئیس فایل شود.

۱. برای اطلاعات بیشتر در مورد پتنت‌های متحد در اتحادیه اروپا به سایت زیر مراجعه کنید.

<https://www.epo.org/Law-practice/unitary.html>

۲. فهرست کشورهای عضو در سایت زیر قابل دسترسی است.

www.wipo.int/pct/en/pct_contracting_states.html



تقاضانامه بین‌المللی به شماره PCT/US2001/028473، شرکت فناوری EnviroScrub پک SME آمریکایی است که از پیمان PCT برای درخواست حمایت از فناوری خودش در حذف آلوده‌کننده‌های حاصل از سوخت و فرآیند صنعتی در بازارهای خارجی استفاده می‌کند. استفاده از PCT برای درخواست حمایت خارج از کشور، شرکت EnviroScrub را برای ورود به تفاهم نامه‌های لایسنس در بازارهای جهانی فناوری توانمند ساخته است.

چکیده مطالب

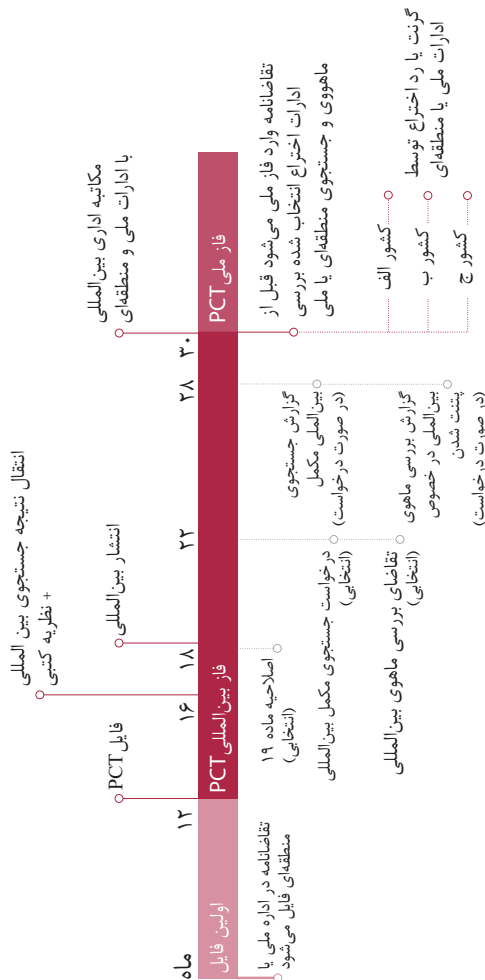
- **حقوق سرزمینی؛** به خاطر داشته باشید این نوع حقوق تنها در کشوری که پتنت اخذ شده اعمال می‌شود.
- **دوره حق تقدم؛** از این دوره برای درخواست حمایت خارج از کشور استفاده کنید، ولی به تاریخ‌های مهم و محرمانه ماندن پتنت قبل از فایل کردن دقت بسیاری داشته باشید.
- **کجا درخواست کنید؛** در نظر داشته باشید کدام کشورها بیشترین سودآوری را برای حمایت قانونی تحت پتنت دارند. همچنین در مقایسه با هزینه‌ها آیا گرفتن پتنت در چندین کشور ارزش دارد؟
- **چگونه درخواست کنید؛** با توجه به استفاده از PCT برای تسریع پردازش تقاضانامه، بدست آوردن زمان و گرفتن اطلاعات ارزشمند در خصوص قابلیت پتنت شدن، به منظور کمک به تصمیم‌گیری آگاهانه در مورد اینکه در کدام کشورها درخواست کنید بسیار مفید است.
- **اطلاعات بیشتر:** به IP Panorama، قسمت ۹، بخش ۲ تا ۴ مراجعه کنید.

مزایای PCT

پیمان PCT حداقل ۱۸ ماه زمان اضافی، علاوه بر ۱۲ ماه دوره حق تقدم فراهم می‌کند تا متقاضیان بتوانند پتانسیل تجاری محصول خود در کشورهای مختلف را بررسی کنند و تصمیم بگیرند که حمایت از پتنت را در چه کشورهایی پیگیری کنند. بنابراین پرداخت هزینه‌های اداری و ترجمه تقاضانامه ملی به تأخیر می‌افتد. تعداد زیادی از متقاضیان جهت دسترسی به زمان بیشتر از پیمان PCT استفاده می‌کنند. این پیمان به منظور توجیه نگهداری از انتخاب‌های متقاضیان تا آنجا که ممکن است، به صورت گسترده مورد استفاده قرار می‌گیرد با توجه به افزایش مدت زمان ورود به فاز ملی به ۳۰ ماه.

متقاضی PCT اطلاعات ارزشمندی در مورد پتانسیل قابلیت گرفتن پتنت اختراع خود، به شکل گزارش جستجوی بین‌المللی و نظریه کتبی مرجع جستجوی بین‌المللی دریافت می‌کند. این اسناد برای متقاضی PCT مبنای قوی برای تصمیم‌گیری درباره مکان و نحوه حمایت پتنت فراهم می‌نمایند. گزارش جستجوی بین‌المللی، حاوی فهرستی از اسناد دانش پیشین است که مرتبط با اختراع تشخیص داده شده است. نظر کتبی مرجع جستجوی بین‌المللی، قابلیت پتنت شدن را با توجه به نتیجه جستجوی بین‌المللی تحلیل می‌کند.

تقاضانامه PCT اثر حقوقی یکسان در همه کشورهای عضو این پیمان دارد. این اثر حقوقی، تا اندازه زیادی هزینه‌های ارسال تقاضانامه‌های اولیه جداگانه را به هر کدام از ادارات اختراع کاهش می‌دهد. همچنین پیمان PCT برای فایل کردن تقاضانامه‌ها تحت بعضی سیستم‌های پتنت منطقه‌ای هم مورد استفاده قرار می‌گیرد. راهنمای چگونگی ارسال تقاضانامه‌های بین‌المللی تحت پیمان PCT در اداره‌های اختراع ملی و سایت WIPO به نشانی www.wipo.int/pct در دسترس است.



طراحی کلی روند تقاضانامه‌های PCT

خلاصه مزایای پیمان PCT به شرح زیر است:

- یک تقاضانامه PCT با اثر حقوقی یکسان در همه کشورهای امضا کننده آن
- الزامات رسمی هماهنگ
- دریافت اطلاعات در خصوص قابلیت پتنت شدن برای پشتیبانی از تصمیم‌گیری راهبردی
- به تأخیر انداختن ۱۸ ماه هزینه‌های قابل ملاحظه تا رسیدن به فاز ملی

تجاری‌سازی فناوری پتنت شده

۳۱. چگونه فناوری پتنت شده تجاری‌سازی می‌شود؟

یک پتنت به تنهایی هیچ تضمینی برای موفقیت تجاری نیست، بلکه ابزاری است که ظرفیت شرکت را در سودآوری از محصولات و نوآوری‌های فناورانه بهبود می‌بخشد. به منظور رسیدن به سود ملموس، پتنت باید به صورت موثری مورد بهره‌برداری قرار گیرد چون تنها در صورتی پول‌ساز می‌شود که محصولات یا فرآیندهای مرتبط با آن موفق باشند. برای ورود اختراع پتنت شده در بازار، شرکت چندین انتخاب دارد:

- تجاری‌سازی مستقیم اختراع
- فروش گواهی پتنت به فرد دیگر
- واگذاری لایسنس پتنت به دیگران
- ایجاد سرمایه‌گذاری مشترک، به منظور همکاری با دیگران که دارایی‌های مکمل در اختیار دارند.

۳۲. چگونه محصول پتنت شده به بازار عرضه می‌شود؟

موفقیت تجاری محصول جدید تنها به ویژگی‌های فنی آن وابسته نیست. هر چقدر اختراع از دیدگاه فنی عالی به نظر برسد، اما نیاز موثری برای آن نباشد یا محصول بازاریابی مناسبی نداشته باشد، نمی‌تواند مصرف‌کنندگان را به خود جذب کند. در نتیجه موفقیت تجاری به دامنه‌ای از عوامل مؤثر دیگر؛ مانند در دسترس بودن منابع مالی، توسعه استراتژی بازاریابی مؤثر و قیمت محصول در مقایسه با محصولات هم‌سطح رقیب وابسته است.

برای عرضه محصولی نوآورانه به بازار، تدوین طرح تجاری (Business Plan) بسیار کمک کننده است. طرح‌های تجاری، ابزاری مؤثر برای سنجش امکان‌پذیری ایده‌های تجاری هستند. برای نزدیک شدن به سرمایه‌گذاران و بدست آوردن منابع مالی جهت عرضه محصول یا خدمت پتنت شده طرح تجاری موضوعی حیاتی است. طرح تجاری باید شامل اطلاعاتی در خصوص پتنت‌های شرکت و استراتژی پتنت آن باشد. این موضوع نه تنها نوآورانه بودن محصولات شرکت را به نمایش می‌گذارد، بلکه شواهدی برای اهتمام لازم شرکت و تشخیص ریسک نقض پتنت شرکت‌های دیگر را هم نشان می‌دهد.

۳۳. آیا پتنت را می توان فروخت؟

بله. به فروش پتنت، واگذاری (Assigning) گفته می شود با واگذاری، مالکیت پتنت (Own-ership) به شخص دیگری منتقل می شود. این تصمیم باید با احتیاط فراوان گرفته شود. لایسنس پتنت (Licensing)، در مقابل واگذاری به معنای آن است که حقوق آن در مقابل حق امتیاز (Royalty) به دیگران اجاره داده می شود. بنابراین لایسنس استراتژی مالی بسیار موثری است.

واگذاری (Assignment) به بیان ساده؛ یعنی توافق بر یکبار پرداختن حق امتیاز بدون پرداخت های آتی، صرف نظر از آنکه نهایتاً چه مقدار پتنت سودآور خواهد بود. در بعضی موارد واگذاری دارای مزیت است. مثلاً وقتی پتنتی در ازای مبلغی یکجا واگذار شود نیازی نیست تا ۲۰ سال صبر کرد تا ارزش آن به تدریج برگردانده شود. همچنین از ریسک اینکه پتنت توسط یک فناوری دیگر جایگزین شود نیز پیشگیری می شود. در بعضی موارد واگذاری یک پتنت به شرکت استارت آپی شرط اولیه لازم برای سرمایه گذاری است، زیرا ممکن است حقوق پتنت متعلق به آن شرکت نباشد. تصمیم در هر مورد بر اساس نیازمندی ها و اولویت های شرکت انجام می شود. البته بهتر است با وکیل پتنت مشاوره شود تا راهنمایی بر اساس روش مناسب با توجه به استراتژی کسب و کار شرکت انجام شود.

۳۴. چگونه پتنت لایسنس می شود؟

هنگامی که مالک پتنت به عنوان لایسنس دهنده (Licensor)، به دیگری به عنوان لایسنس گیرنده (Licensee) اجازه استفاده از اختراع پتنت شده را در قالب توافق دوجانبه بدهد، پتنت لایسنس شده است. در این حالت شرایط و دامنه قرارداد لایسنس بین طرفین مشخص و امضاء می شود. اجازه دادن به دیگران برای تجاری سازی اختراع پتنت شده بر اساس قرارداد لایسنس، باعث می شود که کسب و کار منابع درآمدی بیشتری بدست آورد و این امر روشی معمول برای بهره برداری تجاری از حقوق انحصاری شرکت برای اختراع است. لایسنس دادن وقتی کاربردی است که شرکت مالکیت اختراع را در اختیار دارد، ولی در موقعیتی نیست که محصول را به منظور برطرف کردن نیاز بازار بسازد یا ناحیه جغرافیایی را پوشش بدهد.

با توجه به نیاز به مهارت و دانش، کمک گرفتن از وکیل متخصص در زمینه لایسنس در مذاکرات برای شرایط، مفاد و نوشتن قرارداد لایسنس توصیه می‌شود. در بعضی کشورها نیاز است تا قراردادهای لایسنس در مراجع رگولاتوری^۱ دولتی ثبت شود.

لایسنس دادن، لایسنس گرفتن یا هر دو؟

شرکت‌های کوچک و متوسط که با کمبود منابع برای تحقیق و توسعه، تولید و بازاریابی مواجه هستند، می‌توانند از مزایای مدل نوآوری باز با در نظر گرفتن فرصت‌های حاصل از لایسنس دادن یا لایسنس گرفتن اختراعات خودشان استفاده کنند (نکته بعد از سوال ۱ را ببینید). لایسنس دادن (License Out) به این معنا است؛ یک کسب و کار اختراع و نوآوری خودش را به کسب و کار دیگر لایسنس بدهد. لایسنس گرفتن (License In) یعنی برعکس آن؛ هنگامی است که کسب و کار موافقت می‌کند تا از اختراع کسب و کار دیگری استفاده کند (در جدول زیر مقایسه بین این دو صورت گرفته است).

لایسنس دادن (License Out)

مزیت‌ها	معایب
● حفظ مالکیت ● همیاری و همکاری در توسعه‌های آتی ● عدم نیاز به همکاری در ساخت ● کانال‌های جدید برای بازاریابی ● تبدیل رقیب یا نقض‌کننده بالقوه به همکار	● بازده محدود، سود بیشتری توسط کسب و کاری کسب می‌شود که اختراع را به بازار عرضه کرده است ● می‌تواند یک رقیب بالقوه خلق کند، اگر لایسنس تنها یا لایسنس غیر انحصاری داده شود. ● تعهدات آتی، اگر فناوری کامل نباشد. ● وابستگی حیاتی به لایسنس گیرنده، اگر لایسنس گیرنده تنها منبع سود باشد.

لایسنس گرفتن (License In)

مزیت‌ها	معایب
● سرعت بخشیدن برای دسترسی به بازار ● کاهش هزینه‌ها با محدود کردن تحقیق و توسعه ● ترکیب کردن فناوری‌ها، خدمات قوی‌تر و محصولات بیشتری خلق می‌کند.	● فناوری ممکن است نهایی نشده باشد. ● هزینه‌های اضافی، اگر بازار نتواند قیمت مورد نظر راپردازد. ● اتکای بیش از حد به فناوری‌هایی که خارج از کسب و کار توسعه داده شده است.

۱. رگولاتوری یا تنظیم مقررات و نظارت، مانند سازمان تنظیم و مقررات رادیویی یا سازمان غذا و دارو FDA.

۳۵. چه مقدار می توان انتظار نرخ حق امتیاز داشت؟

در معاملات مربوط به لایسنس، دارنده حقوق اختراع معمولاً مبلغ را یکجا یا مبالغ حق امتیاز را به صورت متناوب دریافت می کند، که بر اساس حجم فروش محصول مربوطه (حق امتیاز بر اساس تعداد) یا بر اساس فروش خالص (حق امتیاز بر مبنای فروش) می باشد. در بسیاری از موارد پرداخت های تحت قرارداد لایسنس پتنت، ترکیبی از مبلغ یکجا و حق امتیاز است. در بعضی موارد سهام عادلانه شرکت لایسنس گیرنده می تواند جایگزین حق امتیاز شود.

در بعضی صنایع، استانداردهایی برای نرخ حق امتیاز وجود دارند که کمک کننده است؛ اما این موضوع را به یاد داشته باشید که قراردادهای لایسنس منحصر به فرد هستند و نرخ حق امتیاز به عوامل مشخصی بستگی دارد که بر کسب و کار حاکم است. در نتیجه استانداردهای صنعت مربوطه نمی توانند کمک کننده باشند و حتی به گمراهی منتهی می شوند.

تقاضانامه پتنت برای مبدل حرارتی که توسط مخترع هندی دکتر Milind Rane فایل شده بود موضوع تفاهم نامه لایسنس با SME در شهر بمبئی قرار گرفت. در مرحله امضای تفاهم نامه، مخترع در پرداخت اولیه ۴.۵ درصد حق امتیاز از فروش دریافت کرد. همچنین لایسنس گیرنده پذیرفت هزینه های فایل کردن و نگهداری پتنت را پرداخت کند.

۳۶. تفاوت بین لایسنس انحصاری، غیرانحصاری و تکی چیست؟

سه نوع توافقنامه لایسنس بر اساس تعداد لایسنس گیرنده ها وجود دارند که اجازه استفاده از پتنت به آنها داده می شود:

- **لایسنس انحصاری**، تنها یک لایسنس گیرنده حق استفاده از فناوری پتنت شده را کسب می کند، به طوری که حتی خود مالک اختراع هم نمی تواند از آن استفاده کند.
- **لایسنس تکی**، تنها یک لایسنس گیرنده به همراه مالک اختراع حق دارند از فناوری پتنت شده استفاده کنند.
- **لایسنس غیر انحصاری**، چندین لایسنس گیرنده به همراه مالک اختراع حق استفاده از فناوری پتنت شده را دارند.

در تفاهم نامه لایسنس، مفاد آن بعضی حقوق را برپایه انحصار و بقیه را بر اساس غیر انحصاری یا تکی اعطا می کند.

پتنت به شماره US6210578B1، روشی برای تصفیه فاضلاب، توسط محققان دانشگاه مستقل ملی مکزیک توسعه داده شد و به صورت نتیجه یک تفاهم‌نامه غیر انحصاری موفق با IB-Tech قرار گرفت. شرکت زایشی (spin-off)^۱ از دانشگاه، جهت ارائه راهکارهای نوآورانه تصفیه فاضلاب تأسیس شد.

۳۷. لایسنس انحصاری یا غیرانحصاری کدام برای پتنت بهتر است؟

این موضوع به محصول و استراتژی کسب و کار شرکت بستگی دارد؛ مثلاً اگر فناوری بتواند به صورت استاندارد دربیاید که تمام بازیگران بازار خاص برای انجام کسب و کارشان نیاز دارند، لایسنس غیرانحصاری و گسترده بیشترین سودآوری را خواهد داشت. اما اگر محصول مورد نظر، نیازمند آن باشد که شرکت سرمایه‌گذاری سنگینی برای تجاری‌سازی محصول کند (مانند محصولات دارویی که نیازمند سرمایه‌گذاری جهت آزمونهای بالینی هستند)، آنگاه لایسنس گیرنده بالقوه نمی‌خواهد در رقابت با سایر لایسنس گیرنده‌ها باشد بنابراین به درستی روی بدست آوردن لایسنس انحصاری پافشاری می‌کند.

۳۸. چه زمانی برای لایسنس دادن اختراع مناسب است؟

با توجه به آنکه زمان‌بندی به عوامل مؤثر بسیاری وابسته است، بهترین زمان برای لایسنس دادن یک اختراع تعریف نمی‌شود. معمولاً به کارآفرین یا مخترع مستقل توصیه می‌شود که جستجو برای یافتن لایسنس گیرنده را هر چه زودتر آغاز کند تا بتواند درآمد جاری برای هزینه‌های ثبت اختراع خود را تأمین کند، همچنین نیاز نیست صبر کنید تا پتنت گزنت شود. مهم‌تر از زمان مناسب برای لایسنس دادن اختراع، یافتن شریک مناسب برای سودآوری و تجاری‌سازی اختراع پتنت شده است.

ارزش‌گذاری پتنت

دلایل زیادی وجود دارد که چرا شرکت نیاز دارد و مفید است که ارزش‌گذاری اختراع را انجام بدهد؛ از جمله می‌توان به مسائلی مانند حسابداری، لایسنس دادن، ادغام و خریداری، واگذاری یا خریداری دارایی‌های مالکیت فکری و جذب سرمایه اشاره نمود. روش واحدی برای ارزش‌گذاری پتنت وجود ندارد که برای تمام موقعیت‌ها مناسب باشد، اما روش‌های زیر در اکثر مواقع مورد استفاده قرار می‌گیرند:

۱. spin-off هنگامی اتفاق می‌افتد، که استارت‌آپ بخشی از سهام خود را به شرکت یا مجموعه‌ای که در آن رشد کرده واگذار می‌نماید و از آن جدا شده و هویت حقوقی مستقل می‌یابد.

روش درآمد؛ روی جریان درآمدی تمرکز می کند و انتظار می رود دارنده پتنت در طول عمر پتنت درآمد کسب کند.

روش هزینه؛ هزینه ها توسعه دارایی مشابه را به صورت داخلی و خارجی محاسبه می کنند.

روش بازار؛ به معاملات قابل مقایسه در بازار توجه می کند.

روش مبتنی بر گزینه؛ مدل هایی را توسعه می دهند که ابتدا برای استفاده در ارزش گذاری گزینه های سهام به کار می روند.

همچنین عواملی موثر هستند که به سختی قابلیت کمی سازی دارند و می توانند بر ارزش پتنت اثرگذار باشند، از جمله می توان به محکم بودن ادعاهای پتنت یا وجود جایگزین های نزدیک اشاره کرد.^۱

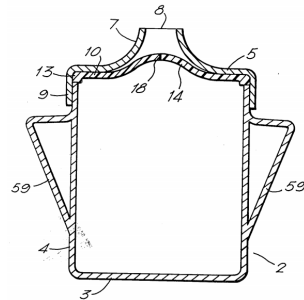
۳۹. چگونه می توان اجازه استفاده از پتنت رقبا را بدست آورد؟

این موضوع همیشه ساده یا به صرفه نیست. اگر رقیب به پتنت های شرکت علاقه مند باشد لایسنس متقابل می تواند مورد توجه قرارگیرد. لایسنس متقابل در صناعی متداول است که تعداد مشخصی پتنت، گستره وسیعی از اختراعات مکمل را شامل می شود که در مالکیت دو یا چند رقیب هستند. این شرکت های رقیب معمولاً در پی اطمینان از آزادی عملکردشان هستند و حقوق ناشی از پتنت های خودشان را در ازای دریافت حقوق مشابه به رقیبان واگذار می کنند.

چکیده مطالب

- **تجاری‌سازی:** گزینه‌های متفاوتی برای تجاری‌سازی اختراع در نظر بگیرید و مطمئن شوید طرح تجاری قانع کننده در جای خودش قرار گرفته است.
- **لایسنس دادن:** نرخ حق امتیاز و سایر ویژگی‌های تفاهم‌نامه لایسنس تابعی از مذاکرات هستند بنابراین به دنبال توصیه‌های متخصص باشید.
- **انحصاری در مقایسه با غیرانحصاری:** انحصاری بودن حقوق لایسنس را در پرتو بلوغ فناوری و استراتژی کسب و کار شرکت در نظر بگیرید.
- **لایسنس متقابل:** در نظر داشته باشید برای دسترسی مناسب به فناوری پتنت‌ها به کار می‌روند زمانی که مالک آن دیگران هستند.
- **اطلاعات بیشتر:** به IP Panorama، قسمت ۶، شماره ۴ و قسمت ۷ مراجعه کنید.

پتنت به شماره GB2266045 با عنوان «مجرای نوشیدنی مناسب برای قمقمه ورزشی» است. که با نام تجاری Anywayup شناخته می‌شود. در سال ۱۹۹۲ توسط مخترع و کارآفرین اهل انگلیس مندی هابرمن پتنت شد. به دنبال روانه شدن محصول نقض کننده پتنت توسط یک رقیب، خانم هابرمن دستور قضایی برای توقف نقض بیشتر گرفت و نهایتاً موضوع خارج از دادگاه فیصله یافت. همچنین ایشان پیگیری قانونی دیگری در اروپا و ایالات متحده آغاز کرد که اعتبار پتنت تأیید شد و در نتیجه شرکت‌های بیشتری درخواست لایسنس کردند. خانم هابرمن معتقد است که پتنت‌هایش در مرکز موفقیت استراتژی کسب و کارشان قرار دارند.



اعمال حقوق پتنت

۴۰. چرا باید حقوق مرتبط با پتنت اعمال شود؟

هنگامی که فناوری پتنت شده جدید به بازار عرضه می‌شود، رقبا سعی می‌کنند محصولی با ویژگی‌های یکسان یا بسیار شبیه به آن بسازند. با توجه به اینکه رقبا مجبور نیستند تا همان منابع را صرف کنند یا ریسک‌های مشابه را بپذیرند، مزیت رقابتی خواهند داشت و قادرند تا محصول مشابه یا یکسان را با قیمت ارزانتر بسازند. این امر سبب فشار ناشی از رقابت غیرمنصفانه بر کسب و کارهای مالک اختراع می‌شود.

حقوقی که به پتنت اعطا می‌شود، به مالک آن فرصت می‌دهد که رقبا را از نقض اختراع منع کند یا اینکه به دنبال جبران خسارت وارده باشد. برای اثبات اینکه نقض اختراع اتفاق افتاده است، باید نشان داده شود که همه اجزای ذکر شده در یک ادعا یا معادل آنها در محصول یا فرآیند نقض کننده موجود هستند. اعمال این حقوق برای حفظ برتری رقابتی، سهم بازار و سودآوری حیاتی است.

مدیریت ریسک پتنت

اعمال حقوق پتنت فقط یکی از جنبه‌های مدیریت ریسک کسب و کار و حفاظت از زمان و منابع مالی است که برای تحقیق و توسعه فناوری‌های نوآورانه صرف شده‌اند. آماده‌سازی استراتژی قوی، قبل از اینکه نقض رخ دهد می‌تواند در آینده هزینه‌های اعمال حق را به حداقل برساند.

۱. تصمیم بگیرید چه کسی مسئولیت کلی مدیریت سبد پتنت‌های شرکت را بر عهده می‌گیرد.

۲. سیستمی بسازید تا مطمئن شوید همه اختراعات و نوآوری‌ها نزد یک شخص مجاز یا معاونت در شرکت افشا شوند. سپس تصمیم بگیرید کدام یک به صورت اسرار تجاری، انتشار تدافعی یا از طریق پتنت محافظت شوند.

۳. تحلیل ریسک را بر عهده بگیرید، تا تصمیم‌گیری شود که جستجوی اطلاعات پتنت قبل از اینکه تقاضانامه پتنت فایل شود به چه مواردی نیاز دارند.

۴. هنگامی که پتنت اعطا می‌شود مشخص کنید چگونه استفاده شود؛ به صورت تهاجمی، تدافعی یا در اصل برای کسب نام تجاری و بازاریابی.

۵. فرصت‌های شراکت یا لایسنس گرفتن را شناسایی کنید.

۶. به صورت منظم فهرست اسناد مالکیت پتنت و پتنت‌های لایسنس شده در بنگاه

اقتصادی را به روز رسانی کنید.

۷. با توجه به سبد پتنت و استراتژی رقبا، تحلیل ریسک دوره‌ای را انجام دهید.
۸. استراتژی مالی برای پوشش دادن همه هزینه‌های ایجاد، نگهداری، استفاده، اعمال حق و دفاع از سبد پتنت تدوین کنید.
۹. به‌صورت دوره‌ای استراتژی پتنت را به عنوان بخشی از ممیزی دوره‌ای یا مبتنی بر رویداد، بازنگری و تجدید نظر کنید.

۴۱. چه کسی مسئول اعمال حقوق پتنت است؟

مسئولیت اصلی شناسایی و عمل در برابر ناقضان پتنت بر عهده مالک آن است. البته آموزش کارکنان در مورد این که چگونه ناقضان را شناسایی کنند به کسب و کار برای نظارت بر بازار کمک می‌کند. با این اوصاف مسئولیت پایش، استفاده از اختراع در بازار، شناسایی ناقضان و تصمیم‌گیری درباره اینکه چگونه، چطور و چه زمانی علیه آنها اقدام شود، بر عهده مالک پتنت است. مخترعان مستقل و شرکت‌های کوچک و متوسط ممکن است تصمیم بگیرند این مسئولیت یا بخشی از آن را به لایسنس گیرنده‌های انحصاری انتقال بدهند.

البته بهتر است با یک وکیل پتنت، برای کمک در اعمال حقوق پتنت در بازارهای داخلی و خارجی تماس گرفته شود تا شمارا در مورد هزینه‌ها و ریسک‌ها و بهترین استراتژی راهنمایی کند.

مطالعه موردی: اعمال حقوق پتنت شرکت کامپیوتری Ananda

علی‌رغم آنکه زبان بنگالی، زبان ملی کشور بنگلادش، هفتمین زبان با بیشترین تعداد سخنگو در جهان است، ولی تا اواخر دهه ۱۹۸۰ نرم‌افزاری با کارکرد مناسب، ساده و کاربردی آسان برای تایپ این زبان وجود نداشت. مصطفی جبار، روزنامه نگار بنگلادشی از این فرصت استفاده نمود و ابتکار عمل برای توسعه نرم‌افزار و طرح‌بندی صفحه کلید را در دست گرفت و صنعت چاپ و نشر بنگلادش را متحول کرد.

آقای جبار می‌خواست با غلبه بر محدودیت‌های بسیاری که با گزینه‌های موجود در ارتباط بودند، یک رابط بنگالی با طرح‌بندی جدید ایجاد کند و نهایتاً بعد از یک سال و نیم کار پیوسته موفق شد اولین نسخه نرم‌افزار Bijoy را در دسامبر سال ۱۹۸۸ منتشر نماید. طرح‌بندی صفحه کلید و طراحی فونت‌ها توسط آقای جبار خلق و برنامه‌نویسی نرم‌افزار توسط برنامه نویسی هندی انجام شد.

بلافاصله بعد از توسعه Bijoy آقای جبار شرکت خودش را تأسیس کرد، شرکت رایانه Ananda، بهبود نرم‌افزار Bijoy و توسعه نرم‌افزارهای جدید را ادامه داد. اولین نسخه Bijoy تنها برای رایانه‌های مکینتاش توسعه داده شده بود و نرم‌افزار سازگار با ویندوز در سال ۱۹۹۳ به بازار عرضه شد. گروهی از برنامه‌نویسان و محققان به‌صورت اختصاصی روی بهبود مستمر نرم‌افزار Bijoy تحت هدایت آقای جبار کار می‌کردند.

نسخه دوم صفحه کلید Bijoy و سیستم رابط اسکرپتی برای تایپ کردن در زبان بنگالی تحت قوانین ثبت اختراع بنگلادش پتنت شد. محبوبیت و کاربردی بودن Bijoy، سبب شایع شدن دزدی نرم‌افزار شد و تعداد زیادی از طرح‌های صفحه کلید از خارج کشور وارد شد. هیأت درآمد ملی بنگلادش این موضوع را بر اساس تقاضانامه آقای جبار بررسی کرد. در سال ۲۰۰۸، بعد از ارزیابی و تأیید اینکه آقای جبار مالک پتنت صفحه کلید بنگالی بوده است، این هیأت بخشنامه‌ای صادر کرد و از اداره گمرک خواست واردات نرم‌افزار و صفحه کلید Bijoy را توقیف و مصادره کند.^۱

۴۲. اگر پتنت بدون اجازه استفاده شود چه می‌کنید؟

اگر مالک پتنت باور داشته باشد که دیگران فناوری پتنت شده او را بدون کسب اجازه استفاده می‌کنند، در قدم اول باید دربارهٔ اینکه؛ چه کسی پتنت را نقض کرده است، چگونه این کار را انجام داده و این نقض چگونه کسب و کار مالک را تحت تأثیر قرار داده اطلاعات جمع‌آوری کند. سپس بهتر است وکیل پتنت این شواهد را تحلیل نماید و در خصوص نحوه رفتار با ناقضان تصمیم بگیرد.

در بعضی موارد، مالک پتنت تصمیم می‌گیرد برای نقض‌کنندگان مورد ادعا، نامه‌ای معمولاً به «نامه توقف و لغو» شناخته می‌شود بفرستد که دربارهٔ تعارض بین حقوق آنها و فعالیت‌های مربوط به کسب و کار شرکت دیگر اطلاع دهد. این رویه معمولاً در موارد مربوط به ناقضان غیر بین‌المللی مؤثر است و نقض‌کننده آن، فعالیت‌ها را متوقف می‌کند یا با مذاکره برای تفاهم نامه لایسنس موافقت می‌کند.

۱. به مزایای مالکیت فکری در سایت www.wipo.int/ipadvantage مراجعه کنید.

بعضی مواقع غافلگیری، بهترین تاکتیک برای جلوگیری از فرصت دادن به نقض کننده برای از بین بردن شواهد است. در این گونه مواقع رجوع به دادگاه بدون ارسال اظهارنامه قضایی به نقض کننده و درخواست «دستور موقت» به منظور غافلگیر کردن نقض کننده، و یورش به محل کسب و کار با کمک پلیس روشی مناسب است. در این صورت دادگاه می تواند دستور به توقف فعالیت نقض کننده و پرداخت هزینه های دادرسی (که ممکن است ماه ها یا سال ها طول بکشد) بدهد. البته سؤال درباره اینکه آیا پتنت نقض شده است، می تواند خیلی پیچیده باشد و ممکن است دادگاه تصمیم بگیرد موضوع برای محاکمه براساس شایستگی^۱ در انتظار بماند.

هنگامی که شرکت تصمیم می گیرد دادرسی مدنی را آغاز کند، دادگاه معمولاً انواع متفاوتی از غرامت دادن جهت جبران حقوق نقض شده مالک پتنت فراهم می کند. همچنین وکیل پتنت قادر است اطلاعات مرتبط را جمع آوری کند.

ممکن است نقض کننده توسط دادگاه مجبور به شناسایی افرادی شود که در تولید و توزیع محصولات یا خدمات نقض شده و کانال های توزیع آن درگیر بوده اند. همچنین به عنوان بازدارنده مؤثر در برابر نقض، دادگاه می تواند بنا بر خواست دارنده پتنت دستور به از بین بردن و دور ریختن کالاها و اجناس در مالکیت نقض کننده بدون جبران خسارت آنها بدهد.

به منظور جلوگیری از واردات کالاهای نقض کننده پتنت، اقداماتی در مرزهای بین المللی توسط بعضی کشورها از طریق ادارات گمرک ملی انجام می شود. بیشتر کشورها این اقدامات را تنها در مواردی انجام می دهند که واردات کالاها با علامت تجاری تقلبی یا دزدی های کالای مرتبط با حق نشر است.

به عنوان قانون کلی، اگر نقض پتنت شناسایی شد بهتر است به دنبال مشاوره حقوقی حرفه ای باشید.

۴۳. گزینه های توافق در خصوص ادعای نقض خارج از دادگاه چیست؟

اگر قرارداد (به عنوان نمونه تفاهم نامه لایسنس) با نقض کننده بسته شده باشد، ابتدا باید بررسی شود آیا ماده ای با عنوان میانجیگری یا داوری در قرارداد وجود دارد. این

۱. منظور این است که پتنت از ابتدا شایستگی لازم برای گرت توسط اداره اختراع را داشته است یا خیر [مترجمان].

موارد جایگزین‌های کم خرج‌تری برای حل اختلاف از طریق شکایت در دادگاه هستند. حتی اگر این ماده در قرارداد نباشد، یا حتی هیچ قراردادی در کار نباشد، همچنان تا وقتی که هر دو طرف راضی به ارجاع به این رویه‌ها باشند این امکان وجود دارد که از مزایای این رویه‌های اختصاصی استفاده شود.

در حالت کلی داوری مسیر کوتاه‌تر و کم هزینه‌تری از دادرسی در دادگاه است و اگر یکی از طرفین خارجی باشد، رای داوری به‌صورت بین‌المللی راحت‌تر قابل اعمال است. یکی از مزیت‌های میانجیگری این است که طرفین روند را به صورت غیر رسمی نگه دارند و بر سر راه حلی که منافع آنها را تأمین می‌کند به توافق برسند. همچنین این امر به ایجاد روابط تجاری مطلوب کمک می‌کند. مرکز داوری و میانجیگری WIPO خدمات غیر انتفاعی برای حل اختلاف جایگزین فراهم می‌کند. اطلاعات بیشتر در مورد داوری و میانجیگری در سایت www.wipo.int/amc ارائه شده است.

چکیده مطالب

- **هوشیار باشید و رقابت‌ها را زیر نظر بگیرید** تا نقض‌های ممکن را تشخیص بدهید.
- **مدیریت ریسک؛** پتنت‌ها را به‌صورت راهبردی مدیریت کنید، تا ریسک را به حداقل و سود را به حداکثر برسانید.
- **مشاوره؛** با وکیل پتنت، قبل از هرگونه عملی در پاسخ به نقض مشکوک مشاوره کنید.
- **حل اختلاف با روش‌های جایگزین؛** روش‌های به تفاهم رساندن اختلافات خارج از دادگاه شامل بندهای میانجیگری و داوری را در همه تفاهم نامه‌های لایسنس مد نظر داشته باشید.
- **اطلاعات بیشتر:** به IPPANORAMA قسمت ۳، بخش ۳ مراجعه کنید.

ضمائم

وب سایت‌های مفید برای اطلاعات بیشتر

www.wipo.int/sme مسائل مالکیت فکری از نگاه کسب و کارها

www.wipo.int/patents نگاه کلی به پتنت

برای کاربردهای عملی در خصوص فایل کردن تقاضانامه پتنت، به وب سایت‌های ملی و منطقه‌ای ادارات ثبت اختراع به لینک زیر مراجعه کنید.

www.wipo.int/directory/en/urls.jsp

www.wipo.int/pct پیمان همکاری پتنت (PTC)

www.wipo.int/classifications/ipc طبقه‌بندی بین‌المللی پتنت

www.wipo.int/amc مرکز داوری و میانجیگری (WIPO)

مجموعه جهانی داده‌های مالکیت فکری WIPO با قابلیت جستجو

www.wipo.int/reference

www.wipo.int/treaties عضویت در پیمان‌های تحت مدیریت WIPO

کتابچه آموزشی تبادل ارزش: مذاکره در مورد تفاهم‌های لایسنس فناوری، نشریه شماره ۹۰۶، WIPO

www.wipo.int/sme/en/documents/guides/technology_licensing.html

موفقیت در لایسنس فناوری، نشریه شماره ۹۰۳، WIPO

www.wipo.int/publications/en/details.jsp?id=296

وب سایت‌های ایرانی

www.patentoffice.ir قانون پتنت ایران

www.iriipo.ssaa.ir اداره مالکیت فکری ایران

www.Patentee.ir مطالب مرتبط با پتنت که مترجمان ارائه می‌دهند.

واژه	معنی	شرح و توصیف	مرجع نمونه
Art	فن و صنعت	موضوع شناخته شده در رشته مربوطه که شامل پتنت‌های صادر شده، انتشارات و دانش در دسترس عموم مثل مهارت‌ها، تجربیات حرفه‌ای و مواردی از این دست می‌باشد (همچنین Prior Art را ببینید).	۸، ۹، ۱۴-۱۶
Best Mode Requirement	الزام بهترین حالت	تقاضانامه پتنت ملزم است بهترین روش شناخته شده برای پیاده سازی اختراع را فاش کند که در زمان فایل کردن اظهارنامه شناخته شده است. بعضی کشورها چنین الزاماتی دارند (الزام به افشا را ببینید).	۱۱
Cease and desist letter	نامه توقف و دست کشیدن	یک نامه از طرف مالک حقوق IP یا وکیل او که از نقض کنند مورد دعوی، درخواست می‌کند فوراً عمل نقض را متوقف کند و گرنه اقدام حقوقی و قضایی انجام می‌دهد.	۴۲
Claims	ادعاینامه	جمله‌های شماره‌گذاری شده در پایان متن پتنت، اختراعی را تعریف می‌کند که پتنت به دنبال کسب حمایت برای آن است. به طور کلی ادعاهای پتنت باید شفاف و مختصر باشد و به طور کامل توسط شرح و توصیف پشتیبانی شوند.	۱۶، ۲۰، ۲۱
Cross-licensing	لایسنس متقابل	وقتی شرکت‌ها حقوق متقابلی که توسط همدیگر برای پتنت‌ها دارند مبادله می‌کنند، لایسنس متقابل اتفاق می‌افتد. معمولاً پتنت‌هایی که هر شرکت در مالکیت خود دارد جنبه‌های متفاوتی از محصول تجاری را پوشش می‌دهد. با استفاده از لایسنس متقابل هر شرکت مجاز است محصول را به بازار عرضه کند. لایسنس متقابل می‌تواند شامل پرداخت مالی از یک طرف به طرف دیگر برای متعادل شدن ارزش حقوق انتقال یافته باشد یا نباشد.	۳، ۳۹

واژه	معنی	شرح و توصیف	مرجع نمونه
Confidentiality agreement	تفاهم نامه محرمانگی	این کلمه تحت عنوان تفاهم نامه عدم افشا Non-disclosure agreement (NDA) هم شناخته می‌شود. قراردادی که در آن یک طرف یا هر دو طرف بر سر اینکه اطلاعات مشخصی را افشا نکنند، یا آن اطلاعات را برای هدف محدود و مشخصی به کار ببرند به تفاهم می‌رسند.	۱۸، ۴
Defensive publication	انتشار تدافعی	همچنین Defensive disclosure به عنوان افشاگری تدافعی هم شناخته می‌شود. استراتژی مالکیت فکری که تضمین می‌کند شخص دیگری حقوق پتنت را برای یک اختراع بدست نمی‌آورد؛ شامل انتشار، شرح و توصیف یا نقشه‌های اختراع می‌شود به طوری که در دایره دانش پیشین قرار می‌گیرد. بنابراین دیگران را از پتنت کردن اختراع باز می‌دارد.	۵
Description	شرح و توصیف	شرح و توصیف تحت عنوان مشخصات Specification هم گفته می‌شود. بخشی از تقاضانامه پتنت، اختراع را طوری فاش می‌کند که به اندازه کافی شفاف و کامل باشد و شخص ماهر در فناوری مربوطه را قادر سازد تا اختراع ادعا شده را متوجه شود و به مرحله اجرا درآورد بدون آنکه نیازمند آزمایش‌های اضافی باشد. شرح و توصیف مبنای ادعای نامه را شکل می‌دهند که مرزها و دامنه حقوقی اختراع را تعریف می‌کند. شرح و توصیف می‌تواند موضوع را گسترده‌تر از ادعای نامه پوشش دهند، ولی ادعای نامه هرگز نمی‌تواند گسترده‌تر از شرح و توصیف باشد.	۲۱
Disclosure	افشا	افشا در معانی زیر به کار می‌رود: ۱- افشای کامل اختراع که یکی از الزامات قابلیت پتنت شدن است (واژه بعدی را ببینید). ۲- افشای عمومی قبل از فایل کردن، که نوآوری اختراع را از بین می‌برد و در نتیجه آن را غیرقابل پتنت می‌کند.	۸، ۱۱، ۲۰-۱۸

واژه	معنی	شرح و توصیف	مرجع نمونه
Disclosure Requirement	الزام افشا	قوانین پتنت معمولاً تعهدی اجباری برای متقاضی جهت افشای اختراع دارد، به نحوی که به اندازه کافی شفاف و کامل باشد و هر فرد با مهارت در فناوری را قادر به درک اختراع ادعا شده می‌کند و آن را بدون آزمایشات اضافی به مرحله اجرا درمی‌آورد. در بعضی کشورها، طبق قوانین پتنت نیاز است مخترع بهترین حالت Best Mode برای ساختن یا به مرحله اجرا درآوردن را فاش کند.	۱۱
Drawing	نقشه	تصویرگری و نقشه کشیدن در تقاضانامه پتنت جهت درک اختراع امری مفید و ضروری است.	۲۱
European Patent Convention (EPC)	پیمان پتنت اروپایی	معاهده تأسیس سازمان پتنت اروپایی European Patent Organization (EPO) فراهم آورنده سیستم حقوقی مستقلی است که بر اساس آن، پتنت‌های اروپایی گزین می‌شوند. در هر صورت بعد از گزین، یک پتنت اروپایی حق واحد نیست، بلکه مجموعه از حقوق پتنت اساساً مستقل، به صورت ملی قابل اعمال و قابل فسخ را شامل می‌شود. برای اطلاعات بیشتر به وب سایت www.wipo.int/wipolex/en/other_treaties مراجعه کنید.	۳۰، ۲۶
Exclusive right	حق انحصاری	حق داده شده به مالک پتنت یا هر شخص و گروهی که مالکیت به آنها منتقل شده است و دیگران را از ساختن، استفاده کردن، فروش، عرضه برای فروش، یا واردات آنچه هدف و موضوع اختراع است، بدون موافقت مالک و برای مدتی محدود منع می‌کند.	۱۲، ۳، ۱
First-to-File	اولویت با فایل کردن	سیستمی که در آن بیشتر از یک نفر اظهارنامه اختراع ادعا شده را فایل می‌کند، به اولین شخصی که نسبت به فایل کردن اظهارنامه اقدام کرده است، پتنت اعطا می‌شود.	۱۹، ۱۸

واژه	معنی	شرح و توصیف	مرجع نمونه
First-to-invent	اولویت با اختراع کردن	سیستمی که در آن ممکن است بیشتر از یک شخص تقاضانامه‌های یک اختراع واحد را فایل کند. اولین مخترعی که فناوری یا اختراع را عملیاتی کرده است مستحق حفاظت پتنت است. ایالات متحده آمریکا برای اختراع‌هایی که تا قبل از ۱۵ مارس ۲۰۱۳ فایل شده‌اند سیستم اولویت با اختراع کردن را به کار می‌گرفت، ولی از ۱۶ مارس ۲۰۱۳ مشابه همه کشورهای جهان سیستم اولویت با فایل کردن را به کار گرفته است.	۱۹، ۱۸
Freedom to operate	آزادی عمل	شرایطی که در آن عملی مشخص مانند آزمایش یا تجاری‌سازی محصول، بدون نقض حقوق پتنت‌های معتبر دیگر انجام شود.	۱۴
Grace period	مهلت ارفاقی	قوانین بعضی کشورها مهلتی ارفاقی ۶ یا ۱۲ ماه، از لحظه‌ای که اختراع افشا می‌شود به مخترع یا متقاضی ثبت برای فایل کردن اظهارنامه می‌دهد که اختراع قابلیت پتنت شدن را بواسطه افشای ذکر شده از دست نمی‌دهد. البته مهلت ارفاقی برای متقاضی، تاریخ حق تقدم زودتر فراهم نمی‌کند.	۲۰، ۱۹
Industrial Applicability	کاربرد صنعتی	یکی از شاخص‌های قابل پتنت شدن، این است که اختراع در صنعت به گسترده‌ترین مفهوم آن ساخته و استفاده شود. در بعضی از کشورها به جای واژه کاربرد صنعتی از مفید بودن (Utility) استفاده شده است.	۱۰
Intellectual Property (IP)	مالکیت فکری	IP به آنچه توسط ذهن خلق می‌شود اشاره دارد؛ اختراعات، ادبیات و آثار هنری، نمادها، اسامی و طرحی‌هایی که در تجارت به کار می‌روند.	۴
International Patent Application	تقاضانامه پتنت بین‌المللی	تقاضانامه‌ای که برای حمایت از اختراع تحت پیمان همکاری ثبت اختراع Patent Cooperation Treaty PCT فایل می‌شود.	۳۰

واژه	معنی	شرح و توصیف	مرجع نمونه
International Patent Classification (IPC)	طبقه‌بندی بین‌المللی پتنت	سیستم سلسله مراتبی است که کل دامنه فناوری را به بخش‌ها، رده‌ها، زیررده‌ها و گروه‌هایی برای طبقه‌بندی پتنت‌ها و مدل‌های کاربردی تقسیم می‌کند. IPC ابزاری ضروری برای بازیابی اسناد پتنت در جستجوی دانش پیشین است. برای اطلاعات بیشتر به وب سایت www.wipo.int/classification/ipc مراجعه کنید.	۱۵
Invention	اختراع	راه حلی برای مسأله مشخص در یک زمینه از فناوری است. اختراع می‌تواند در رابطه با محصول یا فرآیند باشد.	۲
Inventive Step	گام ابتکاری	این واژه تحت عنوان غیربدیهی بودن (Non-obvious) نیز شناخته می‌شود. یکی از شاخص‌های قابلیت پتنت شدن، این است که اختراع برای هر شخص با مهارت عادی در زمینه فناوری مرتبط بدیهی نباشد.	۹، ۶، ۱
Licensing agreement	تفاهم نامه لایسنس	قراردادی است بین مالک حقوق پتنت (لایسنس دهنده (Licensor) و دیگران (لایسنس گیرنده (Licensee) که در آن مجوز استفاده از آن حقوق، تحت شرایط توافق شده، به عنوان مثال در برابر آورده‌ای، معمولاً پرداخت مالی (هزینه یا حق امتیاز)، به دیگران واگذار می‌شود.	۳۳-۳۵، ۳۹
Non-disclosure agreement (NDA)	قرارداد عدم افشا	واژه (تفاهم‌نامه محرمانگی) confidentiality agreement را بینید.	۱۸، ۴
Non-obvious	غیربدیهی بودن	واژه (گام ابتکاری) inventive step را ببینید.	۹، ۶، ۱
Novelty	تازگی، میزان جدید بودن	یکی از شاخص‌های قابل پتنت شدن، این است که اختراع باید در مقایسه با دانش پیشین جدید باشد. هنگامی که اختراع بتواند تنها در یک منبع دانش پیشین پیدا شود، گفته می‌شود که پیش‌بینی شده است. تازگی چیزی نیست که بتواند اثبات یا ایجاد شود فقط نبود تازگی می‌تواند ثابت شود.	۲۸، ۱۹، ۸، ۶

واژه	معنی	شرح و توصیف	مرجع نمونه
The Paris Convention for the Protection of Industrial Property	پیمان نامه پاریس برای حمایت از مالکیت صنعتی	این پیمان‌نامه توسط سازمان جهانی مالکیت فکری اداره می‌شود، پیمان پاریس اولین توافق‌نامه بین‌المللی اصلی مرتبط با حمایت از حقوق مالکیت صنعتی شامل پتنت است؛ به عنوان مثال، این پیمان قوانینی برای کمک به مردم یک کشور برای گرفتن حمایت از سایر کشورها برای آفرینش‌های فکری آنها و حق تقدم ارائه می‌دهد.	
Patentable subject matter	موضوع با قابلیت پتنت شدن	دامنه فناوری است که قوانین یک کشور اجازه حمایت تحت پتنت را می‌دهد. در حالت کلی، موضوع با قابلیت پتنت شدن بر اساس قوانین مربوطه پایه‌گذاری شده و معمولاً به صورت موارد استثنای پتنت شدن تعریف می‌شوند. قانون کلی این است که حمایت از تمام زمینه‌های مربوط به فناوری فراهم است.	۶، ۷
Patent	پتنت، گواهی اختراع	سندی است که توسط یک اداره دولتی (یا یک اداره منطقه‌ای به نمایندگی از چندین کشور) بر اساس تقاضانامه صادر می‌شود. اختراع را توصیف می‌کند و یک حق انحصاری با زمان محدود برای ساختن، استفاده کردن، یا فروش یک محصول یا فرآیند به مالک آن اعطا می‌کند.	۱
Patent application	تقاضانامه پتنت	تقاضانامه‌ای که برای حمایت از اختراع به اداره اختراع ارسال می‌شود. یک تقاضانامه از درخواست، شرح و توصیف اختراع، یک یا چند ادعای اختراع، یک یا چند نقشه (اگر لازم باشد) و خلاصه توصیف اختراع تشکیل شده است. این واژه همچنین برای ارجاع به روند درخواست برای یک پتنت هم به کار برده می‌شود.	۵، ۸، ۱۱، ۱۴، ۱۵، ۱۶، ۱۸، ۱۹، ۲۱، ۲۵، ۲۶، ۲۸

واژه	معنی	شرح و توصیف	مرجع نمونه
Patent Cooperation Treaty (PCT)	پیمان همکاری پتنت	پیمانی بین‌المللی است که توسط سازمان جهانی مالکیت فکری (World Intellectual Property Organization (WIPO) اداره می‌شود. سیستم PCT فایل کردن تقاضانامه پتنت در سراسر جهان را تسريع می‌کند و به متقاضیان پتنت زمان بیشتری می‌دهد برای تصمیم‌گیری در خصوص اینکه نهایتاً در کدام کشورها در جستجوی حمایت پتنت باشند. پیمان PCT امکان فایل کردن تنها با یک تقاضانامه بین‌المللی در همه کشورهای عضو و آماده‌سازی گزارش جستجو و نظریه کتبی (توسط یکی از ادارات اصلی ثبت اختراع دنیا که به عنوان مرجع بین‌المللی شناخته می‌شود)، که امکان پتنت شدن را اطلاع و در اختیار متقاضی قرار می‌دهد. سپس متقاضی می‌تواند تصمیمی آگاهانه دربارهٔ محل و چگونگی فایل کردن درخواست پتنت ملی بگیرد. تنها در این زمان نیازمند پرداخت هزینه‌های ترجمه و هزینه‌های محلی است. پتنت‌هایی که از تقاضانامه‌های PCT منتج می‌شوند پتنت‌های ملی هستند که توسط ادارات محلی صالحه بر مبنای قوانین محلی گمنت می‌شوند. اما هر کدام از کشورهای عضو باید تاریخ اصلی فایل توسط متقاضی را برای مواردی مانند اولویت به رسمیت شناختن موارد یافت شده در دانش پیشین، به منظور تحلیل قابلیت پتنت شدن به رسمیت بشناسند. برای کسب اطلاعات بیشتر به وب سایت www.wipo.int/pct مراجعه کنید.	۳۰-۲۷

واژه	معنی	شرح و توصیف	مرجع نمونه
Patent information	اطلاعات پتنت	اطلاعات فنی و حقوقی که در اسناد پتنت موجود است و به صورت دوره‌ای توسط اداره اختراع منتشر می‌شود. تقریباً دو سوم اطلاعات فنی که در پتنت‌ها منتشر و افشا می‌شوند هرگز در هیچ منبع دیگری منتشر نشده‌اند. این مسأله، اطلاعات پتنت را تنها مجموعه جامع داده‌های فناوریانه طبقه‌بندی شده ساخته است.	۱۵-۱۴
PATENTSCOPE	سایت اختراعات WIPO	سیستم جستجوی رایگان آنلاین سازمان جهانی مالکیت فکری است، که شامل تمام تقاضانامه‌های PCT به همراه اسناد پتنت منتشر شده توسط ادارات ملی و منطقه‌ای مشارکت کننده است. برای کسب اطلاعات بیشتر به وب سایت www.wipo.int/patentscope مراجعه کنید.	
Person skilled in the art	فرد ماهر در رشته	یک فرد فرضی با دانش و مهارت معمول در یک زمینه فنی مشخص بدون آنکه نابغه شناخته شود. در اکثر قوانین پتنت، فرد با مهارت عادی در هر رشته به عنوان مرجعی برای تعیین یا حداقل جهت ارزیابی اینکه آیا یک اختراع شامل گام ابتکاری است و آیا به اندازه کافی در شرح و توصیف تقاضانامه پتنت افشا شده، در نظر گرفته می‌شود.	۲۱، ۱۱، ۹
Prior art	دانش پیشین	تمام دانش و آگاهی مرتبط که قبل از تاریخ حق تقدم یک تقاضانامه پتنت موجود بوده است. در بعضی کشورها بین انتشارات چاپی، افشای شفاهی و کاربری اولیه و جایی که انتشار یا افشا اتفاق افتاده متفاوت است.	۱۵
Priority date	تاریخ تقدم	همچنین به عنوان تاریخ موثر فایل کردن پتنت و تاریخ فایل کردن اولین تقاضانامه پتنت شناخته می‌شود که به عنوان حق تقدم ادعا می‌شود. این تاریخ معمولاً برای تعیین دانش پیشین مرتبط برای ارزیابی تازگی و گام ابتکاری مهم است.	۲۸، ۲۱

واژه	معنی	شرح و توصیف	مرجع نمونه
Priority right	حق تقدم	یک حق محدود به زمان است که با اولین فایل کردن تقاضانامه پتنت آغاز می‌شود. تأثیر حق تقدم این است که هر گونه فایل کردن تقاضانامه پتنت برای اختراع مشابه در کشورهای مشخص دیگر قبل از انقضای دوره تقدم نباید به دلیل هر عملی که در این فاصله انجام شده است، به عنوان مثال فایل کردن دیگری بی اعتبار گردد. هنگامی که تقاضانامه‌های بعدی فایل می‌شوند، متقاضی باید ادعای اولویت اولین تقاضانامه را به منظور استفاده از حق تقدم داشته باشد. مبنای حق تقدم ماده ۴ پیمان پاریس است.	۲۸، ۲۱
Provisional patent application (PPA)	تقاضانامه پتنت موقت	مفهوم PPA می‌تواند به عنوان «فایل کردن پتنت اولیه موقت کم هزینه» در نظر گرفته شود. این نوع پتنت تنها شامل بخشی از اطلاعات لازم در یک تقاضانامه پتنت معمول است و به متقاضی اجازه می‌دهد که سریعاً از تاریخ فایل کردن اولیه اطمینان یابد. در ادامه یک تقاضانامه پتنت معمول باید طی یکسال فایل شود وگرنه این تقاضانامه رها شده تلقی می‌گردد.	۲۰، ۱۶
Publication	انتشار	انتشار می‌تواند در مراحل متفاوتی از روند ثبت اختراع انجام شود. در بعضی کشورها اسناد پتنت تنها یکبار بعد از اینکه گواهی اختراع گزینش شد و در بقیه کشورها تقاضانامه پتنت ۱۸ ماه بعد از تاریخ فایل یا تاریخ حق تقدم ادعا شده، به صورت عمومی منتشر می‌شوند. انتشار یک تقاضانامه پتنت، تاریخی را مشخص می‌کند که برای عموم مردم قابل دسترسی است.	۲۳، ۱۶، ۵
Public domain	حوزه عمومی	عموماً وقتی یک اختراع یا کار خلاقانه در حوزه عمومی در نظر گرفته می‌شود که هیچگونه محدودیت قانونی برای استفاده عموم از آن نباشد.	۲۴، ۱۴، ۵

واژه	معنی	شرح و توصیف	مرجع نمونه
Regional patent application	تقاضانامه پتنت منطقه‌ای	تقاضانامه‌ای که برای حمایت از یک اختراع در یک اداره اختراع منطقه‌ای فایل می‌شود.	۳۰، پیوست ۳
Royalty	حق امتیاز	نوعی از پرداخت بر مبنای درصدی از درآمد یا واحد فروش که بر اساس یک تفاهم نامه، معمولاً تفاهم نامه لایسنس انجام می‌شود.	۳۵، ۳۳
Territorial right	حق سرزمینی	حقوقی است که تنها در کشورها یا مناطقی که آن حق پایه‌گذاری شده و به صورت قانونی، قابل اعمال می‌باشد.	۱
Unity of invention requirement	الزام اختراع واحد	در اکثر قوانین پتنت، هر تقاضانامه باید در ارتباط با تنها یک اختراع باشد. شامل شدن چندین اختراع در یک تقاضانامه تنها در صورتی اجازه داده می‌شود که همه در ارتباط با هم یک مفهوم اختراع را تشکیل بدهند. این الزام از آن جهت است که از فایل کردن یک تقاضانامه پتنت برای چندین اختراع جلوگیری می‌کند در حالی که تنها یک هزینه پرداخت می‌شود. اختراع واحد همچنین طبقه‌بندی اسناد پتنت را آسانتر می‌کند.	۲۶
Utility	کاربردپذیری - سودمندی	یکی از شاخص‌هایی است که در بعضی کشورها به جای کاربرد صنعتی داشتن به کار می‌رود. یک اختراع زمانی مفید است که عملکرد مشخص و سود قابل شناسایی داشته باشد.	۱۰
Utility model	مدل سودمند	همچنین تحت عناوین پتنت با مدت محدود، پتنت کوچک، یا پتنت برای نوآوری هم شناخته می‌شود. مدل سودمند فرم خاصی از حقوق مالکیت فکری اختراع است که توسط بعضی کشورها برای مخترعان یا مالکان برای مدت زمان محدودی گزین می‌شود. طول مدت حمایت، کوتاه‌تر از پتنت معمول است و همچنین شرایط برای گرفتن این نوع از پتنت ساده‌تر است. مدل‌های سودمند، می‌توانند جایگزین مهمی برای پتنت معمول در کشورهایی باشند که این نوع پتنت فراهم است.	۲۳، ۶، ۴

سوء تفاهم‌ها و افسانه‌ها دربارهٔ پتنت

من می‌توانم برای یک ایده پتنت بگیرم.

یک ایده نمی‌تواند پتنت شود، زیرا ایده تنها بیان مسأله‌ای است که باید حل و به صورت فنی پیاده سازی شود (شماره ۱). مثلاً ممکن است با خود بگویید: “عالی است اگر ماشین لباسشویی بتواند لباس‌ها را بدون آب بشوید و دوستدار طبیعت شود!” در این مرحله، شما اختراعی ندارید، بلکه صرفاً نیاز یا مسأله را شناسایی کرده‌اید. اختراع راه حل مسأله ذکر شده است (شماره ۲). شما باید ماشین لباسشویی طراحی کنید که اجازه شستشوی بدون استفاده از آب را بدهد. اختراع یک چیز ملموس را به اندازه‌ای توصیف می‌کنند که شخصی دیگر بتواند آن را بسازد.

شما نمی‌توانید ایده یا پیشنهاد برای یک فرآیند جدید، ماشین، نحوه ساخت و مواردی از این دست را پتنت کنید. بلکه تنها می‌توانید اختراع واقعی را پتنت کنید و باید برای اداره اختراع شرح و توصیف فنی کامل از نحوه عملکرد واقعی اختراع فراهم کنید (شماره ۱۱). ایده‌ها می‌توانند توسط دیگران گرفته شوند، بنابراین بسیار خردمندانه است که ایده خودتان را تا وقتی بسط و گسترش دهید و یک تقاضانامه پتنت فایل کنید، به صورت راز نگه دارید یا تنها آن را با افرادی که اطمینان دارید به اشتراک بگذارید. اگر نیاز است ایده خودتان را برای دیگران شرح دهید، بهتر است ابتدا، از همه آنها بخواهید که توافقنامه رازداری امضا کنند (شماره ۵).

من باید قبل از تبدیل ایده‌ام به اختراعی که کار کند، یک پتنت فایل کنم.

پتنت کردن همیشه باید در زمان مناسب انجام شود. قبل از فایل کردن تقاضانامه پتنت این گام‌ها را بردارید:

- امکان‌پذیری فنی و پیاده سازی ایده خودتان تا مرحله اختراع را تعیین کنید.
- پتانسیل اقتصادی اختراع را ارزیابی کنید. تصمیم بگیرید، آیا اختراع به اندازه کافی ارزشمند است و ارزش زمان، تلاش و هزینه‌ای را داشته باشد که برای پتنت و پیگیری گزینش آن انجام می‌شود.
- جستجوی قابلیت گرفتن پتنت را انجام بدهید.
- اطلاعاتی که برای نوشتن تقاضانامه لازم است جمع‌آوری کنید و تطبیق دهید (شماره ۱۸).

هم‌زمان با فایل تقاضانامه پتنت، اختراع هم بلافاصله با پتنت محافظت می‌شود.

اختراع تنها از تاریخی که پتنت گرت می‌شود به صورت کامل تحت حمایت قرار می‌گیرد (شماره ۲۳). البته هیچ تضمینی برای اینکه پتنت گرت شود وجود ندارد، زیرا ممکن است اداره اختراع بنا بر دلایلی تقاضانامه شما را رد کند؛ مثلاً اگر اختراع ادعا شده نتواند الزامات پتنت را فراهم کند (شماره ۶) یا شخصی دیگر پیش از شما آن را برای عموم افشا کرده باشد، مانند اینکه مقاله‌ای در مورد آن منتشر کرده باشد (شماره ۱۹). در بعضی کشورها حق حمایت موقت به تقاضانامه پتنت، هنگامی که منتشر شده ولی هنوز گرت نشده است اعطا می‌شود.

گرت پتنت؛ یعنی دولت کارکرد اختراع یا ارزش اقتصادی آن را تایید کرده است.

دولت خودش را درگیر اینکه آیا اختراع کار می‌کند یا از نظر اقتصادی ارزشمند است نمی‌کند. بعضی از ادارات اختراع، تنها اسناد رسمی تطابق موضوع اختراع با قانون را بررسی و صحت‌گذاری می‌کنند. اداره اختراع تقاضانامه را به این دلیل بررسی می‌کند تا مطمئن شود که الزامات اداری و قابلیت پتنت دارد، اما اختراع ارائه شده برای صحت‌گذاری عملکرد آن بررسی نمی‌شود. (شماره ۱۶ را برای کسب اطلاعات بیشتر در مورد روند داوری پتنت مشاهده کنید).

پتنت مرا ثروتمند می‌کند.

هیچ تضمینی برای فروش اختراع پتنت شده وجود ندارد. در حقیقت، ۹۰ درصد پتنت‌ها هیچ‌گونه درآمدی ایجاد نمی‌کنند. دلایل گسترده‌ای برای این موضوع وجود دارد؛ مانند ارزیابی ناکافی از پتانسیل اقتصادی، تبلیغات و بازاریابی ناکافی. از آنجایی که هزینه‌های فراوانی در رابطه با پتنت کردن اختراع و حتی بیشتر از آن برای ورود به بازار وجود دارد، تحلیل هزینه-سود پیش از سرمایه‌گذاری برای حمایت از اختراع، با استفاده از پتنت بسیار مهم است (شماره‌های ۱۷، ۳۱ و ۳۲).

پتنت حق ساختن، استفاده و فروش محصولی که با اختراع من پوشش داده می‌شود

به من می‌دهد.

پتنت تنها مالک آن را قادر می‌سازد که دیگران را از ساختن، استفاده و فروختن آن چیزی که توسط ادعاهای پتنت پوشش داده می‌شود محروم کند. دارنده پتنت قبلی با ادعاهای گسترده‌تر، مخترع پتنت با ادعاهای محدودتر را از استفاده پتنت خودش منع می‌کند.

باید برای به حداکثر رساندن ارزش اختراع پتنت بگیریم

لزوماً خیر. در حقیقت بر اساس طبیعت اختراع، شکل‌های دیگری از حمایت قانونی برای استراتژی کسب و کار؛ مانند مدل‌های کاربردی یا اسرار تجاری بهتر است (مطلب شماره ۴). اما برای گرفتن مزایای حاصل از پتنت باید تحلیل هزینه_سود را قبل از فایل کردن تقاضانامه پتنت، برای محاسبه زمان و هزینه پرداخت‌های دوره‌ای نگهداری پتنت انجام بدهید.

هنگامی که اختراع پتنت شد، اداره اختراع جلوی نقض دیگران را می‌گیرد

اداره اختراع حقوق پتنت شما را اعمال نمی‌کند. شما به عنوان مالک پتنت برای نظارت و اعمال حقوق خودتان مسئول هستید (شماره ۴۱). این مسأله نیازمند آن است که پیگیری حقوقی برای نقض پتنت در دادگاه‌های ملی داشته باشید.

اگر پتنت را در کشور خودم بگیرم، حقوق پتنت من در سراسر جهان قابل اعمال است.

در حال حاضر هیچ‌گونه «پتنت جهانی» یا «پتنت بین‌المللی» وجود ندارد که به‌صورت واحد بتواند حقوق پتنت را در سراسر جهان اعمال کند. در حالت کلی، تقاضانامه برای پتنت باید در هر کشور جداگانه فایل شود و پتنت برای هر کشوری که شما برای اختراع خودتان به دنبال حمایت آن هستید، بر اساس قوانین همان کشور، جداگانه گزین و اعمال می‌شوند. در بعضی اداره‌های منطقه‌ای اختراع، مثل اداره اختراع اروپا (EPO) یا سازمان مالکیت فکری منطقه‌ای آفریقایی (ARIPO)، تقاضانامه‌های پتنت منطقه‌ای را پذیرفته و گزین می‌کنند به طوری که فایل کردن و گزین شدن پتنت در هر یک از کشورهای عضو آن منطقه اثر یکسان دارد (شماره‌های ۲۷ تا ۳۰). اصطلاح «پتنت اروپایی» تنها شکل کوتاه شده برای دسته‌ای از حقوق پتنت ملی و سرزمینی حاصل از تقاضانامه تسهیل شده تحت پیمان پتنت اروپایی (EPC) است. این مفهوم در برابر سازمان‌های مرتبط با اتحادیه اروپایی مشهور به «علامت تجاری جامعه اروپایی» و «طرح صنعتی جامعه اروپایی» (البته سازمانی تحت عنوان «پتنت جامعه اروپایی» نیز در انتظار برای تصویب است) قرار دارد که حق مالکیت فکری واحد برای سرزمین‌های جامعه اروپایی ایجاد می‌کند.

علاوه بر این، هر یک از افراد مقیم یا دارای ملیت کشورهای عضو پیمان همکاری ثبت اختراع (PCT) می‌توانند تقاضانامه بین‌المللی را تحت این پیمان فایل کنند. این سیستم اجازه می‌دهد که تقاضانامه اثری معادل با تقاضانامه‌های ملی فایل شده در هر

یک از کشورهای امضا کننده پیمان PCT داشته باشد (شماره ۳۰). سیستم تشکیل پرونده بین‌المللی PCT به پتنت بین‌المللی منتهی نمی‌شود، بلکه فرآیند گرفتن پتنت در چندین کشور را فراهم می‌کند. پتنت‌های حاصله از تقاضانامه‌های PCT پتنت‌های ملی یا منطقه‌ای هستند که توسط اداره‌های پتنت محلی صالحه، مطابق با قوانین محلی گمنت می‌شوند. در هر حال از آنجایی که همه این پتنت‌ها اساساً بر مبنای تقاضانامه یکسان برای اختراع گمنت می‌شوند، ادعاها و بقیه محتوای پتنت‌ها بر پایه PCT به صورت عمومی یکسان هستند (منوط به تغییرات در مسیر پیگیری حقوقی در فاز ملی).

ذکر این نکته مهم است، برای حمایت از اختراع خودتان در همه کشورهایی که محصول ساخته، توزیع و فروخته می‌شود یا فرآیند آن به کار برده می‌شود، استفاده از این سیستم‌های تشکیل پرونده منطقه‌ای و بین‌المللی پتنت می‌تواند فرآیند تشکیل پرونده چند ملیتی را تسریع ببخشد و آسان سازد.

رویه‌ها و الزامات ماهوی برای گمنت پتنت و همچنین میزان هزینه‌های مورد نیاز در هر کشور یا منطقه متفاوت است. بنابراین توصیه می‌شود با وکیل یا کارگزار اداره مالکیت فکری کشورهای مورد نظر مشورت نمائید. فهرستی از آدرس‌های اینترنتی و فهرست راهنمای ادارات مالکیت فکری در وب سایت زیر موجود است:

www.wipo.int/directory/en/url.jsp

در هر کشوری که علاقه‌مند به حمایت پتنت هستیم، باید در یک روز تقاضانامه را فایل کنم تا مطمئن شوم که از مزیت تاریخ اولین فایلینگ سود می‌برم.

هنگامی که تقاضانامه پتنت در یک کشور فایل می‌شود، به تاریخ فایل کردن اولین تقاضانامه، تاریخ حق تقدم گفته می‌شود. هرگونه تقاضانامه بعدی که در کشورهای دیگر عضو پیمان پاریس یا سازمان تجارت جهانی طی ۱۲ ماه (یعنی در دوره حق تقدم) فایل شود و همان موضوع را پوشش دهد، می‌تواند از مزیت تاریخ اولین تقاضانامه استفاده کند. این موضوع شامل فایل کردن تقاضانامه بین‌المللی تحت پیمان PCT هم می‌شود. بدین ترتیب تقاضانامه‌های بعدی که در دوره حق تقدم فایل می‌شوند بر تقاضانامه‌هایی که برای همان اختراع توسط دیگران بعد از تاریخ حق تقدم فایل شده‌اند، اولویت خواهند داشت (شماره ۲۸).

وکیل پتنت، حق فایل کردن تقاضانامه پتنت شما را دارد.

برای تقاضانامه‌های داخلی، هر شخصی می‌تواند تقاضانامه پتنت را آماده و فایل کند، اما این کار بسیار پیچیده است و ریسک زیادی بدون کمک گرفتن از یک کارگزار یا وکیل پتنت دارد. توجه داشته باشید تقاضانامه‌های خارجی در قوانین اکثر کشورها، نیاز است توسط وکیل یا کارگزار مقیم همان کشور ارائه شوند (شماره ۲۵).

پتنت همه آنچه در نقشه‌های آن به نمایش می‌گذارد، مورد حمایت قرار می‌دهد.

ادعاهای تقاضانامه پتنت، نه نقشه‌های آن، محدوده حمایت از پتنت را تعیین می‌کنند. نقشه‌ها معمولاً به نمایش جزئیات فنی اختراع کمک می‌کنند، اما همیشه بخش ضروری تقاضانامه نیستند. در حالی که ادعاها برای تقاضانامه حیاتی هستند و باید با دقت نوشته شوند تا به صورت مناسب از اختراع حمایت کنند (شماره ۲۱).

هیچ قسمتی از اختراع خود را از محصولات موجود کپی نکرده‌ام بنابراین مطمئن هستم هیچ پتنتی را نقض نکرده‌ام.

ادعاهای مربوط به نقض پتنت بر مبنای اینکه نقض کننده در خصوص پتنت اختراع شده آگاهی داشته یا به عمد آن را کپی کرده نیستند. پتنت‌های دیگران می‌توانند نقض شوند بدون آنکه نقض کننده حتی هیچ ایده‌ای از پتنت‌های موجود داشته باشند. به همین دلیل بسیار مهم است که قبل از سرمایه‌گذاری سنگین روی اختراع و آماده‌سازی آن برای بازار، جستجوی دانش پیشین انجام شود (شماره‌های ۱۴، ۱۵).

اختراع من تنها بهبودی بر فناوری موجود است، بنابراین نمی‌توانم پتنت بگیرم.

تعداد بسیار زیادی از اختراعات پتنت شده بهبود کوچکی بر فناوری‌های موجود هستند. نیازی نیست که اختراع پیشرفت بسیار بزرگی در زمینه کاری ایجاد کند تا واجد شرایط پتنت شود. تا هنگامی که اختراع الزامات قابلیت پتنت شدن را برآورده کند شما مخترع هستید برای پتنت نمودن اقدام کنید (شماره ۶). البته، اگر از فناوری‌های پتنت شده دیگران در اختراع خودتان استفاده کنید، نیاز است تا از مالک پتنت‌های دیگر به منظور تجاری‌سازی اختراع پتنت شده خودتان لایسنس بگیرید.

پتنت موقت (provisional) روش معمول یا قدم اولیه مطلوب در مسیر گرفتن پتنت است. تقاضانامه‌های پتنت موقت تنها در بعضی کشورها امکان‌پذیر است که هزینه فایل کردن آنها کمتر است، اما تقاضانامه پتنت کامل باید قبل از ۱۲ ماه از دوره موقت فایل شود تا بتواند از اختراع حمایت کند. بر اساس استراتژی کسب و کار خودتان، می‌توان هزینه و سودهایی در خصوص به کارگیری تقاضانامه موقت بر شمرد. جزئیات اینکه چگونه پتنت موقت اجرا می‌شود در هر کشوری متفاوت است. بهتر است در این مورد با وکیل پتنت مشورت کنید.

مطالبی که در پتنت‌های منقضی شده نشان یا توصیف شده می‌توانند دوباره پتنت شوند. هنگامی که پتنت منقضی می‌شود، اختراع برای استفاده عموم آزاد و رایگان است بنابراین نمی‌تواند مجدداً پتنت شود. به علاوه از آنجایی که اختراع پتنت شده منقضی شده و با انتشار تقاضانامه پتنت برای عموم افشا شده است، دیگر نمی‌توان شرط «تازگی یا نو بودن» را به عنوان الزامات دارای قابلیت پتنت شدن در نظر گرفت (شماره ۸).