

**TOVAR BELGILARIDAN TIJORAT MAQSADIDA  
FOYDALANISHDA UNING HUQUQIY MAQOMI**

**Baratova Sabina Maxkamovna**

Toshkent davlat yuridik universiteti magistri

Email: [sabinabaratova99@gmail.com](mailto:sabinabaratova99@gmail.com)

**Annotatsiya:** mazkur maqola O'zbekiston Respublikasida tovar belgilaridan tijorat muomalasida foydalanish borasida ayrim masalalarning xalqaro va xorijiy tajribalar asosida chuqur tahlil qilish hamda mazkur sohadagi qonunchilikni qo'llash bilan bog'liq kamchiliklarni aniqlash, jahon standartlariga moslashtirish imkoniyatlari tadqiq etiladi.

**Kalit so'zlar:** tovar belgisi, tijorat muomalasi, intellektual mulk, talabnoma, konvensiya, firma.

**ПРАВОВОЙ СТАТУС ТОВАРНЫХ ЗНАКОВ В  
КОММЕРЧЕСКОМ ИСПОЛЬЗОВАНИИ**

**Баратова Сабина Махамовна**

Магистр Ташкентского государственного юридического университета

Электронная почта: [sabinabaratova99@gmail.com](mailto:sabinabaratova99@gmail.com)

**Аннотация:** целью данной статьи является проведение глубокого анализа некоторых вопросов, связанных с использованием товарных знаков в коммерческом обороте в Республике Узбекистан на основе международного и зарубежного опыта, выявление недостатков в применении законодательства в этой сфере, а также исследование возможностей его адаптации к мировым стандартам.

**Ключевые слова:** товарный знак, коммерческая практика, интеллектуальная собственность, заявка, конвенция, фирма.

**THE LEGAL STATUS OF USING TRADEMARKS FOR  
COMMERCIAL PURPOSES**

**Baratova Sabina Maxkamovna**

Master's student of Tashkent State University of Law

Email: [sabinabaratova99@gmail.com](mailto:sabinabaratova99@gmail.com)

**Abstract:** *the purpose of this study is to conduct an in-depth analysis of certain issues related to the use of trademarks in commercial transactions in the Republic of Uzbekistan, based on international and foreign experience, and to identify shortcomings in the application of relevant legislation.*

**Keywords:** *Trademark, commercial turnover, intellectual property, application, convention, company.*

Mamlakatimizda shaxsga tegishli har qanday mulk, shu jumladan, intellektual mulkni himoya qilish va uning huquqiy muhofazasi ustuvordir. O'zbekiston Respublikasi Konstitutsiyasining 53-moddasiga muvofiq intellektual mulkning qonun bilan muhofaza qilinishi aniq belgilangan. Shunday ekan, tijorat muomalasida tovar belgilarini ro'yhatdan o'tkazish va unga nisbatan mutlaq huquqlarga egalik qilish tadbirkorlar uchun kundan-kunga muhim ahamiyat kasb etmoqda.

1967-yil 14-iyul tovar belgilaridan xalqaro doirada foydalanish va uning muhofazasini ta'minlashda Stokgolmda Butunjahon intellektual mulk tashkiloti tashkil etilgan bo'lib, O'zbekiston 1991-yil 25-dekabrda mazkur tashkilotga a'zolikka qabul qilingan. Tovlar belgilari bilan bog'liq jarayonlarni xalqaro standart normalariga muvofiqqligini ta'minlash maqsadida davom etib, mamlakatimiz tovar belgilarini xalqaro talablar doirasida tartibga solish va muhofaza qilishda Sanoat mulkini muhofaza qilish bo'yicha Parij konvensiyasiga (1883-yil 20-martda qabul qilingan), Madridda imzolangan "Belgilarni xalqaro ro'yxatdan o'tkazish to'g'risidagi Madrid bitimiga doir Bayonnoma"ga (1989-yil

27-iyunda), shuningdek, “Tovar belgilariga doir qonunlar to‘g‘risidagi Shartnoma”ga (1994-yil 27-oktabrdagi) a‘zo bo‘lgan.<sup>1</sup>

Tovar belgilari mutlaq huquqlar doirasida tartibga solinib, bunda xizmat ko‘rsatish belgisi, firma nomi, domen nomida ham qo‘llaniladi. Bunga binoan, tovar belgisidan tijorat muomalasida foydalanish unga nisbatan mutlaq huquqni keltirib chiqarishi va muhofaza qilinishi intellektual mulkka nisbatan tatbiq qilinadigan umumiy qoidalarga asosan belgilanadi.<sup>2</sup>

O‘zbekiston Respublikasining “Tovar belgilari, xizmat ko‘rsatish belgilari va tovar kelib chiqqan joy nomlari to‘g‘risida”gi Qonunining 3-moddasi beshinchi qismiga muvofiq, tovar belgilari tasvirlar, so‘zlar, muayyan shakllar tarzidagi belgilar va boshqa belgilar oki ularning istalgan bir rangdagi yoki turli rangdagi jamlama ifodasi sifatida ro‘yxatdan o‘tkazilishi mumkin. Ro‘yxatga olish xususiyatiga ko‘ra, tovar belgisini turli xil shakllarda namoyon bo‘lishi mumkinligi ro‘yhatdan o‘tkazuvchining xohish-istagi, biznes menejment usuli va yo‘nalishi, marketing va sotuv qobiliyatlari bilan bog‘liqdir. Bu fikrga kelishda Olim Melnikov fikriga qo‘shilamiz sababi tovar belgisining turliligi xaridorning bir tovardan boshqa bir tovarni ajratishida va tovar ishlab chiqaruvchisini aniqlashtirishda muhim ahamiyat kasb etadi. Olim A.Felitsina ta’kidlashicha, tovar belgisining turli ko‘rinishida mahsulotda namoyon bo‘lishi har bir ishlab chiqaruvchi shu orqali o‘z mahsulotining har doimgidan ko‘ra ommalashgan va o‘ziga tortuvchi xususiyatini oshirishga qaratadi.

O‘zbekiston Respublikasining “Tovar belgilari, xizmat ko‘rsatish belgilari va tovar kelib chiqqan joy nomlari to‘g‘risida”gi Qonuniga binoan tovar

<sup>1</sup> O‘zbekiston Respublikasi mazkur Shartnomaga O‘zbekiston Respublikasi Oliy Majlisining 1998-yil 1-maydagi 630-I-sonli qaroriga muvofiq qo‘shilgan. O‘zbekiston Respublikasi Oliy Majlisi Axborotnomasi. – 1998. – №5-6. 111-modda.

<sup>2</sup> Felitsina S.B., Juravleva V.V. Sladkiy aromat tovarnogo znaka // Patent i Litsenzii. – №5. – S.68.

belgilarini turli shaklda ro'yxatga olish mumkinligi belgilangan. Xususan, qonun 3-moddasi beshinchi qismida "tasvirlar, so'zlar, muayyan shakl tarzidagi belgilar va boshqa belgilar yoki ularning istalgan bir rangdagi yoki turli rangdagi jamlama ifodasi tovar belgilari sifatida ro'yxatdan o'tkazilishi mumkin"ligi belgilangan. Amaliyotda mazkur belgilar aksariyat holatda reallik uchun mo'ljallanganligiga guvoh bo'lamiz. Noreal, boshqacha aytganda, virtual maydonda tovar belgilari sifatida tovushlar va harakatdagi tasvirlar ham tushuniladi. Misol keltirsak, hozirda ommaviy axborot vositalari, xususan, televideniyada tovushlar bilan muayyan tovar belgisini ommaga uzatuvchi xizmat turlari ham amalda. "Allo, diqqat, allo, Toshkentdan gapiramiz!", "O'zbekiston radiosining chorlovi" kabi tovushlar shular jumlasidandir. Radio kanallar va shu kabi ommaviy axborot vositalari orqali novizual eshittirishlarda tovar belgilari tovush shaklida tinglovchilarga tanitiladi, ya'ni reklama qilinadi. Demak, tovar belgilari kundalik hayotimizda virtual maydonda tovushlar orqali ham ifoda qilinishi mumkin ekan. Fikrimizga misollarni yuqorida radio kanallarda eshittirishlarda ommaga mashhur iboralarni tovar belgilari sifatida uzaltilayotgani orqali tushuntirib berishga harakat qildik.

Qonunda belgilangan tovar belgilari shakllari visual-an'anaviy usulda namoyon bo'lishi belgilangan. Bu birinchidan, vizuallik – ko'rish, tomosha qilish, ikkinchidan, sezish bilan bog'liqlik ya'ni turli naqsh, figuralar, shakl va yozuvlar, rang-tasvir va shu kabilar.<sup>3</sup> Ta'kidlash muhimki, tovar belgisining bunday visual shaklda ifodalanishining qonun bilan belgilanishida aholining faqat sog'lom qatlami hisobga olingandek go'yo, sababi vizual tarzda namoyon etiladigan tovar belgisini anglash, tanish uchun ko'rish qobiliyati talab etiladi. Biroq, rasmiy

<sup>3</sup> Melnikov V.M. Tovarniy znak ili promyshlennyy obraz // Patent i Litsenzii. – №5. – S.126.  
SJIF: 5.051

statistikaga murojaat qilsak, O'zbekistonda 2024-yil holatiga ko'ra 845 300 nafar yoki umumiy aholi sonining 2.3%ini tashkil etuvchi imkoniyati cheklangan nogironlar ro'yhatga olinganidan kelib chiqsak, demak, ko'rish qobiliyati buzilgan (cheklangan) ko'zi ojizlar ham mana shu raqamlar ichida. Demak, amaldagi qonunchilik normasi bilan ko'zi ojizlarning ko'rish imkoniyati cheklanganligi inobatga olinmagan. Rang-tasvirga ega tovar belgilari ko'zi ojizlar uchun hech qanday mazmun-mohiyat yoki anglash kasb etmaydi.

Tovar belgilari orqali muayyan tovar, ishlab chiqarilgan mahsulotning boshqa shu kabi tovardan ajralib turishini ta'minlash va ayniqsa undan tijorat maqsadida foydalanishda biznes yurituvchi subyektning tovarini ommaga brend sifatida tanitish maqsad qilingan ekan, toki tovar belgilari vizual tasvir sifatida ro'yhatdan o'tar ekan, aholining barcha qatlamini qamrab olamaydi va jamiyatda tenglik yo'qolishiga ham sabab bo'ladi. Bu iste'molchilar huquqining tanlov qilish bo'yicha mustaqilligiga ham salbiy ta'sir o'tkazishi mumkin, sababi ko'zi ojiz bo'lgan iste'molchi o'ziga ma'qul tovarni boshqa tovardan Tovar belgisi orqali ajratib olishi imkonsiz bo'ladi.

Yuqoridagi amaliyotdan misollarni hamda virtual maydonning o'ziga xos xususiyatlarini inobatga olib tovar belgilarini ro'yhatdan o'tkazish bo'yicha parametrlarni qayta ko'rib chiqish, iste'molchilarning tovarni tanish va sotib olish bo'yicha huquqlaridan foydalanishda tenglikni ta'minlash, vizuallik (ko'rish) va ovoz-tovush (eshitish) orqali ifoda qilinishi mumkinligi alohida urg'u berilishi lozim. Tovar belgisidan tijorat maqsadida foydalanishda ayniqsa iste'molchi o'ziga ma'qul tovarni o'z shaxsiy imkoniyatlaridan foydalangan holda eshitish, ko'rish, his etish kabi sezgir organlaridan foydalanish cheklanmagan holda tanlashi muhim hisoblanadi. Tovar belgilari doktrinasini belgilashda zarur

jismoniy xususiyatlar, albatta, inobatga olinishi kerak. Xususan, xorijiy mamlakatlar qonunchiligiga murojaat qilsak, 1995-yil 1-yanvardagi Germaniyaning “Tovar belgilari va boshqa belgilarni muhofaza qilish to‘g‘risida”gi Qonunining 1-bobi uchinchi qismida, Ispaniyaning 2002-yil 31-iyuldagi “Tovar belgilari to‘g‘risida”gi Qonunining 1-bobi to‘rtinchi qismida 1994-yil 21-iyulda qabul qilingan Buyuk Britaniyaning “Tovar belgilari to‘g‘risida”gi Qonunining 1-moddasida, 1983-yil 1-martdagi Xitoy “Tovar belgilari to‘g‘risida”gi Qonunining 8-moddasida tovar belgilari turlari imperativ xususiyatdagi norma sifatida konkret belgilab berilgan. Bu shuni anglatadiki, ro‘yhatda sanalgan turlardagina tovar belgisi sifatida ro‘yxatdan o‘tkazish mumkin, mavjud emaslarni ro‘yhatdan o‘tkazish qonun bilan taqiqlanadi.

### **TAKLIF**

Yuqoridagi amaliy misollar va rivojlangan mamlakatlar tajribasidan kelib chiqqan holda, milliy sohani tartibga soluvchi qonunchilik normasiga quyidagicha o‘zgartrish kiritishga taklif beramiz:

O‘zbekiston Respublikasining “Tovar belgilari, xizmat ko‘rsatish belgilari va tovar kelib chiqqan joy nomlari to‘g‘risida”gi Qonunini 3-moddasi beshinchi qismi: “vizual tasvirlar, so‘z va so‘z birikmalari, iboralar, shaxs nomlari va ularning tasvirlari, ranglar, tovushlar, talaffuz usuli, raqamlar, harflar, tovarlar shakli va o‘rami, ramzlar tovar belgisi sifatida ro‘yxatdan o‘tkaziladi”.

Fikrimizcha, qonundagi bu aniqlik tovar belgilarini huquqiy muhofaza etishda ham muhimdir. Shuningdek, ro‘yxatdan o‘tkazish jarayonlarida talabnoma beruvchilar uchun tovar belgisining o‘ziga xos belgi, xususiyatlarini aniqlashtirish vazifasini bajaradi. Tovar belgilarini ro‘yhatdan o‘tkazish aniq belgilarining qonun bilan belgilanishi tijorat muomalasida mazkur Tovar belgisidan

foydalanishda uning individualligini, shu kabi tovarlardan ajratuvchi xususiyatlarini, qolaversa, unga nisbatan mutlaq huquqdan foydalangan holda huquqiy muhofazasini ta'minlashda, unga nisbatan huquqlarni to'liq oshirishda ko'mak beradi. Sohoni asosiy tartibga soluvchi qonunm mujmallik, nokonkretlikdan holi bo'lsa kelgusida uni qo'llash bilan bog'liq nizolar kelib chiqishini oldini olishga xizmat qiladi deb hisoblaymiz.

#### **FOYDALANILGAANN ADABIYOTLAR:**

1. O'zbekiston Respublikasi mazkur Shartnomaga O'zbekiston Respublikasi Oliy Majlisining 1998-yil 1-maydagi 630-I-sonli qaroriga muvofiq qo'shilgan. O'zbekiston Respublikasi Oliy Majlisi Axborotnomasi. – 1998. – №5-6. 111-modda.
2. Melnikov V.M. Tovarniy znak ili promyshlennyy obraz // Patent i Litsenzii. – №5. – S.126.
3. Felisina S.B., Juravleva V.V. Sladkiy aromat tovarnogo znaka // Patent i Litsenzii. – №5. – S.68.