

## ПРАВОВАЯ СТОРОНА РАБОТЫ SMM-АГЕНТСТВА

(опорный конспект сессии)

Стоит ли уделить время правовой организации работы SMM-агентства. Как действовать и чего требовать от ваших сотрудников или сторонних специалистов. На что следует обращать внимание, а что можно опустить.

Цель этого урока - дать вам общее представление о правовой стороне работы агентства и научить вас самостоятельно принимать решения, связанные с юридическим оформлением бизнеса.

### A. Зачем вообще что-то оформлять

Кому и когда необходимо правовое оформление?

- a. Оформляйте что-либо только тогда, когда это вам действительно необходимо;
- b. Вы сами почувствуете тот момент, когда стоит начинать работать официально. Этот момент уже настал если:
  - у вас возникают проблемы с клиентом (клиент просит юридических гарантий, или же клиент злоупотребляет правами, нарушает договоренности или тянет с оплатой);
  - есть необходимость принимать деньги безналom и “закрывать” платежи официальными документами;
  - ваши обороты становятся значимыми (заметными);
- c. Если ваш оборот не превышает тысячи долларов в месяц и клиенту все равно как оплачивать услуги, официальная регистрация бизнеса вам не нужна\*
- d. Не впадайте в крайности: держитесь в пределах правового поля, но не тратьте слишком много времени на бумаги.

### B. Кого лучше заявить поставщиком услуг

- a. Попробуйте ответить на вопрос: “Кто фактически делает работу?” Заявляйте поставщиком услуг именно того субъекта, кто реально выполняет работу (если у вас их несколько).
- b. Если работу делаете вы сами, с помощью фрилансеров или подрядчиков, то не стоит создавать ООО ради красивого названия. Вам ничего не мешает называть себя агентством и выставлять счета с вашим логотипом от имени индивидуального предпринимателя.
- c. Не изобретайте правовые и налоговые схемы заново, лучше прямо спросите вашего основного клиента “Как и куда вам удобнее платить?” и действуйте исходя из его ответа.
- d. Определяя место регистрации поставщика услуг, учитывайте возможные налоговые последствия и определите место поставки услуг (посмотрите “Закон про Google”). Если ваш основной клиент находится в другой стране и хочет платить официально, регистрируйте вашу организацию (предпринимателя) в той же стране.
- e. Ориентируйтесь на вашего клиента: подстраивайтесь под приемлемый для вас и клиента налоговый режим и способ платежа. Выбирайте удобную для вас и клиента организационно-правовую форму.

### C. Какую организационную форму выбрать (ООО, ФОП, LLC)

- a. В любой стране мира следует искать самую простую организационно-правовую форму - индивидуальный предприниматель. У предпринимателей не возникнет проблем с обналичиванием денег или оплатой сторонних сервисов, в отличие от юридического лица.
- b. Создавать юрлица следует только в тех случаях, если вы можете делать официальные расходы по безналичному расчету, или же, если того требует основной клиент.
- c. Иностранная юрисдикция и низконалоговые зоны - вещь крайне непрактичная и невыгодная. Платить налоги и комиссии все равно где-нибудь придется, не бывает “идеальных” нулевых налоговых режимов. Реальная налоговая нагрузка на малый и средний бизнес в Украине и РФ - гораздо меньше, чем за рубежом.

### D. Как лучше принимать деньги

- a. Всегда принимайте деньги самым простым и быстрым способом, даже если он не очень официальный (электронные кошельки, иностранные платежные системы).
- b. Подключите и настройте интернет-эквайринг: генерируйте и отправляйте клиентам платежные ссылки (выставляйте электронный инвойс) с помощью email и смс. В этом случае деньги официально поступят на ваш расчетный счет через финансового посредника.
- c. Не принимайте деньги переводом на карту частного лица - это прямое нарушение банковских правил и видимое нарушение налогового законодательства, которое фиксируется в выписке по карте (выходит, что “налоги украл и записал”).
- d. Не принимайте наличные деньги - это рискованно и невыгодно. Если наличные все же будут - пользуйтесь контрольно-кассовой техникой (это недорого).

- e. Принимайте деньги переводом на карту-ключ, привязанную к расчетному счету предприятия или предпринимателя - это равносильно безналичному платежу, но занимает меньше времени.
- f. Принимайте платежи от юридических лиц только в тех случаях, когда сумма чека значительна или клиент по-другому заплатить просто не может. Оформление безналичных операций занимает слишком много времени (договор, акты, счета). В 90% случаев клиент может заплатить иначе, но хочет сэкономить на налогах за ваш счет.
- g. Избегайте внешнеэкономических (ВЭД) контрактов и валютных платежей от нерезидента. В большинстве случаев клиент легко может оплатить услуги переводом на карту или же по эквайринговой ссылке.

#### **Е. Почему "упрощенка" лучше других систем налогообложения**

- a. Всегда выбирайте упрощенную систему налогообложения и отчетности (если ваши обороты и штат персонала это позволяет).
- b. Упрощенная система налогообложения - "УСН" (РФ, Беларусь, Казахстан) или же "Единый налог" (Украина) - подразумевает минимальную отчетность и упрощенных бухгалтерский и налоговый учет.
- c. Общая система налогообложения достаточно сложная и требует документального подтверждения всех расходов, прямо связанных с предпринимательской деятельностью. На практике, с SMM услугами расходы подтвердить проблематично.
- d. По условиям упрощенки вы платите фиксированный процент от дохода (либо от прибыли).
- e. Вы вполне сможете сами вести бухгалтерский и налоговый учет самостоятельно, пользуясь онлайн-сервисами.

#### **Г. Как лучше заключать договоры**

- a. Не составляйте бессмысленных бумажек с заголовком "Договор", если их содержание не отражает реальной жизни и реальных отношений с клиентом.
- b. Помните: если договор плохой - он не сработает, если он не отражает реальных договоренностей или по нему не провели официальную оплату - он не сработает.
- c. Фокусируйтесь на вашем предложении. Подробно продумайте, структурируйте и опишите условия работы на вашем сайте, в коммерческом предложении (КП) или выставленном вами счете.
- d. Ваше предложение должно отвечать на вопросы: ЧТО ВЫ ДЕЛАЕТЕ? КАК? КОГДА (ЭТАПЫ СРОКИ)? НА КАКИХ УСЛОВИЯХ? СКОЛЬКО ЭТО СТОИТ? КАКОЙ ПОРЯДОК ОПЛАТЫ?
- e. Опубликуйте условия работы на вашем сайте и заключайте с клиентом договор присоединения, отсылая клиента к этим УСЛОВИЯМ (подписанием анкеты на присоединение, либо оплатой выставленного счета).
- f. Для мелких или разовых сделок подробный договор не нужен, гораздо удобнее работать по принципу "счет против оплаты".
- g. Если из содержания счета (или коммерческого предложения со ссылкой на оплату) можно понять условия сделки, в случае оплаты такого счета, договор считается заключенным в простой письменной форме.
- h. Принять условия договора (совершить акцепт) можно не только подписанием листика, но и действием, направленным на совершение сделки: нажатием на кнопку, ответным сообщением, оплатой счета.
- i. Сложный двусторонний письменный договор нужен только в том случае, когда работа ведется регулярно и возникает необходимость в регламентации отношений с заказчиком.
- j. Чтобы составить действительно толковый договор, вам нужно смоделировать, представить и подробно описать процесс взаимодействия с клиентом. Запишите ответы на вопросы, которые вам часто задают и вы получите отличный договор (готовые разделы "обязанности сторон", "порядок оказания услуг", "утверждение результатов", "сдача работы" и т.д.)
- k. ВЭД-контракты по IT-услугам иногда разрешается заключать выставлением инвойса (уточните в вашем банке).

#### **Г. Что в жизни, то и в договоре - это удобно**

Что такое SMM? Какой предмет договора?

SMM - это не работы, а услуга, которая потребляется в процессе ее производства. Обобщенно эти услуги можно назвать "УСЛУГИ ПРОДВИЖЕНИЯ В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ (SMM)" или "УСЛУГИ ОСВЕЩЕНИЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ЗАКАЗЧИКА В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ" (обусловленные коммерческим предложением). Не важно что именно вы продвигаете, товары и услуги заказчика или его бренд.

SMM всегда подразумевает следующие услуги: аудит проекта заказчика, разработка SMM-стратегии, составление контент-плана, оформление и настройка аккаунтов заказчика в социальных сетях, продвижение товаров и услуг, а также бренда Заказчика в социальных сетях, создание и публикация контента, модерация сообщений и комментариев, организация и проведение акций и коллабораций, освещение деятельности заказчика в социальных сетях. Стандартизируйте унифицированный список ваших услуг.

Составляя текст договора пользуйтесь обобщенным описанием оказываемых услуг, а детализацию услуг и все подробности отражайте в коммерческом предложении (приложениях к договору) или же в выставляемых счетах.

Ваше КП и ваш договор должны максимально отражать реальную жизнь, только в этом случае договор сработает так, как нужно и сэкономит ваше время. Это удобно!

#### **Н. Примерная структура договора (обязательные условия сделки)**

Чтобы понять структуру договора или же заполнить счет, постарайтесь ответить на следующие вопросы: ПРЕДМЕТ ДОГОВОРА: КТО? КОМУ? ЧТО? НА КАКИХ УСЛОВИЯХ? КАКИЕ УСЛОВИЯ И ПОРЯДОК ОПЛАТЫ? КАКОЙ ПОРЯДОК СДАЧИ УСЛУГ. ОСОБЕННОСТИ ОКАЗАНИЯ УСЛУГ.

Если ваш договор отвечает на эти вопросы, он вам подходит.

#### **I. Интеллектуальная собственность**

Оказывая услуги вы публикуете контент в средствах массовой информации. Поскольку вы действуете по поручению владельца аккаунта и публикуете контент на его страничке, ответственность за размещаемый вами контент несете не вы, а владелец аккаунта.

Однако, старайтесь избегать нарушений прав третьих лиц на размещенный вами контент. Не допускайте нарушения авторских прав и прав на зарегистрированные торговые марки и наименования.

Договор должен ответить на вопрос “Чей контент”? Если контент предоставляет заказчик, поинтересуйтесь где именно он его взял и есть ли у него права на его использование и лицензии. Включите в текст вашего договора оговорку о том, что заказчик гарантирует наличие у него прав на размещение предоставленного вам контента, и о том, что вы не несете ответственность за нарушение прав третьих лиц.

Помните, что соцсети приравниваются законодателем к СМИ: не нарушайте правил размещения контента, закона о рекламе и других требований законодательства.

**@Глеб Манжура | EasyLegalTips**

**P.S.** Если у вас остались вопросы, добавляйтесь в мое сообщество <https://www.facebook.com/easylegaltips> и задавайте вопросы. Если нужно, пишите в личку. Предлагайте темы для будущих публикаций.