

АЛИНА ЧИМБИРЕВА
– РУКОВОДИТЕЛЬ
ЮРИДИЧЕСКОЙ КОМПАНИИ
MELEGAL, ЮРИСТ В
СФЕРЕ СОПРОВОЖДЕНИЯ
МЕДИЦИНСКИХ
ОРГАНИЗАЦИЙ И САЛОНОВ
КРАСОТЫ.

ПОТРЕБИТЕЛЬСКИЙ ЭКСТРЕМИЗМ: ФОРМЫ ЯВЛЕНИЯ И ИНСТРУМЕНТЫ ЗАЩИТЫ

АЛИНА ЧИМБИРЕВА

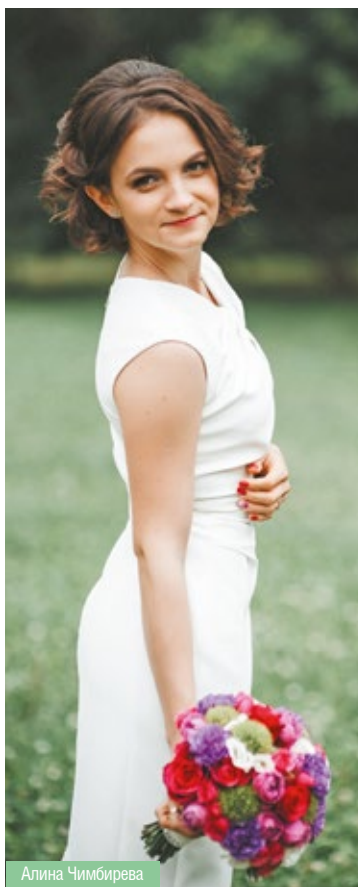
Такой термин, как «потребительский экстремизм», не нашел отражения в действующем российском законодательстве, тем не менее обозначаемое им явление встречается в практике все чаще и чаще.

ЧТО ПОНИМАЕТСЯ ПОД «ПОТРЕБИТЕЛЬСКИМ ЭКСТРЕМИЗМОМ»?

Изначальное неравенство сторон – предпринимателя и потребителя – заставляет государство искать баланс интересов путем закрепления прав потребителей на уровне закона. Закон РФ от 07.02.1992 № 2300-1 «О защите прав потребителей» (далее – Закон о защите прав потребителей), рассчитанный на защиту добросовестных потребителей и предоставивший им широкий круг прав, одновременно создал почву для злоупотреблений. В целом потребительский экстремизм представляет собой недобросовестное поведение потребителей (объединений потребителей), направленное на неправомерное получение материальных благ от предпринимателя, основанное на злоупотреблении инициативными правами, предоставленными потребителю специальным законодательством.

ИНДИВИДУАЛЬНЫЙ И КОЛЛЕКТИВНЫЙ ПОТРЕБИТЕЛЬСКИЙ ЭКСТРЕМИЗМ

Действующий субъект (актор) может быть как индивидуальным, так и коллективным, соответственно, по данному критерию потребительский экстремизм делится на два вида:



Алина Чимбирева

- 1) злоупотребление правом со стороны потребителя;
- 2) недобросовестное поведение общественных организаций потребителей.

МОТИВЫ

В первом случае основным мотивом может являться как желание получить услугу бесплатно (а в некоторых случаях – и с дополнительной компенсацией после ее оказания), так и желание доставить предпринимателю неудобства, создать ему препятствия в осуществлении профессиональной

деятельности (психологические мотивы).

В случае объединений потребителей мотив чаще всего представляет собой материальную заинтересованность в неправомерном получении денежных средств, включающих в себя стоимость услуги, расходы на представителя, штраф за неисполнение требований потребителя в добровольном порядке, моральный вред, размер которого зачастую несоизмерим стоимости услуги и обстоятельствам ее оказания.

ФОРМЫ ЗЛУПОТРЕБЛЕНИЯ ПРАВОМ СО СТОРОНЫ ПОТРЕБИТЕЛЯ

Злоупотребление правом со стороны потребителя выражается чаще всего в следующих формах:

- отказ потребителя от оплаты услуги непосредственно после ее получения, несмотря на отсутствие дефектов качества при ее оказании;
 - угроза обращения в правоохранительные органы, иные государственные органы;
 - угроза инициирования в отношении предпринимателя проверок государственных служб (чаще всего – Роспотребнадзора, Росздравнадзора);
 - получение услуги и последующее направление требования о возврате денежных средств, компенсации морального вреда и пр.
- Это не исчерпывающий список – формы потребительского экстремизма могут встречаться в различных комбинациях.

ПОТРЕБИТЕЛЬСКИЙ ЭКСТРЕМИЗМ НА ПРИМЕРЕ ПЕРМАНЕНТНОГО МАКИЯЖА

Сразу отметим, что нередки случаи, когда довольный клиент всячески благодарит мастера, а спустя какое-то время (в некоторых случаях – по истечении года и более) мастер получает претензию, в которой, основываясь на общих нормах Гражданского кодекса РФ (далее – ГК РФ) о нарушении договорных обязательств, гражданин требует возврата денежных средств, компенсации морального вреда, процентов по ст. 395 ГК РФ, возмещения затрат на услуги юриста, составившего претензию, и т.д. Причем моральный вред, для большей эффективности претензии, может быть оценен, например, в 100 тысяч рублей, с угрозой предъявления в суде требования уже, например, в 200 тысяч рублей. Это направлено на побуждение мастера, у которого, согласно претензии, нет шансов уйти от ответственности, предпринять меры по добровольному досудебному урегулированию спора с возможностью сэкономить 100 тысяч рублей.

СТАНДАРТНАЯ ПРЕТЕНЗИЯ ОТ ПОТРЕБИТЕЛЯ

Потребитель импульсивно или по совету третьих лиц обращается в юридическую консультацию. Существуют сотни юридических консультаций, работающих с физическими лицами-потребителями. Часто они даже берут созвучные наименования. За определенную плату шаблонная претензия адаптируется под клиента и направляется мастеру. Чаще всего такие претензии не содержат указаний на конкретные недостатки качества или нарушения прав потребителя, ограничиваясь при этом фразами о некачественном оказании услуги, нарушении договорных обязательств, нарушении прав потребителя.

Вызвано это тем, что для различных услуг критерии качества различаются. Напри-

мер, качество медицинских услуг оценивается по императивно установленным критериям (приказ Минздрава РФ от 10.05.2017 № 203н), качество бытовых косметических услуг – по обычным в практике критериям, но для перманентного макияжа могут быть использованы, например, критерии ГОСТ Р 55700-2013. Изучение и применение данных актов находится, как правило, за пределами стандартной практики консультаций, защищающих интересы потребителей.

Просительная часть претензии при этом, как правило, весьма внушительна. А неудовлетворение ее в добровольном порядке грозит мастеру судебным процессом. Одним из моих любимых примеров таких претензий является документ, к которому клиентка приложила чеки с требованием об оплате мастером процедур по лазерной шлифовке лица, которые она была вынуждена осуществить в виду некачественно оказанных услуг по перманентному макияжу.

КАК ПОСТУПИТЬ МАСТЕРУ?

Дальнейший порядок действий актуален, если мастером действительно не было допущено нарушений при оказании услуг, качество услуг – надлежащее.

Если при объективном рассмотрении вопроса у самого мастера есть сомнения в том, насколько качественно была оказана услуга, рекомендуем урегулировать спор в досудебном порядке. Если перманентный макияж выполнен безукоризненно, а потребитель явно злоупотребляет своими правами (в некоторых случаях – открыто шантажирует), идти на поводу не стоит. В противном случае такие клиенты станут в вашей студии постоянными гостями.

КАК МАСТЕРУ ПЕРМАНЕНТНОГО МАКИЯЖА ЗАЩИТИТЬ СЕБЯ ОТ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО ЭКСТРЕМИЗМА?

1. Соблюдать при оказании услуги все требования действующего законодательства.

Не только законодательства о защите прав потребителей, но и налогового законодательства, законодательства, регулирующего порядок оказания гражданам бытовых косметических услуг (медицинских услуг)¹, иных релевантных нормативно-правовых актов.

2. Надлежащим образом оформлять отношения с клиентом.

Результат оказания услуг по перманентному макияжу во многом зависит от индивидуальных особенностей организма клиента. С учетом сказанного, особое значение приобретает закрепление в договоре с клиентом критериев качества, по которым будет оцениваться результат.

Также у услуг по перманентному макияжу имеется ряд абсолютных и относительных противопоказаний, в связи с чем оформление информированного согласия с клиентом, в котором будет указан список противопоказаний, а также возможных неблагоприятных последствий, действий по уходу за кожей зоны перманентного макияжа и иных условий, представляется необходимым.

Разрешить спор с потребителем в случае несоответствия заявленной формы получившейся может предварительное составление эскиза будущего перманентного макияжа. Доказать факт оказания услуг в полном объеме в случае отсутствия видимого результата процедуры по перманентному макияжу может подписанный сторонами акт оказанных услуг.

Потенциал индивидуально составленной под конкретного мастера документации велик. Надлежащее оформление документации с клиентом – ключевой инструмент защиты мастера перманентного макияжа от неправомερных требований потребителя.

3. В ситуации злоупотребления со стороны потребителя обратиться за помощью к квалифицированному юристу. Особенно это актуально для случаев получения письменной претензии. Получение вместо ожидаемой

суммы денежных средств юридически грамотного ответа на претензию в большинстве случаев лишает потребителя излишне оптимистичных взглядов на перспективы судебного спора и желания продолжать настаивать на удовлетворении своих неправомерных требований.

ПРОВЕРКИ ОБЩЕСТВЕННЫХ ОБЪЕДИНЕНИЙ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ

Недобросовестное поведение общественных организаций потребителей чаще всего выражается в проведении в отношении предпринимателя проверки. Как осуществляется проверка? Представитель общественной организации приходит в вашу организацию и, ссылаясь на наличие оснований для привлечения к административной ответственности либо на наличие фактов нарушения прав потребителей, которые могут служить основанием для предъявления имущественных и неимущественных требований в судебном порядке, предлагает руководителю (администратору) заплатить представителю за то, что он не будет предпринимать дальнейших действий в направлении привлечения предпринимателя к ответственности.

Вариаций у этого сценария – масса: представитель может иметь удостоверение, может пытаться заполнить при вас бланки проверки и предложить вам их подписать, также его поведение может быть наглым, агрессивным, угрожающим (такие «проверки» – источник дохода для указанных лиц), он может требовать предоставления медицинских книжек или трудовых договоров и пр.

КАК ЗАЩИТИТЬ СЕБЯ?

1. Сохраняйте спокойствие. Ввиду неожиданности появления и уверенной (ультимативной) манеры вести диалог с предпринимателем это не так просто, как кажется.
2. Убедитесь, что перед вами не сотрудник государственной надзорной службы.

К сожалению, бывают случаи, когда участие в «проверке» принимает даже не представитель реально существующей общественной организации, а преступник, выдающий себя за сотрудника Роспотребнадзора, Росздравнадзора и требующий деньги на месте. Внимательно ознакомьтесь с удостоверением лица, в случае сомнений обязательно позвоните в проверяющее ведомство и уточните, есть ли у них такой сотрудник и уполномочен ли он на проведение проверки в настоящий момент; если да, то по какому основанию. Роспотребнадзор и Росздравнадзор регулярно публикуют на официальных сайтах информацию о мошенничестве, осуществляемом в вышеописанной форме.

3. Знайте объем прав потребительской организации. Права и обязанности общественных объединений потребителей установлены ст. 45 Закона о защите прав потребителей. Указанные организации имеют право проверять только соблюдение предпринимателем непосредственно Закона о защите прав потребителей. Разъясняется указанная норма в письме Роспотребнадзора от 29.06.2005 № 0100/4938-05-32, а также в письме от 15.10.2010 № 01/14810-0-32. Помимо непосредственного разъяснения прав объединений потребителей интересным представляется тот факт, что в указанных письмах государственный орган признает, что действия таких «проверяющих» дискредитируют потребительское движение в целом.

ОБЪЕДИНЕНИЯ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ НЕ ИМЕЮТ ПРАВА:

- Посещать административные помещения.
- Требовать предоставления трудовых договоров, медицинских книжек, санитарно-эпидемиологических заключений.
- Проверять соблюдение санитарных правил и норм.
- Проверять правильность

применения контрольно-кассовой техники. Следовательно, при посещении вас представителем общественной организации потребителей смело направляйте его к стенду с информацией для потребителя («уголку потребителя») и не предоставляйте никакой иной документации в ответ на неправомерные требования. Мы не рекомендуем подписывать акты о проведении в отношении вас общественной проверки и выявлении нарушений.

4. Не передавайте денежные средства представителям общественных организаций ни под какими предлогами: «оплаты услуг проверяющих», «штрафа в пользу неограниченного круга потребителей», «оплаты неразглашения данных о нарушении».

5. Если проверка принимает характер конфликта, если у вас вымогают денежные средства, вызывайте сотрудников правоохранительных органов. Перспективы потребительского экстремизма, как явления по своей природе паразитарного, зависят не от действий последователей такого образа поведения, а от реакции каждого конкретного предпринимателя на неправомерные требования, шантаж, явное злоупотребление правом. Уверенный отказ от удовлетворения неправомерных требований, знание своих прав и умение их защитить – те действия, которые вы можете предпринять в настоящем для искоренения потребительского экстремизма в будущем.

*Специально для журнала
PERMANENT Make-Up*

¹ Противоречивое нормативно-правовое регулирование не позволяет однозначно квалифицировать услуги по перманентному макияжу как медицинские или как бытовые косметические, однако этот аспект выходит за пределы настоящей статьи. Со статьей, посвященной квалификации услуг по перманентному макияжу, вы можете ознакомиться на нашем сайте: https://melegal.ru/legal_information/analytics/196.