

Содержание

Легализация юридической бизнес-деятельности	2
Стартовый капитал и инвестиции в будущее	5
Где брать клиентов и как развиваться	7
Сотрудники	9
Партнеры	10
Первая прибыль	12
Глоссарий	13
Для заметок	14

Легализация юридической бизнес-деятельности

- **Определяемся с названием: модно или фамилия**

Выбор названия компании является чрезвычайно важным, учитывая те риски, которые в дальнейшем несут руководители юридических фирм. Так, «нейминг-партнеры» встречаются только в фирмах, в названии которых присутствуют фамилии ключевых партнеров. Но стоит учитывать, что, включая в название фирмы свою фамилию, «нейминг-партнеры» делятся с фирмой своей профессиональной репутацией, и в таком случае, соответственно, принимают на себя все существенные риски, связанные с возможным нанесением удара профессиональной репутации при определенных «проколах» юридической фирмы и наоборот. Обычно «нейминг-партнеры» являются совладельцами бизнеса.

- **Выбор организационно-правовой формы юридического бизнеса**

Юридические фирмы могут осуществлять свою деятельность в различных организационно-правовых формах, которые определяются законодательством страны, на территории которой создается соответствующая фирма. Например, существуют юридические фирмы, созданные в форме обществ с ограниченной ответственностью и акционерных обществ.

Относительно практики в качестве адвоката, Закон Украины «Об адвокатуре и адвокатской деятельности» разделяет организационные формы адвокатской деятельности на индивидуальную, адвокатское бюро и адвокатское объединение. Адвокатское бюро является юридическим лицом, созданным одним адвокатом. Адвокатское объединение является юридическим лицом, созданным путем объединения двух или более адвокатов. Существует три основных критерия выбора организационно-правовой формы: 1) единство; 2) налогообложения; 3) ограничение ответственности юристов.

- **Выбор формы налогообложения**

Вопрос оптимальной формы ведения бизнеса в Украине и его оптимизированного налогообложения является актуальным для любого начинающего в юридическом бизнесе. Данная ситуация связана со специальными требованиями законодательства в отношении ведения предпринимательской деятельности на территории Украины, кроме того существует множество международных соглашений, положения которых следует учитывать при выборе оптимальной схемы оптимизации налогообложения. Кроме этого, в условиях сложной экономической ситуации, многие начинающие, которые решили открыть свой юридический стартап, или руководители уже действующих компаний, сталкиваются с ситуацией, когда большая налоговая нагрузка на бизнес ставит под угрозу его существование. Одним из выходов в этой ситуации может быть реструктуризация бизнеса с целью уменьшения налоговой нагрузки.

Налогообложение адвокатской деятельности.

(Приведено из Методических рекомендаций по налогообложению адвокатской деятельности, подготовленных НААУ в 2017 году)

Адвокатское бюро является юридическим лицом, созданным одним адвокатом, и действует на основании устава. О налогообложении дохода юридического лица налоговым законодательством предусмотрена общая и упрощенная системы налогообложения. Общая система налогообложения предусматривает уплату всех видов налогов и сборов, предусмотренных налоговым законодательством Украины, в зависимости от наличия определенных объектов налогообложения.

Юридические лица, избравшие общую систему налогообложения, уплачивают налог на прибыль предприятий (ст. 133 НКУ). Плательщиками налога на прибыль предприятий - резидентами являются субъекты хозяйствования - юридические лица, осуществляющие хозяйственную деятельность как на территории Украины, так и за ее пределами. Объектом налогообложения является прибыль с источником происхождения из Украины и за ее пределами, который определяется путем корректировки (увеличение или уменьшение) финансового результата до налогообложения (прибыли или убытка), определенного в финансовой отчетности предприятия в соответствии с национальными положениями (стандартами) бухгалтерского учета или международных стандартов финансовой отчетности, на разницы, возникающие в соответствии с положениями настоящего Кодекса (ст. 134 НКУ).

Базой налогообложения является денежное выражение объекта налогообложения, определенного согласно ст. 134 этого Кодекса с учетом положений настоящего Кодекса (ст. 135 НКУ). Базовая (основная) ставка налога составляет 18 процентов. Налогоплательщик обязан самостоятельно уплатить сумму налогового обязательства, указанную в представленной им налоговой декларации, в течение 10 календарных дней, следующих за последним днем соответствующего предельного срока, предусмотренного НКУ для представления налоговой декларации. Согласно п. 137.5 ст. 137 НКУ годовой налоговый (отчетный) период устанавливается для таких налогоплательщиков, зарегистрированных в течение отчетного (налогового) года (вновь), а также у которых годовой доход не превышает 20000000 гривен. Налогоплательщики, у которых доход превышает 20000000 гривен, подают налоговую декларацию ежеквартально. Налоговые декларации подаются за базовый отчетный (налоговый) период, равный: - календарному кварталу - в течение 40 календарных дней, следующих за последним календарным днем отчетного (налогового) квартала (полугодия); - календарному году - в течение 60 календарных дней, следующих за последним календарным днем отчетного (налогового) года.

Упрощенная система налогообложения. Пунктом 291.3 ст. 291 НКУ определено, что юридическое лицо может самостоятельно избрать упрощенную систему налогообложения, если она соответствует требованиям, установленным гл. 1 разд. XIV настоящего Кодекса, и регистрируется плательщиком единого налога в порядке, определенном настоящей главой. Согласно абзацу первому п.п. 298.1.4 п. 298.1 ст. 298 НКУ субъект хозяйствования, который является плательщиком других налогов и сборов в соответствии с нормами настоящего Кодекса, может принять решение о переходе на упрощенную систему налогообложения путем подачи заявления в контролирующий орган не позднее чем за 15 календарных дней до начала следующего календарного квартала. Такой субъект хозяйствования может осуществить переход на упрощенную систему налогообложения один раз в течение календарного года.

Переход на упрощенную систему налогообложения субъекта хозяйствования может быть осуществлен при условии, если в течение календарного года, предшествующего периоду перехода на упрощенную систему налогообложения, субъектом хозяйствования соблюдены требования, установленные в п. 291.4 статьи 291 настоящего Кодекса. Согласно этому пункту юридические лица - субъекты хозяйствования любой организационно-правовой формы, в которых в течение календарного года объем дохода не превышает 5000000 гривен, относятся к третьей группе. Доходом плательщика единого налога для юридического лица является любой доход, включая доход представительств, филиалов, отделений такого юридического лица, полученный в течение налогового (отчетного) периода в денежной форме (наличной и / или безналичной) материальной или нематериальной форме, определенной п. 292.3 этой статьи.

Ставки единого налога для плательщиков третьей группы устанавливаются в процентах к доходу (процентные ставки) (ст. 293 НКУ). Процентная ставка единого налога для плательщиков третьей группы устанавливается в размере: 1) 3 процента дохода - в случае уплаты налога на добавленную стоимость в соответствии с настоящим Кодексом; 2) 5 процентов дохода - в случае включения налога на добавленную стоимость в состав единого налога (п. 293.3 ст. 293 НКУ). Ставки единого налога для плательщиков третьей группы (юридические лица) устанавливаются в двойном размере ставок, определенных п. 293.3 этой статьи: 1) к сумме превышения объема дохода (более 5000000 гривен) 2) к доходу, полученному при применении другого способа расчетов, чем указанный в этой главе. Налоговым (отчетным) периодом для плательщиков единого налога третьей группы является календарный квартал. Плательщики единого налога третьей группы уплачивают единый налог в течение 10 календарных дней после предельного срока представления налоговой декларации за налоговый (отчетный) квартал. Налоговые декларации подаются за базовый отчетный (налоговый) период, равный календарному кварталу, в течение 40 календарных дней, следующих за последним календарным днем отчетного (налогового) квартала. Плательщики единого налога обязаны перейти на уплату других налогов и сборов, определенных НКУ, в случае превышения в течение календарного года установленного объема дохода плательщиками единого налога третьей группы - с первого числа месяца, следующего за по налоговым (отчетным) кварталом, в котором произошло такое превышения.

В соответствии со ст. 14 Закона № 5076-VI адвокатское бюро является юридическим лицом, созданным одним адвокатом, и действует на основании устава. В соответствии со ст. 15 этого Закона адвокатское объединение является юридическим лицом, созданным путем объединения двух или более адвокатов (участников), и действует на основании устава. Государственная регистрация адвокатского бюро и адвокатского объединения осуществляется в порядке, установленном Законом Украины «О государственной регистрации юридических лиц, физических лиц - предпринимателей и общественных формирований», с учетом особенностей, предусмотренных настоящим Законом. Кроме этого, АБ и АО как к юридическим лицам частного права применяются нормы Гражданского кодекса Украины и Хозяйственного кодекса Украины.

Если в уставе АБ / АО прописано, что учредитель / один из участников имеет право непосредственно осуществлять руководство и право учредителя / участника получать прибыль от деятельности в виде дивидендов, то в таком случае между учредителем / участником и АБ / АО не возникают трудовые отношения и заработная плата не начисляется. Стоит обратить внимание на письмо Минсоцполитики от 07.02.2012 г.. № 113/13 / 84-12 по форме участия в управлении предприятием и способа вознаграждения собственника, в котором указано следующее. В соответствии со ст. 1 Закона Украины «Об оплате труда» заработная плата - это вознаграждение, исчисленное, как правило, в денежном выражении, которое по трудовому договору собственник или уполномоченный им орган выплачивает работнику за выполненную им работу. Следовательно, если работник, который одновременно является собственником, выполнял определенную работу на условиях трудового договора, заключенного в соответствии с требованиями статей 21, 24 Кодекса законов о труде Украины, то ему должна быть выплачена заработная плата (согласно трудовому договору (контракту)). Статьей 65 Хозяйственного кодекса Украины определено, что управление предприятием осуществляется в соответствии с его учредительными документами на основе сочетания прав собственника по хозяйственному использованию своего имущества и участия в управлении трудовым коллективом. Владелец осуществляет свои права по управлению предприятием без- непосредственно или через уполномоченные им органы в соответствии с уставом предприятия или других учредительных документов.

Таким образом, форма участия собственника в управлении предприятием в случае, если владелец осуществляет управление предприятием без заключения трудового договора (в том числе на период времени, когда предприятие не осуществляет хозяйственную деятельность), и способ вознаграждения владельцу за такую деятельность могут быть определены в учредительных документах . Таким образом, в соответствии с п. 167.5 ст. 167 НКУ дивиденды, начисленные в пользу такого учредителя / участника АБ / АО, что является юридическим лицом, плательщиком налога на прибыль на общих основаниях, облагаются по ставке 5%, если же эмитентом корпоративных прав является АБ / АО - юридическое лицо, плательщик единого налога , то ставка составит 9%.

Для заметок

Стартовый капитал и инвестиции в будущее

- **Где взять стартовый капитал на открытие юридического бизнеса**

Проблема со стартовым капиталом является традиционной проблемой начинающих в юридическом бизнесе. Собственно, в 90% случаях именно недостаток стартового капитала служит той причиной, по которой юридический стартап так и не бывает открыт. С другой стороны, многие из успешных бизнесменов резонно отмечают, что проблема «мало денег на бизнес» - это проблема не только для начинающих. Денег будет не хватать всегда. Любая большая и успешная компания всегда найдет ряд проектов, которые могли бы дать отличные результаты - но денег не хватает. То есть причина не открывать свое дело «у меня нет на это средств» - не более чем отговорка. Однако и без стартового капитала бизнес априори не построишь. Классической формулой является 3F: family, friends and fools (семья, друзья, дураки). Грубо говоря, это заем у родственников или знакомых или привлечения обеспеченных людей, с которыми вы мало знакомы («дураки»). Другим путем является использование собственных накопленных средств, предусматривающий независимость в ведении собственного бизнеса, а также и тот фактор, что Ваш бизнес в первое время будет работать в режиме тестирования, позволяет уберечься от значительных ошибок.

- **Выбор офиса юридической фирмы**

Успех юридической фирмы зависит от многих факторов, начиная от четкого выбора вида услуг и заканчивая применением различных методов привлечения клиентов. Большое значение при этом имеет организация работы юридического офиса. Офисное помещение можно приобрести или взять в аренду, это будет зависеть от индивидуальных финансовых возможностей отдельного начинающего в этой сфере. Одинаковый успех будет ждать как офис в самом центре города, так и расположен в одном из спальных районов. Некоторые предпочитают начать свою работу на окраине города, и постепенно перебраться поближе к центру. Следующим этапом при организации юридического бизнеса станет процесс закупки офисного оборудования, стандартный набор которого состоит из компьютера, телефонов, копировальной техники, принтера, сейфа, мебели для расстановки оргтехники. Рекомендуются заранее запастись расходными материалами и канцелярскими товарами. Офис должен отличаться практичностью и комфортностью. Подчеркнуть имидж фирмы можно с помощью произведений искусства.

- **Финансовый и управленческий учет: с чего начать**

Для того чтобы выполненная работа по организации юридического бизнеса была успешной, обязательно следует составить бизнес-план. На его страницах должно быть подробное описание всех сфер развития, учет возможных рисков и потерь в процессе реализации, а также просчитаны все финансовые расходы и возможную прибыль от деятельности.

- **Как открыть юридическую фирму без денег**

Для начала, перед созданием собственной юридической компании, неплохо было бы поработать и набраться опыта в любой крупной юридической компании, закрепив таким образом свои знания как специалиста в области права. Только на 100% убедившись в юридической науке как в инструменте раскрытия своего творческого потенциала и реальной возможности зарабатывать значительную прибыль, можно смело начинать работу в сфере юридического бизнеса. Однако не стоит думать, что работа в этом направлении проста по своей сути, и совершенно не требует приложения усилий. Для достижения успехов в юридическом бизнесе, необходимо постоянно прикладывать огромные усилия. Следуя поочередного выполнения заранее намеченного плана, со временем можно превратить обычную юридическую компанию в одного из процветающих лидеров на отечественном рынке юридического бизнеса.

- **Что Вам точно не понадобится на старте вашей фирмы, но вы думаете на оборот**

Одним из обязательных этапов в организации юридического бизнеса станет тщательное и всестороннее исследование рынка. В результате начинающий молодой руководитель юридической компании получит возможность реальной оценки таких факторов, как количество конкурентов, их территориальное расположение, преимущества юридических услуг, а также недостатки их деятельности. Важным станет

Где брать клиентов и как развиваться

- **Специализированный бутик или мегамаркет**

В процессе создания молодой юридической компании следует ориентироваться на те практики, в которых сегодня довольно мало практикуют в сфере юридического бизнеса, например, такой отрасль спортивного права. Поэтому лучше в начале специализироваться на непопулярных отраслях, чтобы в будущем стать главной площадкой для предоставления юридических услуг в данной отрасли права.

- **Основные инструменты маркетинга для юридического стартапа**

Главным показателем успешной деятельности юридической фирмы остается количество клиентов, которым она предоставляет свои услуги. Каждая юридическая фирма, как правило, выводит свою формулу отношений «клиент-фирма». Несмотря на то что «монстры» юридической практики не стремятся делиться своими ноу-хау по привлечению и удержанию клиентов, можно определить некоторые правила построения взаимоотношений между юридической фирмой и клиентами. Так, привлекая клиентов, юридическая фирма должна ориентироваться на три разных группы, стратегия маркетинговой работы с каждым из которых должна отличаться: 1) текущие клиенты, то есть те, кто уже заказывает услуги - здесь акцент должен делаться на стимулировании клиента к увеличению объема предоставляемых ему услуг ; 2) бывшие клиенты, то есть те, кому услуги предоставлялись, и они знают о фирме, но в настоящее время ими услуги не заказываются - нужно проанализировать причины и стимулировать их к новым заказам; 3) будущие клиенты, то есть те, кто еще не знает о фирме или ничего не заказывали раньше.

- **Корпоративный сайт: миф или реальность**

Одним из важных инструментов маркетинговой политики является сайт юридической фирмы. К его оформлению предъявляются требования по его информативности, но не перегруженности, высокий рейтинг в поисковых системах. Сайт, как правило, не привлекает новых клиентов сам по себе, а становится аргументом для обращения в компанию после получения рекомендации от кого-либо - клиент просто смотрит, что это за фирма, и у него создается субъективная оценка достоверности полученной рекомендации.

- **Внешняя реклама, как это работает в Украине**

Следующим этапом на пути к становлению имиджа фирмы является организация рекламной кампании. Юридическая фирма не требует прямой рекламы. Лучший способ заявить о себе общественности - участие в конференциях, семинарах, членство в неприбыльных организациях. Такая деятельность юридической фирмы является лучшей рекламой. Но обычная реклама не несет информации о качестве работы юридической фирмы или уровне услуг. Гораздо эффективнее проявить себя путем участия в семинарах и членства в общественных и профессиональных профильных организациях.

- **Ваш клиент начнет продавать вас друзьям: как это сделать**

Лучшей рекламой фирмы является ее успешная работа с клиентами. Основу привлечения клиентов юридической фирмой составляет ее репутация и основной способ привлечения их - это рекомендации. Работа с клиентами должна быть ориентирована на длительный срок. Для того чтобы завоевать их доверие, юрист должен прежде всего иметь высокий профессиональный уровень, а также способность работать в одной команде. Клиент и фирма должны быть единомышленниками в достижении поставленной цели.

Для заметок

Домашнее задание (для любознательных)

Сотрудники

- **Поиск и подбор персонала в юридическом стартапе**

Выбирать персонал для своей юридической компании нужно с умом. Не стоит спешить брать к себе в штат опытных юристов, которые запросят соответствующий им своему уровню зарплатной платы. Можно дать шанс вчерашним выпускникам юридических вузов, именно они нередко оказываются прекрасными и ответственными сотрудниками.

- **Ошибки делегирования**

Стоит привести перечень возможных причин, по которым руководитель юридической компании делает ошибки при проверке результатов делегированного задания на соответствие требованиям и стандартам: 1) первоначальное занижение планки необходимых результатов со стороны руководителя. («Пусть сделают хоть как-нибудь, и то лучше, чем я буду это делать сам!»); 2) желание сэкономить время. Результат в принципе устраивает. «Зачем мы сейчас будем копать, когда нужно делать другие задачи?» 3) неточность постановки задачи со стороны руководителя; 4) отсутствие формализованных принципов для нетиповых задач и стандартов выполнения типовых задач, большой фактор неопределенности; 5) возможны также факторы, связанные с общей корпоративной культурой необязательности, низкой квалификацией специалистов и т.д.

- **Воспитание экспертности и маркетинговая нагрузка**

Партнерское соглашение должно определять не только условия вхождения в партнерство и переход из одного грейда в другой, но и порядок принятия существующими партнерами решение о присоединении к фирме новых партнеров, как "выращенных" самой фирмой с ассоциатов, так и привлеченных извне.

- **Почему ваш сотрудник — ваш основной враг**

Ваш сотрудник является Вашим основным конкурентом, поскольку в случае демонстрации им не только хороших юридических способностей, но и значных лидерских качеств, в будущем он может претендовать на роль партнера. В результате, ваш сотрудник в будущем может самостоятельно учредить юридическое стартап и составлять вам конкуренцию на юридическом рынке услуг.

- **Собеседование по эту сторону стола**

Процесс выбора сотрудников может состоять из нескольких этапов, из которых стоит выделить три основных. Первый - это формирование бизнес-кейса, документа, в котором сформулирована потребность бизнеса в данном кандидате в рамках текущего рынка, а также описывается возможность и способность кандидата внести соответствующий вклад. На втором этапе разрабатывается личный юридический кейс, в котором оцениваются личные и деловые качества кандидата, его сильные стороны как специалиста в области права. Третьим и решающим этапом процесса является интервью, на котором кандидату необходимо показать понимание стратегии и приоритетов компании и видение развития практики, в которой он уже имеет опыт и будет продолжать развиваться. Во время интервью кандидат также должен продемонстрировать способность выстраивать успешные отношения с клиентами и умение эффективно ориентироваться в новациях той области права, в которой он будет практиковать. Также чрезвычайно важным фактором является знание иностранных языков.

Партнеры

- **Виды партнерства в юридических фирмах**

Не менее важна и разработка наиболее подходящей для фирмы системы управления. На сегодня существуют две наиболее распространенные модели управления юридического офиса. Первая модель - когда во главе фирмы стоит управляющий партнер, осуществляющий администрирование офиса. Вторая модель предусматривает равное распределение между партнерами управленческих функций. Однако каждой юридической фирме свойственна своя специфика организации управленческой деятельности. Институт партнерства в юридических фирмах в настоящее время это устоявшаяся и сформирована система поощрения и преемственности поколений юристов, обеспечивает бесперебойное обслуживание клиентов в течение следующих лет пребывания компании в сфере юридического бизнеса. В настоящее время выделяют несколько видов партнеров: 1) equity partner - полный партнер, который участвует в распределении доходов фирмы и обладает правом голоса, то есть участвует в стратегическом управлении; 2) non-equity (income or salary) partner - «партнер на зарплаты», который участвует в распределении доходов, но не имеет права голоса при управлении фирмой.

- **Как договорится на берегу: подписываем партнерское соглашение**

Стоит сделать большой акцент на необходимости заключения партнерского соглашения, даже если речь идет о маленьких фирмах - юридическом бутике с двумя партнерами. Основной целью партнерского соглашения является создание условий, когда для любого партнера и выгоднее, и комфортнее работать в фирме, а не открыть собственную частную практику. Условно такое соглашение можно разбить на три блока: вопросы управления производством услуг, управление финансами фирмы и управление партнерскими отношениями. В рамках каждого блока партнеры должны договориться об условиях.

- **Обязанности и KPI партнера**

Задача партнеров заключается в ведении переговоров с клиентами, организации и контроле работы других юристов и максимально эффективном ведении бизнеса в целом. Статус партнера означает, что сотрудник соответствует ряду критериев:

- наличие серьезного опыта;
- генерация бизнеса, то есть он приводит определенное количество клиентов;
- развитие бизнеса, то есть вклад в будущее юридической компании (например, организация новых практик и т.д.)
- обучение младшего персонала (в том числе менторство)
- осуществление ряда управленческих функций (как правило, это зависит от личности партнера, поскольку некоторые партнеры прекрасно работают самостоятельно, но не умеют управлять, однако, как правило, партнеры управляют или участвуют в руководстве рабочих групп или направлений деятельности).

Правила распределения затрат и прибыли могут называться как угодно - «коэффициент трудового участия» или KPI, но они должны быть четко определены и прозрачны для каждого партнера. Принципы разработки KPI для партнеров в целом ничем не отличаются от принципов KPI для других руководителей. Партнеры должны сами разработать свой KPI, не отдавая эту компетенцию финансовому директору, ни директору по HR. Разработать свой KPI должны люди, которые понимают собственную мотивацию и заинтересованы в развитии своего юридического бизнеса. Чтобы не дезориентировать партнеров, в KPI должно быть не более четырех целевых объективных и измеримых показателей. Между усилиями или действием партнера и результатом в виде денежного вознаграждения должно проходить не более одного года. В партнерское соглашение должен быть заложен также механизм просмотра KPI в случае, если приоритеты фирмы изменились или установлена ранее система распределения прибыли оказалась недостаточно эффективной.

Кроме собственно KPI, в партнерское соглашение должна быть включена посылка о системе бонусов за привлечение клиентов. Конечно, партнер может привлекать клиентов в ту практику, которую он курирует - тогда специальный бонус не нужен. Но если в ходе переговоров оказалось, что клиента интересует другой продукт, который курирует другой партнер? А если это вторичная продажа юридических послуг, то есть новое

клиентское поручение уже существующего клиента? В любом случае может быть свой дифференцированный бонус, который будет стимулировать партнера участвовать в продаже продуктов фирмы для других партнеров. В партнерском соглашении также следует отразить и общие правила материального поощрения ассоциаты, а также механизмы привлечения их в управление фирмой. Дело в том, что привлечение среднего менеджмента и даже младших ассоциаты - проверенный временем механизм повышения эффективности фирмы и качества ее продуктов.

Необходимо отметить, что существует три основных варианта распределения доходов между партнерами:

- принцип старшинства «lock step» (учитывается общее количество лет того, сколько партнеры проработали в фирме, опыт и т.п.);
- принцип производительности (основанный на повременной оплате и обеспечении загрузки младшего персонала);
- принцип «eat what you kill» (получи то, что ты заработал) - ты привел клиента, и ты получаешь больше денег от работы с ним

Кроме собственно блока о деньгах, другой важный блок партнерского соглашения - непосредственно о партнерстве: наличие партнерских грейдов, порядок принятия новых партнеров и исключение из партнерства коллег, которые перестали быть членами команды.

- **Кто ведущий, а кто ведомый: почему этого не избежать. Ваш друг — ваш враг**

Нельзя не ожидать, что ваш партнер не захочет в дальнейшем заниматься юридическим бизнесом, поэтому не менее важно прописать в партнерском соглашении порядок выхода из партнерства, а также приостановление партнерства в случаях, когда партнер выбирается на выборную государственную должность или переходит в государственный сектор. Итак, ваш в друг в юридическом бизнесе может целиком стать врагом для успешности вашего стартапа. В таком случае часто возникает ситуация, когда один из ключевых партнеров фактически замораживает свое участие в делах партнеров, из-за пробелов при составлении учредительных документов и партнерского соглашения фактически парализует работу компании.

Для заметок

Первая прибыль

- **Налоговая оптимизация юрбизнеса**

Оптимизация налогообложения является совокупностью мероприятий, направленных на создание системы взаимоотношений между субъектами хозяйствования с целью уменьшения налоговой нагрузки на хозяйственную деятельность предприятий. В условиях сложной экономической ситуации, многие начинающие, которые решили открыть свой юридический стартап, или руководители уже действующих компаний, сталкиваются с ситуацией, когда большая налоговая нагрузка на бизнес ставит под угрозу его существование. Одним из выходов в этой ситуации может быть реструктуризация Вашего бизнеса с целью уменьшения налоговой нагрузки.

- **Реинвестиции: куда и зачем**

Реинвестировать всегда целесообразно. Поэтому способность правильно выстроить систему инвестирования и реинвестирования своего бизнеса является фундаментальной основой для построения успешного юридического стартапа. Но следует учитывать следующие факторы в сфере безопасности Вашего бизнеса: законность и удобство товарно-денежного оборота в компании и законность расчетов с контрагентами; безопасность используемых компанией (холдингом) способов оптимизации налогообложения; законность и прозрачность оформления отношений с Вашими контрагентами и защищенности Ваших интересов; отсутствие в структуре организации и (или) холдинга бизнес-процессах, которые могут привести к нежелательным правовым последствиям, например в виде финансовых и других санкций, привлечения лишнего внимания контролирующих органов.

- **Сколько минут вы продержите в руках первую 1000 долларов**

Первый доход стоит тратить с умом. Нариклад, очень целесообразным, по моему мнению, является вложение денег в развитие молодого поколения юристов, а именно финансирование проектов лекций, юридических курсов для молодых студентов-юристов, финансирование проведения различных форумов и конференций. Это может стать весомым залогом для успешной рекламы Вашей юридической компании на отечественном рынке юридического бизнеса.

Для заметок

Глоссарий. Вводные термины и термины в отношении основных аспектов построения юридического стартапа в Украине и выбора модели поведения на рынке.

<p>«Нейминг-партнер»</p>	<p>«Нейминг-партнеры» встречаются только в фирмах, в названии которых присутствуют фамилии ключевых партнеров. Включая в название фирмы свою фамилию, «нейминг-партнеры» делятся с фирмой своей профессиональной репутацией и принимают на себя риск, связанный с возможным ударом по профессиональной репутации в случае определенных «проколов» фирмы и наоборот. Обычно «нейминг-партнеры» являются совладельцами бизнеса.</p>
<p>«Equity partner»</p>	<p>Полный партнер, который участвует в распределении доходов фирмы и обладает правом голоса, т.е. участвует в стратегическом управлении. Примерно то же, что участники или акционеры в хозяйственных обществах. В некоторых фирмах, зарегистрированных в виде АО или ООО, они выполняют функции акционеров или участников, голосуя на общем собрании так, как это предусмотрено, соответственно, законами об АО или ООО. В группах компаний и фирмах, существующих в виде адвокатских образований, партнеры-совладельцы — это изначально, как правило, партнеры-основатели, которые вложили достаточно много собственных средств в становление фирмы до стадии безубыточности бизнеса. В дальнейшем партнерами-совладельцами становятся и новые партнеры, которые делают вступительный взнос при присоединении к фирме в качестве партнера. Размер вступительного взноса или порядок его расчета необходимо прописать в партнерском соглашении.</p>
<p>«Non-equity (income or salary) partner»</p>	<p>«Партнер на зарплате», который участвует в распределении доходов, но не имеет права голоса при управлении юридической фирмой.</p>
<p>Start-up (Старт-ап)</p>	<p>Предприятие, которое, как правило, является новым быстрорастущим бизнесом, целью которого является удовлетворение потребности рынка путем разработки или предложения инновационного продукта, процесса или услуги.</p> <p>Есть разные мнения о моменте, когда старт-ап становится состоявшимся бизнесом. Отсутствие доказавшей свою состоятельность бизнес-модели – одно из часто называемых отличий старта-апа.</p>
<p>«Коэффициенты трудового участия» или KPI</p>	<p>Это правила распределения расходов и прибыли могут называться. Они должны быть четко определены и прозрачны для каждого партнера. Принципы разработки KPI для партнеров в целом ничем не отличаются от принципов KPI для других руководителей. Партнеры должны сами разработать свой KPI, не отдавая эту компетенцию ни финансовому директору, ни директору по HR. Разработать свой KPI должны люди,</p>

которые понимают собственную мотивацию и заинтересованные в развитии своего бизнеса. Чтобы не дезориентировать партнеров, в KPI должно быть не более четырех целевых объективных и измеримых показателей. Между усилием или действием партнера и результатом в виде денежного вознаграждения должно проходить не более одного года. В партнерском соглашении должен быть заложен также механизм пересмотра KPI в случае, если приоритеты фирмы изменились или установленная ранее система распределения прибыли оказалась недостаточно эффективной.

Для заметок
