

**М. А. ТРУШКО**

## **ФИРМЕННОЕ НАИМЕНОВАНИЕ: ПОНЯТИЕ, ПРИЗНАКИ И ФУНКЦИИ**

Статья посвящена исследованию правового регулирования общественных отношений, связанных с охраной фирменного наименования коммерческой организации. Определены правовая природа и субъект исключительного права на фирменное наименование, дана дефиниция понятия «фирменное наименование». Исследована структура фирменного наименования и выделены его функции. Проанализированы нормы законодательства, определяющего порядок согласования наименования юридического лица, которое будет охраняться в качестве фирменного наименования, внесены предложения по совершенствованию законодательства в исследуемой области.

**Ключевые слова:** фирменное наименование; интеллектуальная собственность; средства индивидуализации; бренд; товарный знак.

**УДК 347.774**

Действующее законодательство (нормы Гражданского кодекса Республики Беларусь (ГК) называют фирменные наименования в качестве объекта гражданских прав, относя их к числу *объектов интеллектуальной собственности*, а именно: охраняемых средств индивидуализации участников гражданского оборота, товаров, работ или услуг (ст. 1013–1016 ГК) [1].

Однако нерешенной в настоящее время проблемой национального законодательства о фирменных наименованиях является отсутствие легально закрепленного определения понятия «фирменное наименование». Также можно отметить, что и гл. 67 ГК, регулирующая средства индивидуализации участников гражданского оборота, товаров, работ или услуг, содержит лишь общие нормы, касающиеся правового режима фирменного наименования, углубляясь в вопросы осуществления прав в отношении фирменного наименования. В связи с этим на практике возникает множество вопросов в отношении данного средства индивидуализации.

Целью настоящей статьи является исследование правового регулирования общественных отношений, связанных с охраной фирменного наименования.

Для достижения поставленной цели предполагается решение следующих исследовательских задач: определение понятия и субъекта права на фирменное наименование; уяснение правовой природы фирменного наименования; исследование структуры фирменного наименования и его функций; анализ норм законодательства, определяющего порядок согласования наименования юридического лица, которое будет охраняться в качестве фирменного наименования.

Норма п. 1 ст. 50 ГК содержит общее требование в отношении любого юридического лица иметь свое наименование, содержащее указание на его организационно-правовую форму. В отношении наименований некоммерческих организаций и унитарных предприятий, а в предусмотренных законодательными актами случаях — и иных коммерческих организаций предусмотрена обязанность содержать указание на характер деятельности юридического лица [1].

*Мария Анатольевна ТРУШКО (mariacato@mail.ru), аспирантка кафедры гражданско-правовых дисциплин Белорусского государственного экономического университета (г. Минск, Беларусь).*

В связи с тем, что до настоящего времени законодателем четко не определено понятие фирменного наименования, а нормы ст. 1013 — 1016 ГК прямо не указывают на субъект исключительного права на фирменное наименование, на практике возникает вопрос о субъекте права на фирменное наименование.

Исходя из норм, содержащихся в действующем Гражданском кодексе, фирменное наименование указывается в качестве обязательной принадлежности таким юридическим лицам, как полное товарищество (п. 3 ст. 66 ГК), командитное товарищество (п. 4 ст. 81 ГК), общество с ограниченной ответственностью (п. 2 ст. 86 ГК), общество с дополнительной ответственностью (п. 2 ст. 94 ГК), акционерное общество (п. 2 ст. 96 ГК), производственный кооператив (п. 2 ст. 107 ГК), унитарное и дочернее предприятие (п. 3 ст. 113 ГК), казенное предприятие (п. 3 ст. 115 ГК) [1], т. е. только коммерческим организациям.

Исходя из этого можно сделать вывод, что прав Г. Ф. Шершеневич, который отмечал: «...фирменным наименованием индивидуализируется такой субъект гражданских правоотношений, как юридическое лицо. Однако не всякое юридическое лицо может стать субъектом исключительного права на фирменное наименование, а только то, которое является коммерческой организацией» [2].

На основании сказанного можно дать следующее определение понятия «*фирменное наименование*» — это наименование юридического лица, являющегося коммерческой организацией, служащее для его индивидуализации, под которым оно выступает в гражданском обороте.

Вместе с отсутствием в законодательстве легального определения понятия «фирменное наименование» законодатель также не отвечает на вопрос: что же должно охраняться в качестве фирменного наименования: полное наименование, содержащее обязательное указание на организационно-правовую форму лица, либо только специальное — индивидуализирующее юридическое лицо часть, содержащуюся в кавычках? Путаницу также вызывает и расхождение мнений в юридической литературе по поводу непосредственно структуры фирменного наименования, в которой обычно выделяют несколько элементов (два или три): корпус фирмы, специальное наименование и дополнение (добавление).

Корпус фирмы — обязательная часть фирменного наименования, в которой указывается организационно-правовая форма юридического лица (ООО, УП и т.д.).

Специальное наименование (основа) — собственно «имя» юридического лица (обычно закавычивается), т. е. основной элемент фирмы, поэтому было бы ошибкой называть его вспомогательной частью, как иногда встречается в литературе. Может включать фамилии учредителей (ЧП «Котович»), указание на сферу деятельности (ООО «Свежая выпечка»), географический пункт (ЗАО «Лидские краски»), абстрактный предмет (явление) окружающего мира (ОДО «Зарница») или искусственно созданное слово («Лукойл»), в том числе аббревиатуру или составное слово (ГП «Белстройснабсбытэкспорт»); может выражаться как одним, так и несколькими словами. Наличие специального наименования у коммерческих организаций (в отличие от некоммерческих) обязательно.

Дополнение — в отличие от первых двух элементов для большинства юридических лиц не обязательно. Например, ООО «Аудиторская компания «Сkonto» (ООО — корпус, «Сkonto» — основа, дополнение — «аудиторская компания»). Но для банков (ст. 74 Банковского кодекса Республики Беларусь) [3], управляющих компаний холдинга (Указ Президента Республики Беларусь от 28 декабря 2009 г. № 660 «О некоторых вопросах создания и деятельности холдингов в Республике Беларусь») [4], фондовых бирж (ст. 37

Закона Республики Беларусь от 5 января 2015 г. № 231-З «О рынке ценных бумаг») [5] такое дополнение с указанием сферы (предмета) деятельности обязательно, всем иным лицам запрещено использовать подобные дополнения (ст. 12 Закона Республики Беларусь от 5 января 2009 г. № 10-З «О товарных биржах») [6].

Фирменные наименования имеют двойственную природу: их можно рассматривать не только как объект интеллектуальной (промышленной) собственности, но и как личное неимущественное право. В качестве личного неимущественного права фирменное наименование принадлежит юридическому лицу наподобие имени, принадлежащего гражданину. Однако в связи с тем, что личные неимущественные права в Республике Беларусь полностью изъяты из гражданского оборота, речь здесь может идти лишь о некоем подобии на данную категорию прав. Таким образом, в первом качестве фирменные наименования подлежат не только охране согласно нормам гражданского права (ст. 139 ГК), но и соответствующему регулированию (ст. 996 ГК). Во втором — только защите (ст. 151 — 153 ГК).

С экономической же точки зрения фирменное наименование является личным неимущественным правом, не имеющим стоимости до тех пор, пока не «раскручено», т. е. не вызывает положительной ассоциации с товаром (услугой). Лишь после этого оно может представлять коммерческую ценность, другими словами, становится объектом интеллектуальной собственности, брендом, являющимся предметом имущественных сделок. Бренд — понятие не юридическое, а маркетинговое, включающее как имя, так и образ производителя. С правовой точки зрения может включать в себя как само обозначение — объект интеллектуальной собственности (фирменное наименование, товарный знак), так и связанную с ним ассоциацию (деловую репутацию и т. п.).

Исходя из этого двумя основными функциями фирменного наименования являются: *идентификационная* — отличие одного юридического лица от другого; *маркетинговая* — реклама и продвижение товара (услуги).

Первая проявляется с момента государственной регистрации, вторая — когда юридическое лицо зарекомендовало себя на рынке. Впрочем, различные приемы недобросовестной коммерческой практики («мимикрия» под раскрученный бренд), а также вполне законные методы (договор комплексной предпринимательской лицензии (франчайзинга) позволяют сразу включить весь маркетинговый ресурс фирменного наименования [7, с. 11 — 13].

Фирменное наименование юридического лица определяется учредителями при его образовании, указывается в учредительных документах и подлежит регистрации путем включения в Единый государственный реестр юридических лиц и индивидуальных предпринимателей (далее — ЕГР), открытый для всеобщего ознакомления. Выбранное учредителями коммерческой организации наименование подлежит обязательному предварительному согласованию с органами Министерства юстиции Республики Беларусь. Перечень оснований, по которым может быть отказано в согласовании наименования, определен в Положении о порядке согласования наименований коммерческих и некоммерческих организаций, утвержденном постановлением Совета Министров Республики Беларусь от 5 февраля 2009 г. № 154 [8], а также в постановлении Министерства юстиции Республики Беларусь от 5 марта 2009 г. № 20 [9].

Индивидуализация коммерческих организаций необходима для решения следующих задач: обеспечение ясности и устойчивости торгового оборота; осуществление государственного надзора за деятельностью субъектов предпринимательства; развитие торгового оборота в целом.

Исходя из названных задач фирменное наименование должно четко отличать одну коммерческую организацию от другой, а для этого данное наиме-

нование должно отвечать законодательно установленным требованиям к его структуре и содержанию [10, с. 433].

Так, в соответствии со ст. 1013—1016 ГК Республики Беларусь юридическое лицо имеет исключительное право использовать фирменное наименование на товарах, их упаковке, в рекламе, вывесках, проспектах, счетах, печатных изданиях, официальных бланках и иной документации, связанной с его деятельностью, а также при демонстрации товаров на выставках и ярмарках, проводимых на территории Республики Беларусь [1]. Также п. 5 ст. 8 закона Республики Беларусь от 13 апреля 1995 г. № 3725-ХІІ «О патентах на сорта растений» разрешается объединять фирменное наименование с зарегистрированным наименованием сорта растений, чтобы ввести последний в гражданский оборот, не нарушая при этом права на средства индивидуализации других лиц [11]. Аналогичным образом фирменное наименование производителя может включаться в торговое название лекарственного средства (обычно, если не патентуется в качестве товарного знака) и т. п.

Фирменное наименование юридического лица определяется при утверждении его устава и подлежит регистрации путем включения в ЕГР. Не может быть зарегистрировано фирменное наименование юридического лица, похожее на уже зарегистрированное настолько, что это может привести к отождествлению соответствующих юридических лиц. Фирменное наименование юридического лица может быть использовано в принадлежащем ему товарном знаке. На территории Республики Беларусь действует исключительное право на наименование, зарегистрированное в Республике Беларусь в качестве обозначения юридического лица. На наименование, зарегистрированное или общепризнанное в иностранном государстве, исключительное право на территории Республики Беларусь действует в случаях, предусмотренных законодательством. Действие права на фирменное наименование прекращается с ликвидацией юридического лица или с изменением его фирменного наименования. Отчуждение и переход права на фирменное наименование юридического лица не допускается, кроме случаев реорганизации юридического лица или отчуждения предприятия в целом. Обладатель права на фирменное наименование может разрешить другому лицу использовать свое наименование (выдать лицензию). Однако при этом в лицензионном договоре должны быть обусловлены меры, исключающие введение потребителя в заблуждение [12].

Законодатель не вводит каких-либо дополнительных требований для государственной регистрации фирменного наименования юридического лица по сравнению с государственной регистрацией самого юридического лица, т. е. исходя из одномоментности и того и другого процесса считается, что государственная регистрация фирменного наименования осуществляется без видимых требований и документов, хотя требования законодателя к государственной регистрации юридического лица являются одновременно и требованиями для государственной регистрации его наименования [13].

Непосредственно сама процедура согласования наименований регулируется Положением о порядке согласования наименований коммерческих и некоммерческих организаций, утвержденным постановлением Совета Министров Республики Беларусь от 5 февраля 2009 г. № 154, в котором определены требования и документы, необходимые для указанного согласования [8].

Вопросы использования слов «национальный» и «белорусский» в наименованиях юридических лиц и средств массовой информации дополнительно регулируются Указом Президента Республики Беларусь от 8 сентября 2005 г. № 425 [14].

Применительно к унитарному предприятию следует отметить, что термин «фирменное наименование унитарного предприятия» одновременно может пониматься и как наименование (полное наименование) унитарного предприятия,

т. е. включать все элементы наименования, и как исключительно специальное наименование, отличающее одно унитарное предприятие от другого. Отсюда можно сделать вывод, что понятие «фирменное наименование» в белорусском праве тождественно понятию «наименование», а не «специальное наименование». Единственное их различие состоит в том, что понятие «фирменное наименование» относится исключительно к коммерческим организациям, а «наименование» — к любым видам юридических лиц, в том числе и к некоммерческим организациям [15, с. 36].

К числу признаков, характеризующих фирменное наименование, относится и возможность включения в фирменное наименование иноязычных заимствований в русской или белорусской транскрипции. Исключение составляют термины и аббревиатуры, отражающие организационно-правовую форму юридического лица, например, такие как «company», «limited», «Ltd» и др. [10, с. 434].

Исходя из изложенного наименование коммерческой организации в соответствии с положениями Гражданского кодекса должно иметь две составляющие, а именно: в нем должно содержаться указание на организационно-правовую форму, например, открытое акционерное общество, а также специальное наименование, позволяющее отличить одну коммерческую организацию от другой [12].

Анализируя приведенные выше положения, необходимо отметить, что законодатель не допускает тождественности в наименованиях юридических лиц Республики Беларусь, в случае если они никоим образом не связаны друг с другом. При этом нельзя не отметить, что не всегда можно объективно указать на то, насколько использование схожих, но не тождественных слов в наименовании юридических лиц может привести к их смешению или отождествлению в имущественном обороте. Однозначно ответить на данный вопрос нельзя, так как на этапе создания юридического лица отсутствует еще один критерий, связанный с возможной конкуренцией указанных субъектов, т. е. будут ли они производить тождественные и (или) аналогичные товары, работы, услуги. Соответственно у государственного органа, согласующего наименование юридических лиц, а впоследствии и у суда может быть разный подход к данным отношениям. В законодательстве надо закрепить объективный критерий, необходимый для решения указанного вопроса. Таким критерием, на наш взгляд, может быть введение проверки регистрируемого фирменного наименования с уже зарегистрированными в соответствии с кодом выпускаемой таким юридическим лицом продукции по виду экономической деятельности.

Также необходимо отметить, что действующее законодательство определяет правила построения фирменных наименований для отдельных видов коммерческих организаций без деления их структуры на составляющие. Кроме того, законодатель оперирует целым рядом понятий, не придерживаясь каких-либо общих правил построения фирменного наименования. Нормативное звучание обрели понятия «полное наименование юридического лица», «сокращенное наименование юридического лица», «фирменное наименование», «наименование на иностранном языке», «название организации». Такой подход к средству индивидуализации субъектов предпринимательской деятельности запутывает последних, создает дополнительные трудности и в конечном счете препятствует нормальному развитию рыночных отношений.

**Закключение.** Результаты исследования позволяют сформулировать следующие выводы:

– субъектом исключительного права на фирменное наименование является коммерческая организация;

- под «фирменным наименованием» следует понимать наименование юридического лица, являющегося коммерческой организацией, служащее для его индивидуализации, под которым оно выступает в гражданском обороте;
- фирменное наименование должно содержать две составляющие: указание на организационно-правовую форму и специальное наименование, содержащееся в кавычках;
- индивидуализация коммерческой организации является основной функцией фирменного наименования;
- в гражданском законодательстве, регулирующем фирменные наименования, наряду с понятием фирменного наименования должны получить закрепление принципы построения фирменного наименования и единые требования к его структуре.

### Литература и электронные публикации в Интернете

1. Гражданский кодекс Республики Беларусь [Электронный ресурс] : Кодекс Респ. Беларусь, 7 дек. 1998 г., № 218-З : в ред. Закона Респ. Беларусь от 18.12.2019 г. № 277-З // КонсультантПлюс. Беларусь / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2021.
2. *Шершеневич, Г. Ф.* Торговое право. Введение. Торговые деятели [Электронный ресурс] / Г. Ф. Шершеневич. – 1908. – Режим доступа: <http://www.allpravo.ru/library/doc1785p0/instrum1786/>. – Дата доступа: 01.03.2021.
3. *Shershenevich, G. F.* Torgovoe pravo. Vvedenie. Torgovye dejateli [Commercial law. Introduction. Trade figures] [Jelektronnyj resurs] / G. F. Shershenevich. – 1908. – Rezhim dostupa: <http://www.allpravo.ru/library/doc1785p0/instrum1786/>. – Data dostupa: 01.03.2021.
3. Банковский кодекс Республики Беларусь [Электронный ресурс] : Кодекс Респ. Беларусь, 25 окт. 2000 г., № 441-З : в ред. Закона Респ. Беларусь от 17.07.2018 г. № 133-З // КонсультантПлюс. Беларусь / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2021.
4. О некоторых вопросах создания и деятельности холдингов в Республике Беларусь [Электронный ресурс] : Указ Президента Респ. Беларусь, 28 дек. 2009 г., № 660 : в ред. Указа Президента Респ. Беларусь от 20.06.2014 г. № 287 // КонсультантПлюс. Беларусь / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2021.
5. О рынке ценных бумаг [Электронный ресурс] : Закон Респ. Беларусь, 5 янв. 2015 г. № 231-З : в ред. Закона Респ. Беларусь от 17.07.2017 г. № 52-З // ЭТАЛОН. Законодательство Республики Беларусь / Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2021.
6. О товарных биржах [Электронный ресурс] : Закон Респ. Беларусь, 5 янв. 2009 г., № 10-З : в ред. Закона Респ. Беларусь от 08.07.2015 г. № 284-З // ЭТАЛОН. Законодательство Республики Беларусь / Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2021.
7. *Овсейко, С. В.* Фирменное наименование юридического лица: понятие, использование и регистрация / С. В. Овсейко // *Налоги Беларуси*. – 2015. – № 8. – С. 11–16.
8. *Ovsejko, S. V.* Firmennoe naimenovanie juridicheskogo lica : ponjatie, ispol'zovanie i registracija [Trade name of a legal entity: concept, use and registration] / S. V. Ovsejko // *Nalogi Belarusi*. – 2015. – N 8. – P. 11–16.
8. Об утверждении положения о порядке согласования наименований коммерческих и некоммерческих организаций [Электронный ресурс] : постановление Совета Министров Респ. Беларусь, 5 февр. 2009 г., № 154 : в ред. постановления Совета Министров Респ. Беларусь от 18.08.2014 г. : с изм., внес. постановлением Совета Министров Респ. Беларусь от 22.05.2020 г. // КонсультантПлюс. Беларусь / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2021.

9. О согласовании наименований юридических лиц [Электронный ресурс] : постановление М-ва юстиции Респ. Беларусь, 5 марта 2009 г., № 20 : в ред. постановления М-ва юстиции Респ. Беларусь от 18.06.2020 г. // КонсультантПлюс. Беларусь / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. — Минск, 2021.

10. Право интеллектуальной собственности : учеб. / И. А. Близнац, Э. П. Гаврилов, О. В. Добрынин [и др.] ; под ред. И. А. Близнаца. — М. : Проспект, 2011. — 960 с.

Pravo intelektual'noj sobstvennosti [Intellectual Property Law] : ucheb. / I. A. Bliznec, Je. P. Gavrilov, O. V. Dobrynin [i dr.] ; pod red. I. A. Blizneca. — M. : Prospekt, 2011. — 960 p.

11. О патентах на сорта растений [Электронный ресурс] : Закон Респ. Беларусь, 13 апр. 1995 г., № 3725-ХП : в ред. Закона Респ. Беларусь от 18.12.2019 г. № 275-З // ЭТАЛОН. Законодательство Республики Беларусь / Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. — Минск, 2021.

12. Функ, Я. И. Проблемы наименования юридических лиц в правовой системе Республики Беларусь (на примере акционерного общества) [Электронный ресурс] / Я. И. Функ // КонсультантПлюс. Беларусь / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. — Минск, 2021.

*Funk, Ja. I. Problemy naimenovanija juridicheskich lic v pravovoj sisteme Respubliki Belarus' (na primere akcionernogo obshhestva) [Problems of the naming legal entities in the legal system of the Republic of Belarus (on the example of a joint-stock company)] [Jelektronnyj resurs] / Ja. I. Funk // Konsul'tantPljus. Belarus' / ООО «JurSpektr», Nac. centr pravovoj inform. Resp. Belarus'. — Minsk, 2021.*

13. Функ, Я. И. Наименование акционерного общества [Электронный ресурс] / Я. И. Функ // КонсультантПлюс. Беларусь / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. — Минск, 2021.

*Funk, Ja. I. Naimenovanie akcionernogo obshhestva [Name of the joint-stock company] [Jelektronnyj resurs] / Ja. I. Funk // Konsul'tantPljus. Belarus' / ООО «JurSpektr», Nac. centr pravovoj inform. Resp. Belarus'. — Minsk, 2021.*

14. О дополнительных мерах по упорядочению использования слов «национальный» и «белорусский» [Электронный ресурс] : Указ Президента Респ. Беларусь, 31 мая 2005 г., № 247 : в ред. Указа Президента Респ. Беларусь от 14.03. 2017 г. // КонсультантПлюс. Беларусь / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. — Минск, 2021.

15. Функ, Я. И. Об изменении наименования частного унитарного предприятия / Я. И. Функ // Промышленно-торговое право. — 2013. — № 3. — С. 31–36.

*Funk, Ja. I. Ob izmenenii naimenovanija chastnogo unitarnogo predpriyatija [On changing the name of a private unitary enterprise] / Ja. I. Funk // Promyshlennno-torgovoe pravo. — 2013. — N 3. — P. 31–36.*

---

**MARIYA TRUSHKO**

---

***THE TRADE NAME: CONCEPT,  
FEATURES AND FUNCTIONS***

---

**Author affiliation.** *Mariya TRUSHKO (mariacato@mail.ru), Belarus State Economic University (Minsk, Belarus).*

**Abstract.** The article focuses on the legal regulation of public relations connected with the protection of the trade name of a commercial organization. The legal nature and the subject of the exclusive right to a trade name are determined; the concept of a trade name is defined. The structure of the trade name is examined, and its functions are revealed. The analysis is carried out of the norms of legislation determining the procedure

of coordination of the name of a legal entity, which will be protected as a trade name. Proposals are made to improve the legislation in the field under study.

**Keywords:** trade name; intellectual property; means of individualization; brand; trademark.

UDC 347.774

---

---

*Статья поступила  
в редакцию 29. 03. 2021 г.*

**А. А. ЧУЧВАЛ**

---

## **ПОНЯТИЕ И ОСОБЕННОСТИ ПРАВОВОГО СТАТУСА РЕБЕНКА**

---

Обеспечение и защита прав и законных интересов ребенка, в первую очередь гарантированных законодательством Республики Беларусь, представляет собой одну из актуальных правовых проблем. Выбор темы обусловлен необходимостью всестороннего и комплексного теоретического исследования правового статуса ребенка в Беларуси. В статье проанализировано понятие «правовой статус ребенка», а также его соотношение с общим правовым статусом личности. Рассмотрены особенности правового статуса детей в зависимости от критериев, характерных для данной правовой категории, таких как возраст, наличие или отсутствие семьи, состояние здоровья. Проведенное исследование позволяет утверждать, что правовой статус несовершеннолетнего является правовым институтом, включающим систему норм, регламентирующих права, свободы и обязанности человека с рождения до достижения совершеннолетнего возраста.

**Ключевые слова:** правовой статус несовершеннолетнего; ребенок; дети; малолетние; несовершеннолетние.

УДК 347.92

---

---

**Введение.** Правовой статус человека и гражданина представляет собой объем прав, свобод и обязанностей, которыми наделяется человек как субъект правоотношений, возникающих в процессе реализации норм всех отраслей права. Совокупность прав ребенка является неотъемлемой частью общего объема прав человека. От того, насколько эффективно в государстве обеспечивается реализация прав несовершеннолетних, зависят полноценное развитие общества и становление будущих поколений.

Совокупность прав и свобод ребенка как особого субъекта правовых отношений представляет собой специфический правовой институт, являющийся конституционной ценностью, устанавливаемой и охраняемой государством [1].

Закрепление в законодательстве прав, свобод, обязанностей ребенка и механизма их обеспечения осуществляется с учетом возраста ребенка и его

---

*Ангелина Андреевна ЧУЧВАЛ (angelina.tchuchval@yandex.by), аспирантка кафедры гражданско-правовых дисциплин Белорусского государственного экономического университета (г. Минск, Беларусь).*