

SPORT TASHKILOTLARINI TIJORATLASHTIRISH JARAYONIDA CHIPTALAR SAVDOSI VA MERCHANDISING FAOLIYATINING NORMATIV-HUQUQIY ASOSLARI

Haydarov Davron Mustafo o'g'li

Toshkent davlat yuridik universiteti Mustaqil izlanuvchi, PhD
(12.00.03 - Fuqarolik huquqi. Tadbirkorlik huquqi. Oila huquqi.

Xalqaro xususiy huquq)

davronhaydarov8@gmail.com

Tel: +998990527993

<https://doi.org/10.5281/zenodo.18016279>

KIRISH

Mazkur tezis sport tashkilotlarini tijoratlashtirishda chiptalar savdosi va merchandising faoliyatining milliy hamda xalqaro normativ-huquqiy tartibga solinishini tahlil qiladi. Unda chiptalar savdosining huquqiy mohiyati, raqamli tizimlari, chiptalarning noqonuniy qayta sotilishi, shuningdek merchandising faoliyatining intellektual mulk huquqi, litsenziyalash va kontrafakt mahsulotlarga qarshi himoya bilan bog'liq jihatlari yoritiladi. Tahlil O'zbekiston Respublikasi qonunchiligi va FIFA reglamentlari asosida olib borilib, sport tashkilotlarining moliyaviy barqarorligini ta'minlashga qaratilgan normativ-huquqiy takliflar ilgari suriladi.

Kalit so'zlar: sport tashkilotlarini tijoratlashtirish, chiptalar savdosi, merchandising, normativ-huquqiy tartibga solish, FIFA reglamentlari, intellektual mulk huquqi.

O'zbekiston Respublikasida sport musobaqalariga kirish chiptalarining savdosi fuqarolik-huquqiy munosabatlar doirasida tartibga solinadi. O'zbekiston Respublikasi Fuqarolik kodeksiga muvofiq, chipta sport tashkiloti tomonidan tomoshabinga ko'rsatiladigan xizmatni tasdiqlovchi hujjat bo'lib, xizmat ko'rsatish shartnomasining muhim elementi hisoblanadi¹.

Shuningdek, "Iste'molchilar huquqlarini himoya qilish to'g'risida"gi Qonunga asosan, tomoshabinlar xizmat sifati, xavfsizlik va to'liq axborot olish huquqiga ega bo'lib, sport tadbiri bekor qilingan yoki o'tkazilish shartlari o'zgargan taqdirda chipta qiymatini qaytarib olish huquqi kafolatlanadi².

Raqamli texnologiyalarning joriy etilishi elektron chiptalar savdosining kengayishiga olib kelmoqda. Ushbu jarayonda "Shaxsga doir ma'lumotlar to'g'risida"gi Qonun talablari muhim ahamiyat kasb etib, unga ko'ra sport tashkilotlariga tomoshabinlarning shaxsiy ma'lumotlarini qonuniy asosda yig'ish, saqlash va qayta ishlash majburiyati yuklanadi³.

FIFA reglamentlariga muvofiq, xususan, FIFA Stadium Safety and Security Regulationsda chiptalar savdosi sport musobaqalarida xavfsizlikni ta'minlash va ruxsatsiz ikkilamchi bozorda qayta sotish holatlarining oldini olish tamoyillari asosida amalga oshirilishi belgilangan⁴. Mazkur Reglamentga asosan FIFA rasmiy musobaqalarida chiptalarning noqonuniy sotilishi tegishli javobgarlikka sabab bo'ladi.

Merchandising sport tashkilotlarining brendini tijoratlashtirishning muhim vositasi bo'lib, u intellektual mulk huquqi bilan bevosita bog'liq. O'zbekiston Respublikasining "Tovar belgilari, xizmat ko'rsatish belgilari va tovar kelib chiqqan joy nomlari to'g'risida"gi Qonuni

¹ O'zbekiston Respublikasi Fuqarolik kodeksi.

² O'zbekiston Respublikasining "Iste'molchilarning huquqlarini himoya qilish to'g'risida"gi Qonuni.

³ O'zbekiston Respublikasining "Shaxsga doir ma'lumotlar to'g'risida"gi Qonuni.

⁴ FIFA Stadium Safety and Security Regulations.

sport klublarining nomi, logotipi, ramzlari va boshqa identifikatsiya elementlarini huquqiy himoya qiladi⁵.

Bundan tashqari, “Mualliflik huquqi va turdosh huquqlar to‘g‘risida”gi Qonun klub dizayni, grafika va vizual kontentining noqonuniy nusxalanishidan himoya qilishga xizmat qiladi. Ushbu qonun merchandising mahsulotlarini ruxsatsiz nusxalash va tijoratda foydalanish holatlariga qarshi huquqiy choralar qo‘llash imkonini yaratadi.

O‘FK tomonidan qabul qilingan Marketing and Media Regulations hamda FIFA Intellectual Property Guidelinesga muvofiq, FIFA va O‘FKga a‘zo tashkilotlarning brend elementlaridan foydalanish faqat rasmiy ruxsat va litsenziya asosida amalga oshirilishi mumkin. Ushbu talablarning buzilishi sport tashkilotlariga nisbatan moliyaviy va intizomiy sanksiyalar qo‘llanishiga olib keladi.

Amaliy tahlil shuni ko‘rsatadiki, O‘zbekiston qonunchiligi sport tashkilotlarining chiptalar savdosi va merchandising orqali daromad olishiga umumiy huquqiy asos yaratadi. Biroq FIFA reglamentlarida nazarda tutilgan chiptalarning qayta sotilishini cheklash, kontrafakt mahsulotlarga qarshi kurashish va marketing huquqlarini markazlashgan holda boshqarish mexanizmlari milliy normativ-huquqiy bazada yetarli darajada tizimlashtirilmagan.

Xulosa qilib aytganda, sport tashkilotlarini tijoratlashtirish jarayonida chiptalar savdosi va merchandisingning huquqiy asoslarini takomillashtirish, FIFA reglamentlarini milliy qonunchilikka moslashtirish va intellektual mulk huquqlarini kuchaytirish sport tashkilotlarining moliyaviy barqarorligini ta‘minlashda muhim ahamiyat kasb etadi.

Adabiyotlar, References, Литературы:

1. O‘zbekiston Respublikasi Fuqarolik kodeksi. — O‘zbekiston Respublikasi Qonunchilik ma‘lumotlari milliy bazasi.
2. O‘zbekiston Respublikasining “Iste‘molchilarning huquqlarini himoya qilish to‘g‘risida”gi Qonuni.
3. O‘zbekiston Respublikasining “Shaxsga doir ma‘lumotlar to‘g‘risida”gi Qonuni.
4. O‘zbekiston Respublikasining “Tovar belgilari, xizmat ko‘rsatish belgilari va tovar kelib chiqqan joy nomlari to‘g‘risida”gi Qonuni.
5. O‘zbekiston Respublikasining “Mualliflik huquqi va turdosh huquqlar to‘g‘risida”gi Qonuni.
6. AFC Marketing and Media Regulations.
7. FIFA Stadium Safety and Security Regulations.
8. World Intellectual Property Organization (WIPO). Sports and Intellectual Property.
9. Court of Arbitration for Sport (CAS). Official website.

⁵ O‘zbekiston Respublikasining “Tovar belgilari, xizmat ko‘rsatish belgilari va tovar kelib chiqqan joy nomlari to‘g‘risida”gi Qonuni.