

پتانسیل های نهاد داوری در حل و فصل دعاوی تجاری بین المللی با محوریت برندینگ و

صیانت از اعتبار حقوقی شرکتها

ثنا شاهرودیان (نویسنده
مسئول)

دکتر مسعود
خرشادی زاده

(کارشناسی ارشد، حقوق بین الملل، دانشگاه آزاد، مشهد، ایران).

(استادیار گروه حقوق بین الملل، دانشگاه آزاد، مشهد، ایران).

چکیده

نهاد داوری به عنوان یکی از سازوکارهای اصلی حل و فصل اختلافات تجاری بین المللی، طی دهه های اخیر نقش برجسته ای در تضمین امنیت حقوقی و ثبات روابط اقتصادی ایفا کرده است. با گسترش مبادلات جهانی و اهمیت روزافزون سرمایه های نامشهود، به ویژه برند و اعتبار حقوقی شرکتها، داوری دیگر صرفاً نهادی برای رفع تعارضات نیست، بلکه ابزاری کارآمد برای صیانت از جایگاه حقوقی و اعتبار تجاری محسوب می شود. از منظر حقوقی، ویژگی هایی همچون سرعت، محرمانگی و تخصصی بودن داوری، این نهاد را به جایگزینی مناسب برای محاکم ملی تبدیل کرده است. قابلیت های یادشده به شرکتها امکان می دهد تا اختلافات خود را در محیطی امن و غیرعلنی مدیریت کنند، بدون آنکه جایگاه برند و اعتماد بازار نسبت به آنان آسیب ببیند. به ویژه در اختلافات میان شرکتی و قراردادهای بین المللی، داوری بستری فراهم می کند که ضمن تضمین اجرای عدالت، تداوم روابط تجاری نیز حفظ شود. بررسی ظرفیت های داوری نشان می دهد که این نهاد می تواند به صورت مستقیم در کاهش ریسک حقوقی و صیانت از سرمایه های نامشهود شرکتها نقش آفرین باشد. این امر نه تنها از منظر حقوق تجارت بین الملل اهمیت دارد، بلکه موجب ارتقای استانداردهای قراردادی و تقویت امنیت اقتصادی در سطح کلان نیز خواهد شد. روش تحقیق حاضر توصیفی - تحلیلی است و بر مطالعه تطبیقی قواعد و رویه های داوری بین المللی با تأکید بر نقش آنها در حمایت از برندینگ و اعتبار حقوقی شرکتها استوار است. داده ها از طریق بررسی متون حقوقی، اسناد بین المللی، مقررات نهادهای داوری معتبر و نمونه های عملی استخراج شده و در چارچوب تحلیل حقوق تجارت بین الملل مورد ارزیابی قرار گرفته اند.

داوری بین المللی، حل و فصل اختلافات، برندینگ، اعتبار حقوقی شرکتها، تجارت بین الملل

واژگان کلیدی:

Potentials of Arbitration Institutions in Resolving International Commercial Disputes Focusing on Branding and Protecting the Legal Reputation of Companies

Scientific Journal of Modern
Jurisprudence and Law

Print ISSN: ۲۷۱۷- ۱۴۶۹
Online ISSN: ۲۷۱۷ - ۱۴۷۷

Profile in ISC, SID, Noormags,
Magiran, Ensani,
GoogleScholar
www.jaml.ir

Year ۲۰۲۶, Sixth year, Issue
۲۷

Pages ۱-۲۰

Sana Shahroudian (Master's Degree, International Law, Azad University, Mashhad, Iran).
(Corresponding Author)

Dr. Masoud Kharashadi Zadeh (Assistant Professor, Department of International Law, Azad University, Mashhad, Iran).

Abstract

One of the main concerns is the possibility of producing defective offspring and transmitting genetic diseases and the concern for the child's future, given that the right to form a family and have children is an inalienable right of every human being, but the right to have children of people with genetic disabilities is ambiguous. The purpose of this study is to explain the right to have children of couples with genetic disabilities and to analyze the legal prohibition of the right to have children in such couples. The question raised in this study is what should be done in the conflict between the rights of couples with genetic disabilities to marry and have children, and the preservation of public health and the protection of the rights of the future child, and which should take priority? The findings of the study indicated that, based on general and specific human rights documents, the right to have children, an independent right, has been accepted for couples with genetic disabilities like other people, and there is no prohibition in international documents or domestic laws in the event of the possibility of their children suffering from similar disabilities. People with disabilities, like other people, have the right to a family, and this right is a broad concept that, in addition to marriage, includes concepts such as the feeling of becoming a parent, freely deciding on the number and spacing of children, and equal rights with others regarding guardianship and adoption, which should not be denied on the pretext of believing that a person with a disability is incapable or in the best interest of the child. The proposed solution is minimal government intervention in the rights of individuals, by prioritizing the interests of the future child and committing to providing free medical services, premarital counseling, and increasing the level of awareness of couples through education.

Keywords: The right to procreate, genetic disability, forced abortion, sterilization, the right to fetal health

مقدمه

گسترش روزافزون تجارت بین‌المللی و پیچیدگی روابط قراردادی، ضرورت ایجاد سازوکارهایی کارآمد برای حل و فصل اختلافات تجاری را بیش از پیش آشکار ساخته است. محاکم ملی، هرچند مرجع سنتی رسیدگی به دعاوی محسوب می‌شوند، به دلیل اطاله دادرسی، فقدان تخصص کافی در مسائل فراملی و خطر افشای اطلاعات محرمانه، همواره با محدودیت‌هایی جدی مواجه بوده‌اند. در چنین بستری، نهاد داور به عنوان جایگزینی مؤثر برای محاکم ملی ظهور کرده و توانسته است با ویژگی‌هایی چون سرعت، بی‌طرفی و محرمانگی، اعتماد فعالان تجاری را به خود جلب کند. از سوی دیگر، در اقتصاد معاصر، بخش عمده‌ای از سرمایه شرکت‌ها در قالب دارایی‌های نامشهود از جمله برند، اعتبار حقوقی و شهرت تجاری متبلور می‌شود. این عناصر که به‌سادگی در معرض آسیب‌های ناشی از منازعات حقوقی قرار دارند، می‌توانند با انعکاس منفی دعاوی در محاکم ملی دچار لطمه‌ای جدی شوند. بنابراین، حفظ و صیانت از این سرمایه‌های نامشهود، به‌ویژه در بستر رقابت جهانی، یکی از اهداف محوری شرکت‌ها در انتخاب سازوکار حل اختلاف است.

داوری بین‌المللی با فراهم آوردن بستر محرمانه برای رسیدگی، کاهش تنش میان طرفین و صدور آرای قابل اجرا در سطح جهانی، ابزاری کارآمد در تحقق این هدف به شمار می‌رود. شرکت‌ها از طریق داور می‌توانند اختلافات خود را بدون خدشه به اعتبار تجاری و موقعیت رقابتی خویش مدیریت کنند. بدین ترتیب، داور نه تنها به حل اختلاف

کمک می‌کند، بلکه نقش پیشگیرانه‌ای در حمایت از برندینگ و اعتبار حقوقی شرکت‌ها ایفا می‌نماید.

این مقاله با تمرکز بر پتانسیل‌های نهاد داور در حوزه تجارت بین‌الملل، تلاش دارد ارتباط میان کارکردهای داور و صیانت از سرمایه‌های نامشهود شرکت‌ها را بررسی کند. رهیافت تحقیق، توصیفی - تحلیلی است و با مطالعه تطبیقی مقررات و رویه‌های داور، ظرفیت‌های این نهاد در ارتقای امنیت حقوقی و اعتبار تجاری شرکت‌ها تحلیل خواهد شد. هدف اصلی، تبیین جایگاه داور به‌عنوان ابزاری راهبردی در مدیریت اختلافات و حفاظت از برندینگ در عرصه تجارت جهانی است.

۱- تعاریف و تاریخچه

۱-۱- تعاریف جامع داور

تلاش‌های گوناگون در تعریف داور در صدد بوده‌اند برداشتی کلی و دست خوش تحول از داور و شکل‌های اصلی حقوقی آن را منعکس سازند. موارد زیر را از باب نمونه ذکر می‌شود: تصمیم کنترل نشده، حل مسئله‌ای مورد بحث توسط کسی که طرفین توافق می‌کنند ادعاهای خود را به وی ارجاع دهند تا به تصمیمی منصفانه دست یابند.

داوری ابزاری است که به وسیله آن حل یک مسئله مورد علاقه دو یا چند شخص، به یک یا چند شخص دیگر داور یا داوران - سپرده می‌شود که اختیارات خود را از توافق خصوصی و نه از مقامات یک دولت می‌گیرند و قرار است بر اساس چنین توافقی به موضوع رسیدگی کرده و درباره آن تصمیم بگیرند.

بردن برخوردارها و نزاع‌ها به قانون نیازمندیم (افتخار جهرمی، ۱۳۸۷: ۴۴).

وضع قانون یا تطبیق آن بر شرایط اجتماعی خاص به نهاد قانونگذاری نیاز دارد. اجرای قانون و پیاده کردن آن در سطح جامعه و نظارت بر شوون عمومی مردم، برقراری امنیت داخلی و دفاع در برابر تجاوز خارجی، نیازمند دستگاه اجرایی مناسب است. جلوگیری از تخلفات افراد و گروه‌ها و اجرای عدالت، دستگاه قضایی ویژه‌ای را می‌طلبد.

بنابراین، اجتماع بشری به هر شکل که باشد، از حاکم بی‌نیاز نیست. مطالعات تاریخی و کنجکاوی‌های جامعه‌شناسان، در زندگی جامعه‌های ابتدایی نشان می‌دهد در جامعه‌های بشری، همه جا وهمه وقت، مقررات خاصی وجود داشته و یک یا چند نفر مسوول وضع یا اجرای آن بوده‌اند.

در گذشته و قبل از آن که مقولاتی مانند روش‌های جایگزین حل اختلافات در محافل حقوقی متداول شوند ارجاع به شیوه‌های حل اختلافات در کنار رسیدگی در محاکم قضایی دولتی پدیده‌ای رایج و شناخته شده بوده است. حتی در زمان اوج تسلط محاکم قضایی بر فضای حل اختلافات نیز استفاده از روش مذاکره مستقیم طرفین متنازع یک رویکرد معمول در عرف حقوقی بوده است. داوری نیز سابقه‌ای چندقرنی دارد و در طول ۸۰ سال گذشته موارد متعددی از احکام مستند بر آراء داوری را می‌توان در قالب نظام حقوقی «کامن‌لا» تشخیص داد. در سال‌های آغازین اسکان اروپائیان در مستعمره نشین‌های تازه کشف شده آمریکا، استفاده از روش داوری برای میانجیگری رواج فراوانی داشته است. این روند تا بدانجا ادامه یافت که در اواسط دهه ۴۰ میلادی قرن گذشته، میانجیگری توسط داوران حرفه‌ای به رویکرد اصلی محافل

ارجاع نزاع یا اختلاف نظر میان حداقل دو طرف جهت رسیدگی و تعیین تکلیف بعد از استماع اظهارات دو طرف به شیوه‌ای قضایی توسط شخص یا اشخاصی غیر از دادگاه دارای صلاحیت.

از آن جا که داوری ساز کاری پویا و متحول برای حل اختلاف است که حسب قانون و رویه بین‌المللی متفاوت می‌گردد، قوانین ملی سعی نمی‌کنند تعریفی نهایی از آن ارائه دهند. قانون ۱۹۹۶ داوری انگلیس هر چند تعریفی از داوری به دست نمی‌دهد، ولی نکاتی روشن و اصولی در مورد انتظارات از داوری بیان می‌دارد. لذا در مجموع بیان باید کرد که هدف از داوری عبارت است از:

دستیابی به حل منصفانه اختلافات توسط دیوانی بی‌طرف بدون تأخیر یا هزینه غیرضروری

طرفین باید آزاد باشند در مورد نحوه حل اختلاف خود توافق نمایند، فقط با رعایت آن دسته از محدودیت‌هایی که برای مصلحت عمومی ضروری است.

۱-۲- سیر تحول و تطور مقوله داوری در حوزه آرای داوری

وجود حاکم برای جامعه‌های انسانی امری ضروری و اجتناب ناپذیر است و عقل بشر ضرورت آن را به خوبی درک می‌کند چرا که زندگی انسان - به هر دلیلی - زندگی اجتماعی است و نیازهای گوناگون انسان در سایه اجتماع و تعاون و همکاری برآورده می‌شود و لازمه زندگی اجتماعی، وجود برخوردارها و اصطکاک میان منافع و خواسته‌های افراد جامعه و تعدی و تجاوز به حقوق یکدیگر است. لذا برای جلوگیری از تعدی و تجاوز به حقوق دیگران و حفظ مصلحت‌های عمومی و از بین

ملی بود. رویکرد قوانین ملی هم مستقیماً بازتابی از نگرش و طرز برخورد اکثر دادگاه‌های ملی بود. قانون و دادگاه‌ها مایل نبودند این نکته را بپذیرند که دنیای تجارت و بازرگانی به داوری به عنوان جزئی از تصمیمات تجاری خود رو آورده و بر آن توافق می‌کند. با همه این‌ها، داوری یک استثنا و خروج از صلاحیت دادگاه‌های ملی تلقی می‌شد. دادگاه‌ها به داوری به عنوان یک رقیب نگاه می‌کردند. از این‌ها مهم تر، با آن که دولت‌ها توافق می‌کردند موافقتنامه‌ها و احکام داوری را شناسایی و اجرا کنند، ولی می‌خواستند فرایند داوری را تحت نظارت دقیق خود در آورند. این نظارت به این معنا بود که داوری، از هنگام شروع، در سراسر آیین رسیدگی داوری و از جمله شناسایی حکم داوری به طور دقیق در قوانین ملی تنظیم می‌شد. با آن که همه ابعاد قوانین داوری جنبه اجباری نداشت، ولی مجال چندانی برای اراده و آزادی عمل طرفین وجود نداشت. شواهدی بر توسعه قوانین ملی داوری به تنظیم کنونی داوری تجاری بین‌المللی در بسیاری از نظام‌های حقوقی یافت می‌شود. اولین قانون مختص داوری در انگلیس به سال ۱۶۹۸ تصویب شد. در فرانسه، موضوع داوری ابتدا در قانون آیین دادرسی مدنی ۱۸۰۶ گنجانده شد. در ایالات متحده، اولین قانون فدرال داوری قانون فدرال داوری ۱۹۲۵ بود.

۲- ماهیت برند و جایگاه آن در حقوق تجارت

برندسازی فرآیندی سیستماتیک است که برای تمایز، ایجاد آگاهی و افزایش وفاداری مشتری استفاده می‌شود. هدف اصلی از برندسازی یک محصول، خدمات یا سازمان، ایجاد ذهنیت و چشم انداز کسب و کار مشتریان شماسست تا جایی که آنها برای رفع نیازهایشان به شما وابسته باشند. این عملیات

حقوقی برای حل و فصل اختلافات مبدل شد. حتی قضاوت جرائم کوچک را برای بررسی به میانجی‌گران حرفه‌ای واگذار می‌کردند و احکام صادره از سوی آنان از جانب محاکم قضایی حمایت و اجرا می‌گردید (زراعت، ۱۳۸۶: ۱۱۳).

۱-۳- تحولات اساسی صورت گرفته در قاموس داوری بین‌المللی

قرن‌هاست که داوری از سوی جامعه تجاری به منزله نظام ترجیحی یا دست کم مناسب برای حل اختلافات تجاری بین‌المللی مورد پذیرش قرار گرفته است. قانون و حقوق در شناسایی و ترتیب اثر دادن به تصمیمات داوران عقب‌تر از این تحول حرکت کرده است. اکثر داوری‌ها به صورت موردی و اختصاصی برگزار می‌شده است تا با حمایت و پشتیبانی قانون. حتی در انگلیس که مدت‌ها به دلیل موقعیت حیاتی آن به عنوان محور ارسال کالا، بیمه، تجارت کالا و شرکت‌های مالی، مرکزی برای داوری تجاری بین‌المللی وجود داشت، داوری به شدت توسط دادگاه‌های انگلیس کنترل می‌شد.

در خلال این دوره، دخالت قابل توجهی از سوی دادگاه ملی در فرایند داوری، از جمله تجدیدنظر در تصمیمات ماهوی داوران وجود داشت. در نتیجه، هیچ تنظیم بین‌المللی برای داوری در کار نبود. این امر به طور ناگزیر باعث شده بود اجرای احکام داوری در هر کشوری به شکلی متفاوت باشد و نه تنها قانون داخلی آن کشور در مورد شناسایی احکام خارجی بلکه سایر عوامل سیاسی ذیربط را هم مد نظر قرار دهد (بهرامی، ۱۳۸۵: ۴۷).

در اواخر قرن نوزدهم و ابتدای قرن بیستم، توسعه رویه نوین داوری بین‌المللی آغاز شد. البته این توسعه مبتنی بر قوانین

می‌شود که ارزش آن می‌تواند از کل ارزش تمام دارایی‌های فیزیکی سازمان بیشتر شود.

برندینگ برای کسب‌وکارهای کوچک به همان اندازه مهم است که برای کسب‌وکارهای بزرگ اهمیت دارد. در واقع بسیاری از برندهای شرکت‌های بزرگ سعی می‌کنند تا شبیه شرکت‌های کوچک به نظر برسند تا بتوانند برای مصرف‌کنندگانی که ترجیح می‌دهند از برندهای مستقل حمایت کنند، جلب توجه کنند. دان ایزینگ^۱ از سازمان **Mystery** راه‌کارهایی را برای بهبود هویت برند شما بیان می‌کند: خیلی از صاحبان کسب‌وکار که با آنها تا به حال گفتگو شده است که بر این باورند که نام تجاری برای کسب و کار آنها ضروری است، اما بسیاری نمی‌دانند چرا. آنها به رابطه مستقیم بین موفقیت تجاری و داشتن یک برند قوی پی بردند و آرزو داشتند برندی ایجاد کنند که مسیر موفقیت آنها را آسانتر کند و برندسازی فقط داشتن یک لوگو یا ارائه کسب و کارشان نیست. اما تعداد کمی از آنها متوجه می‌شوند که برندهای موفق، برندسازی را هسته اصلی تجارت خود می‌کنند. در بیشتر موارد می‌توانید از کلمه برند به جای تجارت استفاده کنید. برندسازی نحوه تعریف کسب‌وکارتان برای خود، تیم و مخاطبان خارجی است، می‌توانید آن را هویت کسب‌وکارتان بنامید. اما تعداد کمی از آنها متوجه می‌شوند که برندهای موفق، برندسازی را هسته اصلی تجارت خود می‌کنند. در بیشتر موارد می‌توانید از کلمه برند به جای تجارت استفاده کنید. برندسازی نحوه تعریف کسب‌وکارتان

مستلزم فرماندهی بالا و آمادگی لازم برای سرمایه‌گذاری در آینده است. برندسازی یعنی استفاده از هر فرصتی برای توضیح اینکه چرا مردم باید یک برند را بر دیگری انتخاب کنند. برای ساخت یک برند، مدیران بازاریابی می‌توانند از هشت ابزار برای ارتباط با مشتریان و ایجاد یک برند قوی در بازار استفاده کنند: تبلیغات، روابط عمومی، تجارت، بازاریابی مستقیم، فروش شخصی، بسته بندی، رویدادها و حمایت‌های مالی و خدمات مشتری. قربانی، (۱۳۹۳). به طور کلی، برندسازی فرآیند افزایش ارزش مشتریان و سایر ذینفعان از طریق افزودن حالت احساسی و عاطفی به محصول یا خدمات است. برندسازی نتیجه پیام‌ها و گزارش‌های رسانه ای است. هرچه تعداد این پیام‌ها بیشتر باشد و محتوای مطلوب تر باشد، برند قوی تر است. برندسازی دانشی است که نشان می‌دهد تبلیغ یک نام تجاری یا برند، اعتبار و شهرت آن برند را در یک بازار رقابتی افزایش می‌دهد و اعتبار و شهرت یک برند می‌تواند مستقیماً به فروش بیشتر و قیمت‌های بالاتر برای محصولات و خدمات منجر شود. کلمات، نام تجاری تجارت هوشمند و خلق ثروت. نام تجاری ایجاد یک تمایز منحصر به فرد است که برای مشتریان، کارکنان و مدیران یک سازمان بسیار مهم است. داشتن نام تجاری قوی می‌تواند با جلوگیری از سرمایه‌گذاری‌های نامناسب و بی‌معنی، هزینه‌های شرکت شما را به میزان قابل توجهی کاهش دهد. سودآوری با جذب مشتریان وفادار به طور چشمگیری افزایش می‌یابد و از همه مهمتر، برند یک شرکت به دارایی نامشهود یک سازمان تبدیل

^۱. Dan Einzg

صنعتگران در سطح ملی وجود داشته باشد که این نیاز در سطح بین‌المللی نیز مورد بررسی قرار گیرد.

برخی از نمایشگاه‌های بین‌المللی در کشورهای اروپایی در حوزه تجارت و صنعت در آن زمان از سایر کشورها پیشی گرفت، علاقه و احساس نیاز به اینگونه حمایت‌ها را تشدید و تشویق کرد، تا جایی که به دلیل این سخت‌گیری‌ها، اذهان عمومی و مداخلات برخی جوامع و دولت‌ها که در این امر منافع بسیاری را برای خود احساس کردند، جامعه جهانی با هماهنگی، همبستگی و تلاش همه جانبه برای تدوین مقررات و قوانین یکسان و یکپارچه برای حمایت از حقوق مالکیت صنعتی که از آثار این تلاش است و انعقاد معاهدات بین‌المللی در زمینه مالکیت صنعتی که البته مهمترین این معاهدات و موافقت‌نامه‌های کنوانسیون فرانسه برای حمایت از مالکیت صنعتی می‌باشد.

۱-۳- سوءاستفاده از شهرت برند تجاری و عناصر آن

سوءاستفاده از شهرت یک برند تجاری شبه جرمی است که در کامن‌لا پا گرفته است و به‌عنوان یکی از سازوکارهای حقوقی حمایت از نمادها و علائم تجاری محسوب می‌شود که شخصیت‌های مشهور به منظور جلوگیری از سوءاستفاده از شهرت تجاری می‌توانند بدان متوسل شوند (بنتلی و براد، ۲۰۱۴). چنین شبه‌جرمی در جایی روی می‌دهد که تاجری به مصرف‌کننده القا می‌کند کالاهایش کالای تاجر دیگر است. همچنین در جایی که تاجری وانمود می‌کند کالاهایش از کیفیت کالاهای تاجر دیگر برخوردار است یا اینکه ارتباطی بین کالاهای وی و کالاهای متعلق به دیگری وجود دارد. این امر سبب می‌شود که مصرف‌کنندگان گمان کنند کالاها یا خدمتی که خریداری کرده‌اند از کیفیت کالاها و تاجر دیگر

برای خود، تیم و مخاطبان خارجی است، می‌توانید آن را هویت کسب‌وکارتان بنامید، اما آنچه درک می‌شود این است که برندسازی باید هسته اصلی کسب‌وکار شما و ارزشی را که ایجاد می‌کند تجسم کند. آنچه به نظر می‌رسد را دریافت کنید. امروزه مشتریان در تمام بخش‌های تجاری آگاه و باهوش هستند زیرا شفاف هستند و می‌توانند تلاش شرکت‌ها برای ایجاد راه‌های جدید برای جذاب‌تر کردن فروش را ببینند (قربانی، ۱۳۹۳).

۳-برند و فرایند حل اختلافات پیرامون آن

با شروع تحولات صنعتی و اقتصادی در جامعه به ویژه در جوامع غربی که از سال‌های پایانی قرن نوزدهم آغاز شد، مسائل جدید و اساسی مانند حمایت از افرادی که با تلاش خود ابزار و کالاهای منحصر به فردی تولید کرده و کیفیت عالی یا وسیله‌ای برای کشف چیزهای جدید مطرح شد و دولت‌ها را وادار کرد تا برای حمایت از این افراد به فکر تدابیر حفاظتی باشند که در این راستا مقررات حفاظتی پراکنده‌ای در برخی کشورها منعقد و تصویب شد. از این رو با افزایش فعالیت‌های تجاری و صنعتی این تصور به وجود آمد که حمایت‌های ارائه شده در برخی قوانین و مقررات به صورت پراکنده نمی‌تواند از افراد نخبه و مبتکر یا تاجر و صنعتگران در برابر خودخواهی و رباکاری برخی افراد سودجو دفاع کند. و این افراد حمایت زیادی از جوامع و دولت‌های خود می‌خواستند. از سوی دیگر توسعه و گسترش جاده‌ها و ایجاد ثبات در تجارت و بازرگانی باعث پیشرفت و توسعه هر چه بیشتر مبادلات تجاری و علمی شد. بین کشورهای مختلف و همین امر موجب شد تا نیاز به تدوین قوانین و مقررات و مناسب برای حمایت از حقوق نخبگان و مخترعان، تاجر و

در دعوی سوءاستفاده از شهرت از این واقعیت نشأت می‌گیرد که خاستگاه چنین شبه جرمی در نظام حقوقی کامن‌لا فریب است. دامنه سوءاستفاده تجاری برای در بر گرفتن نمایش غیرواقعی نسبت به کیفیت کالاها نیز گسترش می‌یابد. این امر تجار را قادر می‌سازد که واردات موازی کالاهاشان را کنترل کنند (زاپارونی، ۲۰۱۵).

۲-۳- مصادیق اختلاف

در بحث راجع به مصادیق اختلاف باید دید که ملاک و معیار اختلاف در یک علامت تجاری چیست و در چه صورت قابل رسیدگی است؟ در واقع حق طرح اعتراض نسبت به علامت در مقام مقایسه با علامت دیگر ایجاد می‌شود، بدون اینکه خود علامت دارای منع قانون باشد به صورت واضح و دقیق تر می‌توان بدین صورت بیان نمود که علامت مورد تقاضای ثبت عین یا شبیه علامتی است که قبلاً ثبت شده اظهار نامه ثبت آن مقدم تر از علامت مورد تقاضا است و با دارای سابقه استعمال مستمر بوده است مشروط بر اینکه هر دو علامت برای کالا یا خدماتی یکسان و یا مشابه باشد به گونه ای که ممکن است مصرف کنندگان نسبت به مبدأ تولید کالا گمراه شوند. اگرچه مبنای پیش بینی اعتراض و اختلاف به ثبت علائم از جهانی برای حفظ حقوق عامه و حمایت از مصرف کننده نیز بوده اما هدف اصلی حمایت از مالکان حق تقدم نسبت به علامتشان بوده است. از این رو در این مبحث به مطالعه دقیق جزئیات در خصوص اختلاف به واسطه عین یا مشابه بودن علامت تجاری اختلاف از حیث حق تقدم علامت تجاری و اختلاف از حیث علامت تجاری مشهور خواهیم پرداخت.

۲-۳-۱- اختلاف به واسطه عین یا مشابه بودن علامت تجاری

برخوردار است (صمدی، ۱۳۹۷). مسأله زمانی پیچیده تر می‌شود که مصرف کنندگان با کیفیت بد و نامرغوب محصولات متضمن حق شهرت روبه‌رو شوند. در چنین فرضی خسارت دو برابر می‌شود؛ به این دلیل که علاوه بر کاهش فروش، شهرت عاریه گرفته شده ارزش تجاری خود را از دست می‌دهد (گیلبرت، ۲۰۱۶). عناصر کلی دعوی سوءاستفاده از شهرت تجار عبارتند از:

۱- خواهان دارای ارزش تجاری باشد.

۲- خوانده اقدام به نمایش غیر واقعی کرده است تا احتمالاً عموم را فریب دهد.

۳- نمایش غیرواقعی به ارزش تجاری خواهان آسیب رسانده باشد یا برساند (وینسنت، ۲۰۱۹).

بنا به مراتب فوق، عنصر اول در موفقیت دعوی سوءاستفاده از شهرت دارا بودن ارزش تجاری است. ارزش تجاری باید از قدرت برخوردار بوده، بر مصرف کننده تأثیر داشته باشد و انگیزه آنها را برای خرید بالا ببرد. این قدرت باید ناشی از شهرتی باشد که عرضه کنندگان در کالاها و خدمات ایجاد کرده‌اند؛ شهرتی که در نتیجه هزینه‌های مالی و زمانی به وجود آمده است. این مطلب نشان از آن دارد که شهرت با گذشت زمان شکل می‌گیرد. بنابراین شخصی که حرفه‌اش را تازه آغاز کرده بعید است که در دعوی سوءاستفاده از شهرت موفق باشد (تینا و لیندا، ۲۰۲۱). نکته قابل توجه این است که ارزش تجاری بدون شهرت ایجاد نمی‌شود؛ در حالی که شهرت ممکن است از طریق تبلیغات و قبل از اینکه تجارت آغاز شود به وجود آید (والو، ۲۰۱۵). عنصر دیگر در دعوی سوءاستفاده از شهرت نمایش غیرواقعی است. ضرورت وجود چنین عنصری

مصادق عین و مشابه بودن علامت و سایر ویژگیهایی که باعث به اشتباه انداختن مصرف کننده عادی باشد اشاره کرده است. اما در بند ۲ از ماده ۹ قانون ۱۳۱۰ بیان میدارد: "در صورتی که علامت به اسم دیگری ثبت شده و یا شباهت علامت با علامت دیگری که ثبت شده است به اندازه ای باشد که مصرف کنندگان عادی یعنی اشخاصی را که اطلاعات مخصوصی ندارد به اشتباه بیندازد. همچنین در تبصره ۲ از ماده ۵ آیین نامه اصلاحی اجرایی بیان میدارد در مورد علامت تجاری شباهت مذکور در ماده ۹ قانون ممکن است از لحاظ شکل ظاهر با تلفظ یا کتابت یا به هر کیفیت دیگری باشد که مصرف کنندگان عادی را به اشتباه بیندازد.

آنچه می‌توان از مواد قوانین و آیین نامه‌های اجرایی به آن اشاره کرد این است که قانون گذار سعی بر آن داشته که از یک طرف به حمایت از حقوق دارندگان علامت بپردازد و از طرف دیگر سبب گمراهی و فریب مصرف کنندگان عادی در استفاده از علامت یکسان و مشابه در خصوص کالاها و خدمات ارائه شده در بازار نشود. اگر علامت سبب گمراهی مصرف کننده شود نقش تمایز دهندگی علامت تجاری انجام نشده و ممکن است مصرف کننده محصولی را خریداری کرده که مدنظرش نبوده و از لحاظ کیفیت و مرغوبیت جنس ممکن است یک علامت ایجاد اطمینان را برای مصرف کننده مهرومومها به همراه داشته باشد ولی چنانچه این علامت که به لحاظ عین و مشابه بودن با علامتی که دارای اعتبار با کیفیت بالا باعث شود که مصرف کننده عادی را دچار گمراهی نماید و به اعتبار شرکت یا افراد تولید کننده آن محصول یا ارائه دهنده آن خدمات خسارت جبران ناپذیری وارد سازد آن علامت قابل ثبت نخواهد بود. البته باید توجه داشت که آن دسته از کالاهایی که علامت برای آن مورد استفاده قرار

تشخیص این که علامتی با علامت دیگر از چه جهانی عین یا شباهت دارد و اینکه چه مصادیق و مواردی باعث سردرگمی مصرف کننده می‌شود منوط به مواد مندرج در قانون ۱۳۸۶ و آیین نامه اجرایی آن و کنوانسیونهای مرتبط به علامت که ایران به آنها ملحق شده است دارد و می‌توان گفت عین یا مشابه بودن یک علامت با علامت دیگر می‌تواند از حیث تمام اجزاء علامت و یا بخشی از علامت در مورد کالاها یا خدمات یکسان هم مدنظر قرار گیرد. حال باید دید با توجه به قانون معیار عین یا مشابه بودن یک علامت از علامت دیگر چیست و در چه صورت می‌توان دو علامت را عین یا مشابه دانست. بر طبق بند (ز) از ۲۲ قانون ۱۳۸۶ و ماده ۱۲۱ آیین نامه اجرایی آن اشاره به آن شده است. چنانچه دربند (ز) از قانون که فقط اشاره به عین بودن علامت است. مقرر می‌دارد: عین علامتی باشد که قبلاً به نام مالک دیگری ثبت شده و یا تاریخ تقاضای ثبت آن مقدم با دارای حق تقدم برای همان کالا و خدمات و یا برای کالا و خدماتی است که به لحاظ ارتباط و شباهت موجب فریب و گمراهی شود. در ماده ۱۲۱ آیین نامه اجرایی که به دو مصداق عین یا مشابه بودن علامت اشاره دارد عین یا شبیه علامت دیگر را مدنظر قرار داده و بیان میدارد "علامت مذکور قبلاً به اسم دیگری ثبت یا تقاضای ثبت شده باشد یا شباهت آن از لحاظ شکل ظاهر با تلفظ یا کتابت و یا سایر ویژگیها با علامت دیگری که قبلاً ثبت یا تقاضای ثبت شده به اندازه ای باشد که مصرف کنندگان عادی را به اشتباه بیندازد.

قانونگذار دربند از قانون در خصوص عین و یکسان بودن علامت چه در مرحله اظهارنامه و چه در مورد علامت ثبت شده اشاره کرده و موضوع حق تقدم ماده ۴ کنوانسیون پاریس را بیان میدارد. در مورد ۱۲۱ آیین نامه اجرایی هم به هر دو

به لحاظ ارتباط و شباهت موجب قریب و گمراهی شود. مواردی که در این بند از ماده مذکور می‌توان به آن اشاره نمود این است که در این بند مصداقی برای علامت معارض ذکر شده و آن (عین) علامت مقدم باشد و برخلاف بندهای ماده ۳۲ به مشابه بودن میان علائم اشاره ای نشده است. از این رو نقص این ماده جهت حق تقدم علائم مشابه با ماده ۱۲۱ آیین نامه اجرایی تکمیل می‌شود و مصداق مشابه بودن در داخل این ماده جهت علامت معارض، بیان می‌شود. موضوع دیگر این ماده در صورتی اعمال می‌شود که هر دو علامت علامت مقدم و علامت معارض «مورد استفاده برای کالا یا خدمات عین می‌باشد و یا اینکه شباهت و ارتباط میان کالا و خدمات دو علامت به حدی باشد. که موجب گمراهی عموم گردد. بنابراین در صورتی که عین یا شبیه علامتی تقاضا شود اظهارنامه مؤخر با توجه به سابقه اظهار نامه مقدم رد می‌شود و در صورتی که به ثبت رسیده باشد با رأی دادگاه ابطال می‌گردد. در قانون ۱۳۱۰ نیز در بند ۲ از ماده ۹ مقرر می‌دارد: «در صورتی که علامت قبلاً به اسم دیگری ثبت شده و یا شباهت علامت با علامت دیگری که ثبت شده به اندازه ای باشد که مصرف کنندگان عادی را به اشتباه بیندازد». همچنین در ماده ۳۴ قانون ۱۳۸۶ با تصریح به حق تقدم منطبق بر کنوانسیون پاریس مقررات آن را به ماده ۹ ارجاع داده است. مواد ۱۱۲ و ۱۱۳ آیین نامه اجرایی آن به نحوه اعمال و اجرای حق تقدم پرداخته است. علاوه بر موارد فوق الذکر، علائمی نیز هستند که نه سابقه ثبت دارند و نه دارای حق تقدم ناشی از اظهارنامه مقدم می‌باشند اما سابقه استفاده مستمر در خصوص آن علامت را دارند نیز مورد حمایت بوده همچنین می‌توان به علائم عین یا مشابه آن باشد هم اشاره کرده البته این گونه علائم قابل ثبت نخواهد بود در اینجا هم

میگیرد توسط چه گروه از مصرف کنندگان خریداری می‌شود و عموم را به طور کلی نمی‌توان گمراه کرد زیرا کالاهایی که توسط خریداران ماشین آلات یا لوازمات آزمایشگاهی خریداری می‌شود. پس از بررسی و دقت اقدام به خرید آن می‌نمایند. در حالی که مصرف کنندگان عادی که شامل افراد بی سواد یا کم سواد و با کودکان می‌باشند در معرض احتمال اشتباه قرار دارند.

۳-۲-۲- اختلاف از حیث حق تقدم علامت تجاری

حق تقدم به این معناست که بر اساس اظهار نامه ای که برای حق حمایت از علامت تجاری که در یکی از کشورهای عضو توسط متقاضی قائم مقام قانونی اش به ثبت رسیده است همان متقاضی یا قائم مقام قانونی اش می‌توانند به هنگام دادن اظهارنامه برای حمایت در سایر کشورهای عضو در یک دوره مشخص زمانی شش ماهه از حقوق معینی برخوردار شود از این رو اظهارنامه‌های مؤخر به نحوی برخورد خواهد شد که گویی در همان تاریخ اظهارنامه اول با مقدم ثبت شده اند. به بیان دیگر این اظهارنامه مؤخر از وضعیت تقدم در ارتباط با کلیه اظهارنامه‌های مرتبط با همان علامت که پس از تاریخ اظهار نامه اول به ثبت رسیده اند. برخوردار خواهند بود ۱ حق تقدم مزایای عملی مهم و اساسی برای متقاضی است که خواستار حمایت در کشورهای متعدد می‌باشد را به دنبال خواهد داشت در مورد حق تقدم در قانون ثبت علائم و اختراعات ۱۳۱۰ در رابطه با حق تقدم مقرر در کنوانسیون پاریس به نحو صریح و روشن مطلبی نیامده است. اما در بند (ز) ماده ۳۲ قانون ۱۳۸۶ به حق تقدم اشاره شده و چنین مقرر می‌دارد ... تاریخ تقاضای ثبت آن مقدم یا دارای حق تقدم برای همان کالا و خدمات و یا برای کالا و خدماتی است که

۳-۲-۳- اختلاف از حیث علامت تجاری معتبر و صاحب شهرت

سازوکارهای حل و فصل اختلافات ناشی از ثبت علائم تجاری مراجع رسیدگی به اختلافات در حقوق ایران حمایت قضایی به مجموعه ای از اقدامات قضایی گفته می‌شود که از طریق مراجع قضایی مانند دادگاه‌های عمومی حقوقی و کیفری و دادسرا و مراجع شبه قضائی مانند کمیسیون موضوع ماده ۱۷۰ آئین نامه ثبت اختراعات برای حفظ حقوق علائم تجاری و پیشگیری و مبارزه با نقض آن و جبران خسارت صاحبان حقوق به عمل می‌آید و بر حسب مورد منتهی به پرداخت خسارات و نیز مجازات حبس و جزای نقدی می‌شود. از این رو با تصویب قانون ۱۳۸۹ تحولی عظیم در نظام اعتراض و اختلاف در باب مرجع رسیدگی ایجاد شده است. به این ترتیب که تا قبل از تصویب قانون فوق مرجع قضائی جهت رسیدگی به اختلافات و دعاوی ناشی از علائم تجاری وفق ماده ۷ قانون ۱۳۱۰، دادگاه‌ها تعیین شده بودند. اما بر اساس ماده ۵۹ قانون ۱۳۸۶ که مرجع قضایی جهت رسیدگی در صلاحیت شعبه یا شعب خاصی از دادگاه‌های عمومی تهران می‌باشد، در بند ۲ ماده ۳۷ قانون مذکور و مواد ۱۲۱، ۱۲۴ و ۱۲۵ آئین نامه اجرایی ۱۳۸۷ متقاضی یا هر ذینفعی می‌تواند اعتراض خود را از طریق مرجع ثبت به کمیسیون موضوع ۱۷۰ آئین نامه مذکور تسلیم نماید. از این رو، رسیدگی به اعتراض و اختلافات طبق قانون ۱۳۸۹ دو مرجع هست -۱ ارجاع به کمیسیون موضوع ماده ۱۷۰ که در مرحله قبل از ثبت علائم تجاری است -۲ محاکم قضایی دادگاه‌های عمومی تهران که در مرحله بعد از ثبت علائم تجاری است. لازم به توضیح است که تصمیمات کمیسیون قابل اعتراض در مراجع قضایی است، زیرا کمیسیون از مراجع شبه قضایی محسوب می‌گردد

اشاره به حق تقدم هست ولی نه حق تقدمی که در ماده ۴ کنوانسیون پاریس اشاره شده است. این موارد هم از مصادیق اختلاف بین اصحاب دعوا میباشد و علامتی که عین یا شبیه آنها باشند ثبت نمی‌شوند.

قانون ۱۳۸۶ فاقد چنین مقرره ای است ماده ۱۲۵ آئین نامه اجرایی متضمن به رسمیت شناختن چنین حقی برای صاحب علامت دارای سابقه میباشد هر چند صراحتاً به آن اشاره ننموده است: "هرگاه اعتراض معترض مبتنی بر ادعای حق مالکیت نسبت به علامتی باشد که اظهار نامه ثبت آن تسلیم مرجع ثبت و آگهی شده است. در صورتی که علامت قبلاً به نام او ثبت نشده است باید هم زمان با اعتراض اظهارنامه ضمن اعتراض تسلیم مرجع ثبت نماید. نقضی که در قانون ۱۳۸۶ وجود دارد این است که در مورد استعمال مستمر در ماده قانونی ۱۳۸۶ اشاره نشده و برای جبران این خلا به صورت ضمنی به آن اشاره نموده و این حق را به رسمیت شناخته است. اما از آنجا که بر اساس اصول قانون گذاری آیین نامه نمی‌تواند از حدود بیان شده در قانون فراتر رود و صرفاً موظف به تشریح و بیان جزئیات عملی مصرح در قانون هست. از این رو با لحاظ جمیع موارد بیان شده. می‌توان گفت اختلافی که از حیث حق تقدم عین یا مشابه بودن علامت تجاری برای دارندگان حقوق علامت تجاری به وجود آمده، خواه علامت ثبت شده و با علامتی که در مرحله تقاضای ثبت مقدماتی باشد و یا علامتی که نه دارای حق تقدم ناشی از اظهارنامه مقدم می‌باشند اما سابقه استفاده مستمر در خصوص علامت دارند. مالک علامت و یا هر ذینفعی می‌تواند به استناد بند (ز) ماده ۳۲ و بند (ب). ماده ۴۰ و ۴۱ قانون ۱۳۸۶ و مواد ۱۲۱ و ۱۲۵ آئین نامه اجرایی آن ابطال علامت را از گروه ماده ۱۷۰ و دادگاه‌های عمومی تهران تقاضا نماید.

ماده مقرر شده است: متقاضی می‌تواند ظرف مهلت مقرر نسبت به رد اظهار نامه اعتراض خود را در دو نسخه و با پرداخت هزینه رسیدگی به رد ثبت از طریق مرجع ثبت به کمیسیون موضوع ماده ۱۷۰ این آئین نامه تسلیم نماید. پس از ثبت اعتراض نامه نسخه دوم آن با قید تاریخ و شماره وصول به معترض مسترد می‌گردد. از این رو، متقاضی از تاریخ ابلاغ اخطار رد تقاضا در صورتی که مقیم ایران باشد ۳۰ روز و در صورت اقامت در خارج از کشور ظرف ۱۰ روز فرصت دارد تا اعتراض خود را مطرح نماید. در قانون ۱۳۱۰ این مهلت ۱۰ روز از تاریخ ابلاغ به رئیس محکمه ابتدائی اول تهران طبق ماده ۷ شکایت کند که می‌توان این موضوع را از تفاوت قانون قدیم با قانون ۱۳۸۹ در خصوص مرجع اعتراض و مهلتهای زمانی ذکر کرد. همان طور که در ماده ۱۲۱ آئین نامه اجرایی بیان شد. اعتراض باید در دو نسخه تهیه شود؛ نسخه اول برای رسیدگی کمیسیون و نسخه دوم پس از ثبت اعتراض نامه توسط مرجع ثبت با قید تاریخ و شماره وصول به معترض مسترد می‌گردد. همچنین رسید پرداخت هزینه رسیدگی باید به نامه اعتراض پیوست باشد. این هزینه برای اشخاص حقیقی طبق جدول هزینه‌ها ۵۰۰,۰۰۰ ریال و برای اشخاص حقوقی ۷۵۰,۰۰۰ ریال می‌باشد. در صورتی که متقاضی از اشخاص خارجی باشد در اجرای مقررات کنوانسیون پاریس تقاضای ثبت نموده مبلغ فوق معادل مبلغ ارزی آن محاسبه خواهد شد و به حساب ارزی اداره کل مالکیت صنعتی میبایست واریز گردد. این مبالغ در صورت رد اعتراض در کمیسیون مسترد نخواهد شد.

متقاضی در متن اعتراض باید دلایل خود را برای دفاع از علامت خود بیان دارد و برای اثبات قابل ثبت بودن آن ارائه دلیل و مستندات بپردازد. از این رو بهتر است ادله و مستندات

استفاده از عبارت اتخاذ تصمیم برای نتیجه رسیدگی در کمیسیون موضوع ماده ۱۷۰ صحیح بوده و نمی‌توان آن را مشمول صدور حکم و یا صدور رأی که مصطلح برای تصمیم دادگاه می‌باشد دانست زیرا رعایت ترتیبات آیین دادرسی مدنی در باب ادله اثبات دعوی، تشکیلات و . رسمیت جلسه دادرسی ضرورت نخواهد داشت. اما از حجم پرونده‌های مطروحه در محاکم کاسته و در تصمیمات این کمیسیون که نظرات افراد خبره مبنی بر تأیید یا رد اعتراض داده شده است. محاکم قضایی به عنوان نظر حقوقی و مشورتی می‌توانند استفاده نمایند. از این رو در این فصل به بررسی موضوعات مربوط به کمیسیون موضوع ماده ۱۷۰ مرحله تجدید نظر به تصمیمات آن محاکم قضایی و تجدید نظر آراء پرداخته می‌شود. ارجاع به کمیسیون موضوع ماده ۱۷۰ شبه قضایی اعتراضات و اختلافات واصله به این کمیسیون از دو جنبه قابل بررسی پیگیری و مورد طرح می‌باشد.

۱ اعتراض به اخطار رد تقاضای ثبت علامت توسط متقاضی به نظر کارشناس اداره ثبت علائم تجاری است. که در این رسیدگی کمیسیون با یک معترض روبرو است. طبق ماده ۱۲۱ آئین نامه)

- اعتراض به آگهی تقاضای ثبت علامت توسط هر شخص ذینفعی است که علامت مورد تقاضا جهت ثبت با حقوق مکتسبه‌ی در تعارض است. در این رسیدگی کمیسیون با معترض و متقاضی ثبت علامت روبرو می‌باشد. طبق ماده ۱۲۵ آئین نامه)

بر طبق ماده ۱۲۱ آئین نامه اجرایی متقاضی می‌تواند در صورت رد اظهارنامه ثبت علامت خود که توسط اداره رد شده است، به نظر کارشناسی در این خصوص اعتراض نماید در این

۳-۴- شکایت از موضوعات برند در کشورهای خارجی و ارجاع به داوری

در دنیای اقتصادی و تجاری امروز، مفهوم برند بسیار ارزشمند است و کسب و کارها تلاش می‌کنند تا برندهای قوی و شناخته شده ای ایجاد کنند. با افزایش رقابت در بازارهای بین‌المللی، اهمیت محافظت از برند و حقوق مالکیت معنوی آن نیز افزایش می‌یابد. امکان شکایت از موضوعات مرتبط با برند در کشورهای خارجی وجود دارد. این شکایت‌ها می‌توانند شامل مواردی مانند نقض حقوق مالکیت معنوی، تقلب در استفاده از برند، سوءاستفاده از علائم تجاری، و تخلف از توافق نامه‌ها باشند. افراد و شرکت‌ها می‌توانند از امکانات حقوقی و دستگاه‌های قضایی مختلف در کشورهای خارجی برای ارائه شکایات در مورد این موضوعات استفاده کنند. برای مثال، یک کسب و کار ممکن است در کشوری موضوعی را شکایت کند که در آنجا یک شخص یا شرکت از علامت تجاری یا نام تجاری آنان بدون مجوز استفاده می‌کند یا محصولات جعلی تحت نام برند آن کسب و کار تولید می‌کند. این شکایت‌ها می‌توانند به تعویق توقف فعالیت‌های نامشروع، خسارات مالی، و حفاظت از حقوق مالکیت معنوی منجر شوند (سهرابی و حسینی، ۱۳۹۷).

به عبارت دیگر، امکان شکایت از موضوعات برند در کشورهای خارجی به کسب و کارها اجازه می‌دهد تا از حقوق خود در مورد برند و محصولات خود دفاع کنند و از تخلفات دیگران در زمینه استفاده نادرست از برندها جلوگیری کنند. شکایت از موضوعات برند در کشورهای خارجی یک فرآیند پیچیده است که نیاز به رعایت مراحل مختلف دارد. در ادامه به برخی از مراحل اصلی این فرآیند اشاره می‌شود:

خاصی داشته باشد، ضمیمه اعتراض خود نماید. پس از آنکه اعتراض نامه نزد اداره ثبت گردید تا زمانی که کمیسیون به آن رسیدگی نماید اقداماتی توسط مرجع ثبت انجام می‌شود. همان طور که بیان شد اعتراضات و اختلافات واصله به این کمیسیون از دو جنبه قابل بررسی و مورد طرح می‌باشد.

۳-۳- شکایت از برند

اولین و مهم ترین شرط از شرایط شکایت از برند، اثبات حق مالکیت شاکی بر برند می‌باشد. افراد به منظور شکایت از برندی که در مراحل ثبت قرار دارد، می‌بایست از طریق اداره مالکیت معنوی اقدام نمایند، اما شکایت از برند ثبت شده، پس از تهیه مدارک لازم و دانلود و مطالعه نمونه متن‌های شکایت از برند، در دفاتر خدمات قضایی صورت می‌گیرد (اسکندرپور و همکاران، ۱۴۰۰). شرط بعدی از شرایط شکایت از برند آن است که، فرد بتواند ادعای کپی برداری، سو استفاده و یا وجود شباهت در علامت تجاری را اثبات نماید. بنابراین، در صورتی که عمل فرد، نقض حقوق مالکیت بر برند تلقی نگردد، مالک حق هیچ گونه شکایتی را نخواهد داشت. بنابراین، مطابق ماده ۴۰ قانون ثبت اختراعات، طرح‌های صنعتی و علائم تجاری، استفاده از هر برندی که در ایران ثبت شده باشد، توسط هر شخص غیر از مالک برند، مشروط به موافقت مالک آن بوده و در غیر این صورت، مالک علامت ثبت شده می‌تواند علیه هر شخصی که بدون موافقت وی از علامت استفاده کرده و یا شخصی که مرتکب عملی شود که عادتاً منتهی به تجاوز به حقوق ناشی از ثبت علامت گردد، در دادگاه اقامه دعوی نماید و با وجود شرایط شکایت از برند، حق خود را به اثبات رساند (عباسپور و وظیفه دوست، ۱۳۹۶).

که حقوق مالکیت معنوی تأمین شود یا جریمه مالی پرداخت شود، ادامه دارد (شیروی، ۱۳۹۱).

نتیجه‌گیری

امروزه استفاده از برندهای مشهور در بازاریابی و تبلیغات موجب جذابیت و اعتماد مصرف‌کنندگان به خرید کالا و خدمت می‌گردد. تحقیقات نشان داده است که بخش عظیمی از تصمیمات منجر به خرید از طریق نمادهای بصری اتفاق می‌افتد و خریداران نیازمند مرجعی جهت تأیید و تضمین خرید خود هستند. اشخاص مشهور در واقع ابزاری اطمینان‌بخش برای باورپذیری و برقراری ارتباط مناسب میان محصولات با مصرف‌کنندگان هستند و ارزش تجاری کالا و برند آن را افزایش می‌دهند. سوءاستفاده از شهرت و استفاده از شاخصه‌های برند مشهور بدون رضایت آنان می‌تواند تصویر متناقضی از آنان در اذهان عمومی ایجاد کند که در نهایت موجب خدشه به شهرت و شخصیت این افراد می‌گردد. ضرورت حمایت از حق شهرت قابل انکار نیست و نظام‌های حقوقی ملی با توسل به حقوق مالکیت فکری تلاش کرده‌اند از شاخصه‌های مختلف شهرت حمایت کنند.

بررسی و تأمل در شرایط حمایت از این مسئله ذیل قوانین حقوقی بین‌المللی نشان‌دهنده این است که در برخی از کشورهای پیرو نظام حقوقی کامن‌لا، رویه قضایی برای حمایت از حق شهرت بر دو نهاد «تضعیف علامت» و «سوءاستفاده از علامت ثبت شده دیگری» استناد می‌کند و از این طریق از کدر کردن و مخدوش شدن یک برند تجاری و نمایش غیرواقعی خصایص آن برند جلوگیری می‌شود. تلاش حقوق مالکیت فکری برای حمایت از حق شهرت با استفاده از نظام‌های موجود در این نظام هرچند می‌تواند تا اندازه‌ای از

تعیین حقوق مالکیت معنوی: در ابتدا، شکایت کننده باید حقوق مالکیت معنوی خود را شناسایی و تعیین کند، اعم از علامت تجاری، نام تجاری، اختراع یا حقوق تألیف و تصحیح. این مرحله شامل جمع آوری مدارک و اسناد مرتبط با حقوق مالکیت معنوی می‌شود.

انتخاب مرجع: شکایت کننده باید تصمیم بگیرد که شکایت خود را در کدام مرجع حقوقی متقاضی کند. این مرجع ممکن است دیوان عدالت بین‌المللی یا دیگر دستگاه‌های قضایی مرتبط با کشور مقصد باشد.

تهیه دعوای قانونی: بعد از تعیین مرجع، شکایت کننده باید دعوای قانونی را تهیه کرده و در آن جزئیات شکایت خود را ذکر کند. این دعوا باید حاوی مدارک و شواهد مربوط به ادعاهای شکایت باشد.

ارسال دعوا: دعوای قانونی به مرجع مشخص شده برای پروسه شکایت ارسال می‌شود.

مراحل دادرسی: در این مرحله، پروسه دادرسی و پیگیری شکایت آغاز می‌شود. این ممکن است شامل جلسات دادگاه، تبادل اسناد و مدارک و ادله، و شناختن حقوق شکایت کننده باشد.

تصمیم دادگاه: دادگاه مربوط تصمیم خود را در مورد شکایت صادر می‌کند. این تصمیم ممکن است شامل تعیین جریمه مالی، توقف فعالیت‌های نامشروع یا تعیین حقوق مالکیت معنوی باشد.

اجرای تصمیم: در صورتی که دادگاه تصمیم به سود شکایت کننده صادر کرده باشد، اجرای تصمیم آغاز می‌شود و تا زمانی

این قراردادهای حادث می‌شود که ناشی از نوع تفسیر یا اجرای آن است. در صورت بروز چنین اختلافاتی، چگونگی حل و فصل آن از نکات حائز اهمیت به شمار می‌رود.

از آنجایی که بروز اختلافات تجاری موجب تاثیر منفی بر سرعت و امنیت اعمال تجاری شده و تجار نیز نسبت به حفظ سرمایه‌های خود احساس امنیت لازم را ندارند، باید قبل از هر اقدامی، تجار و نیز کسانی که به تنظیم قراردادهای تجاری مبادرت می‌کنند، با اعمال انواع مکانیسم‌های حل و فصل اختلافات تجاری آشنا و نسبت به محاسن و معایب آنها آگاهی‌های لازم را کسب کنند تا بر اساس شرایط و موضوع قرارداد بتوانند بهترین و موثرترین شیوه را انتخاب کنند. به منظور پرداختن به موضوع دادگاه‌های صالح برای رسیدگی به اختلافات مربوط به قراردادهای تجارت بین‌المللی باید گفت که برخلاف حقوق داخلی که در آن محاکم داخلی، صلاحیت رسیدگی به اختلافات بین افراد را دارند و نیز برخلاف حقوق بین‌الملل که در آن محاکم بین‌المللی صلاحیت رسیدگی به اختلافات بین دولت‌ها و تابعان حقوق بین‌الملل را دارند، نظیر دیوان بین‌المللی دادگستری و دیگر محاکم قضایی بین‌المللی، در حقوق تجارت بین‌الملل اصولاً نمی‌توان چنین محاکم بین‌المللی که به اختلافات تجاری بین‌المللی بین تجار رسیدگی می‌کنند را مشاهده کرد.

دو نهاد به طور عمده حل و فصل اختلافات تجاری بین‌المللی را بر عهده دارند که بخش عمده صلاحیت آنها، رسیدگی به اختلافات تجاری و اقتصادی بین دولت‌هاست؛ نه تجار و بازرگانان و به طور کلی اشخاص خصوصی. یکی از این نهادها، مرکز حل و فصل اختلافات مربوط به سرمایه‌گذاری‌های خارجی موسوم به «ایکسید» است که بر اساس معاهده

شاخصه‌های حق شهرت حمایت به عمل آورد، لکن به دلیل الزامات خاص و مقرر در هریک از این نظامها و ماهیت ویژه حق شهرت این حمایت نمی‌تواند جامع و مورد انتظار این اشخاص باشد. بدین منظور برای پاسخگویی به دعاوی که در این میان بین صاحبان برند تجاری و اشخاص و یا نهادها و شرکت‌هایی که از حسن شهرت و اعتبار یک برند سوءاستفاده کرده‌اند موجب شده است که رهیافت قانونی سریع‌الاثری همچون داوری به میان آید تا بتوان از رهگذر آن با یک بررسی تخصصی، تسریع یافته و بدور از تشریفات قانونی دارای اطلاع، بتوان به بهترین نتیجه در این خصوص دست پیدا نمود. به نوعی که مرتکبین و نقض‌کنندگان حقوق برند که از اعتبار و هویت یک برند سوءاستفاده می‌کنند، خسارات و اضرار وارد شده به صاحبان برند را از حیث مادی و معنوی، جبران نمایند.

به طور کلی کارآمدی نهاد داوری در این میان، صلاحیت‌هایی است که در نصوص و موازین بین‌المللی به آن اعطا نموده و از سوی دیگر، ژرف کاوی پرونده رسیدگی به جرایمی از این قبیل متناسب با نوع دعوی به صورت تخصصی و کارشناسانه از مهمترین مزیت‌هایی است که صاحبان صنایع، کسب و کارها و تجار می‌توانند به مدد آن با خاطری آسوده‌تر، در حوزه تجارت و دادوستد ملی و بین‌المللی وارد شوند. نهادهای فعال در زمینه داوری از جمله نهادهای مختلفی که در خصوص داوری فعالیت می‌کنند، می‌توان به داوری اتاق بازرگانی بین‌المللی مستقر در پاریس و داوری اتاق لندن و نیز داوری‌های سازمانی متعددی که در گوشه و کنار جهان در کشورهای مختلف پایه‌گذاری شده است، اشاره کرد. گاهی اوقات پس از انعقاد قراردادهای تجاری بین‌المللی یا در جریان اجرای مفاد مربوط به این قراردادهای اختلافاتی میان طرفین

کلی‌تر آشنا نبودن به محیط حقوقی حاکم بر کشور مقرر دادگاه توسط فرد خارجی اشاره کرد. روش دیگر رسیدگی به اختلافات تجاری بین‌المللی و حل و فصل این اختلافات که امروزه نیز با اقبال جامعه تجاری بین‌المللی مواجه شده و مورد پذیرش نظام‌های حقوقی داخلی و قوانین و مقررات بین‌المللی قرار گرفته، مراجعه به روش‌های جایگزین حل و فصل اختلافات است.

متعاقباً باید خاطر نشان ساخت که منظور از شیوه‌های جایگزین حل و فصل اختلافات، آن دسته از روش‌هایی است که در آن شخص ثالث خصوصی به جای محاکم ملی، حل و فصل اختلافات را بر عهده می‌گیرد که نتیجه توسل به این روش‌ها توسط بازرگانان، نفی صلاحیت از محاکم ملی است. این روش‌ها عبارت از داوری، میانجی‌گری، سازش، رسیدگی‌های اختصاری یا دادگاه‌های خصوصی و مراجعه به کارشناسان خبره و بی‌طرف است. یکی از روش‌های جایگزین حل و فصل اختلافات که دارای طرفداران بسیاری است، مراجعه به داوری است که بیشتر در بین جامعه بین‌المللی تجار جریان دارد و مورد تایید نظام‌های حقوقی بین‌المللی و داخلی قرار گرفته است. همچنین باید گفت که منظور از داوری، حل و فصل اختلافات توسط شخص ثالث خصوصی از طریق صدور رای الزام‌آور است، این روش در سال‌های اخیر یعنی از نیمه دوم قرن ۲۰ به بعد، بیشتر مورد استفاده تجار قرار گرفته است و در مقایسه با مراجعه به محاکم ملی دارای مزایا و محاسنی است که از جمله این مزایا می‌توان به سرعت در رسیدگی، محرمانه بودن رسیدگی و تخصصی بودن رسیدگی‌ها اشاره کرد. داوری در اغلب نظام‌های حقوقی داخلی به رسمیت شناخته شده و به دو شکل موردی و سازمانی است همچنین طرفین قراردادهای تجاری بین‌المللی

واشنگتن در سال ۱۹۶۶ زیر نظر بانک جهانی تاسیس شد و صلاحیت آن رسیدگی به اختلافات مرتبط با سرمایه‌گذاری‌های خارجی بین سرمایه‌گذاران از یک سو و دولت‌های سرمایه‌پذیر از سوی دیگر است. یکی دیگر از این نهادها، سازمان تجارت جهانی است که آن نیز یک نهاد قضایی بین‌المللی محسوب می‌شود، صلاحیت این نهاد تنها رسیدگی به اختلافات بین دولت‌های عضو سازمان تجارت جهانی است و تجار و بازرگانان حق ارجاع اختلاف‌های خود به این نهاد بین‌المللی را ندارند. با وجود این تعاریف، این پرسش همچنان پابرجاست که آیا در جامعه بین‌المللی، محاکم یا نهادهایی وجود دارند که صلاحیت رسیدگی به اختلافات بین بازرگانان را داشته باشند؟ در حقیقت موضوع اصلی این است که روش‌های حل و فصل اختلافات مربوط به قراردادهای تجاری بین‌المللی بین تجار، چه مواردی را شامل می‌شود.

به طور کلی در سطح بین‌المللی دو روش برای فیصله اختلافات تجار وجود دارد، روش اول مراجعه به محاکم داخلی یا ملی است که به واسطه آن تجار بین‌المللی می‌توانند در مواردی که به اختلافی برخورد می‌کنند، به محاکم ملی مراجعه کنند. به عنوان مثال در عقد بیع بین‌المللی کالا، خریدار و فروشنده حق دارند به محاکم ملی دولت متبوع خود یا طرف دیگر قرارداد یا محاکم ملی کشور دیگر که در ضمن قرارداد بر اساس شرط محکمه صالح، تعیین شده است، مراجعه کنند. مراجعه به محاکم ملی برای حل و فصل اختلافات ناشی از قراردادهای تجاری بین‌المللی دارای محاسن و معایبی است که معایب آن بیشتر از مزایای آن است؛ به طور مثال می‌توان به نداشتن اطلاعات کافی از قوانین و مقررات ماهوی داخلی، آشنا نبودن به تشکیلات قضایی و آیین رسیدگی در دادگاه‌ها، مشکلات مربوط به زبان و به تعبیر

اسماعیل، حسن جبودی (۲۰۱۷). مدی جواز لجوء الدولة إلى التحكيم فی منازعات الإستثمار الأجنبي. ۱۹۸- (۴)، Academic Journal of Nawroz University, ۲۳۳.

اعتمادی، فرهاد. (۱۳۸۴). دادگاه داوری دعوی ایران و آمریکا، کتابخانه گنج دانش، ۱۳۸۴، چاپ اول

افتخار جهرمی، گودرز (۱۳۸۷)، تحولات نهاد داوری در قوانین موضوعه ایران و دستوراد در حوزه داوری بین‌المللی، مجله تحقیقات حقوقی، شماره ۲۷ و ۲۸.

افتخار جهرمی، گودرز، (۱۳۸۷)، تحولات نهاد داوری در قوانین موضوعه ایران و دستوراد آن در حوزه داوری بین‌المللی، مجله تحقیقات حقوقی، شماره ۲۷ و ۲۸

امیر معزی، احمد، (۱۳۸۷)، داوری بین‌المللی در دعاوی بازرگانی، چاپ اول، انتشارات دادگستر.

امیر معزی، احمد (۱۳۸۷)، داوری بین‌المللی در دعاوی بازرگانی، تهران: انتشارات دادگستر.

انصاری نسب، مصطفی (۱۳۹۱)، نقش دادگاه‌های دادگستری در داوری بازرگانی بین‌المللی، تهران: انتشارات اندیشه گران جوان.

انصاری، مسعود و طاهری، محمدعلی. (۱۳۸۴). دانشنامه حقوق خصوصی، تهران: انتشارات محراب فکر، چاپ اول، جلد یک.

آخوندی، محمد. (۱۳۹۵). آیین دادرسی کیفری، ویرایش جدید با اضافات، جلد چهارم، تهران: مجد.

آزمایش، علی. (۱۳۹۴). تقریرات درس آیین دادرسی بین‌المللی. دوره دکتری حقوق کیفری و جرم‌شناسی دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران مرکزی.

البدری، کافی زغیر شتون البدری. (۲۰۲۱). التحكيم التجاري الدولي فی القانون العراقي. الرافدين للحقوق، ۲۳ (۷۴)، ۷۰-۱۰۳.

بردبار، محسن. (۱۳۸۴) صلاحیت در دیوان‌های داوری بین‌المللی، تهران: انتشارات ققنوس، چاپ اول.

بناوند، مرتضی. (۱۳۹۸). تأثیر تجارب برند از طریق اعتبار به برند بر اعتبار برند (مورد مطالعه: هتل‌های کلاردشت). کنگره بین‌المللی مدیریت و کسب و کار.

بوشهری، جعفر (۱۳۹۴). حقوق اساسی. جلد اول. اصول و قواعد. تهران: شرکت سهامی انتشار.

بهبهانی، محمدرحیم (۱۳۹۵)، جایگاه نهاد داوری در حقوق ایران با رویکرد فقهی، مبانی فقهی حقوق اسلامی، شماره ۱۸.

بهرامی، بهرام (۱۳۸۴). آیین دادرسی مدنی، تهران: انتشارات نگاه بینه، ۱۳۸۵، چاپ نهم، جلد اول.

به دو طریق می‌توانند اختلاف‌های خود را به داوری ارجاع کنند؛ روش نخست از طریق درج شرط داوری در قرارداد اصلی و روش دوم بعد از بروز اختلاف و از طریق انعقاد قرارداد جداگانه داوری است. امروزه در اغلب نظام‌های حقوقی داخلی (به عنوان مثال قانون داوری تجاری بین‌المللی ایران مصوب ۱۳۷۶) فیصله اختلاف‌های تجاری بین‌المللی از طریق داوری به رسمیت شناخته شده است و قوانین و مقررات بین‌المللی متعددی در زمینه آیین داوری و شناسایی و اجرای آرای داوری خارجی نظیر «کنوانسیون شناسایی و اجرای آرای داوری خارجی ۱۹۵۸ نیویورک» به تصویب دولت‌ها رسیده است.

سپاسگزاری

از معاونت محترم پژوهشی به خاطر حمایت حمایت معنوی در اجرای پژوهش حاضر سپاسگزاری می‌شود.
از آقای دکتر عبدالله عزیززاده به خاطر بازبینی متن مقاله و ارائه نظرهای ساختاری تشکر و قدردانی می‌شود.
از داوران محترم به خاطر ارائه نظرهای ساختاری و علمی سپاسگزاری می‌شود.
نگارندگان بر خود لازم می‌دانند از آقای دکتر محمد رسول آهنگران به خاطر مطالعه متن مقاله حاضر و ارائه نظرهای ارزشمند سپاسگزاری نمایند.

منابع

ابدالی، مهرداد. (۱۳۹۸). تحلیل مفاهیم اعتبار حقوقی و هنجار حقوقی (مقاله علمی وزارت علوم). مدرس علوم انسانی-پژوهش‌های حقوق تطبیقی ۱۳۸۹ شماره ۲ (پیاپی ۶۷)

اسکندری، بهروز؛ حیدری عراقی، بابک. و صائب نیا، سمیه. (۱۴۰۰). بررسی تاثیر اعتبار برند با نقش میانجی گری استراتژی احیای خدمات. مدیریت کسب و کار، (۵۰)، ۲۲-۴۲.

- زیبگ زاده، ابراهیم، (۱۳۸۹). حقوق سازمان‌های بین‌المللی، تهران: مجمع علمی و فرهنگی مجد.
- پیران، حسین، (۱۳۸۹). مسایل حقوقی سرمایه‌گذاری بین‌المللی؛ انتشارات گنج دانش.
- تاپ من، مایکل، (۱۳۶۹). جرح و سلب صلاحیت از داوران در داورى تجارى بین‌المللى، مترجم: محمدجواد میرفخرایى، مجله حقوقى، شماره ۱۲.
- تاپ من، مایکل، (۱۳۶۹). جرح و سلب صلاحیت از داوران در داورى تجارى بین‌المللى، ترجمه محمد جواد میرفخرایى، مجله حقوقى دفتر خدمات حقوقى بین‌المللى، شماره ۱۲.
- تفرشى، محمد عیسی و اسدی نژاد، سید محمد، (۱۳۸۷). ویژگی‌های مقررات داورى سازمان جهانی مالکیت فکرى و مقایسه آن با قانون داورى تجارى بین‌المللى، فصلنامه حقوق دانشکده حقوق و علوم سیاسى دانشگاه تهران، دوره ۲۸، شماره ۱.
- جعفرى لنگرودى، محمدجعفر (۱۳۹۸). ترمینولوژى حقوق، تهران: نشر گنج دانش.
- جلالى، محمود (۱۳۸۲). حل و فصل دعاوى سرمایه‌گذارى از طریق داورى ایکسید و ضرورت الحاق ایران، مجله تخصصى الهیات و حقوق.
- جنیدى، دکتر لعلیا: اجراء آراءى داورى بازرگانى خارجى، موسسه مطالعات و پژوهش‌هاى حقوق تهران: ۱۳۸۱، شماره ۲۱۷.
- جنیدى، لعلیا (۱۳۸۷). نقد و بررسی تطبیقى قانون داورى تجارى بین‌المللى، تهران: دانشگاه تهران.
- حبیب زاده، توکل (۱۳۸۳). معاهدات دو جانبه سرمایه‌گذارى، مجله حقوقى، شماره ۳۰.
- حجازى، غزل، (۱۳۹۱). آشنایى با کمیسیون حقوق تجارت بین‌الملل، مجله آنلاین حقوق بین‌الملل، تخصصى فقه و حقوق، خرداد.
- حیاتی، علی‌عباس (۱۳۸۴). شرح قانون آیین دادرسی مدنى، تهران: انتشارات سلسبیل، چاپ اول.
- خدابخشى، عبدالله (۱۳۹۷). حقوق داورى و دعاوى مربوط به آن در رويه قضایى، تهران: انتشارات سهامى انتشار.
- خزایى، مرتضى (۱۳۸۸). داورى و بررسی مهم‌ترین نظام‌هاى حقوقى داورى در جهان، تهران: انتشارات دفتر خدمات بین‌المللى
- دهخدا، على اکبر (۱۳۷۳). لغت نامه دهخدا، انتشارات دانشگاه تهران، تهران.
- زراعت، عباس (۱۳۸۶). محشای قانون آیین دادرسی مدنى، تهران: انتشارات ققنوس، چاپ اول.
- زراعت، عباس، (۱۳۹۲). آیین دادرسی کیفرى، چاپ اول. تهران: میزان.
- زندى، محمدرضا (۱۳۹۲). داورى رويه قضایى دادگاه تجدیدنظر استان تهران در امور مدنى، تهران: جنگل.
- زندى، محمدرضا، (۱۳۸۹). داورى، چاپ دوم، تهران: انتشارات جنگل.
- سروى، محمد باقر (۱۳۸۶). نگرش کاربردى به موضوع داورى در حقوق ایران، تهران: انتشارات دانشگاه تهران.
- سهرابى، شهلا، حسینی، زیبا، (۱۳۹۷). تاثیر تجربه برند بر اعتماد برند با نقش میانجى اعتبار برند، کنفرانس بین‌المللى نوآوری در مدیریت کسب و کار و اقتصاد، تهران.
- سیفی، دکتر سید جمال، (۱۳۷۷). قانون داورى تجارى بین‌المللى ایران همسو با قانون نمونه داورى آنستیرال، مجله حقوقى شماره
- سیفی، سید جمال (۱۳۷۷). قانون داورى تجارى بین‌المللى ایران همسو با قانون نمونه آنستیرال، مجله حقوقى دفتر خدمات حقوقى بین‌المللى، شماره ۲۳.
- شمس، عبدالله (۱۳۸۲). موافقتنامه داورى و صلاحیت دادگاه، مجله تحقیقات حقوقى دانشگاه شهید بهشتى، شماره ۳۷.
- شمس، عبدالله (۱۳۸۴). آیین دادرسی مدنى، جلد سوم، تهران: انتشارات ادراک.
- شمس، عبدالله، (۱۳۸۲). موافقتنامه داورى و صلاحیت دادگاه، مجله تحقیقات حقوقى، شماره ۳۷
- شیروى، عبد الحسین، (۱۳۸۹). حقوق تجارت بین‌الملل. تهران: انتشارات سمت.
- شیروى، عبدالحسین (۱۳۹۱). داورى تجارى بین‌المللى، چاپ اول، تهران: نشر دانشگاه تهران.
- صادقى، محسن (۱۳۹۴). اصول حقوقى و جایگاه آن در حقوق موضوعه، تهران: میزان.
- صدرزاده افشار، سید محسن، (۱۳۸۲). آیین دادرسی مدنى و بازرگانى، چاپ هفتم انتشارات جهاد دانشگاهى تهران.
- صدرزاده افشار، محسن (۱۳۸۴). آیین دادرسی مدنى و بازرگانى، تهران: انتشارات جهاد دانشگاهى، چاپ هشتم
- صفایى، سید حسین (۱۳۷۰) حقوق بین‌الملل و داورى‌هاى بین‌المللى، تهران: انتشارات میزان.
- صفایى، سید حسین، (۱۳۹۱). سخنى چند درباره نوآوری و نارسایى‌هاى قانون داورى تجارى بین‌المللى ایران، مجله دانشکده حقوق و علوم سیاسى تهران، شماره ۱۴۰.
- صفایى، سیدحسین (۱۳۸۷). مفهوم و نقش داورى در بازرگانى بین‌المللى، تهران: میزان.
- صفائى، سیدحسین (۱۳۷۵). حقوق بین‌الملل و داورى‌هاى بین‌المللى، تهران.
- ضیایى بیگدلى، دکتر محمدرضا، (۱۳۸۲). حقوق بین‌الملل عمومى، تهران: گنج دانش.
- عباسپور، سعید، و وظیفه دوست، حسین. (۱۳۹۶). بررسی عوامل تاثیر گذار بر اعتبار نام تجارى، دهمین کنفرانس بین‌المللى حقوق، اقتصاد و مدیریت، رشت.

مصلحی، جلال، (۱۳۸۴)، حدود مداخله دادگاه‌های ملی در روند داوری، مجله پژوهش حقوق و سیاست، شماره ۱۶ و ۱۵

معین، محمد (۱۳۷۱)، فرهنگ فارسی معین، انتشارات امیرکبیر، تهران.

منیری، ج (۱۳۸۳)، آنیسترال، اهداف ساختار، فصل نامه اقتصاد سیاسی، پژوهشکده اندیشه برتر، شماره ۲۷.

موحد، دکتر محمد علی (۱۳۷۴)، درس‌هایی از داوری‌های نفتی، تهران: انتشارات دفتر خدمات حقوقی و بین‌المللی جمهوری اسلامی ایران، جلد اول.

موحد، محمد علی (۱۳۸۹)، دعاوی کنسرسیوم در برابر دیوان داوری ایران - امریکا، مجله کانون وکلای دادگستری، شماره ۱۵۳ - ۱۵۲.

مهاجری، علی، (۱۳۸۰)، شرح قانون آیین دادرسی مدنی دادگاه‌های عمومی و انقلاب، جلد سوم، چاپ اول، انتشارات کتابخانه گنج دانش.

نورزاده، مسعود (۱۳۸۱)، گات، آنیسترال و آنکتاد در گذر زمان، اطلاعات سیاسی و اقتصادی، ش ۲۰۹ و ۲۱۰.

نیک بخت، حمید رضا (۱۳۸۸) داوری تجاری بین‌المللی (آیین داوری)، چاپ اول، تهران: انتشارات اتاق بازرگانی.

واحدی، جواد، (۱۳۷۲)، ابلاغ رای داور، مجله دانشکده حقوق و علوم سیاسی دانشگاه تهران، شماره ۳۰

واحدی، قدرت الله، (۱۳۷۹)، بایسته‌های آیین دادرسی مدنی، چاپ اول، نشر میزان.

هوشمند فیروزآبادی، حسین و بطحایی، فرهاد (۱۳۹۶)، بررسی ماهیت فقهی داوری، فصلنامه پژوهش‌های فقه و حقوق اسلامی، شماره ۴۸

Acharya. Amitav (۲۰۰۴) "How Ideas Spread: Whose Norms Matter? Norm Localization and Institutional Change in Asian Regionalism" International Organizations in trade regulation making. ۵۸, pp: ۲۲۹-۲۷۵.

Amro, I. A. S. (۲۰۱۹). Online arbitration in theory and in practice: a comparative study of cross-border commercial transactions in common law and civil law countries. Cambridge Scholars Publishing.

Anna Shaw ,۴ January ۲۰۲۱, Communications and Promotional Marketing Strategy, ۲۰۲۱ - ۲۰۲۰, Head of Communications and Marketing.

Banlaoi. Rommelc (۲۰۰۲) "The Role of Arbitration choice in the Global Campaign Disputes". Vol. ۲۴, No. ۲, pp: ۲۹۴-۳۱۲.

Bernstein Ronald. (۱۹۹۸). HandBook of Arbitration Practice. London. sweet &

عنایت، سید حسین (۱۳۷۸)، محرمانه یا آشکار بودن داوری تجاری، مجله تحقیقات حقوقی تحقیقات حقوقی، دانشگاه شهید بهشتی تهران: شماره ۲۷ - ۲۸.

عنایت، سید حسین (۱۳۷۸)، محرمانه یا آشکار بودن داوری تجاری، مجله تحقیقات حقوقی دانشگاه شهید بهشتی، شماره ۲۷-۲۸.

فیروزی، مهدی و پاک، علیرضا (۱۳۹۱) معرفی سازمانهای مرتبط با تجارت بین‌المللی، پایگاه مجلات تخصصی نور. خرداد.

کامیار (کارکن)، محمدرضا، (۱۳۸۶)، گزیده آرای دادگاه‌های حقوقی، مجموعه سوم، چاپ اول، تهران: نشر حقوقدان.

کریمی، عباس (۱۳۹۱)، حقوق داوری داخلی، تهران: انتشارات دادگستر.

کریمی، عباس (۱۳۸۶) آیین دادرسی مدنی، تهران: انتشارات مجد، ۱۳۸۶، چاپ اول

کاشانی، جواد و شیخانی، مهدی (۱۳۹۱)، صدور قرار اقدامات احتیاطی قبل از تشکیل مرجع داوری توسط داور اضطراری طبق قواعد جدید مرکز داوری ICC و قانون داوری بین‌المللی سوئیس، مجله حقوقی دفتر خدمات حقوقی بین‌المللی، شماره ۴۶.

کریم عیسی حسان العزوی (۲۰۱۹). تحریر التجارة الخارجية واثارها على اقتصادات الدول النامية بشكل عام والعراق خاصة.

لنگرودی، دکتر محمد جعفر (۱۳۸۷)، دایره المعارف حقوق مدنی و تجارت، ج ۱، تهران: سمت.

مافی، همایون و تقی‌پور، محمد حسین (۱۳۹۵)، ماهیت حقوقی نهاد داوری، فصلنامه پژوهشی حقوق خصوصی، شماره ۲۱.

مجموعه قوانین (۱۳۸۱)

مجموعه قوانین (۱۳۸۶)

محبی، محسن (۱۳۷۸)، نظام داوری اتاق بازرگانی بین‌المللی، مجله حقوقی دفتر خدمات حقوقی بین‌المللی، شماره ۲۴.

محبی، محسن (۱۳۸۴)، نظام داوری اتاق بازرگانی بین‌المللی، انتشارات کمیته ایرانی داوری بین‌المللی.

محسنی، حسن (۱۳۸۴)، مفهوم اصول دادرسی و نقش تفسیری آنها و چگونگی تمیز این اصول از تشریفات دادرسی، مجله کانون وکلا، شماره ۲۳.

محمدزاده اصل، حیدر (۱۳۸۹)، داوری در حقوق ایران، تهران: ققنوس.

مردانی، نادر و بهشتی، محمدجواد، (۱۳۸۵)، آیین دادرسی مدنی، جلد دوم، چاپ اول نشر میزان.

مصلحی عراقی، حسینعلی و صادقی، محسن (۱۳۸۵)، بررسی جریان رسیدگی در شیوه‌های جایگزین حل و فصل اختلاف، مجله حقوق تطبیقی، شماره ۱

Braudo serge. (۱۹۹۵). propos Sur la Mediation en Matiere Civile. Gazette du palais No ۴۱.

Chow. Jonathan T(۲۰۰۵) "ASEAN Counterterrorism Cooperation since ۹/۱۱" Asian Survey. Vol. ۴۵. No. ۲. pp: ۳۰۲-۳۲۱.

Hill Richard. (۱۹۹۹). On line Arbitration : Issues and Solutions Arbitration International. vol. ۱۵. no ۲.

LEWJ.D.(۲۰۰۵). the arbitration of intellectual ProPert disPutes. WIPO.

New York Convention on Recognition and Enforcement of Foreigne Arbitral Awards. Espringer. www.sciencedirect.com. February ۲۰۰۶.

Okekelfre Andrew. (۱۹۹۷). The Uncitral Model law and the problem of Delay in International commercial Arbitration. Journal of International Arbitration Vol ۱۴. no ۱ march ۹- Van Houtte.

Prawindarti. Lianita (۲۰۰۵) "The ANCTAD Security Community: Reconciling Traditional and Non- Traditional Security Issues" Italy: University of Trento. School of International Studies.

Rustambekov, I. (۲۰۲۱). Uzbekistan: The New—and First—International Commercial Arbitration Law. ICC Dispute Resolution Bulletin(۲) ..

United Nation Conference on Trade and Development. Dispute Settlement world Intellectual Property Organization.۴.۱ Arbitration and Mediation Center.UNCTAD/ EDM/Misc. ۲۳۲/Add