**Потребительский экстремизм. Как с ним бороться?**

**Потребительский экстремизм** – намеренное злоупотребление своими правами и свободами для достижения личной выгоды.

В юридической и справочной литературе термин «потребительский экстремизм» отсутствует. В то же время, это существенная проблема сегодняшнего дня, которая только набирает обороты в сфере потребительских отношений. Имея и четко зная все свои права, потребители искусственно создают конфликтную ситуацию, буквально зарабатывая деньги на продавце (изготовителе, исполнителе).

**Причины потребительского экстремизма:**

**Злоупотребление правом со стороны потребителя**. Закон РФ от 07.02.1992 №2300-1 «О защите прав потребителей» и принятые в соответствии с ним нормативные акты предоставляют потребителям значительный объём преференций (прав), которыми любят пользоваться недобросовестные потребители. Положения закона направлены в основном на регулирование прав потребителей и обязанностей продавцов (изготовителей, исполнителей).

**Дистанционная продажа товаров.** Несмотря на наличие четких систем автоматизированного отслеживания посылок клиент может заявить, что, возможно, произошла системная ошибка, и товар он не получал. Особенно «талантливые» потребители могут создать несуществующие дефекты на фотографии товара посредством графических программ так реалистично, что даже опытный специалист не заметит подвоха.

**Незнание закона продавцом.** Потребители изучают свои права тщательнейшим образом. В то же время продавцы и изготовители часто бывают не готовы к атаке либо вовсе не замечают, что против них «готовится диверсия». Ведь манипулировать можно не только возвратами денежных средств, но и, к примеру, связанными со сроками разрешения конфликтов или возмещением морального ущерба по той или иной причине. Потребитель может сымитировать вред имуществу или своему здоровью, нанесенный именно этим приобретенным продуктом (например, запах духов вызвал астму).

**Отсутствие подробного договора**. Отсутствие исчерпывающей информации на этикетке товара, предостережений, противопоказаний, не приложенные сопроводительные документы, гарантийные талоны, размытый, плохо составленный договор – все это открывает прямой путь к потребительскому экстремизму.

**Попытка продавца решить конфликт «тихо-мирно».** Попытка решить проблему с клиентом на месте может обернуться ростом проблем. К сожалению, никто не может дать гарантии порядочности клиента. Он же, во-первых, может таким образом сыграть на ситуации, потребовав возмещение ущерба гораздо больше, чем мог бы определить суд. Кроме того, потребитель может сделать вид, что никакого разрешения конфликта не было вовсе и все-таки обратиться в суд.

**Как обезопасить продавца от потребительского экстремизма?**

**Никаких соглашений на словах!**

Если продавец продает потребителю товар с незначительным браком со скидкой необходимо задокументировать дефект актом приема-передачи с подписями обеих сторон. Если продавец решил какой-либо конфликт внутренней компенсацией необходимо попросить клиента написать расписку о том, какая сумма и на каком основании получена потребителем.

**Помните!**

***Не должно быть никаких соглашений и договоренностей с потребителем в устной форме!***

**Тщательно составляйте договор**

Для составления договора воспользуйтесь юридической помощью. Договор обязан содержать как действующие нормы законодательства, так и все индивидуальные условия работы с потребителем. Помните, что важно не только защищать права потребителя, но также и свои собственные. Все условия и сроки возвратов, обращений с претензиями, факта приема и передачи товара, условия эксплуатации – все это и любые иные детали должно быть четко прописано в договоре.

**Установите систему слежения**

Особенно данный момент актуален в публичных заведениях – кафе, ресторанах, магазинах и т. д. Камеры видеонаблюдения являются отличным помощником в случае конфликтных ситуаций. Продавец всегда сможет обратиться к записям и проверить, действительно ли все было именно так, как описал потребитель. Не стоить игнорировать и системы звукозаписи.

**Не игнорируйте суды**

Если все-таки ситуация дошла до суда – обязательно отправляйтесь на заседание, собрав всю возможную доказательную базу. Нередки случаи, когда продавец не приходит на суд, тем самым давая потребителю возможность представлять факты так, как выгодно ему. Вполне возможно, что размеры неустоек и выплаченных ущербов будут существенно меньше, если продавец примет участие в ходе судебного заседания.

**Изучайте законодательство**

Продавец (изготовитель, исполнитель) обязаны четко знать свои права и не бояться их отстаивать. Продавец не обязан решать конфликтные ситуации «здесь и сейчас», обратившись к нормативным срокам рассмотрения претензий. Продавец не обязан «верить на слово» покупателю, если тот не способен предоставить чек. В этом случае потребители могут сослаться п. 5 ст.18 Закона РФ «О защите прав потребителей» который говорит, что «отсутствие у потребителя кассового или товарного чека либо иного документа, удостоверяющих факт и условия покупки товара, не является основанием для отказа в удовлетворении его требований». Тем не менее, продавец вправе потребовать иных подтверждений факта совершения покупки.

**Не поддавайтесь на моральное давление**

Кроме того, что потребители наизусть заучивают свои права, они также нередко прибегают к моральному давлению. Громкие крики, истерики, имитации обмороков, проявление злости, агрессии, раздраженности или даже слез – все это направлено на то, чтобы добиться желаемого результата. Продавец должен в любой ситуации сохранять адекватность и хладнокровность и ни в коем случае не отвечать потребителю теми же эмоциями. Помните, что чаще всего именно такие люди выходят победителями из ситуаций, в которых они, возможно, даже не правы.

**Ответственность потребителей-экстремистов**

Закон не предусматривает никакой ответственности за непомерные требования клиента. Не подразумевает наказание для потребителя, который «выдумал» конфликт. В лучшем случае его иск не удовлетворят. И все. Однако изготовитель в качестве ответчика может рассчитывать на некоторые компенсации.

Проиграв судебный процесс, потребитель должен будет **возместить убытки** (например, связанные с проведением экспертизы). Механизм распределения судебных издержек (ст. 98 ГПК РФ) предусматривает их пропорциональное возмещение сторонам в зависимости от размера удовлетворенных требований. Но судья примет такое решение, только если от ответчика поступит ходатайство о компенсации расходов.

Закон также предусматривает **взыскание компенсации за потерянное время** (ст. 99 ГПК РФ), если им был инициирован неосновательный спор или по его вине рассмотрение дела неоднократно откладывалось. Для разрешения этого вопроса также необходимо заявить соответствующее ходатайство и представить расчет суммы компенсации.

**Помните!**

**Если потребитель оскорбляет продавца, то продавец имеет право на защиту деловой репутации и может потребовать возмещение морального ущерба.**

**Защита деловой репутации** (ст. 152 ГК РФ). Если лицо распространило о компании недостоверные сведения, порочащие ее деловую репутацию (в том числе путем публикации в сети Интернет или просто сообщив их третьему лицу), оно обязано опровергнуть такие сведения и выплатить компенсацию, назначаемую решением суда.