Журнал для руководителей учреждений

спецвыпуск
2016

ПЛАТНЫЕ УСЛУГИ учреждения

все о приносящей доход деятельности и госзадании

3 способа установить сбалансированную цену на услугу

А также: Как запустить успешный краудфандинговый проект // Скорректируйте стоимость платных услуг к началу учебного года

«АКТИОН» МЦФЭР

e.guslugi.ru • издается с 2012 года

3 способа установить сбалансированную цену на услугу

Ольга ФУЦАЙ, ведущий эксперт журнала «Платные услуги учреждения»

Главное в статье

1 Чтобы определить цену платной услуги, включите в расчет прямые и косвенные затраты 14

2 Директор гимназии советует: чтобы определить цену, проанализируйте стоимость услуг репетиторов в вашем городе 16

3 Хотите лучше узнать потребителей своих услуг? Проведите анкетирование. Ваш коллега подсказал, как тактично выяснить уровень доходов. И предупредил о неудачных формулировках вопросов 17

Как руководителю определить цену услуги и соблюсти баланс? Пожадничав, вы отпугнете потребителей. А установив слишком низкие цены, будете сожалеть о недополученных доходах. Погружать вас в теорию ценообразования я не буду. Опыт коллег полезнее и нагляднее любых методичек.

Способ 1. Калькуляция как основа цены

Школа № 4 г. Дмитрова – одна из самых крупных в районе: 1275 учеников в 48 классах. Внебюджетной деятельностью учреждение занимается уже 10 лет. Чтобы организовать

эту работу, школа создала центр «Лицеист». В минувшем учебном году она оказывала дополнительные образовательные услуги в рамках 32 курсов. Самыми востребованными предметами стали математика, русский язык, обществознание и изобразительное искусство.

Рассказывает руководитель

«Прежде чем внедрить платные услуги, пришлось провести большую аналитическую работу. Для начала мы оценили возможности школы, исходя из кадрового и материально-технического обеспечения. Затем определили перечень услуг, востребованных в микрорайоне. Для этого наши сотрудники в конце учебного года провели анкетирование родителей и учеников. На родительских собраниях педагоги показывали презентации отдельных курсов и направлений. Мы также информировали родителей о наших планах через сайт и стенд школы. Все это помогло нам “угадать” с перечнем платных курсов.

Мы не стремились получить как можно больше с родителей, не давили на них. И в итоге назначили цену, которая устроила всех».

Татьяна МАЛИННИКОВА, директор СОШ № 4 г. Дмитрова

Рассмотрим калькуляцию цены на примере школы № 4. В расчет включены все предстоящие затраты (табл. 1).

Таблица 1. Калькуляция затрат

Наименование статей расхода	Код КОСГУ	Расходы в месяц, руб.
Заработная плата педагогов за 4 занятия	211	2214,50
Начисления на заработную плату	213	668,78
Коммунальные услуги	223	98,73
Прочие расходные материалы	340	100,00
ИТОГО ПРЯМЫЕ РАСХОДЫ	×	**3082,02**
Материально-техническое развитие учреждения — 20% от суммы прямых расходов	310	616,40
ИТОГО КОСВЕННЫЕ РАСХОДЫ	×	**616,40**
ВСЕГО РАСХОДОВ (прямые + косвенные)	×	**3698,42**
Количество учеников в группе	×	5
Количество часов в месяц	×	4,5
Стоимость одного учебного часа (всего расходов : количество учеников : количество часов)	×	**164,37**

По итогам калькуляции школа определила диапазон стоимости одного часа занятий для одного ученика: от 150 до 250 руб. Выбор цены в этом диапазоне зависит от сложности предмета и наполняемости группы. Так, стоимость четырех занятий в месяц в 9–10 классах в среднем составила 1 тыс. руб., в 5–8 классах – 700 руб.

Способ 2. Ориентируйтесь на цены конкурентов

Эту методику применили в гимназии № 8 г. Сочи.

По мнению ее директора, без учета конъюнктуры на рынке образовательных услуг адекватную цену установить сложно. Поэтому сотрудники учреждения проанализировали стоимость услуг репетиторов в городе. Информацию нашли в интернете.

Также опросили учителей и родителей, частных репетиторов.

Игорь НИКИТИН, директор гимназии № 8 г. Сочи

Рассказывает руководитель

«Оказалось, что цена часа работы репетитора колеблется в диапазоне от 500 до 2 тыс. руб. Все зависит в первую очередь от квалификации конкретного учителя — репетитора. Исходя из этого, мы решили платить учителям, которые ведут платные дополнительные занятия в гимназии, 500 руб. за час. Такая цена обеспечила конкурентоспособность, создала стимулы для того, чтобы учителя отказывались от частного репетиторства в пользу гимназии.

Для родителей мы установили дифференцированные цены. В группы начального, основного и среднего образования решили записывать по пять или 10 учеников. В группы дошкольного образования — по 12 учеников. Если родители хотят, чтобы их ребенок получал более индивидуализированную услугу, и готовы заплатить за это больше, они могут выбрать маленькую группу. При годовой программе курса в 60 учебных часов стоимость часа занятий обойдется в 199 руб. А тем, кому важно сэкономить средства, подойдет

группа из 10 человек. В этом случае обучение по программе той же продолжительности стоит 95 руб. в час».

Цены на образовательные услуги гимназии невысоки. Родителям выгоднее отправить ребенка на дополнительные занятия в гимназию, чем нанимать даже самого недорогого репетитора. При этом директор сохранил контроль за работой учителей. А им не нужно искать подработку: гимназия сама дает возможность получить дополнительный заработок. Замечу, что перечень услуг обширен, в таблице 2 приведена лишь малая их часть. В результате в оказании платных услуг руководство задействовало весь основной педагогический коллектив.

Таблица 2. Стоимость платных дополнительных услуг гимназии № 8 г. Сочи

Название курса	Количество учеников в группе, чел.	Учебная нагрузка в неделю, ч	Стоимость услуги для 1 ученика в год, руб.	Стоимость 1 часа обучения, руб.	Стоимость обучения в месяц, руб.
Группа предшкольной подготовки	12	12	24 956	73,40	3119,49
Изучение специальных дисциплин сверх часов и сверх программы по данной дисциплине	5	2	11 489	191,48	1436,07
Группа кратковременного пребывания	20	25	15 558	23,94	1944,74
Курсы иностранных языков	6	4	15 922	165,86	1990,29
Танцевальная студия	5	1	5744	191,47	718,03

Способ 3. Опросите родителей

В одном из детских садов Омска провели целое маркетинговое исследование. Идея была в том, чтобы присмотреться к семьям воспитанников и составить портрет своего потребителя. А затем определиться с перечнем платных услуг и расценками. На первом этапе детский сад опросил родителей. Основная сложность, по словам заведующего, состояла в разработке анкеты.

Владислав СИМОНОВ,
заведующий детским садом

Рассказывает руководитель

«Нужно было четко сформулировать не более 20 вопросов. Если их будет слишком много, родители откажутся от участия или ответят не задумываясь. Это сделает анкетирование бессмысленным. Чтобы не утомлять людей и не отнимать у них много времени, мы решили не перегружать анкету вопросами открытого типа: они требуют самостоятельного ответа. Мы чередовали такие вопросы с закрытыми — когда респондент выбирает ответ из предложенных вариантов.

Еще одна проблема: выяснить уровень достатка семей наших воспитанников. Нам пришлось задать неудобные вопросы о доходах. Эта информация была нужна, чтобы спрогнозировать потребности в услугах и определить цены на них. Мы постарались сгладить ощущение неловкости двумя способами. Первый — не требовали указать конкретную сумму семейных доходов, а предложили выбор из нескольких диапазонов. Это не помешало нам при обработке данных. Второй способ — косвенные вопросы, которые помогли составить представление о материальном благополучии семьи».

В анкету не стали включать вопрос «Каков среднемесячный доход вашей семьи?». Вместо этого респондентам предложили три других вопроса.

1. Ежемесячный доход вашей семьи составляет:

– до 20 тыс. руб.;
– от 20 тыс. до 40 тыс. руб.;
– от 40 тыс. до 60 тыс. руб.;
– более 60 тыс. руб.

При необходимости вы можете предложить свои варианты диапазонов. Ориентируйтесь на уровень доходов в вашем регионе. Главное, чтобы диапазоны не были слишком широкими, иначе вам будет трудно понять уровень достатка семьи. Но слишком узкие тоже не устанавливайте, чтобы родители не затруднялись с ответом.

2. Есть ли в вашей семье автомобиль?

– да, год выпуска _____;
– нет.

Совет

Назначьте ответственного за опрос воспитателя. Если средства позволяют, наймите специалиста-маркетолога

3. Где вы обычно проводите отпуск?

– в России;
– за рубежом.

Такие формулировки позволят тактично выяснить, насколько семья обеспечена.

Еще один вопрос, на который людям не всегда приятно отвечать, касается возраста. Поэтому, как и в случае с доходами, родителям предложили указать не точное число лет, а возрастную группу.

Также воспитатели задавали вопросы о качестве услуг, которые детский сад уже предоставляет. Например, поинтересовались мнением об интерьере помещений: уютны ли они для детей, располагает обстановка к занятиям или отвлекает от них.

Вопрос о потребностях в новых услугах сформулировали просто: «Какие услуги вы хотели бы видеть в нашем детском саду? Если их несколько, укажите, какая вам наиболее интересна». Обратите внимание: это вопрос открытого типа. А следующий вопрос был закрытым: «Расставьте характеристики самой необходимой вашему ребенку услуги по приоритету (1 – наиболее значимая характеристика, 5 – наименее значимая характеристика):

– удобное время;
– индивидуальный подход (авторский курс);
– цена;
– интерес ребенка к занятиям;
– эффективность занятий».

Избегайте слов или формулировок, которые не имеют конкретного значения и требуют уточнения. Не включайте в вопросы слова «часто», «редко», «много», «мало», «давно», «далеко», «близко», «иногда» и т. п. Ведь каждый человек может истолковать такое слово по-своему. Например, вопрос «Часто ли вы планируете приводить ребенка на дополнительные занятия?» нельзя назвать удачным, если вы предлагаете варианты «Да» и «Нет». То же самое можно сказать о вопросе «Много ли времени вы уделяете домашнему обучению ребенка?».

Электронный журнал

Пример анкеты — в электронной версии статьи (e.guslugi.ru)

Самый важный вопрос касался приемлемой стоимости приоритетной услуги. Здесь родителям вновь предложили диапазоны цены одного занятия продолжительностью 45 минут: менее 250 руб., от 250 до 300 руб., от 300 до 350 руб., от 350 до 400 руб., более 400 руб.

Анкетирование дало хорошие результаты. Из 135 родителей на вопросы ответили 120. Самой многочисленной оказалась группа в возрасте 26–30 лет (48 человек, 40% опрошенных). За ней шла группа в возрасте 31–35 лет (41 человек, 34,2% опрошенных). Собственным автомобилем пользовались 69 процентов семей. Более половины оценили свой ежемесячный доход в 40 тыс. – 60 тыс. руб.

Родители предложили множество вариантов дополнительных услуг: уроки рисования, английского языка, занятия в театральной студии и др. Но эти идеи в сумме не набрали 30 процентов голосов. Зато более половины опрошенных (63 человека) хотели, чтобы их дети занимались танцами. Из этой группы 48 были готовы платить за урок 200 руб. или выше. Цена в 200 руб. оказалась приемлемой для учреждения с точки зрения расходов. Поэтому в детском саду сформировали три группы для занятий танцами дважды в неделю. Стоимость одного урока – 200 руб.

В заключение отмечу, что первый способ можно комбинировать со вторым и третьим. Сравните цену, полученную по результатам анализа рынка или опроса потребителей, с той, которая приемлема для учреждения с точки зрения расходов ●

На заметку

А как в вашем учреждении были установлены цены на платные услуги? Если вы хотите поделиться своим опытом, пишите: futsai@action-media.ru

Все о налогах и учете бухгалтеру образовательного учреждения!

obrychet.ru

Подписка: 8 (800) 555-66-00 и 8 (495) 785-01-13

Реклама

Как запустить успешный краудфандинговый проект

Федор МУРАЧКОВСКИЙ, генеральный директор краудфандинговой платформы Planeta.ru

О чем пойдет речь: краудфандинг широко применяют в сфере культуры. Он особенно эффективен, если нужно найти средства на кино- или арт-проект. В условиях дефицита бюджетных средства краудфандинг может быть полезен и учреждениям госсектора.

Что такое успешная крауд-кампания

Краудфандинг – это способ коллективного финансирования проектов. Деньги на создание нового продукта поступают от его будущих пользователей. Они получают взамен бонусы – товары или услуги, в том числе итоговый продукт.

Как правило, кампания считается успешной, если инициаторам проекта удалось собрать необходимую сумму в установленные сроки. В противном случае деньги в полном объеме возвращают вложившим их людям. Но наши краудфандеры сами решают, что делать, если они не собрали всю заявленную сумму. Ведь можно привлечь остальные деньги из другого источника и воплотить идею.

Нередки случаи, когда цель кампании не достигнута, но реализация проекта остается возможной. Дело в том, что краудфандинг – это не только финансовый,

На заметку

«Народное софинансирование» креативных идей с помощью интернет-ресурсов можно комбинировать с государственными мерами поддержки

50

процентов

из 2,5 тыс. активных проектов на краудфандинговой платформе Planeta.ru успешны

но и мощный PR-инструмент. Активное освещение проекта в СМИ позволяет авторам найти массу единомышленников. Они активно включаются в проект и помогают реализовать задуманное. Например, находятся люди, готовые оказать свои профессиональные услуги безвозмездно, а не за деньги, как предполагалось при запуске проекта. В результате его общий бюджет сокращается.

Какие факторы влияют на успех

Что нужно сделать, чтобы кампания прошла успешно и проект набрал необходимую сумму? Здесь играют роль многие факторы. Выделю ключевые.

Видеообращение

Качественный ролик вдвое увеличивает шансы проекта на успех. Он расширяет возможности продвижения идеи не только во время краудфандинга, но и по его завершении. Могу дать несколько советов.

Это интересно

Примеры успешных кампаний

1. Организаторы международного фестиваля независимого кино «2morrow/Завтра» собрали 1,2 млн руб. на его подготовку и проведение. Хотя планировали привлечь только 650 тыс. руб.
2. Центр для животных «Мокрый нос» – социально полезное пространство, куда можно приезжать всей семьей на активный отдых и в непринужденной обстановке общаться с животными. Цель – 5 млн руб. Собрано 5,367 млн руб.
3. Короткометражная комедия «Петух». Отмечена наградами Международного фестиваля уличного кино в Монреале, гран-при Санкт-Петербургского фестиваля VideoLike, участвовала в кинофестивалях в России и за рубежом. Собрано 582 тыс. руб. при намеченных 550 тыс. руб.
4. Издана книга о главном здании МГУ. Она повествует о его истории и архитектуре, содержит много архивных фотографий. Цель – 132 тыс. руб. Собрано 469 тыс. руб.

1. Четко определите целевую аудиторию проекта. Это влияет на форму подачи информации и помогает выбрать самые эффективные каналы продвижения.

2. Тщательно продумайте сценарий и текст. Идеальный формат видео в краудфандинге – это личное искреннее обращение автора к аудитории. Людям важно знать, кому именно они доверят свои деньги. Поэтому автор идеи или вся команда должны сами рассказывать о проекте в видеообращении.

3. Призовите к действию. Видео должно побуждать зрителя профинансировать вашу идею. Обязательно проговорите, что проект нуждается в финансовой и информационной поддержке.

4. Не делайте ролик слишком длинным. Его хронометраж не должен превышать 2,5 минуты.

5. По возможности привлеките к созданию видео профессионалов, которые качественно снимут и смонтируют ролик. Если же вы сами снимаете его (например, на мобильный телефон), обратите внимание на свет, запишите звук отдельно. Используйте горизонтальный формат.

Текстовое описание

Во многом именно благодаря описанию аудитория решает, стоит ли финансировать проект.

Расскажите людям историю: текст должен раскрывать целый драматический сюжет, описывающий работу автора над идеей. История интересна лишь тогда, когда зритель может сопереживать персонажу, подсознательно представляя себя на его месте. Поэтому советую упомянуть препятствия, с которыми зрители наверняка тоже сталкивались. Так история станет для них ближе, а проект – важнее.

Затем переходите к сути идеи. Эту часть описания сопроводите множеством деталей, инфографикой и иллюстрациями. Именно благодаря мелким дополнениям текст будет выглядеть насыщенным, а идея – достоверной и реалистичной.

Совет

Если автору нужны волонтеры или специалисты в проектную команду, это также стоит отметить в описании

На заметку

Текст воспринимается лучше, если он подан в неформальном стиле от первого лица и дополнен подходящими по смыслу картинками. Разделите текст на информационные блоки (о команде, об идее, о цели крауд-проекта и т. д.)

Важнейший элемент – финансовая цель сбора. Укажите, чего не хватает проекту, чтобы развиваться дальше. Назовите по пунктам, на что именно вы хотите потратить средства, как именно они помогут проекту и какие бонусы получат пользователи в благодарность за вклад.

Финальный шаг описания – призыв к действию. Завершите рассказ фразой, которая четко сформулирует нужды команды. Например: «Окажите нашему проекту финансовую поддержку. Также мы будем благодарны, если вы расскажете другим людям о кампании, чтобы мы вместе смогли ее реализовать!»

Финансовая цель и период сбора

Финансовая цель крауд-проекта – это та сумма денежных средств, которую автор хочет собрать для реализации идеи. Укажите минимально необходимую сумму, особенно если это ваш первый проект. Лучше собрать 200 процентов от разумной цели, чем не собрать ничего от раздутого бюджета. При расчете суммы помните о затратах на бонусы, комиссии крауд-платформы и платежных систем, а также о налогах.

Оптимальный период для сбора средств – два месяца.

Поощрения за финансовый вклад

Чтобы повысить общий интерес к проекту, грамотно подберите бонусы. Постарайтесь удовлетворить запросы любого пользователя.

Бонусы делят на три типа: материальные, нематериальные с вознаграждением и без вознаграждения.

Материальные бонусы – вещественные вознаграждения. Они требуют производства, складирования и почтовой отправки пользователям. Наиболее очевидный вариант материального бонуса – продукт, который вы создадите в ходе проекта (CD, DVD, книга и т. д.). Отправка бонусов – большой и сложный этап после окончания проекта.

Еще до его запуска определитесь с тем, кто будет этим заниматься: сам автор, логистическая компания или служба доставки крауд-платформы. От того, насколько оперативно люди получат свои бонусы, будет зависеть и их лояльность, и репутация автора.

Весь перечень бонусов просчитайте по себестоимости и прибыли еще до старта проекта. Проведенные заранее расчеты позволят с минимальными усилиями раздать все причитающиеся бонусы.

Нематериальные бонусы с вознаграждением носят невещественный характер, но представляют собой весомую ценность для пользователей, которые вложили деньги в проект. Например, вы можете:

– обнародовать их имена в заглавных и финальных титрах фильма;
– пригласить их на мероприятие, экскурсию и т. д.

Примеры **бонусов без вознаграждения** – письменные благодарности, отправленные по электронной почте, сообщения в социальных сетях или на официальном сайте автора проекта. Стоимость обычно минимальна (от 100 до 300 руб.) ●

Совет

Предусмотрите в проекте много бонусов. Ассортимент должен быть широким не только по наполнению, но и по ценовому разбросу. Себестоимость каждого бонуса и его влияние на прибыль просчитайте еще до старта проекта

На заметку

Продвижение проекта

В краудфандинге есть два принципа запуска проекта: холодный и теплый.

При холодном старте автор до запуска проекта занимается исключительно его оформлением, не уделяя внимания продвижению. Теплый запуск предполагает не только оформление проекта, но и серьезную работу над продвижением идеи еще до начала кампании. Это значительно повышает вероятность ее успеха. Эффективность теплого старта подтверждают и авторы наиболее успешных проектов. Они сходятся во мнении, что хорошая крауд-кампания должна быть вписана в план продвижения продукта, проекта или мероприятия (например, годовой). При этом начало сбора средств не должно быть первым информационным поводом для аудитории.

Скорректируйте стоимость платных услуг к началу учебного года

Елена КРАВЧЕНКО, главный бухгалтер МБОУ «Средняя общеобразовательная школа № 19» (г. Ижевск)

О чем пойдет речь: вуз имеет право повысить стоимость платного обучения один раз в год на уровень инфляции. Как это сделать, соблюдая требования законодательства, расскажу в статье.

Учреждения самостоятельно утверждают цены на свои платные услуги. Но они обязаны соблюдать требования законодательства. Так, для федеральных бюджетных и автономных образовательных учреждений действует Порядок, утвержденный приказом Минобрнауки России от 20 декабря 2010 г. № 1898 (далее – Порядок № 1898). Этот документ содержит правила определения цен на образовательные услуги, предоставляемые сверх и в пределах госзадания. То есть на услуги, которые являются основными в деятельности учреждения.

Соблюдайте ограничения

Чтобы определить размер платы, рассчитайте затраты, необходимые для оказания платной услуги. Они должны быть экономически обоснованными. Устанавливайте цену с учетом конъюнктуры рынка и требований к качеству оказания услуг.

Порядок № 1898 гласит, что размер платы в расчете на единицу услуг не может быть ниже величины базовых нормативных затрат.

Когда студент поступает в вуз за счет средств физического или юридического лица, он заключает договор об оказании платных услуг. В нем фиксируют полную стоимость услуг, а также порядок их оплаты. Полная стоимость услуг – это сумма на весь срок обучения. Именно ее студент как заказчик должен выплатить вузу за оказание платных услуг.

6,4

процента – прогнозный уровень инфляции в 2016 году согласно Федеральному закону от 14 декабря 2015 г. № 359-ФЗ

Заключите дополнительное соглашение

Закрепив в договоре полную стоимость услуг, учреждение исключает возможность назначения отдельной платы за какие-либо составляющие данных услуг. Увеличение стоимости платных услуг после заключения договора допустимо в единственном случае: при пересмотре на уровень инфляции. Ее показатель установлен в основных характеристиках федерального бюджета на очередной финансовый год и плановый период.

Скорректировать стоимость платной услуги можно только один раз в год. Приняв такое решение, направьте учащемуся уведомление по почте. Обязательно укажите основание и новую сумму (см. образец 1 на стр. 50).

Если потребитель услуги согласен на пересмотр, с ним заключают дополнительное соглашение к уже действующему договору. Оно должно быть подписано обеими сторонами и является неотъемлемой частью договора (см. образец 2 на стр. 51).

Бывают ситуации, когда заказчик отказывается подписывать дополнительное соглашение. Тогда у вуза есть два пути:

1) обратиться в суд с требованием о понуждении к заключению соглашения;

2) расторгнуть договор.

Образец 1. Уведомление об увеличении стоимости услуги

Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«Инженерно-экономический университет»

Студенту
кафедры «Финансы и кредит»
факультета предпринимательства и финансов
И.П. Сидорову

Исх. № 17/04
25 июля 2016 г.

УВЕДОМЛЕНИЕ

Настоящим уведомляем Вас, что в соответствии:

1) с частью 3 статьи 54 Федерального закона от 29 декабря 2012 г. № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации»;

2) с установленным уровнем инфляции на 2016 год в размере 6,4%;

3) с приказом ректора Инженерно-экономического университета от 20 июля 2016 г. № 154/08 об увеличении стоимости обучения

оплата по договору от 1 августа 2014 г. № 77/57 на 2016/17 учебный год составляет 75 000 (семьдесят пять тысяч) руб.

Направляем Вам для подписания дополнительное соглашение об увеличении стоимости обучения в двух экземплярах.

Предлагаем в течение трех дней с момента получения подписать дополнительное соглашение со своей стороны и вернуть один экземпляр в отдел договоров по адресу: г. Москва, ул. Университетская, д. 54, каб. 354.

Приложение: дополнительное соглашение к договору от 1 августа 2014 г. № 77/57 (2 экземпляра).

Проректор по финансам В.Г. Толстунов

Если после пересмотра увеличение стоимости услуг превысит уровень инфляции, условия дополнительного соглашения признают недействительными (ст. 16 Федерального закона от 7 февраля 1992 г. № 2300-1, ст. 168 Гражданского кодекса РФ) ●

Образец 2. Дополнительное соглашение с потребителем платных образовательных услуг

ДОПОЛНИТЕЛЬНОЕ СОГЛАШЕНИЕ
к договору от 1 августа 2014 г. № 77/57

г. Москва 25 июля 2016 г.

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Инженерно-экономический университет» (далее – Учреждение) в лице проректора по финансам В.Г. Толстунова, действующего на основании доверенности от 1 января 2016 г. № 12, с одной стороны и студента кафедры «Финансы и кредит» факультета предпринимательства и финансов И.П. Сидорова (далее – Заказчик) с другой стороны подписали настоящее дополнительное соглашение (далее – Соглашение) о нижеследующем.

Пункт 1 раздела 2 договора от 1 августа 2014 г. № 77/57 излагается в следующей редакции:

«Стоимость услуг увеличивается каждый учебный год, начиная с года, следующего за годом зачисления студента (Заказчика) в Учреждение, с учетом уровня инфляции, предусмотренного основными характеристиками федерального бюджета на очередной финансовый год и плановый период, на основании приказа Учреждения об увеличении стоимости обучения, но не чаще чем один раз за учебный год».

В соответствии с новой редакцией пункта 1 раздела 2 договора стоимость обучения Заказчика в 2016/17 учебном году устанавливается на указанный учебный год в размере 75 000 (семидесяти пяти тысяч) руб.

Настоящее Соглашение является неотъемлемой частью договора от 1 августа 2014 г. № 77/57.

Во всем остальном, что не оговорено настоящим Соглашением, стороны руководствуются положениями договора от 1 августа 2014 г. № 77/57.

Настоящее Соглашение составлено в двух экземплярах, имеющих одинаковую юридическую силу, по одному для каждой из сторон.

Подписи сторон:

Заказчик	Учреждение
	Проректор по финансам
И.П. Сидоров	В.Г. Толстунов

МП

Об аренде помещений

От кого Марина Новоселова (г. Самара)

Кому Редакция журнала «Платные услуги учреждения»

Тема Дополнительные доходы образовательного учреждения

Государственное образовательное учреждение планирует сдавать свободные площади в аренду. Какие правила учесть?

Соблюдайте общие нормы ГК РФ об аренде, а также положения, регламентирующие статус юридических лиц. Согласуйте сделку с учредителем.

Федеральный закон от 29 декабря 2012 г. № 273-ФЗ не предусматривает для образовательных организаций преференций в арендных отношениях. И все же есть один нюанс. Большинство образовательных организаций – это бюджетные и автономные учреждения. Они не обладают правом собственности на недвижимость, которая находится в их пользовании. И, следовательно, обязаны согласовывать с собственником операции по сдаче имущества в аренду. А если учреждение сдает в аренду помещение в здании на срок не менее года, договор придется зарегистрировать (письмо Президиума ВАС РФ от 1 июня 2000 г. № 53).

Процедуру можно разделить на четыре части.

1. Подготовьте договор аренды.

2. Обратитесь в специализированную организацию, которая оформит технический план помещения или здания. В нем должна быть указана часть площади, которую вы планируете сдать в аренду.

3. Обратитесь в бюро технической инвентаризации. Оно внесет изменения в государственный кадастр недвижимости и выдаст вам новый кадастровый паспорт.

4. Заключите договор аренды и зарегистрируйте его в едином государственном реестре прав.

Оксана БАЛАНДИНА, эксперт журнала «Платные услуги учреждения»

О платных услугах и финансировании проектов

Не возвращайте деньги за билет недовольному зрителю

Учреждение культуры продает билеты на представления. Одному из зрителей шоу не понравилось. Он хочет получить назад деньги за билет. Должна ли бухгалтерия выполнить его требование?

Отвечает Виктория РЫБАЛКИНА, эксперт журнала «Платные услуги учреждения»

Нет. Учреждение не обязано возвращать деньги за билет. Покупатель вправе требовать возврата до начала представления. А поскольку зритель посетил мероприятие, считается, что он принял оказанную услугу. Отказаться от билета в таком случае уже невозможно.

Российское законодательство разрешает использовать фандрайзинг

Что представляет собой фандрайзинг как способ привлечения средств для реализации проекта? Позволяет ли нормативная правовая база использовать его для нужд российских учреждений?

Отвечает Эмма ДИВАЕВА, эксперт журнала «Платные услуги учреждения»

Фандрайзинг – это программа сбора средств под уже разработанный проект (например, в сфере культуры, образования, медицины). Такими деньгами учреждение распоряжается самостоятельно. В случае успеха оно может и в дальнейшем привлекать спонсоров и получать необходимую помощь систематически.

Использовать фандрайзинг в России позволяет законодательство о благотворительной деятельности. Базовый документ – Федеральный закон от 11 августа 1995 г.

№ 135-ФЗ. Также важно соблюдать нормы главы 32 ГК РФ. Она регулирует гражданско-правовые отношения дарителя и одаряемого.

Услуги можно оплатить картой

Бюджетное учреждение оказывает платные услуги. Могут ли потребители оплачивать их банковскими картами?

Отвечает Оксана БАЛАНДИНА, эксперт журнала «Платные услуги учреждения»

Да. Физические лица могут оплачивать оказанные им услуги банковскими картами. Чтобы оформить сделку документально, должностное лицо учреждения выписывает товарный чек в трех экземплярах.

Согласно статье 5 Федерального закона от 22 марта 2003 г. № 54-ФЗ, в момент оплаты картой необходимо выдать клиенту кассовый чек, на котором должна быть запись, отражающая безналичный расчет.

Стоимость платных услуг можно снизить

Учебное заведение оказывает дополнительные услуги репетиторства. Может ли оно снизить их стоимость по уже заключенному договору?

Отвечает Оксана БАЛАНДИНА, эксперт журнала «Платные услуги учреждения»

Да, может. Федеральный закон от 29 декабря 2012 г. № 273-ФЗ дает учебным заведениям право снижать стоимость платных образовательных услуг по договору об их оказании (ч. 5 ст. 54). Но недостающую часть такой стоимости образовательное учреждение будет возмещать за счет собственных средств, в том числе от приносящей доход деятельности. Также источниками могут быть добровольные пожертвования, целевые взносы физических или юридических лиц. Закрепите основания и процедуру

в локальном нормативном акте – в порядке снижения стоимости платных образовательных услуг.

Если ребенок пропускал занятия, потребовать плату за месяц можно

Школа искусств оказывает платные услуги. Ребенок за месяц пропустил 10 занятий без уважительной причины. В договоре об оказании платных услуг сказано, что в случае пропуска занятий исполнитель не обязан делать перерасчет. Законно ли это условие? Можно ли потребовать от родителей оплату за целый месяц обучения?

Отвечает Оксана БАЛАНДИНА, эксперт журнала «Платные услуги учреждения»

Условие законно, можно начислить оплату за целый месяц. Согласно статье 781 ГК РФ, стороны договора вправе по своему усмотрению урегулировать вопрос об оплате услуг. В том числе предусмотреть ситуацию, когда одна из сторон не может исполнить свою часть соглашения.

Изготавливаете книжную продукцию? Применяйте ставку НДС 18 процентов

В состав подразделений вуза входит типография. Она выпускает учебные пособия для студентов и выполняет заказы со стороны на договорной основе. По какой ставке начислять НДС на стоимость таких услуг?

Отвечает Оксана БАЛАНДИНА, эксперт журнала «Платные услуги учреждения»

По ставке 18 процентов. Льготную ставку НДС 10 процентов применяют при продаже периодических печатных изданий, а также книжной продукции, связанной с образованием, наукой и культурой. В данном случае речь идет не о продаже изданий, а об услугах по изготовлению печатной продукции. Их стоимость облагается налогом по ставке 18 процентов (письмо Минфина России от 13 февраля 2015 г. № 03-07-07/6433).