

ТОШКЕНТ ДАВЛАТ ЮРИДИК УНИВЕРСИТЕТИ
ХУЗУРИДАГИ ИЛМИЙ ДАРАЖАЛАР БЕРУВЧИ
DSc.27.06.2017.Yu.22.01 РАҚАМЛИ ИЛМИЙ КЕНГАШ

ТОШКЕНТ ДАВЛАТ ЮРИДИК УНИВЕРСИТЕТИ

БАБАКУЛОВ ЗАФАР ҚУРБОННАЗАРОВИЧ

ТОВАР БЕЛГИЛАРИДАН ФОЙДАЛАНИШ ВА МУҲОФАЗА
ҚИЛИШНИ ФУҚАРОЛИК-ҲУҚУҚИЙ
ТАРТИБГА СОЛИШ

12.00.03 – Фуқаролик ҳуқуқи. Тадбиркорлик ҳуқуқи.
Оила ҳуқуқи. Халқаро хусусий ҳуқуқ

юримдик фанлар бўйича фалсафа доктори (PhD) диссертацияси
АВТОРЕФЕРАТИ

Тошкент – 2018

Докторлик диссертацияси автореферати мундарижаси

Оглавление автореферата докторской диссертации

Content of the abstract of doctoral dissertation

Бабакулов Зафар Курбонназарович

Товар белгиларидан фойдаланиш ва муҳофаза қилишни

фуқаролик-ҳуқуқий тартибга солиш.....3

Бабакулов Зафар Курбонназарович

Гражданско-правовое регулирование использования и

защиты товарных знаков23

Babakulov Zafar Kurbonnazarovich

Civil law regulation of the use and protection of trademarks.....43

Эълон қилинган ишлар рўйхати

Список опубликованных работ

List of published works.....47

**ТОШКЕНТ ДАВЛАТ ЮРИДИК УНИВЕРСИТЕТИ
ХУЗУРИДАГИ ИЛМИЙ ДАРАЖАЛАР БЕРУВЧИ
DSc.27.06.2017.Yu.22.01 РАҚАМЛИ ИЛМИЙ КЕНГАШ**

ТОШКЕНТ ДАВЛАТ ЮРИДИК УНИВЕРСИТЕТИ

БАБАКУЛОВ ЗАФАР ҚУРБОННАЗАРОВИЧ

**ТОВАР БЕЛГИЛАРИДАН ФОЙДАЛАНИШ ВА МУҲОФАЗА
ҚИЛИШНИ ФУҚАРОЛИК-ҲУҚУҚИЙ
ТАРТИБГА СОЛИШ**

12.00.03 – Фуқаролик ҳуқуқи. Тадбиркорлик ҳуқуқи.
Оила ҳуқуқи. Халқаро хусусий ҳуқуқ

**юримдик фанлар бўйича фалсафа доктори (PhD) диссертацияси
АВТОРЕФЕРАТИ**

Тошкент – 2018

Фалсафа доктори (PhD) диссертацияси мавзуси Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамаси ҳузуридаги Олий аттестация комиссиясида В2017.3.PhD/Ү109 рақам билан рўйхатга олинган.

Докторлик диссертацияси Тошкент давлат юридик университетида бажарилган.

Диссертация автореферати уч тилда (ўзбек, рус, инглиз (резюме) Илмий кенгаш веб-саҳифасида (www.tsul.uz) ва «ZiyoNet» Ахборот-таълим порталига (www.ziyo.net) жойлаштирилган.

Илмий раҳбар:

Омонбой Оқюлов,
юридик фанлар доктори, профессор.

Расмий оппонентлар:

Самарходжаев Батыр Билялович,
юридик фанлар доктори, профессор.
Джолдасова Сахипжамал Джалгасовна,
юридик фанлар номзоди, доцент.

Етакчи ташкилот:

Ўзбекистон Республикаси
Ички ишлар вазирлиги Академияси

Диссертация ҳимояси Тошкент давлат юридик университети ҳузуридаги DSc.27.06.2017.Ү1.22.01 рақамли Илмий кенгашнинг 2018 йил 27 ноябрь соат 14:00 даги мажлисида бўлиб ўтади (Манзил: 100047, Тошкент шаҳар, Сайилгоҳ кўчаси, 35-уй. Тел.: (99871) 233-66-36 факс: (99871) 233-37-48, e-mail: info@tsul.uz).

Диссертация билан Тошкент давлат юридик университети Ахборот-ресурс марказида танишиш мумкин (852-рақам билан рўйхатга олинган). (Манзил: 100047, Тошкент шаҳри А.Темур кўчаси, 13. Тел.: (99871) 233-66-36.

Диссертация автореферати 2018 йил 9 ноябрь куни тарқатилди.

(2018 йил 9 ноябрдаги 8-рақамли реестр баённомаси).

Н.С.Салаев,

Илмий даражалар берувчи илмий кенгаш раиси, юридик фанлар доктори, доцент

Б.Т.Мусаев,

Илмий даражалар берувчи илмий кенгаш котиби, юридик фанлар бўйича фалсафа доктори (PhD)

Н.Ф.Имомов,

Илмий даражалар берувчи илмий кенгаш қошидаги илмий семинар раиси, юридик фанлар доктори, профессор

К И Р И Ш (Докторлик диссертацияси аннотацияси)

Диссертация мавзусининг долзарблиги ва зарурати. Дунёда товар белгиларини муҳофаза қилиш ҳамда шахсининг унга нисбатан ҳуқуқларини амалга ошириш масаласи товар белгилари сони ортиб бораётган бир шароитда тобора глобал ва долзарб аҳамият касб этиб бормоқда. Бутунжаҳон интеллектуал мулк ташкилотининг маълумотларига кўра, 2017 йилнинг 9 ойи ичида дунёда 9.768.200 та товар белгиларини рўйхатдан ўтказиш учун талабномалар берилган. 2016 йилда ушбу кўрсаткич 7.000.000 тани ташкил қилган бўлиб, у 2015 йилга нисбатан 16.4 фоизга кўп. Талабномалар беришда Хитой (37.9 %), АҚШ (5.6 %), Япония (4.6 %), Европа давлатлари (3.8 %) ва Ҳиндистон (3.2 %) етакчи ҳисобланади¹. Товар белгиларини рўйхатдан ўтказишга нисбатан талаблар сони ортиб бораётган бир даврда мутлақ ҳуқуқларни халқаро доирада эркин амалга ошириш кафолатини яратиш, унга бўлган ҳуқуқларнинг муҳофазасини таъминлаш борасидаги қонунчиликни такомиллаштириш долзарб вазифа бўлиб қолмоқда.

Жаҳонда товар белгиларини самарали ҳуқуқий тартибга солишнинг ўзига хослигидан келиб чиққан ҳолда ушбу соҳани такомиллаштиришнинг илмий йўналишларини ишлаб чиқишга алоҳида аҳамият берилмоқда. Жумладан, ҳаммага маълум (бренд) товар белгиларининг иқтисодий фойда келтириш хусусиятини ҳисобга олиб, уни эгасининг ҳуқуқ ва қонуний манфаатларини таъминлаш ва ҳимоя қилиш, товар белгиларидан фойдаланиш ҳамда муҳофаза қилишнинг янада самарали механизмларини ишлаб чиқиш, интеллектуал мулкнинг ҳуқуқий муҳофазасига оид норматив-ҳуқуқий базани тизимлаштириш, ҳуқуқни кўллаш амалиётини такомиллаштириш билан боғлиқ масалаларнинг қонунчилик ечимини кўрсатиш муҳим аҳамият касб этмоқда.

Республикамизда товар белгиларининг фуқаролик-ҳуқуқий мақомини такомиллаштиришни халқаро стандартларга мослаштиришга алоҳида эътибор берилиб, қатор мақсадли чора-тадбирлар амалга оширилмоқда. Хусусан, ушбу соҳадаги халқаро конвенция ва шартномаларни ратификация қилиш, товар белгиларини сохталаштириш, контрафакт маҳсулотларни республикамизга олиб кириш ва олиб чиқишга қарши курашиш мақсадида кенг кўламли тизимли ишлар олиб борилмоқда. «Мамлакатимиз босиб ўтган тараққиёт йўлининг чуқур таҳлили, бугунги кунда жаҳон бозори конъюнктураси кескин ўзгариб, глобаллашув шароитида рақобат тобора кучайиб бораётгани давлатимизни янада барқарор ва жадал суръатлар билан ривожлантириш учун мутлақо янгича ёндашув ҳамда тамойилларни ишлаб чиқиш ва рўёбга чиқариш»² ҳамда «интеллектуал мулк объектларини халқаро норма ва стандартларга мувофиқ ҳуқуқий ҳимоя қилиш тизимини янада

¹ WIPO IP Facts and Figures http://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/wipo_pub_943_2017

² Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2017 йил 7 февралдаги «Ўзбекистон Республикасини янада ривожлантириш бўйича Ҳаракатлар стратегияси тўғрисида»ги ПФ-4947-сонли Фармони // Ўзбекистон Республикаси қонун ҳужжатлари тўплами. – 2017. – №6-сон. 70-модда

такомиллаштириш»¹ мамлакат иқтисодиётини ривожлантиришнинг устувор йўналишларидан бири сифатида белгиланиб, ушбу соҳани тадқиқ этиш муҳим аҳамият касб этмоқда.

Ўзбекистон Республикасининг Фуқаролик кодекси (1996), «Товар белгилари, хизмат кўрсатиш белгилари ва товар келиб чиққан жой номлари тўғрисида»ги (2001), «Рақобат тўғрисида»ги (2012), «Фирма номлари тўғрисида»ги қонунлари (2006), Ўзбекистон Республикаси Президентининг «Ўзбекистон Республикасини янада ривожлантириш бўйича Ҳаракатлар стратегияси тўғрисида»ги (2017) Фармони, «Ўзбекистон Республикасининг Интеллектуал мулк агентлиги фаолиятини такомиллаштириш чора-тадбирлари тўғрисида»ги Қарори (2016) ва мавзуга оид бошқа қонун ҳужжатларида белгиланган устувор вазифаларнинг амалга оширилишида ушбу диссертация тадқиқоти муайян даражада хизмат қилади.

Тадқиқотнинг республика фан ва технологиялари ривожланишининг устувор йўналишларига боғлиқлиги. Мазкур диссертация республика фан ва технологиялар ривожланишининг I. «Демократик давлатни ва ҳуқуқий жамиятни маънавий-ахлоқий ва маданий ривожлантириш, инновацион иқтисодиётни шакллантириш» устувор йўналишига мувофиқ бажарилган.

Муаммонинг ўрганилганлик даражаси. Товар белгиларидан фойдаланиш ва муҳофаза қилишни фуқаролик-ҳуқуқий тартибга солиш, мазкур муносабатларга нисбатан қўлланиладиган давлат ҳуқуқи такомиллашувининг тарихий ва замонавий босқичлари, шунингдек бу борадаги халқаро стандартлар ва хорижий давлатларнинг тажрибаси мамлакатимизда мустақил тадқиқот объекти сифатида ҳозирга қадар ўрганилмаган.

Товар белгиларидан фойдаланиш ва муҳофаза қилишни фуқаролик-ҳуқуқий тартибга солиш масалалари мамлакатимиз олим ва тадқиқотчиларидан – Х.А.Раҳмонқулов, И.Б.Зокиров, О.Оқюлов, И.И.Насриев, Н.Ф.Имомов, Х.Т.Азизов, И.Р.Рустамбеков, Д.А.Огай, Б.У.Ахмаджонов, С.М.Сафоева, З.С.Акрамходжаева ва бошқаларнинг илмий ишларида муайян даражада кўриб чиқилган.

МДҲ давлатларида товар белгиларининг фуқаролик-ҳуқуқий жиҳатлари борасида самарали тадқиқот ишлари олиб борилган. Хусусан, товар белгиларининг фуқаролик-ҳуқуқий мақоми ва унга нисбатан ҳуқуқларни амалга ошириш масалалари О.А.Курлаев, Р.А.Хасанов, А.Д.Кудаков, В.В.Пирогова, Е.С.Рогачев, С.В.Ловцов, Н.М.Добрыден, А.К.Шульга; товар белгиларини муҳофаза қилиш ва ҳуқуқий жавобгарлик масалалари Е.С.Шпак, Е.А.Данилина, П.В.Герман, И.А.Петров, А.М.Горохов, А.Б.Рабец, Н.Ю.Медведов, Е.А.Жалнина; товар белгиларининг шахсийлаштиришнинг бошқа воситалари билан ўзаро боғлиқлиги масалалари Т.А.Вахнина, А.А.Агеенко, В.В.Орлова, И.В.Быструшкина, А.С.Ешич, П.В.Садовский; ҳаммага маълум товар

¹ Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2016 йил 20 октябрдаги «Ўзбекистон Республикасининг Интеллектуал мулк агентлиги фаолиятини такомиллаштириш чора-тадбирлари тўғрисида»ги ПҚ-2637-сон қарори // Ўзбекистон Республикаси қонун ҳужжатлари тўплами. – 2016. – №45. 520-модда

белгиларининг мақоми Е.А.Зайцева, М.В.Евдокимова, А.Г.Прокопьев каби олим ва тадқиқотчилар томонидан ўрганилган¹.

Хорижий мамлакатларда товар белгилари муносабатларини ҳуқуқий тартибга солишнинг ўзига хос жиҳатлари тадқиқ қилинган ва у билан боғлиқ масалаларнинг назарий жиҳатлари А.Ж.Берtrand, У.Марcellin, Ж.Гилсон, Д.М.Келли, С.Н.Клейн, Ф.Мостерт, К.Л.Порт, Н.Зорни ва бошқа олимлар томонидан ўрганилган.

Бироқ юқорида номлари келтирилган олимларнинг ишлари асосан товар белгиларига оид ҳуқуқий муносабатларнинг алоҳида турлари ва жиҳатларига бағишланган бўлиб, комплекс ҳуқуқий тартибга солишни ёритишга қаратилмаган. Шу сабабли товар белгилари соҳасида фуқаролик-ҳуқуқий муносабатларни тартибга солишни комплекс тадқиқ этиш долзарб ҳисобланади.

Мамлакатимизда товар белгиларини ҳуқуқий тартибга солишга оид алоҳида монографик тадқиқот олиб борилмаган.

Диссертация мавзусининг диссертация бажарилаётган олий таълим муассасасининг илмий-тадқиқот ишлари режалари билан боғлиқлиги. Диссертация тадқиқоти Тошкент давлат юридик университетининг илмий-тадқиқот ишлари режасига мувофиқ «Ижтимоий-иқтисодий ислохотларни фуқаролик-ҳуқуқий таъминлаш муаммолари» (2014–2019), «Интеллектуал мулк объектларини фуқаролик муомаласида бўлишини фуқаролик ҳуқуқий таъминлаш» (2014–2019) устувор йўналиши доирасида бажарилган.

Тадқиқотнинг мақсади товар белгиларидан фойдаланиш ва муҳофаза қилишдаги муносабатларни илмий таҳлил қилиш асосида фуқаролик-ҳуқуқий тартибга солишни такомиллаштиришга қаратилган таклиф ва тавсиялар ишлаб чиқишдан иборат.

Тадқиқотнинг вазифалари:

«товар белгилари» тушунчаси, ўзига хослиги ва унинг фуқаролик-ҳуқуқий моҳиятини аниқлаш;

фуқаролик-ҳуқуқий муносабатларда мутлақ ҳуқуқларни амалга ошириш шартларига тавсиф бериш ва шахсийлаштириш воситалари ҳуқуқини янги комплекс ҳуқуқ соҳаси сифатида асослантириш;

товар белгиларининг функцияларини фуқаролик-ҳуқуқий муносабатларда қўллаш бўйича таклиф ва тавсиялар бериш;

товар белгиларининг ҳаммага маълумлилик мақомини аниқлаш, уни хорижий давлатлар қонунчилиги асосида таҳлил қилиш;

«ўзбек бренди»ни ривожлантириш ва такомиллаштириш бўйича таклиф ва тавсиялар ишлаб чиқиш;

товар белгиларини фуқаролик-ҳуқуқий шартномалар доирасида қўлланилишини тартибга солишга доир муаммоларнинг ечимини топиш ва фуқаролик қонунчилигини такомиллаштириш бўйича таклиф бериш;

¹ Мазкур олимлар асарларининг тўлиқ рўйхати диссертациянинг фойдаланилган адабиётлар рўйхатида берилган.

товар белгиларини ҳуқуқий муҳофаза қилиш амалиётини такомиллаштириш бўйича таклиф ва тавсиялар ишлаб чиқиш;

товар белгиларидан ноқонуний фойдаланганлик натижасида келиб чиққан зарар ва уни қоплаш шартлари бўйича қонунчиликка таклиф бериш.

Тадқиқотнинг объекти товар белгилари фаолияти соҳасидаги фуқаролик-ҳуқуқий муносабатлар тизими ҳисобланади.

Тадқиқотнинг предмети товар белгилари соҳасида фуқаролик-ҳуқуқий муносабатларни тартибга солишга қаратилган норматив-ҳуқуқий ҳужжатлар, қонунни қўллаш амалиёти, хорижий мамлакатлар қонунчилиги ва тажрибаси ҳамда юридик фанда мавжуд бўлган концептуал ёндашувлар, илмий-назарий қарашлар ва ҳуқуқий категориялардан иборат.

Тадқиқотнинг усуллари. Тадқиқот давомида тарихий, тизимли-тузилмавий, қиёсий-ҳуқуқий, мантиқий, илмий манбаларни комплекс тадқиқ этиш, индукция ва дедукция, статистик маълумотлар таҳлили каби усуллар қўлланилган.

Тадқиқотнинг илмий янгилиги қуйидагилардан иборат:

бевосита товар белгисининг эгаси томонидан ёки унинг розилиги билан фуқаролик муомаласига қонуний тарзда киритилган товарларга нисбатан товар белгисидан бошқа шахсларнинг фойдаланиши мазкур товар белгисига доир мутлақ ҳуқуқнинг бузилиши бўлмаслиги асосланган;

товар белгиларини ёлғон, ноаниқ ёки бузиб кўрсатиш нотўғри таққослаш сифатида баҳоланиши ва ҳуқуқий жавобгарлик келтириб чиқариши асосланган;

товар белгиларига ўхшаш белгилардан қонунга зид равишда фойдаланиш, реализация қилиш, уларни товарларда, этикетларда, ўровларда жойлаштириш йўли билан сотиш ва бошқача усулда фуқаролик муомаласига киритиш ҳуқуқбузарлик деб эътироф этилиши асосланган;

фуқаролик муомаласига аввалроқ киритилган товарга нисбатан белги билан айнан ўхшаш ёки адаштириб юбориш даражасида ўхшаш бўлган товар белгисини рўйхатдан ўтказиш инсофсиз рақобат сифатида баҳоланиши асосланган.

Тадқиқотнинг амалий натижалари қуйидагилардан иборат:

товар белгиси эгасининг ҳуқуқ ва манфаатларини ҳимоя қилиш самарадорлигини янада ошириш бўйича таклифлар ишлаб чиқилган;

товар белгиларидан тадбиркорлик фаолиятида фойдаланиш муносабатларининг қонунчилик асосларини такомиллаштириш баробарида мутлақ ҳуқуқларнинг қўлланилиш хусусиятидан келиб чиқиб, «шахсийлаштирувчи воситалар ҳуқуқи» янги комплекс ҳуқуқ соҳаси сифатида асосланган;

товар белгисига нисбатан мутлақ ҳуқуқларни гаровга қўйиш, гаровга олувчининг ушбу ҳуқуқни бегоналаштириш, товар белгисини мерос (васият) қилиб қолдириш, унга бўлган ҳуқуқни олди-сотди шартномаси асосида тасарруф этишни ҳуқуқий тартибга солиш бўйича таклифлар ишлаб чиқилган;

«ўзбек бренди»ни ривожлантиришга қаратилган норматив-ҳуқуқий ҳужжат лойиҳаси ишлаб чиқилган;

товар белгиларини муҳофаза қилиш, ундан ноқонуний фойдаланганлик натижасида келиб чиқадиган фуқаролик-ҳуқуқий жавобгарлик масалалари бўйича тақлифлар ишлаб чиқилган.

Тадқиқот натижаларининг ишончлилиги. Тадқиқот натижалари халқаро ҳуқуқ ва миллий қонунчилик нормалари, ривожланган давлатлар тажрибаси, қонунни қўллаш амалиёти, ўтказилган ижтимоий сўровноманинг анкета шаклига асослангани, статистик маълумотларни таҳлил қилиш натижалари умумлаштирилиб, тегишли ҳужжатлар билан расмийлаштирилган. Хулоса, тақлиф ва тавсиялар апробациядан ўтказилиб, уларнинг натижалари етакчи миллий ва хорижий нашрларда эълон қилинган. Олинган натижалар ваколатли тузилмалар томонидан тасдиқланган ва амалиётга жорий қилинган.

Тадқиқот натижаларининг илмий ва амалий аҳамияти. Тадқиқот натижаларининг илмий аҳамияти ундаги илмий-назарий хулосалар, тақлиф ва тавсиялардан келгуси илмий фаолиятда, қонун ижодкорлигида, қонунни қўллаш амалиётида, фуқаролик қонун ҳужжатларининг тегишли нормаларини шарҳлашда, миллий қонунчиликни такомиллаштириш ҳамда фуқаролик ҳуқуқи, тадбиркорлик ҳуқуқи, рақобат ҳуқуқи, халқаро хусусий ҳуқуқ фанларини илмий-назарий жиҳатдан бойитишга хизмат қилади. Тадқиқот натижаларидан янги илмий тадқиқотлар олиб боришда фойдаланиш мумкин.

Тадқиқот натижаларининг амалий аҳамияти қонун ижодкорлиги фаолиятида, хусусан, норматив-ҳуқуқий ҳужжатлар тайёрлаш ҳамда уларга ўзгартириш ва қўшимчалар киритиш жараёнида, қонунни қўллаш амалиётини такомиллаштириш ҳамда олий юридик таълим муассасаларида фуқаролик ҳуқуқи, рақобат ҳуқуқи, тадбиркорлик ҳуқуқи соҳасидаги фанларни ўқитишда хизмат қилади.

Тадқиқот натижаларининг жорий қилиниши. Ўзбекистонда товар белгиларидан фойдаланиш ва муҳофаза қилиш бўйича олинган илмий натижалар асосида:

бевосита товар белгисининг эгаси томонидан ёки унинг розилиги билан фуқаролик муомаласига қонуний тарзда киритилган товарларга нисбатан товар белгисидан бошқа шахсларнинг фойдаланиши мазкур товар белгисига доир мутлақ ҳуқуқнинг бузилиши ҳисобланмаслиги ҳақидаги тақлиф Ўзбекистон Республикаси Фуқаролик кодексининг 1107-1-моддасида ҳамда Ўзбекистон Республикасининг 2001 йил 30 августда қабул қилинган «Товар белгилари, хизмат кўрсатиш белгилари ва товар келиб чиққан жой номлари тўғрисида»ги 267-П-сонли Қонуни 26-моддаси тўртинчи қисмида ўз аксини топган (Ўзбекистон Республикаси Олий Мажлиси Сенатининг 2018 йил 19 июндаги 06-16/826-сон маълумотномаси). Ушбу тақлиф товар олди-сотди муносабатларида товар белгиси эгасининг розилиги билан бошқа шахсларнинг фойдаланишини қонунга зид эмаслигини кафолатлашга хизмат қилган;

бошқа хўжалик юритувчи субъектга зарар келтириши ёки унинг ишчанлик обрўсига путур етказиши мумкин бўлган нотўғри таққослашлар, хусусан хўжалик юритувчи субъектнинг товарини холисона тасдиққа эга бўлган тавсифларни ёки таққослаш параметрларини кўрсатмаган ҳолда товарнинг устунлиги ҳақида таассурот ҳосил қилувчи сўзлардан ёки

белгилардан фойдаланиш орқали бошқа хўжалик юритувчи субъектнинг (рақобатчининг) ўзга товари билан таққослаш ёхуд кўрсатилган сўзларни ёки белгиларни ўз ичига олган тасдиқлар ёлғон, ноаниқ бўлган ёки бузиб кўрсатилган ҳоллар нотўғри таққослаш эканлигига оид таклиф Ўзбекистон Республикасининг 2012 йил 6 январдаги «Рақобат тўғрисида»ги ЎРҚ-319-сонли Қонунининг 13-моддасида ўз аксини топган (Ўзбекистон Республикаси Олий Мажлиси Сенатининг 2018 йил 19 июндаги 06-16/826-сон маълумотномаси). Ушбу таклиф истеъмолчиларнинг контрафакт маҳсулотларни сотиб олишдан ҳимоя қилишга хизмат қилган;

юридик шахснинг интеллектуал фаолияти натижаларидан ва уларга тенглаштирилган индивидуаллаштириш воситаларидан, товарни индивидуаллаштириш воситаларидан қонунга хилоф равишда фойдаланилган ҳолда товарни реализация қилиш, шу жумладан товарни хўжалик юритувчи субъектнинг (рақобатчининг) товар белгисига, фирма номига ўхшаш бўлган ёхуд адаштириб юбориш даражасида у билан ўхшаш бўлган белгидан уни товарларда, этикеткаларда, ўровларда жойлаштириш йўли билан ёки сотилаётган ёхуд фуқаролик муомаласига ўзгача тарзда киритилаётган товарларга нисбатан товар белгисидан бошқача тарзда фойдаланиш йўли билан, шунингдек, ушбу белгидан домен номида фойдаланиш орқали қонунга хилоф равишда фойдаланилган ҳолда реализация қилиш алоҳида турдаги ҳуқуқбузарлик сифатида қаралиши ҳақидаги таклиф Ўзбекистон Республикасининг «Рақобат тўғрисида»ги ЎРҚ-319-сонли Қонунининг 13-моддаси биринчи қисми 2-бандида ўз аксини топган (Ўзбекистон Республикаси Олий Мажлиси Сенатининг 2018 йил 19 июндаги 06-16/826-сон маълумотномаси). Ушбу таклиф товар белгиси устунлигини таъминлаган ҳолда у билан бир хил ёки ўхшаш белгилардан учинчи шахслар фойдаланиш ҳолатларининг олдини олишга хизмат қилган;

юридик шахсни индивидуаллаштириш воситаларига, товарни индивидуаллаштириш воситаларига бўлган мутлақ ҳуқуқни олиш, шунингдек, хўжалик юритувчи субъект (рақобатчи) томонидан аввал фуқаролик муомаласига киритилган товарга нисбатан белги билан айнан ўхшаш ёки адаштириб юбориш даражасида ўхшаш бўлган товар белгисини рўйхатдан ўтказиш билан боғлиқ инсофсиз рақобатга йўл қўйилмайди, мазмунидаги таклиф Ўзбекистон Республикасининг «Рақобат тўғрисида»ги ЎРҚ-319-сонли Қонунининг 13-моддаси иккинчи қисмида ўз аксини топган (Ўзбекистон Республикаси Олий Мажлиси Сенатининг 2018 йил 19 июндаги 06-16/826-сон маълумотномаси). Ушбу таклиф товар бозорида соғлом рақобат муҳитини қарор топтиришга хизмат қилган.

Тадқиқот натижаларининг апробацияси. Мазкур тадқиқот натижалари 5 та илмий анжуманда, жумладан, 2 та халқаро, 3 та республика миқёсида ўтказилган илмий-амалий конференция ва семинарларда синовдан ўтган.

Тадқиқот натижаларининг эълон қилинганлиги. Диссертация мавзуси бўйича жами 27 та илмий иш, жумладан, 1 та монография, 2 та дарсликка ҳаммуаллиф, 24 та илмий мақола (3 таси хорижий нашрларда) чоп этилган.

Диссертациянинг тузилиши ва ҳажми. Диссертация таркиби кириш, учта боб, хулоса, фойдаланилган адабиётлар рўйхати ва иловалардан иборат. Диссертациянинг ҳажми 155 бетни ташкил этган.

ДИССЕРТАЦИЯНИНГ АСОСИЙ МАЗМУНИ

Диссертациянинг **кириш** (докторлик диссертацияси аннотацияси) қисмида тадқиқот мавзусининг долзарблиги ва зарурати, тадқиқотнинг республика фан ва технологиялари ривожланишининг асосий устувор йўналишларига мувофиқлиги, тадқиқ этилаётган муаммонинг ўрганилганлик даражаси, диссертация мавзусининг диссертация бажарилаётган олий таълим муассасасининг илмий-тадқиқот ишлари билан боғлиқлиги, тадқиқотнинг мақсад ва вазифалари, объекти ва предмети, усуллари, тадқиқотнинг илмий янгилиги ва амалий натижаси, тадқиқот натижаларининг ишончлилиги, тадқиқот натижаларининг илмий ва амалий аҳамияти, уларнинг жорий қилинганлиги, тадқиқот натижаларининг апробацияси, натижаларнинг эълон қилинганлиги, диссертациянинг ҳажми ва тузилиши ёритиб берилган.

Диссертациянинг **«Товар белгиларининг интеллектуал мулк объектлари тизимида тутган ўрни»** деб номланган биринчи бобида товар белгилари тушунчаси ва унинг ўзига хос хусусиятлари, товар белгисининг функцияси: илмий-ҳуқуқий таҳлили, ҳаммага маълум («well-known», «brand») товар белгиларининг ҳуқуқий мақоми ва уларнинг ҳуқуқий тартибга солиниши таҳлил қилинган.

Тадқиқотчи томонидан мазкур бобда товар белгиларининг ўзига хослиги ва уларнинг турланиши, унинг тарихий-ҳуқуқий жиҳатлари, хусусан, тарихда товар белгилари муносабатларини тартибга солишга қаратилган ҳуқуқий ҳужжатлар ва уларни қабул қилиш зарурияти, товар белгилари функцияларининг норматив қоидаларда акс этиши ва уларни товар белгилари муносабатларига қўллаш шартлари ва тартиби, суд амалиётида товар белгилари функцияларини қўллаш билан боғлиқ зиддиятлар, ҳаммага маълум товар белгиларининг ҳуқуқий мақоми ва унинг айрим давлатлар қонунчилигига кўра тартибга солиниш масалалари очиқ берилган. «Товар белгиларининг ҳуқуқий мақоми» тушунчасига нисбатан хорижий эксперт ва олимлар А.Я.Карунная, С.А.Судариков, В.В.Орлова, И.А.Петрова, Э.П.Гаврилов, В.М.Сергеев, Y.Marcellin, С.Жамен, S.Valentina, T.Vernika, J.Sneha, Поль Матели, Ф.Байройтер ва О.Оқюлов, Н.Ф.Имомов, Д.А.Огай, С.М.Сафоева, Б.У.Ахмаджонов каби миллий олим ва тадқиқотчилар томонидан билдирилган нуқтаи назарлар асосида ушбу шахсийлаштириш воситасининг фуқаролик-ҳуқуқий муносабатларда тутган ўрни ва уни тартибга солишнинг ҳуқуқий механизмлари мазмуни юзасидан хулосалар ишлаб чиқилган.

Диссертацияда амалга оширилган таҳлиллар натижасида фуқаролик-ҳуқуқий муносабатларда товар белгиларининг ўрнини белгилаш ва уни тартибга солиш методларининг хусусияти масаласида тадқиқотчилар томонидан яқдил фикр ва мулоҳазаларнинг шаклланмаганлиги ҳамда бир-бирига зид нуқтаи назарларнинг мавжудлиги ўрганилиб, муаллифнинг уларга нисбатан муносабати баён қилинди. Хусусан, товар белгиси ижодий фаолият объекти сифатидаги хусусиятларни ўзида акс эттирмайди. Лекин товар белгиси моддий бўлмаган жиҳатларни ўзида намоён этганлиги, қолаверса, ҳозирги

вақтда фанда уни у ёки бу институтга тааллуқли деб топишнинг аниқ ечими бўлмаганлиги сабаб интеллектуал мулкка нисбатан тенглаштирилган объект сифатида эътироф этилади. Шу билан бирга, бугунги кунда шахсийлаштириш воситаларининг интеллектуал мулк объектлари соҳасидаги ўрни фуқаролик-ҳуқуқий жihatлари асослангирилиб, кейинчалик ижтимоий ва иқтисодий муносабатлар ривожланиши натижасида шахсийлаштириш воситалари турларининг ортиши, уларнинг ўзига хос ҳуқуқий муҳофаза қилиш ва фойдаланишга қаратилган нормаларини ишлаб чиқиш зарурияти келтирилган ва асослангирилган.

Товар белгиларининг тарихий-ҳуқуқий жihatлари тегишли манбалар асосида таҳлил қилинди. Маълум бўлишича, товар белгилари бундан уч минг йил аввал, баъзи манбаларда эса беш минг йил олдин ҳам товар ишлаб чиқаришда фойдаланилган. Кейинчалик товар белгиларини муҳофаза қилиш заруриятининг пайдо бўлиши натижасида ўз даврида тегишли қонунларнинг қабул қилинишига олиб келган. Хусусан, тарихда товар белгиси тўғрисидаги илк қонун 1266 йилда Англия парламенти томонидан қабул қилинди. Муаллиф тарихда товар белгиларини ҳуқуқий тартибга солиш эҳтиёжининг пайдо бўлишини бир турда бўлган маҳсулотлар ичида айни бир товарнинг оммаланиши ва бунинг натижасида ушбу товар турини сотиш ҳажмининг ошиши; ушбу маҳсулотни бошқа давлатларга сотиш имконининг кенгайиши; сохталаштирганлик учун жазо чорасининг йўқлиги билан асослаб берди.

Диссертацияда товар белгилари айрим давлатлар (Германия, Италия, АҚШ, Франция, Голландия, Хитой, Россия) қонунчилигида «товар белгиси», «савдо белгиси», «белги», шунингдек илмий адабиётларда «goodwill», «марка», «эмблема», «логотип», «маҳсулот белгиси» сифатида ўрганилганлиги таҳлил қилинди. Товар белгиларининг олди-сотди муносабатларида бу каби турлича кўринишларда муомалада бўлганлиги ҳамда тартибга солинганлиги, олим ва тадқиқотчиларнинг товар белгисига ўхшаш тушунчаларни ўз тадқиқотларида қўллаганликлари унинг амалда бажарадиган функциясига таъсир қилмаслиги таҳлил қилинди ва асосланди.

Амалдаги миллий қонунчиликда товар белгиларини рўйхатга олишда белгиларнинг турлича турланиши ўрганилганда унда кўпроқ моддий олам манфаатлари ҳисобга олинганлиги, ушбу қоида эса халқаро қонунчилик талабларига жавоб бермаслиги асослангирилди. Бу борада ривожланган давлатлар (Хитой, Германия, Буюк Британия, Испания) қонунчилиги ўрганилганда, уларда моддий олам билан бирга виртуал олам манфаатлари ҳам ҳисобга олинганлиги кўрсатиб ўтилди. Товар белгилари турларини белгилашда истеъмолчиларнинг турли жисмоний камчиликка эгаллиги ҳисобга олинган ҳолда миллий қонунчиликда белгиланган қоида қайта кўриб чиқилди. Бунда товар белгилари турларини кўрсатишда «мавҳумликдан қочиш» принципи асосида таклиф ишлаб чиқилиб, унга кўра *«тасвирлар, сўз ва сўз бирикмалари, шахс номлари ва уларнинг тасвири, ранглар, товушлар, уч ўлчовли конфигурациялар, рақамлар, ҳарфлар, товарлар шакли ва ўрами, рамзлар товар белгиси сифатида рўйхатдан ўтказилади»* таклифи берилди ва асослангирилди.

Тадқиқотчи илмий адабиётларда товар белгиларининг функциялари олим ва тадқиқотчилар (Дж.Веркманн, В.В.Белов, Е.Триллинг, W.Cornish) томонидан ўрганилганлигини кўрсатиб ўтди. Тадқиқ этилишича, фуқаролик-хуқуқий муносабатларда товар белгилари функцияларини қўллаш борасида ҳали-ҳануз яқдил фикрнинг шаклланмаганлиги, хусусан, бир-бирини инкор қилиш, бир функцияни бошқасидан устун қўйиш, шунингдек товар белгисидан мақсадли фойдаланилмаганлик учун тегишли функцияларнинг заифлашишига олиб келиши (Р.Коненко) таҳлил қилинди. Бу борада миллий қонунчилик ўрганилганда, унда товар белгилари муносабатларини тартибга солишда тегишли хуқуқ функцияларининг мавжуд эмаслиги асослаб берилди. Шунингдек, товар белгилари функцияларини қўллаш бўйича суд амалиёти (PRIMALAN товар белгиси мисолида) ҳужжатлари таҳлил қилинганда низони мазмунан ҳал қилишга қаратилган функциялардан ўз ўрнида фойдаланилмаганлиги маълум бўлди, у тегишли функциялар орқали тартибга солиниши бўйича тавсиялар берилди.

Ҳаммага маълум («well-known», «brend») товар белгилари хуқуқ эгаларининг иқтисодий даромад келтирувчи манбаи ҳисобланади. Тадқиқотчилар (M.Frederick, J.Carlos) ҳаммага маълум товар белгиларини «обрў-эътиборга эга» (reputation), «машҳур» (famous), «жуда машҳур» (highly renowned), «жуда обрў-эътиборга эга» (highly reputed), «мутлақо машҳур» (exceptionally well-known) каби турларга бўлиб ўрганишади. АҚШ ва Франция қонунчилиги товар белгиларини «ҳаммага маълум белги» (well-known trademark) ва «машҳур белги» (famous trademark) каби турларга ажратади. Тадқиқотчи турли давлатлар қонунчилиги ва амалиётини ўрганган ҳолда ҳаммага маълум товар белгиларини турлича таснифлаш хуқуқни қўллаш мазмунини қийинлаштиради, деган хулосага келди. Ушбу масала Буюк Британия хуқуқни қўллаш амалиётига кўра асослантирилди.

Ўзбекистон Республикаси Президентининг Олий Мажлисга Мурожаатномасида «ўзбек бренди» экспортни ривожлантиришда муҳим восита эканлиги асослаб берилди. Мурожаатномада белгиланган масалалардан келиб чиққан ҳолда «ўзбек бренди»ни жорий этиш ҳамда ривожлантиришга қаратилган ташкилий-хуқуқий механизмга эга таклиф ишлаб чиқилди. Тадқиқотчи «Ўзбекистон Республикаси Савдо-саноат палатаси ҳузурида «Ўзбек бренди» уюшмасини ташкил этиш бўйича низом лойиҳасини ишлаб чиқди ва унда:

- «ўзбек бренди» уюшмаси фаолиятини ташкил этиш ва уни бошқариш;
- уюшмага аъзо бўлиш шартлари ва тартиби;
- «ўзбек бренди»дан фойдаланиш тўғрисида лицензия бериш, қайта расмийлаштириш, дубликат бериш;
- уюшма аъзоларининг хуқуқ ва мажбуриятлари;
- уюшма аъзоларининг фаолияти мониторингини олиб бориш;
- «ўзбек бренди» номидан фойдаланишда синов муддати;
- «ўзбек бренди» номидан фойдаланишни тўхтатиб туриш, тўхтатиш ва уни бекор қилиш қоидаларни кўрсатиб ўтди.

Диссертациянинг «Товар белгиларидан фойдаланишни фуқаролик-ҳуқуқий тартибга солишни такомиллаштириш» деб номланган иккинчи бобида товар белгиларидан фойдаланишнинг ўзига хос жиҳатлари, товар белгисидан фойдаланиш турлари: илмий-назарий масалалар таҳлил қилинган.

Мутлақ ҳуқуқлар мазмуни мулкӣ ҳуқуқлар мазмунидан ўзига хослиги билан ажралиб туради. Мазкур ўзига хослик мутлақ ҳуқуқ эгасининг ваколатлари ҳажми, уни амалга ошириш доираси ва муддатига кўра белгиланади. Мутлақ ҳуқуқ мазмунини аниқлаштиришга қаратилган илмий изланишлар олим ва тадқиқотчилар (О.Оқюлов, Н.Ф.Имомов, Б.У.Ахмаджонов, Д.А.Огай, С.М.Сафоева, МДХ олимларидан Н.М.Коршунова, А.Л.Маковский, В.А.Дозорцов, В.С.Витко) томонидан олиб борилган. Тадқиқот давомида турли хулоса ва қарашларнинг ўрганилиши натижасида мутлақ ҳуқуқлар мазмунини қуйидаги гуруҳларга бўлинган ҳолда таснифлаш таклиф қилинди:

мутлақ ҳуқуқ доирасида ўз ваколатини амалга ошириш хусусиятига кўра: мутлақ ҳуқуққа тегишли бошқа маълумотларни олиш, сақлаш ва тасарруф этиш; шахсийлаштириш воситаларидан чекланмаган ҳудудлар доирасида фойдаланиш ва шундай ҳуқуқни бир вақтнинг ўзида бир неча шахсларга тақдим этиш; амалдаги қонунчиликда тақиқланмаган ҳолда белгиланган муддатда шахсийлаштириш воситаларига бўлган ҳуқуқни сақлаш, шунингдек ушбу ҳуқуқни тасарруф этиш;

талаб қилиш доирасига кўра: қонунчиликда белгиланганидан ташқари бошқа шахсларнинг бир хил ва ўхшаш бўлган шахсийлаштириш воситасидан рухсатсиз фойдаланиш; шахсийлаштириш воситасига тегишли ахборотни ошкор қилиш ёки бошқа моддий манфаат кўриш йўлида фойдаланиш;

мутлақ ҳуқуқни муҳофаза қилишга кўра: мутлақ ҳуқуқлар алоҳида махсус ва одатий тартибда муҳофаза қилинади. Мутлақ ҳуқуқни махсус тартибда муҳофаза қилиш халқаро даражада алоҳида берилган талабномалар асосида белгиланади.

2006 йил 27 мартда Товар белгилари қонуни тўғрисидаги Сингапур келишуви қабул қилинган. Келишув шартига кўра, юридик шахс билан бирга «*жисмоний шахс*» (1-модда (v) банди) ҳам товар белгисига нисбатан мутлақ ҳуқуқ эгаси бўлиши мумкинлиги белгиланган. Келишувга қўшилган давлатларнинг (Германия, Италия, Франция, Швеция, Қозоғистон) қонунчилигида товар белгисига бўлган ҳуқуқ юридик шахс номига берилиши кўрсатилган. Россия Федерацияси ҳам Келишувнинг аъзосидир. Лекин ушбу давлат қонунчилигида товар белгиси фақат юридик шахс ёки яқка тартибдаги тадбиркорлик субъектига берилади. Келишув қондасига кўра хорижий давлат фуқароси Россия Федерациясида товар белгисини рўйхатдан ўтказиши мумкин. Лекин суд амалиёти натижасида шаклланган хулосага асосан, Россия ушбу Келишув аъзоси бўлишидан қатъи назар, «*жисмоний шахс*»нинг товар белгисига нисбатан мутлақ ҳуқуқ эгаси бўлишига йўл қўйилмаслиги қайд этилади. Муаллиф бу борада Россия Федерацияси амалиёти хулосаси ва миллий қонунчилик талабларидан келиб чиққан ҳолда Ўзбекистоннинг Товар

белгилари қонуни тўғрисидаги Сингапур келишувига қўшилиши тўғри бўлмаслиги асослангирди.

Тадқиқотчи Ўзбекистон Республикаси Фуқаролик кодексининг 1104-моддасида товар белгисини манфаатдор шахснинг талабига кўра ундан беш йил давомида фойдаланмаганлик шарти билан бекор қилиш қондаси бугунги кун талабларига жавоб бермаслигини эътироф этган. Мутлақ ҳуқуқ эгасининг ўзига тегишли бўлган товар белгисидан ишлаб чиқаришда фойдаланилмаслиги, уни шунчаки «кераксиз буюм» каби сақлаши бошқа шахсларнинг товар белгисини рўйхатдан ўтказишига нисбатан тўсқинлик қилади. Шундан келиб чиққан ҳолда Ўзбекистон Республикаси Фуқаролик кодексининг 1104-моддасида белгиланган «беш йиллик» муддатни «*уч йил*» қилиб белгилаш мақсадга мувофиқлиги асослангирди. Шунингдек, манфаатдор шахснинг рўйхатдан ўтказмоқчи бўлган белгининг ҳуқуқий муҳофазага олинган товар белгиси билан бир хил ёки ўхшашлигида, мутлақ ҳуқуқ эгасининг ҳуқуқларини муҳофаза қилишда, аввало, товарнинг тури; унинг истеъмолбоплиги ва ундан фойдаланиш мақсади (фойдаланиш ҳажми ва мақсади); ишлаб чиқаришда фойдаланилган хом ашё тури; товарнинг ўзаро тўлдирувчанлик ёки ўзаро алмаштирувчанлиги; реализация қилиш шартлари (сотиш жойи, улгуржи ёки чакана сотиш); истеъмолчилар доираси; товардан доимий ёки вақтинча фойдаланиш даражаси каби хусусиятлар инобатга олиниши лозимлиги асослаб берилди.

Ўзбекистон Республикаси Фуқаролик кодексининг 1036-моддасида лицензия шартномасида мутлақ ҳуқуқдан фойдаланиш чегаралари кўрсатилиш шартлиги белгиланган. Ушбу кодекснинг 862-моддасида эса, лицензия шартномаси мутлақ ҳуқуқдан фойдаланиш чегараси кўрсатилган ёки кўрсатилмаган ҳолда тузилиши қайд этилган. Кўрсатилган шартномаларнинг бир-биридан ўзаро фарқи «франшизинг – комплекс мутлақ ҳуқуқлар шартномаси» бўлса «лицензия шартномаси – бир турдаги шахсийлаштириш воситасини тақдим этишга қаратилган шартномадир». Мазмунан ушбу шартномалар деярли жуда яқин бўлган муносабатни тартибга солишга қаратилган. Ушбу масала тадқиқотчи томонидан ўрганилиб, Фуқаролик кодексининг 1036-моддаси иккинчи қисмига қўшимча киритган ҳолда «Лицензия шартномасида бериладиган ҳуқуқларни, фойдаланиш ҳудудлари ва муддатлари кўрсатилган ёки кўрсатилмаганлиги аниқланиши лозим».

Тадқиқотчининг таҳлилига кўра товар белгиларидан фойдаланиш соҳасида дунё амалиёти шуни кўрсатадики, товар белгисини шунчаки ундан фойдаланмасдан рўйхатдан ўтказиш бошқа шахсларнинг манфаатига салбий таъсир этмоқда. Товар белгисини рекламада, босма нашрлар, расмий бланклар, пешлавҳаларда намойиш этиш ундан фойдаланиш деб эътироф этмаслик масалалари таҳлил этилди. Унга кўра мутлақ ҳуқуқ эгасининг товар белгиси остида маҳсулот ишлаб чиқармасдан сақлаши, манфаатдор шахслар ҳуқуқларининг чекланишига олиб келиши ўрганилди ва унинг ечими ишлаб чиқилган ҳолда тақлиф ва тавсиялар берилди.

Диссертацияда товар белгилари билан боғлиқ айрим фуқаролик-ҳуқуқий хусусиятдаги шартномалар (олди-сотди, гаров, мерос, товар белгисидан улуш сифатида фойдаланиш)ни тартибга солишда амалдаги фуқаролик ҳуқуқи қонунчилиги қоидалари бугунги кун талабларига жавоб бермаслиги ўрганилди. Хусусан, Ўзбекистон Республикаси Фуқаролик кодексидаги қоидалар асосан моддий характердаги муносабатларни тартибга солишга қаратилганлиги сабаб товар белгиларига нисбатан ҳар доим ҳам ҳуқуқ ўхшашлигини қўллашнинг мос келмаслиги ёки товар белгиларини юқорида қайд этилган муносабатларни тартибга солиниши билан боғлиқ махсус қоидаларнинг йўқлиги асослантирилди. Бу борада тадқиқот олиб борган МДҲ давлатлари олим ва тадқиқотчилар (Г.Дернбурк, Е.В.Васьковский, В.А.Белов, А.О.Рыбалов), миллий олим ва тадқиқотчилар (О.Оқюлов, Н.Ф.Имомов, Д.А.Огай, Б.У.Ахмаджонов, С.М.Сафоева)нинг илмий ишлари таҳлил қилинди ҳамда уларнинг фикр-мулоҳазалари асосида товар белгиларининг фуқаролик шартномалари доирасида тартибга солиниши борасида таклифлар ишлаб чиқилди.

Товар белгисидан гаров шартномасида фойдаланиш миллий қонунчилик ва ҳуқуқни қўллаш амалиётида янғидир. Гарчи миллий қонунчиликда товар белгисини гаров шартномасида фойдаланиш бўйича ҳеч бир монелик бўлмасада, қонунчиликда у ҳали-ҳануз алоҳида муносабат сифатида такомиллаштирилмаган ёки уни тартибга солишда махсус қоидалар ишлаб чиқилмаган. Хорижий давлатлар (АҚШ, Германия, Швеция, Япония, Буюк Британия) қонунчилигида эса товар белгилари гарови одатий, анъанавий фуқаролик-ҳуқуқий муносабатлар тоифасига киради. Тадқиқотчи томонидан товар белгисининг гарови муносабатлари амалиётининг йўқлиги сабаб унга мувофиқ миллий қонунчиликнинг шаклланмаганлиги, товар белгисини гаровга қўйишда баҳолаш мезонларининг ишлаб чиқилмаганлиги ўрганилди. Диссертацияда хорижий давлатлар тажрибасидан келиб чиққан ҳолда товар белгисини гаровга қўйиш қоидалари, уни баҳолаш мезонлари ишлаб чиқилди, товар белгиси гарови шартномасини тузиш билан боғлиқ таклифлар берилди.

Диссертациянинг «**Товар белгиларини муҳофаза қилишнинг фуқаролик-ҳуқуқий муаммолари**» деб номланган учинчи бобида товар белгиларини фуқаролик-ҳуқуқий муҳофаза қилиш шартлари ва асослари, товар белгиларидан ноқонуний фойдаланганлик учун фуқаролик-ҳуқуқий жавобгарлик муаммолари таҳлил қилинган ҳамда тегишли тавсия ва хулосалар ишлаб чиқилган.

Товар белгисини муҳофаза қилиш хорижий олим ва тадқиқотчилар (З.В.Макарова, Э.П.Гаврилов, С.С.Алексеев, Е.Месснер), миллий олим ва тадқиқотчилар (О.Оқюлов, Н.Имомов, Д.Огай, С.Сафоева) томонидан билдирилган фикр ва мулоҳазалар асосида ўрганилди. Унга кўра товар белгисини муҳофаза қилиш ҳуқуқий ҳимоя қилишни ҳам ўз ичига қамраб олади. Ўзбекистон Республикаси Фуқаролик кодексининг 1040-моддасида ҳуқуқни ҳимоя қилиш усуллари белгиланган. Ушбу усуллар товар белгисига нисбатан ҳуқуқ бузилганда мутлақ ҳуқуқ эгасининг амалга ошириши мумкин

бўлган ҳуқуқлар ваколатини ўзида намоён этади. Тадқиқот давомида ҳуқуқий ҳимоя усуллари амалга ошириш механизми етарли асосларга эга эмаслиги ўрганилди. Натижада ҳуқуқий муҳофаза усуллари мазмуни аниқлаштирилди ва уни амалга ошириш асослари таҳлил қилинди.

Муаллифнинг фикрича, товар белгисини лицензия шартномаси доирасида ҳуқуқий муҳофаза қилиш нафақат лицензиатнинг хатти-ҳаракатларидан, балки лицензиарнинг беписандлигидан ҳам ҳуқуқий муҳофаза қилишни назарда тутиши лозим. АҚШ тажрибасида лицензия шартномаси доирасида товар сифатининг ёмонлашиши оқибатида лицензиар ҳам жавобгар шахс сифатида ишга жалб этилади. Буюк Британия, Германия, Франция давлатлари тажрибасида ҳам ушбу усул қўлланилиб, ўз навбатида, бу истеъмолчилар ҳуқуқларини ҳимоя қилишга қаратилган. Миллий қонунчилик тажрибасида ҳам «*маҳсулот сифатининг паст бўлишида лицензиат билан бирга ҳар қандай вазиятда лицензиарнинг ҳам тенг жавобгарлигини белгилаш*» мумкинлиги билан боғлиқ масалалар таҳлил қилинди ва тегишли ҳулосаларга келинди.

Тадқиқотда лицензия шартномасида товар белгисини муҳофаза қилиш вақти қуйидаги ҳолларда пайдо бўлиши ўрганилди: лицензиатнинг лицензиар товар маҳсулотига нисбатан сифати лозим даражада бўлмаган товарни савдога чиқариши ёки сотувга тайёрлаб қўйганлиги; лицензиарнинг рухсатсиз лицензиатнинг учинчи шахсларга товар ишлаб чиқаришга рухсат бериши ва унинг реал амалга оширилганлиги; лицензиатнинг лицензиар фаолият олиб бораётган ҳудудда рақобатлашиши; лицензиат ўз товар маҳсулотини лицензиар товар маҳсулотлари билан унга зарар келтириши ёки унинг ишчанлик обрўсига путур етказиши мумкин бўлган даражада нотўғри таққослаши; товар белгиси кўринишини ўзбошимчалик билан ўзгартириши; сублицензиат фаолиятида товар белгисидан лозим даражада фойдаланмаётганлик ҳолатини лицензиардан яшириши ёки унга бефарқ қараши; товар белгиси остидаги маҳсулотнинг ўзига хос компонентлари (тижорат сири)ни лицензиарга атайин зарар етказиш мақсадида рақобатчиларга ошкор қилиш ва шу орқали товар белгисининг обрўсини тушириши.

Муаллиф интернет тармоғида олди-сотди муносабатларининг ривожланиши, ўз навбатида, товар белгиларини ҳам виртуал оламда муҳофаза қилиш заруриятини келтириб чиқаришини асослантирди. АҚШ дунёда биринчилардан бўлиб товар белгиларини «киберқароқчилик»дан муҳофаза қилиш учун 1999 йил 29 ноябрда «Киберқароқчиликдан истеъмолчиларни ҳимоя қилиш тўғрисида»ги («Anticybersquatting Consumer Protection Act» (АСРА) Қонунни қабул қилади. Мазкур ҳуқуқий ҳужжат товар белгиларини домен номи сифатида рўйхатдан ўтказиш муносабатларини тартибга солишга қаратилган. Сўнгги йилларда интернет тармоғининг тезлик билан ривожланиши товар белгилари соҳасидаги мавжуд миллий қонунчиликни ҳам «виртуал олам» муносабатларини ҳисобга олган ҳолда қайта кўриб чиқишга эҳтиёжни юзага келтирмоқда. Чунки товар белгилари ва домен номларининг ўзаро мувофиқлигини баҳолашнинг аниқ қоидалари миллий қонунчиликда белгиланмаган. Бу эса учинчи шахсларга товар белгиси эгасининг розилигисиз

домен номи сифатида рўйхатдан ўтказишга замин яратмоқда. Шу ҳисобда товар белгиларини «киберқароқчилик»дан муҳофаза қилишда АҚШ тажрибасини ҳисобга олган ҳолда махсус қоидаларни ишлаб чиқиш ва унда:

киберқароқчиликдан товар белгисининг олдини олиш тартиби ва шартлари;

товар белгисидан домен номи сифатида фойдаланишда киберқароқчилик деб топиш ёки топмаслик асослари;

товар белгисидан киберқароқчилик натижасида етказилган зарарни қоплаш ҳажми; (зарар миқдори АҚШнинг «Киберқароқчиликдан истеъмолчиларни ҳимоя қилиш тўғрисида»ги қонуни 3-бўлими, (d) бандида 1.000 доллардан 100.000 долларгача миқдорда белгиланган);

товар белгисини киберқароқчиликдан муҳофаза қилишда мутлақ ҳуқуқ эгаси ва давлатнинг ўзаро муносабатлари каби масалалар тартибга солиниши лозим.

Амалдаги қонунчиликка кўра, фирма номлари, домен номлари, шу билан бирга дори воситаларининг номлари товар белгиси билан бир хиллиги ёки ўхшашлиги ўрганилмайди. Натижада эса рўйхатга олинган белгиларнинг аввал устуворликка эга бўлган товар белгиси билан бир хиллиги ёки ўхшашлиги пайдо бўлади. Бу эса товар белгисига нисбатан мутлақ ҳуқуқ эгаси ҳуқуқларининг очикдан-очик бузилишига олиб келмоқда. Мазкур муносабат тадқиқот натижасида таҳлил қилинди, унинг ҳуқуқий оқибатлари ўрганилди ҳамда қонунчиликда уларнинг ечими бўйича таклиф ишлаб чиқилди.

Товар белгисидан ноқонуний фойдаланганлик учун фуқаролик-ҳуқуқий жавобгарлик моддий хусусиятга эгаллиги билан бошқа ҳуқуқий жавобгарлик турларидан фарқланади. Фуқаролик-ҳуқуқий жавобгарлик етказилган зарар миқдоридан келиб чиққан ҳолда белгиланади. Ушбу масала бўйича Россия Федерацияси фуқаролик қонунчилиги ўрганилганда товар белгисидан ноқонуний фойдаланганлик учун етказилган зарарни қоплаш миқдори аниқ қоида сифатида белгиланган. Ўзбекистон қонунчилигида эса ушбу масала очик қолдирилган. Шундан келиб чиққан ҳолда, Ўзбекистон Республикаси Фуқаролик кодексига зарарни ҳисоблаш асоси сифатида «Суд томонидан товар белгисидан ноқонуний фойдаланганлик натижасида етказилган зарар ҳамда олинган фойда миқдорини аниқлаш имкони бўлмаса, келиб чиққан зарар компенсация қилиш ёки ҳуқуқбузар олган даромадини ҳуқуқ эгасига қайтариш йўли билан қопланади. Ҳуқуқ эгаси ўз хоҳишига кўра зарар етказувчидан етказилган зарарни қоплаш ўрнига қуйидагиларга мувофиқ компенсация қилишни талаб қилишга ҳақли: товар белгиси ноқонуний жойлаштирилган товарлар қийматининг икки баробари миқдорида; ёки товар белгисидан қонуний фойдаланиш учун одатдаги ҳолатлардаги нархлардан келиб чиққан ҳолда товар белгисидан фойдаланиш ҳуқуқининг икки баробари миқдорида» белгилаш таклиф қилинди. Тадқиқотчи товар белгисидан ноқонуний фойдаланганлик учун фуқаролик-ҳуқуқий жавобгарлик масаласини таҳлил қилган ҳолда, суд ишнинг мазмуни ва ҳуқуқбузарликнинг табиатидан келиб чиқиб, мутлақ ҳуқуқ эгасига нисбатан етказилган зарар ҳамда олинган фойда миқдорини аниқлашнинг имкони бўлмаган ҳолларда зарар компенсация қилиниш йўли билан қопланиши лозим деган тўхтамга келди.

ХУЛОСА

«Товар белгиларидан фойдаланиш ва муҳофаза қилишни фуқаролик-ҳуқуқий тартибга солиш» мавзусидаги диссертация бўйича олиб борилган тадқиқотлар натижасида қуйидаги назарий ва илмий-амалий аҳамиятга эга хулосаларга келинди:

1. Тадқиқот натижасида товар белгисининг мақомига қуйидагича назарий таъриф берилди:

«Товар белгиси бир турдаги маҳсулотлар ичида ўзининг оригиналлиги, такрорланмаслиги, янгилиги, маҳсулотнинг умумий сифатини қамраб олган ҳамда ўрнатилган тартибда рўйхатга олинган юридик шахс ва тадбиркорлик фаолиятини амалга ошираётган субъектларнинг унга нисбатан мутлақ ҳуқуқлари амал қиладиган шахсийлаштириш воситаси ҳисобланади».

2. Шахсийлаштириш воситаларига нисбатан мутлақ ҳуқуқлар мазмуни қуйидаги гуруҳларга бўлинган ҳолда таснифланади:

мутлақ ҳуқуқ доирасида ўз ваколатини амалга ошириш хусусиятига кўра: мутлақ ҳуқуққа тегишли бошқа маълумотларни олиш, сақлаш ва тасарруф этиш; шахсийлаштириш воситаларидан чекланмаган ҳудудлар доирасида фойдаланиш ва шундай ҳуқуқни бир вақтнинг ўзида бир неча шахсларга тақдим этиш; амалдаги қонунчиликда тақиқланмаган ҳолда белгиланган муддатда шахсийлаштириш воситаларига бўлган ҳуқуқни сақлаш, шунингдек ушбу ҳуқуқни тасарруф этиш;

талаб қилиш доирасига кўра: қонунчиликда белгиланганидан ташқари бошқа шахсларнинг бир хил ва ўхшаш бўлган шахсийлаштириш воситасидан рухсатсиз фойдаланиш; шахсийлаштириш воситасига тегишли ахборотни ошкор қилиш ёки бошқа моддий манфаат кўриш йўлида фойдаланиш;

мутлақ ҳуқуқни муҳофаза қилишга кўра: мутлақ ҳуқуқлар алоҳида махсус ва одатий тартибда муҳофаза қилинади. Мутлақ ҳуқуқни махсус тартибда муҳофаза қилиш халқаро даражада алоҳида берилган талабномалар асосида белгиланади.

3. Тадқиқот натижасида мутлақ ҳуқуқ мазмуни ва ўзига хослиги ўрганилган ҳолда қуйидагича таъриф бериш мумкин:

«Мутлақ ҳуқуқ – бу мутлақ ваколат сифатида субъектив фуқаролик ҳуқуқининг бир тури бўлиб, унинг эгасига қонунда тақиқланмаган ҳолда интеллектуал мулк объектларидан фойдаланиш ва уни тасарруф этиш, белгиланган ҳудудларда чекланмаган доирадаги шахслардан кўрсатилган муддатларда ундан фойдаланишни чеклаш ёки рухсат беришдир».

4. Диссертацияда «бренд» атамасининг моҳиятини тадқиқ этиш асосида «ўзбек бренди»нинг ташкилий-ҳуқуқий механизмларини яратиш борасидаги тавсиялар ишлаб чиқилди. Ўзбекистон Республикаси Президентининг Ўзбекистон Республикаси Олий Мажлисига Мурожаатномасида «ўзбек бренди»ни шакллантириш бўйича белгиланган вазифаларни амалга ошириш мақсадида «Ўзбекистон Республикаси Савдо-саноат палатаси ҳузурида Ўзбек бренди уюшмаси тўғрисида»ги Низом лойиҳаси ишлаб чиқилди.

5. 2001 йил 30 августда қабул қилинган Ўзбекистон Республикасининг «Товар белгилари, хизмат кўрсатиш белгилари ва товар келиб чиққан жой номлари тўғрисида»ги Қонуни 32²-моддасини қуйидаги олтинчи ва еттинчи қисм билан тўлдириш таклиф қилинди:

«Манфаатдор шахс Апелляция кенгашининг қарори устидан судга шикоят беришга ҳақли.

Суд манфаатдор шахс томонидан тақдим этилган ҳужжатлар, далиллар ва улар асосида ўтказилган экспертиза ҳамда унинг натижаларига асосан товар белгисини ҳаммага маълум деб эътироф этиш тўғрисида қарор қабул қилиш ваколатига эга».

6. 2006 йил 27 мартда қабул қилинган «Товар белгилари Қонуни тўғрисидаги Сингапур Келишуви»га Ўзбекистоннинг қўшилишини «*рад этувчи*» асос кўрсатиб ўтилди ва айрим давлатлар қонунчилиги ҳамда суд амалиётига кўра асослантирилди.

7. Товар белгисидан инсофсиз ёки инсофли деб топиш масаласи кўрилаётганда товар белгиси билан бир хил ёки ўхшаш бўлган бошқа шахсийлаштириш воситалари орқали тақдим этилаётган маҳсулотнинг хусусиятига эътибор қаратиш лозимлиги билан боғлиқ масалалар таҳлил қилинди. Унга кўра, товар белгиси билан ўхшаш бўлган фирма номи, домен номи, хизмат кўрсатиш белгиси «Товарлар ва хизматларнинг халқаро Ницца таснифи»нинг бир турдаги ёки ўхшаш бўлган товарларда фойдаланилмаса ўз-ўзидан ушбу фаолият инсофсиз рақобат сифатида эътироф этилмаслиги асослантирилди.

8. Ўзбекистон Республикаси Фуқаролик кодексининг 1102-моддаси биринчи қисмига қуйидагича ўзгартириш ва қўшимча киритиш таклиф қилинди:

«Товар белгиси юридик шахс ёки якка тартибдаги тадбиркорларнинг товарларини шахсийлаштиришга хизмат қиладиган, товар белгиси гувоҳномаси билан тасдиқланганлик асосида мутлақ ҳуқуқ сифатида тан олинадиган белгилардир.

Ушбу Кодекснинг товар белгиларига тегишли қоидалар хизмат кўрсатиш белгиларига, яъни юридик шахслар ёки якка тартибдаги тадбиркорлар томонидан амалга ошириладиган ишларни ёки хизматларни шахсийлаштиришга нисбатан қўлланилади».

9. 2001 йил 30 августда қабул қилинган Ўзбекистон Республикасининг «Товар белгилари, хизмат кўрсатиш белгилари ва товар келиб чиққан жой номлари тўғрисида»ги Қонуни 3-моддаси бешинчи қисмига ўзгартириш ва қўшимча киритиш таклиф қилинди:

«Тасвирлар, сўз ва сўз бирикмалари, шахс номлари ва уларнинг тасвири, ранглар, товушлар, уч ўлчовли конфигурациялар, рақамлар, харфлар, товарлар шакли ва ўрами, рамзлар товар белгиси сифатида рўйхатдан ўтказилади».

10. Ўзбекистон Республикаси Фуқаролик кодексининг 1036-моддаси иккинчи қисмига қўшимча киритиш таклиф қилинди:

«Лицензия шартномасида бериладиган ҳуқуқларни, фойдаланиш ҳудудлари ва муддатлари кўрсатилган ёки кўрсатилмаганлиги аниқланиши лозим».

11. Ўзбекистон Республикаси Фуқаролик кодексининг 1103-моддаси иккинчи қисмига ўзгартиш киритиш ва уни қуйидаги мазмунда баён этиш таклиф қилинди:

«Товар белгисини Қонунда белгиланган тартибда товар ишлаб чиқариш муносабатларида қўлланилиши шарти билан ундан фойдаланиш деб ҳисобланади».

12. Ўзбекистон Республикаси Фуқаролик кодекси 1105-моддаси тўртинчи қисмини қуйидаги янги тахрирда белгилаш таклиф қилинди:

«Товар белгисига нисбатан мутлақ ҳуқуқни қабул қилган меросхўр (ҳуқуқий ворис)лар товар белгисидан фойдаланишга фақатгина тадбиркорлик фаолияти субъекти бўлиши шарти билан йўл қўйилади. Бошқа ҳолларда меросхўр (ҳуқуқий ворис)лар товар белгисига нисбатан мутлақ ҳуқуқдан фойдаланиш ҳуқуқисиз эгаллик қилиш ёки бошқа тадбиркорлик субъектларга бегоналаштиришга ҳақли.

Меросхўр (ҳуқуқий ворис)лар товар белгисидан фойдаланмаган тақдирда унга бўлган мутлақ ҳуқуқни бекор қилишга нисбатан ушбу Кодекс 1104-моддасининг биринчи қисм қоидалари қўлланилади».

13. Ўзбекистон Республикаси Фуқаролик кодекси 1104-моддаси биринчи қисмига ўзгартириш киритиш ва қўшимча қисм билан тўлдириш таклиф қилинди:

«Товар белгисидан охириги *уч йил* давомида узрли сабабсиз узлуксиз фойдаланилмаган тақдирда унинг рўйхатдан ўтказилганлиги исталган манфаатдор шахснинг талаби бўйича бекор қилиниши мумкин.

Товар белгисига бўлган ҳуқуқни манфаатдор шахснинг талаби билан бекор қилиш фақат суд тартибида амалга оширилади».

14. Ўзбекистон Республикаси Фуқаролик кодексининг 1036-моддасига қуйидагича қўшимча киритиш таклиф қилинади:

«Лицензиар ўзига тегишли товар белгиси остида маҳсулот ишлаб чиқармаётган бўлса ҳам, у лицензиат (сублицензиат) томонидан ишлаб чиқарилаётган маҳсулот сифатининг тегишли талабларга жавоб беришини таъминлашни талаб қилишга ҳақли.

Лицензиат (сублицензиат) томонидан ишлаб чиқарилаётган маҳсулот сифатининг бузилиши натижасида келиб чиқадиган зарар учун лицензиат сублицензиат билан бирга лицензиар ҳам солидар тартибда субсидиар жавобгар бўлади».

15. 2001 йил 30 августда қабул қилинган Ўзбекистон Республикасининг «Товар белгилари, хизмат кўрсатиш белгилари ва товар келиб чиққан жой номлари тўғрисида»ги Қонунинг 22-моддасини янги иккинчи ва учинчи банд билан тўлдириш ва уларда қуйидаги қоидаларни белгилаш таклиф қилинади:

22-модданинг иккинчи банди:

«Товар белгисига доир гувоҳноманинг амал қилиш муддатини навбатдаги ўн йил муддатга узайтиришга у рўйхатга олинган товарларда камида узрли сабабсиз узлуксиз уч йил давомида қўлланилиши шарти билан йўл қўйилади».

22-модданинг учинчи банди:

«Товар белгисига доир гувоҳноманинг навбатдаги ўн йил муддатга узайтирилиши учун қуйидагилар асос бўлмайди:

товар белгиси остида маҳсулоти ишлаб чиқармасдан, уни рекламада, босма нашрлар, расмий бланкалар, пешлавҳалар, кўргазма ва ярмаркаларда экспонатларни намойиш этиш;

домен номида ишлатиш».

16. Ўзбекистон Республикаси Фуқаролик кодексига 1105¹-моддаси «Товар белгисига нисбатан мутлақ ҳуқуқлар гарови шартномаси» деб номланган қуйидагича янги модда киритиш таклиф қилинди:

«Товар белгисига нисбатан мутлақ ҳуқуқлар гарови шартномаси бўйича гаровга қўювчи товар белгиси рўйхатга олинган товарнинг барча турлари ёки бир қисмига нисбатан мутлақ ҳуқуқларни кўрсатган ҳолда гаровга олувчига тақдим қилади.

Гаровга қўювчи товар белгисидан лицензия шартномасига кўра фойдаланишга, агар ушбу ҳуқуқни чеклаш тўғрисидаги шарт шартномада кўрсатилмаган бўлса йўл қўйилади.

Шартномада ўзгача шарт назарда тутилмаган бўлса, гаровга қўювчи оддий номутлақ лицензияни гаровга олувчининг ёзма розилиги билан учинчи шахсга тақдим қилиши мумкин».

Товар белгисига нисбатан мутлақ ҳуқуқлар гарови шартномаси муддати кўрсатилган ёки кўрсатилмаган ҳолда тузилиши мумкин.

17. Ўзбекистон Республикаси Фуқаролик кодексининг 1107-моддасига кўшимча киритиш таклиф қилинди:

«Суд томонидан товар белгисидан ноқонуний фойдаланганлик натижасида етказилган зарар ҳамда олинган фойда миқдорини аниқлаш имкони бўлмаса, келиб чиққан зарар компенсация қилиш ёки ҳуқуқбузар олган даромадини ҳуқуқ эгасига қайтариш йўли билан қопланади.

Ҳуқуқ эгаси ўз хоҳишига кўра зарар етказувчидан етказилган зарарни қоплаш ўрнига қуйидагиларга мувофиқ компенсация қилишни талаб қилишга ҳақли:

товар белгиси ноқонуний жойлаштирилган товарлар қийматининг икки баробари миқдорида;

ёки товар белгисидан қонуний фойдаланиш учун одатдаги ҳолатлардаги нархлардан келиб чиққан ҳолда товар белгисидан фойдаланиш ҳуқуқининг икки баробари миқдорида».

**НАУЧНЫЙ СОВЕТ DSC.27.06.2017.YU.22.01 ПО ПРИСУЖДЕНИЮ
УЧЕНЫХ СТЕПЕНЕЙ ПРИ ТАШКЕНТСТКОМ
ГОСУДАРСТВЕННОМ ЮРИДИЧЕСКОМ УНИВЕРСИТЕТЕ**

**ТАШКЕНТСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ЮРИДИЧЕСКИЙ
УНИВЕРСИТЕТ**

БАБАКУЛОВ ЗАФАР КУРБОННАЗАРОВИЧ

**ГРАЖДАНСКО-ПРАВОВОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ
И ЗАЩИТЫ ТОВАРНЫХ ЗНАКОВ**

12.00.03 – Гражданское право. Предпринимательское право.
Семейное право. Международное частное право

АВТОРЕФЕРАТ
докторской диссертации (PhD) по юридическим наукам

Ташкент – 2018

Тема диссертации доктора наук (PhD) зарегистрирована Высшей аттестационной комиссией при Кабинете Министров Республики Узбекистан за B2017.3.PhD/Yu109

Докторская диссертация выполнена в Ташкентском государственном юридическом университете.

Автореферат диссертации размещен на трех языках (узбекском, русском, английском (резюме) на веб-сайте Научного совета (www.tsul.uz) и Информационно-образовательном портале «Ziyonet» (www.ziyonet.uz).

Научный руководитель:

Омонбой Окюлов,
доктор юридических наук, профессор.

Официальные оппоненты:

Самарходжаев Батыр Билялович,
доктор юридических наук, профессор.

Джолдасова Сахипжамал Джалгасовна,
кандидат юридических наук, доцент.

Ведущая организация:

**Академия Министерства внутренних дел
Республики Узбекистан**

Защита диссертации состоится 27 ноября 2018 года в 14:00 на заседании Научного совета DSc.27.06.2017.Yu.22.01 при Ташкентском государственном юридическом университете. (Адрес: 100047, г.Ташкент, улица Сайилгох, 35. Тел.: (99871) 233-66-36; факс: (99871) 233-37-48; e-mail: info@tsul.uz).

С докторской диссертацией можно ознакомиться в Информационно-ресурсном центре Ташкентского государственного юридического университета (зарегистрировано за №852). (Адрес: 100047, г.Ташкент, ул. А.Темура, 13. Тел.: (99871) 233-66-36.

Автореферат диссертации разослан 9 ноября 2018 года.
(протокол реестра № 8 от 9 ноября 2018 года).

Н.С.Салаев

Председатель Научного совета по присуждению ученых степеней, доктор юридических наук, доцент

Б.Т.Мусаев

Секретарь Научного совета по присуждению ученых степеней, доктор философии (PhD) по юридическим наукам

Н.Ф.Имомов

Председатель Научного семинара при Научном совете по присуждению ученых степеней, доктор юридических наук, профессор

ВВЕДЕНИЕ (Аннотация докторской диссертации)

Актуальность и значимость темы диссертации. В условиях увеличения количества товарных знаков во всем мире вопрос защиты товарных знаков и осуществление прав по отношению к ним имеет глобальное и актуальное значение. По сведениям Всемирной организации интеллектуальной собственности, в течение 9 месяцев 2017 года в мире было подано 9.768.200 заявлений для регистрации товарных знаков. В 2016 году этот показатель составлял 7.000.000, что по сравнению с 2015 годом было больше на 16,4 %. Ведущими странами по подаче заявок является Китай (37,9%), США (5,6%), Япония (4,6%), страны Европы (3,8%) и Индия (3,2%)¹. В период, когда количество потребностей увеличивается по сравнению с регистрацией товарных знаков, создание гарантий свободного осуществления исключительных прав в мировом масштабе, совершенствование законодательства по обеспечению защиты прав становятся актуальной задачей.

В мире отдельное внимание уделяется разработке научных направлений по совершенствованию этой сферы, исходя из своеобразия эффективного правового регулирования товарных знаков. В том числе, учитывая экономическую доходность общеизвестных (брендовых) товарных знаков, обеспечение и защита прав и законных интересов его владельца, разработку ещё более эффективных механизмов использования и защиты товарных знаков, систематизацию нормативно-правовой базы по защите прав интеллектуальной собственности, необходимость показать правовое решение вопросов по совершенствованию практики применения права имеет также важное значение.

В республике осуществляется ряд целевых мер по совершенствованию и приведению гражданско-правового статуса товарных знаков с уделением специального внимания на соответствие с международными стандартами. В частности, проводится широкомасштабная системная работа по ратификации международных конвенций и договоров в этой сфере, борьбе с поддельными товарными знаками, ввозу и вывозу контрафактной продукции в республику. «Всесторонний анализ пройденного этапа развития страны, изменяющаяся конъюнктура мировой экономики в условиях глобализации и усиливающаяся конкуренция требуют выработки и реализации кардинально новых идей и принципов дальнейшего устойчивого и опережающего развития страны»², а также «в целях дальнейшего совершенствования системы правовой охраны объектов интеллектуальной собственности в соответствии с

¹ WIPO IP Facts and Figures http://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/wipo_pub_943_2017.

² Указ Президента Республики Узбекистан от 7 февраля 2017 года УП-4947 «О Стратегии действий по дальнейшему развитию Республики Узбекистан» // «Собрание законодательства Республики Узбекистан», 13 февраля 2017 г., N 6, ст. 70

международными нормами и стандартами»¹ были определены как один из приоритетов экономического развития страны, и изучение этой сферы играет важную роль.

Данная диссертационная работа в определенной степени служит для реализации основных направлений, определенных в таких законодательных актах, как Гражданский кодекс Республики Узбекистан (1996), Законы Республики Узбекистан «О товарных знаках, знаках обслуживания и наименованиях мест происхождения товаров» (2001), «О конкуренции» (2012), «О фирменных наименованиях» (2006), Указ Президента Республики Узбекистан «О Стратегии действий по дальнейшему развитию Республики Узбекистан» (2017), Постановление Президента Республики Узбекистан «О мерах по совершенствованию деятельности Агентства по интеллектуальной собственности Республики Узбекистан» (2016) и другие законодательные акты по данной тематике.

Соответствие исследования приоритетным направлениям развития науки и технологий республики. Данная исследовательская работа выполнена в соответствии с приоритетным направлением развития науки и технологий в Республике Узбекистан I. «Духовно-нравственное и культурное развитие демократического и правового общества, формирование инновационной экономики» на период 2012–2020 годы.

Степень изученности проблемы. В нашей стране вопросы гражданско-правового регулирования использования и защиты товарных знаков, исторические и современные этапы совершенствования государственного права, применяемого к данным отношениям, а также международные стандарты и опыт зарубежных государств, в качестве объекта самостоятельного исследования еще не изучены.

Вопросы гражданско-правового регулирования использования и защиты товарных знаков в определенной степени рассмотрены в научных трудах отечественных ученых-исследователей, таких как: Х.А.Рахмонкулов, И.Б.Зокиров, О.Окюлов, И.И.Насриев, Н.Ф.Имомов, Х.Т.Азизов, И.Р.Рустамбеков, Д.А.Огай, Б.У.Ахмаджанов, С.М.Сафоева, З.С.Акрамходжаева и другие.

В странах СНГ проведены успешные исследования гражданских и правовых аспектов товарных знаков. В частности, учеными и исследователями по вопросам гражданско-правового статуса товарных знаков и осуществления им прав О.А.Курлаев, Р.А.Хасанов, А.Д.Кудаков, В.В.Пирогова, Е.С.Рогачев, С.В.Ловцов, Н.М.Добрыден, А.К.Шульга занимались научными исследованиями в этой области; Е.С.Шпак, Е.А.Данилина, П.В.Герман, И.А.Петров, А.М.Горохов, А.Б.Рабец, Н.Ю.Медведов, Е.А.Жалнина рассматривали вопросы защиты товарных знаков и правовой ответственности; Т.А.Вахнина, А.А.Агеенко, В.В.Орлова,

¹ Постановление Президента Республики Узбекистан от 20 октября 2016 года ПП–2637 «О мерах по совершенствованию деятельности Агентства по интеллектуальной собственности Республики Узбекистан» // «Собрание законодательства Республики Узбекистан», 14 ноября 2016 г., N 45, ст. 520

И.В.Быструшкина, А.С.Ешич, П.В.Садовский изучали вопросами соотношения товарных знаков с другими средствами индивидуализации; Е.А.Зайцева, М.В.Евдокимова, А.Г.Прокопьев изучали проблемы правового статуса общеизвестных товарных знаков¹.

В зарубежных странах такие ученые, как А.Ж.Берtrand, У.Марcellin, Ж.Гилсон, Д.М.Келли, С.Н.Клейн, Ф.Мостерт, К.Л.Порт, Н.Зорни и другие исследовали вопросы своеобразия правового регулирования отношений товарных знаков и теоретические стороны вопросов, связанных с ними.

Однако в работах вышеназванных ученых, в основном, освещены вопросы отдельных видов и сторон правовых отношений по товарным знакам, а комплексное правовое регулирование данного вопроса не исследовано. По этой причине считается актуальным исследование комплексного регулирования гражданско-правовых отношений в сфере товарных знаков.

В нашей стране отдельно взятого монографического исследования данного вопроса не осуществлялось.

Связь диссертационного исследования с планами научно-исследовательских работ высшего образовательного учреждения, в котором выполнена диссертация. Тема диссертации включена в план научно-исследовательских работ Ташкентского государственного юридического университета и выполнена в рамках приоритетных направлений научных исследований вопросов: «Проблемы гражданско-правового обеспечения социально-экономического реформирования» (2014-2019 гг.) и «Гражданско-правовое обеспечение в гражданском общении объектов интеллектуальной собственности» (2014-2019 гг.).

Целью исследования является разработка предложений и рекомендаций по совершенствованию гражданско-правового регулирования на основе научного анализа отношений при использовании и защите товарных знаков.

Задачи исследования:

определение понятия «товарный знак», особенности и его гражданско-правового значения;

характеристика условий осуществления исключительных прав в гражданско-правовых отношениях и обоснование прав средств индивидуализации в качестве новой комплексной правовой сферы;

разработать предложения и рекомендации по применению в гражданско-правовых отношениях функций товарных знаков;

определение статуса общеизвестных товарных знаков, их анализ на основе зарубежного законодательства;

разработать предложения и рекомендации по развитию и совершенствованию «узбекского бренда»;

определить решение проблемы по регулированию использования товарных знаков в рамках гражданско-правовых договоров и дать предложения по совершенствованию гражданского законодательства;

¹ Полный перечень работ данных авторов указан в списке использованной литературы.

разработать предложения и рекомендации по совершенствованию практики правовой защиты товарных знаков;

дать предложения по условиям покрытия ущерба, нанесенного в результате незаконного использования товарных знаков, в законодательство.

Объектом исследования является система гражданско-правовых отношений в сфере товарных знаков.

Предметом исследования являются нормативно-правовые документы, направленные на урегулирование гражданско-правовых отношений в сфере товарных знаков, законодательная практика применения, зарубежное законодательство и опыт, а также концептуальные подходы, научно-практические воззрения и правовые категории, существующие в юридической науке.

Методы исследования. В ходе исследования использованы такие методы, как исторический, системно-структурный, сравнительно-правовой, логический, комплексное исследование научных источников, индукция и дедукция, анализ статистических сведений.

Научная новизна исследования заключается в следующем:

обосновано, что не является нарушением исключительного права на товарный знак использование этого товарного знака другими лицами в отношении товаров, которые были правомерно введены в гражданский оборот непосредственно владельцем товарного знака или с его согласия;

обосновано, что товарные знаки считаются ложными, неопределенными или вводящими в заблуждение в качестве неправильного сравнения, что приведёт к юридической ответственности;

обосновано, что правонарушением признаются незаконное использование, товарных знаков, продажа путем размещения их на товары, в виде наклейки, этикетки и другие формы введения в гражданский оборот;

обоснована оценка регистрации товарного знака в качестве недобросовестной конкуренции тождественного или сходного до степени смешивания с обозначением в отношении товара, ранее введенного хозяйствующим субъектом в гражданский оборот.

Практические результаты исследования заключены в следующем:

разработаны предложения по дальнейшему повышению эффективности защиты прав и интересов владельца товарного знака;

обосновано в качестве нового комплекса правовой сферы «право средств индивидуализации», наряду с совершенствованием законодательных основ использования товарных знаков в предпринимательской деятельности, исходя из свойства применения исключительных прав;

разработаны предложения правового регулирования по заложению исключительного права на товарный знак, отчуждения этого права залогодержателем, завещания товарного знака в наследство, распоряжения этими правами на основании договора купли-продажи;

разработан проект нормативно-правового акта, направленного на развитие «узбекского бренда»;

разработаны предложения по вопросам защиты товарных знаков гражданско-правовой ответственности, возникающих в результате незаконного их использования.

Достоверность результатов исследования. Результаты исследования оформлены соответствующими документами на основе обобщения результатов анализа сведений по вопросам норм международного права и национального законодательства, опыта зарубежных государств, практики применения закона, обоснованности по социальному анкетированию, анализу статистических сведений. Заключение, предложения и рекомендации прошли апробацию, и их результаты объявлены в ведущих зарубежных и национальных изданиях.

Полученные результаты утверждены полномочными структурами и внедрены в практику.

Научная и практическая значимость результатов исследования. Научное значение результатов исследования заключается в том, что научно-практические заключения, предложения и рекомендации в них могут служить в будущей научной деятельности, законотворчестве, практике применения закона, комментировании соответствующих норм законодательно-гражданских актов, совершенствовании национального законодательства, а также с научно-теоретической стороны служить обогащению таких дисциплин, как гражданское право, предпринимательское право, конкурентное право, международное частное право. Результаты исследования могут быть применены в осуществлении новых научных исследований.

Практическое значение исследования заключается в использовании в деятельности законотворчества, в процессе подготовки нормативно-правовых актов и введении в них изменений и дополнений, в совершенствовании практики применения закона, а также при преподавании в высших юридических образовательных учреждениях таких предметов, как гражданское право, конкурентное право и предпринимательское право.

Внедрение результатов исследования. На основе научных результатов по использованию и охране товарных знаков в Узбекистане:

предложение о том, что не является нарушением исключительного права на товарный знак, использование этого товарного знака другими лицами в отношении товаров, которые были правомерно введены в гражданский оборот непосредственно владельцем товарного знака или с его согласия нашло свое отражение в статье 1107-1 Гражданского кодекса Республики Узбекистан и в четвертой части статьи 26 Закона Республики Узбекистан от 30 августа 2001 года №267-II «О товарных знаках, знаках обслуживания и наименованиях мест происхождения товаров» (Справка № 06-16/826 Сената Олий Мажлиса Республики Узбекистан от 19 июня 2018 года). Данное предложение гарантирует, что использование товарного знака в сделке купли-продажи другими лицами с согласия владельца не противоречит закону;

некорректные сравнения, способные причинить убытки другому хозяйствующему субъекту или нанести ущерб его деловой репутации. При этом некорректным сравнением является сравнение товара хозяйствующего субъекта с другим товаром иного хозяйствующего субъекта (конкурента) путем использования слов или обозначений, создающих впечатление о превосходстве товара без указания характеристик или параметров сравнения, имеющих объективное подтверждение, либо случаи, когда утверждения, содержащие указанные слова или обозначения, являются ложными, неточными или искаженными, нашло свое отражение в статье 13 Закона Республики Узбекистан от 6 января 2012 года № ЗРУ-319 «О конкуренции» (Справка № 06-16/826 Сената Олий Мажлиса Республики Узбекистан от 19 июня 2018 года). Это предложение служит для защиты потребителей от покупки контрафактной продукции;

реализация товара с незаконным использованием результатов интеллектуальной деятельности и приравненных к ним средств индивидуализации юридического лица, средств индивидуализации товара, в том числе реализация товара с незаконным использованием обозначения, тождественного товарному знаку, фирменному наименованию хозяйствующего субъекта (конкурента), либо сходного с ним до степени смешения, путем его размещения на товарах, этикетках, упаковках или использования иным образом в отношении товаров, которые продаются либо иным образом вводятся в гражданский оборот, а также путем его использования в доменном имени нашло свое отражение в статье 13 Закона Республики Узбекистан № ЗРУ-319 «О конкуренции» (Справка № 06-16/826 Сената Олий Мажлиса Республики Узбекистан от 19 июня 2018 года). Это предложение не позволит третьим лицам использовать те же или подобные функции с преимуществом товарного знака;

не допускается недобросовестная конкуренция, связанная с приобретением исключительного права на средства индивидуализации юридического лица, средства индивидуализации товара, а также с регистрацией товарного знака, тождественного или сходного до степени смешения с обозначением в отношении товара, ранее введенного хозяйствующим субъектом (конкурентом) в гражданский оборот – это предложение нашло свое отражение в статье 13 Закона Республики Узбекистан № ЗРУ-319 «О конкуренции» (Справка № 06-16/826 Сената Олий Мажлиса Республики Узбекистан от 19 июня 2018 года). Это предложение поможет создать добросовестную конкурентную среду на рынке.

Апробация результатов исследования. Результаты данного исследования прошли обсуждение на 5 научных конференциях, в том числе на 2 международных и 3 республиканских научно-практических конференциях и семинарах.

Опубликование результатов исследования. По теме опубликовано всего 27 научных работ, в том числе 1 монография, соавтор двух учебников, 24 научные статьи (3 – в зарубежных журналах).

Структура и объем диссертации. Диссертация состоит из введения, трёх глав, заключения, списка использованной литературы и приложений. Объем диссертации составляет 155 страниц.

ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ ДИССЕРТАЦИИ

Во **введении** диссертации (аннотации докторской диссертации) обоснована актуальность и востребованность темы исследования, освещена связь исследования с основными приоритетными направлениями развития науки и технологий республики, степень изученности проблемы, связь темы диссертации с научно-исследовательскими работами высшего образовательного учреждения, в котором выполнена диссертация, цели и задачи, объект и предмет исследования, методы, научная новизна и практический результат, достоверность результатов исследования, научная и практическая значимость результатов исследования, внедрение, апробация, опубликование результатов исследования, объем и структура диссертации.

В первой главе диссертации **«Место товарных знаков в системе объектов интеллектуальной собственности»** проанализированы понятие и своеобразие товарных знаков, функции товарных знаков: научно-правовой анализ, правовой статус общеизвестных («well-known», «brend») товарных знаков и их правовое регулирование.

В данной главе исследователем раскрыты своеобразие и виды товарных знаков, их историко-правовые стороны, правовые акты, направленные на регулирование отношений товарных знаков в истории, и необходимость их принятия, функции товарных знаков отражены в нормативных актах, условия и порядок их применения в отношениях товарных знаков, угрозы, связанные с использованием функции товарных знаков, противоречия, связанные с применением функции товарных знаков в судебной практике, правовой статус общеизвестных товарных знаков и вопросы законодательного регулирования некоторых государств. Разработаны заключения по содержанию правовых механизмов регулирования роли в гражданско-правовых отношениях средств индивидуализации на основе взглядов по отношению к понятию “правового статуса товарных знаков” зарубежных экспертов и ученых, как А.Я.Карунная, С.А.Судариков, В.В.Орлова, И.А.Петрова, Э.П.Гаврилов, В.М.Сергеев, Y.Marcellin, С.Жамен, S.Valentina, T.Vernika, J.Sneha, Поль Матели, Ф.Байройтер и отечественных ученых-исследователей – О.Окюлов, Н.Ф.Имомов, Д.А.Огай, С.М.Сафоева, Б.У.Ахмаджонов.

В результате осуществленного анализа вопросов, изучения вопросов определения места товарных знаков в гражданско-правовых отношениях и методов их регулирования, по которым у исследователей не было единого и сформированного мнения, а также наличие противоречащих друг другу точек зрения, автор изложил свое мнение по отношению к ним. В частности, товарный знак не отражает в себе качества как объект творческой деятельности. Однако, проявляя в себе нематериальные стороны товарных знаков, из-за причины отсутствия определенного решения об отношении их к предмету того или иного института в качестве объекта признается объектом, приравненного к интеллектуальной собственности. Вместе с этим, обосновав

гражданско-правовые стороны места в сфере объектов интеллектуальной собственности средств индивидуализации, была приведена необходимость и обоснованность разработки норм, направленных на использование и своеобразную правовую защиту увеличенных видов средств индивидуализации в результате развития впоследствии социальных и экономических отношений.

Историко-правовые стороны товарных знаков были проанализированы на основе соответствующих источников. Как известно, товарные знаки использовались в производстве товаров 3 тысячи лет назад, а по некоторым источникам – 5 тысяч лет назад. В дальнейшем, в результате появления необходимости защиты товарных знаков в свое время были приняты соответствующие законы. В истории впервые Закон о товарном знаке был принят в 1266 году Парламентом Англии. В истории автор обосновал появление потребности в правовом регулировании товарных знаков появлением популярных товаров среди одного вида продукции, в результате чего повышался объем продаж этой продукции, расширением возможности продавать эту продукцию в других государствах и отсутствием мер наказания за подделку.

В диссертации проанализировано законодательство отдельных государств (Германия, Италия, США, Франция, Голландия, Китай, Россия), где товарные знаки определены в качестве понятий «товарный знак», «торговый знак», «знак», а также в научной литературе – «goodwill», «марка», «эмблема», «логотип», «знак продукции». После изучения автором существования различного вида товарных знаков в отношениях купли-продажи и в обращении, использования учеными и исследователями понятий, похожих с товарными знаками и обосновано. Автор обосновал, что это не влияет на функции, осуществляемые им на практике.

После изучения регистрации товарных знаков было проанализировано их разнообразие, выявлено, что в действующем национальном законодательстве учитывались, в большинстве случаев, интересы материального мира, и обосновано, что это правило не отвечает требованиям международного законодательства. При изучении законодательства развитых стран (Китай, Германия, Великобритания, Испания) было видно, что у них, наряду с материальным миром учитываются и интересы виртуального мира. При определении видов товарного знака было пересмотрено правило, определенное в национальном законодательстве с учетом потребителей с различными физическими недостатками. Нами разработано предложение по оформлению видов товарных знаков на основе принципа «избежания абстрактности», на основании которого обосновано и предложено «Осуществление регистрации в качестве товарного знака изображения, слова и словосочетания, личных имен и их изображения, цвета, звуков, трехмерных конфигураций, цифр, букв, формы и упаковок товаров, символов».

Исследователь показал изучение функций товарных знаков в научной литературе со стороны ученых-исследователей Дж.Веркманна, В.В.Белова,

Е.Триллинга, W.Cornisha. В исследовании было проанализировано, что до сих пор не сформировано единое мнение по использованию функции товарных знаков в гражданско-правовых отношениях, в частности, ослабление функции (Р.Коненко), отрицание одним другим, возвышение одной функции над другой, нецелевое использование товарных знаков, которые приводят к неполноценности функций. При изучении национального законодательства было выявлено и обосновано отсутствие соответствующих правовых функций при урегулировании отношений товарных знаков. Также при анализе документов судебной практики по использованию функций товарных знаков (например, товарный знак PRIMALAN) стало известно нецелевое использование функции, направленной на решение содержания проблемы, в связи с чем были даны рекомендации по урегулированию через соответствующие функции.

Общеизвестные («well-known», «brend») товарные знаки считаются для владельцев права источником дохода. Исследователи (M.Frederick, J.Carlos) изучают общеизвестные товарные знаки, подразделяя их на типы «обладающий репутацией» (reputation), «знаменитый» (famous), «очень известный» (highly renowned), «очень популярный» (highly reputed), «исключительно известный» (exceptionally well-known). Законодательство США и Франции подразделяют товарные знаки на «общеизвестные знаки» (well-known trademark) и «известный знак» (famous trademark). Изучив законодательство и практику различных государств, исследователь пришел к заключению, что разная характеристика общеизвестных товарных знаков усложняет содержание правоприменения. Это вопрос был обоснован практикой правоприменения Великобритании.

В Послании Президента Республики Узбекистана Олий Мажлису обосновано, что «узбекский бренд» является важным средством в развитии экспорта. Исходя из задач, определенных в Послании, разработано предложение об организационно-правовом механизме, направленном на развитие и внедрение «узбекского бренда». Исследователь разработал проект Устава по организации объединения «Узбекский бренд» при Торгово-промышленной палате Республике Узбекистан, где определены:

организация деятельности и управления объединением «Узбекский бренд»;

условия и порядок членства в объединении;
выдача лицензии об использовании «узбекского бренда»,
перерегистрация, выдача дубликата;
права и обязанности членов объединения;
мониторинг деятельности членов объединения;
испытательный срок использования наименования «узбекский бренд»;
разработка правил временного прекращения и ликвидации
использования наименованием «узбекский бренд».

Во второй главе диссертации **«Совершенствование гражданско-правового регулирования использования товарных знаков»**,

проанализированы особенности использования товарных знаков, виды использования товарных знаков: научно-теоретические вопросы.

Содержание исключительного права своим своеобразием отличается от содержания имущественного права. Данное своеобразие определяется объемом полномочий владельца исключительного права, кругом и сроком его осуществления. По определению содержания исключительного права осуществлены научные исследования учеными и исследователями, как О.Окюлов, Н.Ф.Имомов, Б.У.Ахмаджонов, Д.А.Огай, С.М.Сафоева, ученые стран СНГ Н.М.Коршунова, А.Л.Маковский, В.А.Дозорцов, В.С.Витко. В результате изучения различных заключений и взглядов автором в исследовании предлагается охарактеризовать содержание исключительного права, разделив его на следующие группы:

по характеру осуществления своих полномочий в рамках исключительного права: получение, хранение и распоряжение другими сведениями, относящимися к исключительному праву; использование средств индивидуализации не ограниченной территорией, также одновременно предоставить право нескольким лицам; сохранение права на средства индивидуализации в определенные сроки, если это не запрещено действующим законодательством, а также распоряжение этим правом;

в рамках требований: использование без разрешения тождественных или сходных до степени их смешения средства индивидуализации других лиц, кроме определенных законодательно; раскрытие соответствующей информации средств индивидуализации или использование для получения иной материальной выгоды;

по защите исключительного права: исключительное право защищается специальным и обычным порядком. Защита в специальном порядке исключительного права определяется на международном уровне на основе отдельно представленных требований.

В 2006 году 27 марта был принят «Сингапурский договор о законах по товарным знакам». По условию договора определена возможность быть владельцем исключительного права на товарный знак как юридическое, так и «физическое лицо» (ст.1. П (v)). В законодательстве стран-участниц договора (Германия, Италия, Франция, Швеция, Казахстан) право на товарный знак дано юридическим лицам. Российская Федерация также является членом Договора. Однако в России право на товарный знак выдается только юридическому лицу и субъекту частного предпринимательства. По правилам договора гражданин иностранного государства в России может зарегистрировать товарный знак. Но на основании заключения, сформированного в результате судебной практики, Россия, несмотря на то, что является членом договора, не допускает «физическое лицо» быть владельцем исключительного права на товарный знак. В этом отношении автор, исходя из заключения практики России и требований национального законодательства, обосновал неприсоединение Узбекистана к «Сингапурскому договору о законах по товарным знакам».

Исследователь подчеркнул, что современным требованиям не отвечает правило аннулирования товарного знака по требованию заинтересованного лица с условием не использования его в течение пяти лет, установленное статьёй 1104 Гражданского кодекса Республики Узбекистан. Не использование в производстве своего товарного знака владельцем исключительного права, хранение знака как «ненужной вещи» препятствуют регистрации товарного знака другими лицами. Исходя из этого, обоснована целесообразность снижения срока в «пять лет» в статье 1104 Гражданского кодекса Республики Узбекистан до «трех лет». Также обосновано, что при идентичности и схожести регистрируемого товарного знака заинтересованного лица с защищенным товарным знаком, для охраны прав владельца исключительного права необходимо, в первую очередь, учитывать вид товара, его потребляемость, цели его использования (объем и цели использования), вид сырья, используемого в производстве, взаимозаменяемость или взаимодополняемость товара, условия реализации (место продажи, розничная или оптовая продажа), круг потребителей, степень постоянного или временного использования товара.

В статье 1036 Гражданского кодекса Республики Узбекистан определена необходимость указания предела использования исключительного права в лицензионном договоре, а в статье 862 вышеупомянутого Кодекса определено заключение лицензионного договора с указанием, а также без указания территории использования исключительного права. Отличия указанных договоров заключаются в том, что «франшизинг – это договор комплексных исключительных прав», а «лицензионный договор – это договор, направленный на предоставление одного вида средств индивидуализации». По содержанию эти договоры направлены на регулирование близких друг другу отношений. В этом вопросе исследователем предложено внести дополнения во вторую часть статьи 1036 Гражданского кодекса и определить содержание правила следующим образом: «Лицензионный договор должен определять предоставляемые права, с указанием, а также без указания территории и сроки использования».

Из анализа, проведенного исследователем, видно, что в сфере использования товарных знаков в мировой практике прослеживается отрицательное влияние на интересы других лиц регистрация товарных знаков без их использования. Проанализированы вопросы непризнания в качестве товарного знака его использование в рекламе, издательской продукции, официальных бланках, вывесках. В результате, проведенного исследования, изучено, что хранение товарного знака без производства продукции может привести к ограничению прав заинтересованного лица, а также были даны предложения и рекомендации по решению этого вопроса.

В диссертации было выявлено, что урегулирование некоторых гражданско-правовых договоров, связанных с товарными знаками (купли-продажи, залога, наследства, использование в качестве доли) на основе

действующего законодательства гражданского права уже не отвечает современным требованиям. В частности, правила Гражданского кодекса Республики Узбекистан, в основном, направлены на регулирование отношений материального характера, поэтому было обосновано отсутствие специальных правил, связанных с регулированием вышеназванных отношений товарных знаков, или неприемлемость использования аналогичности прав все время по отношению товарных знаков. По данному вопросу были проанализированы научные труды ученых и исследователей стран СНГ (Г.Дернбурк, Е.В.Васьковский, В.А.Белов, А.О.Рыбалов) и отечественных ученых и исследователей (О.Окюлов, Н.Ф.Имомов, Д.А.Огай, Б.У.Ахмаджонов, С.М.Сафоева), а также на основании высказанных ими взглядов были разработаны предложения по регулированию в рамках гражданских договоров товарных знаков.

Использование товарных знаков в договоре залога является новым в практике правоприменения и национальном законодательстве. Даже если в национальном законодательстве нет препятствий для использования товарных знаков в договоре залога, однако в законодательстве это до сих пор не усовершенствовано в качестве отдельных отношений или не разработаны специальные правила для его урегулирования. В законодательстве зарубежных стран (США, Германия, Швеция, Япония, Великобритания) залог товарных знаков входит в категорию обычных традиционных гражданско-правовых отношений. Из-за отсутствия практики залоговых отношений товарных знаков, исследователь изучил несформированность по отношению к этому вопросу национального законодательства, отсутствие разработок по критериям оценки заложения товарных знаков. Исходя из опыта зарубежных государств, в диссертации даны предложения по правилам заложения товарных знаков, разработке критериев оценки, составлению договоров залога товарного знака.

В третьей главе диссертации **«Гражданско-правовые проблемы защиты товарных знаков»** проанализированы основы и условия гражданско-правовой защиты товарных знаков, проблемы гражданско-правовой ответственности за незаконное использование товарных знаков, а также разработаны соответствующие предложения и рекомендации.

Защита товарного знака была изучена на основе взглядов и мнений зарубежных ученых и исследователей (З.В.Макарова, Э.П.Гаврилов, С.С.Алексеев, E.Messner), отечественных ученых-исследователей (О.Окюлов, Н.Ф.Имомов, Д.А.Огай, С.М.Сафоева). Защита товарных знаков включает в себя и правовую защиту. В статье 1040 Гражданского кодекса Республики Узбекистан определены методы защиты прав. В этих методах, при нарушении прав по отношению к товарным знакам, проявляются правовые полномочия, которые могут быть осуществлены владельцем исключительного права. В исследовании была определена недостаточность необходимых основ механизмов осуществления методов правовой защиты. В результате было определено содержание методов правовой защиты и

проанализированы основы их осуществления.

По мнению автора, правовая защита товарного знака в рамках лицензионного договора имеет в виду правовую защиту не только от действий лицензиата, но и от пренебрежительности лицензиара. Из опыта США выявлено, что лицензиар привлекается к делу в качестве ответственного лица, если ухудшается качество товара в рамках лицензионного договора. В практике Великобритании, Германии и Франции тоже применяется этот метод, который, в свою очередь, направлен на защиту потребительских прав. В опыте национального законодательства тоже возможно «определить равную ответственность лицензиара при каждой ситуации вместе с лицензиатом при низком качестве продукции». Этот вопрос был проанализирован и принят соответствующие заключения.

В диссертации изучена защита товарного знака в лицензионном договоре в следующих случаях: если лицензиат выставит или подготовит к продаже товар, качество которого не соответствует степени качества товара лицензиара; если лицензиат без разрешения лицензиара позволит третьим лицам произвести товар и практически это осуществлено; если лицензиат конкурирует с лицензиаром на территории, где он осуществляет свою деятельность; если лицензиат некорректно сравнивает свою продукцию с продукцией лицензиара, что приносит ущерб или снизит деловую репутацию лицензиара; самовольное изменение вида товарного знака; скрытие от лицензиара состояние неиспользования товарного знака в деятельности сублицензиата на должном уровне или равнодушное отношение к этому; раскрытие тайны конкурентам, с целью нанесения ущерба лицензиару, специальных компонентов (коммерческая тайна) продукции с данным товарным знаком и этим способом подорвать репутацию товарного знака.

Автор обосновал развитие торговых отношений через систему Интернет, что, в свою очередь, приведет к необходимости защиты товарных знаков в виртуальном мире. В США одним из первых мире для защиты товарных знаков от «кибер-пиратов» был принят Закон «О защите потребителей от кибер-пиратства» (29 ноября 1999 г.). Данный закон был направлен на урегулирование регистрации товарных знаков в качестве доменных имен. В последние годы ускоренное развитие системы Интернет создает потребность в пересмотре существующего национального законодательства в сфере товарных знаков с учетом отношений «виртуального мира» потому, что в национальном законодательстве не определены правила оценки взаимосоответствия товарных знаков и названий доменов. Это создает основу для регистрации в качестве домена для третьих лиц без согласия владельца товарного знака. Учитывая опыт США по защите товарных знаков от «кибер-пиратов», с нашей точки зрения, необходимо разработать специальные правила и урегулировать следующие вопросы:

условия и порядок предотвращения товарных знаков от кибер-пиратства;

при использовании товарного знака в качестве названия домена определить основу для решения – кибер-пиратство или нет;

объем покрытия ущерба в результате кибер-пиратства по отношению к товарному знаку (количество ущерба определен в сумме от 1000 долларов до 100000 долларов в пункте (d) раздела 3 Закона США «О защите потребителей от кибер-пиратства»);

взаимоотношения государства и владельцев исключительного права в защите товарного знака от кибер-пиратства.

В действующем законодательстве не изучается название фирм, домена, идентичность названия лекарств и товарного знака. В результате, появляются зарегистрированные знаки, одинаковые с приоритетным знаком или схожие с ними. Это приводит к открытому нарушению прав владельцев исключительного права по отношению к товарным знакам. Данное отношение было проанализировано в результате исследования, изучены правовые последствия и разработаны предложения по их решению.

Гражданско-правовая ответственность за незаконное использование товарного знака в силу материальных качеств отличается от других видов правовой ответственности. Гражданско-правовая ответственность определяется, исходя из нанесенного ущерба. При изучении гражданского законодательства Российской Федерации было выявлено, что возмещение нанесенного ущерба от незаконного использования товарного знака определено в качестве отдельного правила. В законодательстве Узбекистана этот вопрос оставлен открытым. Исходя из этого, в качестве основы учета ущерба в Гражданском кодексе предложено следующее определение: «При возникновении невозможности определения нанесенного ущерба в результате незаконного использования товарного знака и количества дохода, то судебным решением ущерб возмещается компенсацией или возвращение правонарушителем законному владельцу полученного дохода. Правообладатель по своему выбору вправе требовать от нарушителя вместо возмещения убытков выплаты компенсации следующим: в двукратном размере стоимости товаров, на которых незаконно размещен товарный знак; или в двукратном размере стоимости права использования товарного знака, определяемой исходя из цены, которая при сравнимых обстоятельствах обычно взимается за правомерное использование товарного знака». Анализируя вопрос гражданско-правовой ответственности за незаконное использование товарного знака, исходя из природы правонарушения и содержания судебного дела, когда отсутствует возможность определить количество дохода и нанесенного ущерба владельцу исключительного права, исследователь приходит к выводу, что ущерб должен покрываться путем компенсации.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В результате проведенного исследования по теме: «Гражданско-правовое регулирование использования и защиты товарных знаков» были сделаны следующие теоретические и научно-практические выводы:

1. В результате исследования статуса товарного знака дана следующая теоретическая характеристика:

«Товарный знак считается средством индивидуализации, вобравшим в себя оригинальность, неповторимость, новизну, общее качество продукции среди одинаковых видов продукции, а также зарегистрированный в установленном порядке, действующий до определенного срока исключительных прав субъектов, осуществляющих предпринимательскую деятельность, и юридических лиц».

2. Содержание исключительных прав на средства индивидуализации подразделяется на следующие группы:

по характеру осуществления своих полномочий в рамках исключительного права: получение, хранение и распоряжение другими сведениями, относящимися к исключительному праву; использование средств индивидуализации не ограниченной территорией, также одновременно предоставить право нескольким лицам; сохранение права на средства индивидуализации в определенные сроки, если это не запрещено действующим законодательством, а также распоряжение этим правом;

в рамках требований: использование без разрешения тождественных или сходных до степени их смешения средства индивидуализации других лиц, кроме определенных законодательно; раскрытие соответствующей информации средств индивидуализации или использование для получения иной материальной выгоды;

по защите исключительного права: исключительное право защищается специальным и обычным порядком. Защита в специальном порядке исключительного права определяется на международном уровне на основе отдельно представленных требований.

3. По результатам проведенного исследования содержанию и особенностям исключительного права можно дать следующую характеристику:

«Исключительное право – это один из видов субъектного полномочия гражданского права, предоставленного его владельцу в использовании и распоряжение объектов интеллектуальной собственности при условии не запрещенных законом, ограничение или разрешение на его использование в установленные сроки лицами в неограниченном кругу на определенных территориях».

4. В диссертации на основе проведенного исследования значение понятия «бренд» разработаны предложения по созданию организационно-правового механизма «узбекского бренда». С целью осуществления задач, определенных в Послании Президента Олий Мажлису Республики

Узбекистан по формированию «узбекского бренда», был разработан проект «Устав об «Узбекском бренде» при Торгово-промышленной палате Республики Узбекистан».

5. Предлагается дополнить статью 32² Закона Республики Узбекистан от 30 августа 2001 года «О товарных знаках, знаках обслуживания и наименованиях мест происхождения товаров» следующими шестой и седьмой частями:

«Заинтересованное лицо имеет право подать заявление в суд по решению Апелляционного совета».

Суд на основе предоставленных заинтересованным лицом документов, фактов, проведенной на их основе экспертизы, а также полученных на их основе результатов имеет полномочия принять решения о признании товарного знака общеизвестным».

6. Обосновано отклонение присоединения Узбекистана к «Сингапурскому соглашению о законах по товарным знакам» от 27 марта 2006 года, а также показаны соответствующие решения в законодательстве отдельных государств и их судебной практики.

7. Были проанализированы вопросы, связанные с необходимостью заострить внимание на характеристики предоставляемой продукции через другие средства индивидуализации тождественного или сходного товарных знаков при рассмотрении вопроса определения добросовестного или недобросовестного использования товарного знака. Было обосновано, что использование одинаковых или схожих на товарный знак доменного имени, фирмы и знака обслуживания не подтверждают свою идентичность с указанными характеристиками товаров и услуг в «Ниццком соглашении о Международной классификации товаров и услуг для регистрации знаков», то есть они не могут быть признаны недобросовестной конкуренцией.

8. Предлагается внести изменения и дополнения в статью 1102 Гражданского кодекса Республики Узбекистан в следующей редакции:

«Исключительным правом, удостоверяемое свидетельством на товарный знак, признается товарный знак, то есть обозначение, служащее для индивидуализации товаров юридических лиц или индивидуальных предпринимателей.

Правила настоящего Кодекса о товарных знаках соответственно применяются к знакам обслуживания, то есть к обозначениям, служащим для индивидуализации выполняемых юридическими лицами либо индивидуальными предпринимателями работ или оказываемых ими услуг».

9. Предлагается внести изменение и дополнение в первую часть статьи 3 Закона Республики Узбекистан от 30 августа 2001 года «О товарных знаках, знаках обслуживания и наименованиях мест происхождения товаров»:

«Осуществление регистрации в качестве товарного знака изображения, слова и словосочетания, личных имен и их изображения, цвета, звуков, трехмерных конфигураций, цифр, букв, формы и упаковок товаров, символов».

10. Предлагается вести дополнение во вторую часть статьи 1036 Гражданского кодекса Республики Узбекистан в следующей редакции:

«Лицензионный договор должен определять предоставляемые права, с указанием, а также без указания территории и сроков использования».

11. Предлагается внести изменение во вторую часть статьи 1103 Гражданского кодекса Республики Узбекистан следующего порядка:

«Использованием товарного знака считается использование при условии производства товара в установленном порядке, указанном в Законе».

12. Предлагается новая редакция четвертой части статьи 1105 Гражданского кодекса Республики Узбекистана:

«Наследники (правопреемники), принявшие исключительное право на товарный знак, имеют право пользования товарным знаком только при условии, если они являются субъектом предпринимательской деятельности. В иных случаях наследники (правопреемники) имеют право владения без использования исключительного права по отношению к товарному знаку или отчуждению другим субъектам предпринимательства.

Согласно первой части статьи 1104 настоящего Кодекса в случае неиспользования наследниками (правопреемниками) товарного знака аннулируется пользование исключительного права».

13. Вносится предложение по изменению первой части и дополнению новыми частями статью 1104 Гражданского кодекса Республики Узбекистан:

«При неиспользовании товарного знака без уважительной причины непрерывно в течение трёх лет его регистрация может быть аннулирована по требованию любого заинтересованного лица.

Отмена права пользования товарным знаком по просьбе заинтересованной стороны осуществляется только в судебном порядке».

14. Предлагается ввести следующее дополнение в статью 1036 Гражданского кодекса Республики Узбекистан:

«Лицензиар имеет право требовать обеспечение качества производимой продукции в соответствии с требованиями у лицензиата (сублицензиата), даже если сам не производит продукцию с его товарным знаком.

Лицензиар несет солидарную субсидиарную ответственность за нанесенный ущерб вместе с лицензиатом и сублицензиатом в результате нарушения качества производимой продукции со стороны лицензиата (сублицензиата)».

15. Предлагается дополнить новыми вторым, третьим пунктами статью 22 Закона Республики Узбекистан от 30 августа 2001 года «О товарных знаках, знаках обслуживания и наименованиях мест происхождения товаров» следующими правилами:

п. 2 статьи 22:

«Продление на последующие десять лет срока действия свидетельства на зарегистрированный товарный знак допускается с условием непрерывного его использования в течение трех лет».

п. 3 статьи 22:

«Следующее не может быть основанием для продления срока действия на десять лет свидетельства на товарный знак:

демонстрация товарного знака в рекламах, изданиях, официальных бланках, вывесках, на экспонатах выставок и ярмарках без провоза товаров;

в использовании в названии домена».

16. Предлагается ввести новую статью 11051 под названием «Договор залога исключительного права на товарный знак» с введением правила следующего содержания:

«Залогодатель по договору залога предоставляет залогодержателю исключительное право на товарный знак в отношении всех товаров или части, указанных в свидетельстве использования товарного знака.

Допускается залогодателю использованию товарного знака в соответствии с лицензионным соглашением, если условие об ограничении данного права не предусмотрено в договоре.

Если иное не предусмотрено в договоре залога, залогодатель может предоставить простую неисключительную лицензию с письменного согласия залогодержателя третьему лицу.

В отношении товарного знака можно заключить договор о залоге с указанием или без указания срока».

17. Предлагается ввести дополнение в статью 1107 Гражданского кодекса Республики Узбекистан следующего содержания:

«При возникновении невозможности определения нанесенного ущерба в результате незаконного использования товарного знака и количества дохода, то судебным решением ущерб возмещается компенсацией или возвращением правонарушителем законному владельцу полученного дохода.

Правообладатель по своему выбору вправе требовать от нарушителя вместо возмещения убытков выплаты компенсации следующим:

в двукратном размере стоимости товаров, на которых незаконно размещен товарный знак;

или в двукратном размере стоимости права использования товарного знака, определяемой исходя из цены, которая при сравнимых обстоятельствах обычно взимается за правомерное использование товарного знака».

**SCIENTIFIC COUNCIL AWARDING OF THE SCIENTIFIC DEGREES
DSc.27.06.2017.Yu.22.01 AT TASHKENT STATE UNIVERSITY OF LAW**

TASHKENT STATE UNIVERSITY OF LAW

BABAKULOV ZAFAR KURBANNAZAROVICH

**CIVIL LAW REGULATION OF THE USE AND PROTECTION OF
TRADEMARKS**

12.00.03. – Civil law. Business Law.
Family Law. International Private Law

**DOCTORAL (PhD) DISSERTATION ABSTRACT
ON LEGAL SCIENCES**

Tashkent – 2018

The theme of the doctoral dissertation (PhD) was registered at the Supreme Attestation Commission under the Cabinet of Ministers of the Republic of Uzbekistan under number B2017.3.PhD/Yu109

The dissertation is prepared at Tashkent State University of Law.

The abstract of the dissertation is posted in three languages (uzbek, russian and english (summary) on the website of the Scientific Council (www.tsul.uz) and Information educational portal «Ziyonet» (www.ziyonet.uz).

Supervisor: **Omonboy Okyulov,**
Doctor of Science in Law, Professor.

Official opponents: **Samarhodjaev Batir Bilyalovich,**
Doctor of Science in Law, Professor.
Djoldasova Sahipjamal Jalgasovna,
Doctor of Philosophy in Law, Associate Professor.

The leading organization: **The Academy of the ministry of Internal affairs
of the Republic of Uzbekistan**

The defense of the dissertation will be held on November 27, 2018 at 14:00 at the Session of the Scientific Council DSc.27.06.2017.Yu.22.01 at the Tashkent State University of Law (Address: 100047, Sayilgokh street, 35. Tashkent city. Phone: (99871) 233-66-36; Fax: (99871) 233-37-48; e-mail: info@tsul.uz).

The doctoral dissertation is available at the Information-Resource Center of Tashkent State University of Law (registered under No.852), (Address: 100047, Amir Temur street, 13. Tashkent city. Phone: (99871) 233-66-36).

The abstract of the dissertation submitted on November 9, 2018.
(Registry protocol No 8 on November 9, 2018).

N.S. Salaev
Chairman of the Scientific Council for
awarding scientific degrees, Doctor of
Science in Law, Associate Professor

B.T.Musaev
Acting Secretary of the Scientific Council for
awarding scientific degrees, Doctor of
Philosophy in Law (PhD)

N.F. Imomov
Chairman of the Scientific Seminar under the
Scientific Council for awarding scientific
degrees, Doctor of Science in Law, Professor

INTRODUCTION (abstract of PhD thesis)

The aim of the research work is to develop proposals and recommendations for the improvement of civil law regulation based on a scientific analysis of relations in the use and protection of trademarks.

The object of the research work is the system of civil law relations in the field of trademarks.

Scientific novelty of the research work includes the following:

it is substantiated that it is not a violation of the exclusive right to use this trademark by other persons in relation to goods that were legally entered into civil circulation directly by the owner of the trademark or with his consent.

It is justified that trademarks are considered false, indefinite or misleading as a wrong comparison and legal liability;

it is substantiated that the unlawful use of trademarks, sale by placing them on goods, stickers, labels and other forms of civil registration are recognized as an offense;

the assessment of registration of a trademark, identical or similar to the degree of confusion with the designation of a product previously entered by an economic entity (competitor) in civil circulation is considered as unfair competition.

Implementation of the research of results Based on scientific results on the use and protection of trademarks in Uzbekistan:

the proposal that it is not a violation of the exclusive right to a trademark use of this trademark by other persons in relation to goods that were legally entered into civil circulation directly by the owner of the trademark or with his consent is reflected in article 1107¹ of the Civil code of the Republic of Uzbekistan and in the fourth part of article 26 of the law of the Republic of Uzbekistan on 30 of august 2001 №267-II «On trademarks, service marks and appellations of origin of goods» (Act No. 06-16/826 of the Senate of the Oliy Majlis of the Republic of Uzbekistan dated June 19, 2018). This clause serves to ensure that the use of trademarks in trade relations with goods is not against the law;

incorrect comparisons that could cause damage to another business entity or damage its business reputation. An incorrect comparison is the comparison of a product of an economic entity with another product of another economic entity (competitor) by using words or symbols that create an impression of product excellence without specifying characteristics or comparison parameters that have objective confirmation, or when statements containing the specified words or designations that are false, inaccurate or distorted are reflected in article 13 of the law of the Republic of Uzbekistan on 6 of january 2012 №LRU-319 «On competition» (Act No. 06-16/826 of Senate and the Oliy Majlis of the Republic of Uzbekistan dated June 19, 2018). This offer serves to protect consumers from buying counterfeit products;

the sale of goods with illegal use of the results of intellectual activity and equated to them means of individualization of a legal entity, means of

individualization of goods, including the sale of goods with illegal use of a symbol identical to a trademark, company name of an economic entity (competitor) or similar to it to the degree of confusion, by placing it on goods, labels, packages, or otherwise using it in relation to goods that are sold or otherwise imported are put into civil circulation, as well as by using it in a domain name, it is reflected in article 13 of the law of the Republic of Uzbekistan №LRU-319 «On competition» (Act No. 06-16/826 of the Senate of the Oliy Majlis of the Republic of Uzbekistan dated June 19, 2018). This offer will not allow third parties to use the same or similar functions with the advantage of a trademark;

unfair competition associated with the acquisition of an exclusive right to the means of individualization of a legal entity, means of individualization of goods, as well as registration of a trademark that is identical or similar to the degree of confusion with the designation of a product previously entered by a business entity (competitor) into civilian circulation is not allowed the proposal was reflected in article 13 of the law of the Republic of Uzbekistan №LRU-319 «On competition» (Act No. 06-16/826 of the Senate of the Oliy Majlis of the Republic of Uzbekistan dated June 19, 2018 years). This offer will help create a healthy competitive environment in the market.

The structure and volume of the dissertation. The thesis consists of an introduction, three chapters, conclusion, list of references and appendix. The volume of the thesis is 155 pages.

ЭЪЛОН ҚИЛИНГАН ИШЛАР РЎЙХАТИ
СПИСОК ОПУБЛИКОВАННЫХ РАБОТ
LIST OF PUBLISHED WORKS

I бўлим (I часть; I part)

1. Бабакулов З.Қ. Интеллектуал мулк объекти сифатида товар белгиларининг фуқаролик-ҳуқуқий мақоми. Монография // масъул муҳаррирлар: ю.ф.д., проф. О.Оқюлов, ю.ф.д., доц. Н.Ф.Имомов. – Тошкент: «Lesson Press», 2017. – Б.328.

2. Бабакулов З.К. Опыт некоторых стран Европы по правовому регулированию коммерческой тайны // Ўзбекистон Республикаси Олий ҳўжалик суди ахборотномаси. – 2015. – №11. – Б.85–92 (12.00.00; №3).

3. Бабакулов З.К. Товарные знаки, противоречащие общественным интересам, принципам гуманности и морали // Ўзбекистон Республикаси Олий ҳўжалик суди ахборотномаси. – 2016. – №3. – Б.68–74 (12.00.00; №3).

4. Babakulov Z.Q. Legal regulation of well-known trademarks (in example legislation of Uzbekistan and foreign countries) – No 6 (6). – 2017. – P.3–29. Asian Journal of Research (AJR) IMPACT FACTOR: 5.005.

5. Бабакулов З.Қ. Товар белгисидан лицензия шартномасига мувофик фойдаланишда ҳудудийлик принципи // Фалсафа ва ҳуқуқ. – 2017. – №1. – Б.209–214. (12.00.00; №13).

6. Бабакулов З.Қ. Товар белгилари муомалада бўлишининг тарихий-ҳуқуқий жиҳатлари // Фалсафа ва ҳуқуқ. – 2017. – №1. – Б.32–36. (12.00.00; №13).

7. Бабакулов З.Қ. Брендлар: ҳуқуқий мақом ва муаммолар // Ҳуқуқ ва бурч. – 2017. – №9. – Б.56–59. (12.00.00; №2).

8. Бабакулов З.Қ. Товар белгисидан гаров нарсаси сифатида фойдаланишининг фуқаролик-ҳуқуқий жиҳатлари // Бердақ номидаги Қорақалпоқ давлат университетининг ахборотномаси. – 2018. – №1. – Б.85–88 (12.00.00; №8).

9. Бабакулов З.Қ. «Ўзбек бренди» – у қандай бўлиши керак? // Жамият ва бошқарув. – 2018. – №1. – Б.103–108. (12.00.00; №6).

10. Бабакулов З.Қ. «Бренд» атамаси тушунчаси ва уни айрим хорижий давлатлар қонунчилигига кўра ҳуқуқий тартибга солиш масаласи // Юридик фанлар ахборотномаси. – 2018. – №1. – Б.130–138 (12.00.00; №15) .

11. Бабакулов З.Қ. Ўзбек (миллий) бренди // Ҳуқуқ ва бурч. – 2018. – №7. – Б.54–57 (12.00.00; №2).

12. Babakulov Z.Q. Issues of legal regulation of trademarks // International Conference on «Intellectual property law: development prospects». –Т., 2012. – P. 301–307.

13. Babakulov Z.Q. Registration of some non-traditional marks in some foreign countries (legislation and practice revision) // 7th International Conference

«Science and Practice: a new level of integration in the modern world». – San Francisco, California, USA 94116. 2018, Sheffield, UK. – P.30–34.

14. Babakulov Z.Q. The concept of interested (concerned) person to trademark in accordance with the legislation of Uzbekistan: legal analysis and proposals // International Journal of law. – India, Vol. 2. № 6. November 2015. – P.39–41.

15. Бабакулов З.Қ. Оилавий тадбиркорликда товар белгиларидан фойдаланишнинг ҳуқуқий тартиби / профессор И.Б.Зокировнинг хотирасига бағишланган «Мустаҳкам оиланинг ҳуқуқий асосларини такомиллаштириш» мавзусидаги республика илмий-амалий конференция материаллари тўплами. – Нукус, 2012. – Б.41–44.

16. Бабакулов З.К. Роль и значение функции товарных знаков на товарном рынке // «Низоларни ҳал этишнинг муқобил усулларини ривожлантиришнинг долзарб масалалари» мавзусидаги республика конференцияси тўплами. – Тошкент: «Lesson Press», 2016. – Б.178–182.

II бўлим (II часть; II part)

17. Бабакулов З.Қ. Товар белгисига берилган гувоҳномани муддатидан олдин бекор қилиш ва унинг ҳуқуқий оқибатлари // Интеллект-Инфо. – 2014. – № 2. – Б.12–16.

18. Бабакулов З.Қ. Тижорат сирини билан боғлиқ қонунчиликни бузганлик учун фуқаролик-ҳуқуқий жавобгарликнинг айрим жиҳатлари // Интеллект-Инфо. – 2014. – № 6. – Б.11–16.

19. Бабакулов З.Қ. Товар белгисига нисбатан манфаатдор шахс тушунчаси: ҳуқуқий таҳлил ва таклиф // Мамлакат иқтисодиётини эркинлаштириш шароитида тадбиркорлик фаолиятини ривожлантиришнинг ҳуқуқий масалалари / масъул муҳаррир Ш.Масадиков. –Т.: ТДЮУ, 2014. – Б.127–131.

20. Бабакулов З.Қ. Товар белгиси тушунчаси ва унинг ўзига хос хусусиятлари // Интеллект-Инфо. – Тошкент, 2015. – № 1-2. – Б.21–26.

21. Бабакулов З.Қ. Товар белгисига нисбатан манфаатдор шахс тушунчаси: ҳуқуқий таҳлил ва таклиф / Мамлакат иқтисодиётини эркинлаштириш шароитида тадбиркорлик фаолиятини ривожлантиришнинг ҳуқуқий масалаларига бағишланган республика илмий-амалий конференцияси. – Тошкент, 2014. – Б.128–132.

22. Бабакулов З.Қ. Ахлоқ қоидаларига зид бўлган товар белгиларини ҳуқуқий тартибга солиш масалалари // Интеллект-Инфо. – 2015. – №6. – Б.11–19.

23. Бабакулов З.К. Особенности правовой охраны прав владельца коммерческой тайны / Тадбиркорлик субъектлари фаолиятини ҳуқуқий тартибга солиш ва уни бошқариш масалалари (илмий мақолалар тўплами) масъул муҳаррир Х.Азизов. –Т.: ТДЮУ, 2015. – Б.146–153.

24. Бабакулов З.Қ. Тижорат сирига нисбатан шахс ҳуқуқларини ҳимоя қилишнинг ўзига хослиги / «XXI аср – интеллектуал авлод асри» номли республика илмий-амалий конференцияси. – Т.: ТДИУ, 2016. – Б.147–153.

25. Бабакулов З.Қ. Лицензия шартномасида товар сифатини кафолатлаш // Иқтисод ва ҳуқуқ. – 2017. – №10. – Б.42–46.

26. Рақобат ҳуқуқи. Муаллифлар жамоаси (Бабакулов З.Қ. VI боб ва X боб). Darslik. – Т.: TDYU nashriyoti, 2018. – В.189.

27. Tadbirkorlik (biznes) ҳуқуқи. Муаллифлар жамоаси (Бабакулов З.Қ. V боб). Darslik. – Т.: TDYU nashriyoti, 2018. – В.296.

Автореферат «Юридик фанлар Ахборотномаси» журнали таҳририятида
таҳрирдан ўтказилди (05.11.2018 йил).

Босишга рухсат этилди: 07.11.2018.
Бичими: 60x84 1/8. «Times New Roman»
гарнитурда рақамли босма усулида босилди.
Шартли босма табоғи 3,5. Адади: 100. Буюртма: №83

100060, Тошкент, Я. Ғуломов кўчаси, 74.

«TOP IMAGE MEDIA»
босмаҳонасида чоп этилди.