

лучше[®]

Правовой ликбез

Что нужно знать, запуская агентство

Николай Дингес

Директор по развитию в МИК Дизайн

- Преподаватель в колледже IThub
- Эксперт и спикер Агентской Академии ЛУЧШЕ с eLama
- Преподаватель-эксперт проекта "Траектория" от AdIndex



В этом уроке

Формы организации бизнеса

Зачем нужны и какую выбрать.
Как оформить свою деятельность так, чтобы нести наименьшую налоговую нагрузку, и при этом не испытывать проблем с законом

«Скачать договор»

ловушки в шаблонах из интернета

Деньги компании - не равно деньги собственника

Как основателю правильно считать и получать свой доход

Как избежать штрафов

Для себя и клиентов агентства:
основные положения законодательства о рекламе и персональных данных

Формы организации бизнеса

Любая деятельность, направленная на систематическое получение прибыли, является предпринимательской. Лица, осуществляющие предпринимательскую деятельность, должны быть зарегистрированы в этом качестве в установленном законом порядке.

Основные организационно-правовые формы

Индивидуальный
предприниматель

Хозяйственное общество (общество с
ограниченной ответственностью)

Самозанятый

Формы организации бизнеса

Последствия ведения предпринимательской деятельности без государственной регистрации

Административная — 14.1 КоАП РФ
(наложение административного штрафа в размере от пятисот до двух тысяч рублей)

Налоговая — ст. 116 НК РФ
(в размере 10 % от полученных доходов, но не менее 40 000 рублей)

Уголовная — ст. 171 УК РФ (могут привлечь, если общая сумма дохода за последние 3 года превысила 2 250 000 руб., наказание штраф – до 300 000 руб., либо в размере дохода за период до двух лет)

Формы организации бизнеса

Индивидуальный предприниматель
Самозанятый

Физическое лицо

Общество с ограниченной
ответственностью

Юридическое лицо

Формы организации бизнеса

Индивидуальный предприниматель
Самозанятый

Физическое лицо

- ответственность личным имуществом

Общество с ограниченной
ответственностью

Юридическое лицо

- ответственность имуществом Общества
- в ряде случаев – субсидиарная ответственность контролирующих лиц

Формы организации бизнеса

Индивидуальный предприниматель
Самозанятый

Физическое лицо

- ограничения на некоторые виды деятельности
- сложности с привлечением инвестиций
- упрощённая отчётность и распоряжение доходом

Общество с ограниченной
ответственностью

Юридическое лицо

- любые виды деятельности
- можно привлекать инвесторов и партнеров
- обязательная бухгалтерия и отчётность,
- расходы на бухгалтера и ведение документооборота,
- сложнее распоряжаться доходом

Формы организации бизнеса

Индивидуальный предприниматель

- может нанимать сотрудников
- нет ограничений по доходу
- любая система налогообложения
- обязательные страховые взносы, даже при отсутствии дохода
- пенсионный стаж

Самозанятый

- не может нанимать сотрудников
- ограничения по доходу – 2,4 млн ₽ в год
- не работает с НДС и УСН, только НПД
- налоговые отчисления только с дохода

Налоговые режимы

Что выбрать?

Форма собственности	Налоговый режим
Самозанятость	налог на профессиональный доход (НПД). Ставка: 4% — при работе с физлицами, 6% — при работе с юрлицами.
Индивидуальный предприниматель	упрощённая система налогообложения (УСН) — 6% с доходов или 15% с доходов минус расходы, патентная система (в зависимости от региона и вида деятельности), ОСН НДС
Общество с ограниченной ответственностью	УСН 6% или 15%, общая система (ОСН): 25% налог на прибыль, 13% налог на дивиденды, НДС

Налоговые режимы

- С 1 января 2025 года предприятия и организации на УСН с годовым доходом свыше 60 млн рублей стали плательщиками НДС.
- С 2026 года порог применения НДС снижен до 20 млн рублей в год
- На УСН можно применять пониженную ставку НДС:
5% — если доход от 20 до 250 млн рублей;
7% — если доход от 250 до 450 млн рублей.

Деньги бизнеса ≠ Деньги владельца

Форма собственности	Собственность компании	Деньги владельца
Самозанятость	-	Все средства, после уплаты налога на НПД
Индивидуальный предприниматель	-	Все средства, после вычета всех расходов на ведение бизнеса, уплаты налогов и обязательных платежей
Общество с ограниченной ответственностью	<ul style="list-style-type: none">- деньги на счетах и в кассе- прибыль предприятия- активы предприятия (имущество)	<ul style="list-style-type: none">- заработная плата владельца, как сотрудника (не забываем про отчисления на ФОТ)- дивиденды с прибыли (НДФЛ 13%)- возврат займов от учредителя и подотчетных средств

Собственник не может забирать деньги из выручки (кроме возврата подотчетных средств или возврата займа учредителю)

ИП легче «забирать» деньги из бизнеса, но это не всегда правильно с точки зрения финансовой модели

«Скачать договор»: ловушки в шаблонах из интернета

Риски использования шаблонов из интернета

Устаревшее законодательство. Оно постоянно меняется, а шаблоны часто не обновляются. В результате исполнение такого договора затруднится или он окажется недействительным при споре.

Отсутствие важных условий. Универсальный шаблон не учитывает специфику сделки и вашего бизнеса, может не включать ключевых положений. Если какое-то условие не прописано на бумаге, на него потом нельзя сослаться.

Противоречия в тексте. Некоторые скачанные договоры составлены непрофессионально или «скроены» из разных источников, поэтому в них встречаются внутренние нестыковки.

Неподходящие формулировки. Шаблон из интернета может просто не соответствовать ситуации юридически.

Односторонние условия. Нередко шаблоны содержат положения, выгодные только одной стороне — дополнительные штрафы, односторонний порядок расторжения, излишние гарантии.

Главный вывод:

в вопросе подготовки юридических документов,
лучше довериться профессионалам

Отсутствие важных условий. Универсальный шаблон не учитывает специфику сделки и вашего бизнеса, может не включать ключевых положений. Если какое-то условие не прописано на бумаге, на него потом нельзя сослаться.

Как избежать штрафов для себя и клиентов агентства: основные положения законодательства о рекламе и персональных данных

Агентство является оператором персональных данных, если

накапливает и обрабатывает персональные данные своих клиентов в автоматизированных системах

работает с клиентскими базами своих заказчиков (интернет-магазины, рекламные кабинеты, email-рассылки, CRM-системы и др.)

*во втором случае важно, чтобы в договоре с клиентом агентства было прописано поручение на обработку данных, иначе это может считаться утечкой

Как избежать штрафов для себя и клиентов агентства: основные положения законодательства о рекламе и персональных данных

Оператор персональных данных должен уведомить Роскомнадзор о своём намерении обрабатывать данные до начала их обработки.

Штрафы за неуведомление Роскомнадзора (ст. 13.11 ч.10 КоАП)

- От 30 до 50 тысяч рублей — для должностных лиц.
- От 100 до 300 тысяч рублей — для ИП и организаций.

Обработка ПД требует разработки ЛНА и их выполнения внутри организации: назначение ответственного, создание политики по обработке ПД, создание и реализация комплекса мер по обеспечению сохранности ПД и предотвращению утечек.

За утечку, в зависимости от объема и категории персональных данных, предусмотрены штрафы

- от 200 тыс до 1,5 млн – для должностных лиц
- от 3 до 20 млн руб – для организаций и ИП

Для компаний, неоднократно допускающих утечки, вводятся оборотные штрафы — от 1 до 3% от годовой выручки за предыдущий год. При значительном ущербе пострадавшим возможна уголовная ответственность — до 4 лет лишения свободы.

Как избежать штрафов для себя и клиентов агентства: основные положения законодательства о рекламе и персональных данных

Оператор персональных данных должен получить согласие на обработку ПД

Штрафы за обработку персональных данных без письменного согласия владельца (ч. 2 ст. 13.11 КоАП РФ)

- для должностных лиц и ИП — от 100 000 до 300 000 рублей
- для организаций — от 300 000 до 700 000 рублей.

* при повторном нарушении штраф увеличивается

Как избежать штрафов для себя и клиентов агентства: основные положения законодательства о рекламе и персональных данных

Маркетинг и согласия на обработку ПДн:
двойные требования для коммуникаций

Для любой маркетинговой коммуникации (телефонные звонки, SMS, email-рассылки) необходимо получить два различных согласия от физического лица

- на обработку его персональных данных для целей продвижения товаров, работ, услуг (согласно ст. 15 ФЗ-152).
- на получение непосредственно рекламных сообщений по сетям электросвязи (согласно ст. 18 ФЗ "О рекламе")

Источники рисков:

- «публичные» данные и покупные базы
- рассылки потенциальным и бывшим клиентам без согласия
- dmp-провайдеры

Как избежать штрафов для себя и клиентов агентства: основные положения законодательства о рекламе и персональных данных

Основные положения закона о Рекламе, которые
должен знать каждый владелец и сотрудник агентства

Общие требования:

реклама должна быть достоверной, добросовестной и этичной. Запрещается реклама, которая оказывает воздействие на потребителя без его осознанного восприятия, в том числе путём использования технологий подпорогового восприятия.

Маркировка:

все данные о рекламе в интернете нужно передавать в Единый реестр интернет-рекламы (ЕРИР) через операторов рекламных данных (ОРД). Любой рекламный материал должен быть помечен уникальным идентификационным номером, токеном и имеет ограниченный срок размещения. Обязательно ставить пометку «Реклама» и указывать информацию о рекламодателе.

Ограничения:

регулирование особенностей рекламы отдельных видов товаров (алкоголь, табак, медицинские услуги, финансовые услуги и др.)

Выводы

Доход и стабильная работа компании зависят, в том числе, от правильного выбора организационно-правовой формы и налогового режима. Осознанный выбор поможет избежать лишних трат.

Не экономьте на безопасности – наймите квалифицированного юриста или подрядчика, чтобы составить договоры и выполнить требования ФЗ «О персональных данных»

Обучайте команду, чтобы сотрудники не допускали нарушений

Привлекайте надежных подрядчиков и партнеров, которые помогут разобраться с требованиями законодательства и возьмут на себя часть задач по их выполнению.

лучше⁹



**Спасибо
за внимание!**

Подписывайтесь



ТГ-канал ЛУЧШЕ с eLama