

TOVAR BELGISINI RO'YXATDAN O'TKAZISHNING ASOSIY HUQUQIY VA IQTISODIY AFZALLIKLARI

*Mahmudov Nizomiddin Olimjon o'g'li,
Nishonova Umida Shavkat qizi
"Intellectual mulk markazi" DM xodimlari*

Annotatsiya: Maqolada tovar belgisini davlat ro'yxatidan o'tkazishning huquqiy, iqtisodiy va strategik ahamiyati tahlil qilinadi. Mazkur jarayon tadbirkorlik sub'ekti uchun intellektual mulk huquqlarini mustahkamlash, brendni monetizatsiya qilish, bozor pozitsiyasini barqarorlashtirish va xalqaro bozorga chiqishda strategik poydevor yaratish imkoniyatlarini taqdim etadi. Shuningdek, maqolada O'zbekiston Respublikasidagi tegishli qonunchilik normalari, xalqaro tajriba (xususan, Madrid tizimi) va mamlakatimizda intellektual mulkni rivojlantirish bo'yicha amaliy islohotlar misolida tovar belgisining biznes va iqtisodiy ahamiyati ko'rib chiqiladi.

Kalit so'zlar: tovar belgisi, intellektual mulk, huquqiy muhofaza, huquqiy himoya, iqtisodiy qiymat, brend, xalqaro bozor,

Intellectual mulkni davlat ro'yxatidan o'tkazish tadbirkorlarning davlatga bo'lgan ishonchi belgisidir. O'zbekiston Prezidenti Shavkat Mirziyoyev ta'kidlaganidek, "Intellectual mulk masalasini davlat siyosati darajasiga ko'tarmas ekanmiz, O'zbekiston bundan o'n yildan keyin ham raqobatbardosh bo'lmaydi"¹.

Bozor iqtisodiyotida raqobat faqat mahsulot sifati bilan emas, balki brendning huquqiy himoyalanganligi, identifikatsiya kuchi va iqtisodiy kapitallashtirilishi orqali ham shakllanadi. Shu sababli tovar belgisini davlat ro'yxatidan o'tkazish – bu brendni professional darajada himoyalash, tijoratlashtirishni ta'minlashning fundamental bosqichidir. Hozirgi kunda tadbirkorlar tomonidan o'z brendini davlat ro'yxatidan o'tkazish o'zi nima uchun zarurligiga oid savollar mavjuddir. Mazkur maqolada tovar belgisini ro'yxatdan o'tkazishning asosiy huquqiy, iqtisodiy va institutsional afzalliklari kompleks yondashuv asosida tahlil qilinadi.

Butunjahon tajribasidan ma'lumki, intellektual mulkda tovar belgisi markaziy va strategik o'rinni egallab, eng ko'p davlat ro'yxatidan o'tkaziladigan intellektual mulk obyektidir. Bundan tashqari tovar belgisi bir qator o'ziga xos jihatlari bilan alohida ajralib turadi. Xususan, tovar belgisi Butunjahon intellektual mulk tashkilotining eng tovar belgisini ro'yxatdan o'tkazish tizimi hisoblanuvchi Madrid tizimi deb ataluvchi tizim orqali ro'yxatga olinishi uni tashkilotga a'zo bo'lgan 132 davlatda ro'yxatdan o'tkazib, himoya qilish imkonini beradi. Qayd etish joizi, ushbu

¹ <https://www.gazeta.uz/uz/2020/10/12/intellectual-property/>

davlatlar hozirgi kunda dunyo iqtisodining 80 % qismidan ko'pini tashkil etadi² va bu Tovar belgisini madrid tizimi orqali global savdoga chiqarishda va dunyoga tanitishda muhim rol o'ynaydi.

Shu o'rinda Tovar belgisini davlat ro'yxatidan o'tkazishning afzalliklari haqida gapirganda, dastlab, tovar belgisi **muhofaza muddatining** cheksiz ekanini alohida ta'kidlashimiz lozim³. Tovar belgisi amalda cheklanmagan muddat davomida har 10 yilda qayta uzaytirib borilishi mumkin bo'lgan nomoddiy aktivdir. Ushbu qulaylik tadbirkorlar va brend egalarini ortiqcha rebrending xarajatlaridan xalos qilib, intellektual aktiv sifatidagi qiymatini oshirishga xizmat qiladi. Masalan, mashhur "Coca-cola" brendi 1886-yilda yaratilgan va 1893-yilda mahalliy tovar belgisi sifatida ro'yxatdan o'tkazilgan bo'lib⁴, hozirgi kunga dunyoning eng mashhur brendlaridan biri sifatida tanilgan. The Coca-cola kompaniyasi hatto ichimlik idishlarini ham aynan Tovar belgisi ko'rinishida himoyalashga e'tibor beradi. Ichimlik idishlari odatda intellektual mulk obyektining boshqa bir obyekti sanoat namunasi (dizayn) sifatida himoyalanaadi. Lekin The Coca-cola kompaniyasi aynan tovar belgisi sifatida himoyalash muddati uzoqligi sabab, mustahkam himoyani tanlagan.

Shu o'rinda, tovar belgisi mavjudligi korxonaga o'z mahsulotlarini bozorda erkin va o'z brendi ostida realizatsiya qilish, iste'molchilarga **original mahsulotlar** yetkazib berish nuqtai nazaridan ham juda muhim ahamiyatga egadir. Hozirgi rivojlanib borayotgan bozor iqtisodiyoti davrida iste'molchilarda tanlov imkoniyati juda kengaydi. Shunday sharoitda tadbirkorning o'z brendini yaratgan holda, uni qonuniylashtirib qo'yishi keyinchalik ushbu tadbirkorning obro'sidan boshqalarning o'zboshimchalik bilan foydalanishini cheklashga, uning tovarini boshqa shaxs tomonidan ruxsatsiz bozorga chiqarilishining oldini olishga xizmat qiladi. Qayd etish joizki, **O'zbekiston Respublikasining 267-II-sonli "Tovar belgilari, xizmat ko'rsatish belgilari va tovar kelib chiqqan joy nomlari to'g'risida"gi Qonuni (keyingi o'rinlarda Qonun)** 27-moddasiga ko'ra ma'lum bir tadbirkorning Tovar belgisidan yoki adashtirib yuborish darajasida u bilan o'xshash bo'lgan belgidan tovarlarda, tovarlarning etiketkalarida, o'rovlarida qonunga zid ravishda foydalanilganda ular **kontrafakt** hisoblanadi⁵. Kontrafakt tovarni ishlab chiqarish va realizatsiya qilish uchun esa original tovar belgisinng egasi yuqoridagi qonunning 26-moddasiga binoan, intellektual mulkka oid huquqlari buzilishi sababli yetkazilgan zararining o'rnini qoplashni talab qilishi mumkin. Bundan tashqari "brend

² https://www.wipo.int/export/sites/www/treaties/en/docs/pdf/madrid_marks.pdf

³ World Trade Organization. (n.d.). Agreement on Trade-Related Aspects of Intellectual Property Rights as amended — Article 15-21: Trademarks and related provisions. Retrieved January 24, 2026, https://www.wto.org/english/docs_e/legal_e/31bis_trips_04_e.htm

⁴ <https://www.tramatm.com/trademark-hall-of-fame/coca-cola>

⁵ O'zbekiston Respublikasining "Tovar belgilari, xizmat ko'rsatish belgilari va tovar kelib chiqqan joy nomlari to'g'risida"gi Qonuni. 30.08.2001 yil 267-II-son // O'zbekiston Respublikasi Oliy Majlisining Axborotnomasi, 2001-y., 9-10-son, 178-modda; 09.08.2025-y., 03/25/1080/0710-son. <https://lex.uz/docs/-24925>

o'g'risi"dan yigirma baravardan ming baravarigacha miqdorda tovon to'lashni talab qilish huquqiga ham ega hisoblanadi. Ushbu normalar davlat ro'yxatidan o'tkazilgan tovar belgisi tadbirkorga **o'z huquqlarini himoya qilish uchun qonuniy asos** bo'lib xizmat qiladi.

Ro'yxatdan o'tgan tovar belgisi shunchaki nom emas. U kompaniyaning mulki hisoblanadi va bozorda **iqtisodiy qiymat** yaratuvchi aktivdir. Masalan, tovar belgisi kompaniya balansida aktiv sifatida ko'rsatiladi, baholanadi, investorga sotilishi yoki ulush sifatida kiritilishi mumkin. Yirik kompaniyalarda aynan brend eng qimmat aktiv hisoblanadi. Agar brend huquqiy himoyaga ega bo'lmasa, uning iqtisodiy qiymati amalda ancha pasayishi mumkin. Huquqiy himoyaga ega brendlar har qanday adolatsiz raqobatdan himoya qilinishi davlat tomonidan ta'minlanadi⁶. Bu jihat tadbirkor uchun moliyaviy barqarorlikni oshirishda juda katta ahamiyat kasb etuvchi omildir.

Albatta **brend daromad keltiruvchi vosita** sifatida muhim ahamiyatga egadir. Ro'yxatdan o'tgan tovar belgisi asosida boshqa shaxslarga foydalanish huquqi beriladi – litsenziya beriladi, franchayzing tarmoqlari ochiladi va boshqa hamkorlik loyihalari amalga oshiriladi. Masalan, bir kompaniya o'z brendini boshqa hududdagi tadbirkorga litsenziya asosida berib, doimiy royalti daromadi olishi mumkin. Bu tovar belgisini real daromad manbaiga aylantiradi. Agar belgi ro'yxatdan o'tmagan bo'lsa, hech kim u bilan shartnoma tuzishni xohlamaydi, chunki bunday belgilarda huquqiy xavfsizlik bo'lmaydi, istalgan vaqtda boshqa shaxs nomiga ro'yxatdan o'tkazib olish xavfi yuzaga keladi. Qonunning 30-moddasiga ko'ra Tovar belgisiga doir mutlaq huquq (foydalanish, egalik qilish va tasarruf etish huquqlari) bu huquqning egasi tomonidan shartnoma bo'yicha boshqa shaxsga o'tkazilishi ya'ni sotilishi mumkin. Bunda litsenziya shartnomasida litsenziya oluvchi tovarlarining sifati litsenziya berayotgan tovar belgisi egasining tovarlari sifatidan past bo'lmasligi haqida shart qo'yilgan bo'lishi va litsenziar bu shartning bajarilishini nazorat qilishi ko'rsatilishi lozim hisoblanadi. Bu norma tovar belgisiga nisbatan iste'molchining ishonchini himoya qilish maqsadida amalga oshiriladi. Masalan, "Pepsi" brendi ushbu brendga egalik qiluvchi kompaniya tomonidan boshqa A hududdagi ma'lum bir korxonaga litsenziya shartnomasi asosida berilganda, A hududda joylashgan kompaniya aynan shartnomada nazarda tutilgan tartibda tovar belgisidan foydalanish majburiyatini oladi va tovar sifati uchun ham javobgar hisoblanadi. Ma'lumot uchun, Adliya vazirligi e'lon qilgan hisobotga ko'ra **"Ishonch"** brendidan foydalanish uchun tomonidan 40 dan ziyod litsenziyalar berilgan bo'lib, bu statistika brendning bozorda samarali daromad manbasi sifatida muhimligini ko'rsatadi⁷.

⁶ World Intellectual Property Organization. (n.d.). Paris Convention for the Protection of Industrial Property. Retrieved January 24, 2026, from <https://www.wipo.int/wipolex/en/text/288514>

⁷ <https://web.telegram.org/k/#@adliyaimd>

Hozirgi murakkab bozor munosabatlarida biznes yuritishda ro'yxatdan o'tkazilgan tovar belgisi yana bir afzalligi shundaki, u tadbirkorga boshqa tadbirkorlar bilan **halol raqobat qilish imkonini** beradi. Bunda tovar belgisi boshqa raqobatchilardan farqlanish, iste'molchini jalb qilishda jozibali takliflar berish imkonini yaratadi. Iste'molchi ongida o'z tovariga nisbatan ishonch uyg'otib, mahsulotni bozorda boshqa bir turga mansub tovarlardan ajralib turishini ta'minlaydi. Va nihoyat, nohalol raqobatni cheklab, raqobatchi kompaniyalarning breddan noqonuniy foydalanishining oldini oladi. Bular tadbirkorga bozorda o'z ustunligini brend orqali barqaror ushlab turishni ta'minlaydi.

Albatta intellektual mulk sohasidagi xalqaro qonunchilik brend egasining **xalqaro bozorga chiqishi**, xorijiy davlatlarga eksportni yo'lga qo'yishi uchun milliy darajada ro'yxatdan o'tkazilgan brend mavjud bo'lishini katta ustunlik beradi. Bunda ro'yxatdan o'tkazilgan tovar belgisi tadbirkorlik subyekti uchun xalqaro bozorga chiqishda strategik poydevor bo'lib xizmat qiladi. Qayd etish joizki, xalqaro bozorga chiqish bu – faqat logistika, marketing yoki distribyutor topish masalasi emas. Bu, avvalo, kompaniyaning intellektual aktivlarini transchegaraviy darajada himoyalash strategiyasidir. Ayniqsa, tovar belgisi eksport qiluvchi kompaniya uchun asosiy identifikatsiya vositasi bo'lib, huquqiy himoyalangan brend butun biznes modelni xavf ostiga qo'yishi mumkin. Bu xuddi sug'urtasiz katta loyiha boshlashga o'xshaydi. Shu sababli milliy darajada ro'yxatdan o'tkazilgan tovar belgisi xalqaro bozorga chiqish uchun institutsional poydevor vazifasini bajaradi.

Mamlakatimizda intellektual mulk sohasini rivojlantirish bugungi kunda davlat ahamiyatiga ega. Bu borada mamlakatimizda bevosita davlatimiz rahbari boshchiligidagi keng ko'lamli islohotlar amalga oshirilmoqda. Jumladan, 27.11.2025-yilda **O'zbekiston Respublikasi Prezidentining PQ-358-sonli "Intellektual faoliyat natijalarini rag'batlantirish hamda sohaga zamonaviy axborot-kommunikatsiya texnologiyalarini joriy etishni kengaytirishga oid qo'shimcha chora-tadbirlar to'g'risida"gi qarori** bilan 2026-2027-yillarda intellektual mulk sohasini rivojlantirishning asosiy maqsadli ko'rsatkichlari belgilab berildi va tovar belgilari muhofazasi va himoyasi masalalariga alohida e'tibor qaratildi. Jumladan, ushbu qarorda mamlakatimizda intellektual mulk obyektlari sonini 100 mingga yetkazish, patent vakillari institutini kuchaytirish orqali ularning sonini 400 nafargacha yetkazish, davlat xizmatlarini ko'rsatishda byurokratik to'siqlarga barham berish kabi ustuvor maqsadlar belgilangan⁸. Albatta, ushbu qaror intellektual mulk sohasini takomillashtirish, intellektual mulk obyektlarini davlat ro'yxatidan

⁸ O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 27.11.2025 yildagi PQ-358-sonli "Intellektual faoliyat natijalarini rag'batlantirish hamda sohaga zamonaviy axborot-kommunikatsiya texnologiyalarini joriy etishni kengaytirishga oid qo'shimcha chora-tadbirlar to'g'risida"gi qarori, Qonunchilik ma'lumotlari milliy bazasi, 28.11.2025-y., 07/25/358/1105-son. // <https://lex.uz/docs/-7864188>

o'tkazishni soddalashtirish va uni aholiga yanada tushunarli va shaffof qilish orqali mamlakatimizda ishonchli intellektual mulk himoyasini ta'minlashni ko'zlaydi.

Shu o'rinda mazkur PQ-358-sonli Prezident qarori bilan 2026-yil 1-martdan boshlab, sog'liqni saqlash vazirligi tomonidan biologik faol moddalarni olib kirish va ishlab chiqarish uchun ruxsatnoma berish jarayonida intellektual mulk obyektlariga (tovar belgisi va sanoat namunasiga) bo'lgan huquqlarga rioya etilgani Intellektual mulk portali orqali majburiy ravishda tekshiriladi va (yoki) o'rganiladi. Shuningdek, tadbirkorlik subyektlarining barqarorlik reytingini aniqlashda intellektual mulkka oid huquqbuzarliklar uchun sud tomonidan jarima, ma'muriy yoxud jinoiy javobgarlik choralarining qo'llangani reyting ballarini kamaytiruvchi ko'rsatkich hamda tovar belgilari, xizmat ko'rsatish belgilariga ega bo'lish qo'shimcha ball beruvchi ko'rsatkich hisoblanadi. Qonunchilikka kiritilayotgan ushbu yangi normalar ham Tovar belgisining qiymatidan samarali foydalanishga, unga nisbatan ishonch ortishiga va o'z navbatida intellektual mulk huquqlari muhofazasi ortishiga va himoyaning samarali ta'minlanishiga xizmat qiladi.

Xulosa o'rinda aytish lozimki, ushbu maqolada Tovar belgisini huquqiy muhofaza qilishning tadbirkorlar uchun bir qator afzalliklari haqida so'z yuritildi. Tovar belgisini ro'yxatdan o'tkazish — bu huquqiy himoya, iqtisodiy qiymat yaratish va strategik boshqaruvni birlashtiruvchi muhim vositadir. Ro'yxatga olingan brend kompaniyaga mutlaq huquq beradi, bozorda barqaror pozitsiyani ta'minlaydi va litsenziyalash orqali daromad ko'rish imkoniyatlarini ochadi hamda investitsion jozibadorlikni oshiradi. Shu bilan birga, u xalqaro bozorga chiqish uchun poydevor vazifasini bajaradi, brendni transchegaraviy himoyalaydi va distribyutorlar hamda investorlar uchun ishonch signalini yaratadi. Amalda, tovar belgisini ro'yxatdan o'tkazish va uni tjoratlashtirish ushbu kompaniyaning yuzi sifatida uning nufuziga bevosita ta'sir etadi.

Foydalanilgan adabiyotlar:

1. O'zbekiston Respublikasining "Tovar belgilari, xizmat ko'rsatish belgilari va tovar kelib chiqqan joy nomlari to'g'risida"gi Qonuni. 30.08.2001 yil 267-II-son // O'zbekiston Respublikasi Oliy Majlisining Axborotnomasi, 2001-y., 9-10-son, 178-modda; 09.08.2025-y., 03/25/1080/0710-son. <https://lex.uz/docs/-24925>
2. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 27.11.2025 yildagi PQ-358-sonli "Intellektual faoliyat natijalarini rag'batlantirish hamda sohaga zamonaviy axborot-kommunikatsiya texnologiyalarini joriy etishni kengaytirishga oid qo'shimcha chora-tadbirlar to'g'risida"gi qarori, Qonunchilik ma'lumotlari milliy bazasi, 28.11.2025-y., 07/25/358/1105-son. // <https://lex.uz/docs/-7864188>;
3. World Intellectual Property Organization. (n.d.). Paris Convention for the Protection of Industrial Property. Retrieved January 24, 2026, from <https://www.wipo.int/wipolex/en/text/288514>

4. World Trade Organization. (n.d.). Agreement on Trade-Related Aspects of Intellectual Property Rights as amended – Article 15-21: Trademarks and related provisions. Retrieved January 24, 2026, https://www.wto.org/english/docs_e/legal_e/31bis_trips_04_e.htm
5. <https://www.gazeta.uz/uz/2020/10/12/intellectual-property/>
6. <https://www.uspto.gov/sites/default/files/documents/uspto-ip-us-economy-third-edition.pdf>
7. <https://web.telegram.org/k/#@adliyaimd>
8. https://www.wipo.int/export/sites/www/treaties/en/docs/pdf/madrid_marks.pdf
9. <https://www.tramatm.com/trademark-hall-of-fame/coca-cola>