Краевое государственное
автономное учреждение культуры
«Красноярский краевой краеведческий музей»

ПРИКАЗ

«06» февраля 2025 г. № 18

г. Красноярск

Об утверждении Положения о платных услугах
Краевого государственного автономного учреждении культуры «Красноярский краевой краеведческий музей»

В целях регламентирования деятельности по оказанию платных услуг, обеспечения ценовой доступности предоставляемых услуг для всех слоев населения, повышения качества оказываемых услуг

ПРИКАЗЫВАЮ:

1. Утвердить Положение о платных услугах в Краевом государственном автономном учреждении культуры «Красноярский краевой краеведческий музей».
2. Признать утратившим силу приказ от 28.09.2015 № 119-а.
3. Контроль за исполнением приказа оставляю за собой.
4. Настоящий приказ вступает в силу со дня его подписания.

Директор В.М. Ярошевская

УТВЕРЖДЕНО:
Приказом КГАУК «ККМ»
от «06» 02 2025 г. № 18

Директор
_____ / _____
м.п.

ПОЛОЖЕНИЕ

О ПЛАТНЫХ УСЛУГАХ КРАЕВОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО АВТОНОМНОГО УЧРЕЖДЕНИЯ КУЛЬТУРЫ «КРАСНОЯРСКИЙ КРАЕВОЙ КРАЕВЕДЧЕСКИЙ МУЗЕЙ»

I. Общие положения

1.1. Настоящее Положение о платных услугах (далее - Положение) в краевом государственном автономном учреждении культуры «Красноярский краевой краеведческий музей» (далее – Музей) разработано в соответствии с:

- Бюджетным кодексом Российской Федерации;
- Налоговым кодексом Российской Федерации;
- Гражданским кодексом Российской Федерации;
- Основами законодательства Российской Федерации о культуре;
- Законом РФ от 07.02.1992 № 2300-1 «О защите прав потребителей»;
- Федеральным законом от 12.01.1996 № 7-ФЗ «О некоммерческих организациях»;
- Федеральным законом от 08.05.2010 № 83-ФЗ «О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации в связи с совершенствованием правового положения государственных (муниципальных) учреждений»;
- Федеральным законом от 06.12.2011 № 402-ФЗ «О бухгалтерском учете»;
- Федеральным законом от 26.05.1996 № 54-ФЗ «О Музейном фонде Российской Федерации и музеях в Российской Федерации»;
- Федеральным законом от 28.12.2009 №381-ФЗ «Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации»;
- Уставом Музея.

1.2. Основные понятия и определения, используемые в Положении:

1.2.1. Платные услуги - услуги, предоставляемые Музеем физическим и юридическим лицам для удовлетворения их духовных, интеллектуальных, информационных, культурно-досуговых и других потребностей социально-культурного характера; а также услуги, оказываемые Музеем в рамках уставной деятельности, реализация которых направлена на увеличение доходов и расширение спектра предлагаемых услуг и на которые сложился устойчивый рыночный спрос.

1.2.2. Исполнитель – Музей.

1.2.3. Потребитель - физическое или юридическое лицо, имеющее намерение заказать или приобрести (заказывающие или приобретающие) платные услуги, сувенирную и печатную продукцию лично или для других лиц, представителями которых они являются.

1.2.4. Прейскурант на платные услуги - внутренний локальный акт Музея, содержащий перечень услуг, предоставляемых Музеем на платной основе, с указанием цен.

1.2.5. Прейскурант на сувенирную и печатную продукцию - внутренний локальный акт Музея, содержащий перечень сувенирной и печатной продукции с указанием цен.

1.2.6. Прибыль услуги представляет собой превышение цены над себестоимостью услуги, оказываемой платной услуги (без налогов и сборов, не относящихся на себестоимость). Размер прибыли не ограничивается и определяется Музеем самостоятельно.

1.2.7. Рентабельность - представляет собой соотношение прибыли и себестоимости.

1.2.8. Розничная цена – цена, устанавливаемая на товар (продукцию), продаваемый (ую) в личное потребление в небольших количествах.

1.2.9. Торговая наценка - это разница между закупочной стоимостью товара (продукции) и розничной ценой товара (продукции) с учетом скидок.

1.3. Платные услуги, а также реализация сувенирной и печатной продукции оказываются в соответствии с потребностями физических и юридических лиц на добровольной основе и за счет личных средств граждан, средств организаций и иных источников, предусмотренных законодательством.

1.4. Предоставление платных услуг Музеем не влечет за собой снижения объемов и качества основных услуг, оказываемых в рамках выполнения государственного задания.

1.5. Деятельность по оказанию платных услуг, включая реализацию сувенирной и печатной продукции, относится к приносящей доход деятельности Музея.

1.6. Основными целями по формированию цен на платные услуги являются:

- обеспечение ценовой доступности платных услуг Музея для всех слоев населения;
- стимулирование внедрения новых видов платных услуг и форм обслуживания, повышения качеств оказываемых услуг.

1.7. Основными принципами ценообразования платных услуг учреждения считается:

- окупаемость затрат;
- государственный протекционизм в культурном обслуживании социально-экономически незащищенных групп и слоев общества;
- экономическая обоснованность стоимости услуг, на которые сложился устойчивый рыночный спрос.

II. Порядок предоставления платных услуг, реализации сувенирной и печатной продукции

2.1. Музей обязан известить Потребителя в бесплатной и доступной форме:

- о наименовании и местонахождении Музея;

- о перечне платных услуг, оказываемых Музеем;
- о перечне сувенирной и печатной продукции;
- о порядке предоставления платных услуг;
- о стоимости оказываемых услуг, сувенирной и печатной продукции и порядке их оплаты;
- о льготах, применяемых в отношении отдельных категорий Потребителей;
- о режиме работы Музея;
- о контролирующих организациях.

2.2. Информация о платных услугах предоставляется юридическим и физическим лицам:

- на сайте Музея;
- информационных стендах, возле билетных касс Музея.

2.3. Платные услуги, оказываемые Музеем, оформляются договором с Потребителем (или) их законным представителем. Договор может быть заключен в устной или письменной форме.

2.4. Музей обязан заключить договор на оказание платных услуг при наличии возможности оказать запрашиваемую услугу и не вправе оказывать предпочтение одному Потребителю перед другим в отношении заключения договора, кроме случаев, предусмотренных законом и иными нормативными правовыми актами.

2.5. Устная форма договора в соответствии с п. 2 ст. 159 ГК РФ предусмотрена в случае оказания платных услуг при самом их совершении. Документом, подтверждающим оказание таких услуг и их оплату, является входной билет и экскурсионная путевка установленного образца.

2.6. Реализация сувенирной и печатной продукции юридическому лицу может осуществляться посредством заключения договора в письменной форме. Форма договора разрабатывается Музеем самостоятельно.

2.7. В письменной форме договора должны быть регламентированы условия и сроки получения платных услуг, передачи сувенирной и печатной продукции, порядок расчетов, права, обязанности и ответственность сторон по договору.

2.8. Договор, заключаемый с Потребителем, может быть индивидуальный или стандартный (по типовой форме).

2.9. Договор составляется в письменной форме в двух экземплярах, один из которых находится у Музея, второй у Потребителя-юридического лица.

2.10. Оказание платных услуг осуществляется как штатными работниками Музея, так и привлекаемыми специалистами со стороны.

2.11. При реализации платных услуг, сувенирной и печатной продукции за наличный расчет или безналичный расчет путем использования системы Эквайринг Потребителю выдается (направляется) кассовый чек.

2.12. Плата за оказываемые Музеем платные услуги, сувенирную и печатную продукцию вносятся физическими и юридическими лицами:

- в билетные кассы Музея - наличными денежными средствами;

- безналичным расчетом на расчетный счет Музея;

- безналичным расчетом путем использования системы Эквайринг посредством применения банковского терминала;

- безналичным расчетом путем использования системы Интернет - Эквайринг.

III. Льготы при оказании платных услуг

3.1. Информация о видах и размере льгот, а также категориях Потребителей, имеющих право на получение льгот, содержится в Прейскуранте и локальных актах Музея.

3.2. Музей самостоятельно устанавливает и изменяет льготные категории физических и юридических лиц, величину льготы и условия ее предоставления, если иное прямо не предусмотрено действующим законодательством РФ или Красноярского края.

3.3. В целях реализации права на установление льгот Музей предоставляет билеты отдельным категориям граждан по сниженной цене.

3.4. Стоимость билета по льготной цене устанавливается приказом директора Музея.

3.5. Реализация билетов по льготным ценам осуществляется из числа имеющихся в свободной продаже билетов.

3.6. Музей оставляет за собой право приказом директора изменять льготные категории граждан, виды и размер льгот, условия и время предоставления льгот, перечень документов, при предъявлении которых предоставляются льготы.

3.7. Льготы, предусмотренные приказом директора, не суммируются. При наличии нескольких оснований для установления льгот они устанавливаются по одному из оснований по выбору лиц.

3.8. Любое физическое лицо, имеющее право на льготу, обязано предъявить билетному кассиру документы, подтверждающие право на льготу.

3.9. Приобретая билеты по льготной цене, Потребитель дает свое согласие на обработку своих персональных данных, к которым относятся: паспортные данные, номера дающих право на льготу документов и иные сведения, которые необходимы для корректного документального оформления правоотношений между Музеем и Потребителем в целях: продажи, возврата льготных билетов, а также на осуществление любых действий в отношении персональных данных, которые необходимы или желаемы для достижения указанных выше целей, включая (без ограничения) сбор, систематизацию, накопление, хранение, уточнение (обновление, изменение), использование, распространение (в том числе передачу третьим лицам), обезличивание, а также осуществление любых иных действий с персональными данными, предусмотренных действующим законодательством Российской Федерации.

3.10. Музей гарантирует, что обработка персональных данных Потребителя осуществляется в соответствии с Федеральным законом от 27.07.2006 N 152-ФЗ «О персональных данных» и иным действующим законодательством РФ о защите персональных данных.

3.11. Льготы предоставляются как индивидуально, так и по коллективным заявкам организаций, обеспечивающих поддержку социально незащищенных и малообеспеченных

групп граждан.

3.12. Музей оставляет за собой право отказать юридическому лицу без объяснения причин, если в его заявке отсутствуют льготные категории физических лиц, определенные настоящим Положением и действующим законодательством Российской Федерации.

IV. Порядок планирования и использования доходов от оказания платных услуг, реализации сувенирной и печатной продукции

4.1. Все средства, поступившие Музею от оказания платных услуг, реализации сувенирной и печатной продукции, аккумулируются на его лицевом счете.

4.2. После поступления денежных средств на лицевой счет Музей осуществляет их расходование в соответствии с планом финансово-хозяйственной деятельности.

4.3. Музей самостоятельно определяет направление и порядок использования средств, полученных от приносящей доход деятельности.

4.4. Налогообложение доходов от реализации платных услуг, сувенирной и печатной продукции производится в соответствии с действующим законодательством РФ.

V. Порядок определения цены (тарифа) на платные услуги, сувенирную и печатную продукцию

5.1. Ценовая политика, проводимая Музеем, основана на изучении существующих запросов и потенциальных потребностей Потребителей, а также учитывает цены и качество аналогичных услуг других учреждений культуры.

5.2. Музей самостоятельно определяет цены на платные услуги, сувенирную и печатную продукцию и утверждает Прейскурант цен приказом директора Музея.

5.3. Цены на платные услуги, сувенирную и печатную продукцию указываются в Прейскуранте в российских рублях.

5.3. Цены на платные услуги, сувенирную и печатную продукцию пересматриваются и утверждаются по мере необходимости.

5.4. Цены на услуги рассчитываются с учетом:

- себестоимости услуг;
- планируемой рентабельности;
- уникальности самих услуг;
- ценности используемых объектов;
- особые условия выполнения (срочность, сложность, приоритетность и т.д.);
- спроса, потребностей и возможностей Потребителя услуг.

5.5. Цена на сувенирную и печатную продукцию рассчитывается с учетом:

- закупочной стоимости товара;
- торговой наценки.

5.6. Методика формирования цен на платные услуги, сувенирную и печатную продукцию указана в Приложении №1.

VI. Учет, контроль и ответственность.

6.1. Музей и Потребители, заключившие договоры на оказание платных услуг и куплю-продажу сувенирной и печатной продукции, несут ответственность, предусмотренную договором и действующим законодательством РФ.

6.2. Музей несет ответственность:

- за организацию и качество оказываемых платных услуг Потребителю;
- за исполнение или ненадлежащее исполнение обязательств по договорам на оказание платных услуг;
- за соблюдение действующих нормативных документов в сфере оказания платных услуг, а также гражданского, трудового, административного и уголовного законодательства при оказании платных услуг и при заключении договоров на оказание этих услуг;
- за жизнь и здоровье детей во время оказания платных услуг.

6.3. Контроль за организацией и качеством оказания платных услуг в Музее, а также за ценами и порядком взимания платы осуществляет директор Музея и ответственные лица, назначенные приказом директора Музея.

6.4. Споры, возникающие между Потребителем и Музеем, разрешаются по соглашению сторон или в судебном порядке в соответствии с действующим законодательством РФ.

VII. Заключительные положения

7.1. Во всех случаях, непредусмотренных настоящим Положением, следует руководствоваться действующим законодательством РФ.

Приложение № 1
к Положению о платных услугах
КГАУК «КККМ»

Методика формирования цен на платные услуги

1. Для расчета цены платной услуги могут быть использованы натуральные и условно-натуральные показатели объёмов оказываемых услуг:

- объём услуг, оказанных в предыдущем периоде;

- максимально возможный объем услуг, рассчитанный в соответствии с пропускной способностью и техническими характеристиками зданий и территорий учреждений;

- плановый объём услуг, плановое задание на будущий период.

2. Себестоимость платных услуг, оказываемых государственными учреждениями в сфере культуры, включает два вида расходов (ст. 318 Налогового кодекса РФ): прямые (Рпр) и косвенные (Ркосв) - и рассчитывается по формуле:

$$С = Рпр + Ркосв \quad (1)$$

3. Учреждение самостоятельно определяет перечень прямых расходов, связанных с выполнением работ и оказанием услуг.

Прямые расходы (Рпр) рассчитываются по формуле:

$$Рпр = ФОТосн + Носн + Мз \quad (2)$$

К прямым расходам относятся затраты, непосредственно связанные с оказанием платной услуги:

а) расходы на оплату труда основного персонала (ФОТосн) определяются в соответствии со ст. 255 Налогового кодекса Российской Федерации;

б) начисления на выплаты по оплате труда (Носн);

в) материальные затраты (Мз) (ст. 254 Налогового кодекса Российской Федерации) включают расходы на приобретение инвентаря и других расходных материалов, используемых непосредственно в процессе оказания платной услуги и не являющихся амортизируемым имуществом. Данные затраты учитываются по ст. 340 классификации операций сектора государственного управления с детализацией по подстатьям. (Материальные затраты рассчитываются на основе фактических данных за предшествующий период, а при отсутствии данного вида услуг в предшествующем периоде можно использовать планово-нормативные показатели на плановый период (год));

г) учет доходов и расходов по амортизируемому имуществу ведется по каждому объекту.

Расчет сумм амортизации производится для оборудования сроком полезного использования более 12 месяцев и первоначальной стоимостью более 100 000,00 рублей (ст. 256 Налогового кодекса РФ).

Сумма амортизации за год i-го вида оборудования, используемого непосредственно для оказания платной услуги ($Са_i$), определяется по формуле:

$Са_i = Бс_i / Си_i$, (3)

где:
$Бс_i$ - балансовая стоимость i-го вида оборудования;
$Си_i$ - установленный максимальный срок использования i-го вида оборудования.

Сумма амортизации (Сам) всех видов оборудования, непосредственно участвующих в оказании платной услуги, за год равна:

$$Сам = \frac{SUM (Са_i)}{Рд \times Вд} \times Т, \quad (4)$$

где:
$Са_i$ - сумма амортизации за год i-го вида оборудования, используемого при оказании платной услуги;
Рд - число дней работы оборудования за год;
Вд - количество часов работы оборудования за день;
Т - время оказания услуги в часах;
i - виды оборудования, используемого при оказании платной услуги.

4. К косвенным расходам относятся все иные суммы расходов, за исключением внереализационных расходов, осуществляемые учреждением в течение отчетного периода (ст. 318 Налогового кодекса Российской Федерации).

Величина косвенных расходов определяется по формуле:

$$Ркосв = ФОТоу + Ноу + Рх + Аз + Рпроч. \quad (5)$$

Косвенными расходами при оказании услуг в сфере культуры являются:
а) расходы на оплату труда персонала (ФОТоу) включают заработную плату персонала, непосредственно не занятого в оказании платных услуг;

б) начисления на выплаты по оплате труда (Ноу);

в) хозяйственные расходы (Рх) включают затраты на материалы для хозяйственных целей, на канцелярские товары, на текущий ремонт, коммунальные расходы, арендную плату зданий и сооружений и определяются либо по фактическим данным предшествующего года, либо в соответствии с планом работы на будущий год;

г) амортизация зданий, сооружений и других основных средств (Аз), непосредственно не связанных с оказанием услуги в сфере культуры.

Амортизируемым имуществом признаются имущество, результаты интеллектуальной деятельности и иные объекты интеллектуальной собственности, которые используются для извлечения дохода. Амортизируемым имуществом признается имущество со сроком полезного использования более 12 месяцев и первоначальной стоимостью более 100 000,00 рублей (ст. 256 Налогового кодекса Российской Федерации).

Метод начисления амортизации устанавливается учреждением самостоятельно применительно ко всем объектам амортизируемого имущества.

д) прочие расходы (Рпроч) также определяются по фактическим данным предшествующего года либо в случае недостаточного ресурсного обеспечения или отсутствия данных в соответствии с планом работы на будущий год.

Прочие расходы (ст. 264 Налогового кодекса Российской Федерации) могут включать:

1) расходы по охране имущества, обслуживанию охранно-пожарной сигнализации, расходы на приобретение услуг пожарной охраны и иных услуг охранной деятельности;

2) расходы на подготовку и переподготовку кадров, если:

- соответствующие услуги оказываются российскими образовательными учреждениями, получившими государственную аккредитацию (имеющими соответствующую лицензию), либо иностранными образовательными учреждениями, имеющими соответствующий статус;

- подготовку (переподготовку) проходят работники, состоящие в штате;

- программа подготовки (переподготовки) способствует повышению квалификации и более эффективному использованию подготавливаемого или переподготавливаемого специалиста в этой организации в рамках оказания платной деятельности учреждения;

3) расходы на рекламу, непосредственно не связанные с оказанием услуги: расходы на рекламные мероприятия через средства массовой информации (в том числе объявления в печати, передача по радио и телевидению) и телекоммуникационные сети; расходы на световую и иную наружную рекламу, включая изготовление рекламных стендов и рекламных щитов; расходы на участие в выставках, ярмарках, экспозициях, на оформление витрин, выставок, изготовление рекламных брошюр и каталогов, содержащих информацию о платных услугах.

Расходы на приобретение (изготовление) призов, вручаемых победителям розыгрышей во время проведения массовых рекламных кампаний, а также расходы на иные виды рекламы.

Если платная услуга оказывается на территории учреждения, то часть общехозяйственных расходов, эксплуатационных расходов и стоимости коммунальных услуг может быть отнесена на цену данной платной услуги. Величина данного показателя в составе цены платной услуги устанавливается для каждого вида платной услуги индивидуально;

4) другие расходы (ст. 264 Налогового кодекса Российской Федерации).

В себестоимость конкретной i-ой платной услуги косвенные расходы могут быть включены пропорционально прямым расходам, приходящимся на платную услугу, через расчетный коэффициент косвенных расходов (Ккр):

$$Ркосв_i = Рпр_i \times Ккр, \quad (6)$$

где:
$Ркосв_i$ - величина косвенных расходов, включаемых в себестоимость конкретной i-ой платной услуги;
$Рпр_i$ - величина прямых расходов, включаемых в себестоимость i-ой платной услуги;
Ккр - коэффициент косвенных расходов, включаемых в себестоимость данной платной услуги пропорционально прямым расходам.

Коэффициент косвенных расходов (Ккр) рассчитывается по фактическим данным предшествующего периода либо в случае недостаточного ресурсного обеспечения или отсутствия данных за предшествующий период в соответствии с планом работы на будущий год по формуле:

$$Ккр = SUM\ Ркосв_i \ / \ SUM\ Рпр_i, \quad (7)$$

где:

SUM Ркосві - сумма косвенных расходов в расчете на весь объем оказанных платных услуг за год;
SUM Рпрі - сумма прямых расходов в расчете на весь объем оказанных платных услуг за год.

5. Коэффициенты дискриминации цен

Цены на базовые платные услуги регулируются коэффициентами дискриминации цен, которые подразделяются на два вида:

а) Коэффициенты дискриминации цен, обеспечивающие доступность услуги (Кдс), применяются для уменьшения цены на базовые платные услуги в рамках социальной политики государства, направленной на обеспечение экономической доступности услуг культуры для социально незащищенных слоев общества.

б) Коэффициенты дискриминации цен, регулирующие спрос на услугу (Крс), применяются для увеличения цены на базовые платные услуги (экскурсия на иностранном языке, новые услуги и т.п.) или для уменьшения цены на базовые платные услуги (посещение музея без экскурсионного сопровождения, экскурсии в утреннее время или будние дни, и т.д.).

6. Исполнитель самостоятельно определяет цены на платные услуги (ст. 52 Закона о культуре). Цены на платные услуги пересматриваются и утверждаются по мере необходимости.
Цены на услуги рассчитываются с учетом:

- себестоимости услуг;
- планируемой рентабельности;
- уникальности самих услуг;
- ценности используемых объектов;
- особые условия выполнения (срочность, сложность, приоритетность и т.д.);
- спроса, потребностей и возможностей получателя услуг.

Таким образом, в целях повышения доступности оказываемых услуг в сложившихся социально-экономических условиях, учреждение оставляет за собой право изменения цен в сторону уменьшения, что отражается в Прейскуранте, утверждаемом приказом руководителя.

Методика формирования цен на сувенирную и печатную продукцию

Розничная цена сувенирной и печатной продукции рассчитывается по формуле:

РЦ=ЗК+ТЦ,

где:

ЗК-закупочная цена товара;

ТЦ-торговая наценка.