

Дата поступления рукописи в редакцию: 06.05.2026 г.

DOI: 10.24412/2782-3849-2026-6-275-280

Дата принятия рукописи в печать: 25.06.2026 г.

**ХРУЛЕВА Евгения Александровна,**

магистрант, ФГБОУ ВО «Российская государственная академия интеллектуальной собственности», г. Москва,

e-mail: khruleva@inbox.ru

Научный руководитель:

**ЗОЛОТОВ Геннадий Борисович,**

ФГБОУ ВО «Российская государственная академия интеллектуальной собственности», г. Москва,

e-mail: zolotov1753@gmail.com

### **ОСОБЕННОСТИ ПРИОБРЕТЕНИЯ ИСКЛЮЧИТЕЛЬНОГО ПРАВА НА ТОВАРНЫЙ ЗНАК КРЕСТЬЯНСКИМИ (ФЕРМЕРСКИМИ) ХОЗЯЙСТВАМИ**

**Аннотация.** В статье исследуются правовые особенности приобретения прав на товарные знаки крестьянскими (фермерскими) хозяйствами (далее – КФХ) по российскому праву. Актуальность темы обусловлена возрастающим значением использования средств индивидуализации при продаже сельскохозяйственной продукции в условиях конкуренции, цифровизации торговли и развития региональных брендов. Рассматриваются гражданско-правовой статус КФХ, процедура регистрации товарного знака, специфика субъектного состава правообладателей, а также практические проблемы, возникающие при приобретении исключительного права на средство индивидуализации. Делается вывод о том, что КФХ, обладая правоспособностью участвовать в гражданском обороте, вправе приобретать права на товарные знаки при соблюдении требований законодательства, однако на практике сохраняются вопросы, связанные с выбором надлежащего правообладателя, соотношением статуса главы КФХ и самого хозяйства, а также с использованием коллективных и региональных обозначений.

**Ключевые слова:** товарный знак, крестьянское (фермерское) хозяйство, исключительное право, средства индивидуализации, Роспатент, регистрация товарного знака, сельскохозяйственная продукция, интеллектуальная собственность.

**KHRULEVA Evgeniya Alexandrovna,**

Master's student, Russian State Academy intellectual property", Moscow

Scientific supervisor:

**ZOLOTOV Gennady Borisovich,**

Russian State Academy intellectual property", Moscow

### **FEATURES OF THE ACQUISITION OF THE EXCLUSIVE RIGHT TO A TRADEMARK BY PEASANT (FARMER) FARMS**

**Annotation.** The article examines the legal features of the acquisition of trademark rights by peasant (farmer) farms (hereinafter referred to as farms) under Russian law. The relevance of the topic is due to the increasing importance of using means of individualization when selling agricultural products in a competitive environment, digitalization of trade and the development of regional brands. The article considers the civil law status of the farm, the trademark registration procedure, the specifics of the subject composition of the copyright holders, as well as practical problems that arise when acquiring the exclusive right to a means of individualization. It is concluded that farms, having the legal capacity to participate in civil turnover, have the right to acquire trademark rights in compliance with legal requirements, however, in practice, issues remain related to the choice of the appropriate copyright holder, the relationship between the status of the head of the farm and the

◇ *farm itself, as well as the use of collective and regional designations.*

◇ **Key words:** *trademark, peasant (farmer) farm, exclusive right, means of individualization, Rospatent, trademark registration, agricultural products, intellectual property.*

Современное развитие аграрного рынка требует от сельскохозяйственных производителей не только обеспечения качества продукции, но и ее эффективной индивидуализации. В условиях усиления конкуренции, роста электронной торговли, популяризации экологически чистых продуктов, а также государственной поддержки малых форм хозяйствования вопрос формирования узнаваемого бренда приобретает особую юридическую и экономическую значимость [7]. В этой связи особый интерес представляет институт товарного знака как одного из наиболее распространенных средств индивидуализации товаров.

Крестьянские (фермерские) хозяйства выступают самостоятельными участниками аграрных и гражданских правоотношений. Вместе с тем специфика их правового положения вызывает целый ряд вопросов при приобретении прав на товарные знаки. В частности, проблемным является определение лица, которое должно быть указано в качестве правообладателя: глава КФХ как индивидуальный предприниматель либо само хозяйство как форма осуществления предпринимательской деятельности. Например, 02.06.2020 года зарегистрировано исключительное право на товарный знак «TERRA ARIES», правообладателем которого стал индивидуальный предприниматель-глава КФХ [11]. На сегодняшний день под этим товарным знаком работает ООО «Терра Ариес». Компания объединяет несколько хозяйств с единым стандартом, в числе учредителей два физических лица, по данным из открытых источников активы компании на 31 декабря 2025 составили 20,7 млн. руб [12]. В любой момент может возникнуть конфликтная ситуация использования товарного знака, зарегистрированного на индивидуального предпринимателя. Дополнительные сложности связаны с оформлением прав на обозначения, содержащие географические указания, фамилии, описательные элементы, а также с разграничением товарного знака и иных средств индивидуализации.

Цель настоящей статьи – выявить правовые особенности приобретения прав на товарный знак крестьянскими (фермерскими) хозяйствами и определить основные проблемы правоприменительной практики в данной сфере.

Правовой статус крестьянского (фермерского) хозяйства определяется положениями Гражданского кодекса Российской

Федерации [2] (далее – ГК РФ) и Федерального закона от 11.06.2003 № 74-ФЗ «О крестьянском (фермерском) хозяйстве» [3]. Согласно ст. 1 указанного Закона КФХ представляет собой объединение граждан, связанных родством и (или) свойством, имеющих в общей собственности имущество и совместно осуществляющих производственную и иную хозяйственную деятельность [3].

При этом российское законодательство допускает создание КФХ как без образования юридического лица, так и в форме юридического лица в случаях, предусмотренных законом. Наиболее распространенной остается модель, при которой хозяйство действует без образования юридического лица, а его глава признается индивидуальным предпринимателем с момента государственной регистрации [3].

Вопрос о субъекте права на товарный знак имеет принципиальное значение. В соответствии со ст. 1477 ГК РФ товарный знак может служить для индивидуализации товаров юридических лиц или индивидуальных предпринимателей, но законом субъектный состав лиц, имеющих право владеть товарным знаком, не ограничен [2]. Следовательно, если КФХ действует без образования юридического лица, заявителем на регистрацию товарного знака, как правило, выступает глава КФХ, зарегистрированный в статусе индивидуального предпринимателя. Если же КФХ создано в форме юридического лица, правообладателем может быть соответствующее юридическое лицо.

Таким образом, правовой статус КФХ предопределяет специфику оформления прав на товарный знак: исключительное право не возникает у хозяйства как абстрактного объединения лиц вне установленной законом организационно-правовой формы, а должно принадлежать лицу, обладающему гражданской правосубъектностью, отвечающей требованиям законодательства о товарных знаках.

Согласно ст. 1477 ГК РФ на товарный знак признается исключительное право, удостоверяемое свидетельством на товарный знак [2].

Для регистрации товарного знака обозначение должно отвечать ряду требований. В частности, не допускается регистрация обозначений, не обладающих различительной способностью, состоящих исключительно из элементов, характеризующих товар, указывающих на его вид, качество, количество,

свойство, назначение, ценность, а также место и время производства или сбыта [2]. Особенно актуально это правило для КФХ, поскольку сельскохозяйственные производители нередко стремятся использовать в обозначениях слова «фермерский», «натуральный», «экологический», «деревенский», «молоко», «сыр», «мед» и т.п., которые могут быть признаны описательными.

Кроме того, в обозначении не должны использоваться элементы, вводящие потребителя в заблуждение относительно товара или его изготовителя. Для сельскохозяйственной продукции это особенно важно, поскольку использование указаний на определенную территорию происхождения или на органический характер продукции при отсутствии соответствующих оснований может повлечь отказ в регистрации [5].

Первая и ключевая особенность приобретения прав на товарный знак крестьянскими (фермерскими) хозяйствами связана с субъектом, на имя которого должен регистрироваться товарный знак. Для КФХ, действующего без образования юридического лица, правообладателем выступает глава хозяйства в статусе индивидуального предпринимателя. На практике это означает, что обозначение, фактически используемое всеми членами хозяйства, юридически закрепляется за одним лицом. Подобная конструкция, хотя и соответствует законодательству, способна порождать внутренние имущественные конфликты, особенно в случае прекращения деятельности главы КФХ (индивидуального предпринимателя), его выхода из хозяйства, смерти либо передачи бизнеса иным лицам. Следовательно, членам КФХ целесообразно заранее урегулировать в соглашении о создании хозяйства вопросы принадлежности исключительных прав, порядка пользования товарным знаком и последствий прекращения членства.

Если КФХ учреждено в форме юридического лица, проблема распределения прав в значительной степени снимается, поскольку правообладателем становится сама организация. Однако и в этом случае необходимо учитывать вопросы корпоративного управления, внесения прав на обозначение в имущество хозяйства, а также последующего распоряжения исключительным правом.

Для КФХ характерно стремление подчеркнуть натуральное происхождение продукции, ее связь с конкретной местностью, семейный характер производства и традиционные методы ведения хозяйства [8]. С маркетинговой точки зрения это оправдано, однако с позиции права не всякое обозначение может получить

охрану в качестве товарного знака.

Так, обозначения, состоящие лишь из наименования товара («Молоко», «Сыр», «Картофель»), указания его качества («Натуральный», «Свежий», «Домашний») либо территории происхождения без достаточной различительной способности, как правило, не подлежат регистрации [2]. Для получения правовой охраны КФХ необходимо включать в обозначение оригинальные словесные или изобразительные элементы, способные индивидуализировать конкретного производителя.

Особое значение имеет использование фамилии главы КФХ или семьи фермеров. С одной стороны, такие обозначения обладают высоким потенциалом индивидуализации, особенно если продукция реализуется как семейный бренд. С другой стороны, при наличии совпадений с ранее зарегистрированными знаками либо с известными именами могут возникать препятствия к регистрации. Кроме того, при дальнейшем отчуждении бизнеса знак, основанный на фамилии, может сохранять тесную связь с личностью первоначального владельца.

Для КФХ важно разграничивать товарный знак, коммерческое обозначение, фирменное наименование, географическое указание и наименование места происхождения товара [9]. Нередко фермерские хозяйства используют обозначения, связывающие продукцию с конкретной территорией, например, названием района, села или природного объекта. Однако такая индивидуализация не всегда должна осуществляться через товарный знак.

Если уникальные свойства товара существенно обусловлены природными условиями и (или) человеческими факторами определенной территории, более оптимальным механизмом правовой охраны может выступать наименование места происхождения товара либо географическое указание [2]. Для сельскохозяйственной продукции этот институт особенно значим, поскольку способен подтверждать репутацию товара и его особые свойства, связанные с местом производства.

Следовательно, при выборе стратегии правовой охраны КФХ должно оценивать, какой объект интеллектуальных прав в наибольшей степени соответствует его интересам, включая материальную выгоду: товарный знак, коллективный знак, географическое указание, наименование места происхождения товара или их сочетание [10].

Для малых сельхозпроизводителей актуален вопрос объединения усилий в продвижении продукции. В этой связи интерес представляет коллективный знак, который может использоваться объединением лиц

для обозначения товаров, обладающих едиными качественными или иными общими характеристиками [2]. Хотя отдельное КФХ само по себе не всегда нуждается в коллективном знаке, участие в сельскохозяйственном кооперативе, ассоциации фермеров или региональном объединении может сделать этот инструмент востребованным.

Коллективный знак позволяет нескольким хозяйствам продвигать продукцию под общим брендом, сохраняя при этом установленные стандарты качества. Однако для его использования необходимы более сложные организационные механизмы, включая разработку устава коллективного знака, определение правил пользования и контроля качества. Для многих КФХ это пока затруднительно, но именно такая модель может повысить конкурентоспособность малых производителей на рынке.

Одной из основных проблем в рассматриваемой сфере является формальное несоответствие между экономической сущностью КФХ и требованиями законодательства о субъектах права на товарный знак. Несмотря на то что хозяйство воспринимается участниками оборота как единый производитель, юридическая конструкция требует регистрации права либо на индивидуального предпринимателя – главу КФХ, либо на юридическое лицо. Это может приводить к неопределенности при разрешении споров о принадлежности права на знак, заключении лицензионных договоров и передаче бизнеса по наследству.

Еще одна проблема состоит в высокой доле отказов в регистрации обозначений, выбранных сельхозпроизводителями, по мотиву их описательности либо отсутствия различительной способности. Для фермерской продукции характерно использование общеупотребительных характеристик товара, что затрудняет формирование охраноспособного обозначения. В этой связи существенную роль играет предварительная патентно-правовая экспертиза и грамотное составление заявки.

Судебная практика по делам, связанным с товарными знаками, в целом подтверждает приоритет критериев различительной способности, недопустимость монополизации общеупотребительных обозначений и необходимость учета интересов потребителей [6]. Для КФХ это означает, что попытка зарегистрировать знак, состоящий преимущественно из описания товара или его происхождения, скорее всего, не получит поддержки ни в административном, ни в судебном порядке.

Кроме того, в аграрной сфере повышенное значение имеет риск введения

потребителя в заблуждение. Так, использование в знаке словесных элементов, указывающих на экологичность [4], органическое происхождение или определенную территорию, требует фактического подтверждения соответствующих характеристик. В противном случае возможно не только отказное решение Роспатента, но и возникновение споров в сфере антимонопольного законодательства и законодательства о защите прав потребителей.

Представляется, что совершенствование правового механизма приобретения прав на товарные знаки КФХ должно осуществляться по нескольким направлениям.

Во-первых, целесообразно развитие разъяснительной и консультационной поддержки сельхозпроизводителей по вопросам интеллектуальной собственности. Многие фермерские хозяйства не обладают достаточной юридической компетенцией для выбора охраноспособного обозначения и надлежащего способа его регистрации.

Во-вторых, требует дополнительного исследования вопрос регулирования специфики КФХ как формы семейного предпринимательства при закреплении исключительных прав на средства индивидуализации. Возможно, в договорной практике следует шире использовать механизмы внутреннего распределения имущественных прав между членами хозяйства.

В-третьих, перспективным является стимулирование использования коллективных знаков, географических указаний и наименований мест происхождения товаров применительно к фермерской продукции. Это особенно актуально для регионов с устойчивой репутацией определенных видов сельскохозяйственных товаров.

В-четвертых, необходимо ввести субсидирование расходов на регистрацию объектов интеллектуальной собственности для аграрных компаний и представителей сельскохозяйственной сферы.

Таким образом, приобретение прав на товарный знак крестьянскими (фермерскими) хозяйствами имеет ряд правовых особенностей, обусловленных спецификой их субъектного статуса и характера сельскохозяйственной деятельности. КФХ вправе использовать механизм товарного знака для индивидуализации своей продукции, однако правообладателем может быть только субъект, отвечающий требованиям гражданского законодательства – юридическое лицо либо индивидуальный предприниматель. В случае хозяйства, действующего без образования юридического лица, таким субъектом обычно выступает глава КФХ.

Особые сложности связаны с выбором

обозначения, обладающего различительной способностью и не являющегося описательным либо вводящим в заблуждение. Для фермерской продукции характерно стремление использовать в бренде указания на натуральность, местное происхождение и традиционность, но такие элементы не всегда могут быть монополизированы в качестве товарного знака.

Эффективная правовая охрана брендов КФХ требует комплексного подхода, включающего правильное определение правообладателя, предварительную оценку обозначения на охраноспособность, а также выбор оптимального средства индивидуализации. В перспективе развитие правовой культуры в сфере интеллектуальной собственности и совершенствование механизмов поддержки малых аграрных производителей будут способствовать более активному использованию товарных знаков в фермерском секторе экономики.

#### Список литературы:

[1] «Гражданский кодекс Российской Федерации (часть первая)» от 30.11.1994 N 51-ФЗ (ред. от 31.07.2025, с изм. от 25.03.2026) (с изм. и доп., вступ. в силу с 01.08.2025) // URL: [https://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_5142/?ysclid=mns0891t8b206507919](https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_5142/?ysclid=mns0891t8b206507919) (дата обращения 20.03.2026)

[2] Гражданский кодекс Российской Федерации (часть четвертая) от 18 декабря 2006 г. № 230-ФЗ // URL: [https://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_64629/?ysclid=mns0ayqmn697164581](https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_64629/?ysclid=mns0ayqmn697164581) (дата обращения 20.03.2026)

[3] Федеральный закон от 11 июня 2003 г. № 74-ФЗ «О крестьянском (фермерском) хозяйстве» // URL: [https://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_42662/?ysclid=mns0d3gh70375107539](https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_42662/?ysclid=mns0d3gh70375107539) (дата обращения 20.03.2026)

[4] Федеральный закон от 03.08.2018 N 280-ФЗ (ред. от 31.07.2025) «Об органической продукции и о внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации» (с изм. и доп., вступ. в силу с 01.09.2025) Ст.7 // URL: [https://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_304017/18aec46db479a3340e71ec46338f96153eb76ab7/?ysclid=mogiuxadqz414801569](https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_304017/18aec46db479a3340e71ec46338f96153eb76ab7/?ysclid=mogiuxadqz414801569) (дата обращения 12.04.2026)

[5] Правила составления, подачи и рассмотрения документов, являющихся основанием для совершения юридически значимых действий по государственной регистрации товарных знаков, знаков обслуживания, коллективных знаков: утв. приказом Минэкономразвития России от 20 июля 2015 г. № 482 // URL: [https://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_184868/f43faad0cf46](https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_184868/f43faad0cf46)

[ceb4167b249ff8a63ff092f974cf/?ysclid=mnruhotggl305050090](https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_186586/?ysclid=mnruhotggl305050090) (дата обращения 20.03.2026)

[6] Обзор судебной практики по делам, связанным с разрешением споров о защите интеллектуальных прав: утв. Президиумом Верховного Суда РФ 23 сентября 2015 г. // URL: [https://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_186586/?ysclid=mnrupgf8y7749369051](https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_186586/?ysclid=mnrupgf8y7749369051) (дата обращения 20.03.2026).

[7] Дьяченко О.Г. Интеллектуальная собственность в сельском хозяйстве. Материалы лекции // Институт мировых аграрных рынков.

[8] Кириллова О.В. Особенности брендинга при формировании спроса и стимулировании сбыта продукции фермерских хозяйств // Агропродовольственная политика России №6 (119) 2025 г. – С.88-95.

[9] Орлова В. Интеллектуальная собственность в АПК. Что следует знать аграриям при регистрации объектов патентного права, селекционных достижений, товарных знаков и НМПТ // Агроинвестор. 02.08.2021. Аналитика [Электронный ресурс] URL: <https://www.agroinvestor.ru/analytics/article/36286-intellektualnaya-sobstvennost-v-apk-chto-sleduet-znat-agrariyam-pri-registratsii-obektov-patentnogo/> (дата обращения 23.03.2026)

[10] Третьякова К., Дышлюк М. Интеллектуальная собственность в сельском хозяйстве как источник дохода // Агробизнес. 13.07.2016 [Электронный ресурс] URL: <https://agbz.ru/articles/intellektualnaya-sobstvennost-v-selskom-hozyaystve-kak-istochnik-dohoda/?ysclid=mnstfgsf8303940030> (дата обращения 23.03.2026)

[11] Карточка товарного знака № 760173. URL: [https://www1.fips.ru/fips\\_servl/fips\\_servlet?DB=RUTM&rn=1895&DocNumber=760173](https://www1.fips.ru/fips_servl/fips_servlet?DB=RUTM&rn=1895&DocNumber=760173) (дата обращения 10.04.2026)

[12] Сайт проверки контрагентов Синапс. URL: <https://synapsenet.ru/organizacii/1210800000993-ooo-terra-aries?ysclid=mogh4c8ycx148707334> (дата обращения 14.04.2026)

#### References:

[1] “Civil Code of the Russian Federation (Part One)” dated 30.11.1994 N 51-FZ (rev. dated 31.07.2025, with rev. dated 25.03.2026) (with rev. and addendum, entry effective with 01.08.2025) // URL: [https://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_5142/?ysclid=mns0891t8b206507919](https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_5142/?ysclid=mns0891t8b206507919) (date of contact 20.03.2026)

[2] Civil Code of the Russian Federation (part four) dated December 18, 2006 No. 230-FZ//URL: [https://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_64629/?ysclid=mns0ayqmn697164581](https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_64629/?ysclid=mns0ayqmn697164581) (date of application 20.03.2026)

[3] Federal Law of June 11, 2003 No. 74-

FZ "On Peasant (Farm) Farming" //URL: [https://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_42662/?ysclid=mns0d3gh70375107539](https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_42662/?ysclid=mns0d3gh70375107539) (date of appeal 20.03.2026)

[4] Federal Law of 03.08.2018 N 280-FZ (rev. of 31.07.2025) "On Organic Products and on Amendments to Certain Legislative Acts of the Russian Federation" (amended and supplemented, entry with the 01.09.2025) of Article 7//URL: [https://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_304017](https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_304017) (date of reference 12.04.2026)

[5] Rules for compiling, submitting and considering documents that are the basis for committing legally significant actions for the state registration of trademarks, service marks, collective marks: approved by Order of the Ministry of Economic Development of the Russian Federation No. 482 dated July 20, 2015//URL: [https://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_184868/f43faad0cf46ceb4167b249ff8a63ff092f974cf/?ysclid=mnruhotggl305050090](https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_184868/f43faad0cf46ceb4167b249ff8a63ff092f974cf/?ysclid=mnruhotggl305050090) (date of appeal 20.03.2026)

[6] Review of judicial practice in cases related to the resolution of disputes on the protection of intellectual rights: approved by Presidium of the Supreme Court of the Russian Federation September 23, 2015/URL: [https://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_186586/?ysclid=mnru pgf8y7749369051](https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_186586/?ysclid=mnru pgf8y7749369051) (date of appeal 20.03.2026).

[7] Dyachenko O.G. Intellectual property in agriculture. Lecture materials//Institute of World

Agricultural Markets.

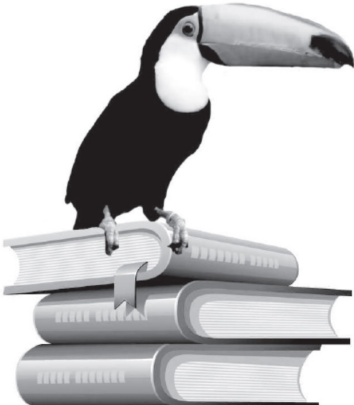
[8] O.V. Kirillova. Branding Features in Shaping Demand and Stimulating the Sale of Farm Products//Agri-Food Policy of Russia No. 6 (119) 2025 - S.88-95.

[9] Orlova V. Intellectual property in the agro-industrial complex. What farmers should know when registering objects of patent law, breeding achievements, trademarks and NMPT//Agroinvestor. 02.08.2021. Аналитика [Электронный ресурс] URL: <https://www.agroinvestor.ru/analytics/article/36286-intellektualnaya-sobstvennost-v-apk-cto-sleduet-znat-agrariyam-pri-registratsii-obektov-patentnogo/> (дата обращения 23.03.2026)

[10] Tretyakova K., Dyshlyuk M. Intellectual property in agriculture as a source of income// Agribusiness. 13.07.2016 [Электронный ресурс] URL: <https://agbz.ru/articles/intellektualnaya-sobstvennost-v-selskom-hozyaystve-kak-istochnik-dohoda/?ysclid=mnstfgsf8303940030> (дата обращения 23.03.2026)

[11] Trademark Card No. 760173. URL :// [https://www1.fips.ru/fips\\_servl/fips\\_servlet?DB=RUTM&r=1895&DocNumber=760173](https://www1.fips.ru/fips_servl/fips_servlet?DB=RUTM&r=1895&DocNumber=760173) (date of contact 10.04.2026)

[12] Synapse Counterparty Review Site. URL: <https://synapsenet.ru/organizacii/1210800000993-ooo-terra-aries?ysclid=mogh4c8ycx148707334> (access date 14.04.2026)



**Юридическое издательство  
«ЮРКОМПАНИ»**

Издание учебников,  
учебных и методических  
пособий, монографий,  
научных статей.

Профессионально.

В максимально  
короткие сроки.

Размещаем  
в РИНЦ, Е-Library.

**ЮРКОМПАНИ**

[www.law-books.ru](http://www.law-books.ru)