

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

Інститут модернізації змісту освіти МОН України

Український державний університет науки і технологій (УДУНТ), м. Дніпро
Українська асоціація управління проектами «УКРНЕТ», м. Київ
Науково-дослідний інститут інтелектуальної власності (НДІІВ)
Національної академії правових наук України (НАПрН України), м. Київ
Національна бібліотека України імені В.І. Вернадського, м. Київ
Державна установа «Інститут економіко-правових досліджень імені В.К. Макутова
Національної академії наук України»
Київський національний університет імені Тараса Шевченка, м. Київ
Національний технічний університет України «Харківський політехнічний інститут»
Національний технічний університет України «Київський політехнічний
університет імені Ігоря Сікорського», м. Київ
Одеський національний морський університет (ОНМУ), м. Одеса
Честоховський політехнічний університет, Польща
Uniwersytet Warszawski, Warszawa, Polska Rzeczpospolita, Польща;
Вища школа менеджменту у Варшаві, (WSM), Польща
Вища економіко-гуманітарна школа (WSEH) м. Бельсько-Бяла, Польща
Вища школа управління охороною праці в місті Катовіце, (WSZOP), Польща
Університет в Мішкольце, Угорщина
Варнський вільний університет імені Чорноризця Хороброго, м. Варна,
Республіка Болгарія
Компанія та видавництво «E – SCIENCE SPACE» м. Варшава, Республіка Польща
Інститут освітнього та професійного розвитку. м. Будапешт, Угорщина
за підтримки:
Центр Українсько-європейського наукового співробітництва
Видавничий дім «Гельветика»
Дніпропетровський науково-дослідний експертно-криміналістичний центр МВС України
Юридична компанія «ЮРСЕРВІС», м. Дніпро



ЗБІРНИК НАУКОВИХ ПРАЦЬ

**VIII Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції
МІСТ «КИЇВ-ДНІПРО»
«УПРАВЛІННЯ ПРОЄКТАМИ. ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ПРОЄКТНОГО ТА
НЕЙРОМЕНЕДЖМЕНТУ, ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ УПРАВЛІННЯ,
ТЕХНОЛОГІЙ СТВОРЕННЯ ТА ВИКОРИСТАННЯ ОБ'ЄКТІВ ПРАВА
ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЇ ВЛАСНОСТІ, ТРАНСФЕР ТЕХНОЛОГІЙ»,
26-27 березня 2026 р.**

ДНІПРО

УДУНТ 2026

ЗБІРНИК НАУКОВИХ ПРАЦЬ

**VIII Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції
МІСТ «КИЇВ-ДНІПРО»
«УПРАВЛІННЯ ПРОЄКТАМИ. ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ПРОЄКТНОГО ТА
НЕЙПРОМЕНЕДЖМЕНТУ, ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ УПРАВЛІННЯ,
ТЕХНОЛОГІЙ СТВОРЕННЯ ТА ВИКОРИСТАННЯ ОБ'ЄКТІВ ПРАВА
ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЇ ВЛАСНОСТІ, ТРАНСФЕР ТЕХНОЛОГІЙ»,
26-27 березня 2026 р.**

**ДНІПРО
УДУНТ
2026**

УДК 005.8:[004.9:347.77]

У 67

Конференція запроваджена МОН України, Інститутом модернізації змісту освіти МОН України та зареєстрована Державною науковою установою «Український інститут науково-технічної експертизи та інформації МОН України», посвідчення № 65 від 26.01.26 р.

Рекомендовано до видання Вченою радою УДУНТ

Протокол № 10 від 29.04.2026 року

Матеріали публікуються за оригіналами, наданими авторами.

Претензії до організаторів не приймаються.

Головний редактор д-р техн. наук, проф. Петренко В. О.
Науковий редактор д-р техн. наук, проф. Молоканова В. М.
Науковий редактор д-р екон. наук, проф. Перерва П. Г.
Науковий редактор канд. техн. наук, доц. Дорошко Г. К.
Вчений секретар канд. екон. наук, доц. Фонарьова Т. А.

У 67 Управління проектами. Перспективи розвитку проектного та нейроменеджменту, інформаційних технологій управління, технологій створення та використання об'єктів права інтелектуальної власності, трансфер технологій : зб. наук. праць VIII Міжнародної наук.-практ. інтернет-конф. (26-27 березня 2026 р.) / голов. ред. В. О. Петренко ; УДУНТ, УКРНЕТ, НДІВ НАПрН України. – Електрон. вид. – Дніпро : Укр. держ. ун-т науки і технологій, 2026. – 954 с.

ISBN 978-617-8665-00-5 (PDF)

У збірнику наукових праць наведені матеріали VIII Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції «Управління проектами. Перспективи розвитку проектного та нейроменеджменту, інформаційних технологій управління, технологій створення та використання об'єктів права інтелектуальної власності, трансферу технологій». Збірник наукових праць становить інтерес для наукових працівників, викладачів, фахівців з інтелектуальної власності та управління проектами, економіки та менеджменту, інформаційних технологій, а також студентів.

005.8:[004.9:347.77]



Цей твір ліцензовано на умовах Ліцензії Creative Commons
[«Attribution-NonCommercial-ShareAlike» 4.0 International \(CC BY-NC-SA 4.0\)](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/)
(«Із зазначенням авторства – Некомерційна – Поширення на тих самих умовах» 4.0 Міжнародна)

ISBN 978-617-8665-00-5 (PDF)

© Український державний університет науки і технологій, 2026
© Українська асоціація управління проектами, 2026
© Науково-дослідний інститут інтелектуальної власності
Національної академії правових наук України, 2026
© Колектив авторів збірника, 2026

UDC 005.8:[004.9:347.77]

P 93

The conference was initiated by the Ministry of Education and Science of Ukraine, the Institute for Modernization of Educational Content of the Ministry of Education and Science of Ukraine and registered by the State Scientific Institution "Ukrainian Institute of Scientific and Technical Expertise and Information of the Ministry of Education and Science of Ukraine", certificate No. 65 dated 26.01.26.

Recommended for publication by the Academic Council of the USUST
Protocol No. 10 of April 24, 2026

Materials are published based on the originals provided by the authors.
No claims are accepted against the organizers.

Editor-in-Chief, Doctor of Technical Sciences, Prof. Petrenko V. O.
Scientific Editor, Doctor of Technical Sciences, Prof. Molokanova V. M.
Scientific Editor, Doctor of Economics Sciences, Prof. Pererva P. G.
Scientific Editor, Candidate of Technical Sciences, Assoc. Prof. Dorozhko G. K.
Scientific Secretary of the Conference, Candidate of Economic Sciences, Assoc.
Prof. Fonareva T. A.

P 93 Project management. Prospects for the development of project and neuromegration, information technologies of management, technologies for creating and using objects of intellectual property rights, technology transfer : collection of scientific papers of the VIII International Scientific and Practical Internet Conference (March 26-27, 2026) / editor-in-chief V. O. Petrenko ; USUST, UKRNET, NDIIV NAPRN of Ukraine. – Electronic edition. – Dnipro : Ukrainian State University of Science and Technologies, 2026. – 954 p.

ISBN 978-617-8665-00-5 (PDF)

The collection of scientific papers contains materials from the VIII International Scientific and Practical Internet Conference "Project Management. Prospects for the Development of Project and Neuromanagement, Information Management Technologies, Technologies for the Creation and Use of Intellectual Property Rights, and Technology Transfer." The collection of scientific papers is of interest to researchers, teachers, specialists in intellectual property and project management, economics and management, information technologies, and students.

UDC 005.8:[004.9:347.77]



This work is licensed under Creative Commons License
[«Attribution-NonCommercial-ShareAlike» 4.0 International \(CC BY-NC-SA 4.0\)](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/)

ISBN 978-617-8665-00-5 (PDF)

© Ukrainian State University of Science and Technology, 2026
© Ukrainian Project Management Association, 2026
© Research Institute of Intellectual Property of the National Academy of Legal Sciences of Ukraine, 2026
© Collective of authors of the collection, 2026

РЕДАКЦІЙНА КОЛЕГІЯ

- ПРОЙДАК Ю. С.** – голова, доктор технічних наук, професор, проректор з наукової роботи Українського державного університету науки і технологій (УДУНТ);
- БУШУЄВ С. Д.** – співголова, президент Української асоціації управління проєктами «УКРНЕТ», доктор технічних наук, професор, завідувач кафедри управління проєктами Київського Національного університету будівництва та архітектури;
- КОДИНЕЦЬ А. О.** – співголова, доктор юридичних наук, професор, директор Науково-дослідного інституту інтелектуальної власності Національної академії правових наук (НАПрН) України; професор кафедри інтелектуальної власності та інформаційного права Київського Національного університету імені Тараса Шевченка;
- ПЕТРЕНКО В. О.** – заступник голови, доктор технічних наук, професор, завідувач кафедри інтелектуальної власності та управління проєктами УДУНТ;
- ДОРОЖКО Г. К.** – заступник директора НДІВ НАПрН України, кандидат технічних наук, доцент;
- МОЛОКАНОВА В. М.** – доктор технічних наук, професор кафедри системного аналізу та управління Національного технічного університету «Дніпровська політехніка»;
- ВІХЛЯЄВ М. Ю.** – доктор юридичних наук, професор, директор Центру Українсько-європейського наукового співробітництва;
- ПЕРЕРВА П. Г.** – доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри економіки бізнесу НТУ «Харківський політехнічний інститут», професор університету в Мішкольце (Угорщина);
- КОБЄЛЄВА Т. О.** – доктор економічних наук, професор, професор кафедри економіки бізнесу НТУ «Харківський політехнічний інститут»;
- КІРІН Р. С.** – доктор юридичних наук, доцент, провідний науковий співробітник Державної установи «Інститут економіко-правових досліджень імені В.К.Мамутова НАН України»;
- ЛАПКІНА І. О.** – доктор економічних наук, професор, завідувачка кафедри управління логістичними системами і проєктами Одеського національного морського університету;
- КОРОГОД Н. П.** – кандидат педагогічних наук, професор, професор кафедри інтелектуальної власності та управління проєктами УДУНТ;
- КОЗЕНКОВ Д. Є.** – кандидат економічних наук, професор, професор кафедри міжнародної економіки, управління і соціально-гуманітарних дисциплін УДУНТ;
- КОЛЕСНИКОВА Т. О.** – кандадат наук із соціальних комунікацій, старший науковий співробітник, директор наукової бібліотеки УДУНТ;
- РОМАШКО А. С.** – кандидат технічних наук, доцент, доцент НТУ України «КПІ імені Ігоря Сікорського»;
- ФОНАРЬОВА Т. А.** – кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри інтелектуальної власності та управління проєктами УДУНТ, вчений секретар видання.

ЗМІСТ

УПРАВЛІННЯ ПРОЄКТАМИ ТА ПРОГРАМАМИ

БУШУЄВ С.Д., БУШУЄВА Н.С., БУШУЄВ Д.А., БУШУЄВА В.Б. <i>МОДЕЛЮВАННЯ ЛАНЦЮГА СТВОРЕННЯ ДОДАНОЇ ВАРТОСТІ ІНФРАСТРУКТУРНИХ ПРОЄКТІВ.....</i>	21
О.І. KRAVCHUK, V. O. GOLOVINOV <i>THE IMPLEMENTATION PROJECT OF MOTIVATIONAL CLIMATE HR ANALYTICS: MANAGEMENT MODEL, DATA AND CYBER RISKS.....</i>	28
Ye.F. MAIMUR, scientific supervisor N.P. VOLKOVA <i>GAME-BASED PSYCHOLOGICAL TECHNOLOGIES AS A FACTOR OF PROJECT TEAM WORK EFFICIENCY.....</i>	33
YULIA PAPIZH, DIANA PASHCHENKO <i>HYBRID AND ADAPTIVE PROJECT MANAGEMENT METHODOLOGIES IN CONDITIONS OF UNCERTAINTY AND WARTIME.....</i>	41
БАРИШЕВСЬКИЙ А.І., ПЕТРЕНКО В.О. <i>МЕТОДИЧНИЙ ПІДХІД ДО УПРАВЛІННЯ ПРОЄКТАМИ ЦИФРОВОЇ ТРАНСФОРМАЦІЇ ОРГАНІЗАЦІЙ.....</i>	47
БУЛАВІН Д.О. <i>МОДЕЛЬ АДАПТАЦІЇ ВНУТРІШНЬОГО СЕРЕДОВИЩА ПІДПРИЄМСТВА ДО ШВИДКИХ ЗМІН ЗОВНІШНІХ УМОВ.....</i>	55
ВИШНЕВСЬКА М.К., АНІЩЕНКО Л.О., ЯКОВЛЄВА-МЕЛЬНИК Н.Г. <i>ПСИХОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ УПРАВЛІННЯ КОНФЛІКТИМИ СИТУАЦІЯМИ В ПРОЄКТНИХ ГРУПАХ.....</i>	62
ЖУРАВЕЛЬ І.А., ЧЕРНОВА ЛБ.С. <i>ОСОБЛИВОСТІ УПРАВЛІННЯ РИЗИКАМИ У ПРОЄКТАХ, ПОВ'ЯЗАНИХ ІЗ ІНФОРМАЦІЙНИМИ ТЕХНОЛОГІЯМИ.....</i>	70
КІЛАШ К.Ю., МЕРКТ О.В. <i>ВЕЛНЕС-ТУРИЗМ В УКРАЇНІ ЯК ПЕРСПЕКТИВНИЙ НАПРЯМ ПРОЄКТНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ.....</i>	79

ЛАПКО О.О., ОНДЮК В.О. <i>РИЗИКИ ВТРАТИ ТА СТРАТЕГІЇ ЗБЕРЕЖЕННЯ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЇ ВЛАСНОСТІ ЗАСНОВНИКАМИ ПРИ ЗАЛУЧЕННІ ВЕНЧУРНОГО КАПІТАЛУ.....</i>	700
ЛЕПЕТАН І.М. <i>РОЛЬ КОНСАЛТИНГУ В УПРАВЛІННІ ІННОВАЦІЙНИМИ ПРОЄКТАМИ СОЦІАЛЬНОГО СПРЯМУВАННЯ.....</i>	707
ЛЕПСЬКИЙ Р.С., ТКАЧОВ М.М. <i>ОЦІНЮВАННЯ РИЗИКІВ МІЖНАРОДНИХ ІННОВАЦІЙНИХ ПРОЄКТІВ.....</i>	716
НЕЧЕПОРЕНКО Д.А., ПЕРЕРВА П.Г. <i>ДОСЛІДЖЕННЯ НЕТРАДИЦІЙНИХ РЕЗУЛЬТАТІВ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ.....</i>	724
ОМЕЛЬЧЕНКО О.П. <i>ПРАВОВЕ РЕГУЛЮВАННЯ ОБІГУ ЛІКАРСЬКИХ ЗАСОБІВ: ДЕЯКІ АСПЕКТИ ОХОРОНИ ПРАВ ІВ ТА ВИВЕДЕННЯ НА РИНОК.....</i>	730
ОСТАПЕНКО Д.С., БЕРДОС М.П., КОСЕНКО А.В. <i>КОНФЛІКТНІ СИТУАЦІЇ В ІНТЕЛЕКТУАЛЬНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ.....</i>	735
ПАЩЕНКО О.А., ХОМЕНКО В.Л. <i>РОЗПОРЯДЖЕННЯ МАЙНОВИМИ ПРАВАМИ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЇ ВЛАСНОСТІ В ІННОВАЦІЙНИХ ПРОЄКТАХ: ПРАВОВІ МЕХАНІЗМИ ТРАНСФЕРУ ТЕХНОЛОГІЙ В УКРАЇНІ.....</i>	743
ПЕТРЕНКО В.О., БАЛАН О.В. <i>АНАЛІТИЧНИЙ ОГЛЯД ПОНЯТТЯ «ТОРГОВЕЛЬНА МАРКА».....</i>	749
ПЕТРЕНКО В.О., ШИНКАРЕНКО О.Л. <i>ОСОБЛИВОСТІ ВИКОРИСТАННЯ ТОРГОВЕЛЬНОЇ МАРКИ У ФРАНЧАЙЗИНГОВИХ ВІДНОСИНАХ.....</i>	760
ПІЧКО Р.С. <i>ТРАНСФЕР ТЕХНОЛОГІЙ ТА ПРАВО ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЇ ВЛАСНОСТІ В ОФСЕТНИХ ДОГОВОРАХ.....</i>	771
САФОНОВА М.О., наук. керівник О.П. ОМЕЛЬЧЕНКО <i>ПРАВО ЛЮДИНИ НА СВОБОДУ ТВОРЧОСТІ В ПРАКТИЦІ ЄВРОПЕЙСЬКОГО СУДУ З ПРАВ ЛЮДИНИ.....</i>	779

АНАЛІТИЧНИЙ ОГЛЯД ПОНЯТТЯ «ТОРГОВЕЛЬНА МАРКА»

В.О. ПЕТРЕНКО

доктор технічних наук, професор, заслужений діяч науки і техніки України, академік Академії наук вищої школи України, завідувач кафедри інтелектуальної власності та управління проектами Українського державного університету науки і технологій, м. Дніпро
ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-5017-1674>

О.В. БАЛАН

здобувач кафедри інтелектуальної власності та управління проектами Українського державного університету науки і технологій, м. Дніпро

**FEATURES OF USING A TRADEMARK IN
FRANCHISE RELATIONS**

V.O. PETRENKO

Doctor of Technical Sciences, Professor, Honored Worker of Science and Technology of Ukraine, Academician of the Academy of Sciences of the Higher School of Ukraine, Head of the Department of Intellectual Property and Project Management of the Ukrainian State University of Science and Technology, Dnipro
ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-5017-1674>

O.V. BALAN

candidate of the Department of Intellectual Property and Project Management of the Ukrainian State University of Science and Technology, Dnipro

***Анотація.** У статті проведено аналітичний огляд поняття «торговельна марка». Розглянуті питання обсягу правової охорони торговельних марок, строку дії майнових прав на торговельну марку та її використання. Проведено аналіз торговельних марок за формою відображення. Акцентовано увагу на нетрадиційних торговельних марках.*

***Ключові слова:** торговельна марка, правова охорона, використання, форма відображення, нетрадиційні торговельні марки*

***Abstract.** The article provides an analytical review of the concept of "trademark". The issues of the scope of legal protection of trademarks, the term of property rights to a trademark and its use are considered. An analysis of trademarks is carried out by the form of display. Attention is focused on non-traditional trademarks.*

Key words: trademark, legal protection, use, form of display, non-traditional trademarks

За визначенням О.О. Ястремської «Товарний знак - умовне символічне позначення, що слугує для індивідуалізації товарів та ідентифікації джерел їх походження (виробників). Знаки обслуговування – умовні символічні позначення для індивідуалізації послуг та ідентифікації їх джерел. Торгівельна (торгова) марка – дослівний переклад англійського терміна "trade mark", що активно використовується у низці міжнародних угод, а також французького терміна "une marque de commerce", що знайшов відображення у Паризькій конвенції про охорону промислової власності. Це поняття найчастіше використовується в ролі найзагальнішого позначення засобів індивідуалізації в маркетингу як товарний знак фірми [1, с. 24].

Обсяг правової охорони торговельної марки визначається наведеним у свідоцтві зображенням марки і переліком товарів і послуг, внесених до Реєстру, якщо інше не встановлено законом. Це означає, що права інтелектуальної власності особи, яка зареєструвала торговельну марку, поширюються лише на використання цієї марки стосовно зазначених товарів та послуг.

Дія майнових прав на торговельну марку, як і на інші об'єкти інтелектуальної власності, обмежені по території і в часі. Так, правова охорона торговельної марки поширюється лише на територію тих країн, де вона зареєстрована або визнана добре відомою.

Строк дії майнових прав на зареєстровану торговельну марку становить десять років із дати, наступної за датою подання заявки на торговельну марку в установленому законом порядку. Однак, враховуючи функції торговельних марок, на відміну від прав на інші об'єкти інтелектуальної власності, зазначений строк за бажанням правоволодільця може бути продовжений щоразу на десять років необмежену кількість разів [2, с. 425].

Права на торговельні марки є абсолютними і виключними суб'єктивними правами. Це означає, що власник прав на торговельну марку має право використовувати цю марку, а також виключне право перешкоджати, забороняти чи дозволяти використовувати цю марку іншим особам. Відтак ніхто не може використовувати торговельну марку, що охороняється в Україні, без дозволу власника прав на неї. Суть права на використання торговельної марки полягає в можливості її необмеженого комерційного використання для позначення товарів чи послуг, що виробляються і реалізуються чи надаються. Використанням торговельної марки вважається насамперед застосування її на товарах і (або) на їхній упаковці. При цьому особою, яка використовує торговельну марку, може бути як сам власник прав на цю марку, так і особа, якій такі права надані на підставі ліцензійного договору. За наявності поважних причин щодо неможливості використання торговельної марки у такій формі використання може бути визнано також застосування цієї торговельної марки в рекламі, друкованих виданнях, на вивісках, при демонстрації експонатів на виставках і ярмарках, що проводяться в Україні.

При використанні торговельної марки власник прав на неї може проставляти поряд із цим позначенням попереджувальне маркування, яке вказує на те, що застосоване позначення зареєстроване в Україні як торговельна марка. Таке маркування виконує рекламно-інформаційну та патентно-правову функції. З одного боку, воно дає змогу виокремити торговельну марку з-поміж інших видів позначень, якими маркується товар чи його упаковка, завдяки чому увага споживачів привертається до специфіки такого позначення. Крім того, застосування попереджувального маркування є додатковою рекламою певних товарів і послуг. З другого - завдяки попереджувальному маркуванню можна оперативно встановити факт реєстрації торговельної марки. А це застерігає інших осіб від порушення прав на цю марку.

Як символ, торговельна марка, сама по собі несе інформацію про якість та характер товару, вона є символом володіння підприємцем плодами своєї праці

та розробки своїх ідей, які ця торговельна марка представляв, а через рекламу та маркетинг також означав споживацьку обізнаність, яку забезпечує торговельна марка. Також торговельна марка стимулює вкладення інвестицій та виготовлення високоякісної продукції, сприяє безпечним умовам входження до ринку.

Сьогодні торговельну марку необхідно розглядати як невід'ємний елемент ринкових відносин, важливий фактор підвищення конкурентоспроможності продукції, захисту від недобросовісної конкуренції. Виконуючи функцію індивідуалізації товарів і послуг суб'єктів підприємницької діяльності, гарантуючи якість цих товарів і послуг, торговельна марка стає дедалі важливішим економічним важелем в умовах активізації торгівлі та глобалізації міжнародного торговельного простору [3].

Торговельна марка є неодмінною умовою існування конкурентної економіки. Вона являє собою найцінніший актив компанії, тому є важливою ланкою конкурентоздатної економіки, а також забезпечує можливість зробити вибір між конкуруючими товарами, даючи покупцю змогу відрізнити один товар від іншого.

Торговельні марки можуть виступати як словесні, зображувальні, об'ємні (скажімо, флакони для парфумів або пляшки для алкогольних напоїв) та інші (наприклад, звукові, світлові). Найбільш ефективним і поширеним об'єктом торговельних марок є словесні позначення. Їх питома вага в масі товарних знаків у країнах з високорозвиненою економікою досягає 70 відсотків. Раніше перевагу надавали зображувальним позначенням. Між тим у світовій практиці уже давно помітна тенденція до зростання кількості саме словесних позначень [4].

Як об'єкт цивільних правовідносин торговельна марка виконує функцію індивідуалізації товарів та послуг та гарантує їх якість. В умовах активізації торгівлі та міжнародної глобалізації стає важливим економічним важелем.

Зовнішня форма вираження ідеї, закладеної в марці, може бути різною, оскільки це різноманітні умовні позначення, які розрізняються: формою відображення; колом користувачів; сферою використання.

За формою відображення торгівельні марки бувають словесними, зображувальними, об'ємними, комбінованими та марки особливого роду - звукові, світлові, запах, тощо [5, с. 25-28].

Словесні торговельні марки більш ефективні в силу їх більш легкого сприйняття зором, слухом тощо. Вони більш виразні, легше запам'ятовуються, легше вимовляються, перекладаються тощо. Серед словесних торговельних марок часто зустрічаються: імена великих людей - Хмельницький, Наполеон, Колумб, та інші. Часто як словесні торговельні марки використовуються імена міфічних героїв (Садко, Геркулес, Прометей,), а також персонажі з відомих творів (Кармен Гамлет, Оттелло). Часто використовуються назви тварин і птахів (Тигр, Орел, Лис), назви дорогоцінних каменів (алмаз, опал, аметист), географічні назви (Ужгород, Таврія, Славутич). Для використання торговельних марок часто використовуються назви астрономічних і метеорологічних явищ (Комета, Зоря, Венера). Серед словесних торговельних марок розрізняють два типи. Перший тип — словесні торговельні марки, у яких охороняється лише саме слово, наприклад, Таврія. Другий тип — це торговельні марки, виконані в особливій шрифтовій манері. В них охороняється шрифт, характер розташування букв, їх відносний розмір, фон та інші часто візуальні, інформативні елементи. У практиці зустрічаються також серії словесних торговельних марок. їх розробка і реєстрація на ім'я одного виробника зумовлюється широкою номенклатурою однорідних товарів, наприклад, радіоприймачі і телевізори різних модифікацій, кіно-, фотоапаратура, годинники тощо. Словесні торговельні марки вигідні ще й тим, що їх розробка простіша і легша, ніж інші види позначень.

Словесні позначення можуть бути представлені як слова природної мови («Camel» для сигарет, «Рогань» для пива), як вигадані слова або з'єднання слів

(«Coca-Cola», «Kodak»), абрєвіатура слів («МКС» – для компютерів, «АВК» – для кондитерських виробів), фірмовий девіз або слоган (цікава фраза, яка призводить до позитивних вражень і схожа з лозунгом) («Polaroid. Живи настоящим», «Життя стає цікавішим»), власні імена («ТАЯ»), цифри (вино «777») і таке інше [6, с. 29].

Зображувальні позначення на відмінну від словесних повинні бути побудовані по принципу художньої композиції. Вони включають різні зображення, малюнки на самі різні теми, символи, що мають визначені ознаки, побічно зв'язані з виробником товарів або особою, що надає послуги. Це можуть бути зображення людей, тварин, рослин, предметів, орнаментів, геометричних фігур. Щоб зображувальний знак виконував свою задачу він повинен бути простим, та призводити естетичне враження [6, с. 30].

Зображувальними торговельними марками є художні, графічні та інші подібні позначення, які є в історії торговельних марок найдавнішими. Вони у більшості випадків втілені в малюнку, рисунку, кресленні, як результат образотворчої діяльності. В такому разі позначення може стати об'єктом авторського права. Як правило, зображення може стосуватися фігур людей, тварин, птахів, бути орнаментом, стилізованим зображенням тощо. Проте для ефективного виконання своєї функції зображувальна торговельна марка може за умови її естетичності, ергономічності та простоти. Важливо, щоб торговельна марка легко запам'ятовувалася, вражала своєю оригінальністю, звертала на себе увагу. Так, достатньо часто зображувальні торговельні марки в символічній формі передають характер товарів або підприємства, для яких вони розроблені. Але головною ознакою і вимогою торговельної марки є її новизна, оригінальність, можливість відрізнитися від інших зображувальних торговельних марок. Безперечно, така торговельна марка має бути придатною для маркування товарів чи послуг, тобто бути технологічною [5].

Комбіновані позначення є композицією словесних і зображувальних елементів, виконаних на площині. Це можуть бути етикетка, сполучення, або

комбінації елементів, що самі по собі можуть бути зареєстровані як словесні або зображувальні елементи [6, с. 30].

Комбіновані торговельні марки поєднують словесні і зображувальні позначення, складаючись із двох частин, які мають і смислове значення. В основному зображувальна частина ілюструє словесну частину позначення. Безперечно, обидві частини, повинні бути пов'язані композиційно і сюжетно та складати єдине ціле. Так, комбіновані торговельні марки мають відповідати вимогам, що ставляться до інших об'єктів торговельних марок і вони у свою чергу поділяються на три види.

Перший вид - це позначення, в яких переважає словесна частина. Другий - це позначення, в яких мають місце суміщення словесного і зображувального позначень з метою їх сумісного впливу. Третій - це позначення, в яких переважає зображувальна частина [5].

Об'ємні торговельні марки найчастіше повторюють форму самого виробу або його упаковки, що характеризується тримірністю. Проте, торговельна марка може не лише повторювати предмет, а й бути новою. Найбільш поширеними об'ємними торговельними марками є оригінальні упаковки, наприклад, флакони для парфумів або пляшки для спиртних напоїв.

Ще існують особливі знаки для товарів та послуг, так звані нетрадиційні торговельні марки. До них можна віднести звукові (мелодії), світлові (неонова реклама), позначення, що мають запах, рухові позначення (позначення зображення, що рухається), голографічні.

Прикладом звукових знаків можуть служити – звук мотоцикла «Харлей Девидсон», звук дзвону, імітація ричання лева, хрускіт сухариків «Гризлі», електронні звуки, а також музичні фрази тощо.

Прикладом запаху як знак для товарів та послуг може служити, запах для пряжі, що, нагадує аромат польових квітів, запах кінського поту, для шкіряних сидінь автомобіля «Мустанг», запах свіжоскошеної трави для тенісних м'ячів.

Прикладом знаку для товарів і послуг – позначення, що рухається, може бути анімаційне зображення, геометрична фігура, що здійснює певні рухи у часі які можна відтворити зображенням.

В якості знаку для товарів та послуг у вигляді голограми може бути, наприклад, маленьке зображення на кредитній картці яке міняється в залежності від кута, під яким на нього дивитися. Але не всі патентні відомства реєструють такі позначення в якості торговельних марок. Для їх реєстрації необхідно щоб, позначення при можливості було представлено у графічній формі [6, с. 31-32].

До нетрадиційних торговельних марок відносять тривимірні, звукові, позиційні, орнаментні, рухові, голографічні, мультимедійні позначення, колір як такий або комбінація кольорів без окреслення контурами [7].

Тривимірним визнається позначення, що є фігурою та/або їх композицією у трьох вимірах, зокрема формою товару або його пакуванням. Кольором визнається позначення, що складається лише з одного кольору без окреслення контурами. Комбінацією кольорів без окреслення контурами визнається позначення, що відображає систематичне розташування комбінації кольорів в однаковий і заздалегідь установлений спосіб. Звуковим позначенням визнаються музичні звуки, мелодії, зокрема у вигляді акорду, музичного твору або його фрагменту, комбінації музичних звуків, мелодій, або інші звуки чи комбінації звуків, відмінні від музичних. Позиційним визнається позначення, що має визначений спосіб розміщення чи прикріплення його на товарі. Орнаментним визнається позначення, яке складається лише з набору елементів, які регулярно повторюються. Руховим визнається позначення, яке включає або складається з руху елементів позначення чи зміни їх місця розташування. Голографічним визнається позначення, яке складається з голографічних елементів. Мультимедійним визнається позначення, яке включає або складається з поєднання руху елементів позначення чи зміни їх місця розташування та звуку [7].

Зображення позиційної торговельної марки подається у вигляді чіткого відображення її положення, розміру та пропорцій стосовно відповідних товарів. Елементи, які не є предметом охорони, візуально виділяються та/або наводяться пунктирними лініями. До заповненої форми заявки може додаватися опис, який відповідає зображенню торговельної марки, де вказується як торговельна марка наноситься на товар або інші особливості її розміщення.

Зображення орнаментної торговельної марки подається у вигляді відтворення елементів, що повторюються. До заповненої форми заявки може додаватися опис торговельної марки, який деталізує спосіб регулярного повторення елементів позначення.

Рухова торговельна марка представляється одним зображенням або кількома зображеннями у порядку, що відображає послідовність етапів руху елементів позначення або зміни їх місця розташування. До заповненої форми заявки може додаватися відеозапис руху, що являє собою торговельну марку, та/або опис торговельної марки, який пояснює рух. Відеозапис рухової торговельної марки представляється у вигляді файлу формату MP4 з одним із таких відеокодеків - AVC/H.264 або MPEG-/H.262, його розмір не повинен перевищувати двадцяти мегабайтів. Файл повинен містити лише те рухове позначення, що заявляється на реєстрацію. В описі рухової торговельної марки може зазначатись порядок представлених зображень, опис елементів позначення, тривалість, напрям(и) та частота їх руху, а також будь-які інші характеристики рухової торговельної марки, які бажає вказати заявник [7].

Мультимедійна торговельна марка представляється комплектом зображень, які відображають послідовність етапів руху елементів позначення чи зміни їх місця розташування та звук, поєднання яких складає торговельну марку. До зображення мультимедійної торговельної марки застосовуються вимоги щодо подання зображення рухових і звукових торговельних марок. До заповненої форми заявки додається відеозапис, також може бути доданий опис

мультимедійної торговельної марки, які мають відповідати вимогам щодо подання відеозапису рухових та опису рухових і звукових торговельних марок.

Голографічна торговельна марка має бути представлена одним зображенням або кількома зображеннями, що в повній мірі відображають голографічний ефект. До заповненої форми заявки також може бути доданий відеозапис та/або опис голографічної торговельної марки [7].

ВИСНОВКИ. Торговельна марка є ефективним інструментом поживлення комерційної діяльності підприємства, а також основою для співпраці підприємств різних галузей. Проведено аналіз торговельних марок за формою відображення. Охарактеризовано нетрадиційні торговельні марки до яких відносять тривимірні, звукові, позиційні, орнаментні, рухові, голографічні, мультимедійні позначення, колір як такий або комбінація кольорів без окреслення контурами, позначення, що мають запах.

Література

1. Інтелектуальна власність : навчальний посібник / О. О. Ястремська. Х. : Вид. ХНЕУ, 2013. 124 с.
2. Право інтелектуальної власності: Академічний курс/О.П. Орлюк, Г.О. Андрощук, О.Б. Бутнік-Сіверський та ін.; За ред. О.П. Орлюк, О.Д. Святоцького. К.: Видавничий Дім «Ін Юре», 2007. 696 с.
3. Дмитришин В. С. Розпорядження майновими правами інтелектуальної власності в Україні/навчальний посібник для студентів вищих навчальних закладів. К.: «Держ. ін-т. інтел. власн.», 2008. 248 с.
4. Право інтелектуальної власності: Підручник для студентів вищих навч. закладів/Заред. О. А. Підопригори, О. Д. Святоцького. К.: Видавничий Дім «Ін Юре», 2002. 624 с.
5. Інтелектуальна власність [Електронний ресурс] / І. О. Мікульонок. – 3-тє вид., переробл. і доп. К. : НТУУ «КПІ», 2012. 238 с.

6. Інтелектуальна власність. Конспект лекцій з дисципліни «Інтелектуальна власність», розробник Шуба І.В., Харків, НТУ «ХПІ». 2021. 93 с.

7. Потоцький М. Можливості щодо реєстрації нетрадиційних торговельних марок в Україні. Відмови при реєстрації нетрадиційних торговельних марок. URL: https://nipo.gov.ua/wp-content/uploads/2025/10/netradytsiini_TM-prez.pdf

Наукове видання

**УПРАВЛІННЯ ПРОЄКТАМИ. ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ
ПРОЄКТНОГО ТА НЕЙРОМЕНЕДЖМЕНТУ,
ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ УПРАВЛІННЯ,
ТЕХНОЛОГІЙ СТВОРЕННЯ ТА ВИКОРИСТАННЯ
ОБ'ЄКТІВ ПРАВА ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЇ ВЛАСНОСТІ,
ТРАНСФЕР ТЕХНОЛОГІЙ**

ЗБІРНИК НАУКОВИХ ПРАЦЬ

науково-практичної інтернет VIII Міжнародної-конференції
(26-27 березня 2026 року)
МІСТ Київ-Дніпро

Електронне видання

Авторська редакція

Головний редактор д-р техн. наук, проф. Петренко В. О.
Науковий редактор д-р техн. наук, проф. Молоканова В. М.
Науковий редактор д-р екон. наук, проф. Перерва П. Г.
Науковий редактор канд. техн. наук, доц. Дорожко Г. К.
Вчений секретар канд. екон. наук, доц. Фонарєва Т. А.

Формат 60x84 1/16. Ум. друк. арк. 55,45. Обл.-вид. арк. 55,60.
Зам. № 31.

Видавець: Український державний університет науки і технологій.
вул. Лазаряна, 2, ауд. 2216, ауд. 263 (наукова бібліотека),
м. Дніпро, 49010.

Свідоцтво суб'єкта видавничої справи ДК №7709 від 14.12.2022

Адреса видавця та дільниці оперативної поліграфії:
вул. Лазаряна, 2, Дніпро, 49010