

Дата поступления рукописи в редакцию: 11.12.2025 г.
Дата принятия рукописи в печать: 05.01.2026 г.

DOI: 10.24412/2076-1503-2025-12-813-816

КОВАЛЕНКО Елена Геннадьевна,
кандидат юридических наук, доцент,
доцент высшей школы теории права и частного права,
Тихоокеанский государственный университет,
e-mail: kovalenko_pravo@mail.ru

СРЕДСТВА ИНДИВИДУАЛИЗАЦИИ ЖИЛЫХ КОМПЛЕКСОВ

Аннотация. Автор исследует широко применяемые на практике средства индивидуализации жилых комплексов в форме словесных обозначений. На основе анализа присвоения названий жилым комплексам, строительство которых производится на территории города Хабаровска, выявлено использование как уникальных, так и общераспространенных названий жилых комплексов, которые преимущественно являются русскоязычными. Коммерческие обозначения жилых комплексов в Хабаровске с указанием бренда девелопера используются редко. Иностранные названия составляют незначительную часть названий жилых комплексов. Установлено, что оформление товарных знаков на уникальные названия жилых комплексов не распространено. Анализируются изменения законодательства об ограничении использования иностранных названий жилых комплексов, вступающие в силу с 1 марта 2026 года. Выявлен пробел законодательства – отсутствие в Международной классификации товаров и услуг для регистрации товарных знаков класса товара соответствующего названию жилого комплекса, что вызывает трудности при указании в заявке на получение товарного знака соответствующего жилого комплекса. Обосновывается необходимость включения такого класса товара как жилой комплекс в Международную классификацию товаров и услуг для регистрации товарных знаков.

Ключевые слова: жилой комплекс; название жилого комплекса; выбор квартиры; расположение жилого комплекса; девелопер; застройщик; средство индивидуализации; уникальность названия жилого комплекса; название жилого комплекса на иностранном языке; товарный знак; Международная классификация товаров.

KOVALENKO Elena Gennadievna,
Candidate of Law, Associate Professor,
Associate Professor of the Higher School
of Theory of Law and Private Law,
Pacific State University

INDIVIDUALIZATION OF RESIDENTIAL COMPLEXES

Annotation. The author examines the means of individualization of residential complexes in the form of verbal designations that are widely used in practice. Based on an analysis of the practice of naming residential complexes that are being built in the city of Khabarovsk, it was revealed that both unique and common names for residential complexes are used, with the majority of them being in Russian. Commercial names for residential complexes in Khabarovsk with the brand name of the developer are rarely used. Foreign names make up a small portion of the names of residential complexes. It was found that the registration of trademarks for unique names of residential complexes is not common. Changes in legislation on the restriction of the use of foreign names of residential complexes, which come into force on March 1, 2026 are being analyzed. A legislative gap has been identified: the absence of a product class corresponding to the name of a residential complex in the International Classification of Goods and Services for the registration of trademarks.

Key words: residential complex; name of the residential complex; apartment selection; location of the residential complex; developer; construction company; means of individualization; uniqueness of the name of the residential complex; name of the residential complex in a foreign language; trademark; International Classification of Goods.

На современном этапе рынок недвижимости при продвижении такого товара как жилая недвижимость активно использует названия жилых комплексов для их индивидуализации. В настоящий момент научные публикации о названиях жилых комплексов затрагивают вопросы лингвистики, рекламы, маркетинга [1], исследования товарных знаков, рассматривают их правовое регулирование, эффективность или неправомерность их использования [2, 3, 4]. Серьезных научных работ, посвященных правовой характеристике индивидуализации жилых комплексов путем получения товарного знака, опубликовано не было, в связи с этим представленная статья является своевременной и актуальной. Перспектива проведенного исследования также обусловлена изменением законодательства, в соответствии с которым с 1 марта 2026 года в рекламе объектов капитального строительства в названиях жилых комплексов должны использоваться не иностранные слова, а кириллица.

Целью исследования является анализ индивидуализации жилых комплексов в форме словесных обозначений.

В статье использованы методы понятийно-правовой, эмпирический, сравнительно-правовой, формально-юридический и диалектический, логический, структурно-функционального анализа, а также метод догматического толкования (грамматическое, логическое толкование).

На рынке недвижимости девелоперами и застройщиками с целью повышения продаж и индивидуализации своих объектов используются названия жилых комплексов, которые должны вызвать интерес у покупателей, служить мотиватором ассоциаций с качеством, уникальностью, комфортом предлагаемого жилья. Проведенный автором анализ 90 названий жилых комплексов, как строящихся, так и сданных в эксплуатацию в городе Хабаровске показал, что для индивидуализации объектов используются в основном словесные обозначения на русском языке. Тенденция преобладания использования словесных обозначений в названиях жилых комплексов города Хабаровска, которые можно регистрировать как товарные знаки и непопулярность комбинированных обозначений с визуальной (изобразительной) частью или логотипом в целом соответствует практике идентификации жилых комплексов в других городах [5, 6].

Самыми популярными в городе Хабаровске являются названия, связанные с природной тематикой – жилые комплексы «Атмосфера», «Вишневый сад», «Живописный сад», «Клевер», «Садовый квартал», «Восточный ветер», «Северное сияние», «Северный парк» и другие. Такие назва-

ния составляют 31% от общего количества используемых застройщиками названий жилых комплексов. Указанные названия ассоциируются у покупателей с тихим и озелененным пространством, удаленностью от промышленных предприятий, перегруженных автомагистралей, хотя на практике такое восприятие не всегда совпадает с реальным расположением жилых комплексов.

На втором месте по популярности – 23% от общего количества используемых застройщиками названий жилых комплексов применяются названия с привязкой к определенным районам города или природно-ландшафтным объектам. Для покупателей, которым важна связь с конкретным районом или местом города Хабаровска такое название позволяет четко понимать локацию жилого комплекса. К таким названиям жилых комплексов можно отнести «Город 4212», «Амурский квартал», «Ю-Сити», «Новый Южный», «Южный квартал», «Восход», «Иртышский», «Воронежский бульвар», «Депо», «Победа», «Слободская» и другие. Место строительства жилых комплексов в районах известных улиц, бульваров и иных объектов города позволяет привлечь покупателей, представляющих особенности городского пространства: ландшафтную концепцию, транспортную доступность, деловую и социальную инфраструктуру.

Использование застройщиками, девелоперами фамилий известных людей в названиях жилых комплексов составляет 10% от общего количества названий. Это такие жилые комплексы как «Сердце Бонивура», «Держнев», «Беринг», «Беринг. Открытия», и жилые дома «Беринг. Просторы», «Даниловский», «Чехов» и другие. 4% от общего количества используемых застройщиками названий жилых комплексов используют неологизмы «Экополис», «Амурус», «Эколенд», «Ориент». Как и большинство подходов к индивидуализации такие названия связаны с ассоциациями современного жилья.

Следует обратить внимание на визуальное изображение жилого комплекса, размещаемого в рекламных продуктах. Покупатель видит цветовое оформление, материал и технологии строительства. Застройщик, девелопер обязаны размещать изображение жилого комплекса, а также придомовой территории в рамках установленной границы определенного земельного участка, выделенного для строительства жилого комплекса в соответствии с проектным решением. Так, жилой комплекс «Водопад», предусматривает центральное фойе с зоной релаксации и водопадом, а жилой комплекс «Дом у озера» описывает благоустроенный двор с выходом к озеру. Важно оценивать не только архитектурный стиль, но и как строящийся объект вписывается в окружающую среду.

Индивидуальность жилого комплекса тесно связана с его месторасположением. На законодательном уровне не закреплена обязанность застройщика, девелопера в рекламе изображать реальное окружение, находящееся за пределами придомовой территории жилого комплекса. Например, жилой комплекс «ONYX» расположен вблизи городской подстанции центральных электрических сетей Хабаровска, что может повлиять на выбор покупателем квартиры для приобретения. Застройщик не нарушает законодательство, делая акцент в рекламе на комфортность и современность квартир и не указывая непривлекательные особенности расположения жилого комплекса. При выборе для покупки квартиры в жилом комплексе покупатель для получения реальной окружающей обстановки должен самостоятельно получать недостающую информацию.

Название жилого комплекса не обязательно регистрировать как товарный знак, имеющий уникальность, поэтому застройщики в городе Хабаровске используют названия жилых комплексов, которые не являются уникальными и уже использовались в названиях жилых комплексов, построенных других городах, например «Адмирал», «Апельсин», «Изумрудный», «Чемпион», «Дом у озера» и другие. Наряду с распространенными названиями жилых комплексов установлено, что определенной уникальностью обладают названия жилых комплексов «Сердце Бонивура», «Ход конем», «Амурус», «Самородный квартал» и другие.

Указание коммерческого обозначения, бренда застройщика в названии жилых комплексов и жилых домов в Хабаровске не получило широкого распространения. Таким средством индивидуализации пользуется в частности девелопер «Мекос», названия жилых комплексов которого звучат так «Мекос на Матросской», «Мекос на Полярной», жилой дом «Мекос на Каменного-рской».

Использование названий жилых комплексов тесно связано с регулированием рекламной деятельности, деятельности в сфере долевого строительства, законодательством о защите прав потребителей. В связи с изменением законодательства Российской Федерации информация для публичного ознакомления потребителей на вывесках, указателях, в рекламе должна быть выполнена на русском языке. В частности статья 2 Федерального закона от 30 декабря 2004 года № 214-ФЗ «Об участии в долевом строительстве многоквартирных домов и иных объектов недвижимости и о внесении изменений в некоторые законодательные акты Российской Федерации» дополнена пунктом 7, в котором закреплено, что наименование объекта (группы объектов) капи-

тального строительства, наименование малоэтажного жилого комплекса – коммерческие обозначения, индивидуализирующие объект (группу объектов) капитального строительства, малоэтажный жилой комплекс, рекламируемые и продаваемые застройщиком должны быть выполнены только с использованием кириллицы.

На практике застройщики используют иностранные названия жилых комплексов, однако изменение законодательства не окажет ощутимого влияния на рынок недвижимости в Хабаровске, так как иностранные названия жилых комплексов используются редко. В городе Хабаровске около 10% жилых комплексов имеют иностранные названия – «CRISTAL», «Stories», «GREEN», «GREEN 2», «ONYX», «ONYX BLACK», «Riverday New».

Названия жилых комплексов можно зарегистрировать как товарные знаки, но оформление товарных знаков на уникальные названия жилых комплексов в Хабаровске не распространено. Вводимые ограничения использования иностранных слов в названии жилых комплексов не распространяются на фирменные наименования и товарные знаки. Следовательно, зарегистрированные как товарный знак названия жилых комплексов с использованием иностранных слов могут применяться и после вступления в силу указанных изменений законодательства.

Общий подход к государственной регистрации товарных знаков закреплён в статье 1480 Гражданского кодекса РФ. Кроме этого при регистрации товарных знаков применяется Международная классификация товаров и услуг для регистрации товарных знаков (далее МКТУ). В МКТУ имеется перечень классов товаров и услуг, которые нужно указывать при оформлении заявки на получение товарного знака, но отсутствуют позиции «название жилого комплекса» и (или) «жилой комплекс».

В связи с пробелом законодательства возникают трудности с подбором класса МКТУ для получения товарного знака на название жилого комплекса. Жилой комплекс в коммерческом обороте является объектом недвижимости, то есть товаром, результатом строительства, но в перечне классов МКТУ такого товара нет. На практике из раздела МКТУ товары наиболее близким является класс 19 строительные материалы. Раздел услуги следует признать менее подходящим для получения товарного знака на название жилого комплекса, но ввиду отсутствия в разделе товары необходимого класса приходится использовать раздел услуги. Из раздела услуги можно выделить класс 35, включающий рекламу и управление бизнесом, класс 36 – аренду недвижимости и операции с недвижимостью, класс 37 – строительные

услуги и ремонт, класс 42 – архитектура; инжиниринг; городское планирование; разработка планов в области строительства.

Исследованием установлено, что регистрация названия жилого комплекса в качестве товарного знака является перспективным механизмом защиты прав девелоперов и застройщиков. Обозначенная в статье проблема отсутствия в МКТУ класса товара соответствующего названию жилого комплекса волнует многих девелоперов и застройщиков. Для устранения пробела правового регулирования предлагается включить в МКТУ в раздел товары новый класс товара 19.1 «жилой комплекс».

Список литературы:

[1] Горяев С. О., Разумов Р. В. Названия жилых комплексов : между урбанонимами и рекламными именами // Научный диалог. 2018. № 9. С. 76-97.

[2] Ворожевич А. С., Гринь О. С., Корнеев В. А. и др. Право интеллектуальной собственности: учебник / под общ. ред. Л. А. Новоселовой. М.: Статут, 2018. Т. 3: Средства индивидуализации. 432 с.

[3] Кузнецова Ю. В., Пликс К. С. Товарный знак как инструмент повышения экономической эффективности деятельности предприятия в эпоху цифровой экономики // Актуальные проблемы экономики и управления. 2022. № 1 (11). С. 420-425.

[4] Яковлев Ю. Ю. Компенсация как вид ответственности за незаконное использование товарных знаков. Примеры компенсации при защите наименований жилых комплексов // Арбитражные споры. 2022. № 1 (101). С. 5-13.

[5] Барышникова Г. В., Гуляева Е. В. Номинация жилых комплексов г. Волгограда как маклер идентичности города // Диалог культур – культура диалога в многонациональном городском пространстве : материалы Четвертой международной

научно-практической конференции. – Москва : ООО «Языки народов мира», 2024. С. 334-340.

[6] Миннахметова Д. Р. Брендинг новых жилых комплексов города Казань // Управление экономикой, системами, процессами : сборник статей VIII Международной научно-практической конференции. – Пенза : Пензенский государственный аграрный университет, 2024. С. 328-330.

References:

[1] Goryaev S.O., Razumov R.V. Names of residential complexes: between urbanonyms and advertising names//Scientific dialogue. 2018. № 9. S. 76-97.

[2] Vorozhevich A.S., Grin O.S., Korneev V.A., et al. Intellectual property law: textbook/under the general. ed. L. A. Novoselova. M.: Statute, 2018. T. 3: Means of individualization. 432 p.

[3] Kuznetsova Yu. V., Plix K. S. Trademark as a tool to increase the economic efficiency of an enterprise in the era of the digital economy//Actual problems of economics and management. 2022. № 1 (11). S. 420-425.

[4] Yakovlev Yu. Yu. Compensation as a type of liability for illegal use of trademarks. Examples of compensation when protecting the names of residential complexes//Arbitration disputes. 2022. № 1 (101). S. 5-13.

[5] Baryshnikova G.V., Gulyaeva E.V. Nomination of residential complexes in Volgograd as a broker of city identity//Dialogue of cultures - culture of dialogue in a multinational urban space: materials of the Fourth International Scientific and Practical Conference. - Moscow: Languages of the Peoples of the World LLC, 2024. S. 334-340.

[6] Minnakhmetova D. R. Branding of new residential complexes of the city of Kazan//Management of the economy, systems, processes: collection of articles of the VIII International Scientific and Practical Conference. - Penza: Penza State Agrarian University, 2024. P. 328-330

