



Защита потребителя законом — это один из наиболее наглядных феноменов двадцатого века. До этого доминирующее отношение к этой проблеме можно было выразить известной латинской фразой *caveat emptor* — пусть покупатель соблюдает осторожность. Большая часть законов, связанных с этим, появилась после 1970 г., когда пришло понимание, что продавцы могут иметь несправедливое преимущество перед потребителями при заключении контракта о продаже. Если говорить о Великобритании, то здесь основными законами, контролирующими деятельность по продажам, являются следующие:

- • Законы о весах и измерениях 1878, 1963 и 1979 годов.
- • Законы о продаже товаров 1893 и 1979 годов.
- • Законы о ценах при перепродажах 1964 и 1976 годов.
- • Законы об ограничительных приемах в торговле 1956, 1968 и 1976 годов.
- • Закон о введении в заблуждение 1967 года.
- • Законы о торговых названиях 1968 и 1972 годов.
- • Законы о незапрашиваемых товарах и услугах 1971 и 1975 годов.
- • Законы о поставке товаров (подразумеваемые условия) 1972 и 1982 годов.
- • Закон о честной торговле 1973 года.
- • Закон о прокате и покупках 1973 года.
- • Закон о потребительском кредите 1974 года.
- • Закон о несправедливых условиях контракта 1977 года.
- • Закон о безопасности потребителей 1978 года.
- • Закон о защите потребителей 1987 года.

Помимо этих законов потребители защищены рядом кодексов, в которых описываются такие виды деятельности, как реклама, рыночные исследования и прямые продажи. Такие профессиональные ассоциации, как Ассоциация британских агентов по организации путешествий, Общество производителей и продавцов моторов, Ассоциация розничных торговцев радио, электрической и телевизионной аппаратуры, также разработали кодексы своей деятельности, которые одобрены Управлением по обеспечению справедливой торговли.

О подписании контрактов: **Контракт** заключается, когда торговый представитель соглашается предоставить товар или услугу в обмен на получение денег. Контракт имеет место в том случае, когда заключается соглашение. Соглашение может

закключаться как в устной, так и в письменной форме. После того как предложение принято, контракт считается заключенным и имеет правовые последствия. Таким образом, если строительная организация предлагает построить гараж за 1000 ф. ст., и это предложение принимается, строительная организация обязана выполнить работы, а заказчик - заплатить согласованную сумму денег после завершения строительства. Хотя контракты не обязательно должны иметь письменную форму, за исключением некоторых специально оговариваемых в законе случаев, все же при покупке дома, например, письменный вариант предложения и согласия может стать основой для правовых действий в случае нарушения соглашения одной из сторон. Важность письменных контрактов особенно проявляется в отношении оговоренных в них условий и временных сроков. Этот аспект контракта мы рассмотрим до того, как изучим некоторые используемые приемы бизнеса и способы, с помощью которых они контролируются законом.

Условия и временные сроки. Как уже понятно из названия, условия и время определяют обстоятельства, при которых покупатель готов совершить покупку, а торговый представитель готов продать. Это определяет круг ответственности как для покупателя, так и для торгового представителя. Таким образом, при обсуждении условий и временных положений и покупатель, и торговый представитель обладают свободой. Обычно покупатель указывает свой вариант на обороте своей формы, в которой подается заказ, а продавец делает это на обороте своей котировки. Часто чернилами красного цвета делается приписка: «Обратите внимание на наши стандартные условия и временные положения, указанные на обратной стороне этого заказа».

К типичным пунктам, включаемым в условия заказа на покупку, относятся следующие.

1. Рассматриваются только заказы, поданные на фирменных бланках заказчика и подписанные от имени компании.
2. Изменения к поданным заказам должны быть внесены по установленной форме и также подписаны уполномоченным на это лицом.
3. Доставка продукта должна быть осуществлена в установленный период времени. Право на отказ от получения продукта должно быть учтено за счет более позднего срока доставки.

4. Товары с браком могут быть возвращены, а расходы за это оплачиваются поставщиком.

5. Страхование перевозимых товаров оплачивается поставщиком.

6. На заказ распространяется условие скидки в 2,5% при оплате наличными, если не оговорены иные условия, при платеже в течение 28 дней после получения товара. Если поставленная продукция оказалась ненадлежащего качества или не соответствует указанной спецификации или образцу, на основании которого делался заказ, все сделанные за нее платежи должны полностью учитываться.

7. Инструменты, предоставленные нами для исполнения заказа, без нашего разрешения не должны использоваться при обслуживании других компаний.

Вывод: Тщательное составление условий и временных сроков в бизнесе очень важно, поскольку это обеспечивает защиту от обвинений другой стороны, если при выполнении контракта возникают какие-то проблемы.