

Іван Шумейко,
PhD з права, старший викладач
кафедри менеджменту та публічного адміністрування,
Анастасія Новікова,
здобувач освіти факультету економіки та бізнесу,
Таврійський державний агротехнологічний університет ім. Дмитра
Моторного, м. Запоріжжя, Україна

НЕПРАВОМІРНЕ ВИКОРИСТАННЯ ПОЗНАЧЕНЬ ЯК ВИД НЕДОБРОСОВІСНОЇ КОНКУРЕНЦІЇ

Актуальність дослідження. Неправомірне використання позначень є одним із найбільш поширених проявів недобросовісної конкуренції на сучасному товарному ринку. Відповідно до статті 4 Закону України «Про захист від недобросовісної конкуренції» неправомірним визнається використання без дозволу уповноваженої особи імені, комерційного (фірмового) найменування, торговельної марки, рекламних матеріалів, оформлення упаковки товарів чи інших позначень, якщо це призвело або може призвести до змішування з діяльністю іншого суб'єкта господарювання [1]. Така практика завдає шкоди не лише добросовісним виробникам, які інвестують значні ресурси у формування власної ділової репутації (гудвілу), а й споживачам, котрі через змішування позначень помилково обирають товар, що не відповідає їхнім очікуванням щодо якості та походження [2, с. 392–393]. Законодавче закріплення заборони таких дій свідчить про важливість належного правового захисту як конкурентного середовища загалом, так і інтересів окремих учасників ринку.

Ступінь дослідження проблеми. Питання неправомірного використання позначень як форми недобросовісної конкуренції неодноразово ставало предметом наукових досліджень. Зокрема, А. Пекар у дослідженні складу делікту неправомірного використання позначень обґрунтовує, що такі дії порушують права як суб'єктів господарювання-конкурентів, так і споживачів, а також суперечать торговим та іншим чесним звичаям у господарській діяльності [2, с. 391–397]. Окремі аспекти правозастосування у справах зазначеної категорії досліджуються також в оглядах судової практики Верховного Суду, підготовлених Антимонопольним комітетом України (далі – АМКУ) [3, с. 15–18]. Водночас у науковій літературі недостатньо висвітлено практичні аспекти встановлення факту змішування позначень, зокрема критерії, за якими відбувається оцінка схожості позначень з точки зору пересічного споживача.

Метою дослідження є характеристика неправомірного використання позначень як виду недобросовісної конкуренції, зокрема аналіз критеріїв встановлення схожості позначень та з'ясування наслідків таких дій для конкурентного середовища і споживачів.

Зміст поняття «позначення» розкривається у кількох нормативних актах. Стаття 1 Закону України «Про охорону прав на знаки для товарів і послуг» визначає торговельну марку як позначення, за яким товари і послуги одних осіб

відрізняються від товарів і послуг інших осіб [4]. Статті 489 та 492 Цивільного кодексу України встановлюють правовий режим торговельної марки та комерційного найменування як об'єктів права інтелектуальної власності [5]. Стаття 4 Закону України «Про захист від недобросовісної конкуренції» (далі – Закон) охоплює ширше коло позначень, включаючи рекламні матеріали, оформлення упаковки товарів і періодичних видань [1].

Ключовою ознакою неправомірного використання позначень є можливість змішування діяльності суб'єктів господарювання. Змішування означає ситуацію, за якої пересічний споживач, зіштовхуючись із позначенням порушника, сприймає його товар або послугу як такі, що належать іншому (добросовісному) суб'єкту господарювання, або хибно вважає, що між порушником та потерпілим існує комерційний чи організаційний зв'язок. При встановленні факту змішування аналізуються три основні критерії схожості позначень: фонетичний (звуковий), візуальний (графічний) та семантичний (смисловий) [3, с. 16–17]. При цьому для визнання позначення схожим до ступеня змішування необов'язкова наявність збігу за всіма трьома критеріями одночасно – достатньо схожості хоча б за одним із них, якщо загальне враження від позначення створює асоціацію з діяльністю іншого суб'єкта господарювання.

Фонетична схожість оцінюється за наявністю у позначеннях збігу звуків, складів і наголосу; візуальна – за загальним графічним сприйняттям, виглядом шрифту, колірною гамою та композицією елементів; семантична – за значенням слів і образів, що використовуються у позначеннях. Окрім самого позначення, враховується і спорідненість товарів чи послуг: якщо два суб'єкти господарювання використовують схожі позначення для однорідних товарів, ймовірність змішування зростає суттєво.

Практика АМКУ підтверджує активне застосування статті 4 Закону. Так, рішенням від 27.06.2024 АМКУ визнав дії ТОВ порушенням законодавства про захист від недобросовісної конкуренції: товариство неправомірно використовувало позначення на упаковках конструкторів, які були схожими з позначеннями та оформленням упаковок конструкторів всесвітньовідомого виробника, що могло призвести до змішування діяльності та надати порушнику неправомірні переваги за рахунок ділової репутації цього виробника [6]. Рішенням від 04.09.2025 АМКУ визнав порушенням використання суб'єктом господарювання позначення та оформлення упаковок дієтичних добавок, схожих з торговельними марками і оформленням певних лікарських засобів [7].

Наведені приклади демонструють типову схему неправомірного використання позначень: порушник обирає для свого товару такі візуальні, словесні або комбіновані елементи, які у свідомості споживача асоціюються з відомим виробником. Внаслідок цього порушник без власних інвестицій привласнює частину ділової репутації (гудвілу) потерпілого. Гудвіл, що формується роками завдяки якості товарів, маркетинговим зусиллям та довірі споживачів, є нематеріальним активом суб'єкта господарювання. Привласнення гудвілу через неправомірне використання позначень підриває основу чесного змагання на ринку, адже порушник отримує конкурентну перевагу не за рахунок якості свого товару, а

за рахунок паразитування на репутації конкурента. Водночас неправомірне використання позначень завдає шкоди і споживачам. Введені в оману щодо виробника або походження товару, вони придбають продукцію, яка може суттєво відрізнятися за якістю від очікуваної. Споживач, який, довіряючи певній торговельній марці, придбав контрафактний товар під схожим позначенням і залишився незадоволений його якістю, може перенести негативне ставлення на оригінального виробника – що додатково шкодить діловій репутації останнього. Саме тому законодавство забороняє також поширення реклами, що вводить споживачів в оману щодо виробника або походження товару [8].

Висновки. Неправомірне використання позначень є самостійним видом недобросовісної конкуренції, що посягає як на інтереси окремих суб'єктів господарювання, так і на конкурентне середовище загалом. Основною ознакою такого правопорушення є створення можливості змішування, тобто ситуації, за якої пересічний споживач може помилково ідентифікувати товар порушника як товар добросовісного виробника. Факт змішування встановлюється за фонетичним, візуальним та семантичним критеріями схожості позначень з урахуванням спорідненості товарів чи послуг. Як свідчить практика АМКУ, поширеними проявами неправомірного використання позначень є відтворення оформлення упаковок, використання схожих словесних та зображувальних елементів, що асоціюються з відомими виробниками. Такі дії порушують принцип чесного змагання учасників ринку та підривають довіру споживачів, оскільки останні позбавляються можливості зробити свідомий вибір на підставі достовірної інформації про товар та його виробника.

Список використаних джерел

1. Про захист від недобросовісної конкуренції : Закон України від 07.06.1996 № 236/96-ВР. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/236/96-вр>.
2. Пекар А. В. Неправомірне використання позначень суб'єкта господарювання: зміст і склад делікту. *Юридичний вісник*. 2020. № 1. С. 391–397. URL: https://www.yurvisnyk.in.ua/v1_2020/55.pdf
3. Огляд судової практики Верховного Суду з питань застосування законодавства про захист економічної конкуренції за 2022 рік (підготовлено АМКУ). URL: <https://amcu.gov.ua/npas/oglyad-sudovoyi-praktiki-verhovnogo-sudu-z-pitan-zastosuvannya-zakonodavstva-pro-zahist-ekonomichnoyi-konkurenciyi-za-2022-rik>.
4. Про охорону прав на знаки для товарів і послуг : Закон України від 15.12.1993 № 3689-XII. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/3689-12>.
5. Цивільний кодекс України від 16.01.2003 № 435-IV. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/435-15>.
6. Недобросовісна конкуренція: штраф 1,2 млн грн за схожі позначення на упаковці конструкторів «LEGO» : інформація АМКУ від 28.06.2024. URL: <https://amcu.gov.ua/news/nedobrosovisna-konkurentsia-shtraf-12-mln-hrn-za-skhozhi-poznachennia-na-upakovtsi-konstruktoriv-leho>.
7. Рішення Антимонопольного комітету України про порушення законодавства про захист від недобросовісної конкуренції та накладення штрафу від 04 вересня

2025 року № 473-р. URL: <https://amcu.gov.ua/npas/pro-porushennia-zakonodavstva-pro-zakhyst-vid-nedobrosovisnoi-konkurentsii-ta-nakladennia-shtrafu-30>.

8. Про рекламу : Закон України від 03.07.1996 № 270/96-ВР. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/270/96-вр>.