

В английском праве оговорка о сохранении права собственности также нередко используется в договорах купли - продажи товаров. Договор определяется как купля - продажа с тем, чтобы покупатель мог использовать и перепродать товар, но при этом депонирует их титул продавцу до момента наступления предусмотренных условий. Это защищает продавца при банкротстве покупателя и позволяет возвратить непроданные и неиспользованные товары.

Еще одним способом обеспечения обязательств немецкой правоприменительной практики, помимо оговорки о сохранении права собственности, является передача кредитору права собственности на предоставляемые в обеспечение обязательства движимые вещи (фидуциарная сделка). Подобный вид обеспечения относят к неакцессорному обеспечению. В качестве предметов данного вида кредитного обеспечения (Sicherungsübereignung) выступают автомобили, офисная техника и иное оборудование, и даже товар на складах, ассортимент которого может меняться.

В связи с неакцессорным характером подобная сделка прекращается не фактом исполнения должником своих обязанностей по обеспеченному договору, это лишь дает должнику право на подачу иска о передаче ему права собственности на имущество, а выдачей кредитором отдельного заявления об освобождении должника от обязанности в связи с уплатой долга.

Фидуциарную сделку, порожденную в Германии несовершенством ГГУ и отсталостью его норм о залоге (невозможностью титульного залога движимости), не имеет смысла воспроизводить в нашем национальном праве, поскольку подобная конструкция уже предусмотрена нормами ГК РУз о залоге. В силу относительной новизны принятия ГК РУз нормы о реальных способах обеспечения исполнения обязательств избежали многих ошибочных путей развития, впитав в себя наиболее распространенные, отвечающие современным условиям положения.

Конкретизация положений нашего закона и обеспечение должного уровня защиты кредитора, это все, что требуется от законодателя для нормальной работы такого важного для экономического оборота института, как реальные способы обеспечения исполнения обязательств.

1. Венская конвенция о договорах международной купли-продажи товаров. Комментарий М. Юридическая литература. 1994
2. Международное частное право. Сборник нормативных актов. М.: ТК Велби, Издательство Проспект, 2004. С.221-236
3. Текст Правил взят с официального интернет-сайта Комиссии ООН по праву международной торговли [http //www.uncitral.org](http://www.uncitral.org)
4. Унифицированные правила и обычаи для документарных аккредитивов. Публикация Международной Торговой Палаты №500. На русском и английском языках. М.: 1994.
5. Текст Конвенции взят с официального интернет-сайта Комиссии ООН по праву международной торговли <http://www.uncitral.org>
6. Базисные условия поставки международных контрактов. Инкотермс 2000: Официальный текст, комментарии. М.: Экономика, 2002
7. Унифицированные требования для гарантий по требованию. Публикация МТП №458. Сер.: «Издания Международной торговой палаты». На рус. и англ. языках. М.: Изд. ЛО «Консалтбанк», 1996
8. Uncitral, Working Group IV, First session, Draft legislative guide on secured transactions A/CN.9/WG.VI/WP.2/Add.3/Para.2

З.М. Акберов

ПРАВОВАЯ ОХРАНА СРЕДСТВ ИНДИВИДУАЛИЗАЦИИ УЧАСТНИКОВ ГРАЖДАНСКОГО ОБОРОТА И ПРОИЗВОДИМОЙ ИМ ПРОДУКЦИИ В РЕСПУБЛИКЕ КАЗАХСТАН

Важное место в жизни каждого общества, кроме материального производства, занимает духовная жизнь. Научный и духовный потенциал общества наряду с правильной социально-экономической политикой обеспечивает достижение обществом поставленных перед ним задач. Это особенно важно для Казахстана, где необходимо развивать наукоемкие и сложные производства, находить свою нишу в мировом технологическом разделении труда, а не рассчитывать только на вывоз энергоносителей и сырья. Торговля такими результатами творческой интеллектуальной деятельности своих граждан и фирм, как музыка и песни, фильмы и книги, сложные химические продукты, лекарства и пищевые добавки, экономичные и экологически чистые технологии становится главным источником доходов высокоразвитых стран.

В связи с этим, правовое регулирование и охрана результатов интеллектуальной творческой деятельности приобретают особое значение. Дело в том, что вопрос о надлежащей охране интеллектуальной собственности является важнейшей составной частью всех межгосударственных и межправительственных соглашений экономического характера. Без такой охраны ни одна страна или фирма не согласны идти на риск и поставлять нам современные технологии. Страна, где не защищается интеллектуальная собственность, обречена на ввоз устаревшей техники и технологий.

Даже размер и условия предоставления обычных финансовых инвестиций зачастую зависят от уровня правовой охраны интеллектуальной собственности в данной стране.

Одним из институтов охраны интеллектуальной собственности является институт средств индивидуализации участников гражданского оборота и производимой им продукции в Республике Казахстан. С развитием товарно-денежных отношений в Казахстане все более важным элементом рыночной экономики становятся такие объекты промышленной собственности, как фирменные наименования, товарные знаки и знаки обслуживания, наименование мест происхождения товаров. Создание равных условий хозяйствования для различных типов товаровладельцев, внедрение конкурентных начал в их деятельности и повышение ответственности за ее результаты, необходимость насыщения рынка товарами и услугами для удовлетворения потребностей населения обуславливают объективную потребность в правовом механизме, обеспечивающем должную индивидуализацию предприятий и организаций, а также производимых ими товаров и услуг. Такой правовой механизм представлен особым институтом казахстанского законодательства об интеллектуальной собственности, а именно законодательством о средствах индивидуализации участников гражданского оборота и производимой ими продукции. Основными целями, принципами, задачами данного института является обеспечение должной правовой охраны средств индивидуализации. Основными средствами индивидуализации участников гражданского оборота являются: фирменные наименования, товарные знаки и знаки обслуживания, наименование места происхождения товаров.[1] Необходимо каждый институт рассматривать с присущими ему особенностями.

Словосочетание «товарный знак» известно практически каждому. Однако далеко не всякий знает, что оно обозначает. Владеть данным вопросом специалисты - патентные поверенные, патентоведы. А что знают представители других профессий? Думается, что не очень много, хотя информация о товарных знаках может быть полезна как производителям, так и простому потребителю. Попробуем разобраться, что представляет собой товарный знак с юридической точки зрения. Появление товарных знаков как знаков, указывающих на производителя товаров, в основном связано с периодом становления товарно-денежных отношений. Отличительные знаки (клейма) ставили на свои изделия (оружие, кухонную утварь, кожу и др.) ремесленники и мастера еще в средневековье. Однако по мере использования товарных знаков все чаще стали появляться случаи фальсификации. Дешевые подделки при наличии знака сходили за изделия признанных мастеров. Чтобы остановить фальсификаторов, требовались юридические меры защиты.

В Англии меры защиты против таких нарушений были выработаны судами в середине прошлого столетия. Лицо, имевшее право использовать товарный знак, получало также право запрещать другим, умышленно пользоваться репутацией, которая связана с этим знаком. Это был знаменитый запрет на ведение дел под чужим именем. Никто не имел права выдавать свои товары за товары другого лица.

В России Законом 1830 г., содержащим правила и способы клеймения товаров, устанавливалась уголовная ответственность за нарушение прав на товарный знак, в том числе за подделку товара или клейма.[2] По мере того, как все большее число стран создавало систему охраны изобретений, товарных знаков, появилась необходимость гармонизировать законодательства о промышленной собственности на международном уровне.

Начиная с конца XIX в. был подписан ряд международных соглашений в области охраны промышленной собственности - Парижская конвенция 1883 г., Мадридское соглашение о международной регистрации знаков 1891 г. и т.д.[3] Действующее законодательство определяет товарный знак и знак обслуживания как обозначение, которое физическое или юридическое лицо использует или собирается использовать в хозяйственной и коммерческой деятельности для отличия своих товаров или услуг от однородных товаров и услуг других физических или юридических лиц. В соответствии со ст.4 Закона РК «О товарных знаках, знаках обслуживания и наименованиях мест происхождения товаров» товарный знак и знак обслуживания определен как зарегистрированное обозначение, служащее для отличия товаров и услуг одних хозяйствующих от товаров и услуг других. Чтобы быть признанным в качестве товарного знака, т.е. стать объектом правовой охраны, обозначение должно отвечать ряду условий. Прежде всего, товарным знаком признается условное обозначение, своего рода символ, который помещается на выпускаемой продукции, ее упаковке или сопроводительной документации, и заменяет собой подчас длинное и сложное название (наименование) изготовителя товара. Поэтому не может считаться товарным знаком помещение на изделия полных сведений, касающихся изготовителя товара, а также указывающих на время, способ и место производства, на вид, качество и свойства товара и т.п. Их заменяет легко воспринимаемое и запоминающееся условное обозначение.[4]

Законы многих стран закрепляют принцип не абсолютной, а относительной новизны условных обозначений, заявляемых в качестве товарных знаков. Это, в частности, означает, что регистрация того или иного обозначения в качестве товарного знака в каких-либо других странах не препятствует признанию данного или сходного обозначения товарным знаком, если только иное не вытекает из международных соглашений. Признак новизны тесно связан с понятием приоритета. Новизна товарного знака определяется по дате приоритета, которая, в свою очередь, устанавливается по общему правилу, по дате поступления правильно оформленной заявки на регистрацию товарного знака в Патентный департамент. Наряду с этим приоритет товарного знака может устанавливаться по дате подачи первой заявки на товарный знак в зарубежной стране - участнице Парижской конвенции по охране промышленной собственности (конвенционный приоритет). Приоритет товарного знака, помещенного на экспонатах официальных или официально признанных международных выставок, организованных на территории одной из стран-участниц Парижской конвенции по охране промышленной собственности (выставочный приоритет), может устанавливаться по дате начала открытого показа экспоната на выставке, если в Патентный департамент заявка на товарный знак поступила в течение 6 месяцев с указанной даты.

Таким образом, сущность требования новизны означает, что обозначение, заявленное в качестве товарного знака, не должно быть тождественным или сходным с товарными знаками, уже зарегистрированными или заявленными на регистрацию или охраняемыми в силу международных соглашений. Тождественным признается обозначение, которое во всех своих элементах совпадает с уже известным товарным знаком и при этом относится к одному и тому же классу товаров независимо от различия в их перечне. Обычно установление тождественности обозначений не вызывает больших затруднений. Гораздо сложнее решается данный вопрос тогда, когда речь идет о сходных обозначениях. В действующем законодательстве указывается в общих чертах на недопустимый уровень близости заявляемого обозначения уже известному - наличие между ними сходства до степени их смешения. Хотя данное указание носит в значительной мере абстрактный характер, оно все же вносит некоторую ясность. В частности, очевидно, что совпадение отдельных элементов обозначений само по себе не может служить причиной отказа в регистрации товарного знака. Поскольку товарный знак ориентирован, прежде всего, на потенциального покупателя товара, оценка сходства обозначений должна производиться не с профессиональных позиций, например, с позиции дизайнера, художника, графика и т.д., которые способны отметить мельчайшие различия, а с позиции простого покупателя (потребителя), который не имеет специальных знаний и навыков в этой области. В литературе установление сходства обозначений рекомендуется проводить с учетом ряда факторов. Так, у словесных товарных знаков рекомендуется обращать внимание на начало и окончание слогов, число слогов, последовательность гласных и согласных букв; у изобразительных знаков на изобразительные мотивы; у комбинированных обозначений на восприятие изобразительных и словесных элементов, как в совокупности, так и в отдельности.[5]

Под товарным знаком и знаком обслуживания понимается обозначение, способное отличать соответственно товары и услуги одних юридических лиц от однородных товаров и услуг других юридических или физических лиц. Правовая охрана товарного знака предоставляется на основании его регистрации либо без регистрации на основании международных договоров, участницей которых является Республика Казахстан. Товарным знаком (знаком обслуживания) признается зарегистрированное либо охраняемое без регистрации в силу международного договора словесное, изобразительное, объемное или другое обозначение, служащее для отличия товаров или услуг одного лица от однородных товаров и услуг других лиц. Обозначения, регистрация которых в качестве товарного знака не допускается, порядок регистрации товарных знаков, прекращения их действия и признания регистрации недействительной, а также случаи, в которых может быть допущена правовая охрана незарегистрированных товарных знаков, определяются законодательными актами о товарных знаках. Право на товарный знак удостоверяется свидетельством. Владелец права на товарный знак имеет исключительное право пользования и распоряжения принадлежащим ему знаком. Использование товарного знака считается любое его введение в оборот: изготовление, применение, ввоз, хранение, предложение к продаже, продажа товарного знака или товара, обозначенного этим знаком, использование в вывесках, рекламе, печатной продукции или иной деловой документации. На территории Республики Казахстан правовая охрана предоставляется товарному знаку, зарегистрированному патентным органом (организацией) Республики Казахстан или международной организацией в силу ратифицированного международного договора Республики Казахстан.

Субъектами права на товарный знак могут быть любые юридические и физические лица, осуществляющие в установленном порядке предпринимательскую деятельность. Данное право возникает с момента государственной регистрации соответствующего обозначения в Казпатенте. В

этих целях заинтересованное лицо должно составить и подать заявку на регистрацию товарного знака в Казпатент, где оно подвергается экспертизе. Экспертиза проводится в два этапа: вначале проверяется наличие всех необходимых документов заявки и правильность их заполнения - предварительная экспертиза, а затем заявленное обозначение исследуется на предмет его соответствия требованиям предъявляемым к товарным знакам - экспертиза по существу. По результатам экспертизы принимается решение о регистрации товарного знака либо об отказе в регистрации. При несогласии заявителя с решением экспертизы он вправе подать заявление в суд.

Сущность права на товарный знак состоит в возможности его неограниченного хозяйственного использования для обозначения производимых и реализуемых товаров. Использованием - товарного знака считается, прежде всего, применение его на товарах, для которых он зарегистрирован. При наличии уважительных причин использованием знака может быть признано также применение обозначения в рекламе, печатных изданиях, на вывесках, при демонстрации экспонатов на выставках и т.п. Право на товарный знак прекращается путём аннулирования его регистрации Казпатентом по одному из следующих оснований:

- 1.прекращение срока действия регистрации,
- 2.использование коллективного знака на товарах, не обладающих едиными характеристиками,
- 3.не использование товарного знака,
- 4.при ликвидации юридического лица - владельца товарного знака.[6]

Передача права на товарный знак не допускается, если она может явиться причиной введения в заблуждение относительно товара или его изготовителя. Переход права на товарный знак, в том числе, его передача по договору или в порядке правопреемства должны быть зарегистрированы в патентном органе (организации).

Также одним из средств индивидуализации участников гражданского оборота и производимой им продукции, работ и услуг являются фирменные наименования, которым предоставляется правовая охрана. Сущность права на фирму заключается в гарантированной лицу возможности выступать в обороте под собственным фирменным наименованием. Формы реализации права на фирму достаточно многообразны. Под своим фирменным наименованием лицо совершает гражданско - правовые сделки и иные юридические действия, осуществляет личные неимущественные права, защищает свои права. Фирмовладелец вправе помещать своё фирменное наименование на вывесках, бланках, счетах, прейскурантах и т.д. Фирменное наименование используется в разнообразных публикациях рекламного характера, объявлениях и т.п. Наряду с правом на совершение разнообразных действий по использованию фирменного наименования по своему усмотрению, фирмовладелец вправе требовать от всех третьих лиц воздержания от любых действий, связанных с неправомерным использованием принадлежащего ему фирменное наименования. Хотелось бы также отметить, что для того чтобы фирменное наименование получило правовую охрану, оно должно обладать рядом признаком. Данное субъективное право носит исключительный характер, то есть фирмовладелец обладает монополией на реализацию тех возможностей, которые заложены в данном субъективном праве. Право на фирму относится к числу абсолютных прав, то есть таких прав, которые действует в отношении всех третьих лиц, обязанных воздерживаться от нарушения правомочий, предоставленных их владельцами. Право на фирму - это личное неимущественное право, так как органически связано с деловой репутацией юридического лица, а также правом на защиту чести и достоинства лиц, владеющих предприятием. Однако материальное положение предпринимателя во многом зависит от известности его фирмы и отношения к ней потребителей.

Право на фирму носит бессрочный характер. Это означает, что, приобретая в установленном порядке данное право, лицо может пользоваться им без ограничения каким-либо сроком, то есть до тех пор, пока существует само произведение, и фирменное наименование правдиво отражает его ограниченно - правовой статус и иные атрибуты. Также право на пользование фирменным наименованием выступает и в качестве обязанности фирмовладельца. Данное право закона установлено в интересах других участников оборота и потребителей, которые вправе знать, с кем они имеют дело. Фирменное наименование юридического лица определяется при утверждении его устава. Под определенным фирменным наименованием юридическое лицо включается в государственной реестр регистрации юридического лица. Право на фирменное наименование прекращается одновременно с ликвидацией самого фирмовладельца, а также в случаях, когда фирмовладелец вправе сам в любой момент отказаться от пользования конкретным фирменным наименованием. Право на фирменное наименование может прекратиться при переходе предприятия к новому владельцу, если условия такой передачи не предусматривают сохранение за предприятия прежнего фирменного наименования. Прекращение права на фирму может быть обусловлено реорганизацией юридического лица, в ходе которой оно должно изменить своё фирменное наименование.

Право лица на дальнейшее пользование конкретным фирменным наименованием может быть прекращено по решению суда ввиду несоответствия его требованиям закона или нарушения охраняемых законом прав и интересов других лиц. Еще одним из средств индивидуализации участников гражданского оборота и производимой им продукции, работ и услуг являются наименования, которым предоставляется правовая охрана. Наименований мест происхождения товаров представляет собой название страны, населённого пункта, местности или другого географического объекта, используемое для обозначения товара, особые свойства которого исключительно или главным образом определяются характерными для данного географического объекта природными условиями или людскими факторами, либо природными условиями и людскими факторами одновременно.

Наименований мест происхождения товаров обладает рядом специфических признаков.

1. обозначение товара должно содержать прямое или косвенное указание на то, что товар происходит из конкретной страны, области или местности.

2. связь обозначения товара с его особыми свойствами, которые определяются характерными для данного географического объекта природными условиями и или людским фактором.[7]

Наименование места происхождения становится самостоятельным объектом правовой охраны лишь тогда, когда оно в установленном порядке зарегистрировано в Казпатенте РК. Правовая охрана наименования места происхождения товара предоставляется на основании его регистрации. Наименованием места происхождения товара признается название страны, населенного пункта, местности или другого географического объекта, используемое для обозначения товара, особые свойства которого исключительно или главным образом определяются характерными для этого географического объекта природными условиями или иными факторами либо сочетанием природных условий и этих факторов. Наименованием места происхождения товара может быть историческое название географического объекта. Не признается наименованием места происхождения товара и не подлежит регистрации для целей его правовой охраны обозначение, хотя и представляющее собой или содержащее название географического объекта, но вошедшее в Республике Казахстан во всеобщее употребление как обозначение товара определенного вида, не связанное с местом его изготовления. Это, однако, не лишает лицо, чьи права нарушены недобросовестным использованием такого наименования, возможности их защиты иными способами, предусмотренными законодательными актами, в том числе на основании правил о недобросовестной конкуренции. Регистрация наименования места происхождения товара осуществляется патентным органом. На основании регистрации выдается свидетельство о праве пользования наименованием места происхождения товара. Порядок и условия регистрации и выдачи свидетельств, признания их недействительными и прекращения действия регистрации и свидетельств определяются законодательными актами о товарных знаках, знаках обслуживания и наименованиях мест происхождения товаров.

Субъектами права на наименование места происхождения товара могут выступать как юридические, так и физические лица независимо от их гражданства и национальной принадлежности. Поскольку производством товаров, особые свойства которых исключительно или главным образом определяются характерными для данного географического объекта природными условиями, могут одновременно заниматься несколько лиц, право на пользование одним и тем же наименованием места происхождения товара закрепляется за всеми ними.[8]

Лицо, обладающее правом пользования наименованием места происхождения товара, вправе помещать это наименование на товаре, упаковке, рекламе, проспектах, счетах и использовать его иным образом в связи с введением данного товара в гражданский оборот. В Республике Казахстан предоставляется правовая охрана наименований мест происхождения товаров, находящихся на территории республики. Правовая охрана наименования места происхождения товара, находящегося в другом государстве, предоставляется в Республике Казахстан, если это наименование зарегистрировано в стране происхождения товара, а также в Республике Казахстан в соответствии с Гражданским Кодексом. Лицо, имеющее право пользования наименованием места происхождения товара, а также организации по защите прав потребителей могут потребовать от того, кто незаконно использует это наименование, прекращения его использования, удаления с товара, его упаковки, бланков и другой документации незаконно используемого наименования или обозначения, сходного с ним до степени смешения, уничтожения изготовленных изображений наименования или обозначения, сходного с ним до степени смешения, а если это невозможно - изъятия и уничтожения товара и (или) упаковки. Лицо, обладающее правом пользования наименованием места происхождения товара, вправе потребовать от нарушителя этого права возмещения понесенных убытков.

- 1.Каудыров Т.Е. Право интеллектуальной собственности в Республике Казахстан: Учебное пособие.- Алматы: Жети Жаргы,- 1999, - с.64
- 2.Басин И.В. «Гражданское право: комментарии и толкования». Алматы -1998, - с.252
- 3.Белов В.В., Виталиев Г.В., Денисов Т.А., «Интеллектуальная собственность: законодательство и практика его применения», Москва 2002, - с. 126
- 3.Гражданский кодекс Республики Казахстан. По состоянию законодательства на 11.12.2007 г Алматы: Жеты Жаргы 2005, - с. 424
- 4.Байбатыров Б.А. «Право интеллектуальной собственности в РК», Алматы: Жети Жаргы, - 2003, -с.145
- 5.Закон Республики Казахстан от 18.01.19993 г. «О товарных знаках, знаках обслуживания и наименованиях мест происхождения товаров» // Ведомости Верховного Совета Республики Казахстан, 1993, № 1, - с.16
- 6.Каудыров Т.Е. Право интеллектуальной собственности в Республике Казахстан: Учебное пособие.- Алматы: Жети Жаргы,- 1999, - с.72
- 7.Постановление Правительства РК от 29.05.2002 г. № 591 Об утверждении программы по реализации Концепции охраны прав интеллектуальной собственности // Казахстанская правда от 02.06.2002, - с. 6

This article devoted to the problem of lawful duardind the means of individualisation of the participraps of sivil revolution and producind production in Republic of Kazakhstan.

Мақала азаматтық айналым қатысушыларының дараландыру құралдарын және олардың өнімдерін құқықтық қорғауға арналады.

Р.Ж. Мирзандаева

СОЦИАЛЬНЫЕ УСЛУГИ - КАК НЕОТЪЕМЛЕМЫЙ АТРИБУТ СОВРЕМЕННОГО СОЦИАЛЬНОГО ГОСУДАРСТВА (ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ВОПРОСЫ: СУЩНОСТЬ, ПРИЗНАКИ И ВИДЫ СОЦИАЛЬНЫХ УСЛУГ)

Проводимые в настоящее время реформирование социальной сферы, реализация приоритетных национальных проектов в образовании, здравоохранении, жилищной политике и сельском хозяйстве направлены на повышение качества жизни граждан Республики Казахстан. Одним из признаков высокого качества жизни в цивилизованных государствах является возможность граждан пользоваться системой разнообразных услуг: информационных, правовых, транспортных, культурных, образовательных, медицинских и т.д.

Социальные услуги являются неотъемлемым атрибутом современного социального государства. Значение этого явления приводит как к выделению самостоятельного этапа в развитии социального государства - государства социальных услуг[1], так и к рассмотрению функции по оказанию социальных услуг в качестве одной из сторон социальной деятельности современного государства[2].

В современных условиях особую социальную направленность имеют образование, медицинские услуги, социальное обеспечение. К сожалению, в ряде исследований сущность социального государства значительно сужается, и социальные услуги рассматриваются исключительно с точки зрения потребностей социально незащищенных общественных групп. Между тем в условиях постиндустриального общества эти услуги важны не только для беднейших слоев населения, но для большей части общества. Цель этих услуг - содействие, а иногда и непосредственное обеспечение человеку достойной жизни и свободного развития. Следует иметь в виду, что социологическая составляющая социальных услуг далеко не всеми исследователями оценивается положительно. В частности, американский социолог А. Карлсон вслед за П. Сорокиным приходит к выводу о том, что возникновение «государства благоденствия» тесно связано с кризисом семьи и семейных ценностей, а причиной последнего стало распространение либеральной концепции[3]. Постепенная эволюция социальных услуг от отдельных видов деятельности в отношении отдельных групп населения к системе различных видов услуг для значительной части общества есть отражение новой модели взаимоотношений общества и государства в условиях XXI века. В ряде имеющихся исследований по проблемам юридической природы социальных услуг в качестве критерия, позволяющего отграничить социальные услуги от иных публичных услуг, используется сфера жизни общества, в рамках которой происходит их реализация[4]. Действительно, социальная сфера, включающая в себя образование, здравоохранение, науку, культуру, социальное обеспечение (социальную помощь), обладает значительной спецификой, особенно в условиях построения социального государства.

Несмотря на то, что дискуссии о сущности услуг, их месте в нормативном регулировании велись в цивилистической доктрине с 70-х гг. XX века, до сих пор отсутствует как легальное, так и единое доктринальное понятие «услуги».

Мнения цивилистов по вопросу о гражданско-правовой сущности услуг существенно различались. Большинство из них (*Н.А. Баринов, А.Ю. Кабалкин, В.П. Мозолин, Э.Л. Плоом, А.Е. Шерстобитов*)[5] преимущественно рассматривали услуги как деятельность по удовлетворению потребностей граждан.