https://doi.org/10.32849/2409-9201.2026.26.10

УДК 347.9 UDC

ПАТЕНТНЕ МАРКУВАННЯ: ІНСТРУМЕНТ ЗАХИСТУ ПРАВ

Геннадій АНДРОЩУК

кандидат економічних наук, доцент, головний науковий співробітник

Науково-дослідний інститут інтелектуальної власності НАПрН України (Київ)

PATENT MARKING: A TOOL FOR PROTECTION OF RIGHTS

Gennady ANDROSHCHUK

PhD of Economic Sciences, Associate Professor, Chief Researcher

Scientific Research Institute of Intellectual Property of the National Academy of Legal Sciences of Ukraine (Kyiv)

https://orcid.org/0000-0003-0781-9740

У статті досліджено правову природу та практичне значення патентного маркування як інструменту захисту прав інтелектуальної власності та запобігання недобросовісній конкуренції. Встановлено, що патентне маркування виконує інформаційну, превентивну та компенсаційну функції, оскільки забезпечує повідомлення третіх осіб про наявність патентної охорони, стримує потенційних порушників і може впливати на розмір відшкодування збитків у разі порушення прав. Проаналізовано підходи до правового регулювання маркування у різних юрисдикціях, зокрема у США, країнах Європи (Великобританія, Франція, Німеччина), Канаді та інших державах. Виявлено, що у США маркування має істотне значення для доведення факту повідомлення порушника та визначення обсягу збитків, тоді як у більшості європейських країн воно не є обов'язковим і має переважно непрямі комерційні переваги. Окрему увагу приділено відповідальності за неправдиве патентне маркування як формі недобросовісної конкуренції та оманливої комерційної практики.

Досліджено новітній інструмент віртуальне патентне маркування, яке передбачає використання цифрових засобів (URL-адрес, QR-кодів) для надання інформації про патенти. Обґрунтовано його ефективність, гнучкість та економічні переваги порівняно з традиційним маркуванням, а також значення для підви-

The article examines the legal nature and practical significance of patent marking as a tool for protecting intellectual property rights and preventing unfair competition. It is established that patent marking performs informational, preventive and compensatory functions, as it provides notification to third parties about the existence of patent protection, deters potential infringers and can affect the amount of compensation for damages in the event of infringement. The approaches to legal regulation of marking in various jurisdictions are analyzed, in particular in the USA, European countries (Great Britain, France, Germany), Canada and other states. It is found that in the USA marking is of significant importance for proving the fact of notification of the infringer and determining the amount of damages, while in most European countries it is not mandatory and has mainly indirect commercial benefits. Special attention is paid to liability for false patent marking as a form of unfair competition and deceptive comercial practices.

The newest tool, virtual patent marking, which involves the use of digital means (URL addresses, QR codes) to provide information about patents, is studied. Its efficiency, flexibility and economic advantages compared to traditional marking are substantiated, as well as its importance for increasing the value of the patent portfolio and simplifying information updating. It is

щення вартості патентного портфеля та спрощення оновлення інформації. Встановлено, що віртуальне маркування вже отримало нормативне закріплення у США та Великобританії і поступово поширюється в інших країнах.

Зроблено висновок про доцільність удосконалення законодавства України шляхом запровадження можливості віртуального патентного маркування, що сприятиме підвищенню ефективності захисту прав інтелектуальної власності та гармонізації з міжнародною практикою. Обґрунтовано, що впровадження таких змін дозволить посилити правові позиції патентовласників, зменшити ризики порушень та оптимізувати витрати, пов'язані з маркуванням продукції.

Ключові слова: інтелектуальна власність, патентне право, патентне маркування, недобросовісна конкуренція, захист прав, відшкодування збитків

established that virtual marking has already received regulatory support in the USA and the UK and is gradually spreading in other countries.

The conclusion is made about the feasibility of improving Ukrainian legislation by introducing the possibility of virtual patent marking, which will contribute to increasing the effectiveness of intellectual property rights protection and harmonization with international practice. It is substantiated that the implementation of such changes will strengthen the legal positions of patent owners, reduce the risks of violations and optimize the costs associated with product marking.

Keywords: intellectual property, patent law, patent marking, unfair competition, protection of rights, compensation for damages

Патентне маркування має довгу історію у законодавстві про інтелектуальну власність (ІВ) у багатьох юрисдикціях. Так у законодавстві США норма про маркування залишається приблизно у його нинішньому вигляді вже майже 100 років.[1] Патентовласникам, які виробляють, пропонують до продажу, продають або імпортують будь-який продукт, на який поширюється патентна охорона, рекомендується його маркувати. Мета патентного маркування – інформувати громадськість про те, що продукт охороняється патентом, та утримувати потенційних порушників від недобросовісної конкуренції - використання чи копіювання продукту без дозволу. Маркуючи свої продукти повідомленнями про наявні патенти на об'єкти ІВ (винаходи, корисні моделі, промислові зразки), їх власники потенційно можуть також збільшити розмір відшкодування своїх збитків у разі порушення патентних прав. Вважається, що патентне маркування дає також непрямі комерційні вигоди. Щоб зберегти переваги патентного маркування, власникам патентів важливо підтримувати актуальність та точність своїх патентних маркувань у міру закінчення терміну дії їх патентів або видачі нових.

Постановка проблеми. Законодавство про маркування патентів є важливим елементом права ІВ, що допомагає інформувати громадськість про патентні права, стримувати потенційних порушників від недобросовісних конкурентних дій та суттєво впливати на розмір компенсації, яку патентовласник може отримати у разі порушення патентних прав. Ці закони значно різняться у всьому світі, відбиваючи різні економічні пріоритети, правові традиції та юрисдикції.

Літературний огляд. Проблемам патентного права, захисту від недобросовісної конкуренції, зокрема в контексті ІВ, присвячено праці таких учених: О.Бакалінської, Г.Боденгаузена, Ю.Бошицького, О.Безуха, М.Галянтича, О.Дорошенка, К.Ідріса, Ю.Капіци, А.Кодинця, О.Орлюк, В.Полюховича, Т.Ярошевської та інших. Вагомим внеском у дослідження проблем розвитку винахідницької діяльності, патентного права у наукових установах, закладах вищої освіти є монографічне дослідження «Винахідницька діяльність у наукових установах», підготовлене науковцями Центру досліджень інтелектуальної власності та трансферу технологій НАН України під редакцією д.ю.н. Ю.М. Капіци. [2] Однак практика застосування норм та аналіз останніх змін, що відбулися в цифровій економіці та патентному праві вивчені недостатньо. Нещодавнє маркетингове дослідження Джамала Едділа Аз-

зама, Девіда Х. Хенара і Стефана Сальгадо («Патентне маркування як сигнальна стратегія: вплив на інноваційність продукту, що сприймається, і впровадження інновацій», Décisions Marketing, том 109, № 1, 2023 р.). с. 141-159) показало, що *споживачі сприймають патентне маркування як ознаку новизни*, *корисності та інноваційності продукту*. Це робить їх більш схильними платити вищу ціну за продукт із патентним маркуванням. [3] Динамічність змін у сфері науково-технологічної політики, інноваційного розвитку та охорони ІВ в умовах цифрової трансформації**,** посилення конкурентної боротьби, збільшення проявів недобросовісної конкуренції вимагають подальших наукових досліджень, вивчення та узагальнення кращого досвіду**.**

Метою статті є аналіз законодавства та практики застосування маркування патентів, як інструменту захисту від недобросовісної конкуренції, відшкодування збитків у ключових юрисдикціях, включаючи США, Європу, Азію та вироблення рекомендацій щодо законодавчого регулювання патентного маркування в Україні.

Виклад основного матеріалу. Розглянемо особливості законодавства та практику правозастосування у цій сфері в різних юрисдикціях. **США**.[4] Прецедентне право США передбачає, що маркування має вимагатися лише у разі, якщо комерційний продукт підпадає під дію заяви про продукт (апарат/систему). У тих випадках, коли патент містить лише формулу способу та/або процесу, суди, як правило, вказували, що вимога про маркування відсутня. Належне маркування запатентованих продуктів на ранній стадії може мати істотний позитивний вплив на розрахунок збитків, оскільки такий розрахунок враховує збитки, нараховані тільки після того, як порушник отримав «конструктивне» або «фактичне» повідомлення про можливе порушення. Це можна зробити (за можливості) фізично прикріпивши повідомлення до продукту або включивши повідомлення в упаковку чи рекламні матеріали. Повідомлення зазвичай має включати слово «Patent» або абревіатуру «US Pat.» та номер(и) застосованого(их) патенту(ів). Рсупровідній документації (керівництві або інструкції). Продукти, що є предметом патентної заявки, яка розглядається, можуть бути позначені терміном «Patent Pending». Відсутність або неправильне маркування продукту безпосередньо впливає на доступні засоби правового захисту. Норма закону про патентне маркування (35 US Code § 287) передбачає, що власник патенту може маркувати свої продукти, на які поширюється один або кілька патентів, відповідними їх номерами. Хоча патентне маркування не вимагається за законом, 35 Кодексу США § 287 також закликає власників патентів публічно повідомляти про запатентований виріб шляхом фізичного нанесення номера патенту на виріб. Варто зазначити, що маркування продукту патентом, який не поширюється на продукт, без згоди власника або маркування продукту як запатентованого, коли немає заявленого патенту, може спричинити відповідальність за неправдиве патентне маркування. Тому забезпечення точності маркування патенту є важливою особливістю будь-якої практики патентного маркування. Однак маркування продукту патентом з терміном дії, що минув, не вважається хибним патентним маркуванням завдяки поправкам, внесеним до закону про маркування в 2011 році. **Європа**.[4] Сама Європейська патентна конвенція (EPC) не вимагає маркування. EPC також нічого не говорить про наслідки маркування, і на це питання справді можна відповісти лише залежно від країни. У Великобританії, наприклад, не може бути присуджено відшкодування збитків або наказ про облік прибутку не може бути винесений щодо невинного порушника (Закон про патенти Великобританії, підрозділ 62(1)). Слід зазначити, що на порушнику лежить тягар доведення своєї невинності, тобто, що на дату порушення він не знав і не мав розумних підстав припускати, що патент (чи опублікована заявка на патент) існував. Отож, правильно марковані продукти, які повідомляють громадськість про патент, можуть *використовуватись як бар'єр для порушників*, які намагаються заявити про незнання існування патенту. Слід зазначити, що патентний закон Великобританії з 2014 р. передбачає також *віртуальне патентне маркування за умови*, *що воно доступне для громадськості безкоштовно та чітко пов'язує продукт із номером патенту*. Як і в інших юрисдикціях, хибне патентне маркування може призвести до санкцій. Відповідно до розділів 110 та 111 патентного закону 1977 р., хибне

твердження про те, що продукт запатентовано або що була подана заявка на патент, може призвести до засудження в порядку сумарного провадження та штрафу. Отже, будь-яка зміна статусу патенту потребує відповідного коригування маркування. **Франція і Німеччина**.[5] На відміну від США, у французькій та німецькій юрисдикціях патентне маркування та віртуальне маркування не мають прямого впливу на розмір відшкодування збитків у разі порушення прав. Отже, ця практика пропонує лише непрямі комерційні та рекламні вигоди. Для споживачів ефект патентного маркування полягає у підвищенні цінності продукту, оскільки запатентовані продукти зазвичай сприймаються як новіші, корисніші та інноваційні. Для конкурентів патентне маркування є попередженням, що технологія, яка лежить в основі продукту, не може вільно використовуватися, а продукт не може піддаватися зворотному проектуванню та копіюванню, якщо тільки патентні права на таку технологію не вичерпані. Отож, власники патентів мають право маркувати продукцію патентами за умови, що таке маркування відображає правдивий статус патенту. Хибне або маркування, що вводить в оману, може призвести до санкцій відповідно до патентного законодавства, закону про захист прав споживачів та *закону про недобросовісну конкуренцію*. Відповідно до французького законодавства, стаття L.615-12 Кодексу інтелектуальної власності Франції встановлює кримінальну відповідальність у вигляді фіксованого штрафу у розмірі 7500 євро за неправдиві заяви про володіння патентом, що, серед іншого, може також застосовуватися до помилкового патентного маркування. Згідно з німецьким законодавством, якщо продукт має маркування, власник патенту повинен на запит будь-якої заінтересованої особи надати інформацію про номер патенту (або номер заявки на патент) (§ 146 PatG). Те саме стосується маркування корисної моделі та промислового зразка (§ 30 GebrMG і § 59 DesignG відповідно).[5] Крім того, в обох юрисдикціях хибне патентне маркування підлягає покаранню як комерційна практика або *практика недобросовісної конкуренції*, яка вводить в оману, що може бути розглянуто в цивільних або кримінальних судах. Наприклад, у рішенні від 30 березня 2022 р. Апеляційний суд Парижа підтвердив, що використання слова «запатентовано», коли патент ще не виданий, може ввести споживачів в оману щодо основних характеристик продукту і, як таке, підлягає санкціям як *недобросовісна торговельна практика* (Апеляційний суд Парижа, 30 березня 2022 р., № 20/07793). Подібним чином, у рішенні від 1 червня 2017 р. Вищий земельний суд Мюнхена ухвалив, що термін «патент, що очікує розгляду», інтерпретуватиметься споживачами так, ніби патент уже був виданий, і тому таке маркування може бути покаране як реклама, що вводить в оману, якщо вона використовується. для заявки на патент (6 3973/16). [5] **Канада**. [4] Патентне маркування не вимагається згідно із законом. Це означає, що власник патенту не зобов'язаний маркувати свої продукти або процеси, щоб вказати, що вони захищені одним або декількома патентами. Попри це, існують ситуації, коли власник патенту може вирішити маркувати свої продукти чи процеси, щоб довести до відома громадськості інформацію про патент чи встановити, що порушник знав про патент. Однак слід подбати про правильне маркування. Дійсно, пункт 75(1)(b) Закону про патенти передбачає, що кожна особа винна у вчиненні кримінального злочину та підлягає покаранню у вигляді штрафу у розмірі не більше 200 фунтів стерлінгів або позбавлення волі на строк не більше трьох місяців, або особам, які з наміром обдурити громадськість пропонують до продажу як запатентовані в Канаді будь-які вироби, які не запатентовані в Канаді. У Канаді закон про маркування, пов'язаний із промисловими зразками, відрізняється від закону про патенти. Так, *у разі промислових зразків маркування може бути ключовим фактором під час встановлення грошового відшкодування збитків*. Підрозділ 17(1) Закону про промислові зразки забезпечує захист від визнання порушення у тому, що якщо порушник може «встановити», що він не знав про реєстрацію промислового зразка, найбільше, що позивач може отримати, це судова заборона. З іншого боку, підрозділ 17(2) Закону передбачає, що якщо позивач «встановить», що вироби або їх упаковка були марковані, щоб вказати, що вони є предметом зареєстрованого промислового зразка, порушник не може скористатися перевагою захисту підрозділу 17 (1) Закону. Важливо правильно позначити елементи, на які поширюється промисловий зразок (дизайн). Зокрема,

елементи повинні бути позначені великою літерою «D» у колі та ім'ям або загальноприйнятою абревіатурою поточного власника дизайну. Отож, *патентне маркування* є *важливим аспектом патентного права*, що дозволяє громадськості дізнатися, що продукт чи процес захищені одним або декількома патентами, а також *є інструментом для власників патентів*, що *дозволяє запобігати порушенням*, *недобросовісній конкуренції*, встановлювати знання про патент і стягувати збитки за минулі порушення. **Віртуальне маркування**. [3,6,7] Електронне маркування, також зване веб-маркуванням або віртуальним маркуванням, є новим методом патентного маркування, що полягає в розміщенні на продукті цифрових інструментів, таких як гіперпосилання або QR-коди, які направляють користувачів на спеціальну сторінку веб-сайту, на якій описуються права ІВ та реєстрації, пов'язані з цим продуктом. *Віртуальне маркування набирає поширення завдяки своїй економічній ефективності*, *гнучкості та прозорості*. Віртуальне маркування патентів (ВМП) — це потужний інструмент із значним потенціалом для підвищення цінності патентних портфелів, що охоплюють продукцію. Юристи та адвокати, патентні повірені, які представляють інтереси власників та ліцензіатів патентів, повинні розуміти незаперечну цінність ВМП для максимізації економічних та правозастосовних переваг та розкриття можливостей монетизації. У **США** система VPM (Voluntary Protection Model) була введена в 2011 році внаслідок внесення поправок до статті 287 розділу 35 Зводу законів США. До цього зміни «традиційне маркування» вимагало вказівки кожного патенту на виробі. Закон про VPM дозволяє власникам патентів розміщувати в Інтернеті єдиний список численних патентів («список VPM»), пов'язуючи патенти з виробами, що продаються та пропонуються до продажу або імпортуються до США. Вказування веб-адреси в Інтернеті (VPM-URL) на запатентованих виробах дозволяє громадськості перейти на сторінку VPM, де розміщено список VPM. Сторінка VPM надає громадськості юридичне «конструктивне повідомлення» про патенти у списку VPM та забезпечує легкий доступ до інформації про те, які патенти пов'язані з конкретними виробами. Оновлення списку VPM не є складним, оскільки виключає численні зміни, необхідні для прес-форм, штампувальних інструментів та етикеток продукції, які потрібні при традиційному маркуванні. Програма VPM полегшує процес маркування, надаючи зручну платформу для розміщення інформації про патенти. США є першою країною, яка у 2011 році офіційно визнала віртуальне маркування відповідно до поправки до Закону Ліхи-Сміта про американські винаходи. Нині багато юрисдикцій, як альтернатива, дозволяють застосовувати віртуальне маркування. Патентовласник просто позначає продукт URL-адресою (адресою при віртуальному веб-сайті), яка посилається на віртуальний список прав ІВ, пов'язаних з продуктом та, можливо, іншими продуктами, а також іншу відповідну інформацію, таку як статус прав, пріоритет, дата та ін. («Patent http://au.yourcompanyname.com/patents»). Маркування служить двом основним цілям: 1) утримувати інших від копіювання запатентованого винаходу, технології чи методу; та 2) *поставити порушника патенту в положення недобросовісного* і, таким чином, підвищити власні шанси на відшкодування збитків за будь-яке порушення. Особливо актуальна друга мета, оскільки ви можете бути повністю відрізані від вимог про відшкодування збитків за порушення патентних прав, якщо не зможете довести, що порушник патенту *діяв недобросовісно* щодо продукту, що охороняється. Це застосовується, наприклад, у **Данії**, де для отримання розумної винагороди, відшкодування збитків та компенсації за порушення потрібно, щоб порушник патенту «навмисно або з недбалості вчинив порушення патентних прав» (розділ 58 Датського закону про патенти). Коли ви позначаєте продукт, наприклад «Заявка на патент: US Pat. 1,234,567, порушнику важко обгрунтувати непоінформованість про характер продукту, що охороняється, тим самим покладаючи на порушника обов'язок відшкодувати шкоду. [6] Отож, *віртуальне патентне маркування дозволяє патентовласникам посилити захист своїх патентних прав від несанкціонованих порушень патентних прав* гнучким та ефективним способом. Великою перевагою є те, що оскільки адреса пов'язана з чинним документом, те саме фізичне маркування може використовуватися для кількох юрисдикцій, а інформація оновлюється без будь-яких змін у продукті. Чи буде достатньо віртуального

маркування залежатиме від юрисдикції. Віртуальне маркування явно визнано у США та Великобританії. Хоча чітких рекомендацій щодо його використання в ЄС ще не запроваджено, можна вважати, що критерії будуть аналогічні тим, що застосовуються у США та **Великобританії**. [6] У **Китаї** віртуальне маркування прийнятне, якщо воно не вводить в оману/не збиває з пантелику громадськість. В **Австралії** немає явних положень на користь віртуального маркування. [7] Віртуальне патентне маркування – це економічний та гнучкий спосіб захисту права на відшкодування збитків у разі порушення патентних прав, тим самим підвищуючи цінність патенту. Варто зазначити, що *необхідність маркування залежить від типу патенту*. Розглянемо ці особливості. [8] **Патенти на апарати**, **системи та конструкції**: Необхідно маркувати для збереження можливих претензій на шкоду. **Патенти на методи**: Маркування не потрібне (оскільки воно охоплює процеси, а не фізичні продукти), але порушники повинні отримати фактичне повідомлення, щоб викликати шкоду. **Патенти на комбінації (застосування методу + апарату):** Не маркування фізичного продукту обмежує можливості щодо відшкодування збитків усього патенту. **Очікувані патенти**: Немає юридичної вимоги маркувати продукти як «Патент в очікуванні», оскільки це може бути стримуючим фактором для конкурентів. Якщо патент не ліцензовано і не практикувався, вимоги до маркування не застосовуються. **Юрисдикційні міркування**. Закони про патентне маркування розрізняються по всьому світу: **Немає вимог до оцінки**: Бразилія, Китай, Канада та багато європейських країн. **Маркування може вплинути на збитки**: Ірландія, Фінляндія, Швеція, Нідерланди, Норвегія, Іспанія. **Штрафи за хибне маркування**: Бразилія, Індія, Китай та деякі європейські країни. **Віртуальне маркування визнано**: Великобританія, Бразилія, Індія, Австралія, Канада та Південна Корея з можливим визнанням в інших юрисдикціях. **З практики розгляду спорів**. До прийняття Закону про винаходи Америки (AIA) будь-яка особа могла подати позов qui tam за хибне маркування патенту і отримати половину штрафу в розмірі $ 500 за кожне порушення за Законом про винаходи. Зазначимо, що qui tam (від лат. *qui tam pro domino rege quam pro se ipso in hac parte sequitur* – «хто від імені короля, так і від свого власного імені переслідує») - це американський правовий механізм, що дозволяє приватним особам (викривачам, *whistle-blowers*) подавати позови від імені уряду проти шахраїв, що обманюють державу (наприклад, у рамках шахрайства), і отримувати як винагороду частину стягнутих коштів. В Україні такий механізм ще не впроваджено повноцінно, але існують ініціативи щодо його запровадження для боротьби з корупцією, що передбачає винагороду для викривачів. AIA скасував право подавати позов qui tam за хибне маркування, обмеживши такі претензії федеральним урядом і конкурентами. Однак, як зазначає у своєму блозі Джефф Ратіноff (Jeff Ratinoff), Федеральний апеляційний суд 4 жовтня 2024 року виніс прецедентний висновок у справі Crocs, Inc. проти Effervescent, Inc., No 2022-2160 — F.4th —-, 2024 WL 4376134 (Fed. Cir. 3 жовтня 2024 року), в якому фактично відновив право приватного суб'єкта подавати позов про хибне маркування відповідно до положень про недобросовісну конкуренцію і хибну рекламу розділу 43(a) Закону Ланхема.[9] Розглянемо суть справи. Crocs, виробник унікальних комфортних сандалів та взуття, подав позов до суду на кількох конкурентів: Double Diamond Distribution, Ltd., США Dawgs, Inc. та Mojave Desert Holdings, LLC (спільно – «Dawgs») – за порушення патенту в окрузі Колорадо. У відповідь Dawgs подала зустрічний позов про хибну рекламу, що порушує розділ 43(a) Закону Ланхема заснований на комерційних спотвореннях про «Croslite» — основний матеріал, який Crocs використовувала у своєму взутті. Dawgs стверджував, що, просуваючи Croslite як «запатентований», «власний» і «ексклюзивний», Crocs ввів в оману нинішніх і потенційних клієнтів, змусивши їх повірити, що формоване взуття конкурентів «виготовлене з більш якіснішого матеріалу порівняно з формованим взуттям Crocs».[10] Рішення Федерального окружного суду у справі Crocs, Inc. проти Effervescent, Inc. дало можливість пред'явлення позову про хибну рекламу за Законом Ланхема, коли продавець хибно стверджує, що його продукція «запатентована» або використовує «запатентовані матеріали» або методи таким чином, що вводить в оману реальних та потенційних клієнтів.[9] **Україна**. В законодавстві України про охорону прав

на винаходи і корисні моделі, промислові зразки немає згадки про віртуальне маркування, що обмежує можливості захисту прав. З урахуванням зарубіжного досвіду пропонується внести зміни до ч. 4 ст. 28 Закону України «Про охорону прав на винаходи і корисні моделі» щодо можливості віртуального маркування: "4. Володілець патенту може використовувати попереджувальне маркування із зазначенням номера патенту на продукті чи на упаковці продукту, виготовленого із застосуванням запатентованого винаходу (корисної моделі) "*разом* з *адресою публікації в Інтернеті*, *доступною для громадськості без стягування плати за доступ до цієї адреси*". Подібну норму варто запровадити і щодо охорони прав на промислові зразки. Це розширить можливості захисту прав та відшкодування збитків у разі недобросовісної конкуренції. Водночас, варто зазначити, що відповідно до статті 5D Паризької конвенції з охорони промислової власності для визнання прав не вимагається розміщення на продукті будь-якого позначення або посилання на винахід, корисну модель, реєстрацію торговельної марки чи депонування промислового зразка. [11,с.96] Отже, згідно цієї норми встановлено право, а не обов'язок власника об'єкта промислової власності щодо використання попереджувального маркування.

Висновки. Законодавство та практика маркування патентів у всьому світі відображають поєднання правових вимог та стратегічних бізнес-рішень. У той час як у деяких країнах, таких як США, існують спеціальні правові рамки, що зобов'язують до маркування, інші, наприклад більшість європейських країн і Китай, розглядають її як необов'язкову, але вигідну. Роль маркування патентів продовжує розвиватися під впливом правових реформ, глобальних економічних тенденцій та зростаючої важливості ІВ у світовій економіці. Розуміння цих відмінностей має вирішальне значення для міжнародних компаній і власників патентів, які прагнуть захистити свою ІВ і ефективно відстоювати свої права в різних юрисдикціях в глобальному масштабі. Патентне маркування є важливим елементом патентного права, що дозволяє громадськості дізнатися, що продукт чи процес захищені патентом, є інструментом, що запобігає порушенням, недобросовісній конкуренції, покращує перспективи відшкодування збитків. На відміну від США, у Європі патентне маркування має більш обмежені переваги. У Великобританії патентне маркування має лише позитивний ефект, протидіючи захисту невинності порушника. У Франції та Німеччині переваги патентного маркування обмежуються простими комерційними чи рекламними вигодами. Власники патентів, які розглядають можливість маркування патенту, повинні гарантувати, що маркування точно відображає поточний статус патенту і не може розглядатися як помилка, що вводить в оману. Патент, що використовується для маркування, має бути дійсним та чинним у межах конкретної юрисдикції. Інакше власники патентів ризикують ввести громадськість в оману та порушити патентне законодавство та *закони про недобросовісну конкуренцію*. Власникам патентів слід також враховувати економічні переваги віртуального маркування, яке дозволяє ефективно оновлювати інформацію про статус ІВ продукту, наприклад, коли термін дії патенту спливає або він анулюється, або коли патентна заявка відхилена, відкликана або задоволена, оскільки це дозволить уникнути непотрібної комерційної діяльності та витрат, пов'язаних з оновленням маркованої продукції.

Посилання:

1.MJ McKeon, 'Patent Marking and Notice Statute: A Question of Fact or Act' (1996) 9 Harv JL & Tech 429. https://jolt.law.harvard.edu/articles/pdf/v09/09HarvJLTech429.pdf.

2.Винахідницька діяльність у наукових установах / За ред. Ю.М. Капіци; кол. авторів: Ю.М. Капіца, Т.Г. Косско, Д.С. Махновський, І.І. Хоменко, Н.І. Аралова, М.П. Туров: Наук.-практ. вид. К.: Логос, 2021. 455 с. С. 132.

3. Gaétan de Rassenfosse, Kyle Higham Wanted: a standard for virtual patent marking.URL: https://academic.oup.com/jiplp/article/15/7/544/5855842?login=false.

4.Hugh Mansfield. Clear skies overhead, patent marking protects well, innovation blooms // Lavery de Billy, L.L.P. URL: (https://www.lavery.ca/en/publications/our-publications/4328-clear-skies-overheadpatent-marking-protects-well-innovation-blooms.html.

5. Patent Marking and e-Marking in Europe: Maximizing Benefits and Avoiding Pitfalls.URL :https://www.jonesday.com/en/insights/2023/11/patent-marking-and-emarking-in-europe.

6. Simon Gjern Pedersen. Strengthen your patent with virtual patent marking. URL https://www.patrade.com/knowledge/strengthen-your-patent-with-virtual-patent-marking.

7. Making your mark: Protect your product with patent marking. URL: https://www.griffithhack.com/insights/publications/making-your-mark-protect-your-product-with-patent-marking.

8.Patent Marking Around The World URL: https://www.copperpodip.com/post/patent-marking-around-the-world.

9.Jeff Ratinoff The Federal Circuit Breathes New Life into False Patent Marking Claims via Section 43(a) of the Lanham Act. URL: https://www.spencerfane.com/insight/the-federal-circuit-breathes-new-life-into-false-patent-marking-claims-via-section-43a-of-the-lanham-act/.

10. Геннадій Андрощук Crocs: недобросовісна реклама та введення в оману-продукт не запатентований. URL: https://yur-gazeta.com/publications/practice/zahist-intelektualnoyi-vlasnosti-avtorske-pravo/crocs-nedobrosovisna-reklama-ta-vvedennya-v-omanuprodukt-ne-zapatentovaniy.html.

11. Боденгаузен Г. Паризька конвенція з охорони промислової власності : коментар / пер. з англ., передм. та наук. ред. Г. О. Андрощука. Київ : Парламентське видавництво, 2018. 264 с.

Статтю було подано	10.03.2026	The article was submitted
Статтю було доопрацьовано	08.05.2026	The article has been revised
Статтю було прийнято	12.05.2026	The article was accepted