

INTELLEKTUAL MULKDAN FOYDALANISH ORQALI TADBIRKORLIK DAROMADINI OSHIRISH YO‘LLARI

Darveshev Tolib Hamidovich

OXU 1-kurs magistranti.

<https://doi.org/10.5281/zenodo.20581990>

Annotatsiya. Mazkur maqolada intellektual mulk obyektlaridan samarali foydalanish asosida tadbirkorlik subyektlarining daromadlarini ko‘paytirish istiqbollari tadqiq etilgan. Unda patentlar, tovar belgilari, mualliflik huquqi obyektlari, sanoat namunalari, nou-xau hamda dasturiy mahsulotlarning biznes rivojida iqtisodiy ahamiyati yoritib berilgan.

Kalit so‘zlar: intellektual mulk, tadbirkorlik daromadi, patent, litsenziyalash, franchayzing, startup, raqamli mahsulot, brend.

Kirish

Intellektual mulk obyektining yaratilishi o‘z-o‘zidan tadbirkorga daromad keltirmaydi. G‘oya, texnologik yechim, mahsulot dizayni, dasturiy ta‘minot yoki tovar belgisi iqtisodiy qiymat kasb etishi uchun undan amaliy faoliyatda oqilona foydalanish zarur. Shu sababli intellektual mulk obyektlarini tijoratlashtirish zamonaviy tadbirkorlikning muhim yo‘nalishlaridan biri hisoblanadi.

Intellektual mulk obyektlarini tijoratlashtirish — ilmiy, ijodiy yoki innovatsion faoliyat natijasida yaratilgan nomoddiy aktivlarni bozor talablariga moslashtirish, amaliyotga tatbiq etish hamda ular orqali iqtisodiy manfaat olish jarayonidir. Bunda intellektual mulk korxonaning o‘z faoliyatida qo‘llanishi, boshqa subyektlarga ma‘lum shartlar asosida foydalanishga berilishi yoki to‘liq sotilishi mumkin. Natijada oddiy g‘oya yoki ishlanma daromad keltiruvchi biznes aktiviga aylanadi.

Tijoratlashtirish jarayoni odatda bir necha bosqichda amalga oshiriladi. Avvalo, bozor ehtiyojlariga mos keluvchi g‘oya yoki innovatsion yechim yaratiladi. Keyinchalik ushbu obyektning yangilik darajasi, amaliy ahamiyati va iqtisodiy salohiyati baholanadi. Zaruratga ko‘ra, uning huquqiy muhofazasi ta‘minlanadi. Shundan so‘ng mahsulot yoki xizmatni bozorga olib chiqish strategiyasi ishlab chiqilib, tijoratlashtirishning eng maqbul shakli tanlanadi.

Intellektual mulk obyektlaridan daromad olishning asosiy usullari quyidagilardan iborat.

Tijoratlashtirishning keng tarqalgan usullaridan biri intellektual mulk obyektini korxonaning bevosita faoliyatiga joriy etishdir. Bunda tadbirkor yangi texnologiya, mahsulot dizayni, dasturiy ta‘minot, tovar belgisi yoki nou-xaudan foydalanib, mavjud mahsulotlarni takomillashtiradi yoxud yangi turdagi mahsulot ishlab chiqarishni yo‘lga qo‘yadi.

Masalan, ishlab chiqarish korxonasida energiya sarfini kamaytiruvchi texnologiyaning joriy qilinishi mahsulot tannarxining pasayishiga olib kelishi mumkin. Tikuvchilik korxonasi o‘ziga xos dizayn va brend asosida mahsulot ishlab chiqarsa, bozordagi boshqa takliflardan ajralib turadi. Xizmat ko‘rsatish sohasida esa mijozlar bilan ishlash jarayonini avtomatlashtiruvchi dasturdan foydalanish vaqt hamda xarajatlarni tejash imkonini beradi.

Mazkur usulda iqtisodiy manfaat bevosita korxonaning faoliyat natijalarida aks etadi. Xususan, savdo hajmi ortadi, mahsulot yoki xizmat sifati yaxshilanadi, ishlab chiqarish xarajatlari kamayadi va yangi bozor segmentlariga kirish uchun sharoit yaratiladi.

Intellectual mulk obyektlarini tijoratlashtirishning samarali usullaridan yana biri litsenziyalashdir. Ushbu jarayonda intellektual mulk egasi o'ziga tegishli patent, tovar belgisi, dizayn, dasturiy mahsulot yoki boshqa nomoddiy aktivdan foydalanish huquqini muayyan muddat va shartlar asosida boshqa shaxsga beradi. Buning evaziga obyekt egasi litsenziya to'lovi yoki royalti shaklida daromad oladi.

Royalti — intellektual mulk obyektidan foydalanish huquqi uchun muntazam ravishda amalga oshiriladigan to'lovdir. Uning miqdori sotilgan mahsulotlar soni, tushum hajmi yoki shartnomada nazarda tutilgan boshqa mezonlarga muvofiq belgilanadi. Ayrim holatlarda esa litsenziya oluvchi tomonidan bir martalik to'lov amalga oshirilishi mumkin.

Litsenziyalashning asosiy afzalligi shundaki, tadbirkor o'z intellektual mulk obyektidan foydalanish huquqini to'liq yo'qotmagan holda qo'shimcha daromad oladi. Masalan, dasturiy ta'minot ishlab chiquvchi kompaniya bir marta yaratilgan dasturdan foydalanish huquqini ko'plab mijozlarga sotishi mumkin. Natijada bir mahsulot uzoq vaqt davomida takroriy daromad manbai bo'lib xizmat qiladi.

Franchayzing intellektual mulkni tijoratlashtirishning istiqbolli shakllaridan biri bo'lib, muvaffaqiyatli biznes modelini boshqa tadbirkorlarga taqdim etishga asoslanadi. Bunda biznes egasi o'z brendi, tovar belgisi, boshqaruv usullari, xizmat ko'rsatish standartlari va marketing tajribasidan foydalanish huquqini boshqa subyektgacha beradi.

Franchayzing munosabatlarida brend va biznes tizimining egasi franchayzer, undan foydalanish huquqini oluvchi tadbirkor esa franchayzi deb ataladi. Franchayzi odatda dastlabki to'lovni amalga oshiradi va keyinchalik shartnomada belgilangan miqdorda royalti to'lab boradi. Shu tariqa franchayzer katta hajmdagi qo'shimcha investitsiyalarsiz biznes faoliyatini yangi hududlarda kengaytirishi mumkin.

Franchayzing umumiy ovqatlanish, chakana savdo, ta'lim, turizm va xizmat ko'rsatish sohalarida ayniqsa samarali hisoblanadi. Mazkur modelning ustunligi shundaki, franchayzi bozorda tanilgan brend va amaliyotda sinalgan biznes tizimidan foydalanadi. Franchayzer esa yangi filiallarni o'z mablag'i hisobidan ochmasdan turib daromad oladi.

Ayrim holatlarda tadbirkor o'ziga tegishli patent, dasturiy mahsulot, tovar belgisi yoki boshqa intellektual mulk obyektini boshqa shaxsga to'liq sotishi mumkin. Bunday vaziyatda ushbu obyektga egalik qilish huquqi yangi mulkdorga o'tadi, dastlabki egasi esa bir martalik daromad oladi.

Ushbu usul intellektual mulk obyektini mustaqil ravishda bozorga chiqarish uchun yetarli moliyaviy, texnik yoki tashkiliy imkoniyatlarga ega bo'lmagan tadbirkorlar uchun qulay hisoblanadi. Masalan, dasturchi istiqbolli mobil ilova yaratishi, biroq uni ommalashtirish va rivojlantirish uchun zarur mablag'ga ega bo'lmashligi mumkin. Bunday sharoitda ilovani yirik kompaniyaga sotish orqali iqtisodiy foyda olish imkoniyati mavjud.

Shu bilan birga, intellektual mulk obyektini sotishdan oldin uning kelajakdagi iqtisodiy salohiyatini to'g'ri baholash muhimdir. Chunki istiqbolli ishlanmani past qiymatda sotish tadbirkorning kelgusida olishi mumkin bo'lgan daromadlarini cheklab qo'yadi.

Innovatsion g'oya yoki texnologik ishlanma asosida startup loyihasini shakllantirish intellektual mulk obyektlarini tijoratlashtirishning zamonaviy usullaridan biridir. Startup muayyan

muammoning innovatsion yechimini taklif etuvchi hamda qisqa muddat ichida rivojlanish imkoniyatiga ega bo'lgan biznes loyihasidir.

Startup faoliyatida intellektual mulk asosiy aktiv vazifasini bajaradi. Dasturiy mahsulot, mobil ilova, onlayn platforma, sun'iy intellekt asosidagi xizmat, yangi texnologiya yoki o'ziga xos mahsulot dizayni loyiha bozor qiymatini shakllantiradi.

Startupni rivojlantirish uchun tadbirkor shaxsiy mablag'lardan foydalanishi, investorlarni jalb qilishi, grantlar olishi yoki hamkorlik asosida ish olib borishi mumkin. Investorlar uchun loyiha joriy daromadi bilan bir qatorda kelajakdagi o'sish imkoniyatlari ham muhim hisoblanadi. Shu sababli intellektual mulk obyektining yangiligi, huquqiy himoyasi va unga bo'lgan bozor talabi investitsiyalarni jalb qilish jarayonida alohida ahamiyat kasb etadi.

Raqamli iqtisodiyotning jadal rivojlanishi intellektual mulkdan daromad olishning yangi shakllarini yuzaga keltirmoqda. Dasturiy mahsulotlar, mobil ilovalar, elektron kitoblar, onlayn kurslar, grafik dizaynlar, fotosuratlar, videodarslar va boshqa raqamli kontentlarni internet orqali sotish mumkin.

Raqamli mahsulotlarning muhim afzalligi ularni bir marta yaratib, ko'p marotaba sotish imkoniyati mavjudligidir. Masalan, mutaxassis tomonidan ishlab chiqilgan elektron o'quv kursi yoki dizayner tayyorlagan grafik shablon ko'plab xaridorlarga taklif etilishi mumkin. Bunda har bir yangi sotuv uchun mahsulotni qaytadan ishlab chiqarish zarurati tug'ilmaydi.

Mazkur yo'nalish kichik biznes vakillari, mustaqil mutaxassislar, dasturchilar, dizaynerlar, o'qituvchilar hamda ijodkorlar uchun katta imkoniyat yaratadi. Internet platformalaridan foydalanish mahalliy bozor bilan cheklanmasdan, xalqaro auditoriyaga chiqishga ham yordam beradi.

Tovar belgisi va brend korxona daromadini oshiruvchi muhim vositalar hisoblanadi. Iste'molchilar mahsulotni tanlashda faqat uning funksional xususiyatlarini emas, balki ishlab chiqaruvchining obro'sini, brendga bo'lgan ishonchni hamda mahsulot haqidagi umumiy tasavvurni ham hisobga oladi.

Kuchli brend mahsulotning bozor qiymatini oshiradi. Bir xil yoki o'xshash xususiyatlarga ega mahsulotlar orasida tanilgan brendga tegishli mahsulot odatda yuqoriroq narxda sotilishi mumkin. Bundan tashqari, mustahkam brend mijozlarning takroriy xaridlarini rag'batlantiradi, yangi mahsulotlarni bozorga olib chiqishni yengillashtiradi va korxonaning umumiy qiymatiga ijobiy ta'sir ko'rsatadi.

Brenddan daromad olish faqat mahsulotlarni sotish bilan cheklanmaydi. Tadbirkor o'z tovar belgisidan foydalanish huquqini boshqa ishlab chiqaruvchilarga litsenziya asosida berishi yoki franchayzing tizimi orqali biznes faoliyatini kengaytirishi mumkin.

Tijoratlashtirish shakli	Mazmuni	Daromad olish manbasi	Asosiy afzalligi
Korxona faoliyatida foydalanish	Intellektual mulk obyektini ishlab chiqarish yoki xizmat ko'rsatish jarayoniga joriy etish	Savdo hajmining oshishi va xarajatlarning kamayishi	Korxonaning raqobatbardoshligi kuchayadi

Tijoratlashtirish shakli	Mazmuni	Daromad olish manbasi	Asosiy afzalligi
Litsenziyalash	Obyektdan foydalanish huquqini boshqa subyektga berish	Litsenziya to'lovi yoki royalti	Muntazam qo'shimcha daromad olish imkonini yaratadi
Franchayzing	Brend va sinalgan biznes modelidan foydalanish huquqini taqdim etish	Boshlang'ich to'lov va royalti	Kamroq xarajat bilan biznesni kengaytirishga yordam beradi
Intellectual mulk obyektni sotish	Obyektga egalik qilish huquqini boshqa subyektga to'liq o'tkazish	Bir martalik to'lov	Qisqa muddatda daromad olish imkonini beradi
Startup tashkil etish	Innovatsion g'oya yoki texnologik ishlanma asosida yangi biznes yaratish	Mahsulot sotish, xizmat ko'rsatish yoki investitsiya jalb qilish	Yangi bozorga kirish va tez rivojlanish imkoniyati mavjud
Raqamli mahsulotlarni sotish	Elektron shakldagi mahsulotlarni internet orqali realizatsiya qilish	Takroriy sotuvlar	Nisbatan kam xarajat bilan keng auditoriyaga chiqish mumkin
Brend qiymatini oshirish	Tovar belgisi va korxona obro'sini rivojlantirish	Sotuv hajmi hamda mahsulot narxining oshishi	Mijozlarning sodiqligi mustahkamlanadi

Intellectual mulk obyektlarini tijoratlashtirish usulini tanlashda obyektning turi, bozor talabi, tadbirkorning moliyaviy imkoniyatlari, mavjud infratuzilma hamda korxonaning uzoq muddatli rivojlanish strategiyasini hisobga olish zarur. Ayrim vaziyatlarda bir nechta shakldan bir vaqtning o'zida foydalanish maqsadga muvofiq bo'ladi. Masalan, tadbirkor o'z brendi ostida mahsulot ishlab chiqarishi, boshqa hududlarda franchayzing tizimini shakllantirishi va ayrim dizayn yechimlaridan foydalanish huquqini boshqa korxonalarga litsenziya asosida berishi mumkin.

Xulosa

Umuman olganda, intellectual mulk obyektlarini tijoratlashtirish tadbirkorlik daromadlarini ko'paytirishning zamonaviy va istiqbolli yo'nalishlaridan biridir. Mazkur jarayonning samaradorligi intellectual mulk obyektlarini to'g'ri aniqlash, huquqiy jihatdan himoya qilish, real bozor qiymatini baholash, iste'molchilar talabini o'rganish hamda tijoratlashtirishning maqbul usulini tanlashga bog'liq. Intellectual resurslardan oqilona foydalanish yangi mahsulot va xizmatlarni yaratish, qo'shimcha daromad manbalarini shakllantirish, investitsion jozibadorlikni oshirish hamda korxonalarning uzoq muddatli raqobatbardoshligini ta'minlashga xizmat qiladi.

Umuman olganda, intellectual mulk obyektlarini tijoratlashtirish tadbirkorlik daromadini oshirishning istiqbolli yo'nalishlaridan biridir. Intellectual resurslarni to'g'ri boshqarish

korxonaning joriy daromadini ko'paytirish bilan birga, uning uzoq muddatli raqobatbardoshligi, investitsion jozibadorligi va bozor qiymatini oshirishga xizmat qiladi.

Foydalanilgan adabiyotlar ro'yxati:

I. Normativ-huquqiy hujjatlar

1. O'zbekiston Respublikasi Fuqarolik kodeksi. Ikkinchi qism. 1996-yil 29-avgust.
2. O'zbekiston Respublikasining "Ixtirolar, foydali modellar va sanoat namunalari to'g'risida"gi Qonuni. Yangi tahriri. 2002-yil 29-avgust, 397-II-son.
3. O'zbekiston Respublikasining "Tovar belgilari, xizmat ko'rsatish belgilari va tovar kelib chiqqan joy nomlari to'g'risida"gi Qonuni. 2001-yil 30-avgust, 267-II-son.
4. O'zbekiston Respublikasining "Mualliflik huquqi va turdosh huquqlar to'g'risida"gi Qonuni. 2006-yil 20-iyul, O'RQ-42-son.
5. O'zbekiston Respublikasining "Tijorat siri to'g'risida"gi Qonuni. 2014-yil 11-sentabr, O'RQ-374-son.
6. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining "Intellectual mulk sohasini yanada rivojlantirishga oid qo'shimcha chora-tadbirlar to'g'risida"gi qarori. 2022-yil 26-aprel, PQ-221-son.

II. Ilmiy va uslubiy adabiyotlar

1. World Intellectual Property Organization. WIPO Intellectual Property Handbook: Policy, Law and Use. WIPO Publication No. 489(E). Geneva: WIPO, 2004.
2. World Intellectual Property Organization. What is Intellectual Property? WIPO Publication No. 450(E). Geneva: WIPO, 2020.

III. Internet manbalari

1. O'zbekiston Respublikasi Qonunchilik ma'lumotlari milliy bazasi — LexUZ rasmiy sayti. Murojaat sanasi: 07.06.2026.
2. World Intellectual Property Organization. A Step-by-Step IP Strategy Checklist for SMEs. WIPO rasmiy sayti. Murojaat sanasi: 07.06.2026.
3. World Intellectual Property Organization. Valuing Intellectual Property Assets. WIPO rasmiy sayti. Murojaat sanasi: 07.06.2026.
4. World Intellectual Property Organization. IP Assignment and Licensing. WIPO rasmiy sayti. Murojaat sanasi: 07.06.2026.