

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
Національний університет «Одеська юридична академія»

**ЄВРОПЕЙСЬКІ ОРІЄНТИРИ РОЗВИТКУ УКРАЇНИ:  
НАУКОВО-ПРАКТИЧНИЙ ВИМІР  
В УМОВАХ ВОЄННИХ ВИКЛИКІВ**

**МАТЕРІАЛИ**  
Міжнародної науково-практичної конференції

*Одеса, 26 квітня 2024 року*

Одеса  
«Фенікс»  
2024

УДК 005.332.2(4):316.42(477)“364”“20”(062.552)  
Є 24

*Рекомендовано до друку вченою радою  
Національного університету «Одеська юридична академія»  
(протокол № 8 від 15.05.2024 р.)*

За загальною редакцією **С. В. Ківалова**

Відповідальний за випуск **М. Р. Аракелян**

Є 24      **Європейські орієнтири розвитку України: науково-практичний вимір в умовах воєнних викликів** : матеріали Міжнар.наук.-практ. конф. (Одеса, 26 квітня 2024 р.) / за заг. ред. С. В. Ківалова. – Одеса : Фенікс, 2024. – 1000 с.  
ISBN 978-617-8430-05-4

У збірнику відображено наукові напрацювання вчених, практиків, військовослужбовців у теоретичній та емпіричній площині у сферах філософських основ, загальної теорії та історичних досліджень держави і права, актуальних проблем світових соціально-політичних процесів, соціології та психології в умовах повномасштабного військового вторгнення. Висвітлено питання загроз національній безпеці в їх конституційному вимірі у рамках міжнародного та європейського права, трудового права та права соціального забезпечення, земельного, аграрного та екологічного права, пов'язані з функціонуванням економіки та підприємництва в умовах європейського вибору України. Розглянуто проблеми інформатизації та цифровізації суспільства, захисту інформації та кібербезпеки в умовах військового вторгнення, питання методики викладання іноземних мов, теорії та практики перекладу, проблеми лінгвістики та журналістики. Відображено наукові напрацювання у сферах адміністративного права та процесу, фінансового, морського та митного права, організації та вдосконалення судоустрою, прокуратури, інших правоохоронних органів, адвокатури. Висвітлено питання кримінального права, кримінально-процесуальних аспектів кримінального провадження та кримінологічних особливостей протидії злочинності в умовах воєнного стану, криміналістики, судової експертизи, психології та медицини у забезпеченні судочинства, цивільного та сімейного права, інтелектуальної власності та патентної юстиції, цивільного судочинства, господарського права та процесу. Розглянуто актуальні питання діяльності сучасних бібліотек у закладах вищої освіти, фізичної підготовки здобувачів вищої освіти.

Збірник розраховано на наукових і науково-педагогічних працівників, здобувачів вищої освіти, практичних працівників у сферах юридичної, економічної, соціологічної, політологічної, психологічної, філологічної наук, журналістики та кібербезпеки тощо.

УДК 005.332.2(4):316.42(477)»364»»20»(062.552)

*Матеріали видано в авторській редакції*

ISBN 978-617-8430-05-4

© НУ «Одеська юридична академія, 2024  
© Автори статей, 2024

|                                                                                                                                                         |     |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| <b>Маршук Юлія Сергіївна</b><br>ВІДШКОДУВАННЯ МОРАЛЬНОЇ ШКОДИ, ЗАПОДІЯНОЇ ВНАСЛІДОК НЕНАЛЕЖНОГО НАДАННЯ МЕДИЧНОЇ ДОПОМОГИ: ТЯГАР ДОВЕДЕННЯ ВИНИ .....   | 606 |
| <b>Новиченко Михайло Юрійович</b><br>МІСЦЕ КРИПТОВАЛЮТИ В СИСТЕМІ ЦИФРОВИХ ПЛАТІЖНИХ ІНСТРУМЕНТІВ .....                                                 | 609 |
| <b>Оскілко Олексій Олегович</b><br>ДО ОКРЕМИХ ПИТАНЬ ВИЗНАЧЕННЯ ЦИВІЛЬНО-ПРАВОВОГО СТАТУСУ ВІЙСЬКОВОСЛУЖБОВЦІВ.....                                     | 610 |
| <b>Романовський Денис Сергійович</b><br>АЛІМЕНТНІ ПРАВОВІДНОСИНИ В КОНТЕКСТІ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ПРАВ ЛЮДЕЙ ПОХИЛОГО ВІКУ (ЄВРОІНТЕГРАЦІЙНА ПЕРСПЕКТИВА) ..... | 613 |
| <b>Сухий Євген Олександрович</b><br>ДО ВИЗНАЧЕННЯ СУТНОСТІ ПРАВА НА ЖИТЛО.....                                                                          | 615 |
| <b>Шамота Олександр Володимирович</b><br>ПРАВОВЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ГЕНДЕРНОЇ РІВНОСТІ У СІМЕЙНИХ ПРАВОВІДНОСИНАХ В УМОВАХ ПАНДЕМІЇ.....                      | 617 |
| <b>Якушев Станіслав Ігорович</b><br>КОМПАРАТИВНИЙ АНАЛІЗ ІНСТИТУТУ КОМПЕНСАЦІЇ МОРАЛЬНОЇ ШКОДИ (НА ПРИКЛАДІ ФРАНЦІЇ ТА АНГЛІЇ) .....                    | 618 |

## СЕКЦІЯ 14. ЦИВІЛЬНЕ СУДОЧИНСТВО У СВІТЛІ РЕФОРМУВАННЯ СУДОВОЇ СИСТЕМИ

|                                                                                                                                                                           |     |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| <b>Голубева Неллі Юріївна</b><br>ДО ПИТАННЯ ПРО ПОЗБАВЛЕННЯ БАТЬКІВСЬКИХ ПРАВ ЩОДО ДИТИНИ, ЯКА ДОСЯГЛА ПОВНОЛІТТЯ.....                                                    | 621 |
| <b>Андронов Ігор Володимирович</b><br>БЕЗПАПЕРОВИЙ ЦИВІЛЬНИЙ ПРОЦЕС .....                                                                                                 | 623 |
| <b>Бут Ілля Олександрович</b><br>АЛЬТЕРНАТИВНІ ПОЗОВНІ ВИМОГИ У ЦИВІЛЬНОМУ СУДОЧИНСТВІ .....                                                                              | 626 |
| <b>Дрогозюк Крістіна Борисівна</b><br>ПРАВОВЕ РЕГУЛЮВАННЯ РОЗМІЩЕННЯ ІНФОРМАЦІЇ В ОНЛАЙН-БЛОГАХ В УКРАЇНІ ПІД ЧАС ДІЇ ВОЄННОГО СТАНУ .....                                | 628 |
| <b>Павлова Юлія Сергіївна</b><br>ПЕРСПЕКТИВИ ТА ВИКЛИКИ ВИКОРИСТАННЯ ШТУЧНОГО ІНТЕЛЕКТУ В СУДОВІЙ СИСТЕМІ .....                                                           | 630 |
| <b>Полуніна Ольга Олександрівна</b><br>ПРОЦЕСУАЛЬНІ ОСОБЛИВОСТІ ВИРІШЕННЯ СПРАВ ПРО УСИНОВЛЕННЯ: ВНУТРІШНІ ТА МІЖНАРОДНІ ВИМІРИ В УМОВАХ ВОЄННИХ ВИКЛИКІВ.....            | 632 |
| <b>Полюк Юлія Іванівна</b><br>ПОЗАСУДОВІ ПРОЦЕДУРИ ЗАХИСТУ ЯК СПОСІБ ОПТИМІЗАЦІЇ ЦИВІЛЬНОГО СУДОЧИНСТВА.....                                                              | 634 |
| <b>Стоянова Тетяна Анатоліївна</b><br>РОЛЬ ПРОЦЕСУАЛЬНИХ СТРОКІВ У СПРАВАХ ПРО ВИДАЧУ ТА ПРОДОВЖЕННЯ ОБМЕЖУВАЛЬНОГО ПРИПИСУ .....                                         | 636 |
| <b>Цал-Цалко Юлія Юліївна</b><br>ТИМЧАСОВИЙ ПРИХИСТОК ДИТИНИ ПІД ЧАС ВОЄННОГО СТАНУ.....                                                                                  | 638 |
| <b>Яніцька Інна Анатоліївна</b><br>ВИКОРИСТАННЯ СУЧАСНИХ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ ЩОДО ОПИКИ ТА ШКЛУВАННЯ НАД ДІТЬМИ. ПРАВОВЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ТА ПЕРСПЕКТИВИ В УКРАЇНІ ..... | 640 |
| <b>Гончарук Анастасія Сергіївна</b><br>РІВНІСТЬ СТОРІН В ЦИВІЛЬНОМУ ПРОЦЕСІ: МІФ ЧИ РЕАЛЬНІСТЬ .....                                                                      | 641 |
| <b>Кикоть Артем Володимирович</b><br>РОЛЬ УСНИХ ДОКАЗІВ У ФОРМУВАННІ СИСТЕМИ РИМСЬКОГО ПРАВА.....                                                                         | 644 |
| <b>Петренко Наталія Дмитрівна</b><br>ШТРАФ ЗА ЦИВІЛЬНИМ ПРОЦЕСУАЛЬНИМ ЗАКОНОДАВСТВОМ БРАЗИЛІЇ.....                                                                        | 645 |
| <b>Привиденцев Олександр Геннадійович</b><br>ОРИГІНАЛ ЕЛЕКТРОННОГО ПОВІДОМЛЕННЯ ЯК ДОКАЗ В РАМКАХ ЦИВІЛЬНОГО СУДОЧИНСТВА.....                                             | 647 |
| <b>Сатановська Олена Валентинівна</b><br>ЕЛЕМЕНТИ ЖИТЛОВИХ ПРАВОВІДНОСИН: СУБ'ЄКТ, ОБ'ЄКТ ТА ЗМІСТ .....                                                                  | 650 |
| <b>Снітко Андрій Сергійович</b><br>НОВІ ТЕНДЕНЦІЇ В РОЗВИТКУ ПРОЦЕДУРИ ОНЛАЙН ВИРІШЕННЯ СПОРІВ У СФЕРІ ЕЛЕКТРОННОЇ КОМЕРЦІЇ... ..                                         | 652 |

## СЕКЦІЯ 15. АКТУАЛЬНІ ПИТАННЯ ПРАВА ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЇ ВЛАСНОСТІ ТА ПАТЕНТНОЇ ЮСТИЦІЇ

|                                                                                                                                     |     |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| <b>Харитонов Олена Іванівна</b><br>САМОЗАХИСТ ПРАВ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЇ ВЛАСНОСТІ В УМОВАХ ВОЄННИХ ВИКЛИКІВ: ДО ПОСТАНОВКИ ПРОБЛЕМИ..... | 655 |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|

## **РОЛЬ ТОРГОВЕЛЬНИХ МАРОК У ЦИФРОВОМУ МАРКЕТИНГУ**

Різноманітні цифрові інновації, соціальні мережі, мобільні додатки, інформаційно-комунікаційних технологій стали звичним явищем у сучасному суспільстві, що впливає на необхідність їх вивчення та вбудовування в економічний та правовий простір. Це своєю чергою викликає, зокрема, багато питань щодо вдосконалення правового регулювання інституту охорони торгових марок, як одного з об'єктів інтелектуальної власності, яке б враховувало особливості електронної комерції та використання цифрових маркетингових стратегій, забезпечувало захист прав власності, знизило б ризики порушень, дозволило розробити ефективні механізми захисту торгових марок в онлайн-середовищі та ефективного контролю [2].

Інтернет швидко став новим викликом для тих, хто прагне скористатися перевагами конкуренції вільного ринку, ведучи бізнес в Інтернеті. На додаток до наявності товарів або послуг для продажу, присутність в Інтернеті стала надзвичайно важливою для компаній, які хочуть спілкуватися з споживачами без огляду на кордони та відстані [1].

Торговельні марки є своєрідними символами, здатними привернути первинну увагу наявних і потенційних споживачів. «Вибір споживачем товарів не завжди є раціональним, тобто не обов'язково залежить від характеристик самого товару, а визначається його асоціативним сприйняттям саме як символу, через який будують уявлення про товар. Здійснені дослідження показують, що близько 85% прийнятих рішень про купівлю ґрунтуються на візуальній інформації. У зв'язку із чим основною функцією символу є індивідуалізація товару та можливість його вирізнення (відмінності) серед інших аналогічних товарів, повідомлення до споживачів інформації, що саме цей товар кращий за свої аналоги» [7, с. 4].

Торгову марку розуміють більше, ніж просто товари та послуги. Вони відображають собою все, що робить фірма, і, найголовніше, те, чим вона є. Зазвичай, існування компанії залежить від її марки, а ніяк не навпаки. Торгова марка – це нематеріальний, але разом із тим надзвичайно важливий компонент діяльності компанії, те, що вона собою символізує.

В законодавчому полі, відповідно до ст. 1 Закону України «Про охорону прав на знаки для товарів і послуг», «торговельна марка – позначення, за яким товари і послуги одних осіб відрізняються від товарів і послуг інших осіб» [6].

Однак, наразі законодавством України ніде не врегульовано питання щодо використання торговельної марки в мережі Інтернет. Ясна річ, що такий стан не сприяє об'єктивному та оперативному вирішенню питань цивільно-правової відповідальності за порушення в означеній сфері [5].

Сьогодні широке використання соціальних мереж для просування торговельної марки спрямоване на розширення аудиторії споживачів, оперативне надання інформації про компанію. Важливими завданнями є також «продаж товарів і послуг, пошукова оптимізація, формування образу компанії та бренду» [3].

«До основних переваг просування торгової марки або продукту у мережі через соцмережі відносяться:

- інтелектуальні ресурси бренду. Підприємства можуть підтримувати зворотній зв'язок із користувачами, або просто спостерігати, як їх бренди обговорюються та сприймаються.
- заощадження витрат. Використання соціальних мереж є мало витратним засобом просування товарів та послуг на глобальному рівні.
- встановлення зв'язків. Соціальні мережі можуть допомогти знайти співробітників або постачальників.

- впізнаваність бренду. У соціальних мережах є можливість встановити присутність торгової марки або продукту, в результаті чого створити позитивний імідж продукції чи компанії» [3].

Крім того, варто високо оцінити присутність торговельної марки в соцмережах з огляду на SEO-оптимізацію, адже пошукові роботи при індексації запитів враховують усі посилання та матеріали із соцмереж і сприяють підвищенню показників сайту у Інтернет-пошуковиках (зокрема, Google).

Створення дієвої групи або сторінки в соціальних мережах для компанії передбачає певний алгоритм дій із стосується як процесу реєстрації групи, розширення кола учасників групи, можливості вибору цільової аудиторії; репост інформації про акції та новини компанії, так і інших дій.

Відповідно до класичної теорії маркетингових комунікацій реклама постає одним з основних інструментів поряд з стимулюванням збуту, персональним продажем, директ-маркетингом та суспільними зв'язками (паблік рилейшнз). «Ф. Котлер виводить всі інструментарії маркетингових комунікацій саме з реклами і приписує їй четверту складову маркетинг-міксу – просування або промоушн товару» [4, с. 27]. Просування або промоушн – це створення і підтримування постійних зв'язків між фірмою і ринком з метою активізації продажу товарів і формування позитивного іміджу шляхом інформування, переконування та нагадування про свою діяльність.

Разом з тим, слід розуміти, що сьогодні не всі користувачі пошукових систем в Інтернеті знають, що посилання, які з'являються у спеціально відведених верхній частині результатів пошуку, з'являються не через релевантність запиту, а тому, що рекламодавець за це заплатив. Тому окремої уваги потребує використання торговельної марки як ключового слова, адже така практика може завдати збитків інвестиційній функції знака, яка близька до рекламної, але дещо ширша. Полягає вона в тому, що через дії третьої особи, яка використовує чужий торгівельний знак як ключове слово і привертає до себе увагу потенційних споживачів чужої продукції без компенсації власникові знака, отримує несправедливу перевагу.

Моніторинг в Інтернеті, зокрема, передбачає і відстеження торговельних марок в соціальних мережах. З цією метою можна реалізовувати наступні кроки:

- відслідковування хештегів, пов'язаних із торговельною маркою. (велика кількість використань окремого бренду може свідчити про його популярність або можливі порушення);
- моніторинг згадок (передбачає використання таких інструментів моніторингу, як Brandwatch, Mention або Hootsuite, для відслідковування згадок торговельної марки в реальному часі).

Варто також враховувати, що сьогодні для автоматизації процесу виявлення порушень торгових марок в Інтернеті може використовуватися штучний інтелект. Алгоритми машинного навчання можуть аналізувати великі обсяги даних та виявляти незаконне використання торгових марок через різні цифрові канали, такі як веб-сайти, соціальні мережі та електронна комерція. Штучний інтелект здатен допомагати в розвитку ефективних систем ідентифікації, що враховують унікальні характеристики та особливості торгівельних марок.

Крім того, технологія блокчейн може слугувати основою для створення децентралізованих систем реєстрації торгових марок. Інформація про торгові марки може бути збережена в блокчейні, що забезпечить високу ступінь надійності та відстеження власності. Блокчейн може покращити прозорість у процесі реєстрації та захисту торгових марок. Інформація про реєстрацію та власників торгових марок може бути легко доступною та перевіреною за допомогою розподіленої книги.

Варто також враховувати, що використання смарт-контрактів в блокчейні може допомогти автоматизувати правові взаємодії, пов'язані з торговельними марками. Наприклад, смарт-контракти можуть використовуватися для автоматичного визначення та врегулювання

правил використання торгових марок або для автоматичного переоформлення прав власності при їх продажу чи ліцензуванні.

Блокчейн поміж іншого може допомогти у боротьбі з фальсифікацією торгових марок. Відомості про виробництво та походження товарів можуть бути збережені в блокчейні, надаючи споживачам можливість перевірити аутентичність товару.

Отже торговельна марка будь-якого суб'єкта господарювання використовується сьогодні в Інтернет-середовищі як у традиційний, так і не у традиційний спосіб. Разом з тим, законодавство не встигає за реаліями життя і не врегульовує використання торговельної марки в мережі Інтернет, що призводить до можливості настання негативних наслідків як для споживача, так і компаній.

### **Список використаних джерел**

1. Mishustina T., Kravchenko A., Poprotsky O., Myhovykh T., Artemchuk L., Vasylenko O. Fair Competition for Business in the Field of Information and Communication Technologies in the Era of «Postcontemporary Society» Economy. *Postmodern Opening*. 2022. Vol. 13, Iss. 2. P. 321–333. URL: <https://lumenpublishing.com/journals/index.php/po/article/view/4820/3772>
2. Дяченко С. В., Ружицька І. В. Охорона та захист торговельних марок в Україні та світі: судова практика. *Юридичний науковий електронний журнал*. 2020. № 3. С. 96–99. URL: [http://www.lsej.org.ua/3\\_2020/23.pdf](http://www.lsej.org.ua/3_2020/23.pdf)
3. Зубарь Ю., Тимовчак-Максимець О. Переваги використання соціальних мереж для популяризації торгової марки чи продукту. URL <https://ena.lpnu.ua:8443/server/api/core/bitstreams/ec4afebf-4f69-4a1f-9212-cd40d1c69b08/content>
4. Лук'янець Т. І. Маркетингова політика комунікацій : навч. посіб. 2-ге вид., допов. і перероб. Київ : КНЕУ, 2004. 524 с.
5. Міньковський В. В. Цивільна відповідальність за неправомірне використання торговельної марки в мережі Інтернет. *Актуальні проблеми вітчизняної юриспруденції*. 2021. № 1. С. 46–49. URL: [http://apnl.dnu.in.ua/1\\_2021/12.pdf](http://apnl.dnu.in.ua/1_2021/12.pdf)
6. Про охорону прав на знаки для товарів і послуг : Закон України від 15.12.1993 р. № 3689-XII. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/card/3689-12>
7. Смерічевський С. Ф., Петропавловська С. Є., Радченко С. Є. Бренд-менеджмент : навч. посіб. Київ : НАУ, 2019. 156 с. URL: [https://er.nau.edu.ua/bitstream/NAU/43488/1/%D0%91%D0%A0%D0%95%D0%9D%D0%94%20%D0%9C%D0%95%D0%9D%D0%95%D0%94%D0%96%D0%9C%D0%95%D0%9D%D0%A2\\_2019\\_%D0%9F%D0%9E%D0%A1%D0%86%D0%91%D0%9D%D0%98%D0%9A.pdf](https://er.nau.edu.ua/bitstream/NAU/43488/1/%D0%91%D0%A0%D0%95%D0%9D%D0%94%20%D0%9C%D0%95%D0%9D%D0%95%D0%94%D0%96%D0%9C%D0%95%D0%9D%D0%A2_2019_%D0%9F%D0%9E%D0%A1%D0%86%D0%91%D0%9D%D0%98%D0%9A.pdf)

**Ключові слова :** торговельна марка, Інтернет, домен, реклама, використання торговельної марки, кіберсквотинг, захист торговельних марок .

**Keywords:** trademark, Internet, domain, advertising, trademark use, cybersquatting, trademark protection.

**Галупова Лариса Ігорівна**

*Національний університет «Одеська юридична академія»,  
доцент кафедри права інтелектуальної власності та патентної юстиції,  
кандидат юридичних наук*

## **ПЕРЕВАГИ ТА НЕДОЛІКИ ВИКОРИСТАННЯ ШТУЧНОГО ІНТЕЛЕКТУ (НЕЙРОМЕРЕЖ) У ПРАВОВІЙ СФЕРІ**

Штучний інтелект (далі – ШІ) – це концепція, що описує здатність виконувати завдання, які зазвичай потребують людського інтелекту. Ці системи використовують алгоритми, які