

نقش بازار سرمایه در توسعه مالکیت فکری

سید حسن میر حسینی^۱، علیرضا جاویدان داروگر^{۲*}

۱- مدرس، گروه حقوق خصوصی، دانشگاه علوم قضایی و خدمات اداری

۲- کارشناس ارشد حقوق شرکت‌های تجاری، ar_javidan@yahoo.com

چکیده

یکی از شاخص‌های بسیار مهم و اساسی در جوامع توسعه‌یافته، توسعه مالکیت فکری می‌باشد. عرصه مالکیت فکری را می‌توان عرصه دانشمندان، اندیشمندان، نخبگان، کارآفرینان و به طور کلی قشر خاصی از جامعه دانست که وجود و حضور ایشان ضرورتی اساسی و حیاتی برای رشد جامعه محسوب می‌شود. در یک نگاه کلی، براهتی می‌توان مشاهده نمود که یکی از عوامل اصلی توسعه‌یافتگی جوامع مدرن، توجه و حمایت خاص آن‌ها از عرصه مالکیت فکری می‌باشد. در کشور ما، با عنایت به سند چشم‌انداز ۱۴۰۴، قانون‌گذار در بند د ماده ۱۷ قانون برنامه پنج ساله پنجم توسعه جمهوری اسلامی ایران با درک اهمیت موضوع مالکیت فکری، اقدام به وضع قانون جهت ایجاد بازار به منظور تجاری‌سازی ایده‌های فکری در حوزه‌های صنعت، تجارت و کشاورزی نموده است. از آن جایی که به موجب قانون مذکور ایجاد بورس ایده تأمین‌کننده چنین نیازی می‌شود، لذا در سال ۱۳۹۳ شرکت فرابورس عهده‌دار این مهم شد. نقش بازار سرمایه با این تأسیس صورت گرفته، از اهمیت ویژه‌ای برخوردار خواهد گردید. بدیهی است در این نقش‌آفرینی، شناخت و تجزیه و تحلیل قواعد و مقررات حاکم اهمیت خاص پیدا می‌کند. در این نوشتار سعی بر آن شده است، با مطالعه قوانین و مقررات موجود، ضمن تبیین این نقش، نقاط ابهام و زوایای پنهان آن روشن گردد.

واژگان کلیدی: مالکیت فکری، بازار دارایی فکری، بازار سرمایه، بورس ایده، فرابورس

۱- مقدمه

وجود و فعالیت مخترعان و نوآوران در تمامی جوامع یک ارزش و سرمایه اساسی محسوب می‌شود. دولت‌ها با اتخاذ سیاست‌های اقتصادی و صنعتی و وضع قوانین مناسب، همواره سعی در حمایت از این قشر مهم جامعه دارند. این حمایت‌ها محدود به مرزهای داخلی نمی‌شود. در واقع کشورهای توسعه‌یافته با بکارگیری انواع روش‌های مادی و غیرمادی، نه تنها از مخترعان و نوآوران خود حمایت می‌کنند، بلکه با توسعه این روش‌ها به فراسوی مرزها و با فراهم آوردن امکانات مناسب و مقتضی برای مخترعان و نوآوران خارجی، اقدام به ترغیب این سرمایه‌های ارزشمند انسانی برای حضور و فعالیت در کشورشان کرده و به این ترتیب بدون صرف هزینه‌های مربوط به آموزش و تربیت ایشان، دانش و علم این منابع انسانی ارزشمند را در جهت ادامه روند توسعه‌ای خود بکار می‌گیرند.

یکی از چالش‌های اساسی اختراعات و ابداعات، ارائه آن‌ها به بازارهای هدف می‌باشد. در اغلب موارد مخترعان علیرغم آن که از علوم و دانش فنی بالایی برخوردار می‌باشند، لکن در خصوص چگونگی ارائه اختراع خود به بازار هدف آگاهی کمی داشته یا اساساً فاقد آگاهی هستند و به این ترتیب در نیل به هدف تجاری‌سازی اختراع‌شان در برخی مواقع ناکام می‌مانند.