

ПОТРЕБИТЕЛЬСКИЙ ЭКСТРЕМИЗМ И МЕТОДЫ БОРЬБЫ С НИМ

Потребительский экстремизм как явление впервые возникло в США. Сущность потребительского экстремизма состоит в недобросовестном поведении потребителей, которые манипулируют правовыми нормами с целью получения выгоды или дохода, а не защиты нарушенных прав и интересов, в связи с чем причиняют вред продавцу [1, с. 21]. На сегодняшний день отечественное законодательство имеет правовые инструменты для защиты прав потребителей, основным из них является Закон Республики Беларусь от 9 января 2002 г. № 90-З «О защите прав потребителей» (с изменениями и дополнениями от 11.01.2022 г.) Тот факт, что данный термин не закреплен в законодательной базе Республики Беларусь, отрицательно сказывается на регламентации отношений между потребителем и продавцом: «защита права потребителя, в то же время Закон создает правовую основу для развития потребительского экстремизма» [2, с. 177].

Прежде чем разрабатывать методы борьбы с потребителями-экстремистами, надо уметь их распознавать:

- использует Закон «О защите прав потребителей» не в целях защиты, а для извлечения материальной выгоды;

- не идет на контакт и диалог, создает открытый конфликт.

Торговым организациям следует выделить основные способы противодействия потребительскому экстремизму [2, с. 28]:

1. Необходимо тщательно изучить Закон «О защите прав потребителей», а также разъяснить его сотрудникам организации. На основании данного Закона можно составить памятку для продавцов, в которой будут описаны возможные трудные ситуации и, соответственно, возможные пути их решения.

2. Тщательно проработать положения договора, а также локальных документов, которыми оформляются отношения между потребителем и организацией.

3. Избегать различного рода устных договоренностей с потребителем, фиксировать все операции и взаимодействия актами и иными документами, осуществлять записи телефонных разговоров и т.п.

4. Проверять товар до передачи его покупателю. При необходимости можно нанести на товар скрытую маркировку, которая позволит установить, действительно ли этот товар был приобретен у вас.

5. Проверять, является ли клиент потребителем с точки зрения законодательства. Ведь если товар был приобретен не для личного/ семейного/домашнего пользования, а в целях предпринимательской деятельности, то клиент не является потребителем с точки зрения За-

кона «О защите прав потребителей» и не имеет права ссылаться на него при обосновании своей претензии.

Проблема потребительского экстремизма весьма актуальна ввиду того, что прецеденты злоупотребления правом со стороны потребителей с целью получения личной выгоды встречаются в практике торговых организаций довольно часто. В этой связи, с одной стороны, возникает необходимость совершенствования законодательства Республики Беларусь с сфере защиты прав потребителей, а с другой стороны, — на локальном уровне разработки торговыми организациями мер по предупреждению недобросовестного поведения потребителей.

Источники

1. *Нилов, И. Л.* Возникновение потребительского экстремизма / И. Л. Нилов // Евраз. адвокатура. — 2018. — № 5(36). — С. 21–25.
2. *Голанова, Ю. А.* Потребительский экстремизм как угроза для предпринимателей / Ю. А. Голанова // Вопр. рос. юстиции. — 2021. — № 16. — С. 175–183.
3. *Милованова, П. С.* Потребительский экстремизм / П. С. Милованова // Молодой ученый. — 2018. — № 46.1 (232). — С. 27–29.