

Створення, охорона, захист і комерціалізація об'єктів права інтелектуальної власності:  
матеріали VIII Всеукраїнської науково-практичної конференції з міжнародною участю,  
присвяченої Міжнародному дню інтелектуальної власності.  
(м. Київ, 25 квітня 2025 р.): ел. збірник. Київ: КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2025

УДК 347.77/78

## **УМОВИ ВИХОДУ ПРОДУКЦІЇ ІЗ ЗАРЕЄСТРОВАНОЮ В УКРАЇНІ ТОРГОВЕЛЬНОЮ МАРКОЮ НА МІЖНАРОДНИЙ РИНОК**

**Є.С. Швець**

старший викладач кафедри інтелектуальної власності та управління проєктами  
Дніпровського металургійного інституту Українського державного  
університету науки і технологій (м. Дніпро).  
ORCID-0000-0001-7396-6744

## **CONDITIONS FOR THE ENTERING OF PRODUCTS WITH A TRADEMARK REGISTERED IN UKRAINE ON THE INTERNATIONAL MARKET Y.S. Shvets**

Senior Lecturer, Department of Intellectual Property and Project Management,  
Dnipro Metallurgical Institute, Ukrainian State University of Science and Technology  
(Dniproj). ORCID- 0000-0001-7396-6744

**Анотація:** Для успішного виходу на міжнародні ринки підприємство має адаптувати свою продукцію до вимог конкретної іноземної країни, врахувати культурні, правові, маркетингові та ін. особливості. Також, важливо подбати про охорону торговельної марки в іноземній країні, що забезпечить від порушень прав та підвищить конкурентоспроможність. Лише при комплексному можна забезпечити стійку позицію торговельної марки на міжнародному ринку.

**Ключові слова:** торговельна марка, міжнародна охорона прав, конкурентоспроможність, міжнародні ринки

**Annotation:** To successfully enter international markets, a company must adapt its products to the requirements of a specific foreign country, take into account cultural, legal, marketing, etc. features. It is also important to take care of trademark protection in a foreign country, which will protect against infringements of rights and increase competitiveness. Only with a comprehensive approach can a stable position of the trademark be ensured in the international market.

**Keywords:** trademark, international protection of rights, competitiveness, international markets

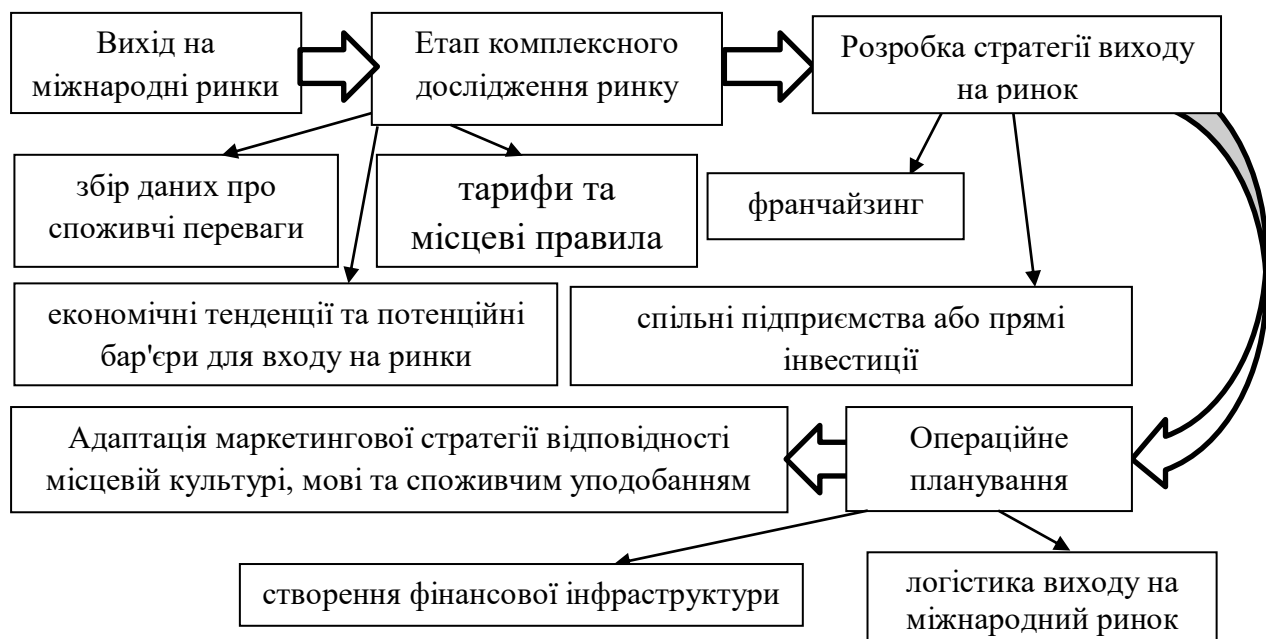
Основною метою виходу продукції на міжнародний ринок є збільшення прибутку за рахунок більш масштабних продажів.

Вихід на нові ринки дозволяє диверсифікувати потоки доходів, знижуючи ризики, пов'язані з економічним спадом чи насиченням ринку в Україні. Диверсифікація є однією ключовою переваг, оскільки вона дозволяє підприємствам розподіляти свої операційні ризики на різних ринках, знижуючи залежність від економічних умов окремої країни.

Диверсифікація допомагає захиститись від раптових змін у поведінці споживачів або змін у законодавстві, які можуть негативно вплинути на бізнес-операції. Диверсифікуючи потоки доходів, виходячи на нові сегменти клієнтів, сприяючи інноваціям, підвищуючи впізнаваність торговельної марки та досягаючи економічної ефективності, підприємства можуть забезпечити собі стійкий успіх у більш взаємопов'язаній глобальній економіці [1].

При виході на нові ринки, не тільки з'являються нові потоки доходів, але й за рахунок виникнення нових споживчих уподобань та конкурентних переваг, створюються об'єкти інтелектуальної власності (нова продукція, сировина або спосіб виготовлення продукції), які повинні відповідати нормативно-правовому середовищу конкретної країни та отримати міжнародну охорону.

Вихід на міжнародні ринки включає процеси, зазначені на рисунку 1.



### Рисунок 1 – Процес виходу підприємства на ринок.

При виході на міжнародні ринки потрібно прилаштувати маркетингові стратегії до ринку конкретної країни, враховуючи культуру цієї країни і споживчі смаки створюючи, наприклад, рекламу, упаковку продукції та різновиди товарів або послуг.

Військовий стан в Україні створює додаткові ризики та загрози (рисунок2) для підприємств, які бажають вийти на міжнародні ринки, у тому числі, логістичні затримки.

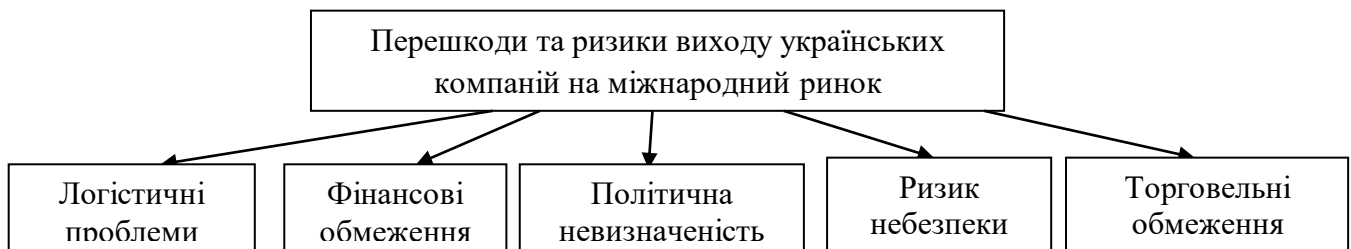


Рисунок 2 – Перешкоди воєнного часу на процес виходу українських підприємств на нові міжнародні ринки

Розвиток локальних складів і виробничих потужностей на стратегічних ринках допоможе оптимізувати ланцюг поставок. Створення складів може значно зменшити витрати на транспортування, покращити швидкість доставки та забезпечити надійний запас продукції в інших країнах.

Розширення міжнародної діяльності потребує значних фінансових вкладень, тому важливо також забезпечити належне фінансування проєкту. Компанія може розглянути можливість залучення інвестицій, фінансування від міжнародних банків чи державних програм підтримки експорту. Завдяки таким джерелам фінансування можна забезпечити довгострокову підтримку проєкту, що дозволить уникнути нестачі коштів на критичних етапах.

Українські підприємства, які виходять із продукцією за кордон, мають наголошувати на своїй стійкості, інноваційності та якості своїх пропозицій.

Підкреслення унікальних аспектів їх продуктів можуть знайти відгук у міжнародних клієнтів та партнерів, створюючи відмінний імідж торговельній марці [1].

Важливо також на міжнародних ринках звернути увагу на вимоги конкретної країни, наприклад, для Європейських країн важлива екологічність, тому при виході на даний ринок потрібно розробляти екологічну упаковку продуктів (яку потрібно зареєструвати як промисловий зразок), що піддається біологічному розкладанню, та вдосконалювати процеси виробництва з акцентом на зниження викидів і збереження природних ресурсів.

Зростання популярності здорового харчування в Європі та США відкриває можливості для розробки лінійки низькокалорійних або органічних продуктів, що відповідають сучасним харчовим стандартам.

На ринку Близького Сходу варто зосередитися на традиціях і наданні сертифікатів якості, які відповідають місцевим нормам.

Підтримка високих стандартів якості продукції є основним фактором для здобуття довіри іноземних споживачів. Підприємство має інвестувати у вдосконалення систем контролю якості на всіх етапах виробництва, що гарантуватиме відповідність продукції міжнародним стандартам.

Завдяки гнучкому асортименту, що враховує місцеві переваги, підприємство може успішно інтегруватися в різні ринки, підвищуючи лояльність споживачів і розширюючи свою частку.

Щоб підвищити ефективність управління маркетинговою діяльністю, підприємство має використовувати сучасні інструменти аналізу даних, такі як CRM-системи та платформи для моніторингу ринку. Використання таких технологій дозволить підприємству краще розуміти потреби та поведінку споживачів на іноземних ринках, а також оцінювати ефективність рекламних кампаній. Наприклад, аналіз даних у реальному часі допоможе коригувати маркетингові стратегії в залежності від змін у попиті та настроїв споживачів,

що дозволить зменшити ризики, пов'язані з виходом на нові ринки, та забезпечить оптимальне використання маркетингового бюджету.

Задля підвищення впізнаваності на міжнародному ринку підприємство має зосередитися на використанні сучасних інструментів цифрового маркетингу, таких як соціальні мережі, контекстна реклама, і платформи електронної комерції, яка дозволяє підприємствам здійснювати продажі через мережу Інтернет за допомогою різноманітних платформ, що мінімізує необхідність фізичної присутності в регіоні та знижує витрати на дистрибуцію, але при цьому виникає питання щодо можливості охорони торговельної марки, яка буде використана у будь-якій країні світу. Використання торговельних марок в доменних іменах, реклама в мережі, продаж товарів через онлайн-платформи створюють нові можливості для порушення прав власників торговельних марок.

Окрім маркетингових та виробничих аспектів, важливим є також розгляд питань охорони інтелектуальної власності.

Міжнародна реєстрація залежить від національної (базової) реєстрації протягом п'яти років з дати міжнародної реєстрації. Міжнародна реєстрація знака втрачає чинність, якщо протягом п'яти років національний знак анулюється у відомстві країни походження (для нас це Україна). Якщо п'ятирічний термін успішно пройдений, то міжнародна реєстрація стає незалежною від національної реєстрації [2].

У країнах Європи торговельна марка повинна бути зареєстрована відповідно до вимог Мадридської системи, яка дозволяє одночасно отримати захист торговельної марки в декількох країнах. Це гарантує правовий захист від можливих копій і підробок, що важливо для збереження репутації та унікальності продукції на глобальному рівні

За Мадридською системою заявник подає одну заявку французькою (відповідно до Мадридської угоди) або французькою/англійською мовами (відповідно до Протоколу до Мадридської угоди), сплачуючи мито один раз.

Заявка заповнюється за допомогою форми MM2 в електронному вигляді через СЕВ СЕЗ або у паперовому варіанті до УКРНОІВІ.

Також є й інший варіант – заявка подається через систему Madrid e-Filling виключно в електронному вигляді через сайт ВОІВ до УКРНОІВІ.

Напрямую до ВОІВ заявка податись не може, усе одно, вона розглядається в УКРНОІВІ протягом 2 міс. (попередня перевірка документів). Відстежувати статус заявки можна за допомогою системи Madrid Monitor.

Запроваджений Madrid Monitor як єдиний інструмент з перегляду статусу зареєстрованих за Мадридською системою торговельних марок замінив базу даних ROMARIN, Мадридську електронну систему сповіщення (Madrid E-Alert), Мадридський статус у режимі реального часу (Madrid Real-Time Status), доступ до яких через веб-сайт ВОІВ припинено наприкінці 2017 року.

Під час підготовки міжнародної заявки на торговельну марку слід користуватися базою даних профілів учасників для отримання детальної інформації про відомства з торговельних марок на цільових ринках, про види охороноздатних торговельних марок та про те, як подавати міжнародну заявку через відомство походження.

Після реєстрації торговельної марки за Мадридською системою простий інтерфейс бази даних надає доступ до основних процедур та інформації щодо часових обмежень стосовно подання заявки, що застосовуються в країнах або регіонах-членах Мадридської системи, які були вказані в заявці на міжнародну реєстрацію [3].

Державний збір за подання заявки на міжнародну реєстрацію торговельної марки сплачується одночасно із поданням заявки до УКРНОІВІ.

Створення, охорона, захист і комерціалізація об'єктів права інтелектуальної власності:  
матеріали VIII Всеукраїнської науково-практичної конференції з міжнародною участю,  
присвяченої Міжнародному дню інтелектуальної власності.  
(м. Київ, 25 квітня 2025 р.): ел. збірник. Київ: КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2025

Міжнародне мито можна сплатити після проведення ВОІВ формальної експертизи чи за допомогою системи Madrid e-Filing.

Після подання заявки ця система пропонує оплатити міжнародне мито за допомогою банківської картки, PayPal або за допомогою банківського переказу, вказавши IRPI, який надається кожній заявці, яка надійшла через Madrid e-Filing.

Після того, як заявка отримала міжнародну реєстрацію, заявник може поширити її дію на інші країни, які входять до Мадридської системи з обов'язковою оплатою мита, яку можна прорахувати за допомогою системи WIPO Fee Calculator. Також можна подати до національного ІР офісу форму ММ4, відмітивши країни/країни поширення, сплативши державне мито 1600 грн., плюс таке ж мито як і через Madrid e-Filing.

Після формальної експертизи, яка проводиться протягом 2-3 місяців, заявка направляється до ІР офісу(ів) тих країн, у яких заявник просить охорони ТМ для проведення кваліфікаційної експертизи протягом 12-18 місяців.

Якщо є попередня відмова по заявці, вона надсилається заявнику протягом 12 міс. і, як правило, підлягає перегляду або оскарженню. Відмова по заявці може бути повна або часткова (стосовно певних товарів або послуг).

Якщо заявочні документи успішно пройшли експертизи, торговельна марка реєструється, здійснюється публікація відомостей та видається свідоцтво.

Також охорону можна отримати за регіональною системою інтелектуальної власності European Union Collective Mark (EUTMR). Заявка на торговельну марку ЄС повинна бути подана безпосередньо до EUIPO англійською, французькою, італійською, іспанською, німецькою або мовою будь-якої країни ЄС за допомогою електронних засобів, поштою або кур'єром. EUTMR – децентралізоване відомство Європейського Союзу встановлює правила визначення та використання мови судочинства. Подання заявок за системою E-filing є більш зручним способом, тому що містить підказки і має знижку на сплату мита.

Заявка на реєстрацію торговельної марки також може бути подана до національного відомства тієї країни, у якій підприємство хоче отримати правову охорону і здійснювати підприємницьку діяльність, відповідно до національних законів і правил реєстрації. Така міжнародна охорона дає можливість отримати одночасний захист на кількох ринках, але також вимагає сплати мита за кожну країну, де буде здійснюватися реєстрація.

Термін дії національної реєстрації діє протягом 10 років з можливістю подальшого продовження, а міжнародні реєстрації – також мають термін дії 10 років і потребують поновлення для підтримки охорони в обраних країнах.

Після отримання підприємством прав на міжнародні торговельні марки важливо здійснювати постійний контроль за їх використанням і захищати їх від порушень. У разі неправомірного використання, підприємство може подати позови до суду або звертатися до відповідних органів.

Завдяки реєстрації українських торговельних марок за кордоном, підприємство забезпечує ефективний захист своєї інтелектуальної власності, що дозволяє зберігати конкурентоспроможність на ринку і отримати високі прибутки.

### **Література**

1. Бала О.І., Іванчик В. ВИХІД НА МІЖНАРОДНІ РИНКИ ДЛЯ УКРАЇНСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ: НОВІ ВИКЛИКИ ВОЄННОГО ЧАСУ  
Академічні візії Випуск 29/2024 URL:  
[file:///D:/Users/Home/Desktop/стаття%20\(1\).pdf](file:///D:/Users/Home/Desktop/стаття%20(1).pdf)

2. Білоусова Н.О., Гаврушкевич Н.В., Данильченко М.А. та ін. ІНТЕЛЕКТУАЛЬНА ВЛАСНІСТЬ ТА ПАТЕНТОЗНАВСТВО: підручник / за ред. проф. П. М. Цибульова та доц. А. С. Ромашко. Київ : КПІ ім. Ігоря Сікорського, Вид-во «Політехніка», 2021. 374 с. URL:

Створення, охорона, захист і комерціалізація об'єктів права інтелектуальної власності:  
матеріали VIII Всеукраїнської науково-практичної конференції з міжнародною участю,  
присвяченої Міжнародному дню інтелектуальної власності.  
(м. Київ, 25 квітня 2025 р.): ел. збірник. Київ: КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2025

<https://ela.kpi.ua/server/api/core/bitstreams/f10814f3-44d4-4558-b79b-b763120e293a/content>

3. Нові послуги Мадридської системи / Матеріали сайту Державна система охорони інтелектуальної власності URL:  
<https://ukrpatent.org/uk/news/main/novi-poslugi-madridskoyi-sistemi>