



مالکیت فکری چه جایگاهی دارد؟ حلقه مفقوده اکوسیستم استارت‌آپی ایران - دیجیاتو

مجتبی آستانه | سه شنبه، ۱۸ خرداد ۱۴۰۰

هر زمان که صحبت از دارایی‌های یک شرکت می‌شود، ذهن‌ها ناخودآگاه به سمت مصداق‌های عینی مانند پول و ملک می‌روند. در حالی که چند سالی است نوع متفاوتی از دارایی‌ها تحت عنوان مالکیت فکری مورد توجه قرار گرفته که به مراتب از پول و زمین مهم‌تر است، هر روز بر اهمیتش افزوده و صیانت از آن به مساله‌ای مهم و چالش برانگیز تبدیل شده است. به طور مثال 97 درصد از ارزش کل دارایی‌های مایکروسافت به این نوع از دارایی اختصاص دارد و فقط 3 درصد از ارزش کل دارایی‌هایش به ساختمان و تجهیزات و ... شرکت مربوط می‌شود.

مالکیت فکری در واقع از خلاقیت ذهنی افراد که به صورت فیزیکی نمود پیدا کرده حمایت می‌کند و مانع استفاده دیگران از طرح‌های منحصر به فرد آن‌ها می‌شود. از آنجا که این دارایی ریشه تمامی شرکت‌های دانش بنیان است، از این روی مدیریت آن می‌تواند در توسعه کسب و کار تاثیر مهمی داشته باشد و لزوم آشنایی با مصادیق و روش‌های صیانت از آن حس می‌شود.

در ایران مرکز «مالکیت معنوی» سال‌ها تحت نظارت قوه قضاییه بود و به جز آن نیز چند دستگاه دولتی موظف بودند تا در حوزه‌های مختلف به تولیدات نوآورانه مجوز دهند. اما از سال 98 با موافقت هیئت وزیران، «[مرکز ملی مالکیت فکری](#)» تشکیل شد تا نوآوران در یک مرکز تمامی مراحل ثبت مالکیت فکری خود را طی کنند.

انواع صیانت از مالکیت فکری

اموال فکری مصادیق مختلفی دارند که هر کسب و کار ممکن است بسته به موضوع فعالیت خود، توجه بیشتری به یک یا چند مصداق از مالکیت فکری داشته باشد. نشان تجاری، پتنت، طراحی‌های صنعتی، کپی‌رایت و اسرار تجاری از جمله انواع دارایی‌های فکری هستند که روش‌های مختلفی برای حفاظت از آن‌ها وجود دارد. به طور مثال پتنت یک حق انحصاری برای بهره‌برداری از اختراع است که بر اساس آن می‌توان از ساخت، بهره‌برداری و فروش اختراع از سوی دیگر افراد و شرکت‌ها، ممانعت به عمل آورد.

طراحی صنعتی به جنبه‌های فیزیکی و زیبایی شناختی محصول ارتباط داشته و طیف وسیعی از صنایع و محصولات صنعتی مانند تجهیزات پزشکی، ساعت و جواهرات، دستگاه‌های الکترونیکی و ... را در بر می‌گیرد.

علامت تجاری نیز نشانه‌ای برای شناسایی و متمایز ساختن محصولات یک فرد یا شرکت است تا کاربران و مشتریان، آن را از سایر محصولات بازار تشخیص دهند.

نوع دیگری از مالکیت فکری وجود دارد که از نظر قانونی مصداق حمایتی ندارد و چیزی شبیه به راز تجاری است. «مسعود حمیدزاده» مدیر سرمایه‌گذاری‌های جسورانه گروه فیروزه، در گفتگو با دیجیاتو در این باره گفت:

«زمانی که در رابطه با این موضوع صحبت می‌شود، لازم است در ابتدا مشخص شود برای چه سطحی از افراد و چه نوع فعالیت این موضوع مطرح می‌شود. یعنی باید بدانیم در سطح سهام‌داران شرکت یا کارآفرین‌ها بوده و همچنین قرار است از ارتباط آن‌ها با چه افرادی مثل کارمندان یا سرمایه‌گذارهای بالقوه یا در فعالیت‌های مشترک با شرکت‌های دیگر محافظت شود؟»



به اعتقاد او با وجود خلا قانونی برای چنین محافظتی از دارایی فکری، می‌توان از خلاقیت‌ها و تکنیک‌هایی استفاده کرد. گرفتن وجه تضمین، ارائه اطلاعات با استراتژی و تمهیدات مختلف از جمله ابزارهایی است که می‌توانند در این زمینه به استارت‌آپ‌ها کمک کنند.

حمیدزاده با اشاره به عدم امضای قرارداد «عدم افشا» توسط سرمایه‌گذارهای خطرپذیر در کشورهای پیشرفته مثل آمریکا بالاخص در مراحل اولیه مذاکره به عنوان یک رویکرد رایج در این صنعت به دیجیاتو گفت:

«این رویکرد به دلیل وجود زیرساخت‌های حقوقی موجود می‌باشد که سرمایه‌گذارها را پس از امضای چنین قراردادهایی محدود کرده و آن‌ها را برای ادامه کار خود با چالش روبرو می‌کند، با این حال نکته حائز توجه بحث اعتبار شرکت شکل گرفته است که هر سرمایه‌گذاری که به نحو احسن از اطلاعات و دارایی‌های فکری استارت‌آپ‌ها محافظت کند تا به بیرون درز نکنند، اعتبار بیشتری در اکوسیستم خواهد یافت.»

به گفته مدیر سرمایه‌گذاری‌های جسورانه گروه فیروزه، این موضوع نیز در ایران وجود داشته و سرمایه‌گذارهای حرفه‌ای تلاش می‌کنند تا با حساسیت روی این موارد، اعتبار خود را حفظ کنند.

استراتاپ‌های ایرانی و غفلت از مالکیت فکری

دارایی‌های نامحسوس تنها برای شرکت‌های بزرگ اهمیت نداشته و هر شرکت نوآوری بایستی حفاظت و بهره‌برداری بهینه از این دارایی‌ها را در اولویت اقدامات خود قرار دهد.

در اختیار داشتن اموال فکری می‌تواند به وسیله فروش، اعطای مجوز، بهره‌برداری تحت عنوان لایسنس و تجاری‌سازی محصولات و خدمات مبتنی بر دارایی‌های فکری، درآمد قابل توجهی برای استراتاپ‌ها داشته باشد.

اما به نظر می‌رسد اکوسیستم استراتاپی ایران نسبت به بحث مالکیت فکری غافل است. «سهیل پایدار»، مدیر عامل «ثبت شد»، ناآگاهی را اصلی‌ترین عامل این موضوع می‌داند و به دیجیاتو گفت:

«ایران یکی از قدیمی‌ترین کشورها در حوزه صیانت از مالکیت فکری است که از حوالی سال 1310 قوانینی پیرامون این موضوع در کشور تصویب شده اما جامعه استراتاپی نسبت به وجود چنین قوانینی بی‌اطلاع است. به طور مثال خیلی‌ها معتقدند که ما در ایران کپی رایت نداریم و این تفکر ناشی از عدم رعایت حق استفاده از محتوا و اثرهای بین‌المللی در ایران است زیرا ما به کنوانسیون برن نپیوسته‌ایم اما این بدین معنا نیست که کپی رایت آثار ایرانی در کشورمان رعایت نشود.»



او با رد این که قوانین مالکیت فکری در ایران ضمانت اجرایی خوبی ندارند، به آشنایی مناسب قاضی‌ها با قوانین این حوزه اشاره کرد افزود:

«ما جزو معدود کشورهایی هستیم که در این حوزه مجازات کیفری داریم و مثال‌هایی وجود

دارد که فرد به علت نقض حق اختراع فردی دیگر محکوم به زندان شده است. البته گاهی در بحث کپی‌رایت شاهد جریمه‌های اندکی بوده‌ایم که نقش خاصی برای بازدارندگی ندارند اما از جهتی که فرد خاطی را درگیر پرونده قضایی می‌کند تاثیر بسزایی در عدم رعایت کپی‌رایت دارد.»

فرهنگ‌سازی برای مالکیت فکری

غفلت از مالکیت فکری در میان استارت‌آپ‌های ایرانی دو بعد دارد که یکی از آن مربوط به خود کسب‌وکارها و دیگری رعایت مالکیت فکری دیگران است. «ناصر غانم زاده»، فعال در حوزه سرمایه گذاری استارت‌آپی، در این باره به دیجیاتو گفت:

«متأسفانه در ایران روی مالکیت فکری فرهنگ سازی صورت نگرفته است زیرا اموال فکری بخش زیادی از محتواهایی که در ایران از آن‌ها استفاده می‌کنیم برای کشورهایی است که در ایران مالکیت فکری آن‌ها به رسمیت شناخته نمی‌شود. نهادینه شدن این موضوع باعث شده تا بسیاری از افراد حتی برای موسیقی ایرانی پول ندهند و آن را از بسترهای مختلف به صورت رایگان دانلود کنند یا یک لوگو را بدون رضایت صاحب اثر کپی کنند.»



او با بیان این که قوانین خوبی در زمینه مالکیت فکری در ایران داریم، علت عدم توجه به آن را ناشی از عدم فرهنگ‌سازی، ناآگاهی و بی‌حوصلگی کسب‌وکارها برای صیانت از دارایی‌های فکری‌شان دانست.

ارزش‌گذاری و هزینه‌های مالکیت فکری

پایدار با بیان این که حوزه مالکیت فکری در دنیا یکی از حوزه‌های نسبتاً گران است، به دیجیاتو می‌گوید هزینه‌هایی که در ایران برای ثبت می‌دهیم خیلی بالا نیست که یکی از دلایل آن تاثیر تورم روی رقم تعیین شده در آیین‌نامه‌های قدیمی است.

البته در کنار آن، بحث منابع انسانی و بهره بردن از متخصصان این حوزه وجود دارد که البته بسیاری از استارت‌آپ‌ها حس نمی‌کنند چنین هزینه‌ای نیاز است و همین عامل باعث می‌شود تا اگر در آینده به مشکلی بر بخورند باید مبالغ سنگین‌تری را پرداخت کنند.

مسعود حمیدزاده نیز هزینه‌های این حوزه را مرتبط با صنعت و نوع فعالیت استارت‌آپ می‌داند. او در این باره گفت: «استارت‌آپی که بر مبنای علوم پایه قرار داشته و بایستی قسمتی از علم را توسعه بدهد، ثبت پتنت برایش از اهمیت بسیار بالایی برخوردار بوده و هزینه‌های مربوط به ثبت را پرداخت می‌کند.»

به اعتقاد مدیر سرمایه‌گذاری‌های جسورانه گروه فیروزه ارزش‌گذاری روی ایده در اکوسیستم استارت‌آپی صورت نمی‌پذیرد و چیزی که معمولاً با این موضوع اشتباه گرفته می‌شود، ملاحظاتی است که در شکل‌گیری یک کسب و کار ممکن است مستتر باشد، مثل توانایی‌های طرف، سطح دسترسی‌ها، شناخت شبکه‌ای از افراد و قدرت اجرایی که این موارد در مذاکرات شکل‌گیری یک استارت‌آپ می‌توانند لحاظ شوند که ارزش‌گذاری روی آن‌ها به معنی ارزش‌گذاری روی ایده نیست.

چالش‌های حفاظت از حقوق فکری

سهیل پایدار عدم پیوستن به کنوانسیون برن برای رعایت کپی رایت محصولات سایر کشورها را آسیب‌زا دانست و در این باره به دیجیاتو گفت:

«عدم پیوستن به این کنوانسیون باعث شده تا در کشورهای خارجی از محتوا و محصولات ایرانی حمایت نشود. اما موضوع مهم‌تر از بین رفتن انگیزه برای رقابت در ایران است چرا هر محصول محتوایی خارجی مانند نرم‌افزار، ویدئو و ... را می‌توان کاملاً رایگان کپی و دانلود کرد. به طور مثال با توجه به گرانی محصولات ادوبی، یک شرکت هندی می‌تواند نرم‌افزار گرافیکی ارزان‌تری را تهیه و در بازار عرضه کند اما در ایران انگیزه‌ای برای این کار وجود ندارد.»

او در ادامه به چالش‌های ناآگاهی در حوزه مالکیت فکری اشاره کرد و گفت:

«وقتی شاهد رخ دادن مواردی در این زمینه نیستیم، تجربه دستگاه قضایی نیز با وجود شعبه قضایی مالکیت فکری به اندازه کافی رشد ندارد. همچنین این ناآگاهی استارت‌آپ‌ها باعث می‌شود تا مورد سوء استفاده افراد سودجو قرار گیرند. به طور مثال شرکتی تمام طرح‌های صنعتی موجود در یک حوزه خاص را ثبت کرده و با وجود تکراری بودن پتنت‌هایش توانسته از

شرکت‌های دیگر شکایت و جریمه‌های مالی سنگینی را از آن‌ها دریافت کند.»

غانمزاده نیز تعریف اشتباه نسبت به ایده را یکی از چالش‌های مالکیت فکری دانست که باعث شده تا یک سری از استارت‌آپ‌ها عدم ثبت ایده را عاملی برای نبود قانون مناسب جهت حفاظت از مالکیت فکری بدانند در حالی که چنین چیزی در هیچ کجای دنیا وجود ندارد. همین موضوع نیز پیش فرض ذهنی کارآفرین‌های ایرانی شده که هیچ چیز را نمی‌شود ثبت کرد و دیگر به دنبال ثبت برند تجاری، پتنت، طرح صنعتی و ... نمی‌روند.

به اعتقاد او استارت‌آپ‌ها بایستی گام به گام در این حوزه حرکت کنند، به طور مثال ابتدا به سراغ ثبت برند تجاری خود بروند سپس برای ثبت سایر موارد اقدام کنند.

غانمزاده همچنین به شرکت‌ها توصیه کرد پس از ثبت برند، مالکیت معنوی دیگران حتی شرکت‌های خارجی را رعایت کنند و مثلاً برای خرید نرم‌افزار یا کتاب‌های الکترونیکی خارجی، هزینه پرداخت کنند.

از نظر مسعود حمیدزاده نیز چالش‌های این حوزه نباید روی استارت‌آپ‌ها تاثیر گذاشته که شرایط را به صورت صفر و یکی ببینند بلکه با اتخاذ استراتژی‌های خوب و تکنیک‌های مناسب، پروژه‌های خود را جلو ببرند زیرا در موفقیت یک درصد ایده و 99 درصد اجراییات وزن دارند و اگر روی همان تمرکز کنند، شانس موفقیت‌شان افزایش می‌یابد.

[دیجیاتو](#)