

ПОНЯТИЕ «ОДНОИМЕННЫЙ ТОВАР» ПО ОТНОШЕНИЮ К КНИГЕ.

ФЗ №94 «О размещении заказов на поставки товаров, выполнение работ, оказание услуг для государственных и муниципальных нужд» предусматривает размещение заказов на поставки **одноименных товаров**, но не дает определения понятия «одноименные товары, работы, услуги». Так как перечень таких товаров, работ и услуг на данный момент не определен, под действие закона подпадают практически все закупаемые бюджетными организациями товары, работы, услуги, в том числе книги и другие документы, закупаемые для фондов государственных библиотек.

Определение «одноименные товары» может иметь разные трактовки.

Министерство экономического развития и торговли РФ в письме от 18 января 2006 г. № Д07-54 рекомендует «придерживаться общих определений товара, которые используются, например, в ГОСТ Р 51303-99 «Торговля. Термины и определения», постановлении Госкомстата России от 25 марта 2002 г. №23 «Об утверждении «основных положений о порядке наблюдения за потребительскими ценами и тарифами на товары и платные услуги, оказанные населению, и определения индекса потребительских цен», из которых следует, что **под одноименными понимаются аналогичные по техническим и функциональным характеристикам** товары, работы, услуги **определенного вида**, которые могут отличаться друг от друга незначительными особенностями (детальями), не влияющими на качество и их основные потребительские свойства, и которые являются **однородными по своему потребительскому назначению**.

РАССМОТРИМ ЭТИ ОПРЕДЕЛЕНИЯ:

1. ГОСТ Р 51303-99 «Торговля. Термины и определения» (принят и введен в действие постановлением Госстандарта РФ от 11 августа 1999г. N 242-ст. Дата введения с 1 января 2000 г.) в разделе 2.4 устанавливает следующие понятия : товар, класс товара, группа товара, вид товара, разновидность товара, качество товара, потребительское свойство товара.

- **Товар:** любая вещь, не ограниченная в обороте, свободно отчуждаемая и переходящая от одного лица к другому по договору купли-продажи (п.64);
- **Класс товаров:** совокупность товаров, имеющих аналогичное функциональное назначение (п.67);
- **Группа товаров:** совокупность товаров определенного класса, обладающих сходным составом потребительских свойств и показателей (п. 68);
- **Вид товаров:** совокупность товаров определенной группы, объединенных общим названием и назначением (п.69);
- **Разновидность товаров:** совокупность товаров определенного вида, выделенных по ряду частных признаков (п.70) ;
- **Качество товара:** совокупность потребительских свойств товара (п.81);
- **Потребительское свойство товара:** свойство товара, проявляющееся при его использовании потребителем в процессе удовлетворения потребностей (п.82).

По отношению к книге и другим документам, поступающим в библиотечные фонды **ГОСТ 7.60-2003 «Издания. Основные виды»** (принят постановлением Госстандарта РФ №331-СТ ОТ 25.11.2003 г., введен с 1 июля 2004 г.), позволяет определить следующие понятия :

Класс товара – печатные издания, электронные издания;

Группа товаров – вид изданий по периодичности (п.3.2.1) (сериальное, периодическое, продолжающееся); вид изданий по знаковой природе информации (п.3.2.3)(текстовое, картографическое, изоиздание, художественный альбом, атлас);

Вид товара - вид издания по целевому назначению (п.3.2.4): официальное, научное, научно-популярное, литературно-художественное, производственно-практическое, учебное, справочное и т.д.

Разновидность товара – издание определенного вида, выпущенное конкретным издательством, обладающее функциональными и техническими особенностями, влияющими на качество потребления.

2. **Постановление Государственного комитета РФ по статистике от 25 марта 2002 г. № 23 «Об утверждении "Основных положений о порядке наблюдения за потребительскими ценами и тарифами на товары и платные услуги, оказанные населению, и определения индекса потребительских цен"»** дает следующее определение товара:

«Товар (услуга) - представитель - вся совокупность товаров (услуг) **определенного вида**, которые могут отличаться друг от друга незначительными особенностями (детальными), **не влияющими** на качество и **основные потребительские** их свойства, и должны быть **однородными по своему потребительскому назначению».**

С другой стороны, книга - товар особого рода, отличающаяся от любого другого товара. **Главная потребительская значимость книги** обусловлена, прежде всего, ее **содержанием и оно уникально для каждой книги.**

При этом каждая книга обладает различающимися функциональными и техническими характеристиками.

Функциональные характеристики книги выражаются через содержание, индивидуальность автора, целевое и читательское назначение, наличие справочно-поискового, справочно-пояснительного и библиографического аппарата (оглавление, содержание, вспомогательные указатели к содержанию, предисловие, введение, комментарии, примечания), наличие иллюстраций и др.

Технические характеристики книги выражаются через тип переплета, вид бумаги, тип крепления корешка, вид материала переплета (бумага, картон, кожа), гарнитуру, формат, особенности художественного и полиграфического оформления, характер и качество воспроизведения иллюстраций.

Таким образом, книги одного автора и одного названия, вышедшие в разных издательствах, для разных целевых групп, по-разному оформленные не могут считаться **одноименными товарами.**

Следовательно, по отношению к книге как к товару при осуществлении закупок для государственных библиотек к одноименным товарам могут быть отнесены только **книги ОДНОГО ТИРАЖА**, так как именно они обладают **сравнимыми** содержательными, функциональными, техническими и ценовыми характеристиками и являются **однородными** по своему потребительскому назначению.

Понятие **«одноименные товары»** и, соответственно, конкурсная процедура, могут быть применены, например, по отношению к учебнику определенного автора, вышедшему в конкретном издательстве, в соответствующем полиграфическом оформлении, в составе данного тиража. Вместе с тем, некорректно их применение, например, к изданию : «А.С. Пушкин. Евгений Онегин», вышедшему в разных издательствах в различном полиграфическом оформлении, для разных категорий читателей (научное, комментированное или издание для среднего школьного возраста), с разным справочным аппаратом и т.д. и даже по отношению к тому же изданию, выпущенному тем же издательством, но другим тиражом, в другом полиграфическом оформлении, с иным предисловием и комментарием. Тем более понятие «Одноименные товары» неприменимо к изданиям разных авторов и названий, вышедших в разных

издательствах и т.д. (перечень характеристик книг, позволяющих рассматривать их как разнородный товар, приведен выше).

При подготовке Правительством РФ соответствующих нормативных документов и методических разъяснений по применению понятий «одноименные товары, одноименные работы, одноименные услуги» просим учесть данное обоснование.

Исполнители:

Петрусенко Т.В. , тел (812) 310-81-73 e-mail: t.petrusenko@nlr.ru

Эйдемиллер И.В.,тел.(812) 778-74-33 e-mail: i.eidemiller@nlr.ru