

THE ROLE OF THE PARIS CONVENTION AND THE MADRID PROTOCOL IN THE INTERNATIONAL PROTECTION OF TRADEMARKS

Samadov Asadbek

University of World Economy and Diplomacy

Postgraduate student in the International Business Law program

<https://doi.org/10.5281/zenodo.20772836>

Abstract: This article analyzes the role of the Paris Convention and the Madrid Protocol in the international legal protection of trademarks. It examines the key principles of the Paris Convention, including national treatment, priority right, protection of well-known marks, and prevention of unfair competition, as well as the practical significance of the Madrid Protocol in the international trademark registration system. The article also proposes measures to improve Uzbekistan's legislation in line with international standards.

Keywords: trademark, Paris Convention, Madrid Protocol, international protection, industrial property, unfair competition.

TOVAR BELGILARINI XALQARO HIMOYA QILISHDA PARIJ KONVENSIYASI VA MADRID PROTOKOLINING O'RNI

Samadov Asadbek Tojiddin o'g'li

Jahon iqtisodiyoti va diplomatiya universiteti

“Xalqaro biznes huquq” magistri

Annotatsiya: Mazkur maqolada tovar belgilarini xalqaro-huquqiy himoya qilishda Parij konvensiyasi va Madrid protokolining o'rne tahlil qilinadi. Unda Parij konvensiyasining milliy rejim, ustuvorlik huquqi, hammaga ma'lum belgilarni himoya qilish va nohalol raqobatga qarshi kurashish tamoyillari hamda Madrid protokolining xalqaro ro'yxatdan o'tkazish tizimidagi amaliy ahamiyati yoritiladi. Shuningdek, O'zbekiston qonunchiligini xalqaro standartlar asosida takomillashtirish bo'yicha takliflar ilgari suriladi.

Kalit so'zlar: tovar belgisi, Parij konvensiyasi, Madrid protokoli, xalqaro himoya, sanoat mulki, nohalol raqobat.

Globalashuv sharoitida xalqaro savdo munosabatlarining kengayishi, raqamli iqtisodiyotning rivojlanishi va mahsulotlar hamda xizmatlarning transchegaraviy aylanishi tovar belgilarining iqtisodiy va huquqiy ahamiyatini keskin oshirdi. Bugungi kunda tovar belgisi oddiy grafik belgi yoki nom sifatida emas, balki korxonaning tijorat obro'si, iste'molchi ishonchi, investitsion jozibadorligi va bozordagi raqobatbardoshligini ifodalovchi intellektual aktiv sifatida qaralmoqda. Shu sababli tovar belgisini samarali himoya qilish nafaqat alohida tadbirkorlik subyekti manfaatini, balki halol raqobat, iste'molchilar huquqlari va xalqaro savdo barqarorligini ta'minlashga xizmat qiladi.[1]

Tovar belgilarini huquqiy himoya qilishning eng muhim xususiyati shundaki, u hududiylik prinsipiga asoslanadi. Ya'ni tovar belgisi qaysi davlatda ro'yxatdan o'tkazilgan bo'lsa, odatda, huquqiy himoya ham o'sha davlat hududida amal qiladi.[2] Biroq zamonaviy savdo munosabatlarida mahsulot va xizmatlar bir davlat chegarasi bilan cheklanib qolmaydi. Shu bois tadbirkorlar o'z brendlarini bir nechta davlatlarda himoya qilish zaruratiga duch keladi. Aynan shu ehtiyoj xalqaro shartnomalar, xususan Parij konvensiyasi va Madrid protokoli ahamiyatini oshiradi.

Parij konvensiyasi sanoat mulkini himoya qilish sohasidagi birinchi yirik xalqaro-huquqiy hujjatlardan biri sifatida tovar belgilarini xalqaro himoya qilishning umumiy tamoyillarini belgilab berdi.[3] Madrid protokoli esa ushbu umumiy tamoyillarni amaliy ro'yxatdan o'tkazish mexanizmi bilan to'ldirib, tovar belgisini bir nechta davlatda himoya qilishni soddalashtirdi.[4] Shunday qilib, Parij konvensiyasi xalqaro himoyaning prinsipial-huquqiy asosini, Madrid protokoli esa xalqaro himoyaning protsessual-amaliy mexanizmini shakllantiradi.

Mazkur tadqiqotning asosiy maqsadi tovar belgilarini xalqaro himoya qilishda Parij konvensiyasi va Madrid protokolining o'rnini aniqlash, ularning o'zaro bog'liqligini tahlil qilish hamda O'zbekiston Respublikasida ushbu xalqaro standartlardan foydalanish samaradorligini oshirish bo'yicha takliflar ishlab chiqishdan iborat.

Tadqiqot metodologiyasi sifatida qiyosiy-huquqiy tahlil, tizimli tahlil, tarixiy-huquqiy yondashuv, normativ-huquqiy hujjatlarni sharhlash va xalqaro shartnomalarni tahlil qilish usullaridan foydalanildi.

1. Tovar belgisining xalqaro intellektual mulk huquqidagi mohiyati

Tovar belgisi - bir tadbirkorning tovarlari yoki xizmatlarini boshqa shaxslarning tovarlari yoki xizmatlaridan farqlashga xizmat qiluvchi belgi hisoblanadi.[5] U so'z, tasvir, harf, raqam, ranglar uyg'unligi, shakl yoki boshqa ifoda vositalaridan iborat bo'lishi mumkin. Tovar belgisining asosiy vazifasi mahsulot yoki xizmat manbasini individuallashtirishdan iborat bo'lsa-da, amaliyotda u reklama, sifat kafolati, tijorat obro'si va iste'molchi bilan kommunikatsiya vositasi sifatida ham namoyon bo'ladi.[6]

Xalqaro savdoda tovar belgilarining ahamiyati yanada kuchliroq ko'rinadi. Chunki bir davlatda tanilgan brend boshqa davlat bozoriga kirganda, uning huquqiy muhofazasi ta'minlanmasa, uchinchi shaxslar tomonidan noqonuniy foydalanish, kontrafakt mahsulot ishlab chiqarish yoki iste'molchini chalg'itish holatlari yuzaga keladi.[7] Bu esa nafaqat brend egasiga iqtisodiy zarar yetkazadi, balki iste'molchilarning huquqlariga, bozor shaffofligiga va halol raqobat muhitiga ham salbiy ta'sir ko'rsatadi.

Tovar belgisi bo'yicha huquqlar, odatda, ro'yxatdan o'tkazish orqali vujudga keladi. Biroq ayrim davlatlarda foydalanish asosida ham huquqiy himoya e'tirof etilishi mumkin.[8] Ushbu farq xalqaro savdoda muayyan murakkabliklarni keltirib chiqaradi. Shu sababli xalqaro shartnomalar davlatlar o'rtasida minimal standartlarni belgilab, tovar belgilarini himoya qilishda huquqiy barqarorlikni ta'minlaydi.

Tovar belgilarini xalqaro himoya qilishda ikki asosiy yo'nalish mavjud. Birinchisi - xalqaro-huquqiy tamoyillarni belgilash. Bu yo'nalishda Parij konvensiyasi asosiy manba hisoblanadi. Ikkinchisi - xalqaro ro'yxatdan o'tkazish tartibini soddalashtirish. Bu vazifani Madrid protokoli bajaradi.[9]

2. Parij konvensiyasining tovar belgilarini xalqaro himoya qilishdagi o'рни

Sanoat mulkini muhofaza qilish bo'yicha Parij konvensiyasi 1883-yilda qabul qilingan bo'lib, xalqaro intellektual mulk huquqi rivojida fundamental ahamiyatga ega.[10] Mazkur konvensiya sanoat mulkining turli obyektlari, jumladan patentlar, foydali modellar, sanoat namunalari, tovar belgilari, xizmat ko'rsatish belgilari, firma nomlari, geografik ko'rsatkichlar va nohalol raqobatga qarshi himoyani qamrab oladi.[11]

Parij konvensiyasining tovar belgilarini himoya qilishdagi eng muhim jihati shundaki, u bevosita yagona xalqaro ro'yxatdan o'tkazish tizimini yaratmagan bo'lsa-da, davlatlar uchun umumiy huquqiy standartlar va tamoyillarni belgilab berdi. Bu tamoyillar keyinchalik boshqa

xalqaro shartnomalar, jumladan Madrid tizimi va TRIPS bitimi uchun ham huquqiy poydevor vazifasini bajardi.[12]

2.1. Milliy rejim tamoyili

Parij konvensiyasining eng asosiy prinsiplaridan biri milliy rejim tamoyilidir. Unga ko'ra, konvensiyaga a'zo davlatlar boshqa a'zo davlat fuqarolariga sanoat mulki obyektlarini himoya qilishda o'z fuqarolariga beriladigan huquqiy himoyadan kam bo'lmagan darajada himoya taqdim etishi lozim.[13]

Mazkur tamoyil xalqaro tovar belgilarini himoya qilishda juda muhim ahamiyatga ega. Chunki tadbirkor o'z tovar belgisini xorijiy davlatda himoya qilmoqchi bo'lsa, u o'sha davlatda mahalliy shaxslar bilan teng huquqiy maqomga ega bo'ladi. Bu esa diskriminatsiyaning oldini oladi va transchegaraviy savdo munosabatlarida huquqiy ishonchni oshiradi.[14]

Milliy rejim tamoyili xalqaro intellektual mulk huquqida "minimal tenglik" kafolatini yaratadi. Bunda xorijiy shaxsga alohida imtiyoz berilishi shart emas, lekin unga mahalliy shaxsga nisbatan yomonroq huquqiy sharoit yaratish mumkin emas.[15] Shu nuqtayi nazardan, Parij konvensiyasi xalqaro savdoda huquqiy muvozanatni ta'minlovchi muhim vosita hisoblanadi.

2.2. Konvensiya ustuvorligi huquqi

Parij konvensiyasining yana bir muhim instituti ustuvorlik huquqidir. Tovar belgisi bo'yicha talabnoma konvensiyaga a'zo davlatlardan birida birinchi marta topshirilganidan so'ng, talabnoma beruvchi belgilangan muddat ichida boshqa a'zo davlatlarda ham talabnoma topshirsa, keyingi talabnomalar birinchi talabnoma sanasi bo'yicha ustuvorlikka ega bo'ladi.[16]

Tovar belgilariga nisbatan ushbu muddat olti oy etib belgilangan.[17] Bu mexanizm brend egasiga xalqaro bozorga chiqishda strategik imkoniyat yaratadi. Masalan, tadbirkor avval o'z davlatida talabnoma topshirib, keyin olti oy ichida boshqa davlatlarda ham talabnoma berishi mumkin. Bu davr mobaynida boshqa shaxs tomonidan o'xshash belgi bo'yicha talabnoma topshirilishi uning ustuvor huquqiga putur yetkazmasligi kerak.

O'zbekiston qonunchiligida ham konvensiya ustuvorligi instituti e'tirof etilgan. Bu milliy huquqiy tizimning Parij konvensiyasi talablariga moslashtirilganini ko'rsatadi.[18] Amaliy jihatdan bu institut O'zbekiston tadbirkorlariga xorijiy bozorlarda, xorijiy tadbirkorlarga esa O'zbekiston bozorida o'z brendlarini himoya qilishda muhim kafolat beradi.

2.3. Belgilar mustaqilligi prinsipi

Parij konvensiyasida tovar belgilarining mustaqilligi prinsipi ham muhim o'rin tutadi. Mazkur prinsipga ko'ra, bir davlatda ro'yxatdan o'tkazilgan tovar belgisining huquqiy taqdiri boshqa davlatdagi ro'yxatdan o'tkazish holatiga avtomatik ravishda bog'liq emas.[19] Ya'ni bir davlatda belgi ro'yxatdan o'tkazilgan bo'lsa, bu holat uning boshqa davlatda ham avtomatik tan olinishini anglatmaydi. Xuddi shuningdek, bir davlatda ro'yxatdan chiqarilgan yoki rad etilgan belgi boshqa davlatdagi himoyaga bevosita ta'sir qilmaydi.

Ushbu qoida hududiylik prinsipining mantiqiy davomi hisoblanadi. Chunki har bir davlat o'z hududida tovar belgilarining ro'yxatdan o'tkazilishi, himoya qilinishi va haqiqiy emas deb topilishi shartlarini milliy qonunchilik asosida belgilaydi.[20] Belgilar mustaqilligi xalqaro himoya tizimida davlat suvereniteti va xalqaro hamkorlik o'rtasidagi muvozanatni ta'minlaydi.

2.4. Hammaga ma'lum tovar belgilarini himoya qilish

Parij konvensiyasining 6bis-moddasi hammaga ma'lum tovar belgilarini himoya qilishga bag'ishlangan. Mazkur norma xalqaro tovar belgisi huquqida juda muhim o'rin tutadi. Chunki ayrim brendlar muayyan davlatda ro'yxatdan o'tkazilmagan bo'lsa ham, iste'molchilar orasida keng tanilgan bo'lishi mumkin.[21]

Hammaga ma'lum belgilarni himoya qilishdan asosiy maqsad uchinchi shaxslarning mashhur brend obro'sidan noqonuniy foydalanishining oldini olishdir. Agar biror shaxs boshqa davlatda mashhur bo'lgan belgini o'z nomiga ro'yxatdan o'tkazishga harakat qilsa, bu holat nohalol raqobat, iste'molchini chalg'itish va brend egasining qonuniy manfaatlarini buzish sifatida baholanishi mumkin.[22]

Ushbu institut ayniqsa globallashuv va elektron tijorat sharoitida katta ahamiyatga ega. Chunki bugungi kunda brendlar faqat jismoniy savdo nuqtalari orqali emas, balki internet, ijtimoiy tarmoqlar, reklama platformalari va transchegaraviy elektron savdo orqali ham tez taniladi.[23] Shu sababli hammaga ma'lum belgilarni himoya qilish mexanizmini kuchaytirish zamonaviy xalqaro intellektual mulk huquqining muhim yo'nalishlaridan biridir.

2.5. Nohalol raqobatga qarshi himoya

Parij konvensiyasining 10bis-moddasi nohalol raqobatga qarshi himoyani nazarda tutadi. Unga ko'ra, sanoat yoki savdo sohasidagi halol odatlarga zid bo'lgan har qanday raqobat harakati nohalol raqobat deb e'tirof etiladi.[24] Tovar belgilarini himoya qilishda ushbu norma alohida ahamiyatga ega, chunki belgilardan noqonuniy foydalanish ko'pincha aynan nohalol raqobat shaklida namoyon bo'ladi.

Masalan, iste'molchida boshqa ishlab chiqaruvchi mahsuloti bilan adashtirish ehtimolini yuzaga keltiruvchi o'xshash belgi ishlatish, mashhur brend obro'sidan foydalangan holda mahsulot sotish yoki tovarning kelib chiqishi haqida noto'g'ri tasavvur uyg'otish nohalol raqobat shakllariga kiradi.[25] Parij konvensiyasi ushbu holatlarga qarshi xalqaro minimal standartni belgilash orqali brend egalarining huquqlarini himoya qiladi.

3. Madrid protokolining tovar belgilarini xalqaro ro'yxatdan o'tkazishdagi o'рни

Madrid protokoli tovar belgilarini xalqaro ro'yxatdan o'tkazish tizimini tartibga soluvchi muhim xalqaro shartnomalardan biridir. U Madrid bitimi asosida shakllangan tizimni yanada moslashuvchan va ko'proq davlatlar uchun qulay qilish maqsadida qabul qilingan.[26]

Madrid protokolining asosiy afzalligi shundaki, tovar belgisi egasi bir nechta davlatda alohida-alohida talabnoma topshirish o'rniga, bitta xalqaro talabnoma orqali bir nechta a'zo davlatlarda himoya so'rashi mumkin.[27] Bu tizim talabnoma beruvchi uchun vaqt, xarajat va protsessual murakkabliklarni kamaytiradi.

Madrid tizimi klassik ma'noda "xalqaro tovar belgisi" yaratmaydi. Ya'ni WIPO tomonidan xalqaro ro'yxatdan o'tkazilgan belgi barcha davlatlarda avtomatik tarzda bir xil huquqiy kuchga ega bo'lib qolmaydi.[28] Aksincha, xalqaro ro'yxatdan o'tkazish belgilangan davlatlarda milliy qonunchilik asosida himoya qilinadi. Har bir belgilangan davlat o'z qonunchiligiga muvofiq belgini himoya qilishni rad etish yoki tan olish huquqiga ega.[29]

3.1. Madrid protokolining amaliy afzalliklari

Madrid protokoli tadbirkorlar uchun bir nechta muhim afzalliklarni yaratadi. Birinchidan, u markazlashgan talabnoma topshirish imkonini beradi. Talabnoma beruvchi bitta til, bitta shakl va yagona boj tizimi orqali bir nechta davlatlarda himoya so'rashi mumkin.[30]

Ikkinchidan, xalqaro ro'yxatdan o'tkazilgan belgi bo'yicha keyingi o'zgarishlarni - egasi o'zgarishi, manzil o'zgarishi, himoya muddatini uzaytirish yoki yangi davlatlarni qo'shish kabi

harakatlarni markazlashgan tartibda amalga oshirish mumkin.[31] Bu ayniqsa xalqaro bozorda faoliyat yurituvchi kompaniyalar uchun qulaydir.

Uchinchidan, Madrid protokoli kichik va o'rta biznes subyektlari uchun xalqaro himoyaga kirish imkoniyatini kengaytiradi. Chunki har bir davlatda alohida patent vakili yollash, alohida talabnoma topshirish va alohida boj to'lash ko'plab tadbirkorlar uchun qimmat va murakkab jarayon bo'lishi mumkin.[32] Madrid tizimi esa ushbu jarayonni nisbatan soddalashtiradi.

3.2. Madrid protokoli va milliy qonunchilik o'rtasidagi bog'liqlik

Madrid protokoli xalqaro ro'yxatdan o'tkazish tartibini yengillashtirsa-da, u milliy qonunchilikni to'liq almashtirmaydi. Har bir belgilangan davlat xalqaro ro'yxatdan o'tkazilgan belgini o'z milliy qonunchiligi asosida ekspertizadan o'tkazadi.[33] Agar belgi milliy qonunchilikdagi rad etish asoslariga to'g'ri kelsa, davlat himoyani rad etishi mumkin.

Bu holat Madrid protokolining hududiylik prinsipiga mosligini ko'rsatadi. Protokol xalqaro talabnoma berish mexanizmini markazlashtiradi, lekin belgining real huquqiy himoyasi belgilangan davlatning milliy huquqiga bog'liq bo'lib qoladi.[34] Shu sababli Madrid tizimidan foydalanayotgan tadbirkorlar har bir maqsadli bozorning milliy qonunchiligini ham hisobga olishi lozim.

3.3. Madrid protokolining O'zbekiston uchun ahamiyati

O'zbekiston Respublikasining Madrid protokoliga qo'shilishi milliy tadbirkorlar uchun o'z brendlarini xorijiy bozorlarda himoya qilish imkoniyatini kengaytirdi.[35] Bugungi kunda O'zbekiston tadbirkorlari o'z tovar belgilarini xalqaro ro'yxatdan o'tkazish orqali bir nechta davlatda huquqiy himoya olishlari mumkin. Bu eksport faoliyati, elektron tijorat, franchayzing, litsenziyalash va xalqaro investitsiya munosabatlarida muhim ahamiyatga ega.

Shuningdek, xorijiy kompaniyalar ham Madrid protokoli orqali O'zbekiston hududida o'z tovar belgilarini himoya qilishni so'rashi mumkin. Bu esa O'zbekiston bozorida brendlar huquqiy muhofazasini kuchaytiradi, nohalol raqobatga qarshi kurashish imkoniyatlarini kengaytiradi va investitsion muhitni yaxshilaydi.

O'zbekiston qonunchiligida xalqaro ro'yxatdan o'tkazilgan tovar belgilarini ekspertizadan o'tkazish va himoya qilish tartibi belgilangan. Bu Madrid protokolining milliy huquqiy tizimga implementatsiya qilinganini ko'rsatadi.[36] Biroq amaliyotda tadbirkorlarning Madrid tizimi imkoniyatlaridan yetarli darajada xabardor emasligi, xalqaro talabnoma topshirish bo'yicha maslahat xizmatlarining cheklanganligi va tovar belgilarini strategik boshqarish madaniyatining hali yetarlicha rivojlanmagani ayrim muammolarni keltirib chiqarmoqda.

4. Parij konvensiyasi va Madrid protokolining o'zaro bog'liqligi

Parij konvensiyasi va Madrid protokoli bir-birini to'ldiruvchi xalqaro-huquqiy mexanizmlardir. Parij konvensiyasi tovar belgilarini himoya qilishning umumiy tamoyillarini belgilasa, Madrid protokoli ushbu himoyani xalqaro ro'yxatdan o'tkazish orqali amaliy jihatdan amalga oshirish imkonini beradi.

Parij konvensiyasi milliy rejim, ustuvorlik huquqi, belgilar mustaqilligi, hammaga ma'lum belgilarni himoya qilish va nohalol raqobatga qarshi kurashish kabi fundamental qoidalarni o'z ichiga oladi. Madrid protokoli esa belgi egasiga bir nechta davlatda himoya olish uchun yagona protsessual yo'lni taqdim etadi.

Shu ma'noda, Parij konvensiyasi "himoya falsafasi"ni, Madrid protokoli esa "himoya texnikasi"ni belgilaydi. Birinchisi xalqaro huquqiy kafolatlarni mustahkamlasa, ikkinchisi ushbu kafolatlardan foydalanish jarayonini soddalashtiradi.

5. O'zbekiston qonunchiligini takomillashtirish bo'yicha takliflar

O'zbekiston Respublikasida tovar belgilarining xalqaro himoyasini yanada kuchaytirish uchun quyidagi ilmiy-amaliy takliflarni ilgari surish mumkin.

Birinchidan, milliy qonunchilikda hammaga ma'lum tovar belgilarini aniqlash mezonlarini yanada aniq belgilash maqsadga muvofiq. Bunda belgining iste'molchilar orasidagi tanilish darajasi, reklama ko'lami, bozordagi ulushi, xalqaro ro'yxatdan o'tganligi, internet va elektron savdo platformalaridagi faoliyati kabi mezonlar hisobga olinishi lozim.

Ikkinchidan, Madrid protokoli orqali xalqaro ro'yxatdan o'tkazish bo'yicha tadbirkorlar uchun amaliy qo'llanmalar, elektron maslahat platformalari va maxsus o'quv dasturlarini rivojlantirish zarur. Bu kichik va o'rta biznes subyektlarining xalqaro bozorlarga chiqishida muhim yordam beradi.

Uchinchidan, tovar belgilariga oid nizolarni ko'rib chiqishda ixtisoslashgan yondashuvni kuchaytirish zarur. Sudlar va vakolatli organlar amaliyotida Parij konvensiyasi, Madrid protokoli, TRIPS bitimi va WIPO tavsiyalaridan tizimli foydalanish brendlar huquqiy himoyasining sifatini oshiradi.

To'rtinchidan, elektron tijorat sharoitida tovar belgilarini himoya qilishga oid maxsus mexanizmlarni kuchaytirish kerak. Xususan, onlayn platformalarda kontrafakt mahsulotlarni aniqlash, noqonuniy belgi ishlatilishini to'xtatish va huquq egasining shikoyatini tezkor ko'rib chiqish tartiblari aniq belgilanishi lozim.

Beshinchidan, O'zbekiston tadbirkorlari uchun brend strategiyasini shakllantirish madaniyatini rivojlantirish muhim. Tovar belgisini faqat ro'yxatdan o'tkazish emas, balki uni xalqaro bozorda himoya qilish, litsenziyalash, franchayzing orqali tijoratlashtirish va aktiv sifatida baholash bo'yicha huquqiy maslahat xizmatlari kengaytirilishi zarur.

Xulosa, tovar belgilarini xalqaro himoya qilish zamonaviy xalqaro intellektual mulk huquqining eng muhim yo'nalishlaridan biridir. Chunki brendlar bugungi kunda faqat mahsulotni farqlovchi belgi emas, balki tadbirkorlik subyekting iqtisodiy qiymati, bozordagi obro'si va iste'molchi ishonchini ifodalovchi strategik aktivga aylangan.

Parij konvensiyasi tovar belgilarini xalqaro himoya qilishning fundamental tamoyillarini belgilab berdi. Milliy rejim, ustuvorlik huquqi, belgilar mustaqilligi, hammaga ma'lum belgilarni himoya qilish va nohalol raqobatga qarshi kurashish kabi qoidalar xalqaro tovar belgisi huquqining asosiy poydevorini tashkil etadi.

Madrid protokoli esa ushbu himoyani amaliy jihatdan soddalashtirib, tadbirkorlarga bir nechta davlatda bitta talabnoma orqali himoya olish imkonini beradi. U xalqaro savdo, eksport, elektron tijorat va investitsiya munosabatlarida brendlarni himoya qilishning samarali vositasi hisoblanadi.

O'zbekiston uchun Parij konvensiyasi va Madrid protokoli xalqaro bozorlarga integratsiyalashuv, milliy brendlarni xorijda himoya qilish, xorijiy investorlarga huquqiy kafolatlar yaratish va nohalol raqobatga qarshi kurashishda muhim ahamiyatga ega. Shu bois milliy qonunchilikni xalqaro standartlarga uyg'unlashtirish, Madrid tizimi bo'yicha amaliy ko'makni kuchaytirish va tovar belgilarini raqamli muhitda himoya qilish mexanizmlarini takomillashtirish dolzarb vazifa bo'lib qolmoqda.

- [1] Dinwoodie, G. B., & Janis, M. D. (2018). Trademarks and unfair competition: Law and policy (5th ed.). Wolters Kluwer.
- [2] Kur, A., & Senftleben, M. (2017). European trade mark law: A commentary. Oxford University Press.
- [3] World Intellectual Property Organization. (n.d.). Paris Convention for the Protection of Industrial Property. WIPO.
- [4] World Intellectual Property Organization. (n.d.). Madrid System: International trademark protection. WIPO.
- [5] Cornish, W., Llewelyn, D., & Aplin, T. (2019). Intellectual property: Patents, copyright, trade marks and allied rights (9th ed.). Sweet & Maxwell.
- [6] Bently, L., Sherman, B., Gangjee, D., & Johnson, P. (2022). Intellectual property law (6th ed.). Oxford University Press.
- [7] Gangjee, D. S. (2012). Relocating the law of geographical indications. Cambridge University Press.
- [8] McCarthy, J. T. (2023). McCarthy on trademarks and unfair competition. Thomson Reuters.
- [9] Gervais, D. J. (2021). The TRIPS Agreement: Drafting history and analysis (5th ed.). Sweet & Maxwell.
- [10] Bodenhausen, G. H. C. (1968). Guide to the application of the Paris Convention for the Protection of Industrial Property. United International Bureaux for the Protection of Intellectual Property.
- [11] World Intellectual Property Organization. (n.d.). Summary of the Paris Convention for the Protection of Industrial Property. WIPO.
- [12] Abbott, F. M., Cottier, T., & Gurry, F. (2019). International intellectual property in an integrated world economy (4th ed.). Wolters Kluwer.
- [13] Paris Convention for the Protection of Industrial Property, art. 2, Mar. 20, 1883, as revised at Stockholm July 14, 1967.
- [14] Ginsburg, J. C., & Treppoz, E. (2015). International copyright law: U.S. and E.U. perspectives. Edward Elgar Publishing.
- [15] Ricketson, S., & Ginsburg, J. C. (2022). International copyright and neighbouring rights: The Berne Convention and beyond (3rd ed.). Oxford University Press.
- [16] Paris Convention for the Protection of Industrial Property, art. 4.
- [17] World Intellectual Property Organization. (n.d.). Paris Convention: Priority right. WIPO.
- [18] O'zbekiston Respublikasining "Tovar belgilari, xizmat ko'rsatish belgilari va tovar kelib chiqqan joy nomlari to'g'risida"gi Qonuni, 2001-yil 30-avgust, O'RQ-267-II-son.
- [19] Paris Convention for the Protection of Industrial Property, art. 6.
- [20] Dinwoodie, G. B. (2004). Trademarks and territory: Detaching trademark law from the nation-state. *Houston Law Review*, 41(3), 885–973.
- [21] Paris Convention for the Protection of Industrial Property, art. 6bis.
- [22] World Intellectual Property Organization. (1999). Joint recommendation concerning provisions on the protection of well-known marks. WIPO.
- [23] International Trademark Association. (n.d.). Famous and well-known marks. INTA.
- [24] Paris Convention for the Protection of Industrial Property, art. 10bis.
- [25] Senftleben, M. (2020). The trademark law and the public domain. Oxford University Press.

- [26] World Intellectual Property Organization. (n.d.). Summary of the Madrid Agreement Concerning the International Registration of Marks and the Protocol Relating to that Agreement. WIPO.
- [27] Madrid Protocol Relating to the Madrid Agreement Concerning the International Registration of Marks, June 27, 1989.
- [28] World Intellectual Property Organization. (2024). Guide to the international registration of marks under the Madrid Protocol. WIPO.
- [29] World Intellectual Property Organization. (n.d.). Madrid System members: Key facts. WIPO.
- [30] World Intellectual Property Organization. (n.d.). Madrid System: One application, one language, one set of fees. WIPO.
- [31] World Intellectual Property Organization. (2024). Madrid System: Managing your international trademark registration. WIPO.
- [32] Maskus, K. E. (2000). Intellectual property rights in the global economy. Institute for International Economics.
- [33] O'zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining 2023-yil 19-sentabrdagi 480-son qarori bilan tasdiqlangan "Tovar belgilari va xizmat ko'rsatish belgilarini xalqaro ro'yxatdan o'tkazish bo'yicha davlat ekspertizasidan o'tkazish tartibi".
- [34] Kur, A. (2019). Territoriality and unitary rights in EU trade mark law. IIC - International Review of Intellectual Property and Competition Law, 50, 1-7.
- [35] World Intellectual Property Organization. (2006). Accession to the Madrid Protocol: Uzbekistan. WIPO Madrid Information Notice.
- [36] World Intellectual Property Organization. (n.d.). WIPO Lex member profile: Uzbekistan. WIPO.
- [37] Agreement on Trade-Related Aspects of Intellectual Property Rights, Apr. 15, 1994, Marrakesh Agreement Establishing the World Trade Organization, Annex 1C.
- [38] Landes, W. M., & Posner, R. A. (2003). The economic structure of intellectual property law. Harvard University Press.
- [39] Lemley, M. A. (1999). The modern Lanham Act and the death of common sense. Yale Law Journal, 108(7), 1687-1715.
- [40] O'zbekiston Respublikasi Adliya vazirligi. (2024). Intellektual mulk obyektlarini huquqiy muhofaza qilish bo'yicha rasmiy materiallar. Adliya vazirligi.