



Ставропольский государственный аграрный университет



Право потребителя на информацию

Ставрополь

План

- 1. Общая характеристика потребительской информации. Понятие права потребителя на информацию**
- 2. Правовое регулирование рекламы как особой формы доведения информации о товарах (работах и услугах)**

Требования, которым должна соответствовать потребительская информация:

- 1) **признак необходимости.** Анализ действующего законодательства позволяет отметить, что при рассмотрении требований потребителя о возмещении убытков, причиненных недостоверной или недостаточно полной информацией о товаре (работе, услуге), необходимо исходить из предположения об отсутствии у потребителя специальных познаний о свойствах и характеристиках товара (работы, услуги)
- 2) **признак достоверности.** Достоверность информации предполагает соответствие содержащихся в ней сведений о товаре (работе, услуге) действительным.
- 3) **признак доступности и наглядности.** В отношении признака доступности выделяют два аспекта. Во-первых, доступность обозначает изложение информации на "доступном" для потребителя языке. Во-вторых, стиль изложения и смысл информации должны быть просты, чтобы потребитель мог понять ее суть без дополнительных знаний в соответствующей области.
- 4) **признак своевременности предоставления информации.** Важно помнить, что информация должна доводиться до потребителя в момент заключения договора.

5) признак соответствующего содержания.
Здесь необходимо выделить три категории в содержании потребительской информации, а именно информацию:

- об изготовителе (исполнителе, продавце);**
- о режиме работы продавца (изготовителя);**
- о реализуемых им товарах, работах и услугах.**

Информация об изготовителе (исполнителе, продавце) находит отражение в [ст. 9](#) Закона "О защите прав потребителей", где устанавливается, что изготовитель (исполнитель, продавец) обязан довести до сведения потребителя фирменное наименование (наименование) своей организации, место ее нахождения (адрес) и режим ее работы. Продавец (исполнитель) размещает указанную информацию на вывеске.

Изготовитель (исполнитель, продавец) - индивидуальный предприниматель - должен предоставить потребителю информацию о государственной регистрации и наименовании зарегистрировавшего его органа.

Наименование и место нахождения юридического лица указываются в его учредительных документах. Юридическое лицо, являющееся коммерческой организацией, должно иметь фирменное наименование. Таким образом, оно включает следующие три характеристики: 1) название юридического лица, 2) указание на организационно-правовую форму, 3) характер деятельности данного юридического лица. Все сказанное в равной мере имеет отношение к информации об индивидуальном предпринимателе.

Информация о режиме работы продавца (изготовителя) определяется в [ст. 11](#) Закона "О защите прав потребителей".

Информация о реализуемых им товарах, работах и услугах закреплена в [ст. 10](#) Закона "О защите прав потребителей". Изготовитель (исполнитель, продавец) обязан своевременно предоставлять потребителю необходимую и достоверную информацию о товарах (работах, услугах), обеспечивающую возможность их правильного выбора.

В информации о товарах (работах, услугах) в обязательном порядке должны содержаться:

- 1) наименование технического регламента или иное установленное законодательством РФ о техническом регулировании и свидетельствующее об обязательном подтверждении соответствия товара обозначение.**

- 2) сведения об основных потребительских свойствах товаров (работ, услуг), в отношении продуктов питания**
- 3) цену в рублях и условия приобретения товаров (работ, услуг), в том числе при предоставлении кредита размер кредита, полную сумму, подлежащую выплате потребителем, и график погашения этой суммы.**

- 4) гарантийный срок, если он установлен. Определение гарантийного срока отражено в ст. 5 Закона "О защите прав потребителей". Изготовитель (исполнитель) вправе устанавливать на товар (работу) гарантийный срок
- 5) правила и условия эффективного и безопасного использования товаров (работ, услуг).
- 6) срок службы или срок годности товаров (работ), определенный в соответствии с Законом "О защите прав потребителей"
- 7) адрес (место нахождения), фирменное наименование (наименование) изготовителя (исполнителя, продавца), уполномоченной организации или уполномоченного индивидуального предпринимателя, импортера).
- 8) информация об обязательном подтверждении соответствия товаров (работ, услуг) определенным требованиям.
- 9) информация о правилах продажи товаров (выполнения работ, оказания услуг).
- 10) указание на конкретное лицо, которое будет выполнять работу (оказывать услугу), и информацию о нем, если это имеет значение, исходя из характера работы (услуги).
- 11) указание на использование фонограмм при оказании развлекательных услуг исполнителями музыкальных произведений.
- 12) указание на то, что приобретаемый потребителем товар был в употреблении или в нем устранялся недостаток (недостатки).

На основании полученной информации от своих контрагентов потребитель реализует дальнейшее свое право на самостоятельный выбор товаров, работ или услуг.

Важно отметить, что в случае нарушения права потребителя на информацию он имеет право на защиту, установленное ст. 12 Закона "О защите прав потребителей", которая закрепила ответственность изготовителя (исполнителя, продавца) за ненадлежащую информацию о товаре (работе, услуге)

Информация о реализуемых товарах (работах и услугах) доводится до сведения потребителей в технической документации, прилагаемой к товарам (работам, услугам), на этикетках, маркировкой или иным способом, принятым для отдельных видов товаров (работ, услуг).

Одним из важных способов доведения информации до потребителя в настоящее время является передача ее через средства массовой информации. Здесь в первую очередь следует выделить рекламу товаров, работ и услуг.

Реклама определяется как информация, распространенная любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресованная неопределенному кругу лиц и направленная на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке.