

Министерство культуры Нижегородской области
ГБУК НО «НИЖЕГОРОДСКАЯ ГОСУДАРСТВЕННАЯ АКАДЕМИЧЕСКАЯ
ФИЛАРМОНИЯ имени М. РОСТРОПОВИЧА»

П Р И К А З

19.06.15

№ 113

г.Н.Новгород

Об утверждении Порядка формирования
цен на оказываемые платные услуги
ГБУК НО «НГАФ им. М. Ростроповича»

В целях регламентирования ведения ГБУК НО «НГАФ им. М. Ростроповича»
платной деятельности

п р и к а з ы в а ю:

1. Утвердить прилагаемый Порядок формирования цен на платные услуги, оказываемые ГБУК НО «НГАФ им. М. Ростроповича».
2. Применять данный Порядок при формировании цен на оказываемые платные услуги, исходя из себестоимости и необходимой прибыли с учетом конъюнктуры рынка, качества и потребительских свойств услуг.
3. Контроль за исполнением настоящего приказа возложить на заместителя директора по маркетингу Гришину М.М.

И.о.директора

О.В.Брыкина

Ольга Викторовна Брыкина

**ПОРЯДОК
ФОРМИРОВАНИЯ ЦЕН НА ПЛАТНЫЕ УСЛУГИ
ГБУК НО «НГАФ им. М. Ростроповича»**

I. Общие положения организации платных услуг

1. Платные услуги оказываются ГБУК НО «НГАФ им. М. Ростроповича» (далее – Филармония) в соответствии с потребностями населения на основании приказа директора Филармонии. Директор координирует деятельность всех служб, которые обеспечивают и производят платные услуги, а также решает вопросы, выходящие за рамки компетенции отдельно взятого подразделения.

2. Предоставление платных услуг производится только по видам, предусмотренным в уставе Филармонии.

3. Филармония обеспечивает граждан бесплатной, доступной и достоверной информацией:

- о режиме работы Филармонии;
- о видах услуг, оказываемых бесплатно, либо по льготным ценам;
- об условиях предоставления и получения бесплатных услуг или услуг по льготным ценам;
- о видах платных услуг с указанием их стоимости;
- о контролирующих организациях.

4. Предоставление платных услуг осуществляется в рамках договоров, которые могут быть устными и письменными:

- устная форма договора в соответствии с п. 2 ст. 159 ГК РФ предусмотрена в случае предоставления услуг немедленно – например реализация билетов;
- письменная форма договора в соответствии со ст. 161 ГК РФ в случаях, когда предоставление услуг носит длительный по времени характер – например аренда помещений, организация концертных программ.

5. Филармония устанавливает льготы для отдельных категорий граждан (пенсионеров, студентов, детей, инвалидов и т. д.) в соответствии с порядком установления льгот определенным Постановлением Правительства Нижегородской области от 21.02.2005 г. № 41.

II. Формирование свободных цен и тарифов на услуги

2.1. Свободные цены на услуги устанавливаются Филармонией по согласованию с потребителями исходя из конъюнктуры рынка (сложившегося спроса и предложения), качества и потребительских свойств услуг.

В свободные цены включаются налоги и сборы, начисляемые и уплачиваемые в соответствии с действующим законодательством.

2.2. Учитываемая в ценах на услуги себестоимость рассчитывается в соответствии с отраслевыми инструкциями по вопросам планирования, учета и калькулирования себестоимости услуг и другими отраслевыми указаниями по вопросам особенностей затрат, включаемых в себестоимость услуг.

2.3. Прибыль от реализации услуг определяется как разница между выручкой от реализации услуг по ценам без налогов и сборов, не относящихся на себестоимость и затратами на их производство и реализацию.

2.4. Платные услуги, оказываемые Филармонией, не входят в перечень, утвержденный Постановлением Правительства РФ от 7 мая 1995 г. № 239 «О мерах по упорядочению государственного регулирования цен (тарифов)» и поэтому не подлежат государственному регулированию.

2.5. Цена билета на концерт напрямую зависит от расположения посадочного места в зале.

III. Формирование и применение цен на услуги, реализуемые (оказываемые) населению

3.1. Свободные цены определяются Филармонией самостоятельно, в соответствии с конъюнктурой рынка (сложившимся спросом и предложением в данном регионе), качеством и потребительскими свойствами предоставляемых услуг.

3.2. Свободные цены и тарифы на платные услуги для населения формируются исходя из себестоимости и необходимой прибыли с учетом конъюнктуры рынка, качества и потребительских свойств услуг.

3.3. Детально цены на платные услуги рассчитываются специалистами службы маркетинга Филармонии самостоятельно на основании калькуляции на каждый вид услуги.

3.4. Свободные цены на платные услуги населению могут изменяться в связи с изменением конъюнктуры рынка, а также изменением расходов на оказание услуг.