

Обзорная статья**УДК 347.77****DOI: 10.25683/VOLBI.2025.70.1225****Yaroslav Sharafidinovich Gafizov**

3rd year postgraduate of the Department of Civil Law Disciplines,
field of training 5.1.3 — Private law
(civilistic) sciences,
Volograd Institute of Management —
branch of Russian Presidential Academy
of National Economy and Public Administration
Volograd, Russian Federation
yaroslav.gafizov@rambler.ru

Ярослав Шарафидинович Гафизов

аспирант 3-го курса кафедры гражданско-правовых дисциплин,
направление подготовки 5.1.3 — Частно-правовые
(цивилистические) науки,
Волгоградский институт управления — филиал
Российской академии народного хозяйства
и государственной службы при Президенте Российской Федерации
Волгоград, Российская Федерация
yaroslav.gafizov@rambler.ru

СРЕДСТВА ИНДИВИДУАЛИЗАЦИИ НЕКОММЕРЧЕСКИХ ЮРИДИЧЕСКИХ ЛИЦ В ГРАЖДАНСКОМ ОБОРОТЕ

5.1.3 — Частно-правовые (цивилистические) науки

Аннотация. Статья посвящена исследованию средств индивидуализации некоммерческих организаций (НКО) в гражданском обороте. Актуальность исследования определяется необходимостью эффективной защиты интересов НКО и улучшения их идентификации на рынке.

Некоммерческие организации активно участвуют в гражданском обороте. Как и другие субъекты гражданско-правовых отношений, НКО обладают свойствами, которые индивидуализируют их. Правовая охрана таких индивидуализирующих признаков важна для защиты репутации и предотвращения злоупотреблений. Средства индивидуализации играют важную роль в НКО, поскольку позволяют отличить одну организацию от другой, способствуют привлечению внимания и формируют репутацию. В статье проводится анализ существующих исследований, которые подчеркивают важность правовой охраны индивидуализирующих признаков для сохранения репутации организаций.

В ходе исследования средств индивидуализации некоммерческих организаций в гражданском обороте были выявлены ключевые проблемы, препятствующие их эффективной деятельности: недостаточная правовая защита

НКО в спорах с коммерческими структурами, неопределенность правовой природы коммерческих обозначений и отсутствие регистрации этих обозначений. Результаты исследования подтверждают необходимость реформирования законодательства в области защиты прав НКО, что позволит обеспечить их успешное функционирование в гражданском обороте.

В заключение сформулированы рекомендации по признанию наименования НКО как самостоятельного средства индивидуализации, введению четких правил регистрации коммерческих обозначений и повышения ответственности за нарушение прав на товарные знаки. Результаты исследования полезны для юристов, правозащитников и законодателей, т. к. предоставляют рекомендации по улучшению правовой базы. Статья может быть интересна научным и образовательным учреждениям для использования в исследовательской деятельности и учебных курсах.

Ключевые слова: средства индивидуализации, некоммерческие юридические лица, товарный знак, коммерческое обозначение, наименование, защита, репутация, злоупотребление, правовые интересы, правовая охрана

Для цитирования: Гафизов Я. Ш. Средства индивидуализации некоммерческих юридических лиц в гражданском обороте // Бизнес. Образование. Право. 2025. № 1(70). С. 213—217. DOI: 10.25683/VOLBI.2025.70.1225.

Review article

MEANS OF INDIVIDUALIZATION OF NON-PROFIT LEGAL ENTITIES IN CIVIL CIRCULATION

5.1.3 — Private law (civilistic) sciences

Abstract. The article is devoted to the study of the means of individualization of non-profit organizations (NPOs) in civil circulation. The relevance of the study is determined by the need to effectively protect the interests of NPOs and improve their identification in the market.

Non-profit organizations are actively involved in civil circulation. Like other subjects of civil law relations, NPOs have properties that individualize them. The legal protection of such individualizing features is important to protect reputation and prevent abuse. Means of individualization play an important role in non-profit organizations, as they allow you to distinguish one organization from another, help attract attention and build a reputation. The article analyzes existing research, in partic-

ular, the works of such authors as A. E. Vasilyeva, A. M. Chotkaraev and others, who emphasize the importance of legal protection of individualizing features to preserve the reputation of organizations.

During the study of the means of individualization of non-profit organizations in civil circulation, key problems were identified that hinder their effective activities: insufficient legal protection of NPOs in disputes with commercial structures, uncertainty of the legal nature of commercial designations and the lack of registration of these designations. The results of the study confirm the need to reform legislation in the field of NPO rights protection, which will ensure their successful functioning in civil circulation.

In conclusion, recommendations are formulated on recognizing the name of an NPO as an independent means of individualization, introducing clear rules for the registration of commercial designations and increasing liability for trademark infringement. The results of the study are useful for lawyers, human rights defenders and legislators, as they aim to improve

the legal framework. The article may be of interest to scientific and educational institutions for use in research activities and training courses.

Keywords: *means of individualization, non-profit legal entities, trademark, commercial designation, name, protection, reputation, abuse, legal interests, legal protection*

For citation: Gafizov Y. S. Means of individualization of non-profit legal entities in civil circulation. *Biznes. Obrazovanie. Pravo = Business. Education. Law.* 2025;1(70):213—217. DOI: 10.25683/VOLBI.2025.70.1225.

Введение

Актуальность исследования обусловлена тем, что эффективное функционирование некоммерческих организаций (далее — НКО) зависит от способности защищать свои интересы и идентифицировать себя на рынке. Применение средств индивидуализации является ключевым аспектом, который может существенно повлиять на репутацию и успешность деятельности организаций.

Изученность проблемы. В статье рассматриваются исследования различных авторов, которые содержат ценные научные выводы, касающиеся средств индивидуализации некоммерческих юридических лиц в гражданском обороте.

Особенности осуществления НКО своей деятельности, выделенные А. Е. Васильевой [1], определяют место средств индивидуализации в деятельности НКО в целом, что отмечают в своих работах А. М. Чоткараева [2], Е. Р. Смирнова и Ю. А. Тарасов [3], а F. Larsen, R. Wagner, A. Hartmann [4] раскрывают роль бренда в деятельности НКО.

Возможность использования товарного знака, на фоне недостаточной защиты интересов НКО в спорах с коммерческими организациями, рассмотрена М. М. Трапезниковой [5], У. Е. Филатовой [6], В. С. Быковой [7].

Идея использования коммерческого обозначения в качестве способа защиты наименования НКО довольно детально проработана О. А. Городовым [8].

Проблема отсутствия единого определения коммерческого обозначения определена в работах А. А. Шлапуновой [9], К. Б. Парфенов [10], А. В. Андрушиной [11], А. В. Дашина, К. С. Жихаревой [12], С. С. Потопальским [13], рассмотрена проблема совпадения незарегистрированного коммерческого обозначения с зарегистрированным товарным знаком.

Проблемы признания наименования НКО средством индивидуализации, по смыслу части четвертой Гражданского кодекса (далее — ГК) РФ, определены О. М. Свириденко [14], В. А. Микрюковым [15].

Несмотря на значительное количество исследований, существует необходимость в более глубоком анализе средств индивидуализации НКО, а также в разработке практических рекомендаций. **Целесообразность разработки темы** заключается в необходимости выработки рекомендаций по улучшению правовой среды, способствующей защите интересов НКО.

Научная новизна исследования заключается в выработке рекомендаций по разрешению проблем, возникающих в связи с использованием НКО в своей деятельности средств индивидуализации, выявленных в результате комплексного анализа.

Цель исследования — определить проблемы, вытекающие из деятельности НКО по использованию в своей деятельности средств индивидуализации, и выработка рекомендаций для их эффективного разрешения. Для достижения этой цели необходимо решить следующие задачи:

провести анализ средств индивидуализации некоммерческих юридических лиц в гражданском обороте; выделить существующие проблемы; предложить способы решения обнаруженных проблем.

Теоретическая значимость исследования заключается в систематизации существующих подходов средств индивидуализации и выявлении пробелов в законодательстве.

Практическая значимость состоит в выработке конкретных предложений для повышения уровня правовой защиты средств индивидуализации, что может быть использовано как юристами-практиками, так и НКО для защиты своих прав.

Методология исследования. В проведенном исследовании нами использовались общенаучный, сравнительно-правовой, логический методы.

Основная часть

Статья 50 ГК РФ устанавливает, что основной целью НКО не является получение прибыли. Как отмечает А. Е. Васильева, НКО преследуют социальные, благотворительные, культурные и образовательные цели, ориентированные на общественное благо, а не на экономическую выгоду [1, с. 127].

Средства индивидуализации играют важную роль в НКО, поскольку они позволяют отличить одну организацию от другой, способствуют привлечению внимания и формируют репутацию. А. М. Чоткараева указывает на их роль в достижении целей и соблюдении законодательства [2, с. 484], а Е. Р. Смирнова и Ю. А. Тарасов подчеркивают, что они привлекают клиентов и создают конкурентные преимущества [3, с. 366].

F. Larsen, R. Wagner, A. Hartmann обращают внимание на то, что НКО часто не воспринимают себя как бренды, несмотря на использование маркетинговых стратегий, поскольку их деятельность сосредоточена на социальной или культурной миссии [4]. Однако средства индивидуализации могут помочь в продвижении их целей и повышении статуса в обществе.

В контексте использования средств индивидуализации для продвижения целей НКО важно различать понятие бренда и товарного знака. Несмотря на то, что НКО не всегда стремятся к коммерческой выгоде, они могут использовать товарные знаки как элемент своей идентичности, способствующий узнаваемости и укреплению репутации.

ГК РФ в ст. 1477 определяет, что товарный знак — это обозначение для индивидуализации товаров и услуг. Исключительное право на него подтверждается свидетельством, которым определяется приоритет знака и право на его использование для указанных товаров или услуг (ст. 1481 ГК РФ).

Товарный знак может иметь различные способы выражения, в т. ч. словесные, изобразительные и объемные обозначения, а также не имеет ограничений на цвета или

сочетания цветов, что увеличивает узнаваемость и уникальность продукции или услуг (ст. 1482 ГК РФ).

Правообладатель товарного знака получает исключительное право на его использование и распоряжение им, включая передачу по договору или лицензии. Исключительное право реализуется посредством размещения знака на товарах и упаковке, использования в услугах, документации, рекламе, а также в Интернете. Правовая охрана также включает запрет на использование сходных обозначений без разрешения правообладателя, что предотвращает смешение товаров и может повлечь за собой юридическую ответственность за нарушение (ст. 1484 ГК РФ).

Законодатель приравнивает знак обслуживания к товарному знаку, применяя к нему те же правила, которые указаны в ГК РФ для товарных знаков. Вне зависимости от того, что оба знака выполняют похожие функции по обеспечению узнаваемости и защиты прав правообладателя, они применяются в разных сферах: один — для товаров, а другой — для услуг.

М. М. Трапезникова указывает на проблемы регистрации товарных знаков в российском законодательстве, особенно на недостаточную защиту интересов НКО в спорах с коммерческими организациями. Правовые механизмы защиты товарных знаков часто неэффективны для НКО, а судебная практика может приводить к несправедливым результатам [5, с. 80]. Однако в она не приводит конкретных примеров, подтверждающих, что правовые механизмы часто оказываются неэффективными для НКО.

У. Е. Филатова подчеркивает важность повышения ответственности для субъектов, нарушающих исключительное право на чужой товарный знак. Данная рекомендация основана на наблюдениях, согласно которым количество дел, рассматриваемых арбитражными судами, существенно увеличивается [6, с. 83].

В. С. Быкова подчеркивает необходимость четкого правового регулирования средств индивидуализации, таких как товарные знаки. Она предлагает добавить в выписки из реестров информацию о наличии товарного знака и дате его регистрации, что поможет предотвратить злоупотребления и упростить доказательство приоритета [7, с. 119]. Таким образом, предложенные изменения могут значительно улучшить защиту прав на товарные знаки.

К средствам индивидуализации, которые могут быть использованы НКО в своей деятельности, относится коммерческое обозначение, которое согласно ст. 1538 ГК РФ определяется как средство индивидуализации юридических лиц и индивидуальных предпринимателей, не обязательное к включению в учредительные документы или ЕГРЮЛ.

А. А. Шлапунова полагает, что коммерческое обозначение одно из самых «гибких» средство индивидуализации, обосновывая это следующим: 1) его использование не требует обязательной регистрации, 2) отсутствуют строгие рамки по срокам действия, что позволяет адаптировать его под нужды бизнеса, и 3) оно обладает ограниченной правовой охраной, что упрощает его использование в быстро меняющейся рыночной среде [9, с. 43]. Перечисленные факторы делают коммерческое обозначение привлекательным инструментом для индивидуализации, позволяя организациям легче адаптироваться и находить свое место на конкурентном рынке.

Статья 1541 ГК РФ подчеркивает важность коммерческого обозначения как самостоятельного средства индивидуализации, позволяя компаниям гибче управлять своей идентичностью и предоставляя дополнительные воз-

можности для защиты интеллектуальной собственности через использование в товарном знаке.

К. Б. Парфенов подчеркивает, что путаница между коммерческими обозначениями и фирменными наименованиями, несмотря на их независимость, ограничивает возможности индивидуализации НКО. Четкие и гибкие правила могут стать решающим фактором для их успешного функционирования на рынке [10, с. 25—26].

А. В. Андришина отмечает, что коммерческое обозначение — это известное, но неофициально зарегистрированное название бизнеса, для которого характерны различимость, локальная известность, отсутствие схожести с фирменным наименованием и отсутствие обязательной регистрации в ЕГРЮЛ [11, с. 167].

Отсутствие единого определения может создавать правовые пробелы для субъектов предпринимательства. А. В. Дашин и К. С. Жихарева выделяют две проблемы: отсутствие четкого определения термина «коммерческое обозначение» и его регистрации, что затрудняет защиту прав. Они предлагают разработать определение на основе отличительных признаков и обязать предпринимателей публиковать информацию о намерении и прекращении использования коммерческого обозначения в федеральном ресурсе для повышения прозрачности [12, с. 36].

С. С. Потопальский отмечает, что существует проблема совпадения незарегистрированного коммерческого обозначения с зарегистрированным товарным знаком или фирменным наименованием, что приводит к конфликту прав. Правообладатель зарегистрированного обозначения может запретить использование аналогичного названия, но сложно определить дату возникновения прав на коммерческое обозначение, т. к. они возникают без регистрации. В Торгово-промышленной палате России существует Реестр коммерческих обозначений, который, хотя и неофициальный, может помочь в подтверждении прав предпринимателей [13, с. 1492].

О. А. Городов обращает внимание на способ использования коммерческого обозначения в качестве наименования НКО, предложенный Верховным судом РФ, т. к. коммерческое обозначение предназначено индивидуализировать торговые, промышленные и других предприятия как объекты, которые ГК РФ отнесены к недвижимому имуществу, а не субъектов права. Из чего делает вывод о том, идея использование коммерческого обозначения в качестве способа защиты наименования НКО явно несостоятельна [8, с. 4].

Другим возможным средством индивидуализации является наименование НКО, которое играет ключевую роль в ее деятельности в связи с тем, что оно должно содержать указание на ее организационно-правовую форму и характер деятельности. Данное требование, установленное в ст. 4 Федерального закона от 12 января 1996 г. № 7-ФЗ «О некоммерческих организациях», направлено на обеспечение прозрачности и информированности граждан о целях и задачах НКО. Статья 1473 ГК РФ регулирует фирменное наименование, которое принадлежит юридическим лицам, являющимся коммерческими организациями.

О. М. Свириденко отмечает, что идентичные или схожие наименования коммерческих и некоммерческих организаций создают сложности с индивидуализацией и могут привести к серьезным проблемам, например к ошибкам при перечислении пожертвований. Одним из решений является признание наименований НКО средством индивидуализации согласно части четвертой ГК РФ, что установит четкие правила для различения наименований, повысит защиту

прав организаций и обеспечит большую прозрачность в их деятельности [14, с. 4].

В. А. Микрюков отмечает, что отсутствие правового механизма защиты наименования НКО также способствует появлению сложностей при использовании НКО наименований, схожих (до степени смешения) с используемыми коммерческими организациями. Решение данной проблемы видится в распространении правового режима фирменного наименования на наименования всех юридических лиц [15, с. 116].

Таким образом, в ходе анализа вопросов, касающихся средств индивидуализации НКО в гражданском обороте, была рассмотрена позиция нескольких авторов, что позволило глубже понять существующие проблемы и возможные пути их решения. Признание наименования НКО как способа индивидуализации может стать важным шагом к улучшению правового статуса НКО, что позволит обеспечить защиту уникальности их наименований, минимизировать риски путаницы и повысить доверие. Важно, чтобы законодательство адаптировалось к современным реалиям и интересам всех участников гражданского оборота, что в конечном итоге будет способствовать успешному выполнению НКО их социальных задач и более эффективному взаимодействию с коммерческими организациями.

Заключение

В ходе исследования средств индивидуализации НКО в гражданском обороте были выявлены ключевые про-

блемы, препятствующие их эффективной деятельности: недостаточная правовая защита НКО в спорах с коммерческими структурами, неопределенность правовой природы коммерческих обозначений и отсутствие регистрации этих обозначений.

Указанные проблемы свидетельствуют о необходимости доработки законодательства: признание наименования НКО в качестве самостоятельного средства индивидуализации повысит их правовую защиту и снизит риски путаницы с коммерческими организациями; введение четких правил регистрации и защиты коммерческих обозначений необходимо для обеспечения их правовой охраны; повышение ответственности за нарушение прав на товарные знаки и упрощение процедур подтверждения прав на средства индивидуализации создадут более справедливую конкурентную среду. Помимо пересмотра законодательства о защите средств индивидуализации НКО и рекомендуется разработать механизмы для улучшения правоприменительной практики. Практическая значимость заключается в создании более устойчивой правовой среды для НКО, что будет способствовать их развитию и вкладу в социальные и культурные процессы.

Основные направления для дальнейших исследований: разработка эффективных правовых механизмов защиты средств индивидуализации НКО, изучение международного опыта и повышение осведомленности НКО о защите их прав на товарные знаки и коммерческие обозначения.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. Васильева А. Е. Юридическое лицо как субъект предпринимательской деятельности // Современные тенденции развития науки и мирового сообщества в эпоху цифровизации : сб. материалов XI Междунар. науч.-практ. конф. М. : АЛЕФ, 2023. С. 125—129.
2. Чоткараева А. М. Сравнительный анализ товарного знака с иными средствами индивидуализации // Актуальные вопросы публичного управления, экономики, права в современных геополитических условиях : сб. материалов Всерос. науч.-практ. конф. с междунар. участием. Киров : Межрегион. центр инновац. технологий в образовании, 2024. С. 484—486.
3. Смирнова Е. Р., Тарасов Ю. А. Средства индивидуализации юридических лиц // Проблемы развития современного общества : сб. науч. ст. 9-й Всерос. нац. науч.-практ. конф. : в 3 т. Курск : Университетская книга, 2024. Т. 2. С. 365—367.
4. Larsen F., Wagner R., Hartmann A. Brands and Branding in the Non-Profit Sector - Theoretical Overview and Discussion // Social exclusions in Europe: marketing perspective / Hrsg. S. Smyczek, J. Matysiewicz. Katowice : Publishing House of the University of Economics, 2015. Pp. 189—200.
5. Трапезникова М. М. К вопросу о государственной регистрации товарного знака // Вестник Санкт-Петербургской юридической академии. 2023. № 3(60). С. 76—81.
6. Филатова У. Е. Виды товарных знаков в современном российском праве // Скиф. Вопросы студенческой науки. 2024. № 5(93). С. 79—83.
7. Быкова В. С. Правовой режим средств индивидуализации юридических лиц и производимых ими товаров (работ, услуг) // Катановские чтения — 2024 : сб. науч. тр. студентов. Абакан : Хакас. гос. ун-т им. Н. Ф. Катанова, 2024. С. 119—120.
8. Городов О. А. О режиме наименований некоммерческих организаций и коммерческих обозначений // Патенты и лицензии. Интеллектуальные права. 2020. № 5. С. 2—9.
9. Шлапунова А. А. Охрана средств индивидуализации товаров, работ, услуг и предприятий: цели, современные задачи, перспективы // Современная юриспруденция: актуальные вопросы теории и практики : сб. ст. V Междунар. науч.-практ. конф. Пенза : Наука и Просвещение, 2023. С. 42—46.
10. Парфенов К. Б. Средства индивидуализации некоммерческих организаций // Интеллектуальная собственность в инновационном развитии региона : материалы IV регион. науч.-практ. конф. Хабаровск : Тихоокеан. гос. ун-т, 2021. С. 24—27.
11. Андриюшина А. В. Коммерческое обозначение: особенности правовой природы и признаки как правовой категории // Актуальные научные исследования : сб. ст. XII Междунар. науч.-практ. конф. : в 4 ч. Пенза : Наука и Просвещение, 2023. Ч. 3. С. 165—167.
12. Дашин А. В., Жихарева К. С. Проблема защиты прав на коммерческое обозначение // Право и государство: теория и практика. 2024. № 4(232). С. 34—36.
13. Потопальский С. С. Особенности защиты права на коммерческое обозначение // Охрана и защита прав и законных интересов в современном праве : сб. ст. по результатам III Междунар. науч.-практ. конф. Симферополь : Ариал, 2024. С. 1487—1494.
14. Свириденко О. М. Концепция правовой защиты фирменных наименований некоммерческих организаций // Мониторинг правоприменения. 2023. № 3(48). С. 2—6. DOI: 10.21681/2226-0692-2023-3-2-6.
15. Микрюков В. А. Пределы аналогии в правовом режиме наименования некоммерческих организаций // Власть закона. 2022. № 2(50). С. 107—117.

REFERENCES

1. Vasil'eva A. E. A legal entity as a business entity. *Sovremennyye tendentsii razvitiya nauki i mirovogo soobshchestva v epokhu tsifrovizatsii = Modern trends in the development of science and the world community in the era of digitalization. Collection of materials from the XI international scientific and practical conference.* Moscow, ALEF, 2023:125—129. (In Russ.)
2. Chotkaraeva A. M. Comparative analysis of a trademark with other means of individualization. *Aktual'nye voprosy publichnogo upravleniya, ekonomiki, prava v sovremennykh geopoliticheskikh usloviyakh = Topical issues of public administration, economics, law in modern geopolitical conditions. Collection of materials of the All-Russian scientific and practical conference with international participation.* Kirov, Interregional Center for Innovative Technologies in Education publ., 2024:484—486. (In Russ.)
3. Smirnova E. R., Tarasov Yu. A. Means of individualization of legal entities. *Problemy razvitiya sovremennogo obshchestva = Problems of development of modern society. Collection of scientific articles of the 9th all-Russian national scientific and practical conference.* Kursk, Universitetskaya kniga, 2024;2:365—367. (In Russ.)
4. Larsen F., Wagner R., Hartmann A. Brands and Branding in the Non-Profit Sector - Theoretical Overview and Discussion. *Social exclusions in Europe: marketing perspective.* S. Smyczek, J. Matysiewicz (eds.). Katowice, Publishing House of the University of Economics, 2015. Pp. 189—200.
5. Trapeznikova M. M. ON The question of the state registration of a trademark. *Vestnik Sankt-Peterburgskoi yuridicheskoi akademii.* 2023;3(60):76—81. (In Russ.)
6. Filatova U. E. Types of trademarks in modern Russian law. *Skif. Voprosy studencheskoi nauki.* 2024;5(93):79—83. (In Russ.)
7. Bykova V. S. The legal regime of means of individualization of legal entities and goods (works, services) produced by them. *Katanov readings - 2024. Collection of scientific works of students.* Abakan, Khakass State University named after N. F. Katanov publ., 2024:119—120. (In Russ.)
8. Gorodov O. A. About the regime of names of non-profit organizations and commercial designations. *Patenty i litsenzii. Intellektual'nye prava.* 2020;5:2—9. (In Russ.)
9. Shlapunova A. A. Protection of means of individualization of goods, works, services and enterprises: goals, modern tasks, prospects. *Sovremennaya yurisprudentsiya: aktual'nye voprosy teorii i praktiki = Modern jurisprudence: topical issues of theory and practice. Collection of articles of the V international scientific and practical conference.* Penza, Nauka i Prosveshchenie, 2023:42—46. (In Russ.)
10. Parfenov K. B. Means of individualization of non-profit organizations. *Intellektual'naya sobstvennost' v innovatsionnom razvitiy regiona = Intellectual property in the innovative development of the region. Materials of the IV regional scientific and practical conference.* Khabarovsk, Pacific State University publ., 2021:24—27. (In Russ.)
11. Andryushina A. V. Commercial designation: features of the legal nature and signs as a legal category. *Aktual'nye nauchnye issledovaniya = Actual scientific research. Collection of articles of the XII international scientific and practical Conference.* Penza, Nauka i Prosveshchenie, 2023;3:165—167. (In Russ.)
12. Dashin A. V., Zhikhareva K. S. The problem of protecting the rights to a commercial designation. *Pravo i gosudarstvo: teoriya i praktika = Law and State: the theory and practice.* 2024;4(232):34—36. (In Russ.)
13. Potopal'skii S. S. Features of the protection of the right to a commercial designation. *Okhrana i zashchita prav i zakonnykh interesov v sovremennom prave = Protection and protection of rights and legitimate interests in modern law. Collection of articles based on the results of the III international scientific and practical conference.* Simferopol, Arial, 2024:1487—1494. (In Russ.)
14. Sviridenko O. M. A Concept for legally protecting brand names of nonprofit organisations. *Monitoring pravoprimeneniya = Monitoring of law enforcement.* 2023;3(48):2—6. (In Russ.) DOI: 10.21681/2226-0692-2023-3-2-6.
15. Mikryukov V. A. The limits of analogy in the legal regime names of non-profit organisations. *Vlast' zakona = The Power of Law.* 2022;2(50):107—117. (In Russ.)

Статья поступила в редакцию 20.12.2024; одобрена после рецензирования 15.01.2025; принята к публикации 20.01.2025.
The article was submitted 20.12.2024; approved after reviewing 15.01.2025; accepted for publication 20.01.2024.