



Научно-исследовательский журнал «Современный ученый / Modern Scientist»
<https://su-journal.ru>

2025, № 8 / 2025, Iss. 8 <https://su-journal.ru/archives/category/publications>

Научная статья / Original article

Шифр научной специальности: 5.1.3. Частно-правовые (цивилистические) науки (юридические науки)

УДК 339.17

Поребительский экстремизм

¹ Митин Ю.Д.

¹ *Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации, Уральский институт управления*

Аннотация: в данной статье рассматривается проблема потребительского экстремизма, под которым понимается злоупотребление правами потребителей для извлечения личной выгоды за счет предпринимателей. Такое поведение, хотя и находится в рамках закона, направлено на получение необоснованных преимуществ и может проявляться в различных формах, включая злоупотребление гарантиями, необоснованные претензии, судебные иски и возврат товара.

В работе приводятся конкретные примеры проявления потребительского экстремизма, такие как требование возврата или замены товара при дефектах, вызванных неправильным использованием, необоснованные претензии, использование юридических лазеек для получения компенсации, а также отказ от решения проблемы в пользу получения материальной выгоды.

Подчеркивается, что потребительский экстремизм представляет собой серьезную проблему как для предпринимателей, несущих финансовые убытки и затраты на судебные разбирательства, так и для потребителей, теряющих доверие к бизнесу. В связи с этим, мы предлагаем ряд мер по борьбе с потребительским экстремизмом, включая формирование лояльности потребителей, использование юридических механизмов защиты, мониторинг тенденций, а также информирование потребителей об их правах и обязанностях.

В статье также рассматриваются негативные последствия потребительского экстремизма, такие как финансовые потери для бизнеса, снижение репутации, потеря доверия и возникновение кризиса в отношениях между предпринимателями и потребителями. В заключение, мы предлагаем комплекс мер по противодействию этой проблеме, включающий повышение правовой грамотности потребителей, усиление государственного контроля, развитие взаимопонимания между продавцами и потребителями, а также применение санкций к лицам, злоупотребляющим своими правами.

Ключевые слова: потребительский экстремизм, предприниматель, бизнес, экстремизм, прибыль, закон

Для цитирования: Митин Ю.Д. Поребительский экстремизм // Современный ученый. 2025. № 8. С. 396 – 401.

Поступила в редакцию: 4 апреля 2025 г.; Одобрена после рецензирования: 6 июня 2025 г.; Принята к публикации: 18 июля 2025 г.

Consumer extremism

¹ Mitin Yu.D.

¹ Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration,
Ural Institute of Management

Abstract: this article examines the problem of consumer extremism, which refers to the abuse of consumer rights for personal gain at the expense of entrepreneurs. Such behavior, although within the law, is aimed at obtaining unjustified advantages and can manifest itself in various forms, including abuse of guarantees, unjustified claims, lawsuits and returns of goods.

The paper provides specific examples of consumer extremism, such as the requirement to return or replace goods in case of defects caused by improper use, unreasonable claims, the use of legal loopholes to obtain compensation, as well as the refusal to solve the problem in favor of obtaining material benefits.

It is emphasized that consumer extremism is a serious problem both for entrepreneurs who incur financial losses and expenses on litigation, and for consumers who lose confidence in business. In this regard, we propose a number of measures to combat consumer extremism, including building consumer loyalty, using legal protection mechanisms, monitoring trends, and informing consumers about their rights and responsibilities.

The article also examines the negative consequences of consumer extremism, such as financial losses for businesses, loss of reputation, loss of trust, and the emergence of a crisis in relations between entrepreneurs and consumers. In conclusion, we propose a set of measures to counter this problem, including improving consumer legal literacy, strengthening government control, developing mutual understanding between sellers and consumers, and applying sanctions to individuals who abuse their rights.

Keywords: consumer extremism, entrepreneur, business, extremism, profit, law

For citation: Mitin Yu.D. Consumer extremism. Modern Scientist. 2025. 8. P. 396 – 401.

The article was submitted: April 4, 2025; Approved after reviewing: June 6, 2025; Accepted for publication: July 18, 2025.

Введение

В условиях современного рынка взаимоотношения между потребителями и предпринимателями регулируются сложной системой законодательных норм, направленных на защиту прав обеих сторон. Однако, несмотря на это, одной из острых проблем, с которой сталкивается бизнес сегодня, является потребительский экстремизм. Данное явление представляет собой злоупотребление законными правами потребителей с целью извлечения необоснованной личной выгоды, что наносит существенный ущерб предпринимательской деятельности.

Потребительский экстремизм характеризуется действиями, которые, хотя и могут формально находиться в рамках правового поля, фактически направлены на получение преимущества за счет бизнеса, игнорируя при этом потенциальные негативные последствия для предпринимателей [1]. Проявления такого поведения многообразны и включают в себя злоупотребление гарантийными обязательствами, предъявление необоснованных претензий, инициирование безосновательных судебных исков, а также недобросовестный возврат

товаров. Целью подобных действий является не столько защита нарушенных прав, сколько получение материальной выгоды или иных преимуществ, которые, как правило, не имеют под собой законных оснований.

Настоящая статья посвящена всестороннему анализу феномена потребительского экстремизма, его ключевых признаков и форм проявления. Рассмотрены механизмы, которыми потребители-экстремисты манипулируют законодательством, используя юридические пробелы и тонкости для извлечения личной выгоды. Особое внимание уделено ущербу, который недобросовестное поведение потребителей наносит бизнесу, включая финансовые потери и репутационные риски. В работе также представлены эффективные стратегии и профилактические меры, направленные на борьбу с потребительским экстремизмом, а также обозначены рекомендации для предпринимателей по минимизации рисков и защите своих интересов. Целью исследования является не только определение сущности потребительского экстремизма, но и разработка практических подходов к его предотвращению и преодолению для обеспечения более

здорового и сбалансированного функционирования рыночных отношений.

Материалы и методы исследований

Настоящее исследование посвящено анализу феномена потребительского экстремизма, который определяется как злоупотребление правами потребителей с целью извлечения личной выгоды за счёт предпринимателей. Такое поведение, хотя и находится в рамках закона, направлено на получение необоснованных преимуществ и игнорирует негативные последствия для бизнеса.

В ходе исследования были выделены ключевые признаки потребительского экстремизма:

– Злоупотребление правом: сознательное использование норм законодательства для получения прибыли, а не для решения изначально предусмотренных проблем.

– Извлечение личной выгоды: основная цель деятельности экстремиста заключается в получении необоснованной материальной или иной личной выгоды.

– Манипулирование законами: использование юридических пробелов, неточностей или тонкостей законодательства для извлечения собственной выгоды.

– Причинение ущерба предпринимателям: недобросовестное поведение потребителя приводит к финансовым потерям и иному ущербу для бизнеса.

Для более полного раскрытия сущности потребительского экстремизма были рассмотрены следующие примеры его проявления:

– Злоупотребление гарантиями: попытки получить возврат или замену товара при дефектах, вызванных неправильным использованием или естественным износом, а не производственным браком.

– Необоснованные претензии: предъявление требований, основанных на неточности информации, недостаточном исполнении обещаний или личной неудовлетворенности.

– Использование юридических лазеек: применение формальных нарушений для получения компенсации или иной выгоды.

– Отказ от решения проблемы в пользу извлечения прибыли: нежелание потребителя идти на компромисс (например, замена товара или ремонт) в случаях, когда это не принесёт ему материальной выгоды.

Методологической основой исследования послужил анализ последствий потребительского экстремизма для различных сторон. Было выявлено, что для бизнеса это влечёт за собой судебные издержки, прямые убытки, снижение прибыли и по-

терю репутации, а в худшем случае – банкротство. Для потребителей это может привести к потере доверия к бизнесу и снижению качества обслуживания в целом из-за оборонительной позиции предпринимателей.

Результаты и обсуждения

Под потребительским экстремизмом следует понимать злоупотребление правами потребителей для извлечения личной выгоды за счёт предпринимателей. Указанное поведение, при котором потребитель будет действовать в рамках закона, но направляет действия на получение преимущества, не учитывая при этом последствия на бизнеса. Проявление же экстремизма может быть выражено в различных формах. К примеру, его проявление может отражаться при злоупотреблении гарантиями, претензиями, судебных исках и возврате товара. Экстремисты преследуют цель, которая заключается в получении какой-либо выгоды для себя, а не защиту собственных прав. Как правило, такая выгода не является обоснованной [2-4].

Таким образом, потребительский экстремизм можно представить в формате выполнения сразу нескольких аспектов, являющихся признаками экстремистской деятельности, которые рассмотрим далее.

1. В первую очередь, потребительский экстремизм связан с злоупотреблением правом, когда потребителем сознательно используются нормы законодательства для извлечения прибыли, а не для решения каких-либо проблем, в виду которых были разработаны эти проблемы.

2. Извлечение личной выгоды так же является важным признаком экстремистской деятельности. Главная цель деятельности экстремиста заключается в заработке или незаконном преимуществе личного характера.

3. Манипулирование законами, при которых потребитель пользуется различными юридическими пробелами или тонкостями для извлечения собственной выгоды.

4. Предприниматели испытывают ущерб из-за счёта недобросовестного поведения потребителя. Исходя из этого бизнесу предпринимателя может быть нанесен серьёзный финансовый ущерб.

Эти признаки представляют деятельность экстремиста как недобросовестную, направленную на извлечение собственной выгоды в виду использования законодательства в личных целях обогащения.

Для более полного раскрытия темы определения потребительского экстремизма можно выделить основные примеры такого злоупотребления. [5].

1. Злоупотребление гарантиями может быть одним из проявлений экстремистской деятельности.

Со стороны потребителя может наблюдаться желание получить возврат или замена товара, даже если дефект такого продукта не является результатом плохого качества, а возник по причине неверного использования или износа с течением времени.

2. К другому проявлению экстремизма можно отнести необоснованные претензии со стороны потребителя.

Так, претензии могут базироваться на неточности информации, недостаточном исполнении обещаний, в виду личной неудовлетворенности и по иным аспектам.

3. Применение юридических пробелов, неточностей или лазеек, когда формальные нарушения могут быть использованы в целях извлечения выгоды, как правило, посредством получения компенсации.

4. Предпочтение потребителя не в адрес решения проблемы, а на извлечение прибыли.

Так, со стороны потребителя будет наблюдатьься отказ от решения проблемы. К примеру, отказ может последовать относительно замены товара или его ремонта в случаях, когда такие манипуляции не приведут к материальной выгоде для потребителя.

Указанные примеры более наглядно представили деятельность потребителя с экстремистским поведением. Деятельность экстремистов может быть существенной проблемой как для потребителей, так и для бизнеса в целом [6]. Бизнес способен существенно испытывать на себе затраты на судебные разбирательства и убытки от деятельности экстремистов.

Потребители способны потерять доверие к бизнесу, и, как следствие, снизится качество предоставляемого сервиса.

Именно поэтому, со стороны предпринимателей должны предприниматься попытки борьбы с экстремистами, которые заключаются в следующих аспектах:

1. Формировать лояльность потребителей, тем самым обеспечивая хорошие отношения с покупателями. Помимо этого, в случаях оказания действительно качественного сервиса количество злоупотреблений со стороны экстремистов может быть существенно минимизировано или даже полностью устранено.

2. Использовать механизмы юридического характера, тем самым делать упор на законодательные нормы и практику судов при защите своих интересов.

3. Проводить мониторинг и тщательный анализ основных тенденций, проявляющихся в потребительском экстремизме. Это позволит модернизировать стратегию борьбы с экстремистской деятельностью в условиях постоянных изменений.

4. Информирование потребителей так же является одним из профилактических способов борьбы с экстремистами. Так, следует уделять внимание объяснению и информированию относительно:

- правил и основных гарантий;
- возможности и правила возврата товара;
- последствия, возможность и формат предъявления претензий и др. [7-9].

Такие беседы позволят минимизировать необоснованные требования от потребителей.

Действительно, потребительский экстремизм является глобальной проблемой, ведь такая недобросовестная деятельность способна повлечь за собой весьма серьёзные последствия, среди которых:

- финансовые потери для бизнеса, снижение прибыли и в самом плохом варианте банкротство предпринимателя;

- потеря доверия и репутации бизнеса со стороны потребителей;

- возникновение кризиса доверия, вызванного посредством повышенной защиты со стороны потребителей. Так, предприниматели будут не довольны и могут испытывать трудности, что повлечёт за собой упадок интереса к обслуживанию недобросовестных покупателей.

Можно выделить несколько механизмов, которые могут быть использованы для борьбы с потребительским экстремизмом:

- увеличение правовой грамотности потребителей;

- введение более тщательного контроля со стороны государственных органов, направленного на соблюдение прав потребителей;

- системное развитие взаимного понимания продавцов и потребителей на уровне культурных начал;

- использование различных санкций, направленных на злоупотребляющих правами потребителей лиц [10-11].

Использование указанных профилактических мер способно снизить проявление экстремистских вариаций поведения.

В виду изложенного можно выделить несколько основных рекомендаций, направленных на борьбу с экстремистской деятельностью:

- соблюдение законодательства о правах потребителей, что предоставит возможность минимизации спорных ситуаций и, как следствие, укрепит бизнес;

- введение и использование внутренних регламентов для работы с потребителями, направленных на устранение злоупотребления правами;

- применение современных технологий, направленных на борьбу с обманом со стороны потребителей. К таким технологиям можно отнести: мониторинг заказов, анализ поведения и другие технологии;

- обращение в судебные органы для защиты своих прав в случаях, когда потребитель настроен агрессивно по отношению к предпринимателю;

- информирование потребителей о правах и обязанностях для избегания вероятных споров в дальнейшем.

Выводы

Потребительский экстремизм представляет собой злоупотребление правами потребителей с целью получения личной необоснованной выгоды за счёт предпринимателей. Это явление характеризуется сознательным использованием законодательных норм для получения преимущества, а не для защиты нарушенных прав. Ключевыми признаками такого поведения являются злоупотребление правом, извлечение личной выгоды, манипулирование законами и причинение ущерба предпринимателям. Проявления потребительского экстремизма могут выражаться в необоснованных претензиях, злоупотреблении гарантиями, использовании юридических пробелов для получения компенсации и отказе от решения проблемы в пользу материальной выгоды.

Деятельность потребителей-экстремистов со-

здаёт серьёзные проблемы как для бизнеса, так и для потребительского рынка в целом. Предприниматели сталкиваются с финансовыми потерями, затратами на судебные разбирательства, снижением прибыли и даже риском банкротства. В свою очередь, потребители могут потерять доверие к бизнесу, что приводит к общему снижению качества сервиса и возникновению кризиса доверия.

Для эффективной борьбы с потребительским экстремизмом необходим комплексный подход. Предпринимателям рекомендуется формировать лояльность потребителей, использовать юридические механизмы защиты, проводить мониторинг тенденций потребительского экстремизма и активно информировать потребителей об их правах и обязанностях. Среди общих механизмов противодействия выделяются повышение правовой грамотности населения, усиление контроля со стороны государственных органов, развитие взаимного понимания между продавцами и покупателями на культурном уровне и применение санкций к лицам, злоупотребляющим своими правами.

Таким образом, потребительский экстремизм является существенной проблемой современности, несущей негативные последствия для всех участников рынка. Применение изложенных в исследовании механизмов и методов борьбы способно минимизировать риски и способствовать устранению недобросовестного поведения со стороны потребителей, укрепляя тем самым добросовестные отношения между бизнесом и его клиентами.

Список источников

1. Васильева А.А. Проблема реализации права потребителя на обмен товара надлежащего качества // Вестник науки. 2020. № 5. С. 67.
2. Крохина М.С. Возврат товара надлежащего качества потребителем: контроль за соблюдением условий реализации права // Право и экономика. 2020. № 12. С. 58 – 63.
3. Краснова С.А. Сверх компенсационная защита в российском Гражданском праве: формы и пределы // Вестник экономического правосудия Российской Федерации. 2020. № 1. С. 68 – 110.
4. Ожегова Т.А. Определение понятия потребительского экстремизма // Вектор науки ТГУ. 2024. № 1 (16). С. 60.
5. Здановский И.Е. Потребительский экстремизм, потребительский терроризм или защита прав потребителя [Электронный ресурс]. URL: <http://www.zpartners.ru/smi1.html> (дата обращения: 06.03.2025)
6. Кихай Д.Р., Белобрагин В.В. Проблема потребительского экстремизма в сервисе // Модернизация России: ключевые проблемы и направления их решения: Сборник публикаций преподавателей и студентов по итогам международных научно-практических конференций в декабре 2023 года, Москва, 05 декабря 2023 года. Москва: ООО "СКИ", 2024. С. 108 – 110.
7. Балтахонов В.М., Степаненко О.Г. Потребительский экстремизм // Достижения науки и образования. 2024. № 1 (92). С. 23 – 26.
8. Никиташина Н.А., Мельникова Т.В., Филиппенко Е.П. Этический консьюмеризм или потребительский экстремизм // Власть и общество: история, современное состояние и тенденции развития: сборник материалов II Всероссийской научно-практической конференции, Абакан, 26 апреля 2024 года. Абакан: Издательство ФГБОУ ВО «Хакасский государственный университет им. Н.Ф. Катанова», 2024. С. 117 – 119.

9. Кириченко А.А. Потребительский экстремизм как инструмент конкурентной борьбы в современной России // Студент года 2024: Сборник статей II Международного учебно-исследовательского конкурса, Петрозаводск, 15 мая 2024 года. Петрозаводск: Международный центр научного партнерства «Новая Наука» (ИП Ивановская И.И.), 2024. С. 501 – 508.

10. Дорошева Е.Ю., Киселева А.В. Потребительский экстремизм // Теоретические аспекты юриспруденции и вопросы правоприменения: Сборник статей по материалам LXXXIII международной научно-практической конференции, Москва, 03 мая 2024 года. Москва: Теоретические аспекты юриспруденции и вопросы правоприменения, 2024. С. 16-22.

11. Морозов А.С. Потребительский экстремизм как феномен социальной девиации // Научный аспект. 2024. Т. 14. № 6. С. 1720 – 1724.

References

1. Vasilyeva A.A. The problem of realizing the consumer's right to exchange goods of proper quality. Bulletin of Science. 2020. No. 5. P. 67.
2. Krokhina M.S. Return of goods of proper quality by the consumer: control over compliance with the conditions for the exercise of the right. Law and Economics. 2020. No. 12. P. 58 – 63.
3. Krasnova S.A. Over-compensation protection in Russian Civil Law: forms and limits. Bulletin of Economic Justice of the Russian Federation. 2020. No. 1. P. 68 – 110.
4. Ozhegova T.A. Definition of the concept of consumer extremism. Vector of Science TSU. 2024. No. 1 (16). P. 60.
5. Zdanovsky I.E. Consumer extremism, consumer terrorism or protection of consumer rights [Electronic resource]. URL: <http://www.zpartners.ru/smil.html> (date accessed: 06.03.2025)
6. Kikhay D.R., Belobragin V.V. The problem of consumer extremism in service. Modernization of Russia: key problems and directions for their solution: Collection of publications of teachers and students based on the results of international scientific and practical conferences in December 2023, Moscow, December 5, 2023. Moscow: OOO "SKI", 2024. P. 108 – 110.
7. Baltakhanov V.M., Stepanenko O.G. Consumer extremism. Achievements of science and education. 2024. No. 1 (92). P. 23 – 26.
8. Nikitashina N.A., Melnikova T.V., Filippenko E.P. Ethical consumerism or consumer extremism. Power and society: history, current state and development trends: collection of materials of the II All-Russian scientific and practical conference, Abakan, April 26, 2024. Abakan: Publishing house of the Federal State Budgetary Educational Institution of Higher Education "Khakass State University named after N.F. Katanov", 2024. P. 117 – 119.
9. Kirichenko A.A. Consumer extremism as a tool of competitive struggle in modern Russia. Student of the Year 2024: Collection of articles of the II International educational and research competition, Petrozavodsk, May 15, 2024. Petrozavodsk: International Center for Scientific Partnership "New Science" (IP Ivanovskaya I.I.), 2024. P. 501 – 508.
10. Dorosheva E.Yu., Kiseleva A.V. Consumer Extremism. Theoretical Aspects of Jurisprudence and Law Enforcement Issues: Collection of Articles Based on the Proceedings of the LXXXIII International Scientific and Practical Conference, Moscow, May 3, 2024. Moscow: Theoretical Aspects of Jurisprudence and Law Enforcement Issues, 2024. P. 16 – 22.
11. Morozov A.S. Consumer Extremism as a Phenomenon of Social Deviation. Scientific Aspect. 2024. Vol. 14. No. 6. P. 1720 – 1724.

Информация об авторе

Митин Ю.Д., соискатель, Российской академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации, Уральский институт управления, г. Екатеринбург, улица 8 марта, дом 66, mitinyura@mail.ru

© Митин Ю.Д., 2025