

Яшина Алина Сергеевна

студентка

ФГБОУ ВПО «Санкт-Петербургский государственный
экономический университет»

г. Санкт-Петербург

ПОТРЕБИТЕЛЬСКИЙ ЭКСТРЕМИЗМ И СПОСОБЫ БОРЬБЫ С НИМ

***Аннотация:** в данной статье автором рассматривается проблема потребительского экстремизма, его проявления и способы борьбы с ним. Исследователем выделяются две категории экстремистов. Материалы данной статьи могут быть полезны специалистам в области экономики.*

***Ключевые слова:** потребительский экстремизм, потребители-экстремисты, нарушение прав потребителей, защита прав производителей.*

В последнее время резко возросло число граждан, использующих положения закона «О защите прав потребителей» не для защиты своих прав, а для укрепления своего материального положения за счет предпринимателей. Такое злоупотребление законом получило название «потребительский экстремизм».

Иначе говоря, потребительским экстремизмом называют поведение недобросовестного потребителя, целью которого является получение определенной прибыли и дохода посредством манипулирования юридическими нормами в корыстных целях. Юристы отмечают, что главная цель таких покупателей – именно обогатиться за счёт предпринимателей, а не восстановить нарушенные права, ведь большая часть таких споров разрешается путем подписания мирных соглашений, в которых потребителю предоставляется компенсация в виде незначительной суммы.

Широко известным примером такой деятельности становится так называемое «Кофейное дело McDonald's»- судебное дело Стеллы Либек против одного из американских ресторанов (1992 г.). Пожилая американка заказала чашку кофе в окне Мак-авто. Зажав кофейную чашку между коленями и потянув на себя

крышку, женщина пролила кофе и получила ожоги. Она была доставлена в больницу, где была проведена операция и дальнейшее лечение. Первоначально компания отказалась оплатить проведенные медицинские операции, но в итоге судебного иска, все-таки выплатила женщине компенсацию, которая составила 640 тысяч долларов. С тех пор на стаканчиках этого ресторана появилась надпись: «Осторожно: горячо!».

Экстремистов условно можно разделить на две категории. В первую входят граждане, которые рассматривают покупательский экстремизм как получение дохода. Ко второй относятся потребители с низкой правовой грамотностью, которые не знают законов, но уверены, что покупатель всегда прав.

Законодательство по защите прав потребителей, к сожалению, допускает возможности злоупотребления правами. Право потребителя на информацию, право возврата товара ненадлежащего качества, право на компенсацию морального вреда дают возможность потребителям-экстремистам производить неправомерный возврат товара и денег. Кроме того, «потребительский экстремизм» не нуждается в профессиональных навыках и каком-либо значительном капитале. А предприниматели, нежелающие придавать публичной огласке нарушения, откупаются от нечестных покупателей, тем самым поддерживая данную деятельность.

Важно противодействовать таким потребителям. Для этого нужно отказаться в уступках их действиям. Объект нападения не должен откупаться от атак нечестных потребителей и поощрять их деятельность, обеспечивая получение ими дохода. Кроме этого, для предпринимателя важно привлечь к рассмотрению данного дела специалистов. Учитывая, что защита прав потребителей не требует глубоких профессиональных знаний и навыков лица, осуществляющего экстремистскую деятельность, важно, чтобы защитой прав предпринимателя занимался высококвалифицированный юрист. Профессиональное ведение подобных дел в суде сможет свести к минимуму предъявленные требования благодаря представлению контрдоказательств и разъяснений.

Кроме того, с 1 сентября 2013 вступили в силу поправки в Гражданский Кодекс Российской Федерации, которые также направлены на помощь российским предпринимателям в борьбе с потребителями-экстремистами. Речь идёт об изменениях статьи 1 ГК РФ, в которых был установлен принцип добросовестности среди основных начал гражданского законодательства. Теперь в статье сказано: «Участники гражданских правоотношений должны действовать добросовестно при установлении, осуществлении и защите гражданских прав и исполнении гражданских обязанностей». То есть потребитель-экстремист специально создает условия для того, чтобы его права, предусмотренные законом, были нарушены. А подобное поведение трактуется в гражданском законодательстве как злоупотреблением правом, что законом строжайше запрещено.

Потребительский экстремизм, как способ «отжима» денег у предпринимателей для России пока что явление зарождающееся. Тем не менее, с каждым годом в нашей стране от подобного рода действий страдает все больше производителей и не только. Порой страдают и добросовестные покупатели, действительно нуждающиеся в защите, так как в каждом, кто отстаивает свои потребительские права, предприниматели видят экстремистов. Поэтому важно наказывать потребителей-шантажистов по всей строгости закона.

Список литературы

1. О защите прав потребителей: Закон РФ от 07.02.1992 №2300–1 (ред. от 13.07.2015)
2. Как защититься от потребительского экстремизма [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://delo-press.ru/articles.php?n=11347.html>
3. Потребительский экстремизм: природа, формы проявления и меры противодействия [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://bmpravo.ru/show_stat.php?stat=197
4. Потребительский экстремизм: как защита прав клиента переходит в нападение? [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.1tv.ru/news/social/245409.html>