



А Д М И Н И С Т Р А Ц И Я Г О Р О Д С К О Г О О К Р У Г А К Л И Н

П О С Т А Н О В Л Е Н И Е

27 ДЕК 2022

№

2445

г. Клин
Московская область

Об утверждении Методики определения платы за оказание рекламно-информационных услуг (выполнение работ), предоставляемых муниципальным автономным учреждением «Телевидение «Поиск»

В соответствии с Федеральным законом от 06.10.2003 № 131-ФЗ «Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации», Федеральным законом от 03.11.2006 № 174-ФЗ «Об автономных организациях», Федеральным законом от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе», решением Совета депутатов Клинского муниципального района от 18.09.2017 № 5/66 «Об утверждении Порядка установления тарифов на услуги (работы), оказываемые (выполняемые) муниципальными предприятиями и учреждениями Клинского муниципального района», руководствуясь Уставом городского округа Клин Московской области,

П О С Т А Н О В Л Я Ю:

1. Утвердить прилагаемую Методику определения платы за оказание рекламно-информационных услуг (выполнение работ), предоставляемых муниципальным автономным учреждением «Телевидение «Поиск» (приложение № 1).
2. Управлению по делам Администрации и информационной политике (Никулина С.В.) опубликовать настоящее постановление в общественно-политической газете «Серп и молот» и на официальном сайте Администрации городского округа Клин.
3. Контроль за выполнением настоящего постановления возложить на заместителя Главы Администрации городского округа Клин Г.М. Долгова.

Глава городского округа Клин



А.Д. Сокольская

Приложение № 1
к постановлению Администрации
городского округа Клин
от 27 АЕК 2022 № 2445

Методика определения платы за оказание рекламно-информационных услуг (выполнение работ), предоставляемых муниципальным автономным учреждением «Телевидение «Поиск»

1. Общие положения

1.1. Настоящая Методика определения платы за оказание рекламно-информационных услуг (выполнение работ), предоставляемых муниципальным автономным учреждением «Телевидение «Поиск» (далее – Учреждение) разработана в соответствии Гражданским кодексом Российской Федерации, Федеральным законом от 06.10.2003 № 131-ФЗ «Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации», Федеральным законом от 03.11.2006 № 174-ФЗ «Об автономных учреждениях», Федеральным законом от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе», руководствуясь решением Совета депутатов Клинского муниципального района от 18.11.2019 № 5/66 «Об утверждении Порядка установления тарифов на услуги (работы), оказываемые (выполняемые) муниципальными предприятиями и учреждениями Клинского муниципального района».

1.2. Методика определения платы за оказание рекламно-информационных услуг (выполнение работ) (далее – Методика) разработана в целях установления единого механизма формирования тарифов на рекламно-информационные услуги.

1.3. Деятельность по оказанию рекламно-информационных услуг (выполнение работ) относится к самостоятельной хозяйственной деятельности учреждения, приносящей доход, и осуществляется на основании подпункта 2.7 Устава Учреждения.

1.4. Рекламно-информационные услуги (выполняемые работы) (далее – Рекламные услуги) оказываются учреждением по тарифам, целиком покрывающим издержки Учреждения на оказание данных услуг. Рекламные услуги оказываются Учреждением сверх установленного муниципального задания на основании договоров возмездного оказания услуг. Они не могут быть оказаны взамен или в рамках выполнения муниципального задания, финансируемого за счет средств местного бюджета.

1.5. Учреждение самостоятельно определяет возможность оказания Рекламных услуг в зависимости от материальной базы, численного состава и квалификации персонала, спроса на услугу, работу и т.д.

1.6. Учреждение формирует перечень Рекламных услуг исходя из потребностей и спроса на данный вид услуг (работ) и утверждает его приказом директора Учреждения.

1.7. Учреждение разрабатывает и использует в своей деятельности тарифы на оказываемые Рекламные услуги, исходя из их производственной себестоимости и рентабельности, с учетом составляющих их производственных операций, имеющейся специфики деятельности (технической оснащенности, требуемых форм представления результата и т.п.), а также установленных налогов и сборов, оформляя калькуляцию цены на каждый вид Рекламных услуг.

1.8. Размер платы за оказание Рекламных услуг определяется на основе расчета экономически обоснованных затрат материальных и трудовых ресурсов.

2. Расчет платы за оказание Рекламных услуг

2.1. Размер платы за оказание Рекламных услуг, предоставляемых Учреждением, формируется с учетом следующих факторов:

учета полного комплекса технологических процессов и операций, необходимых для осуществления единицы работы или оказываемой услуги;

использования обоснованных норм времени или выработки на работы и услуги, полученные на основе данных хронометража;

размера дневного заработка (часовой тарифной ставки) работника, определяемого на основе среднего расчетного уровня оплаты труда и среднего сложившегося уровня материальных расходов на содержание административно-управленческого персонала.

2.2. Размер платы за оказание Рекламных услуг рассчитывается по формуле:

$$P_{\text{усл.}} = Z_{\text{усл.}} + Z_{\text{н.}} + П + Н,$$

где:

$P_{\text{усл.}}$ – размер платы за оказание Рекламных услуг;

$Z_{\text{усл.}}$ – затраты на оказание услуг (себестоимость);

$Z_{\text{н.}}$ – накладные затраты, относимые на стоимость услуг;

$П$ – норма прибыли (рентабельность);

$Н$ – налоги на платную услугу.

Размер платы за оказание Рекламных услуг исчисляется в полных рублях, в соответствии с действующим порядком округления копеек до целых рублей (сумма менее 50 копеек отбрасывается, а сумма 50 копеек и более округляется до полного рубля).

2.3. При расчете размера платы за оказание Рекламных услуг используется метод прямого счета, применяемый в случаях, когда оказание услуг требует использования отдельных специалистов учреждения и специфических материальных ресурсов, включая материальные запасы и оборудование.

2.4. В основе расчета затрат на оказание Рекламных услуг лежит прямой учет всех элементов затрат и рассчитывается по следующей формуле:

$$Z_{\text{усл.}} = Z_{\text{оп.}} + Z_{\text{отч.}} + Z_{\text{мз.}} + А_{\text{усл.}},$$

где:

$Z_{\text{усл.}}$ – затраты на оказание услуг (себестоимость);

$Z_{\text{оп.}}$ – затраты на основной персонал;

$Z_{\text{отч.}}$ – затраты на начисления на выплаты по оплате труда в соответствии с действующим законодательством Российской Федерации;

$Z_{\text{мз.}}$ – затраты на приобретение материальных запасов, потребляемых в процессе оказания Рекламной услуги;

$А_{\text{усл.}}$ – сумма начисленной амортизации оборудования, используемого при оказании Рекламной услуги

2.4.1. Затраты на основной персонал включают в себя: затраты на оплату труда основного персонала; суммы вознаграждения сотрудников, привлекаемых по гражданско-правовым договорам.

Затраты на оплату труда рассчитываются как произведение стоимости единицы рабочего времени (например, человеко-дня, человеко-часа) на количество

единиц времени, необходимое для оказания Рекламной услуги. Данный расчет проводится по каждому сотруднику, участвующему в оказании соответствующей услуги, и определяется по формуле:

$$Z_{\text{оп.}} = \sum OT_{\text{ч.}} \times T_{\text{усл.}},$$

где:

$Z_{\text{оп.}}$ – затраты на оплату труда основного персонала;

$T_{\text{усл.}}$ – норма рабочего времени, затрачиваемого основным персоналом;

$OT_{\text{ч.}}$ – повременная (часовая, дневная, месячная) ставка по штатному расписанию и по гражданско-правовым договорам сотрудников из числа основного персонала.

2.4.2. Затраты на приобретение материальных запасов и услуг, полностью потребляемых в процессе оказания Рекламной услуги, включают в себя (в зависимости от отраслевой специфики): затраты на приобретение расходных материалов для оргтехники; затраты на другие материальные запасы.

Затраты на приобретение материальных запасов рассчитываются как произведение средних цен на материальные запасы на объем их потребления в процессе оказания Рекламной услуги и определяются по формуле:

$$Z_{\text{мз.}} = \sum MZ^j \times C^j,$$

где:

$Z_{\text{мз.}}$ – затраты на материальные запасы, потребляемые в процессе оказания услуги;

MZ^j – материальные запасы определенного вида;

C^j – цена приобретаемых материальных запасов.

2.4.3. Сумма начисленной амортизации оборудования, используемого при оказании Рекламной услуги, определяется исходя из балансовой стоимости оборудования, годовой нормы его износа и времени работы оборудования в процессе оказания услуги.

2.5. Накладные затраты, относимые на стоимость Рекламной услуги, включают в себя:

затраты на оплату труда административно-управленческого персонала, с начислениями на оплату труда в соответствии с действующим законодательством РФ;

общехозяйственные затраты (аренда помещения, оплата коммунальных услуг, услуг связи, расходы содержание и эксплуатацию вычислительной техники, оргтехники, расходы на содержание и эксплуатацию зданий, сооружений, помещений, занимаемых и используемых административно-хозяйственным персоналом, и иные затраты, необходимые для обеспечения деятельности учреждения в целом, но не используемые непосредственно в процессе оказания услуги).

Размер накладных затрат, относимых на стоимость услуг, определяется по каждому виду Рекламных услуг по формуле:

$$Z_{\text{н.}} = Z_{\text{усл.}} \times N_{\text{нр.}},$$

где:

$Z_{\text{н.}}$ – накладные затраты, относимые на стоимость услуг;

$Z_{\text{усл.}}$ – затраты на оказание услуг (себестоимость);

$N_{\text{нр.}}$ – норматив накладных затрат по каждому виду услуг (работ).

Норматив косвенных расходов, относящихся к деятельности связанной с оказанием услуг, определяется пропорционально доле доходов от деятельности, приносящей доход в общем доходе организации, по всем видам деятельности, который включает в себя доходы от реализации товаров (работ, услуг) и имущественных прав и внереализационные доходы, по формуле:

$$N_{\text{нр.}} = \sum D_{\text{от ПД}} / \sum D_{\text{общ.}} * 100\%,$$

где:

$N_{\text{нр.}}$ – норматив накладных затрат по каждому виду услуг (работ);

$\sum D_{\text{от ПД}}$ – сумма доходов от деятельности, приносящей доход;

$\sum D_{\text{общ.}}$ – сумма поступлений по всем видам деятельности.