

Наталья Водолагина и Мария Ивановская

Как производителю вычислить потребителя- экстремиста

Право Инструкции РБК

В последнее время покупатели нередко используют закон «О защите прав потребителей» в корыстных целях. Применяя разные уловки, они взыскивают с бизнеса миллионные штрафы и неустойки.

Расскажем, как определить потребителя-экстремиста

В последнее время СМИ все чаще используют понятие «потребительский экстремизм». С этим явлением сталкиваются многие компании, торгующие потребительскими товарами или оказывающие услуги. Бизнес несет миллионные потери. Почему такое происходит? Дело в том, что действующий закон «О защите прав потребителей» служит отличным инструментом для получения недобросовестными покупателями денег с компании-ответчика. По закону если покупатель остался недоволен качеством товара или услуги, то он подает производителю претензию. Если производитель не удовлетворяет требования, указанные в ней, покупатель может пойти в суд. В случае поражения в суде производитель обязан будет вернуть покупателю деньги за товар, выплатить пеню в размере 1% от

стоимости товара за каждый день просрочки добровольного исполнения его требований, а также 50% штрафа от присуждаемой судом суммы. Кроме того, производитель обязан будет оплатить все судебные издержки, такие как оплата экспертизы, расходы потребителя на юристов, госпошлину и другие.

Продуктовый магазин у дома, крупный сетевой супермаркет, автодилер, банк, производитель или импортер товара — сегодня никто не застрахован от необоснованных претензий.

География распространения

На карте России есть несколько горячих точек, лидирующих по количеству подобных исков. Среди них — Краснодарский край, Самарская область, Саратовская область, Республика Татарстан, Белгородская область: в этих регионах производители и импортеры сталкиваются с недобросовестными потребителями в десятки раз чаще, чем в других, даже более населенных регионах.

Например, в Краснодарском крае количество исков в два раза больше, чем в Москве, в Казани — в семь раз, а в Тольятти — в 59 раз! Статистика взята с официальных сайтов судов общей юрисдикции по искам к крупным производителям бытовой техники и электроники. При этом численность населения в приведенных регионах существенно ниже, чем в Москве. Такое очаговое распространение объясняется двумя факторами.

Во-первых, хотя правовая грамотность населения России и невысока, в указанных регионах успешно действуют юристы и целые организации по защите прав потребителей. Используя действующее законодательство, они получают огромную выгоду от судебных споров с продавцами или производителями товаров.

Во-вторых, при рассмотрении потребительского спора суды считают покупателей слабой стороной, поэтому даже в случае их очевидной недобросовестности чаще всего удовлетворяют их иски.

То, что потребитель, написавший претензию или обратившийся в суд, заинтересован не в защите своих прав, а в получении финансовой выгоды, можно понять по следующим шести признакам.

Признак № 1. Потребитель сразу направляет претензию производителю или импортеру товара, вместо того чтобы сначала обратиться к продавцу

Недобросовестные покупатели вместо обращения в магазин поблизости от дома, где приобрели товар, направляют свои претензии в другой город. Обычно штаб-квартиры производителей находятся в Москве. Покупатель, действующий подобным образом, заинтересован не в самом товаре, а в том, чтобы развязать судебный процесс. Зачастую на таких претензиях указан некорректный обратный адрес и нет контактной информации. В результате производители не могут своевременно отреагировать на требования покупателей и разрешить возникший спор на досудебной стадии.

По закону потребитель может подать иск по месту жительства, а у производителя не всегда есть возможность направить своего юриста в суд в отдаленный регион. Почему? В этом случае придется оплатить ему внушительные командировочные. Дело рассматривается на нескольких судебных заседаниях, и на каждом из них юрист должен присутствовать. Кроме того, уведомления о судебных заседаниях иногда приходят с

опозданием. Нередки случаи, когда суд вообще не направляет повестку ответчику, поэтому юрист не присутствует на рассмотрении дела. Получается, что производитель зачастую не может участвовать в судебном заседании и озвучить свою позицию. Этим успешно пользуются недобросовестные покупатели.

О. купила, по ее словам, некачественный телевизор в Екатеринбурге более чем за 700 тыс. руб., после чего направила претензию производителю в Москву, а иск подала по месту регистрации в поселке Тазовский Ямало-Ненецкого автономного округа. Очевидно, что для ответчика затруднительно направить своего представителя из Москвы в столь отдаленный регион.

Признак № 2. Покупатель указывает в претензии недостоверные или неполные данные

Потребитель, желающий получить с производителя или импортера товара максимальную сумму, заинтересован в том, чтобы тот не исполнил его требование (претензию) добровольно в установленные законом сроки. А сроки очень жесткие. Например, закон «О защите прав потребителей» дает только десять дней (со дня предъявления требования) на:

- соразмерное уменьшение покупной цены товара;
- возмещение расходов на исправление недостатков товара потребителем или третьим лицом;
- возврат уплаченной за товар денежной суммы;

- возмещение убытков, причиненных потребителю из-за продажи некачественного товара и т.д.

При этом срок устранения недостатка не может превышать 45 дней (по письменному соглашению сторон), а срок для замены товара составляет всего неделю с момента предъявления требования.

Чтобы производителю было сложнее решить возникший спор на досудебной стадии, потребители действуют следующим образом:

- направляют претензии с требованиями о перечислении денежных средств без указания банковских реквизитов;
- направляют претензии без приложения документов, подтверждающих приобретение товара;
- указывают в претензии неверный адрес или номер телефона, чтобы с ними невозможно было связаться.

Признак № 3. Претензия направляется в 15-дневный срок после покупки товара

Потребители направляют большинство претензий о возврате стоимости товара в 15-дневный срок со дня его покупки. По закону производитель обязан устранить любой недостаток товара, обнаруженный в этот временной срок.

В 2018–2019 годах несколько жителей города Энгельс купили телевизоры одного и того же бренда стоимостью от 30 тыс. до 250 тыс. руб., после чего обнаружили одинаковый брак: в течение 15 дней с момента покупки у них перестал работать Wi-Fi.

Производителю поступило сразу несколько претензий. Все они

были оформлены одинаково и направлены от одного и того же лица. Почти во всех случаях суд принял сторону покупателей, так как судебная экспертиза не нашла следов вскрытия товара и не признала поломку Wi-Fi эксплуатационным дефектом.

Производителю пришлось вернуть покупателям деньги за товары, а также уплатить пеню и все понесенные расходы (судебные экспертизы и госпошлину). Итоговая сумма по иску составила около трех стоимостей каждого товара. Кроме того, у истцов остались спорные телевизоры.

Признак № 4. Покупатель затягивает судебное дело, чтобы увеличить неустойку и штраф

На судебной стадии потребители стараются максимально затянуть судебное разбирательство, чтобы увеличить период начисления пени, ее финальную сумму и штраф.

Что это означает на практике? Потребитель не совершает действий, необходимых для исполнения производителем решения суда: не получает исполнительный лист, не направляет его судебным приставам и прочее. Это увеличивает срок начисления пени, а значит, и ее общий размер.

В 2018 году А.Н. из города Новокубанска подал иск о возврате денежных средств за некачественный телевизор стоимостью 230,7 тыс. руб. Он потребовал 801,6 тыс. руб. Суд первой инстанции взыскал с производителя 697,3 тыс. руб., а также пеню 2,3 тыс. руб. за каждый день после вынесения решения. Суд вынес решение 3 апреля 2018 года. Однако потребитель подал исполнительный лист в банк производителя только спустя полтора года — 14 октября 2019 года. Со счета производителя списали неустойку в размере

1,29 млн руб.

Потребитель специально тянул с подачей в банк ответчика исполнительного листа, ведь каждый день сумма выплаты увеличивалась на 2,3 тыс. руб.! Так недобросовестные потребители получают деньги буквально из воздуха.

Признак № 5. Взыскание неустойки дробится на несколько периодов

Недобросовестные покупатели часто прибегают к дроблению периодов взыскания неустойки. Схема такая: в исковом заявлении потребитель просит суд взыскать неустойку, рассчитанную на конкретную дату. После удовлетворения требований он обращается с новым иском и требует взыскать неустойку за последующий период. Это позволяет потребителю в каждом судебном процессе добиваться получения неустойки, штрафа в размере 50% от неустойки и оплаты судебных расходов на услуги представителя.

В 2016 году С. из Владивостока направил претензию производителю некачественного, по его словам, кондиционера стоимостью 32,7 тыс. руб. Покупатель потребовал от производителя отремонтировать этот кондиционер (устройство слишком громко работало) и на время ремонта предоставить другой. При этом, вместо того чтобы обратиться в сервисный центр, с которым у него было соглашение о сервисном обслуживании, он сразу написал претензию в Москву. Не получив ответа в установленный законом десятидневный срок, С. начал подавать иски о взыскании неустойки за нарушение сроков удовлетворения его требований, дробя периоды взыскания

неустойки. В настоящий момент он подал уже пятое исковое заявление и получил почти 180 тыс. руб. Это в шесть раз превышает цену товара.

Признак № 6. Покупатель подает одинаковые иски к продавцу, производителю или импортеру

Потребитель подает иск о взыскании стоимости товара сначала к продавцу, а потом еще к изготовителю или импортеру.

В 2017 году потребитель М. из Самары, отсудив у продавца стоимость телевизора в 60,1 тыс. руб., подал иск к производителю. Юристы производителя проанализировали судебные дела, в которых потребитель выступал истцом, и обнаружили, что иск потребителя к продавцу спорного товара уже удовлетворен. Юристы предоставили эту информацию судье. В иске недобросовестному потребителю отказали.

Анализ подобных ситуаций показывает, что массовые требования потребителей о возврате стоимости товара и выплате неустоек — это нередко схема заработка, основанная на незаконном взыскании с продавцов, производителей или импортеров многократной стоимости продукции.

Логика недобросовестных потребителей проста: если в процессе не участвуют юристы компании-ответчика, то в случае удовлетворения судом требований можно получить в среднем трехкратный размер стоимости товара (а можно и больше).

Об авторах



Наталья Водолагина, партнер юридической фирмы «Вестсайд»



Мария Ивановская, юрист юридической фирмы «Вестсайд»