**3.Законодательные акты, направленные на защиту прав потребителей.**

 В России действует Закон «О защите прав потребителей» и другие акты, поддерживающие консьюмеристское движение. Формы его деятельности разнообразны: юридическая защита потребителей, консультации, публикации о случаях нарушений потребительских прав, независимая сертификация товаров, пикетирование магазинов и т.д. Основными законодательными актами защиты прав потребителей в России, являются следующие:

1) *Закон РФ от 4.02.92 г. № 2300-1 «О защите прав потребителей».* Данный закон регулирует отношения между потребителями и производителями (поставщиками) товаров, устанавливает права потребителей на приобретение товаров необходимого качества. Закон защищает основные права потребителей на получение информации о товарах и их производителях, на просвещение, государственную и общественную защиту их прав.

Закон установлен механизм реализации прав потребителей. Так, например, в Законе указывается, что потребитель всегда вправе потребовать у продавца информацию об изготовителе (фирменное наименование, фактический адрес организации, режим работы, реализуемые товары (работы, услуги)).

Информация о товарах, предъявляемая потребителю изготовителем (продавцом), должна содержать обозначения стандартов соответствия, сведения об основных потребительских свойствах продукта, цену и условия покупки, гарантийный срок, правила эффективного и безопасного использования.

2) *Федеральный закон от 13.03.06 г. № 38-ФЗ «О рекламе».*

Закон устанавливает требования к качественной и правдивой рекламе. Целью данного закона является развитие рынков товаров, работ, услуг на основе соблюдения принципов добросовестной конкуренции. В законе дается характеристика недобросовестной, недостоверной, неэтичной и заведомо ложной рекламы. Распространение данной рекламы запрещено и влечет за собой ответственность. Так, например, несколько лет назад заведомо ложной была названа телевизионная реклама кулинарного жира «Рама». Данный продукт рекламировался как сливочное масло, в то время как его употребление в виде масла могло повлечь ухудшение здоровья потребителя.

3) *Федеральный закон от 26.07.06 г. № 135-ФЗ «О защите конкуренции».*

Закон ограничивает права монополий на поставку продукции и оказывает поддержку новому мелкому и среднему бизнесу с тем, чтобы потребитель мел возможность альтернативного выбора из множества представленных на рынке товаров от различных производителей. Закон поддерживает конкуренцию, так как в процессе конкурентной борьбы происходит повышение качества продукции, устанавливаются конкурентоспособные цены, а значит, потребитель получает право на выбор того товара, который мог бы устроить его и в цене, и в качестве. Впервые в российском законодательстве даны определения таких важных понятий, как срок службы, срок годности, гарантийный срок.