

**НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
«ОДЕСЬКА ЮРИДИЧНА АКАДЕМІЯ»
Факультет цивільної та господарської юстиції
Кафедра приватного права
Кафедра права інтелектуальної власності та патентної юстиції**

ІТ-ПРАВО, КІБЕРБЕЗПЕКА ТА ШІ В УМОВАХ ГІБРИДНОЇ ВІЙНИ

**МАТЕРІАЛИ
Всеукраїнської наукової конференції**

28 березня 2026 р.

Одеса
Фенікс
2026

За загальною редакцією

доктора юридичних наук, професора **Є. О. Харитонова**,
докторки юридичних наук, професорки **І. В. Давидової**

Упорядники-укладачі:

Давидова І. В. — доктор юридичних наук, професор, професор кафедри приватного права Національного університету «Одеська юридична академія»;

Калітенко О. М. — кандидат юридичних наук, доцент, професор кафедри приватного права Національного університету «Одеська юридична академія»;

Бобейко Н. І. — лаборантка кафедри приватного права Національного університету «Одеська юридична академія».

ІТ-право, кібербезпека та ШІ в умовах гібридної війни :
I-92 матеріали Всеукр. наук. конф. (Одеса, 28 берез. 2026 р.) / за заг. ред.: д-ра юрид. наук, проф. Є. О. Харитонова, д-ра юрид. наук, проф. І. В. Давидової. Одеса : Фенікс, 2026. 300 с. DOI: <https://doi.org/10.32837/11300.33701>

ISBN 978-617-8763-22-0

Збірник містить матеріали доповідей, присвячені актуальним проблемам ІТ-права, кібербезпеки, цифрової трансформації суспільних відносин, правового регулювання штучного інтелекту та захисту інформації в умовах гібридної війни, які були оприлюднені на Всеукраїнській науковій конференції 26 березня 2026 року в Національному університеті «Одеська юридична академія».

Збірник спрямований на ознайомлення науковців, викладачів, здобувачів освіти, практикуючих юристів, фахівців у сфері інформаційних технологій і кібербезпеки з результатами сучасних досліджень щодо правових, організаційних і технологічних аспектів функціонування цифрового середовища в умовах сучасних викликів. Матеріали видання можуть бути використані в науковій, освітній і практичній діяльності, а також під час подальшого вдосконалення правового регулювання цифрових відносин і забезпечення кібербезпеки України.

342.95 : 343.32 (477) : 351.863

Матеріали видано за авторською редакцією.

Повну відповідальність за достовірність і якість поданого матеріалу несуть учасники Всеукраїнської наукової конференції, їхні наукові керівники, рецензенти і структурні підрозділи вищих навчальних закладів та установ, які рекомендували ці матеріали до друку.

ОРГАНІЗАЦІЙНИЙ КОМІТЕТ

Всеукраїнської наукової конференції

Харитонов Є. О. – завідувач кафедри приватного права Національного університету «Одеська юридична академія», д-р юрид. наук, проф. (голова);

Федотов О. П. – начальник науково- дослідної частини, професор кафедри морського, митного та інформаційного права, д-р юрид. наук, проф. (заступник голови);

Харитонova О. І. – завідувачка кафедри права інтелектуальної власності і патентної юстиції, д-р юрид. наук, проф.;

Галупова Л. І. – доцентка кафедри права інтелектуальної власності і патентної юстиції, канд. юрид. наук, доц.;

Зубар В. М. – професор кафедри приватного права, канд. юрид. наук, проф.;

Калітенко О. М. – професорка кафедри приватного права, канд. юрид. наук, доц.;

Кривенко Ю. В. – доцентка кафедри приватного права, канд. юрид. наук, доц.;

Токарева В. О. – доцентка кафедри приватного права, д-р юрид. наук, доц.;

Бобейко Н. І. – лаборантка кафедри приватного права.

3. Докійчук К. Питання правосуб'єктності штучного інтелекту. *Судово-юридична газета*. 15 січ. 2018 р. URL: <https://sud.ua/ru/news/blog/113593-pitannya-pravosubyektnosti-shtuchnogo-intelektu>

4. Про авторське право та суміжні права: Закон України від 15.11.2024 р. № 2811-IX. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2811-20#Text>

5. Regulation (EU) 2024/1689 of the European Parliament and of the Council of 13 June 2024 laying down harmonised rules on artificial intelligence and amending Regulations (EC) No 300/2008, (EU) No 167/2013, (EU) No 168/2013, (EU) 2018/858, (EU) 2018/1139 and (EU) 2019/2144 and Directives 2014/90/EU, (EU) 2016/797 and (EU) 2020/1828 (Artificial Intelligence Act). European Parliament, Council of the European Union. URL: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX:32024R1689>

Стрілець Михайло Ігорович

аспірант кафедри приватного права

Національного університету «Одеська юридична академія»

ДОВІРА ЯК ОСНОВА ФУНКЦІОНУВАННЯ ЕЛЕКТРОННОЇ КОМЕРЦІЇ

Стрімкий розвиток цифрових технологій здійснив перехід торгівлі в цифрову сферу. Враховуючи принципи функціонування економіки, можна сміливо стверджувати, що основою розвитку електронної комерції є довіра контрагентів.

Сьогодні здійснити купівлі в Інтернеті доволі складно без розкриття своєї особистої інформації, на відміну від «традиційної торгівлі». Покупець, уклавши угоду через «традиційний» магазин, позбавляється необхідності торбуватися про рівень своєї конфіденційності. Це ж стосується й продавця, який також повинен здійснювати контроль, він зобов'язаний забезпечити довірливе середовище для здійснення торгівлі на своїй платформі. Тобто продавець, разом з покупцем знаходяться в «замкнутій системі», адже повинні довіряти один одному. Звісно, в таких правовідносинах обов'язково повинні бути встановленні відповідні гарантії оплати, якості, можливості розірвання договору тощо. В «традиційній» торгівлі вносити зазначені питання через відповідне законодавство не так складно, на відміну від електронної торгівлі, де все зводиться до питання «довіри».

Чи впливає загалом конфіденційність на рівень купівлі в Інтернеті? Беручи до відома дослідження, проведене в 2016 року [1], з якого стало відомо, що споживачі, які в більшій мірі обмірковують свою конфіденційність, схильні менше купувати в Інтернеті.

Постає питання: чи може попередня інформація щодо здійснення онлайн правочину впливати на наміри укласти онлайн угоду?

В дослідженні, проведеному в 2020 року [2], вивчалися взаємозв'язки між початковим рівнем довіри до онлайн платформи та пов'язаним наміром здійснити купівлі на такій платформі. Повідомлення про конфіденційність на такій онлайн платформі розглядалося через можливість здійснити вплив на наміри здійснити купівлю, а також на довіру до такої онлайн платформи. Також в цьому дослідженні розглядався вплив національного фактору щодо наміру здійснити купівлю на такій платформі. Обґрунтовувалося це тим, що різні національності мають різний рівень уникнення невизначеності. В зазначеній праці наводилося, що до країн з найвищими показниками рівня уникнення невизначеності, належить Румунія, в той же час Нідерланди мають найнижчий показник уникнення невизначеності. Зазначена праця досліджувала наміри здійснити купівлі на такій платформі.

Згідно з результатами цього дослідження, не було виявлено прямого впливу повідомлення про політику конфіденційності на намір здійснити покупку. Ні відсутність, ні наявність повідомлення про політику конфіденційності не призвели до зниження або підвищення рівня довіри до конкретної веб-платформи. Проте дослідниками було виявлено непрямої вплив повідомлення про політику конфіденційності на намір зробити покупку, все це через початкову довіру. Якщо попередньо вища початкова довіра, то це призведе до вищого наміру здійснити покупку. Вплив національного фактору загалом не підтвердився.

Доволі цікаве дослідження опубліковане в 2025 році [3], проведене на основі даних взятих зі Scopus за період 2020-2025 рр. Результати досліджень встановили чітку відмінність між віковими

та гендерними категоріями, а також споживачами з різним рівнем доходу. Молодші споживачі значно частіше купували онлайн з впевненістю, на відміну від старшої вікової групи, що проявляла значно більшу чутливість в питаннях довіри та онлайн безпеки. Щодо врахування гендерного фактору, то згідно з результатами досліджень, жінки, як правило, здійснювали порівняння товарів, а також тратили більше часу на перегляд відгуків, на відміну від чоловіків. Звісно ж були наявні значні відмінності у соціальних групах з різним рівнем доходу, адже вартісні товари зазвичай стосувалися покупців з вищим соціально-економічним статусом.

З дослідження, проведеного в 2021р. [4], можна зробити висновки, що довіра та оцінка продукту відіграють важливу роль стосовно формування намірів здійснити повторну покупку. Це, звісно ж, відіграє вирішальну роль у мінливому економіко-цифровому середовищі при необхідності збереження лояльності клієнтів.

Враховуючи такі результати досліджень, постає питання: чи загалом можливо реалізувати вплив на початкову довіру веб – платформи з врахуванням перелічених факторів (вік, стать, дохід та ін.).

На сьогоднішній день впровадження довіри в електронній комерції реалізується за такими основними напрямками:

1) впровадження кардинальних змін в сфері інформаційних технологій: впровадження новітніх стандартів захисту даних, посилення кібербезпеки.

2) законодавчі зміни: імплементація та адаптація законодавства ЄС в національне законодавство, створення прозорої системи оподаткування, вдосконалення захисту прав споживачів.

3) проведення заходів з попередження та виявленню загроз: проведення аудитів інформаційної безпеки, проведення пентестів, сканування вразливостей як на державному, так і на приватному рівнях.

4) впровадження освітніх заходів як для бізнесу, так і для споживачів з метою забезпечення безпечного користування електронними технологіями.

Важливу роль в вирішенні проблемних питань електронної комерції відіграють міжнародні акти, а саме типові закони «Про електронну торгівлю» прийнятий Комісією ООН по міжнародному праві від 12 грудня 1996 року та «Про електронні підписи» № 995_937 від 25.05.2007 року, також доповідь «Електронна торгівля й роль СОТ» опублікована у березні 1988р., яка найперше намагалася врегулювати питання міжнародної електронної торгівлі та багато інших актів. Міжнародні акти зазвичай однотипні, носять рекомендаційний характер. Вони передбачені для розробки та впровадження на їх осові національного законодавства[5].

Вирішення проблем довіри електронної комерції потребує кардинальних, звісно ж, змін особливо стосовно впровадження законодавчих змін. В Україні опубліковано Закон України «Про захист прав споживачів» [6], що почне діяти не раніше дня припинення чи скасування воєнного стану, який впроваджує портал е-Покупець. Цей портал зобов'яже інтернет-магазини зареєструватися протягом 10 днів після початку роботи. Такий підхід до врегулювання питань довіри в електронній комерції доволі прогресивний, проте й передбачає певні ризики. Хоч покупець зможе перевірити інформацію стосовно доброчесності продавця, проте чи не виникне, наприклад, зловживання зі сторони компетентного органу надавати переваги певним маркетплейсам. Загалом чи не зможе такий закон просувати недобросовісну конкуренцію, коли скарги будуть подаватися виключно для боротьби з конкурентами? Постає питання наскільки такий підхід взагалі відповідає принципу свободи підприємницької діяльності, якщо суб'єкти електронної комерції, що не зареєстровані на Порталі е-покупець, будуть обмежені у доступі? Цікавим є те, що встановлювати порядок зазначених обмежень, а також порядок оцінки нечесних комерційних практик зможе Кабінет Міністрів України, що явно не відповідає повноваженням підзаконного органу.

Іншим, доволі цікавим фактором змін, як зазначив Якоб Є. [7] може слугувати те, що великі платформи запроваджують стандарти якості електронної торгівлі, адже встановлюють вимоги до

всіх користувачів своїх платформ, що має доволі позитивний вплив на безпеку. Менші компанії, які зазвичай вважаються конкурентами великих, можуть наоборот отримати позитивний вплив, адже великі платформи допомагають їм закріпитися на ринку електронної торгівлі.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Fortes N., Rita P. Privacy concerns and online purchasing behaviour: Towards an integrated model. *European Research on Management and Business Economics*. 2016. Vol. 22, no. 3. P. 167–176.
2. Broeder P. Culture, Privacy, and Trust in E-commerce. *Marketing from Information to Decision Journal*. 2020. Vol. 3, no. 1. P. 14–26.
3. Carmel K. W., Benediktus R., Aurellia J. W. A DEMOGRAPHIC ANALYSIS OF CONSUMER BEHAVIORAL PATTERNS ON DIGITAL E-COMMERCE PLATFORMS. *Jumder: Jurnal Bisnis Digital*. 2025. Vol. 1, no. 2. P. 1–15. URL: <https://journal.dinamikapublika.id/index.php/JUMDER/article/view/22/19>
4. Widodo T., Utami N. K. W. Repurchase Intentions on Zalora Indonesia: The Role of Trust, E-Commerce, and Product Evaluation. *Jurnal Manajemen Bisnis*. 2021. Vol. 8, no. 2. P. 339–351.
5. Кругул Ю., Батрименко В., Батрименко В. Правове регулювання міжнародної електронної комерції. Зовнішня торгівля: економіка, фінанси, право. 2018. № 2. с.138-140.
6. б)»Про захист прав споживачів»: Закон України від 10.06.2023 № 3153-IX. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/3153-20#Text>
7. Якоб Є. Проблеми розвитку міжнародної електронної торгівлі. *Економіка та суспільство*. 2023. № 54. URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-54-32>

Тітова Аліна Олексіївна

*аспірантка кафедри приватного права
Національного університету «Одеська юридична академія»*

КЛАСИФІКАЦІЯ СПОСОБІВ МАНІПУЛЯЦІЇ ІНФОРМАЦІЄЮ

Сьогодні, у сфері цивільного права, проблема маніпуляції інформацією виходить на передній план у зв'язку з тим, що інформація стала повноцінним об'єктом цивільних прав, а інформаційні дії – юридично значущими актами поведінки, здатними прямо впливати на майнову та немайнову сферу особи. Маніпулятивні ін-