**Теоретические основы организации коммерческой деятельности интернет-магазина. Юридические аспекты осуществления розничной торговли с использованием сети Интернет.**

**1.Создание интернет-магазина: с чего начать?**

С точки зрения организации работы, любой интернет-магазин можно разделить на две части:

* ***Фронт-офис.***Это сам сайт интернет-магазина, звонки покупателям. В общем, это все то, с чем сталкивается ваш покупатель.
* ***Бэк-офис***. Это работа службы доставки, ценообразование, снабжение, интеграция различных систем. В общем, это та часть работы, которая для покупателя остается «за кадром», но также очень важна для бесперебойной и надежной работы.

**2.Выбор платформыдля интернет-магазина**

Как правило, интернет-магазины делаются и управляются на базе систем управления контентом (ContentManagmentSystem (CMS)), так называемых «движках» или специализированных онлайн-платформах.

Есть 3 возможных варианта сделать это:

* заказать сайт у студии, компании-разработчика или индивидуального предпринимателя;
* самостоятельно установить и настроить понравившийся «движок»;
* использовать готовые онлайн-платформы.

*Самостоятельное использование CMS*

Этот вариант подразумевает под собой создание сайта на основе какой-либо существующей системы управления контентом, они бывают как платные, так и бесплатные.

Среди бесплатных решений стоит выделить: WordPress, Joomla, Drupal, TYPO3, PrestaShop, OpenCart. А среди платных лидерами являются: 1С-Битрикс, UMI.CMS, NetCat, Shop-Script 6, CS-Cart.

Подобные системы позволяют самостоятельно настраивать сайт, добавлять и редактировать контент. Для настройки основных возможностей, необходимых для работы онлайн-магазина, не нужны знания в области WEB-программирования. Конечно, вы потратите время на изучение системы администрирования выбранного «движка». Зато вы сможете сами, добавлять, редактировать и удалять, настраивать меню без привлечения программиста. У Вас будет возможность решать специфические задачи с помощью готовых, сделанных под выбранную CMS, шаблонных инструментов: модулей, плагинов и виджетов. Таким же образом производится увеличение возможностей интернет-магазина – путем установки расширений и плагинов.

Для формирования внешнего вида сайта можно использовать шаблонный дизайн либо заказать индивидуальный дизайн.

Недостатки, этого подхода, могут проявляться, когда вы захотите внести значительные изменения в имеющиеся функциональные возможности. Нужно будет искать разработчиков или нанимать их в штат.

После выбора системы управления интернет-магазином вам также нужно будет купить доменное имя (адрес по которому ваш интернет-магазин будет доступен в сети Интернет) и оплатить услуги хостинга (специализированный сервер для размещения вашего сайта в Интернете).

*Разработка сайта по индивидуальному заказу*

Вам окажут профессиональную индивидуальную услугу, проконсультируют и будут помогать в развитии вашего интернет-магазина. Это хороший вариант старта нового бизнеса при наличии большого бюджета.

При этом, возможен вариант разработки магазина на готовом решении, настроенного индивидуально для вас, что заметно дешевле, чем разработка с «нуля».

Важно понимать, что вам нужно найти студию, с которой вы сможете работать много лет, поскольку именно они будут отвечать за работу и развитие вашего магазина.

К этому варианту стоит присмотреться тем, кто четко знает, чего он хочет от магазина: как он будет выглядеть (предполагается, что вам нужен нестандартный, запоминающийся дизайн) и какие функции у него должны быть. В других случаях, это будет лишней тратой средств.

*Использование специализированной онлайн-платформы*

Преимущества такого подхода в том, что у вас нет нужды разбираться с какими-либо техническими деталями, ждать пока будет разработан сайт интернет-магазина. Это идеальное решение для быстрого старта. С помощью такого сервиса, как SaaS-платформа, можно сделать и заполнить сайт товарами буквально за несколько дней.

Рассмотрим преимущества такого способа открытия интернет-магазина:

* быстро запустить продажи в интернет-магазине на базе типовых адаптивных настраиваемых шаблонов;
* легко подключить онлайн-платежи при помощи банковских карт (VISA, MasterCard, Белкарт), электронных денег Easypay, через АИС ЕРИП;
* проще начать рекламировать реализуемые товары на популярных торговых площадках;
* дорабатывать и настраивать интернет-магазин в соответствии с реальными потребностями вашего бизнеса;
* получать гарантированную техническую поддержку 7 дней в неделю;

На белорусском рынке представлены, такие платформы как Recommerce, Deal, Digistr, Besellerкаждая из которых имеет свои особенности.

**3.Выбор домена и хостинга**

В случае, если вы решили самостоятельно создать сайт интернет-магазина, то вам необходимо самостоятельно выбрать хостинг, подобрать и оплатить доменное имя.

Необходимо отметить, что право на администрирование доменного имени должно быть получено субъектом торговли или интернет-продавцом. Также закон говорит, о том, что осуществлять розничную торговлю через интернет-магазин можно только, если доменное имя такого магазина должно быть зарегистрировано в национальной зоне, имеющей обозначение «.by» или «.бел».

Минимальная длина доменного имени – 2 символа, максимальная – 63 символа.

Что касается хостинга, то он также в обязательном порядке должен осуществляться в Республике Беларусь — сервер, обеспечивающий функционирование сайта, должен физически находиться на территории страны.

**4.Распространение информации на сторонних ресурсах**

Субъект торговли, осуществляющий розничную торговлю через интернет-магазин, вправе использовать иные информационные ресурсы сети Интернет для размещения информации о продаже товаров при наличии в этой информации адресации (гиперссылки) на зарегистрированный субъектом торговли в Торговом реестре интернет-магазин. Т.е. после регистрации можно сделать страницу магазина, к примеру, в социальной сети, на которой будет указана ссылка на зарегистрированный сайт.

Социальные сети, для коммерческого сайта, являются одним из перспективных каналов привлечения клиентов, при наличии достаточного количества времени на то, чтобы Ваши страницы в социальных сетях были интересными для потенциальных покупателей, а не просто существовали.

Наиболее популярными социальными сетями у пользователей нашей страны являются ВКонтакте, Однокласники, Facebook, Twitter, Instagram. Если особенности вашего бизнеса позволят активно использовать этот канал, то вы получите достаточно качественный приток пользователей, которые уже будут заинтересованы вашими предложениями.

**5.Продвижение интернет-магазина**

Нет единого, 100% работающего способа быстрого привлечения большого количества потенциальных покупателей. Активности направленные на рекламу и продвижение магазина, привлечение потенциальных клиентов в сети Интернет являются составными частями интернет-маркетинга.

Основные инструменты Интернет-маркетинга это:

* контекстная реклама;
* поисковый маркетинг (SEO);
* реклама на торговых площадках;
* контент-маркетинг;
* продвижение в социальных сетях (SMO и SMM);
* email-маркетинг.

**6. Юридические аспекты осуществления розничной торговли с использованием сети Интернет**

Что касается особых требований, то при осуществлении розничной торговли с использованием сети Интернет:

1) торговля допускается только через Интернет-магазины (пункт 3 статьи 19 Закона Республики Беларусь от 8 января 2014 г. № 128-З «О государственном регулировании торговли и общественного питания в Республике Беларусь» (далее — Закон о торговле);

2) Интернет-магазины должны быть зарегистрированы в Торговом реестре Республики Беларусь (принцип регистрации заявительный) (пункт 3 статьи 19 Закона о торговле). Регистрация осуществляется местными исполнительными и распорядительными органами по месту государственной регистрации субъекта торговли в соответствии с Положением о Торговом реестре Республики Беларусь, утвержденным постановлением Совета Министров Республики Беларусь от 23 декабря 2014 г. № 1227 «Об утверждении Положения о Торговом реестре Республики Беларусь и Положения об определении методики расчета доли субъектов торговли в объеме розничного товарооборота продовольственных товаров в границах г. Минска, городов областного подчинения, районов, признании утратившими силу постановлений Совета Министров Республики Беларусь и их структурных элементов» (далее — Положение).

Следует помнить, что в главе 6 Положения предусмотрены случаи, когда субъект торговли обязан обратиться в исполнительный комитет для внесения изменений в сведения, включенные в Торговый реестр. Так, в частности, это необходимо при изменении наименования субъекта торговли, в том числе произошедшего в результате реорганизации, изменении фамилии, собственного имени, отчества индивидуального предпринимателя, изменении режима работы, изменении доменного имени.

3) право на администрирование доменного имени Интернет-магазина должно принадлежать субъекту торговли (пункт 3 статьи 19 Закона о торговле). Это означает, что администратором домена должно быть именно юридическое лицо либо индивидуальный предприниматель, которые осуществляют торговлю посредством Интернет-магазина с таким доменным именем.

На практике же нередко встречаются случаи, когда домен зарегистрирован на физическое лицо, не являющееся непосредственно субъектом хозяйствования. Такое физическое лицо может быть, например, учредителем субъекта торговли либо индивидуальным предпринимателем — субъектом торговли. В такой ситуации в соответствии с пунктом 3 статьи 19 Закона о торговле физическому лицу необходимо передать право на администрирование домена соответствующему субъекту торговли, для чего необходимо обратиться к регистратору.

Передача прав на администрирование домена осуществляется в соответствии с Инструкцией о регистрации доменных имен в национальной доменной зоне, утвержденной приказом Оперативно-аналитического центра при Президенте Республики Беларусь от 18 июня 2010 г. № 47, путем подачи соответствующей заявки регистратору с указанием сведений о лице, которому предполагается передача прав на администрирование домена,а также сведения о договоре передачи (уступки) прав на администрирование домена (дата заключения и номер договора, сведения о лицах, подписавших договор, а также документах, подтверждающих их полномочия). Кроме этого лицо, которому передаются эти права, должно будет подать заявку, содержащую согласие на принятие таких прав по договору передачи (уступки) прав на администрирование домена, а также сведения о себе в определенном Инструкцией объеме. Регистратор будет вправе истребовать у сторон договора передачи (уступки) прав на администрирование домена экземпляр такого договора для внесения в реестр сведений об изменении администратора домена (пункт 39 Инструкции);

4) предусматриваются особые требования к содержанию страниц Интернет-магазина.

Так, например, на главной странице Интернет-магазина обязательно должна располагаться следующая информация (пункт 8 Правил продажи товаров при осуществлении розничной торговли по образцам, утвержденных постановлением Совета Министров Республики Беларусь от 15 января 2009 г. № 31 «Об утверждении Правил продажи товаров при осуществлении розничной торговли по образцам») (далее — Правила розничной торговли по образцам):

наименование (фирменное наименование) и место нахождения юридического лица; если продавцом является индивидуальный предприниматель – фамилия, собственное имя, отчество (если таковое имеется) и место жительства индивидуального предпринимателя, информация о государственной регистрации, а также наименование органа, осуществившего его государственную регистрацию в качестве индивидуального предпринимателя;

режим работы;

способы оплаты товаров и их доставки;

дата включения сведений об интернет-магазине в Торговый реестр Республики Беларусь.

Кроме этого, на сайте Интернет-магазина (на любой странице) должны размещаться информация о документах, подтверждающих факт приобретения товара, которые продавец обязан выдавать покупателю вместе с товаром, образцы таких документов и порядок их оформления.

При торговле по образцам через Интернет-магазин продавец обязан предоставить покупателям возможность расчета за приобретаемый в Интернет-магазине товар путем дистанционного перечисления денежных средств, при этом обязательным является обеспечение покупателю возможности оплаты посредством использования банковской платежной карточки, автоматизированной информационной системы единого расчетного и информационного пространства. Под дистанционным перечислением денежных средств понимаются расчеты в наличной или безналичной форме посредством автоматизированной информационной системы единого расчетного и информационного пространства (АИС «Расчет»), мобильного и Интернет-банкинга, с использованием банковских пластиковых карточек, через кассы банков и объектов почтовой связи, наложенным платежом при доставке товаров по почте, посредством иных платежей, которые обеспечивают поступление средств за оплату товара на расчетный счет продавца.

Также на страницах Интернет-магазина, естественно, должна указываться обязательная информация о товаре в соответствии с требованиями законодательства Республики Беларусь о защите прав потребителей;

5) реализация товаров должна осуществляться с использованием информационных сетей, систем и ресурсов национального сегмента сети Интернет, размещенных на территории Республики Беларусь и зарегистрированных в установленном порядке (пункт 2 Указа Президента Республики Беларусь от 1 февраля 2010 г. № 60 «О мерах по совершенствованию использования национального сегмента сети Интернет»).

Это означает, что физически сервер, на котором размещается Интернет-магазин, должен находиться на территории Республики Беларусь, или, другими словами, это означает, что хостинг должен быть белорусским.

Именно этим объясняется запрет на реализацию товаров через социальные сети, а также запрет рекламы в социальных сетях в случае, если такую рекламу можно приравнять к розничной торговле по образцам, так как социальные сети не размещаются на территории Республики Беларусь.

Что касается требования о том, что доменное имя Интернет-магазина должно относиться к национальным доменным зонам «.by» или «.бел», то в литературе по этому поводу высказываются прямо противоположные мнения.

На практике же превалирующей точкой зрения, которую поддерживают и контролирующие органы, является следующая: доменное имя Интернет-магазина должно быть зарегистрировано в зонах «.by» или «.бел». Сторонники такой позиции объясняют ее тем, что в соответствии с пунктом 3 статьи 19 Закона о торговле право на администрирование доменного имени должно быть получено субъектом торговли в порядке, установленном законодательством Республики Беларусь. А поскольку такой порядок предусмотрен только для регистрации доменов в зонах «.by» или «.бел» в соответствующей Инструкции, то и возможность использовать доменные имена в иных зонах для белорусских Интернет-магазинов законодательно не предусмотрена;

6) Интернет-магазин, как и любой другой Интернет-сайт национального сегмента глобальной компьютерной сети Интернет, размещенный на территории Республики Беларусь, в соответствии с пунктом 3 Положения о порядке государственной регистрации информационных сетей, систем и ресурсов национального сегмента глобальной компьютерной сети Интернет, размещенных на территории Республики Беларусь, утвержденного постановление Совета Министров Республики Беларусь от 29 апреля 2010 г. № 644 «О некоторых вопросах совершенствования использования национального сегмента глобальной компьютерной сети Интернет», должен быть зарегистрирован в РУП «БелГИЭ» (в организации, уполномоченной Министерством связи и информатизации Республики Беларусь осуществлять государственную регистрацию ресурсов) и включен в соответствующий реестр.

Государственная регистрация ресурсов осуществляется по заявительному принципу на основании заявления на регистрацию, подаваемого поставщиком Интернет-услуг.

Данная административная процедура предусмотрена пунктом 4.8 Единого перечня административных процедур, осуществляемых государственными органами и иными организациями в отношении юридических лиц и индивидуальных предпринимателей, утвержденного постановлением Совета Министров Республики Беларусь от 17 февраля 2012 г. № 156 «Об утверждении единого перечня административных процедур, осуществляемых государственными органами и иными организациями в отношении юридических лиц и индивидуальных предпринимателей, внесении дополнения в постановление Совета Министров Республики Беларусь от 14 февраля 2009 г. № 193 и признании утратившими силу некоторых постановлений Совета Министров Республики Беларусь»;

7) розничная торговля с использованием сети Интернет по сравнению с осуществлением розничной торговли в торговом объекте в отношении некоторых товаров не допускается.

В частности, через Интернет-магазины нельзя осуществлять розничную торговлю следующими товарами:

— алкогольными напитками (подпункт 1.14 пункта 1 статьи 11 Закона Республики Беларусь от 27 августа 2008 г. № 429-З «О государственном регулировании производства и оборота алкогольной, непищевой спиртосодержащей продукции и непищевого этилового спирта», пункт 6 Правил розничной торговли по образцам);

— пивом (подпункт 1.5 пункта 1 постановления Совета Министров Республики Беларусь от 6 марта 2006 г. № 317 «Об отдельных вопросах регулирования розничной торговли пивом и слабоалкогольными напитками, определении торговых объектов, объектов общественного питания, в которых допускается употребление пива и слабоалкогольных напитков, и о внесении изменений и дополнений в некоторые постановления Совета Министров Республики Беларусь по вопросам осуществления розничной торговли»);

— табачными изделиями (пункт 31 Положения о государственном регулировании производства, оборота и потребления табачного сырья и табачных изделий, утвержденного Декретом Президента Республики Беларусь от 17 декабря 2002 г. № 28 «О государственном регулировании производства, оборота и потребления табачного сырья и табачных изделий», пункт 6 Правил розничной торговли по образцам);

— ювелирными и другими бытовыми изделиями, сусальным золотом и сусальным серебром, драгоценными камнями (пункт 6 Правил розничной торговли по образцам);

— пиротехническими изделиями (пункт 6 Правил розничной торговли по образцам);

— лекарственными средствами (пункт 6 Правил розничной торговли по образцам);

— биологически активными добавками к пище (пункт 6 Правил розничной торговли по образцам);

— специализированной пищевой продукцией для питания спортсменов (пункт 6 Правил розничной торговли по образцам);

— ветеринарными средствами (пункт 6 Правил розничной торговли по образцам);

— оружием и патронами к нему (пункт 6 Правил розничной торговли по образцам);

— семенами мака (пункт 6 Правил розничной торговли по образцам);

— продукцией сексуального назначения, печатной эротической продукцией (пункт 4 и пункт 5 Инструкции о порядке выпуска, тиражирования, показа, проката, продажи и рекламирования эротической продукции, продукции, содержащей элементы эротики, насилия и жестокости, продукции по сексуальному образованию и половому воспитанию, а также продукции сексуального назначения, утвержденной постановлением Министерства культуры Республики Беларусь от 8 мая 2007 г. № 18 «Об утверждении Инструкции о порядке выпуска, тиражирования, показа, проката, продажи и рекламирования эротической продукции, продукции, содержащей элементы эротики, насилия и жестокости, продукции по сексуальному образованию и половому воспитанию, а также продукции сексуального назначения и признании утратившим силу постановления Министерства культуры Республики Беларусь от 13 апреля 2000 г. № 8п»).

Розничная торговля по образцам вне торгового объекта скоропортящимися продовольственными товарами и кулинарной продукцией допускается при наличии у продавца торгового объекта, в котором осуществляется реализация таких товаров, а также в случаях, когда продавцом является производитель таких товаров независимо от наличия у него торгового объекта.

**7. Отличие Интернет-магазина и «просто» рекламы**

Розничная торговля с использованием сети Интернет допускается только через Интернет-магазины. Интернет-реклама не запрещена, но, как показывает практика, реклама рекламе рознь: в некоторых случаях рекламу можно квалифицировать как розничную торговлю по образцам со всеми вытекающими последствиями.

В соответствии с пунктом 8 статьи 1 Закона Республики Беларусь от 8 января 2014 г. № 128-З «О государственном регулировании торговли и общественного питания в Республике Беларусь» под Интернет-магазином понимается информационный ресурс субъекта торговли в глобальной компьютерной сети Интернет, позволяющий осуществить заказ на приобретение или выбор и приобретение товаров без (вне) торгового объекта.

Таким образом, чтобы ресурс считался Интернет-магазином, потребителю достаточно иметь возможность не только выбрать и приобрести товар, но и осуществить заказ на приобретение товара без (вне) торгового объекта. Практически же осуществить заказ можно, не только «положив товар в корзину» и оформив заказ, как в Интернет-магазине в традиционном понимании, но и позвонив по телефону, написав в вайбер или скайп, заполнив форму обратной связи и тому подобное.

Следовательно, одним из признаков Интернет-магазина будет указание на ресурсе контактной информации продавца, которая позволит с ним связаться и осуществить заказ, в том числе номер его телефона, скайп и прочее.

Кроме того, представляется, что информация, представленная в Интернет-магазине, должна содержать признаки публичной оферты.

Так, договор розничной купли-продажи является публичным договором (пункт 2 статьи 462 Гражданского кодекса Республики Беларусь) (далее — Гражданский кодекс).

В соответствии со статьей 407 Гражданского кодекса публичной офертой признается содержащее все существенные условия договора предложение, из которого усматривается воля лица, делающего предложение, заключить договор на указанных в предложении условиях с любым, кто отзовется.

Предложение товара в его рекламе, каталогах и описаниях товаров, обращенных к неопределенному кругу лиц, признается публичной офертой, если оно содержит все существенные условия договора розничной купли-продажи (статья 464 Гражданского кодекса).

Существенными условиями договора розничной купли-продажи являются:

— предмет договора (наименование и количество либо установление порядка определения количества товара): например, указание на сайте подробного описания товаров с артикулами, возможностью выбора цвета, размера, количества;

— цена товара.

Таким образом, можно сделать вывод, что если в информации, содержащейся на Интернет-ресурсе, содержатся существенные условия договора розничной купли-продажи (подробное описание товара, цена), а также контактные данные продавца, позволяющие сделать заказ на приобретение товара вне торгового объекта, то такая информация является достаточной для приобретения потребителем товара и такая реклама может быть признана розничной торговлей по образцам, которая соответственно должна осуществляться только через Интернет-магазин.

В соответствии с пунктом 4 статьи 19 Закона о торговле субъект торговли, осуществляющий розничную торговлю через Интернет-магазин, вправе использовать иные информационные ресурсы сети Интернет для размещения информации о продаже товаров при наличии в этой информации адресации (гиперссылки) на зарегистрированный субъектом торговли в Торговом реестре Интернет-магазин.

Иными словами, продажа товаров без перехода на сайт Интернет-магазина не допускается. Сторонний Интернет-ресурс, содержащий рекламу, не должен давать возможность осуществить заказ на приобретение товаров, кроме как посредством перехода на сайт Интернет-магазина.

В соответствии с разъяснениями Министерства антимонопольного регулирования и торговли Республики Беларусь, предложение товаров через рекламу, распространяемую в сети Интернет, для приобретения в целях личного, семейного, домашнего и иного подобного использования, не связанного с предпринимательской деятельностью, является розничной торговлей по образцам, а информационный ресурс в сети Интернет, позволяющий осуществить заказ на приобретение или выбор и приобретение товаров без (вне) торговых объектов, — Интернет-магазином, который подлежит регистрации в Торговом реестре.

При этом в соответствии с разъяснениями в такой Интернет-рекламе допускается исключительно указание:

— информации о товарах (наименование и цена товара, его потребительские свойства, сведения о производителе и тому подобное);

— информации о продавце с обязательным указанием мест нахождения торговых объектов, в которых можно приобрести товар, либо наличием гиперссылки на зарегистрированный этим субъектом торговли в Торговом реестре Интернет-магазин.

В то же время в такой рекламе должна отсутствовать возможность осуществить заказ на приобретение товаров и наличия кнопок «купить», «заказать», «положить в корзину» и тому подобное.

В связи с чем на практике может возникнуть вопрос о том, что относится к информации о продавце, размещение которой в рекламе не превращало бы рекламу в розничную торговлю по образцам и не позволяло бы осуществить заказ на приобретение товаров.

Представляется, что под информацией о продавце, допустимой к размещению в такой рекламе, можно понимать информацию, предусмотренную в статье 8 Закона Республики Беларусь от 9 января 2002 г. № 90-З «О защите прав потребителей»:

— для организации: наименование (фирменное наименование), место нахождения и режим работы, наименование торгового объекта, если такое наименование не совпадает с наименованием (фирменным наименованием) организации;

— для индивидуального предпринимателя: фамилия, собственное имя, отчество, место жительства, режим работы, наименование торгового объекта, сведения о государственной регистрации и наименовании органа, осуществившего государственную регистрацию.

Таким образом, из всего вышеперечисленного можно сделать выводы о том, что:

— если ресурс содержит достаточную информацию для приобретения товара: описание товара (представление образов товаров с указанием цен), указание контактной информации продавца (номера телефонов, скайп и прочее), такой ресурс может быть признан Интернет-магазином со всеми вытекающими последствиями;

— размещение рекламы в Интернете возможно при наличии ссылки на сайт Интернет-магазина либо с указанием мест нахождения торговых объектов, при этом такая реклама не должна содержать достаточную информацию для приобретения товара, в частности контактную информацию продавца.