

شرط کنترل کیفیت در قراردادهای اجازه بهره برداری از علائم تجاری

دکتر محمود باقری*

مجتبی نیر**

چکیده

شرط کنترل کیفیت که با حمایت از مصرف کنندگان ارتباط مؤثری دارد، علی‌رغم اینکه در رویه عمل تجارت به کار گرفته شده است، در حقوق ایران امری جدید است که قانون‌گذار به تازگی به آن پرداخته است. این شرط تنها در قراردادهای اجازه بهره برداری از علامت مطرح می‌شود. شناخت این شرط نیازمند شناخت تاریخی قراردادهای اجازه بهره برداری و بررسی فلسفه و مبانی کنترل کیفیت در کشورهای پیشرو و مقایسه آن با سیستم حقوقی ایران است. مبانی کنترل کیفیت عمدتاً به دو بخش حمایت از مصرف کننده و حفظ کارکرد اولیه علامت تجاری تقسیم بندی می‌شود. بررسی تطبیقی حقوق ایالات متحده و انگلیس در این زمینه می‌تواند راهگشا باشد و در حقوق ایران الزام ماده ۴۲ قانون ثبت علائم تجاری ۱۳۸۶ و ماده ۱۴۲ آئین نامه اجرایی همان قانون مصوب ۱۳۸۷ می‌تواند در شناخت بهتر این شرط به ما کمک کند.

کلید واژگان

شرط کنترل کیفیت، حمایت از مصرف کنندگان، علامت تجاری، قراردادهای اجازه بهره برداری، ثبت قرارداد.

* استادیار دانشکده حقوق و علوم سیاسی دانشگاه تهران.

** کارشناس ارشد حقوق مالکیت فکری، دانشکده حقوق و علوم سیاسی دانشگاه تهران.

مقدمه

در دهه‌های گذشته ظهور و گسترش شکل جدیدی از قراردادهای با عنوان قراردادهای اجازه بهره‌برداری، مباحث فنی و حقوقی زیادی را چه در میان اهل فن و تجارت و چه در میان حقوق‌دانان و وکلاء در پی داشته است. در کشور ما ایران نیز در جامعه دانشگاهی، رساله‌ها و مقالات گوناگونی در این خصوص عرضه شده که به شناخت ابعاد حقوقی این قراردادها کمک فراوانی کرده است. با این حال به نظر می‌رسد آنچه امروزه در خصوص این قراردادها مورد نیاز است مباحث جزئی‌تر در مورد آنها است که با دقت و باریک بینی بیشتری از کلیات رها شده و به شناخت دقیق‌تر آنها پردازند. بحث دیگری که به تازگی در محافل حقوقی کشورمان فراوان مطرح می‌شود، حقوق مصرف‌کنندگان و لزوم حمایت از این حقوق است. قراردادهای اجازه بهره‌برداری با تمامی مزایایی که برای اهالی صنعت و تجارت و رونق اقتصادی کشورها دارد می‌تواند به ابزاری در جهت تضييع حقوق مصرف‌کنندگان بدل شود. بسیاری از شرکت‌های کوچک و نه چندان مشهور با انعقاد قرارداد اجازه بهره‌برداری با شرکت‌های معروف که کالاهای با کیفیت بالا را عرضه می‌کنند، می‌توانند با ایجاد این تصور در مصرف‌کنندگان که کالاهای آنها نیز به همان اندازه با کیفیت و دارای استانداردهای لازم است، به میزان فروش خود بیافزایند و اگر در این میان راهکارهای حقوقی و قانونی مناسبی در جهت تحدید و تصحیح این رویه‌ها وجود نداشته باشد، نه تنها حقوق مصرف‌کنندگان مورد تعرض قرار می‌گیرد، بلکه صنعت و تجارت نیز دچار آسیب شده و علائم تجاری دیگر نخواهند نتوانست بیانگر کیفیت یا استاندارد خاصی در مورد کالاها و خدمات باشند و کارکرد خود را در تمایز کالاها و خدمات از دست خواهند داد. در اینجا است که بحث کنترل کیفیت در قراردادهای اجازه بهره‌برداری اهمیت خود را آشکار می‌کند. با توجه به اینکه در کشور ما در دو دهه اخیر ورود تکنولوژی به همراه علائم تجاری گوناگون رشد روزافزونی داشته و یکی از راه‌های

عمده ورود این تکنولوژی قراردادهای اجازه بهره برداری بوده است و با توجه به اینکه ما به کنوانسیون‌های بین‌المللی در زمینه حمایت از مالکیت صنعتی از جمله کنوانسیون پاریس و موافقت‌نامه مادرید پیوسته‌ایم، لازم است تا در مورد ابعاد گوناگون حقوقی این قراردادها، به خصوص از طریق مطالعه روند شکل‌گیری آنها در کشورهای توسعه‌یافته و نظام حقوقی حاکم بر این قراردادها در این کشورها، اشراف بیشتری پیدا کنیم تا در آینده‌ای نزدیک در برخورد با پدیده‌هایی مانند جهانی شدن اقتصاد و پذیرش در سازمان تجارت جهانی با چالش جدی در این زمینه مواجه نشویم.

لازم به تذکر است که منظور از شرط در این مقاله، مفهومی جامع است که الزام دولتی و قانونی و شرط قراردادی را در بر می‌گیرد و هرچند این شرط در غالب کشورهای توسعه‌یافته به صورت یک الزام قانونی و قاعده‌ای آمره درآمده است، انتخاب چنین واژه‌ای به این دلیل صورت گرفته است تا بتوان در ذیل آن به ماهیت قراردادی آن نیز اشاره کرد. زیرا، همان‌طور که در ادامه می‌آید، این شرط و الزام، ماهیت دوگانه‌ای دارد و بسته به زاویه دید محقق می‌تواند به صورت یک شرط قراردادی یا یک الزام قانونی خود را نشان دهد.

در مقاله حاضر بر آن هستیم تا پس از نگاهی اجمالی به قرارداد اجازه بهره برداری و تاریخچه آن در نظام حقوقی کشورهایی که در این زمینه پیشگام بوده‌اند، به بررسی نظام حقوقی شرط کنترل کیفیت در این قراردادها و رویکرد این کشورها نسبت به این شرط بپردازیم. زیرا، با توجه به اینکه هنوز در کشور ما ایران، قوانینی راجع به انعقاد قراردادهای اجازه بهره برداری از علائم تجاری و لزوم گنجاندن شرط کنترل کیفیت در این قراردادها، به طور جدی به تصویب نرسیده است، بررسی سیر تاریخی قراردادهای اجازه بهره برداری و شرط کنترل کیفیت در نظام‌های حقوقی سایر کشورها می‌تواند به تدوین قوانین جامع‌تر و در نظر گرفتن زوایای مختلف این قراردادها در شکل‌گیری قوانین کمک کند. در

مبحث آخر به بررسی جایگاه حقوقی شرط کنترل کیفیت در ایران از منظر حقوق خصوصی و عمومی خواهیم پرداخت.

۱. اختصاص بحث کنترل کیفیت به قراردادهای اجازه بهره برداری از علامت

پیش از شروع بحث لازم است نکته‌ای در مورد دو نوع از متداول‌ترین قراردادهای اجازه بهره برداری و شرط کنترل کیفیت در آنها ذکر کنیم. پایه و مبنای وجود شرط کنترل کیفیت در قراردادهای اجازه بهره داری از علامت تجاری آن است که فرد اجازه گیرنده از علامت به ضرر مصرف کنندگان منتفع نشود و از طرف دیگر اجازه دهنده با بی اعتباری و از دست دادن حقوق خود در علامت تجاری و همگانی^۱ شدن آن مواجه نگردد. برای مثال اجازه گیرنده می‌تواند با انتخاب مواد اولیه ارزان‌تر، هزینه خود را در تولید محصولات کاهش دهد و فروش خود را در بازار افزایش دهد، در حالی که اجازه دهنده همان محصول را با کیفیت بهتری تولید می‌کند، اما از آنجا که هر دو از یک علامت تجاری استفاده می‌کنند و عموم مصرف کنندگان از کیفیت پایین‌تر محصولات اجازه گیرنده اطلاعی ندارند، اجازه گیرنده به ضرر مصرف کنندگان، اجازه دهنده و سایر اجازه گیرندگانی که ممکن است از علامت استفاده کنند، منتفع می‌شود و علامت نیز پس از مدتی اعتبار اولیه خود را در ذهن مصرف کنندگان از دست خواهد داد. اما اگر یک قرارداد اجازه بهره برداری از اختراع را بدون وجود قرارداد اجازه بهره برداری از علامت در نظر بگیریم، چنین وضعیتی متصور نخواهد بود زیرا، حتی به فرض اینکه خود مخترع

1. Generic.

علاوه بر اجازه گیرنده اقدام به تولید همان اختراع کند، هر یک از طرفین در شرکت خود اقدام به این کار نموده و علی‌رغم اینکه هر دو یک اختراع را تولید و عرضه می‌کنند، با توجه به اختلاف در علائم تجاری هر یک از شرکت‌ها، مصرف کنندگان در مورد کیفیت، ارتباطی میان این دو نمی‌بینند و دچار گمراهی در خصوص منشاء تولید هر یک از آنها نخواهند شد. در واقع از نظر دادگاه اگر اجازه دهنده با اجازه گیرنده یک قرارداد اجازه بهره برداری از اختراع منعقد کرده باشند، این مسئله نشان دهنده وجود کنترل کیفیت در ارتباط با قرارداد اجازه بهره برداری از علامت تجاری که بین آنها وجود دارد، نمی‌باشد. برای احراز وجود کنترل کیفیت در مورد علامت تجاری، وجود عنصر دیگر که ارتباطی با وجود قرارداد اجازه بهره برداری از اختراع ندارد، لازم است.

بنابراین بحث شرط کنترل کیفیت در قراردادهایی که تنها اجازه بهره برداری از اختراع در آنها مطرح است، محل بحث ندارد و حتی در مواردی که اجازه بهره برداری از اختراع همراه با اجازه بهره برداری از علامت تجاری در ارتباط با آن اختراع همزمان به اجازه گیرنده اعطاء می‌گردد، وجود علامت تجاری است که موجب می‌شود، شرط کنترل کیفیت مطرح شود. زیرا، با وجود وحدت در علامت تجاری، مصرف کنندگان تمامی کالاهای تولید شده تحت آن اختراع را مربوط به یک شرکت و یک منشاء می‌دانند. پس در مورد اخیر نیز کنترل کیفیت محصولاتی که بر اساس یک قرارداد اجازه بهره برداری از اختراع تولید می‌شوند، بر اساس قرارداد اجازه بهره برداری از علامت بوده و معلولی از آن می‌باشد و ارتباطی با قرارداد اجازه بهره برداری از اختراع ندارد.

بنابراین در این مقاله به مسئله کنترل کیفیت در قراردادهای اجازه بهره برداری از علامت خواهیم پرداخت و هر کجا که از نوع قرارداد سخنی به میان نیامده است، منظور همان قراردادهای اجازه بهره برداری از علامت است و برای ورود به بحث لازم است تعریف کوتاهی از علامت تجاری و قراردادهای اجازه بهره برداری و اقسام آن ارائه دهیم.

۲. علائم تجاری، اقسام و سیر تاریخی قراردادهای اجازه بهره برداری از آنها

علامت تجاری یک نشانه یا سمبل است که در ارتباط یا بر روی کالاها و خدمات یک تاجر مورد استفاده قرار می‌گیرد تا آنها را از کالاها و خدماتی سایر تاجر متمایز کند.^۲ بخش اول از قانون علائم تجاری انگلیس مصوب ۱۹۹۴ علامت تجاری را نشانه‌ای می‌داند که می‌تواند نمود تصویری داشته باشد و کالاها و خدمات یک کسب و کار را از کسب و کار دیگر متمایز می‌کند.^۳

بند الف از ماده ۳۰ قانون ثبت اختراعات، طرح‌های صنعتی و علائم تجاری مصوب ۱۳۸۶ علامت تجاری را اینگونه تعریف می‌کند: "علامت یعنی هر نشان قابل رویتی که بتواند کالاها یا خدمات اشخاص حقیقی یا حقوقی را از هم متمایز سازد."

علامت تجاری می‌تواند کارکردهای متفاوتی داشته باشد. اصلی‌ترین کارکرد آن همان‌طور که در تعریف علامت تجاری به آن اشاره شد متمایز کردن کالاها و خدمات یک تاجر از کالاها و خدمات تاجر دیگر است. یک علامت تجاری خوب عنصری ضروری برای فروش کالاها است زیرا، در بازاری که پر از کالاهای مشابه است نبود علامت تجاری موجب می‌شود تا برای هر بار خرید مجبور باشیم محتویات و کارکرد تمامی کالاهای موجود را با هم مقایسه کنیم که مستلزم هزینه و زمان بسیار است و عاقلانه نیست. علامت تجاری موجب می‌شود که مشتری در صورت رضایت از کالایی که قبلاً استفاده کرده مستقیماً برای خرید مجدد به سراغ کالایی با همان علامت تجاری برود و جستجو هزینه بری انجام ندهد. بنابراین کارکرد دیگر علامت تجاری تضمین آن است به

2. Tina hart & Linda fazzani, Intellectual Property law, Palgrave law masters, p 75, third edition 2004, p 75.

3. Trade mark acts 1994.

این معنی که باید کیفیتی را در کالا تضمین کند که موجب خریدهای بعدی آن کالا شود و چنانچه کیفیت تنزل پیدا کند، علامت این کارکرد خود را از دست خواهد داد و مشتری به جستجو برای کالای دیگری خواهد پرداخت و در حقیقت در این مورد علامت نتیجه عکس خواهد داشت و به مشتری هشدار می‌دهد که نباید این کالا را خرید. بنابراین زمانی دارنده علامت می‌تواند با تبلیغ آن فروش خود را ارتقاء دهد که علامت با شهرت تجاری و کیفیت مناسب همراه باشد.

۲.۱. قرارداد اجازه بهره برداری

"قرارداد اجازه بهره برداری ماهیتاً اجازه‌ای است که توسط صاحب حق یا منفعت به شخص دیگری اعطا می‌شود و به وی اجازه می‌دهد عملی را در مورد آن حق یا منفعت انجام دهد و در مقابل این توافق اجازه گیرنده^۴ به اجازه دهنده^۵ مبلغ معین یا حق الامتیاز^۶ پرداخت می‌کند."^۷

حقوق‌دانان در این مسئله اتفاق نظر دارند که هسته اصلی حقوق یک علامت تجاری در توانایی دارندگان علامت در جلوگیری از استفاده اشخاص بدون مجوز از علائم مشابه در مورد کالاهای یکسان یا مشابه می‌باشد، بطوری که باعث گمراهی عمومی شود. بند ب) ماده ۴۰ قانون ثبت اختراعات، طرح‌های صنعتی و علائم تجاری مصوب ۱۳۸۶ (از این پس

4.Licensee.

5.Licensor.

6.Royalty.

7.David Bainbridge, Intellectual Property, Pitman Publishing, Fourth Edition,London, p 89.

قانون علائم تجاری ۱۳۸۶) اشعار می‌دارد: "مالک علامت ثبت شده می‌تواند علیه هر شخصی که بدون موافقت وی از علامت استفاده کند[...در دادگاه اقامه دعوی نماید." یکی از فواید این حق در جلوگیری، این است که دارندگان علائم می‌توانند به اشخاص ثالث اجازه دهند تا تحت شرایط خاصی از علامت آنها بر روی کالاهای گوناگونی استفاده کنند.^۸ معمولاً این مجوز از طریق یک قرارداد به شخص داده می‌شود که به آن قرارداد اجازه بهره برداری از علامت گفته می‌شود. عموماً این قراردادها حاوی قیود و شرایطی در مورد استثنائات، قلمروی فعالیت، تبلیغات، کیفیت محصولات و میزان و زمان پرداخت حق امتیاز^۹ به اجازه دهندگان می‌باشد.^{۱۰} در ماده ۱۴۱ از قانون علائم تجاری ۱۳۸۶ به صراحت به این نوع از قراردادها اشاره شده است که اشعار می‌دارد: "مالک علامت می‌تواند اجازه بهره برداری از علامت ثبت شده خود را به هر شکل قانونی به دیگری اعطا نماید..."

۲.۲. اقسام قرارداد اجازه بهره برداری از علامت تجاری

در اواخر قرن نوزدهم و اوایل قرن بیستم دارندگان علائم تجاری از قراردادهای اعطای مجوز بهره برداری استفاده می‌کردند تا تولید کالاهایی را که تحت علامت خود تولید می‌کردند به صورت کلی یا جزئی، به اشخاص ثالث یعنی اجازه گیرندگان، واگذار

8.Lanham Act , 5,45, 15 U.S.C. , 1055, 1127.

9.Royalty.

۱۰.نگاه کنید به:

Adam L. Brookman, Trademark Law: Protection, Enforcement, And Licensing, 12.02[A] (1999 & Supp.2006).

کنند.^{۱۱} این رویه که اعطای اجازه بهره برداری کلاسیک یا سنتی نام دارد، امروزه نیز در سطح گسترده مورد استفاده قرار می‌گیرد.^{۱۲} این نوع از اعطای مجوز بهره برداری زمانی رخ می‌دهد که شرکت‌هایی مانند جنرال الکتریک^{۱۳} یا سامسونگ^{۱۴} که در کار تولید لوازم خانگی هستند، اجازه استفاده از علائم خود را به یک یا چند تولید کننده لوازم خانگی می‌دهند تا این لوازم را با علامت GE و یا SAMSUNG تولید و عرضه کنند. از نظر تاریخی توجیه چنین قراردادهایی این بود که اجازه گیرندگان می‌توانند محصولات را به علت تخصص و زیر ساخت‌های قوی‌تر، با هزینه کمتری تولید کنند. امروزه از آنجا که بسیاری از شرکت‌ها بیشتر تولید خود را به کشورهای خارجی صادر می‌کنند، از این قراردادها در سطح بین‌المللی استفاده بسیار می‌شود.^{۱۵}

از دهه پنجاه به بعد در کشورهای توسعه یافته، نوع دیگری از اعطای مجوز بهره برداری با عنوان اجازه بهره برداری مجاور^{۱۶} شایع شد.^{۱۷} برای مثال در این نوع از اعطای مجوز استفاده، شرکت‌هایی مثل جنرال الکتریک یا سامسونگ که بطور مستقیم یا از طریق

۱۱. نگاه کنید به:

David J Franklyn, Toward A Coherent Theory Of Strict Tort Liability For Trademark Licensors, 72 S. Cal. L. Rev. 1, 12 (1998).

12. Gregory J. Battersby & Charles W. Grimes, Licensing Desk Book 3 (1999).

13. General Electric.

14. Samsung.

15. Jill Sarnoff Riola, Practical Strategies For Global Licensing 7 J. Proprietary Rts. , 11, 12-15 (1995).

16. Collateral Licensing.

17. David J Franklyn, Toward A Coherent Theory Of Strict Tort Liability For Trademark Licensors, 72 S. Cal. L. Rev. 1, 12 (1998).

قراردادهای اجازه استفاده کلاسیک، لوازم خانگی تولید می کنند اما تلفن تولید نمی کنند، اجازه استفاده از علامت خود را به یک یا چند شرکت تولید گوشی تلفن می دهند تا آنها گوشی های تلفنی با علامت GE یا SAMSUNG تولید کنند. مهم ترین دلیل وجود این نوع اعطای اجازه استفاده نیز کاهش هزینه های تولید به علت وجود مزیت نسبی می باشد. علاوه بر این مسئله هدف دیگر از این قراردادها این است که به نیاز مشتریان در خرید کالاهایی که با محصولات اولیه تولید شده در کارخانه مورد نظر و تحت علامت مورد نظر ارتباط دارند، اما در آن کارخانه تولید نمی شوند، پاسخ داده شود.^{۱۸} البته نکته ای که در این موارد لازم به ذکر است آن است که عموماً شرکت های بزرگ و معتبر بین المللی برای از بین بردن راه سوء استفاده دیگران از علائم تجاری خود، آنها را در کلیه یا اغلب طبقات مربوط به کالاها و خدمات به ثبت می رسانند. از این رو استفاده از این علائم در سایر طبقات نیز مستلزم أخذ مجوز تحت عنوان قرارداد اجازه بهره برداری، از این شرکت ها می باشد که در ادامه بحث نیز با مثال های اینچنین مواجه خواهیم شد.

در دهه های اخیر، در کشورهای توسعه یافته، شاهد افزایش استفاده از شکل سومی از قراردادهای اعطای مجوز استفاده هستیم که عموماً تحت عنوان "قراردادهای تبلیغاتی اعطای اجازه استفاده از علامت تجاری"^{۱۹} یا "معامله علامت تجاری"^{۲۰} نامیده می شود. این نوع قراردادها که گونهای فرعی از قراردادهای اجازه استفاده مجاور می باشند معمولاً در مورد کالاهایی هستند که ارتباطی با کالاهای اولیه ای که تحت علامت تولید می شوند،

18. Stephen P. Ladas, Trademark Licensing And The Antitrust Law, 63 Trademark Rep. 245, 252-3(1973).

19. Promotional Licensing.

20. Trademark Merchandising.

ندارند.^{۲۱} برای مثال کلاه‌هایی با علامت YANKEES که در واقع این علامت مربوط به یک گروه و تیم ورزشی است و درج آن بر روی کلاه کاملاً بی ارتباط به نظر می‌رسد. لباس‌ها، لیوان‌ها و سایر کلاه‌هایی که دارای علامت‌های مربوط به دانشگاه‌ها هستند، مثالی دیگر در این زمینه است. در مورد توجیه وجود چنین قراردادهای باید گفت اشخاص ثالث می‌توانند کالاهایی را که علامت به آنها الصاق می‌شود، ارزان‌تر و بهتر از دارندگان علامت تولید کنند. در این موارد نمی‌توان نبود ارتباط میان کالاهای تولیدی از سوی اجازه دهنده و اجازه گیرنده را مبنایی برای این استدلال قرار داد که کنترل کیفیت در چنین قراردادهایی بی‌مورد و خالی از وجه است زیرا، در هر صورت کیفیت پایین در کالاهایی که ارتباطی با کالاهای اجازه دهنده ندارند اما از همان علامت تجاری استفاده می‌کنند در ذهنیت اکثر مصرف کنندگان نسبت به علامت تاثیر نامطلوب می‌گذارد.

۳. تعریف و مبانی کنترل کیفیت

۳.۱. نبود تعریف مشخص در مورد کنترل کیفیت

هر چند در حقوق برخی از کشورها به مسئله کنترل کیفیت اشاره شده است اما تا کنون تعریف مشخصی از آن ارائه نشده است. برای مثال در ایالات متحده هیچ قاعده‌ای در مورد اینکه اجازه دهنده چه میزان کنترل کیفیت باید اعمال کند تا حقوق خود در مورد علامت را حفظ کند، وجود ندارد و کافی بودن میزان کنترل در هر پرونده به طور مجزا

21. Boston Athletic Ass'n V. Sullivan, 867 F.2d 22, 32-35 (1st Cir. 1989); Boston Prof'l Hockey Ass'n V. Dallas Cap & Emblem Mfg., 510 F.2d 1004, 1011-12 (5th Cir. 1975), Cert. Denied, 423 U.S. 868 (1975); Nat'l Football League Props., Inc. V. Consumer Enters., Inc., 327 N.E.2d 242, 247 (Ill. App. 1975).

مورد بررسی قرار می گیرد. برای مثال در پرونده سیگل علیه چیکن دیلایت^{۲۲}، عدم وجود کنترل به میزان کافی موجب شده است که دادگاه در رأی خود این مطلب را ذکر کند که اجازه دهنده موظف است "میزان مشخصی و ثابتی" از کنترل کیفیت را برای تضمین اینکه انتظار عمومی در مورد کیفیت برآورده شده است، اعمال کند. اما در قضیه ای مشابه، در پرونده تی ام تی نورث امریکا علیه مجیک تاج جی ام بی اچ دادگاه بیان کرده است که "میزان معقولی" از کنترل کافی است.^{۲۳} و در پرونده کنتاکی فراید چیکن کرب علیه دایورسیفاید پکچینگ کرب دادگاه اعلام کرده است که "حداقل" کنترل کیفیت در مورد علامت کافی است.^{۲۴} با وجود اینکه میزان کنترل کیفیت بسته به شرایط موجود در پرونده متغیر است، واضح است که اعمال کنترل باید به اندازه ای باشد که انتظارات معقول مصرف کنندگان را در مورد کیفیت برآورده کند.^{۲۵} اما دیده شده است که دادگاه ها در برخی موارد که کنترل کیفیت قابل توجهی اعمال نشده است، وجود کنترل کیفیت را محرز دانسته اند. برای مثال در پرونده یونیون تانک کار^{۲۶} یک رابطه توزیع کالا بین طرفین وجود دارد و به مسئله کنترل کیفیت توجهی نمی شود. بررسی پرونده های مربوط به این مسئله نشان می دهد که میزان و نوع کنترل کیفیت لازم (برای مثال بازرسی روزانه یا بررسی تصادفی و غیر دائم) به نوع کالاهایی بستگی دارد که حامل آن علامت است. میزان کنترل

22. Siegel V. Chicken Delight, Inc., 448 F.2d 43, 51 (9th Cir. 1971), Cert. Denied, 405 U.S. 955 (1972) (Emphasis Added).

23. Tmt N. Am., Inc. V. Magic Touch GmbH, 124 F.3d 876, 885-886 (7th Cir. 1997).

24. Kentucky Fried Chicken Corp. V. Diversified Packaging Corp., 549 F.2d 368, 357 (5th Cir. 1997).

25. Restatement (Third) Of Unfair Competition 33, Comment C (1995).

26. Union Tank Car Co V Lindsay Soft Water Corp, 257 S. Supp. 510 (D.Neb. 1966).

باید با بودن کیفیت در برخی از کالاهایی که حاوی علامت هستند، هماهنگی داشته باشد. برای مثال، یک دستگاه منگنه که در مقیاس گسترده تولید می شود نسبت به یک رستوران نیاز به کنترل کیفیت کمتری دارد.

به هر حال عدم قطعیت در تعریف کنترل کیفیت موجب ایجاد ابهام در اعمال این الزام شده است. بخصوص اینکه دادگاه‌ها غالباً این الزام را به گونه ای تفسیر می کنند تا با مفهوم کنترل هماهنگ باشد و تمامی انواع کنترل از جمله کنترل شدید، کنترل کافی و حتی حداقل کنترل را در بر بگیرد. همچنین دادگاه‌های آمریکا از معیارهایی مانند کیفیت ثابت محصولات یا رابطه کاری نزدیک بین اجازه دهندگان و اجازه گیرندگان استفاده می کنند تا نشان دهند که کنترل می تواند ضمنی باشد.

در حقوق ایران نیز با وجود الزام ماده ۴۴ قانون ثبت علائم تجاری ۱۳۸۶ به وجود شرط کنترل کیفیت در قرارداد و اعمال آن، و با وجود الزام به احراز شرایط کنترل کیفیت در قرارداد اجازه بهره برداری در هنگام ثبت آن در مرجع ثبت شرکت‌ها (ماده ۱۴۲ آئین نامه اجرایی مصوب ۱۳۸۷)، در هیچ کجای قانون و آئین نامه اجرایی آن از کنترل و کیفیت و میزان آن تعریف معینی ارائه نشده است و قسمتی از این ابهام را باید ناشی از گسترده بودن محصولات و خدمات و لزوم انعطاف پذیر بودن کنترل و کیفیت دانست و هدف قانون گذار را تلاشی برای باز گذاشتن دست قاضی در اجرای هر چه بهتر عدالت در هر پرونده دانست که البته امکان باز شدن راه‌های سوء استفاده از آن را نیز نباید نادیده گرفت.

۳.۲. مبانی کنترل کیفیت

پیش از ورود به بحث مبانی کنترل کیفیت و بحث بعدی در مطالعه تطبیقی شرط کنترل کیفیت در برخی کشورها لازم به تذکر است که با توجه به پیشگام بودن کشور

آمریکا در زمینه شرط کنترل کیفیت و مبانی آن و جدید بودن این بحث در حقوق ایران، غالب مباحث و پرونده‌هایی که در ادامه به آنها پرداخته می‌شود از حقوق ایالات متحده انتخاب شده است که در کنار آن به حقوق انگلیس و ایران نیز اشاره شده و این مباحث می‌تواند در آینده در پیشرفت و ایجاد اصلاحات در زمینه شرط کنترل کیفیت در حقوق کشورمان راهشگا باشد.

۳.۲.۱ حفظ کارکرد اصلی علامت

از نظر تعریف، علامت تجاری هر گونه وسیله‌ای است که برای شناسایی و تمایز منبع از آن استفاده می‌شود. زمانی که اجازه استفاده از علامت تجاری به دیگری واگذار می‌شود، آن علامت چگونه می‌تواند نقش خود را در نشان دادن منبع کالا ایفا کند؟ تنها یک حالت متصور است و آن اینکه اجازه دهنده، ماهیت و کیفیت کالاهایی را که تحت علامت تجاری مورد نظر تولید می‌شوند، بررسی کند. در این صورت اجازه گیرنده، به عنوان بازوی اجازه دهنده عمل می‌کند و کارکرد نشانگر منبع بودن علامت، باقی می‌ماند. اعطای اجازه بهره برداری از علامت بدون چنین بررسی‌ای، اعطای اجازه استفاده فاقد کنترل نامیده می‌شود و ممکن است به گونه‌ای باشد که علامت تجاری کارکرد خود را در نشان دادن منبع کالا از دست بدهد. این اصل معمولاً از سوی تجار و افرادی که در شرکت، مسئول امور مربوط به علامت تجاری هستند مورد بی توجهی قرار می‌گیرد زیرا، آنها علامت تجاری را مانند سایر اموال، مثل اختراعات می‌دانند، در صورتی که اینگونه نیست.

اعطای مجوز بهره برداری از علامت تا پیش از تصویب قانون لانهام در آمریکا، به عنوان یک عمل مشروع و قانونی در حقوق علائم تجاری شناخته نمی‌شد، و حتی پس از تصویب این قانون نیز این قراردادها با محدودیت‌های زیادی از جمله مسئله حمایت از

علامت، مواجه شد. همان‌طور که پیشتر گفتیم مبنای این نظریه این است که علائم تجاری تنها در صورتی باید مورد حمایت قانونی قرار بگیرند که اطلاعاتی را در مورد کالاهایی که بر روی آن قرار می‌گیرند به مصرف‌کننده منتقل کنند و به عنوان نشانه‌ای از شهرت تجاری شخص عمل کنند و در این نظریه، محدودیت‌های موجود در مورد قراردادهای اجازه بهره‌برداری نیز با این استدلال توجیه می‌شود.^{۲۷}

۳.۲.۲. حمایت از مصرف‌کننده

با اینکه از نظر تاریخی هدف از وجود علامت تجاری نشان دادن یک منبع مشخص برای کالا یا خدمات بوده، اما علامت همواره بیانگر سطحی از کیفیت برای مصرف‌کنندگان نیز می‌باشد. در واقع علامت‌های تجاری از توقع مصرف‌کنندگان در مورد کیفیت کالا حمایت می‌کنند. امروزه مصرف‌کنندگان اینگونه تصور می‌کنند که کالاها و خدماتی که تحت یک علامت خاص عرضه می‌شوند، صرف نظر از اینکه در کجا و در چه زمانی خریداری شده‌اند، کیفیت مشخصی دارند. فقدان کنترل کیفیت در مورد کالاهایی که با علامت تجاری خاصی عرضه می‌شوند ممکن است به سردرگمی در مورد کیفیت کالا و متعاقب آن سردرگمی در مورد مبداء و منشاء کالاهایی که با آن علامت عرضه می‌شوند، منجر شود.^{۲۸} هنگامی که این سردرگمی ادامه پیدا می‌کند، علامت

27. Calboli, Trademark Assignment "With Goodwill": A Concept Whose Time Has Gone, 57 Fla. L. Rev. 771 (2005).

۲۸. الزام به کنترل کیفیت هم در مورد علائم تجاری و هم در مورد علائم خدماتی وجود دارد. اما در این مقاله جهت سادگی تنها به کالا اشاره می‌کنیم که کالاها و خدمات را در بر می‌گیرد و زمانی که از علائم تجاری بحث می‌کنیم، علائم خدماتی را نیز شامل می‌شود.

کارکرد خود را از دست می دهد. اگر مصرف کنندگان از خود سوال کنند که آیا کالاهایی که حامل علامت خاصی هستند، اصل هستند یا نه، این به آن معنی است که این علامت از یکی از اصلی ترین کارکردهای خود بازمانده است. بنابراین تنها راه پیشگیری از خطر فریب عموم مردم، این است که مالکان علائم تجاری ملزم شوند که ماهیت و کیفیت کالاهای تولیدی بر طبق قرارداد اجازه بهره برداری از علامت را کنترل کنند و این الزام به عنوان معیاری برای سنجش اعتبار این قراردادها شناخته شود.^{۲۹}

حقوق دانان به این نکته نیز اشاره کرده اند که بدون الزام به کنترل کیفیت، اجازه دهندگان یا اجازه گیرندگان با سوء نیت، می توانند با تغییر کیفیت محصولات به ضرر مصرف کنندگان بی اطلاع، بهره مند شوند.^{۳۰} برای مثال ممکن است اجازه دهندگان در مواجهه با مشکلات در بازار، ورشکستگی و یا اطلاع از اینکه آینده علامت تجاری آنها مبهم است، وسوسه شوند که برای به حداکثر رساندن درآمد خود، از اجازه گیرندگان بخواهند که کیفیت محصولات را کاهش دهند.^{۳۱} به همین ترتیب اجازه گیرندگان نیز

29. See Dawn Donut Co. V. Hart's Food Stores, Inc., 267 F.2d 358, 367 (2d Cir. 1959).

در این پرونده قاضی اظهار می کند که: "واضح است که تنها راه موثر برای حمایت از عموم مردم در جایی که اجازه گیرنده از علامت استفاده می کند این است که وظیفه کنترل فعالیت های اجازه گیرنده را به عهده اجازه دهنده بگذاریم."

30. Dawn Donut Co. V. Hart's Food Stores, Inc., 267 F.2d 358, 367 (2d Cir. 1959).

در این پرونده قاضی بیان می کند که: "عموم مردم در موقعیتی نیستند که بتوانند استفاده های گمراه کننده از علامت را پیش از آنکه اتفاق بیافتد، شناسایی کنند و در بهترین حالت این اعمال، پس از وقوع، از سوی عموم شناسایی می شوند."

31. James M. Treece, Trademark Licensing And Vertical Restraints In Franchising Arrangements, 116 U. Pa. L. Rev. 453-54 (1968).

ممکن است در زمان‌هایی که با مشکلات مالی مواجه هستند و یا به علل دیگر، تصمیم به تغییر کیفیت کالا بگیرند. با وجود اینکه اجازه گیرندگان برای رهایی از خطر از دست دادن مصرف کنندگان خود، به ثابت نگاه داشتن کیفیت کالاهای خود تمایل دارند، عدم مالکیت آنها در مورد علامت تجاری می‌تواند آنها را نسبت به موفقیت طولانی مدت محصولات، بی تفاوت کند.^{۳۲} به این ترتیب آنها از طریق کاهش کیفیت محصولات، به افزایش سودهای کوتاه مدت تمایل پیدا می‌کنند که به ضرر مصرف کنندگان است زیرا، آنها با کاهش ناگهانی در کیفیت کالاها مواجه می‌شوند و ممکن است با اعتماد به علامت در خرید خود، فریب بخورند.

در حقوق ایران در خصوص حمایت از مصرف کنندگان در قراردادهای اجازه بهره برداری می‌توان به چند مورد اشاره کرد. اول الزام ماده ۴۴ قانون ثبت علائم تجاری مصوب ۱۳۸۶ و ماده ۱۴۲ آئین نامه اجرایی مصوب ۱۳۸۷ است که می‌توان آن را اولین گام‌های قانون‌گذار ایرانی در جهت حمایت از مصرف کننده دانست. البته الزام ماده ۱۴۲ در این خصوص قوی‌تر است چرا که قرارداد اجازه بهره برداری فاقد شرط کنترل کیفیت را قابل ثبت در مرجع ثبت نمی‌داند و بر طبق ماده ۱۴۶ از همان آئین نامه در صورتی که این قرارداد به ثبت نرسد در مقابل اشخاص ثالث بی اعتبار است. ماده ۴۴ نیز قرارداد فاقد اجازه بهره برداری را صرف نظر از ثبت یا عدم ثبت آن، فاقد اعتبار می‌داند. اولین اشکال اساسی در این ماده آن است که با وجود پیش بینی ضمانت اجرای بی اعتباری قرارداد، در مورد خود علامت تجاری و حقوق مالک در علامت سخنی به میان نیاورده است در حالی که همان‌طور که در مباحث گذشته بررسی نمودیم، در حقوق ایالات متحده و انگلیس،

32. William M. Landes & Richard A. Posner, The Economic Structure Of Intellectual Property Law, 166-68 (2003).

اولین ضمانت اجرای مؤثر در مورد قراردادهای اجازه بهره برداری فاقد کنترل آن است که به حقوق مالک در علامت تجاری لطمه وارد می‌کند و در مواردی به از دست دادن تمامی حقوق و بطلان علامت منجر می‌شود. بی اعتبار دانستن قرارداد اجازه بهره برداری نمی‌تواند اجبار معنوی مناسبی برای اجازه دهنده در اقدام به کنترل کیفیت باشد زیرا، او به این نکته واقف است که در صورت اعمال نمودن کنترل یا ننگنجاندن شرط مربوط به آن در قرارداد تنها قرارداد اجازه بهره برداری و حق امتیازهایی را که دریافت می‌کرده است، از دست می‌دهد در حالی که علامت تجاری او بدون خدشه باقی مانده است و می‌تواند قرارداد اجازه بهره برداری دیگری با اشخاص دیگر منعقد کند و از این راه منتفع گردد.

قانون دیگر قانون حمایت از مصرف کنندگان است که کلیات آن در تاریخ ۱۳۸۴/۱/۳۱ به تصویب مجلس شورای اسلامی رسیده و می‌توان آن را نمونه‌ای از حرکت به سمت تغییر رویکرد و حمایت از مصرف کنندگان دانست. هر چند مفاد این قانون کلی به نظر می‌رسد و در آن از حمایت از مصرف کنندگان در برابر سوء استفاده از علائم تجاری سخنی به میان نیامده است، اما تصویب چنین قوانینی می‌تواند مسیر را برای تصویب قوانین اختصاصی‌تر هموار سازد. در فصل پنجم این قانون با عنوان "وظایف عرضه کنندگان کالا و خدمات در قبال حقوق مصرف کنندگان"، مواردی به چشم می‌خورد که بیش از سایر مواد این قانون می‌تواند در زمینه حمایت از مصرف کننده در برابر سوء استفاده از علائم تجاری راهگشا باشد. ماده ۸ این فصل اشعار می‌دارد: "هرگونه تبانی و تحمیل شرایط از سوی عرضه کنندگان کالا و خدمات، که موجب کاهش عرضه یا پایین آوردن کیفیت، یا افزایش قیمت شود، جرم محسوب می‌شود." با توجه به اینکه در این ماده از لفظ "هر گونه" استفاده کرده است می‌توان قراردادهای اجازه استفاده فاقد کنترل را نیز از اشکال تبانی میان عرضه کنندگان تلقی کرد زیرا، در ادامه ماده از نتایج چنین تبانی پایین آوردن کیفیت کالاها را عنوان کرده است که در مورد این قراردادهای اجازه استفاده

مصادق پیدا می‌کند. اما با توجه به جرم انگاری چنین تبانی که در انتهای ماده ذکر شده است مشخص نیست که چنین قرارداد اجازه استفاده باطل تلقی می‌شود و یا با تأیید صحت آن، از پخش کالاهای با کیفیت پایین‌تر توسط اجازه گیرنده جلوگیری به عمل می‌آید. همچنین اشکال دیگر این ماده پیش‌بینی نمودن ضمانت اجرای مشخص در مورد علامت تجاری و حقوق مربوط به آن می‌باشد. اما مجازات خود این جرم که تبانی و تحمیل شرایط به ضرر مصرف کنندگان است در ماده ۱۹ از فصل پنجم این قانون مشخص شده است که جزای نقدی حداکثر معادل دو برابر خسارت وارده می‌باشد.

۴. مطالعه تطبیقی کنترل کیفیت در برخی از کشورها

۴.۱. تفاسیر مختلف از کنترل کیفیت در حقوق کشورها

در دادگاه‌های آمریکا و بر طبق قانون علائم تجاری مصوب ۱۹۰۵، معمولاً قراردادهای اجازه بهره برداری بی اعتبار تلقی می‌شود و استدلال این رویه این بود که زمانی که اجازه استفاده از علامت به شخص دیگری غیر از مالک علامت داده می‌شود، علامت، دیگر نمی‌تواند کارکرد خود را به عنوان نشاندهنده ی منشاء کالا ایفا کند و ممکن است مصرف کنندگان دچار سردرگمی شوند. می‌توان گفت در نتیجه تغییرات در تولید و توزیع در اوایل قرن بیستم، قانون لانهام موضع متفاوتی اتخاذ کرد و رویه اعطای مجوز بهره برداری از علامت را به رسمیت شناخت. این قانون استفاده از علامت تجاری توسط "شرکت‌های مرتبط"^{۳۳} را مجاز دانست. این قانون شرایط اعتبار قرارداد اجازه استفاده از علامت تجاری را به دقت و بر مبنای منطق حقوق علائم تجاری یعنی حمایت از

33.Related Companies.

مصرف کنندگان و رقابت عادلانه بنا نهاد. از زمان تصویب قانون لانهام در آمریکا، دادگاه‌ها تفسیر موسعی از شرط کنترل کیفیت را ارائه داده‌اند و تقریباً هر مدرکی را برای معتبر دانستن قرارداد اجازه بهره برداری پذیرفته‌اند. علاوه بر این اثبات از بین رفتن حقوق فرد در علامت را بسیار مشکل کرده‌اند و در مواردی قراردادهای اجازه استفاده غیر رسمی بدون کنترل را نیز معتبر دانسته‌اند.

در حقوق ایالات متحده، هیچ قاعده‌ای در مورد اینکه اجازه دهنده چه میزان کنترل کیفیت باید اعمال کند تا حقوق خود در مورد علامت را حفظ کند، وجود ندارد و کافی بودن میزان کنترل در هر پرونده به طور مجزا مورد بررسی قرار می‌گیرد. برای مثال در پرونده سیگل علیه چیکن دیلایت^{۳۴}، عدم وجود کنترل به میزان کافی موجب شده است که دادگاه در رای خود این مطلب را ذکر کند که اجازه دهنده موظف است "میزان مشخصی و ثابتی" از کنترل کیفیت را برای تضمین اینکه انتظار عمومی در مورد کیفیت برآورده شده است، اعمال کند. اما در قضیه‌ای مشابه، در پرونده تی ام تی نورث آمریکا علیه مجیک تاج جی ام بی اچ دادگاه بیان کرده است که "میزان معقولی" از کنترل کافی است.^{۳۵} و در پرونده کنتاکی فراید چیکن کرب علیه دایورسیفاید پکچینگ کرب دادگاه اعلام کرده است که "حداقل" کنترل کیفیت در مورد علامت کافی است.^{۳۶} با وجود اینکه میزان کنترل کیفیت بسته به شرایط موجود در پرونده متغیر است، واضح است که اعمال

34. Siegel V. Chicken Delight, Inc., 448 F.2d 43, 51 (9th Cir. 1971), Cert. Denied, 405 U.S. 955 (1972) (Emphasis Added).

35. Tmt N. Am., Inc. V. Magic Touch GmbH, 124 F.3d 876, 885-886 (7th Cir. 1997).

36. Kentucky Fried Chicken Corp. V. Diversified Packaging Corp., 549 F.2d 368, 357 (5th Cir. 1997).

کنترل باید به اندازه ای باشد که انتظارات معقول مصرف کنندگان را در مورد کیفیت برآورده کند.^{۳۷} اما دیده شده است که دادگاه‌ها در برخی موارد که کنترل کیفیت قابل توجهی اعمال نشده است، وجود کنترل کیفیت را محرز دانسته‌اند. برای مثال در پرونده یونیون تانک کار^{۳۸} یک رابطه توزیع کالا بین طرفین وجود دارد و به مسئله کنترل کیفیت توجهی نمی‌شود.

بر طبق بخش ۱ از قانون علائم تجاری ۱۹۹۴ انگلیس، علامت تجاری باید بتواند کالاهای یک کسب و کار را از سایرین متمایز کند. در پرونده اسکندکور^{۳۹} قاضی نیکولز اعلام کرد که یک کسب و کار در صورتی از کسب و کار دیگر متمایز می‌شود که هر کدام معیارهای کیفیتی جداگانه و اختصاصی را در مورد کالاهای خود داشته باشند. بنابراین او به این نکته توجه کرده است که در شرایطی که شرکت‌ها جدا از یکدیگر تجارت می‌کنند اما ارتباطات قراردادی طولانی مدت دارند، مشخص کردن اینکه آیا آنها با یکدیگر کسب و کار واحدی را تشکیل می‌دهند یا نه به این مسئله بستگی دارد که آن دو تا چه حد با یکدیگر همکاری داشته، و تا چه حد در مسائلی که بر کیفیت کالاهای آنها تاثیر گذار است، هماهنگی با یکدیگر عمل کرده‌اند.

تا پیش از تصویب قانون علائم تجاری ۱۹۹۴، تفکر غالب این بود که در ازای ثابت نگاه داشتن کیفیت در محصولات به دارنده علامت حقوقی شبیه حقوق اموال، اعطا می‌شود. این تفکر در قوانین و مقررات سابق وجود داشت. اگر دارنده علامت، بدون اعمال

37. Restatement (Third) Of Unfair Competition 33, Comment C (1995).

38. Union Tank Car Co V Lindsay Soft Water Corp, 257 S. Supp. 510 (D.Neb. 1966).

39. Scandecor Development AB v. Scandecor Marketing AV & Others (2001) UKHL 21.

کنترل کیفیت در مورد اجازه گیرنده، استفاده از علامت را واگذار کند، می‌توانست منجر به از دست رفتن علامت شود. با این حال حقوق جدید انگلیس از این تفکر دور شده است. پرونده اسکندکور دیولوپمنت علیه اسکندکور مارکتینگ^{۴۰}، نشان می‌دهد که حقوق جدید در انگلیس برای معتبر شناختن علامت تجاری ثبت شده، اعمال کنترل کیفیت در مورد کالاها و خدمات اجازه گیرنده را ضروری نمی‌داند. تنها الزامی که وجود دارد این است که استفاده از علامت با رضایت مالک آن باشد و خصوصیت تمایز دهندگی علامت از بین نرود تا باعث گمراهی عموم شود. رأی پرونده اسکندکور بر مبنای قانون علائم تجاری ۱۹۹۴ و حقایق جدید دنیای تجارت اتخاذ شد.^{۴۱} مجلس لردان انگلیس در این پرونده به این نتیجه رسید که کنترل کیفیت به عنوان یک شرط قانونی نمی‌تواند تضمین کننده کنترل کیفیت در عمل باشد. به گفته قاضی نیکولز^{۴۲} در پرونده اسکندکور دیولوپمنت علیه اسکندکور مارکتینگ^{۴۳}، علامت تجاری نشانه‌ای از منبع کالا است و مصرف کنندگان به کیفیت کالاها به این دلیل اعتماد می‌کنند که مالک علامت در نگه داشتن ارزش علامت خود نفع اقتصادی دارد نه به خاطر اینکه وی از نظر قانونی موظف به رعایت کیفیت در کالای خود می‌باشد.

نفع اقتصادی مالک علامت در اینجا به معنی آن است که علامت همواره یک معنی داشته باشد و ارزش ارتباطی خود را با مشتری حفظ کند. در حقیقت قانون در این مورد

40. Ibid.

41. Ibid.

42. Lord Nicholls.

43. Scandecor Development AB v. Scandecor Marketing AV & Others (2001) UKHL 21.

نقش مکمل را داشته باشد و برای دارنده علامت در نگه داشتن کیفیت انگیزه ایجاد کند. تصمیم مجلس اعیان در پرونده اسکندکور، تمایزی محسوسی را میان رویکرد ایالات متحده و انگلیس در خصوص مسئله کنترل کیفیت ایجاد کرد. با مطرح شدن تصمیم مجلس اعیان در خصوص این پرونده، به نظر می‌رسد که بر طبق حقوق انگلیس، کنترل کیفیت یک شرط الزامی نباشد. در حالی که در ایالات متحده این الزام هنوز پا بر جاست. در حقوق کشورمان هر چند رویه قضایی مشخصی در مورد تفسیر از کنترل کیفیت هنوز شکل نگرفته است می‌توان از ماده ۴۴ قانون ثبت علائم تجاری ۱۳۸۶ و ماده ۱۴۲ آئین نامه اجرایی آن مصوب ۱۳۸۷ اینگونه برداشت کرد که با توجه به عدم ارائه تعریف مشخص از کنترل، کیفیت و میزان کافی کنترل کیفیت برای اعتبار قراردادهای اجازه بهره برداری، امکان بروز تفاسیر گوناگون از سوی قضات که بعضاً می‌تواند متعارض باشد، بوجود آمده است. به هر صورت آراء وحدت رویه، اصراری و نظریات مشورتی اداره حقوقی قوه قضاییه می‌تواند تا حدودی جلوی این تعارضات احتمالی را تا حدودی بگیرد.

۴.۲. لزوم احراز کنترل کیفیت جهت ثبت قرارداد اجازه بهره برداری

در ایالات متحده، بررسی مسئله کنترل کیفیت ارتباطی با الزامات مربوط به ثبت ندارد.^{۴۴} در حقوق امریکا، هیچ تشریفات اداری وجود ندارد که بر طبق آن شروط مربوط به کنترل کیفیت، جهت ثبت قرارداد اجازه بهره برداری در اداره ثبت، مورد بررسی و تأیید قرار بگیرد. در نتیجه هیچ مرجع صلاحیت دار اداری، بخصوص در مورد کنترل قراردادی، مانند آنچه در مورد ثبت نام استفاده کننده بر طبق قانون علائم تجاری مصوب ۱۹۳۸ در

44. Rudnick, "Franchising And Licensing In The Us", 115th Annual Meeting Of The Us Trademark Association 1993, Vol 2, 527-536.

حقوق انگلیس مقرر شده است، وجود ندارد. قانون علائم تجاری مصوب ۱۹۳۸ انگلیس مقرر می کند که به عنوان یکی از شروط ثبت برای استفاده کننده از علامت (از جمله اجازه گیرنده)، طرفین باید مقداری از کنترل کیفیت را که از سوی مالک در مورد اجازه گیرنده اعمال می شود، ثابت کنند.^{۴۵} با این حال این قانون نشان نمی دهد که چه میزان کنترل مد نظر است و ماهیت این کنترل چیست. در قانون علائم تجاری مصوب ۱۹۹۴ انگلیس نیز شرط وجود کنترل کیفیت جهت ثبت قراردادهای اجازه بهره برداری ضروری است. البته در قانون ۱۹۳۸ قراردادهای اجازه بهره برداری به رسمیت شناخته نشده بود و استفاده اجازه گیرنده از علامت تحت عنوان "اجازه ثبت شده" شناخته می شد که با تصویب قانون ۱۹۹۴ این مشکل برطرف شد و قراردادهای اجازه بهره برداری به طور رسمی وارد حقوق این کشور شد.

در حقوق ایران با توجه به الزام ماده ۱۴۲ آئین نامه اجرایی قانون ثبت علائم تجاری ۱۳۸۶، مرجع ثبت مکلف است جهت ثبت قرارداد اجازه بهره برداری، وجود شرایط مربوط به کنترل کیفیت را در قرارداد احراز کند و این ماده نشان می دهد که مسئله کنترل کیفیت مانند حقوق انگلیس وارد حوزه ثبتی نیز شده است.

۴.۳. کنترل واقعی و کنترل قراردادی

در دهه های پس از تصویب قانون لانهام، در ایالات متحده، شاهد تصمیمات و آراء متعارض در مورد شکل کنترل کیفیت در قراردادهای اجازه بهره برداری هستیم. بر طبق رویکرد سنتی، برای معتبر بودن قرارداد، شروط مربوط به کنترل کیفیت باید قسمتی از مفاد

45.TrademarkAct 1938,S.28(4)(A).

قرارداد باشد. با این وجود، در حالی که بسیاری از دادگاهها ذکر این شرط در قرارداد را برای اعتبار آن ضروری می دانستند^{۴۶}، سایر دادگاهها موضع منعطف تری را اتخاذ کردند. با شروع دهه ۶۰، قسمت اعظم نظام قضایی ایالات متحده این موضع را اتخاذ کردند که کنترل واقعی و نه قراردادی برای معتبر دانستن قراردادهای اجازه بهره برداری اهمیت دارد. با این حال، دادگاهها نتوانستند در مورد تعریف واحدی از کنترل واقعی به توافق برسند و در این مورد نیز در هر پرونده به طور مستقل عمل کردند و موجب افزایش عدم قطعیت در این حوزه از حقوق شدند.^{۴۷}

در دهه های بعدی، با افزایش نقش قرارداد اجازه بهره برداری در اقتصاد، اکثریت دادگاهها تمایل خود را نسبت به این رویه نشان دادند و تنها در موارد نادری نظام قضایی تفسیر محافظه کارانه و سختگیرانه ای از کنترل کیفیت ارائه داد.^{۴۸} اکثر دادگاهها تمایل خود را به جستجوی کامل و همه جانبه برای یافتن مدرکی دال بر وجود کنترل کیفیت کافی نشان دادند^{۴۹} و در جایی که مالک علامت تجاری، کمی کنترل در مورد اجازه

46. Societe Comptoir De L'industrie Cotonniere Etablissements Boussac V. Alexander's Dep't. Stores, Inc., 299 F.2d 33, 35 (2d Cir. 1962).

47. Embedded Moments, Inc. V. Int'l Silver Co., 648 F. Supp. 187, 194 (E.D.N.Y. 1986)

دادگاه در این پرونده اعلام کرد که کنترل واقعی برای نشان دادن نظارت بر قرارداد اجازه بهره برداری لازم است و نیازی به وجود کنترل قراردادی نیست.

۴۸ نگاه کنید به :

Heaton Enterprises Of Nevada, Inc. V. Lang. 7 U.S.P.Q.2d (Bna) 1842, 1847 (T.T.A.B. 1988).

49. Elizabeth C. Bannon, The Growing Risk Of Self-Dilution, 82 Trademark Rep. 579 (1992).

گیرندگان اعمال می کرد، قرارداد اجازه استفاده را معتبر می دانستند.^{۵۰} دادگاهها با توجه به اینکه کنترل ناکافی می تواند موجب از بین رفتن حقوق در علامت تجاری شود، همواره اعلام می کردند که بار اثبات به عهده شخصی است که مدعی فاقد کنترل بودن قرارداد اجازه استفاده است.^{۵۱} به علاوه در مواردی دادگاهها تمایل داشتند که بدون توجه به اعمال کنترل از سوی اجازه دهنده یا در نبود کنترل، در صورتی که کیفیت محصولات ثابت باشد، قرارداد اجازه استفاده را معتبر بدانند.^{۵۲}

در حقوق ایران، در خصوص کنترل واقعی و یا قراردادی در قراردادهای اجازه بهره برداری رویه مشخصی شکل نگرفته است اما الزام ماده ۴۴ در خصوص کنترل کیفیت نشان می دهد که قانون گذار ایرانی به دنبال کنترل واقعی بوده است زیرا، در این ماده از کنترل مؤثر کیفیت سخن به میان آمده و به ذکر شرط کنترل کیفیت در قرارداد اکتفا نکرده است. این مسئله به قضات اختیار و آزادی عملی بیشتری می دهد تا بر اساس اوضاع و احوال پرونده و قرارداد، به احراز کنترل کیفیت بپردازند. متن ماده تنها ذکر شرط کنترل کیفیت در قرارداد را کافی نمی داند و در ادامه اشعار می دارد: "...در غیر این صورت یا در صورتی که کنترل به طور مؤثر انجام نگیرد..." و این قسمت نشان دهنده آن است که شکل قرارداد و رعایت تشریفات برای احراز کنترل کیفیت کافی نیست و اعمال واقعی کنترل مد نظر

50.E.G., Ky. Fried Chicken Corp. V. Diversified Packaging Corp., 549 F.2d 368, 387-88 (5th Cir. 1977).

51.Taco Cabana Int'l, Inc. V. Two Pesos, Inc., 932 F.2d 1113, 1121 (5th Cir. 1991) (Citing Am. Foods, Inc. V. Golden Flake, Inc., 312 F.2d 619, 624-25 (5th Cir. 1963)), Aff'd, 505 U.S. 763 (1992).

52.Hurricane Fence Co. V. A-1 Hurricane Fence Co., 468 F. Supp. 975, 987-89 (S.D. Ala. 1979).

است و قانون‌گذار در این قسمت به ماهیت بیش از مسائل شکلی بها داده است، و توجه به این نکته موجب می‌شود تا راه سوء استفاده و تبانی اجازه گیرندگان و اجازه دهندگان در قراردادهای اجازه بهره برداری بسته شود و نتوانند تنها با استناد به وجود شرط کنترل در قرارداد به صورت شکلی، آن را از خطر بی اعتباری نجات دهند. بنابراین قانون‌گذار در این مورد تصمیم گیری را به عهده قاضی گذاشته و او را در تشخیص مؤثر بودن یا نبودن کنترل کیفیت به قانون محدود نکرده است و این مسئله نزدیکی قانون ایران را به رویه حقوق کامن لا نشان می‌دهد.

از طرف دیگر ماده ۱۴۲ آئین نامه اجرایی قانون ثبت علائم تجاری ۱۳۸۶ مرجع ثبت را مکلف کرده است تا پیش از ثبت قرارداد اجازه بهره برداری، وجود شرایطی را در زمینه کنترل اجازه دهنده بر کیفیت و مرغوبیت کالاها یا خدمات موضوع علامت توسط اجازه گیرنده را در قرارداد احراز کند. این ماده کنترل کیفیت را از کنترل واقعی به سمت کنترل قراردادی سوق داده است. زیرا، متن ماده بیانگر این است که وجود شرایط قراردادی جهت کنترل کیفیت برای احراز مرجع ثبت، جهت ثبت قرارداد کافی است و مرجع ثبت را به احراز کنترل واقعی در قرارداد مکلف نکرده است و با توجه به حجم بالای کارهای اداری و اجرایی مرجع ثبت به نظر نمی‌رسد که این مرجع بخواهد با تفسیر گسترده از این ماده، کنترل واقعی و مؤثر اجازه دهنده نسبت به اجازه گیرنده را احراز کند. بنابراین هر چند ماده ۴۴ بیشتر از کنترل مؤثر و واقعی سخن به میان آورده، ماده ۱۴۲ آئین نامه به این مطلب پافشاری نکرده و احراز شرایط شکلی را کافی دانسته که به نظر می‌رسد رویه قضایی ایران به این سمت تمایل بیشتری داشته باشد.

نتیجه‌گیری

بررسی شرط کنترل کیفیت در کشورهایی که در این زمینه پیشگام بوده‌اند مانند آمریکا و انگلیس نشان می‌دهد که علی‌رغم اتفاق نظر در خصوص ضرورت وجود حداقل‌های قانونی در تضمین کیفیت محصولات و خدمات در جهت حمایت از مصرف‌کنندگان، در مورد نوع و میزان کنترل و کیفیت لازم جهت اعتبار بخشی به قراردادهای اجازه بهره‌برداری، نظرات متفاوت و بعضاً متعارضی از سوی قضات ارائه گردیده است. شرط کنترل کیفیت از سویی به دنبال حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان و جلوگیری از دارا شدن بلاجهت اجازه دهنده و اجازه گیرنده به ضرر مصرف‌کننده است و از سوی دیگر افزایش شهرت و اعتبار علامت تجاری به دلیل ثبات در کیفیت محصولات و خدمات عرضه شده می‌باشد. این سؤال که آیا کنترل کیفیت مسئله حقوق عمومی است یا خصوصی شکل دیگری از این سؤال است که آیا کنترل کیفیت به دنبال حمایت از عموم مردم در برابر گمراهی است یا هدف از آن افزایش ارزش مالکانه علامت تجاری اجازه دهنده می‌باشد. با وجود اینکه از نظر تاریخی، حمایت از منافع عمومی مهم‌ترین مسئله بوده است، جریان جدید، منافع اجازه دهنده را در علامت تجاری در نظر می‌گیرد. زمانی که تاکید بر منافع مالی مالک علامت تجاری است، ممکن است کنترل کیفیت با کیفیت بالا یا حداقل با عدم وجود کیفیت پایین، مترادف شود. در این حالت سردرگمی و گمراهی مردم در اولویت دوم قرار می‌گیرد. این به آن علت است که امکان دارد علامت، دیگر به عنوان نشان دهنده‌ی منبع کالا نباشد و تنها به عنوان حق مالی ارزشمندی تلقی شود. زمانی که مالک علامت برای مقاصدی تبلیغاتی دست به انجام معاملاتی در مورد کالاهای گوناگون می‌زند، در حقیقت این خود علامت است که موضوع این قراردادها می‌باشد. در حقوق ما علی‌رغم وجود نظام مسئولیت مدنی و تصویب قریب الوقوع قانون حمایت از مصرف‌کنندگان، به دلیل اهمیت موضوع، قانون‌گذار در دو ماده ۴۴ قانون ثبت

علائم تجاری ۱۳۸۶ و ۱۴۲ آئین نامه اجرایی همان قانون ۱۳۸۷، به ضرورت وجود شروط کنترل کیفیت و مؤثر بودن آنها و لزوم احراز این شروط جهت ثبت قرارداد اجازه بهره برداری در مرجع ثبت، پرداخته است. در حقوق ما نیز مانند حقوق ایالات متحده و انگلیس، به لحاظ نبود تعریف مشخص از کنترل کیفیت و میزان کافی از آنها، مانند منتظر آراء متفاوت و متعارض دادگاه‌ها در این خصوص بود که البته تا حدودی می‌توان آن را ناشی از ماهیت اقتصادی این شرط دانست که بسته به وضعیت و خط مشی‌های اقتصادی در هر کشور انعطاف پذیر بوده و نبود تعریف مشخص تا حدی می‌تواند به این انعطاف کمک کند به این صورت که قاضی می‌تواند با لحاظ شرایط اقتصادی روز، در تفسیر خود از شرط کنترل کیفیت به حقوق مصرف کننده یا نفع اجازه دهنده و اجازه گیرنده نظر داشته باشد تا تعادل اقتصادی لازم از طریق اهرم حقوقی در جامعه برقرار شود.

فهرست منابع

۱. آیین نامه قانون ثبت اختراعات، طرح‌های صنعتی و علائم تجاری مصوب ۱۳۸۶
۲. قانون علائم تجاری انگلیس مصوب ۱۹۹۴
۳. قانون علائم تجاری ایالات متحده آمریکا مصوب ۱۹۰۵
۴. قانون ثبت اختراعات، طرح‌های صنعتی و علائم تجاری مصوب ۱۳۸۶
5. Tina hart & Linda fazzani, Intellectual Property law, Palgrave law masters, third edition 2004.
6. Adam L. Brookman, Trademark Law: Protection, Enforcement, And Licensing (1999 & Supp.2006)
7. Calboli, Trademark Assignment "With Goodwill": A Concept Whose Time Has Gone, 57 Fla. L. Rev. 771 (2005).
8. David Bainbridge, Intellectual Property, Pitman Publishing, Fourth Edition, London.
9. David J Franklyn, Toward A Coherent Theory Of Strict Tort Liability For Trademark Licensors, 72 S. Cal. L. Rev. 1, 12 (1998).
10. Elizabeth C. Bannon, The Growing Risk Of Self-Dilution, 82 Trademark Rep. 579 (1992).
11. Gregory J. Battersby & Charles W. Grimes, Licensing Desk Book 3 (1999).
12. James M. Treece, Trademark Licensing And Vertical Restraints In Franchising Arrangements, 116 U. Pa. L. Rev. (1968).
13. Jill Sarnoff Riola, Practical Strategies For Global Licensing 7 J. Proprietary Rts. (1995).

14. Rudnick, "Franchising And Licensing In The US", 115th Annual Meeting Of The Us Trademark Association 1993, Vol 2.
15. Stephen P. Ladas, Trademark Licensing And The Antitrust Law, 63 Trademark Rep(1973).
16. William M. Landes& Richard A. Posner, The Economic Structure Of Intellectual Property Law, (2003).