

Lead to Next Level

Smart Business Philosophy

تریدمارک

R

R

Master Steve

سری کتاب‌های آنچه باید بدانید



تریدمارک

سری کتاب‌های آنچه باید بدانید

نام کتاب:	تریدمارک (سری کتاب‌های آنچه باید بدانید)
نام نویسنده:	مستر استیو
همکاران:	سمیه امیری، تارا کمانگر
صفحه آرا:	کیوان موسویان
ناشر:	Silk Road Publishing (Toronto, Canada)
شابک:	Book: ۹۷۸-۱-۹۲۷۰۶۰-۱۵-۵ نسخه چاپی EBook: ۹۷۸-۱-۹۲۷۰۶۰-۱۶-۲ نسخه الکترونیک
وبسایت:	www.MasterSteve.com



کپی رایت این اثر در سطح بین المللی برای صاحب اثر به ثبت رسیده است.

فهرست مطالب

- پیش‌گفتار ۵
- مفهوم تریدمارک ۷
- مفهوم تریدمارک ۸
- کلمات مخفف ۹
- تفاوت نام تجاری با تریدمارک ۱۰
- مزایا و کاربردهای ثبت تریدمارک ۱۱
- اعتبار ۱۲
- ارزش مالی بیزنس ۱۲
- رقابت ۱۳
- حفاظت ۱۳
- برندینگ ۱۴
- قوی‌تر شدن در بازار ۱۴
- درآمدزایی از فروش جواز (لایسنس) ۱۵
- جلوگیری از تولید کالای کپی ۱۶
- قبل از ثبت ۱۷
- اهمیت ثبت سریع تریدمارک ۱۸
- تریدمارک مرده یا لغو شده ۱۹
- ثبت شراکتی دو یا چند نفره ۲۰
- استفاده از تریدمارک دیگران ۲۰
- اهمیت ثبت دامنه اینترنتی ۲۱
- چه مواردی را می‌توان به عنوان تریدمارک، ثبت کرد؟ ۲۱
- چه مواردی را نمی‌توان به عنوان تریدمارک، ثبت کرد؟ ۲۲

- ثبت تریدمارک..... ۲۳
- روش‌های ثبت تریدمارک..... ۲۴
- فرآیند ثبت تریدمارک..... ۲۵
- مشخص بودن درخواست کننده ثبت تریدمارک..... ۲۵
- انتخاب نوع تریدمارک جهت ثبت..... ۲۵
- انتخاب طبقه‌بندی محصولی مربوط به تریدمارک..... ۲۶
- فایل‌بندی و ارائه مدارک..... ۲۶
- تایید اولیه و روزنامه رسمی..... ۲۷
- هزینه ثبت و تمدید تریدمارک..... ۲۸
- حق مؤلف / کپی‌رایت..... ۲۹
- لینک‌های مفید..... ۳۳

پیش‌گفتار

خیلی سال پیش، دبی، اولین جایی بود که خارج ایران، بیزنس را شروع کردم. بیزنس توی اونجا یعنی کلا هر چی هم که بلدی فراموش می‌کنی و چیزی به دانسته‌ها اضافه نمی‌شه چون بیزنس واقعی جدی وجود نداشت. این قصه درازه و اینجا مجال گفتنش نیست و در پیش‌گفتار کتاب‌های دیگر خواهم گفت.

اون سال‌ها، دسترسی به اطلاعات، خودش پیدا کردن گنج از روی نقشه‌های جعلی بود و بس. اما در همه جای دنیا، مهاجران قدیمی که فعال بیزنسی در یک کشور هستن، تبدیل به منابع مورد اعتماد برای تازه‌واردها می‌شن.

در مدت کوتاهی، به مدد تبلیغات ماهواره و اینترنت کج و کوچ اون زمان، دو سه تا از طرح‌ها و پروژه‌هایی که داشتم را برای ثبت تریدمارک، سفارش دادم. مدتی بعد هم مدارک ثبت رسمی اون‌ها به دستم رسید.

اشکال در اینجا بود که سال‌ها بعد از ثبت، یکی یکی مشکلات اون ثبت‌ها شروع شد و نه تنها زحمات بسیار ساخت بلکه هزینه‌های فراوانی بر جا گذاشت به دلیل اینکه کسانی که خدمات ثبت ارائه می‌دادن، اطلاعات کم و عجله برای فروش خدمات ثبت داشتند.

سال‌های بعد از آن، ده‌ها تریدمارک دیگر برای برندهای خودم و صدها برای دیگران ثبت کردم. در کنار کسب اطلاعات و تجربه‌های بسیار در پروسه هر کدام، موارد کلیدی جمع شد که باید قبل از تصمیم به ثبت یک تریدمارک در نظر گرفت.

این متن، بخشی از مجموعه کتاب‌های «اسمارت بیزنس»، فلسفه درسی و کاری من است که در حدود پنجاه جلد و به فارسی و انگلیسی منتشر می‌شود.

مطالب، بر مبنای استاندارد خاصی نیست جز اصول و پایه «اسمارت بیزنس» که نگاه چند بعدی از زوایای مختلف به هر موضوع و سی و چند سال تجربه کاری من است. در این متن، اطلاعات کلی درباره مراحل ثبت تریدمارک به زبان ساده بیان شده است. علاوه بر اینکه به اهمیت و چرایی داشتن تریدمارک در بیزنس پرداخته شده، مواردی که قبل از اقدام به شروع مراحل ثبت باید بدانید هم، کوتاه و کاربردی خواهید دانست. ضمناً به دلیل علاقه‌مندی و فعالیت‌های هنری و ادبی خودم، بخشی هم به مقوله کپی‌رایت اختصاص دادم.

فراموش نکنید در هر نقطه‌ای که زندگی و بیزنس دارید، قواعد کلی برای ثبت برند وجود دارد که باید در نظر بگیرید، اما در بخش ثبت رسمی، قوانین محلی کشور و شهری را که بیزنس خواهید کرد، اجرا می‌کنید.

مفهوم ترید مارک

در این مبحث به پرسش‌های زیر، پاسخ خواهیم داد؛
 تریدمارک^۱ چیست؟ چه استفاده‌ای در بیزنس داشته و چه مزایایی دارد؟ آیا ثبت
 تریدمارک، لازم است؟ چه کسی به آن نیاز دارد؟
 در انتها هم، برای علاقمندان و فعالان هنری و نرم افزار، در مورد کپی رایت و تفاوت
 آن با تریدمارک آشنا می‌شوید.

مفهوم تریدمارک

تریدمارک شما، اسم شرکت یا محصول، لوگو و یک شعار تبلیغاتی است که ثبت
 می‌کنید و پس از آن، تحت مالکیت شما درمی‌آید. از تریدمارک، برای جا انداختن
 برندگان یا به اصطلاح امروز، برای برندسازی استفاده می‌کنید و با این علامت
 است که متمایز می‌شوید. صورت اصلی مسئله این است که چطور بتوانید از بقیه
 متمایز شوید.

از بین تمام ابزارهای بیزنس، برای این کار، تریدمارک از همه قدرتمندتر
 است. با تریدمارک، در سطح بین‌المللی می‌توانید اعتبار بخريد و به نوعی، امنیت
 بیزنس است. تریدمارک در یک بیزنس مثل خرید یک ملک برای بیزنس است.
 هرچه ارزش بیزنس شما بیشتر شود، ارزش آن ملک شما هم بیشتر می‌شود.
 تریدمارک ثبت شده نیز می‌تواند ارزش شرکت شما را به میلیاردها دلار تبدیل
 کند. جذابیت اصلی تریدمارک این است که منحصر به فرد بوده و تنها متعلق به
 شماست.

1. Trademark

کلمات مخفف

TM به اختصار، یعنی نشان یا تریدمارک. سرویس مارک^۲ هم با SM مخفف می شود. تریدمارک و سرویس مارک با هم تفاوت دارند. تریدمارک، همان طور که گفته شد برای اسم شرکت، اسم محصول، لوگو و شعار تبلیغاتی استفاده می شود اما سرویس مارک برای خدمت/سرویس به کار می رود؛ یعنی یک خدمت/سرویس را تریدمارک/سرویس مارک می کنید. در واقع همانند تریدمارک است اما تفاوت در این است که فقط در زمینه خدمات و هرآنچه مربوط به خدمت/سرویس است، به کار می رود.

R با یک دایره دور آن ® چیست؟ SM و TM را زمانی به کار می بریم که هنوز تریدمارک، ثبت نشده اما زمانی که ثبت شد، می توانید از علامت ® بالای تریدمارک، استفاده کنید. مثلاً میکروسافت یک علامت ® بالای لوگوی خود دارد که ثبت بودن را نشان می دهد. پس هر جا ® را دیدید یعنی آن نام، لوگو یا شعار، رسماً ثبت تریدمارک، شده است.

اما هر جا SM و TM دیدید یعنی هنوز ثبت کامل نشده است و در حال طی کردن فرآیند ثبت تریدمارک است و شرکت مربوطه می گوید این علامت، متعلق به خودش است و به دنبال این است که آن را رسماً از آن خود کند. مثلاً شرکت سخن، در انتهای کلمه سخن یا بالای آن می زند TM، زیرا می خواهد بگوید این نام متعلق به من است و هیچ کس دیگری، از آن استفاده نمی کند.

تا اینجا تفاوت SM، TM و ® را دریافتید.

دقت کنید که اگر واقعاً کسی صاحب آن علامت باشد و شما از آن استفاده کنید، ممکن است از شما شکایت کند. پس نخست باید مطمئن شوید که کسی صاحب این علامت نیست. در اینجا، منظور، افراد و شرکت های معروف است. مثلاً فرض کنید کسی Microsoft Facility را بردارد و بالای آن TM بگذارد. این علامت، آن قدر معروف است که به سرعت به سراغش می روند. پس صرفاً با گذاشتن TM روی هر اسمی نمی توانید مسیر ثبت را آغاز کنید، چون به غیر از زمان و پولی که هدر می دهید، دردسر شکایت هم برای خود می خرید.

پس می توانید TM را بالای اسم تان بگذارید و بگویید، این متعلق به من است، ولی اگر این علامت توسط یک شرکت معتبر ثبت شده باشد، در دردسر بزرگی می افتید. مخصوصاً که احتمالاً قواعد و قوانینش را نمی دانید. در این روند، داشتن وکیل اهمیت زیادی دارد، چون از کارهایی نیست که به راحتی بتوانید خودتان انجام بدهید.

هر شرکت، باید اول در کشور خودش، علامت تجاری خود را ثبت کند، اما برای اینکه بازار بزرگ‌تری به دست بیاورید، باید آن را در آمریکا هم ثبت کنید. حتی کسی که در کانادا، تریدمارک ثبت کرده در نهایت بهتر است در آمریکا هم ثبت کند. آمریکا بهترین مکان برای ثبت تریدمارک است. چون خیلی از مسائل را آنلاین هم می‌توانید حل کنید. ضمن اینکه اگر اول، علامت‌تان را در آمریکا ثبت کرده باشید، ثبت کردن آن در کشورهای دیگر به نوعی سریع‌تر و راحت‌تر است.

مخفف بعدی، C یا حق مؤلف/کپی‌رایت^۳ است که جلوتر، درباره آن صحبت می‌شود.

تفاوت نام تجاری^۴ با تریدمارک

پیش‌تر گفته شد که تریدمارک با نام تجاری فرق دارد و این دو، یکی نیستند. بدانید، وقتی می‌خواهید اسمی را به‌عنوان اسم شرکت^۵ ثبت کنید، در سازمان ثبت شرکت‌ها آن را ثبت می‌کنید. بعد از آن، تحت همان نام شرکت، چندین نام تجاری می‌توانید داشته باشید. مثلاً اسم شرکت یا نام بیزنسی شما «وشاره» است، ولی چیزی که مردم می‌بینند ABC به‌عنوان اسم معروف در زمینه شغلی است. اگر اسم کارتان ABC است این نام تجاری شماست. اسم شرکت را ثبت کرده‌اید، بعد هم نام تجاری را ثبت کرده‌اید، اما این‌ها تریدمارک نیست. تریدمارک، باید مستقل ثبت شود و هیچ ربطی به ثبت اسم شرکت شما ندارد.

مسئله دیگر اینکه، وقتی اسم تجاری را ثبت کرده‌اید، اگر کسی از قبل صاحب یک تریدمارک با اسم تجاری شما باشد می‌تواند اسم شرکت یا اسم تجاری شما را لغو کند. این قدرت تریدمارک است که به راحتی می‌توانید هرآنکه از علامت شما بهره‌برداری کرده باشد، به دادگاه بکشانید.

3. Copyright

4. Trade Name

5. Corporation Name

**مزایا و
کاربردهای
ثبت
تریدمارک**

اعتبار

یک دلیل مهم برای اینکه تریدمارک داشته باشید این است که تریدمارک برای شما و شرکت شما اعتبار می‌آورد.

به عنوان مثال، وقتی شرکت شما وام بخواهد، بانک با دیدن تریدمارک، شما را جدی‌تر می‌گیرد و باور می‌کند شما به بیزنس‌تان و آینده آن، اهمیت می‌دهید. در درجه دوم به بانک نشان داده‌اید که بیزنس شما به خوبی پشتیبانی می‌شود و با ثبات آن، آن را حفاظت کرده‌اید.

ارزش مالی بیزنس

ممکن است زمانی بخواهید بیزنس‌تان را بفروشید. یکی از بهترین کارها در تجارت، این است که یک بیزنس را ایجاد کنید و بعدتر، آن را بفروشید. روزی هست که بیزنس شما در موقعیت خوبی قرار دارد و آن را به قیمت خوبی از شما می‌خرند. "نگوید که یک عمری گذاشته‌ام و عشق و زندگی‌ام این بیزنس است و ... بیزنس، عشق‌بردار نیست. زمانی که بیزنس شما خیلی در شرایط خوبی قرار گرفت که بتوانید بفروشید و پول هنگفتی هم بابت آن بپردازند، بهترین کار این است که بفروشید. مسلماً با در نظر گرفتن مجموعه‌ای از شرایط، این کار را انجام دهید."

در این مواقع، اولین چیزی که در نظر می‌گیرند این است که:

- آیا بیزنس شما ثبت شده یا نه؟
 - چقدر ثبت‌های قانونی آن، قوی است؟
 - تریدمارک شما روی چه چیزهایی است؟
 - آیا روی همه اسامی و لوگوها، تریدمارک دارید یا نه؟
- همه این موارد، قیمت بیزنس شما را افزایش می‌دهد.

برای توسعه در بازار، نیاز دارید با افراد مذاکره کنید؛ این مذاکرات، مستلزم این است که شما را جدی بگیرند. یک ابزار قوی، [®] است. TM نیمی از راه است. با ثبت [®]، به رشد بیزنس تان، کمک می‌شود.

رقابت

رقابت، یکی از بخش‌های همراه همیشگی بیزنس است و یکی از داشته‌های شما در این رقابت، تریدمارک شماست. مثلاً می‌بینید که بانک‌ها، شعارهای تبلیغاتی مختلفی دارند که اگر آن‌ها را به عنوان تریدمارک، ثبت نکرده باشند هرکسی ممکن است آن را از آن خود کند. این شعارهای تبلیغاتی نه تنها ابزار تبلیغات و بازاریابی آن بیزنس هستند بلکه بخشی از استراتژی برندینگ هستند و در اصل در بازار رقابت، هر چه برند قوی‌تری داشته باشید درصد موفقیت، بالاتر است و با ثبت آن، بهتر می‌توانید رقابت کنید.

حفاظت

همان‌طور که قبلاً گفتیم، شما امروز یک نام را ثبت می‌کنید و فردا می‌بینید در یک شهر و استان دیگر، کسی آن را ثبت کرده و استفاده می‌کند. هیچ راهی برای محافظت و مراقبت از نام شرکت و محصول شما وجود ندارد، جز این‌که آن را به تریدمارک تبدیل کنید. در این صورت آن را سراسری کرده‌اید و خیالتان راحت است کسی نمی‌تواند با آن نام، کار کند.

من علامت‌های تجاری زیادی برای بیزنس‌های مختلف دارم. یک نفر در فیس‌بوک، یکی از علامت‌های من را استفاده می‌کرد. دوستانه به او گفتم این کار را نکن و علامت را بردار، اما توجه نکرد. به فیس‌بوک اطلاع دادم و در کمتر از ۲۴ ساعت، فیس‌بوک، صفحه او را که پرمخاطب هم بود، بست. درباره تریدمارک به هیچ‌عنوان شوخی وجود ندارد، اگر شکایت کرده بودم هرچه با تریدمارک من، درآمد کسب کرده بود هم به‌عنوان خسارت، می‌شد دریافت کرد.

برندینگ

در بیزنس، باید برندگان را در بازار، جا بیندازید و به اصطلاح، برندسازی کنید. چرا آدیداس و نایک و کوکاکولا برای شما جذاب هستند؟ چون جا افتاده‌اند و هرچه قدیمی‌تر شوند، با ارزش‌تر هم می‌شوند. این‌ها تریدمارک شدند و برند معتبر شده‌اند و کسی نمی‌تواند به هیچ شکلی جایشان را بگیرد. **در هر کشوری که بیزنس می‌کنید باید تریدمارک را داشته باشید، اما تکرار می‌کنم اگر می‌خواهید وارد دایره بزرگ‌تری شوید، اولین انتخاب، آمریکا است، چون بازار بزرگی دارد و منبع اینترنت هم در آمریکا است.**

قوی‌تر شدن در بازار

هرچه بازار، قوی‌تر باشد و از عمر تریدمارک شما بیشتر گذشته باشد، قدرت بیزنس شما هم بیشتر می‌شود. پس فقط ثبت کردن، مهم نیست، بلکه باید در بازار از آن استفاده کنید. مثلاً آن نام یا لوگو، روی وبسایت و روی محصول شما درج شده باشد. علامت شما باید روی تبلیغات باشد، چون هرچه در بازار، قدیمی‌تر شوید، قدرت کاری شما بیشتر می‌شود.

یکی از تریدمارک‌های من، دو کلمه مشابه با آکادمی اسکار داشت و چون اسم آکادمی اسکار Academy Awards است، از من شکایت کردند. هرکس دیگری بود من وقت می‌گذاشتم و به‌سادگی کنار نمی‌آمدم که علامتم را کنار بگذارم، اما می‌دانستم که دعوا با این‌ها عاقبت ندارد. چون قدمت تریدمارک Academy Awards ده‌ها سال است. من اگر می‌خواستم، می‌توانستم علامتم را نگه دارم و وارد فرآیند حقوقی بشوم، توجیه و فرمول هم داشت که با هزینه زیاد، امکان‌پذیر بود. علامت من از نظر سازمان تریدمارک آمریکا، مشکل نداشت و از نظر قانونی درست بود؛ اما حتی اگر از نظر قانونی هم درست باشد، وقتی که طرف مقابل شما قدیمی شده باشد، می‌تواند فشار بیاورد که من سال‌هاست با این مشخصات در بازار هستم و فعالیت دارم و تو تازه هستی و می‌خواهی از من سوءاستفاده کنی. البته باید بتواند ثابت کند که شما از علامت او سوءاستفاده می‌کنید. اگر بتواند سوءاستفاده را ثابت کند، هم علامت را از دست می‌دهید و هم باید جریمه بدهید. به همین دلیل من با آن‌ها کنار آمدم. شرایطی را گفتم که اگر رعایت کنند، قبول می‌کنم. آن‌ها هم موافقت کردند. آن‌ها دنبال دعوا نبودند و فقط می‌خواستند از تریدمارک و قدمت و ارزش این علامت خودشان محافظت کنند.

قدیمی شدن، چنین جذابیتی دارد. اگر شما یک شرکت دارید باید به عنوان اولین کار، اسم شرکت، اسم محصولات، لوگو و شعار تبلیغاتی تان و هر چیزی را برای شما مهم و حیاتی است، تریدمارک کنید. چون هرچه از عمر تریدمارک بگذرد و هرچه بیشتر از آن استفاده کنید، هم ارزش آن بیشتر می شود هم ارزش شرکت شما را زیاد می کند. اگر روزی کسی خواست علامتی شبیه به شما را استفاده کند، آن قدر قدرت خواهید داشت که وارد دعوای حقوقی شوید.

درآمدزایی از فروش جواز (لایسنس)'

یکی از راه‌های ایجاد درآمد جانبی از ثبت تریدمارک، فروش جواز استفاده از تریدمارک است. مثلاً شما می‌خواهید یک سری تی‌شرت تولید کنید و اسم نایک را روی آن چاپ کنید. تی‌شرت، ورزشی است و نایک هم مهم است و می‌توانید این کار را بکنید. این پروسه چطور اتفاق می‌افتد که شما به دردسر نیفتید و از شما شکایت نشود؟ شرکت نایک از شما می‌پرسد چند دست تی‌شرت می‌خواهید تولید کنید؟ مثلاً می‌گویید ۱۰۰۰ دست. نایک می‌گوید به ازای هر تی‌شرت ۳۵ دلار بپرداز و این، می‌شود مجوز اینکه ۱۰۰۰ دست تی‌شرت با اسم نایک تولید کنید. در این قرارداد، شما حتی نمی‌توانید ۱۰۰۱ دست تی‌شرت تولید کنید!

بنابراین یکی از بهترین درآمدهای جانبی که تریدمارک ایجاد می‌کند، همین فروش مجوز است؛ یعنی می‌توانید جواز آن اسمی را که ثبت کرده‌اید و در بازار مصرف دارد و معروفش کرده‌اید، به فروش بگذارید. در بحث حق مؤلف / کپی‌رایت هم به آن برخوردیم خورد و در این مورد توضیح خواهم داد.

فروش جواز هم، یک بیزنس بزرگ است. شما یک تریدمارک جذاب، ثبت کرده‌اید و فروشگاه‌های، از اسم شما و یا کاراکتری که شما ساخته‌اید، برای تبلیغات خود استفاده می‌کند و به شما، پول می‌دهد.

جلوگیری از تولید کالای کپی

یکی از معضلات بزرگی که با تریدمارک می‌توانید برطرف کنید، تولید تقلبی کارهای شماست. قبلاً معروف بود که مثلاً در چین و هند و تایلند و اینها، جنس تقلبی از روی یک شرکت معروف می‌زدند و آن جنس را می‌فروختند، حتی از روی نایک و آدیداس این کار را می‌کردند. امروز این کارها به این سادگی امکان‌پذیر نیست. کشورهایی که در آنها، برند تقلبی زده می‌شد، تحت کنترل هستند تا نتوانند تقلب کنند؛ اما در نهایت در کشوری مثل آمریکا، وقتی تریدمارک شما ثبت شده باشد، دیگر محصولی با تریدمارک شما نمی‌تواند به راحتی از مرزهای گمرکی کشور، رد شود و داخل بیاید تا بازار را خراب کند.

حتی می‌توانید جلوی فروش آن را در اینترنت هم بگیرید. به هر حال، یکی از مهم‌ترین بحث‌های امروز دنیا این است که همه به نوعی سعی دارند فروششان را از طریق اینترنت انجام دهند.



قبل از ثبت

اهمیت ثبت سریع تریدمارک

زمانی که می‌خواهید یک تریدمارک را ثبت کنید، گذشتن از هر ثانیه، دیر است. حتی اگر بیزنس شما، یک استارت‌آپ نوپا است، بازهم باید اقدام کنید. به هر دلیلی ممکن است یک نفر زودتر از شما این اسم را برای خودش ثبت کند. قانون این است که هرکسی اول این اسم را برای ثبت ببرد، حرفش قابل قبول است. اگر شما بگویید که من ۵ سال است که از این علامت استفاده می‌کنم، ممکن است به نتیجه برسد اما روندی پیچیده و بسیار طولانی است که شما بتوانید نسبت به کسی که زودتر از شما، پرونده تشکیل داده موفق‌تر باشید.

در ایران، حتماً اسم ساندویچ هایدرا را شنیده‌اید. یک نفر هایدرا را در تورنتو ثبت کرده و اصلاً هیچ ربطی هم به هایدرا در ایران ندارد. صاحبان هایدرا در ایران، به این سادگی نمی‌توانند تریدمارک‌شان را از آن‌ها پس بگیرند. حتی در آمریکا هم نام هایدرا را ثبت کرده‌اند که آن هم ربطی به برند اصلی در ایران ندارد.

به محض اینکه یک تریدمارک ثبت می‌کنید، سعی کنید به همه اطلاع‌رسانی کنید. به همه‌جا و از هر روشی که می‌شود، در کاتالوگ‌ها، وب‌سایت و هر جایی که می‌توانید محصولاتان را اطلاع‌رسانی کنید تا بیشتر دیده شود و بدانند که متعلق به شماست.

ممکن است در طی مدتی که درخواست شما در حال بررسی بوده، شخص دیگری هم همان تریدمارک شما را درخواست بدهد. در این صورت، هرکسی که زودتر درخواست داده، جلوتر است.

تریدمارک مرده^۷ یا لغو شده

یک اصطلاح است که فرد یا شرکت مرده و تریدمارک را تمدید نکرده؛ یعنی بعد از ۵ - ۶ سال هیچ گزارشی به سازمان ثبت کننده ارائه نشده و این تریدمارک به سیستم لغو، رفته است. شاید بپرسید آیا می‌توان یک علامت مرده را ثبت کرد؟ اولین نکته‌ای که باید در نظر بگیرید این است که از زمان لغو ثبت علامت، چقدر گذشته است؟ این اطلاعات آزاد است و همه می‌توانند با جستجو در سایت تریدمارک، مشاهده کنند.

دومین نکته این است که دلیل لغو ثبت تریدمارک چه بوده است؟ آیا به این دلیل است که فرم‌های گزارش دهی از فعال بودن علامت را پر نکرده‌اند یا اینکه شکایتی شده است؟ اگر از آن‌ها شکایت شده، پس ممکن است دوباره از شما بی‌خبری که می‌خواهید ثبت کننده جدید باشید، شکایت شود و این بار شما هم ببازید.

مثال شخصی من را در خصوص شکایت اسکار به یاد آورید. پس اگر کسی بخواهد اسمی را که من می‌خواستم ثبت کنم و با شکایت اسکار ثبت نشد، ثبت کند، قطعاً با شکایت مجدد اسکار مواجه می‌شود و بازنده است.

موضوع دیگر این است که آیا آن اسم هنوز در بازار استفاده می‌شود یا نه؟ اگر واقعاً در بازار کار می‌کند، خطرناک است و اصلاً نباید به آن فکر کرد.

در مرحله آخر، باید به این فکر کرد که اصلاً ثبت یک علامت مرده چقدر ارزش دارد؟ چون شما دارید اسمی را می‌گیرید که قبلاً متعلق به کسی بوده و مثلاً به دلیل مریضی و بستری در بیمارستان، نتوانسته فرآیند را دنبال کند و علامت مورد درخواست او، کنسل و به اصطلاح مرده است. اگر چنین فردی بازگردد و درخواست ثبت مجدد علامت را بدهد، به شما اولویت دارد به‌هرحال از شما قدیمی‌تر بوده و باید ببینید که چقدر ارزش دارد که چنین اسمی را بگیرید.

جالب است بدانید که تریدمارک، قابل انتقال است. فرم‌هایی را پر می‌کنید و آن را می‌فروشید و به فرد جدید منتقل می‌شود.

ممکن است بپرسید آیا کسی که به اصطلاح غیرمقیم آمریکا و کانادا است هم می‌تواند یک تریدمارک را ثبت کند؟ بله می‌تواند. مهم این است که وکیل مناسب برای پیگیری روند ثبت را انتخاب کنید یا اطلاعات و امکانات مورد نیاز را داشته باشید.

ثبت شراکتی دو یا چند نفره

آیا دو نفر و یا دو بیزنس مختلف می‌توانند با همدیگر یک تریدمارک را ثبت کنند؟ به‌عنوان شریک، این کار شدنی است، اما استفاده از تریدمارک در دسته‌بندی‌های مختلف و در دو بیزنس مختلف، کار دردرسازي است و حتی ممکن است علامت را هم از دست بدهند.

استفاده از تریدمارک دیگران

وقتی با یک شرکت، به‌صورت حق امتیاز (فرانچایز یا لایسنس) همکاری می‌کنید که یک تریدمارک ثبت شده دارد، آیا می‌توان از تریدمارک آن، استفاده کرد؟ این مسئله، جزو شرایط قانونی فرانچایز یا همان خرید حق امتیاز کسب و کار است.

وقتی یک قرارداد حق امتیاز (فرانچایز یا لایسنس) می‌بندید، یعنی یک شعبه خریدید. اصولاً شما کاری نمی‌کنید؛ به خاطر اینکه شرکت اصلی، فرآیند ثبت را طی کرده و در واقع، حق استفاده از نام، نشان، دکور و بسته‌بندی خود را در قالب قرارداد فرانچایز به شما ارائه می‌دهد؛ بنابراین شما از تریدمارک آن‌ها استفاده می‌کنید و پول می‌سازید.

بدون قرارداد استفاده از حق امتیاز (فرانچایز یا لایسنس) آن‌ها، عملاً نمی‌توانید از نام و نشان آن‌ها استفاده‌ای کنید.

توجه:

مواردی که شمرده شد، معمولاً با وجود فناوری مدرن، قابل دور زدن نیست. البته دور زدن سیستم ثبت هم، چنان جذابیتی ندارد، چون اگر در نهایت، علامت را از شما بگیرند تمام نقشه‌های شما خراب می‌شود. از ابتدا سراغ چیزهایی بروید که قابل استفاده باشد.

بهتر است تمام این کار را به وکیل بسپرید. اگر خودتان بخواهید این کار را انجام دهید ممکن است نداشتن اطلاع از یک ماده حقوقی، تمام زحمات شما را بی‌نتیجه کند. کلیت روند ثبت تریدمارک در تمام دنیا، تقریباً مشابه است، اما به‌هرحال، هر کشوری روش‌ها و اصول خود را دارد و مباحثی که اینجا مطرح می‌شود، بیشتر در حوزه کانادا و آمریکا است.

اهمیت ثبت دامنه اینترنتی

در اینترنت، بحث دامنه مهم است. می‌توانید یک نام دامنه^۸ را هم تریدمارک کنید. اساساً خیلی خوب است که پیش از انتخاب یک نام، به این فکر کنید که آیا نام دامنه‌اش هم وجود دارد یا نه؟ این مسئله، خیلی مهم است.

تریدمارک ثبت شده به شما این امکان را می‌دهد که اگر دامنه اینترنتی آن را فرد دیگری گرفته باشد، می‌توانید شکایت کنید و دامنه را از او بگیرید و حتی نام آن دامنه را هم به عنوان تریدمارک، ثبت کنید.

یک بخش در ثبت بین‌المللی دامنه اینترنتی در این زمینه وجود دارد. بنابراین اول در گوگل، جست‌وجو کنید که واقعاً آن اسم، وجود نداشته باشد و بعد از اینکه مطمئن شدید این اسمی که می‌خواهید بگیرید متعلق به شما خواهد بود و عملاً کسی آن تریدمارک را ثبت نکرده است، نام دامنه اینترنتی را هم بگیرید.

خرید دامنه، کمتر از ۳۰ ثانیه زمان می‌برد اما اگر دیر بچینید، زمان زیادی را باید صرف کنید تا آن را از آن خود کنید. حتی پیشنهاد می‌کنم دامنه را اول بگیرید و بعد کار ثبت تریدمارک را شروع کنید.

نام دامنه را از دست ندهید که بسیار مهم است؛ و امروزه بحث اساسی در برندینگ است و یک دارایی ارزشمند به حساب می‌آید.

چه مواردی را می‌توان به عنوان تریدمارک، ثبت کرد؟

می‌توانید اسم شرکت، لوگو شرکت، اسم محصول و شعار تبلیغاتی‌تان را تریدمارک کنید. هر یک از این چهار مورد را اگر ثبت تریدمارک کنید، هیچ شرکت یا فرد دیگری نمی‌تواند از آن استفاده کند. اگر شکل بسته‌بندی شما خاص است، می‌توانید از همان برای تریدمارک استفاده کنید، ولی معمولاً اسم شرکت و اسم محصول، پراستفاده‌ترین حالت‌های علامت‌های تجاری هستند. در زمان ثبت شرکت، ممکن است متوجه شوید نام شرکت شما در شهر دیگری، روی شرکت دیگری است اما درباره تریدمارک این مسئله ممکن نیست. مثلاً در ایالت انتاریو کانادا، اسم شرکت خود را ثبت کرده‌اید و نه نام تجاری آن را، ولی بعدها متوجه می‌شوید شخص دیگری در ایالت British Columbia آن را ثبت کرده است. به همین سادگی! اما وقتی ثبت تریدمارک را برای نام خود انجام دهید، به سادگی، کسی نمی‌تواند آن را استفاده کند چون مختص و منحصر به شما، ثبت شده است.

نکته مهم و اساسی این است که باید از تریدمارک‌تان در بازار، واقعا استفاده کنید، این طور نیست که فقط یک نام باشد و آن را ثبت کنید و کنار بگذارید. **تریدمارک مانند قالی کرمان است، هرچه از آن بگذرد ارزش بیشتری پیدا می‌کند.** وقتی تریدمارک، قدیمی می‌شود، بدین معنی است که افراد بیشتری آن را می‌شناسند. ارزش یک تریدمارک قدیمی آن قدر بالاست که به شما در برندسازی کمک می‌کند. توجه داشته باشید نام تجاری با تریدمارک متفاوت است و این دو با هم، یکی نیستند.

چه مواردی را نمی‌توان به‌عنوان تریدمارک، ثبت کرد؟

این سیاهه خیلی مفصل است و وکلا آن را بهتر می‌دانند؛ اما نکاتی که خوب است بدانید این است که اسم خاص را نمی‌توانید ثبت کنید. مثلاً شرکت حسن و برادران نمی‌تواند حسن و برادران را تریدمارک کند چون اسم خاص است؛ یعنی این اسم را هر شخص دیگری می‌تواند داشته باشد.

مورد بعدی اسم‌های خیلی عمومی هستند که معنی کلی دارند. مثلاً من شرکتی دارم با نام **Doctor Advertise!** که یک شرکت تبلیغاتی است. زمانی که در حال ثبت کردن این تریدمارک بودیم و کارهایش را انجام می‌دادیم، شرایط پیچیده‌ای داشت. کلمه "تبلیغ"، کلمه‌ای عمومی است. اجازه ثبت این کلمه و کلماتی که صد درصد عمومی هستند و معنی عمومی دارند، داده نمی‌شود. مثلاً یک نفر سعی کرده بود "چای" را ثبت کند که ممکن نیست. از این پیچیده‌تر، اسمی است که صد درصد معنی کاری که شما می‌خواهید انجام دهید را بدهد، به این اسامی هم اجازه ثبت نمی‌دهند.

مسئله زبان هم مهم است. اگر بخواهید اسمی را در آمریکا به‌عنوان تریدمارک ثبت کنید و بعد بخواهید به آن حروف فارسی بدهید، به این سادگی ممکن نیست.

"مایکرو" و "سافت" هرکدام معنی جداگانه می‌دهد، اما جالب است بدانید کلمه مایکروسافت در قالب یک لغت ثبت شده است، ولی حتی این هم خودش معنی داشته است. چیز دیگری که نمی‌شود استفاده کرد، نام محدوده جغرافیایی است. نام محل جغرافیایی معروف و حتی غیر معروف را نمی‌توانید در تریدمارک استفاده کنید. اسم کشور یا شهری که اسم جای مشخص جغرافیایی است را هم نمی‌توانید بیاورید.

در طراحی لوگو به هیچ عنوان نمی‌توانید طرح پرچم بیاورید.

المان‌های سازمان ملل و سازمان‌های مربوطه را نمی‌توانید داخل سمبل‌هایی که می‌خواهید ثبت کنید، بیاورید.

ثبت تریدمارک

روش‌های ثبت تریدمارک

دو روش برای ثبت تریدمارک وجود دارد:

روش اولی، زمانی است که شما قبل از درخواست ثبت، از تریدمارک در بازار استفاده کرده‌اید. هنگام ثبت از شما می‌پرسند آیا تا به حال، در بازار، از این اسم یا علامت، استفاده کرده‌اید؟ اگر پاسخ مثبت باشد، در مرحله بعدی باید نحوه و مدت استفاده از آن را با مدارک مستند نشان دهید.

معمولاً نمی‌توانند چیزی را که شما آن را معروف کرده‌اید، به شما اختصاص دهند. مثلاً Academy Awards هم کلمه "آکادمی" یک کلمه عمومی است و همه می‌توانند استفاده کنند و هم Awards. هر دو این کلمات، کلماتی صد درصد عمومی‌اند، اما این اسم و علامت، ده‌ها سال پیش ایجاد شده است. پس به خاطر ارزش و قدرتی که در دنیا برای آن‌ها ایجاد شده، پذیرفته شده‌اند.

مهم است چه کسی یک تریدمارک را معروف‌تر کرده و بیشتر از آن، استفاده کرده است. گاهی می‌بینید اسم شخص خاصی در محصول خاصی استفاده شده، بدانید این اسم، چون از اسامی خاص است، ثبت نمی‌شود اما در صورتی ثبت اسم خاص امکان‌پذیر است که بیزنسی با آن اسم خاص، ده‌ها سال فعالیت داشته باشد.

روش دوم، زمانی است که فرآیند ثبت را برای تریدمارکی طی می‌کنید که قبلاً در بازار استفاده نکرده‌اید.

فرآیند ثبت تریدمارک

فرآیندی که اینجا شرح داده می‌شود، فرآیند ثبت در فدرال است. در واقع تریدمارک را چه در آمریکا و چه در کانادا فدرالی می‌گیرید و نه استانی. ثبت استانی تریدمارک معنی ندارد. اصولاً ثبت یک ترید مارک از ابتدا تا انتها از ۹ ماه تا یک سال و نیم زمان می‌برد.

مشخص بودن درخواست کننده ثبت تریدمارک

یک مسئله مهم در ثبت تریدمارک، نوع درخواست کننده است؛ یعنی یک فرد می‌خواهد تریدمارک را ثبت کند یا شرکتی این درخواست را داده است؟ هرکسی که درخواست ثبت تریدمارک را دارد، طرف معامله سازمان ثبت تریدمارک می‌شود و اوست که جوابگو و صاحب تریدمارک خواهد بود؛ مکاتبات با او انجام می‌شود و در انتها هم، علامت به اسم او صادر می‌شود؛ چه شرکت باشد، چه شخص و حتی یک اتحادیه. بعد از اسم شخص یا شرکت، مسئله مهم، مشخصات آدرس و تلفن‌ها هستند. چون با همان آدرس و تلفن‌ها با شما در ارتباط خواهند بود و نمی‌دانید در چه زمانی به شما اطلاع‌رسانی می‌کنند. اگر پرونده شما در روند ثبت، به مشکل حقوقی برخورد کند، معمولاً شش ماه وقت می‌دهند تا از خودتان دفاع کنید و اگر به آنجا مراجعه نکنید، پرونده بسته می‌شود. اگر آدرس‌های شما مشکل داشته باشد یا تلفن درستی نداده باشید ممکن است نتوانند شما را پیدا کنند که با شما در ارتباط باشند؛ به همین سادگی، درگیر مشکل می‌شوید. پس اطلاعات تماسی که رسماً در اختیار سازمان ثبت کننده قرار می‌دهید، معتبر باشد چون عمومی نمایش داده می‌شود و هم اینکه مرجع تماس برای پیگیری روند ثبت نام با شما خواهد بود.

انتخاب نوع تریدمارک جهت ثبت

قدم بعدی در ثبت تریدمارک، مشخص کردن نوع چیزی است که می‌خواهید ثبت کنید. کدام یک از موارد زیر را قصد دارید ثبت کنید؟

- اسم شرکت
- اسم محصول
- لوگو
- شعار تبلیغاتی
- آنچه می‌خواهید ثبت کنید، از نوع TM یا SM است؟

واژه‌ها و کلمه‌بندی آن چیزی که می‌خواهید ثبت کنید، چگونه است؛ روش نگارش و حروف‌بندی باید همانی باشد که می‌خواهید ثبت کنید. اگر لوگو است باید طراحی را در قالب یک فایل jpg آماده کنید. زمانی که از یک کلمه یا طراحی استفاده می‌کنید، اگر خیلی شبیه تریدمارک‌های تجاری موجود باشد، برای ثبت به مشکل برمی‌خورید. مسلماً سازمان ثبت کننده، بخش کنترل دارند و همه مواردی که ثبت می‌شود را بررسی می‌کنند.

انتخاب طبقه‌بندی محصولی مربوط به تریدمارک

مرحله بعدی، انتخاب دسته‌بندی مربوطه در گروه خدمات و کالاها^۹ است. یعنی مشخص باشد، اسم و لوگویی که می‌خواهید ثبت کنید در چه طبقه‌بندی محصولی است؟ می‌تواند یک اسم در یک رده مانند خدمات رایانه ثبت شود که خدمات مربوط به رایانه، ده‌ها زیرگروه دارد. یک نفر دیگر ممکن است همان اسم را در زمینه مواد غذایی ثبت و استفاده کند.

سعی کنید نزدیک‌ترین گروه به بیزنس‌تان را پیدا کنید. اگر به هر دلیلی دوست دارید در چند دسته‌بندی مختلف تریدمارک داشته باشید، اشکالی ندارد. برای هر دسته، باید هزینه صرف کنید تا در آن دسته‌ها قرار بگیرید.

در این دسته‌بندی‌ها، ممکن است فرد یا شرکتی، نام تجاری شما را در دسته‌ای دیگر ثبت کرده باشد. در این صورت برنده کسی است که قدیمی‌تر و معروف‌تر است؛ یعنی هرچه معروف‌تر باشید احتمال اینکه دیگران علامت شما را در دسته دیگری ثبت کنند، کمتر می‌شود، چون می‌توانید شکایت کنید. اگر شکایت کنید که از علامت شما بهره‌برداری شده و بتوانید اثبات هم کنید، طرف مقابل خیلی ضرر می‌کند.

فایل‌بندی و ارائه مدارک

هنگام ثبت یک تریدمارک، بعد از انتخاب طبقه‌بندی محصولی مربوطه، مهم‌ترین سؤالی که از شما پرسیده می‌شود این است که آیا این علامت قبلاً در بازار استفاده شده یا نشده است؟ اگر جواب شما مثبت باشد، در مرحله بعدی باید با اسناد و مدارک نشان دهید که چقدر و چگونه استفاده شده است؟ سپس فایل‌بندی شروع می‌شود و مدارک مربوطه را در جهت اینکه قبلاً از نام و تریدمارک درخواستی، استفاده کرده‌اید یا اولین بار است می‌خواهید استفاده کنید، ارائه می‌دهید.

بعد از آن، ارسال مدارک صورت می‌گیرد و سپس منتظر جواب سازمان تریدمارک می‌شوید. اگر هیچ مشکلی وجود نداشته باشد، نوبت اعلام رسمی است؛ مانند روزنامه رسمی، اعلام می‌شود که هر کس که می‌خواهد، نظرش را اعلام کند و اگر کسی شکایتی دارد، زمانی را برایش در نظر می‌گیرند که در این دوره، شکایت کند، قبل از اینکه علامت یا نام تجاری، رسماً ثبت شود. البته می‌توانید به این شکایت‌ها جواب بدهید. این کار چند ماه طول می‌کشد. گاهی یک سال طول می‌کشد تا اولین جواب بیاید.

در این مرحله، اگر علامت و اسم شما شبیه یک برند باشد، به شما اعلام می‌کنند که ثبت شما انجام شده است. این یعنی خیلی خوش شانس بودید و موافقت اولیه آمده و تا اینجا کار، درست است. این بهترین سناریو است، اما این خوش‌شانسی، کمتر پیش می‌آید. معمولاً پس از اعلام، مشکلاتی را مطرح می‌کنند که در صورت امکان، آن‌ها را حل کنید. بعضی وقت‌ها شدنی نیست و اصلاً نمی‌توانید حل کنید. شش ماه وقت دارید که جواب دهید.

بخشی از مشکلات برمی‌گردد به اطلاعات غلطی که از ابتدا داده شده و اشتباهاتی که در ثبت انجام شده؛ یعنی مدارک درست نبودند. گاهی هم مشکل از قانون‌های ثبت تریدمارک است که پیچیده هستند و مشکل شما حقوقی است. البته شما را راهنمایی می‌کنند، اما باید راهنمایی‌ها را متوجه شوید. یک وکیل متوجه راهنمایی‌ها می‌شود اما اگر مستقل عمل کنید، مشکل‌تر است و ریسک به نتیجه نرسیدن هم دارد ولی می‌توانید خودتان با پذیرفتن ریسک، بدون وکیل انجام دهید. در آن صورت به شما گفته می‌شود که چگونه می‌توانید مشکل را حل کنید. وقتی مشکل حل شد، دوباره چند ماه زمان می‌برد تا آن تأییدیه انجام شود.

تایید اولیه و روزنامه رسمی

پس از تایید اولیه نام، باید روزنامه رسمی ثبت شود و به همه، اطلاع‌رسانی می‌شود که اگر کسی مشکلی با نام یا تریدمارک ثبت شده دارد، اعلام کند. اگر کسی اعتراضی نکند و مسئله‌ای اعلام نشود، شماره رسمی^{۱۰} و یک گواهی برای شما ثبت و ® صادر می‌شود؛ اما این روند می‌تواند با اعتراض یا شکایت فردی یا شرکتی تا سال‌های سال در همان مرحله، متوقف شود تا اینکه بتوانید به نوعی توافق کنید. تا زمانی که نتوانستید ® را بگیرید می‌توانید از همان TM استفاده کنید.

هزینه ثبت و تمدید تریدمارک

هزینه ثبت یک تریدمارک بستگی به وکیلی دارد که برای انجام کار، گرفته‌اید و معمولاً از ۲ هزار تا ۱۰ هزار دلار برای شما هزینه دارد. این هزینه شامل همه هزینه‌های دولتی تریدمارک می‌شود. هزینه دولتی ثبت یک تریدمارک در آمریکا ۳۲۵ دلار و در کانادا ۲۵۰ دلار است. برخی هزینه‌های جانبی هم به این رقم، افزوده می‌شود. برای نمونه در کانادا یک هزینه ثبت جداگانه به مبلغ ۲۰۰ دلار باید پرداخت شود که این رقم در آمریکا وجود ندارد. همچنین هزینه تمدید^{۱۱} در کانادا ۳۵۰ دلار است و در آمریکا ۱۰۰ دلار. هزینه بررسی اختلافات در کانادا ۷۵۰ دلار است و در آمریکا این رقم، متفاوت است.

هر تریدمارک ثبت شده، یک دوره دارد و بعد باید آن را تمدید کنید. هزینه ثبت فقط یکبار پرداخت می‌شود و نیازی به پرداخت مبلغی جداگانه به صورت سالانه نیست. تریدمارک در آمریکا ۱۰ سال و در کانادا ۱۵ سال عمر دارد و شما باید بعد از دوره ۱۰ یا ۱۵ ساله علامت را تمدید کنید. در فاصله ۵-۶ سال بعد از ثبت، یک فرم به شما داده می‌شود که در آن باید نشان دهید که این تریدمارک زنده است و در بازار وجود دارد، در غیر این صورت ثبت شما را لغو می‌کنند.



حق مؤلف / کپی رایت

اولین سؤال در این بحث، همیشه این بوده که تفاوت بین تریدمارک و حق مؤلف / کپی‌رایت در چیست؟ تریدمارک، همان‌طور که از اسمش معلوم است یک بحث تجاری است و محصول تجاری و دنیای بیزنس را در برمی‌گیرد. حق مؤلف / کپی‌رایت به شما اجازه می‌دهد چطور از متن، تصویر، کتاب، داستان یا محصول نرم‌افزاری و یا موسیقی که تولید کردید، محافظت کنید.

به طور مشخص، هردوی این‌ها به شما این قدرت را می‌دهند که از چیزی که دارید، محافظت کنید و فرد دیگری نتواند بدون اجازه شما، از آن استفاده کند و فقط شما هستید که به‌عنوان صاحب آن محصول، از آن بهره می‌برید، اما درنهایت، تفاوت در چیزی است که محافظت می‌شود.

محصولی که حق مؤلف / کپی‌رایت آن را ثبت کنید تا آخر عمر شما به اضافه ۷۰ سال متعلق به شماست و این مسئله لغو شدنی نیست. در واقع از ۳۱ دسامبر آن سالی که نویسنده، فوت می‌کند تا ۷۰ سال بعد، اثر او تحت قانون حق مؤلف / کپی‌رایت است؛ بعد از این زمان هم عمومی می‌شود. برای اینکه بدانید یک اثر برای استفاده عمومی از حق مؤلف / کپی‌رایت خارج شده یا نه، زمان مرگ نویسنده را در نظر می‌گیرید که تا ۷۰ سال بعد، حق مؤلف / کپی‌رایت متعلق به خانواده آن شخص است و بعد از ۷۰ سال، عمومی^{۱۲} می‌شود.

جست‌وجو کنید و منابعی را پیدا کنید که آثاری را که عمومی شده، معرفی می‌کنند. چون بالاخره اثر، جایی ثبت شده و قابل بررسی و جست‌وجو است. گاهی هم به محصولات دیگری برخورد می‌کنیم که تاریخ تولید اثر و نویسنده و تولیدکننده آن، خیلی مشخص نیست. در این موارد، یک عمر ۱۲۰ ساله از تاریخ حدودی در نظر می‌گیرند و بعد از آن، نشر عمومی می‌دهند.

تفاوت میان حق مؤلف / کپی‌رایت و تریدمارک، نکات ریز و جزئی دیگری هم دارد. مثلاً حق مؤلف / کپی‌رایت به‌نوعی اتوماتیک و خودکار است؛ یعنی از لحظه‌ای که یک کتاب را نوشتید، آن را تحت حق مؤلف / کپی‌رایت خودتان قرار داده‌اید، حتی اگر ثبت نکرده باشید.

با ثبت کردن می‌توانید از لحاظ قانونی وارد معاملات قانونی و مالی و غیره شوید؛ بنابراین در مرحله اول حق مؤلف / کپی‌رایت در همان لحظه که محصول تولید شده، ایجاد شده است اما تریدمارک این‌طور نیست و باید ثبت، اتفاق بیفتد که شما صاحب آن بشوید. در حق مؤلف / کپی‌رایت، شما صاحب همه‌چیز آن محصول هستید. هر شخصی بخواهد از چیزی که شما دارید به هر نحوی استفاده کند، باید از شما اجازه بگیرد و بابت آن، هزینه بپردازد.

در تریدمارک طبقه‌بندی محصولی وجود دارد و اگر کسی در رده دیگری از محصولات از تریدمارک شما استفاده کند کار ساده‌ای در پیش ندارید که ثابت شود از شما سوءاستفاده شده، اما در حق مؤلف / کپی‌رایت به‌راحتی مشخص می‌شود چیزی که استفاده شده متعلق به شما هست یا نه.

در قانون حق مؤلف / کپی‌رایت هر کسی بخواهد به هر نحوی از چیزی که شما تولید کردید، استفاده کند باید به شما مبلغی را بپردازد تا جواز استفاده بگیرد. در تریدمارک کار پیچیده‌تر است و این مجوز به‌سختی صادر می‌شود.

از دیگر تفاوت‌های مهم حق مؤلف / کپی‌رایت و تریدمارک این است که بعد از دوره زمانی بلندمدتی حق مؤلف / کپی‌رایتی که صاحب آن هستید، عمومی می‌شود؛ یعنی همه می‌توانند از آن استفاده کنند، اما تریدمارک اگر به‌درستی نگهداری قانونی شود، هیچ‌وقت تمامی ندارد و از آن شماس است.

اصطلاحی هست به نام استفاده منصفانه^{۱۳}. فرض کنید فردی یا گروهی مقاله‌ای می‌نویسند و در آن مقاله در باره بخشی از تریدمارک شما یا حق مؤلف / کپی‌رایت شما صحبت می‌کنند. این استفاده تا اندازه خاصی می‌تواند مجاز باشد. حق مؤلف / کپی‌رایت در متن، قدرتمندتر است و اگر بیشتر از حد مجاز استفاده شود، صاحب اثر می‌تواند شکایت کند.

به محض تولید یک اثر مانند یک متن، با آنکه حق مؤلف آن مربوط به شماست، قبل از عرضه و توزیع در بازار، آن را ثبت کنید که بتوانید روی محصول و اثرتان معامله کنید و کار تجاری و عرضه و توزیع را انجام دهید. اینجاست که بهترین وسیله و ابزار حق مؤلف / کپی‌رایت است.

یکی از بهترین جاها برای ثبت بین‌المللی حق مؤلف/کپی‌رایت، کتابخانه کنگره آمریکا است؛ مانند هر کار ثبتی دیگر، اگر این کار را به دست متخصص بدهید بهتر است ولی اگر خودتان دوست داشتید، می‌توانید انجام دهید. این روند، چند دلار هزینه برای فرم و فایل دارد.

به‌محض اینکه کارهایتان را انجام دادید و کارتان را ثبت کردید وارد بحث **مجوز لایسنس** می‌شوید که یکی از مهم‌ترین بیزنس‌های امروز دنیاست و حتی برای آن، نمایشگاه‌های زیادی هم وجود دارد؛ یعنی **اجازه دادن به دیگران برای استفاده از محصولی که حق تجاری آن، متعلق به شماست.**

وقتی محصولی را آماده می‌کنید، بسیار کار پردرآمدی است که شما جواز استفاده از آن محصول را در زمینه‌های مختلف به دیگران بدهید و در قبال آن مجوز، مبلغی را دریافت کنید.^{۱۴}

دنیای امروز از یک محصول، چندین استفاده تجاری می‌کند. وقتی کتابی نوشته می‌شود درآمد فقط از کتاب‌فروشی حاصل نمی‌شود. انواع فرم‌های دیجیتالی و بازی‌های کامپیوتری و فیلم و ترانه که از آن بیرون می‌آید، درآمدهای اصلی از این اثر شما هستند. اگر وارد این مسیرها بشوید، بابت همه این‌ها می‌توانید حقوق مؤلف را دریافت کنید.

در دنیای موسیقی و فیلم، حق مؤلف/کپی‌رایت کمی پیچیده‌تر است، چون یک نفر، خالق اصلی نیست. چندین نفر از تولیدکننده، توزیع‌کننده، ایجادکننده و ضبط‌کننده و ... درگیر این روند هستند. زمان ثبت حق مؤلف/کپی‌رایت باید کاملاً مشخص کنید نام صاحب اثر چیست.

لینک‌های مفید

1. USA Trademark

<https://www.uspto.gov/trademark>

2. Canada Trademark and Copyright

<https://www.canada.ca/en/services/business/ip.html>

3. UK Trademark

<https://www.gov.uk/topic/intellectual-property/trade-marks>

4. Europe Trademark

<https://euipo.europa.eu/ohimportal/en/home>

5. World Intellectual Property Organization

<https://www.wipo.int/trademarks/en/>

6. Germany Trademark

<https://www.dpma.de/english/index.html>

7. USA Copyright

<https://www.copyright.gov/>