Глава 4. КОМПЕНСАЦИЯ МОРАЛЬНОГО И ИНОГО ВРЕДА.

ОТВЕТСТВЕННОСТЬ ПРОДАВЦОВ И ПОТРЕБИТЕЛЕЙ

4.1. Компенсация морального вреда

как вид дополнительной ответственности

В соответствии со статьей 1099 ГК моральный вред, причиненный действиями (бездействием), нарушающими имущественные права гражданина, подлежит компенсации в случаях, предусмотренных законом. Компенсация морального вреда осуществляется независимо от подлежащего возмещению имущественного вреда.

В соответствии со статьей 15 Закона "О защите прав потребителей" моральный вред, причиненный потребителю вследствие нарушения продавцом прав потребителя, предусмотренных законами и правовыми актами Российской Федерации, регулирующими отношения в области защиты прав потребителей, подлежит компенсации причинителем вреда при наличии его вины. Размер компенсации морального вреда определяется судом и не зависит от размера возмещения имущественного вреда.

Практически каждый из нас хотя бы раз в жизни слышал о том, что где-то в США, или в Англии, или еще какой-то стране какой-нибудь человек выигрывал в суде огромные суммы в качестве компенсации морального вреда. Очень часто "героями" таких судебных дел становятся потребители каких-либо товаров или просто посетители торговых центров или организаций общественного питания. То ли на самом деле, то ли нет, но с данными людьми происходят ужасные случаи: они теряют здоровье из-за того, что регулярно употребляли в пищу или иным образом использовали какой-то товар, либо они поскальзываются и ломают ноги в помещениях торговых центров, либо их ударяет дверьми в закусочных, в результате чего они обвариваются горячим кофе.

Надо сказать, что, например, в США такие случаи стали бичом торговых организаций и организаций быстрого питания. Ежегодно суды удовлетворяют десятки исков, поданных настоящими потребиллерами, пользующимися услугами профессиональных юристов. Это превратилось в доходный бизнес, но, несмотря на это, судебная практика в некоторых странах не меняется и потребиллеры продолжают обирать торговцев.

Насмотревшись передач о том, как на Западе потребиллеры легко выбивают из торгующих организаций крупные суммы в виде компенсаций за причинение морального вреда, многие наши соотечественники решают, что и им тоже не помешало бы получить с продавца, продавшего им товар, кругленькую сумму. При этом нарушения, являющиеся основанием для выдвижения претензий, могут быть как реальными, так и вымышленными. Очень часто покупатель, не имея достаточных познаний в законодательстве о защите прав потребителей, предъявляет ничем не обоснованные требования и тут же заявляет о том, что продавец обязан компенсировать ему моральный вред. Размеры компенсации при этом обычно называются под стать тем, что заявляют потребители в тех же США, - нередко намного выше, чем цена товара. Даже когда требования потребителя являются обоснованными, он редко позволяет себе не заявить о необходимости компенсировать ему моральный вред в размерах, превышающих все разумные пределы.

Между тем никто из потребителей обычно особо не задумывается, что такое на самом деле моральный вред, в чем заключается его суть. Статьей 151 ГК косвенно дается определение понятия "моральный вред". Если немного перефразировать норму закона, получится, что моральный вред - это физические или нравственные страдания, причиненные гражданину действиями, нарушающими его личные неимущественные права либо посягающими на принадлежащие гражданину другие нематериальные блага.

Это означает, что далеко не все эмоции, испытываемые покупателем вследствие неисполнения продавцом каких-то обязанностей, установленных договором или законом, можно отнести к категории морального вреда. Очень часто в претензиях или исковых заявлениях вообще не указывается, испытывал ли покупатель в связи с нарушением продавцом своих договорных обязательств не то что страдания, а вообще какие-то эмоции. Нередко указывается просто: прошу возместить мне моральный вред. И все, ни подробностей, ни обоснования, логика простая - раз было нарушение, значит, был и моральный вред. Иногда в качестве обоснования указывается на то, что покупателем было потрачено личное время, на то, что покупатель не смог осуществить какие-то свои планы, и т.д. В данном случае сразу видно, что все эти "основания" имеют весьма отдаленное отношение к страданиям. Ни трата личного времени, ни срыв планов, ни вообще что-то подобное не может свидетельствовать о том, что покупатель страдал.

Очень часто в качестве обоснования причинения морального вреда указывается на то, что покупатель переживал из-за того, что продавец не исполнил своих обязанностей должным образом. Переживания - это, безусловно, отрицательные эмоции, но все же не страдания, если только они не привели к психическому расстройству.

Бывает и так, что покупатель заявляет, что испытывал именно страдания, но при этом он забывает о том, что должен как-то подтвердить свои слова, по крайней мере в том случае, если дело слушается в суде. В соответствии с частью 1 статьи 56 ГПК каждая сторона должна доказать те обстоятельства, на которые она ссылается как на основания своих требований и возражений, если иное не предусмотрено федеральным законом. Это означает, что если потребитель заявляет о том, что испытывал нравственные страдания, то он должен это доказать.

Обычно, когда в суде встает вопрос о том, что необходимо доказать факт страданий, потребители приводят свидетелей, которые заявляют, что они видели, как страдал покупатель. Здесь следует заметить, что внутренний мир каждого человека неповторим, и судить однозначно о том, какие именно чувства испытывает в определенный момент времени человек и что стало причиной возникновения этих чувств, невозможно даже для близкого человека. Кроме того, следует учесть, что в настоящее время в России правовая культура находится на не очень высоком уровне, и нередки случаи введения суда в заблуждение относительно правдивости показаний свидетелей. Тем более что свидетелями обычно являются знакомые или родственники участников судебных процессов, то есть люди, заинтересованные в исходе дела.

Судьям хорошо известно о приведенных выше обстоятельствах, поэтому и оценивают они их с известной долей скепсиса. Но в то же время и отказывать потребителю во всем в российских судах не принято. В настоящее время судьями введено негласное правило: не отказывать в удовлетворении требований о компенсации морального вреда, но и удовлетворять их в незначительном объеме. В настоящее время судами в случае установления нарушений, допущенных продавцами, обычно удовлетворяются требования о компенсации морального вреда в размере 3000 - 5000 рублей в крупных городах (Москва, Санкт-Петербург) и 500 - 1500 рублей в средних и небольших городах.

Бывают, конечно, и исключения, но это относится в первую очередь к искам публичных людей. Правда, и в этих случаях суммы, присуждаемые истцам, на несколько порядков отличаются от сумм, заявленных в исковых заявлениях. Показателен пример судебного процесса между Александром Абдуловым и "Экспресс-газетой". Известным артистом был подан иск о компенсации морального вреда, причиненного публикацией сведений о нем, не соответствующих действительности. Сумма, в которую актер оценил свои страдания, равнялась 100000 долларов США, однако суд оценил причиненный моральный вред по-другому и удовлетворил эти требования только частично - в размере 100000, но не долларов, а рублей. Сумма совсем небольшая по сравнению с той, которая изначально требовалась, а также с уровнем доходов Абдулова. При этом следует учесть, что в качестве свидетелей на процессе выступали актриса Елена Проклова и депутат Людмила Нарусова - один из авторов Закона "О СМИ", а также то, что буквально за день до рассмотрения иска Абдулова тот же самый судья полностью отказал в удовлетворении требований актрисы Веры Глаголевой, заявлявшей аналогичные требования по аналогичному же случаю.

Поэтому в России потребителю, в отличие от его американского собрата, не стоит сильно рассчитывать на крупную компенсацию морального вреда. Обычно это позволяет получить чисто моральное удовлетворение, но не более того.

Продавцу же в случае, если покупателем будет заявлено требование о компенсации морального вреда, не следует сразу говорить тому, что ему необходимо доказать свои утверждения о причинении морального вреда. Если об этом сказать, потребиллер сразу поймет, что ему необходимо подготовиться к судебному процессу, для этого он раздобудет липовые справки от врачей, к которым он якобы обращался с жалобами на плохое самочувствие, вызванное неисполнением продавцом своих обязанностей.

Если заявить потребителю о необходимости доказать свои утверждения в ходе судебного заседания, то тот, кто действительно обращался к врачу, сразу об этом вспомнит, а тот, кто этого не делал, не успеет быстро сориентироваться.

Представителю продавца в суде надо будет дождаться рассмотрения дела по существу и заявить о том, что требования покупателя не подлежат удовлетворению, поскольку факт причинения морального вреда никак не доказан. Если основное нарушение договора все же будет иметь место, то суд все равно при таких обстоятельствах назначит небольшую компенсацию. В целом же сильно бояться требований компенсации морального вреда не стоит, в России судебная практика на сегодняшний день сложилась так, что удовлетворение подобных требований, даже тогда, когда это имеет место быть, носит скорее символический характер.

4.2. Компенсация вреда, причиненного в местах

продажи товаров или оказания услуг

Выше было рассмотрено множество ситуаций, когда те или иные претензии имущественного характера предъявлялись продавцу, а он, в свою очередь, был вынужден как-то от них отбиваться. Однако при осуществлении торговой деятельности нередко возникают ситуации, когда не продавец своими действиями или бездействием причиняет какой-то вред покупателю, а наоборот, покупатель причиняет имущественный вред продавцу.

Законодательство о защите прав потребителей (в том числе Гражданский кодекс) предусматривает только несколько случаев, когда потребитель обязан компенсировать те или иные расходы: при отказе от товара, приобретаемого по образцам, при отказе от исполнения договора оказания услуг (выполнения работ), а также в случае, когда продавец провел за свой счет экспертизу товара ненадлежащего качества, но ответственность за недостатки товара лежала на покупателе.

Однако Закон "О защите прав потребителей" совсем ничего не говорит о тех случаях, когда покупатель умышленно или по неосторожности уничтожает имущество, принадлежащее продавцу. Всем, кто занимается торговлей, хорошо знакома ситуация, когда покупатель, выбирая товар, но еще не оплатив, нечаянно его разбивает, уронив на пол, или иным образом повреждает. Бывает и так, что покупатель просто разбивает товар из хулиганских побуждений. В последнем случае следует вызывать милицию и требовать возбуждения уголовного дела в отношении хулигана по статье 213 Уголовного кодекса.

Однако как быть в тех случаях, когда явно видно, что покупатель разбил товар по неосторожности? Отвечать на этот вопрос чаще всего предстоит сотрудникам охраны торгового предприятия, так как ответственность за соблюдение порядка в торговых залах обычно лежит на них. Поэтому владельцу предприятия стоит позаботиться о том, чтобы разработать для них должностную инструкцию, где должен быть прописан весь алгоритм действий в случае возникновения ситуаций, когда покупателем будет поврежден или уничтожен товар или иное имущество, принадлежащее торговой организации. Для начала следует разобраться с теорией.

Как уже говорилось выше, в соответствии со статьей 493 ГК договор розничной купли-продажи считается заключенным в надлежащей форме с момента выдачи продавцом покупателю кассового или товарного чека или иного документа, подтверждающего оплату товара. Это означает, что в магазинах самообслуживания (супермаркетах, универмагах и т.д.) право собственности на товар переходит не с того момента, когда покупатель выбрал какой-то товар, взял его в руки или положил в тележку, а с того момента, как товар был оплачен в кассу и кассир выдал покупателю чек. Поэтому все, что происходит с товаром в торговом зале, происходит с товаром, принадлежащим продавцу, покупатель же вообще может оставить выбранный им товар перед кассой и уйти из магазина. Но это только в том случае, если товар цел. Если же товар поврежден, у продавца возникает право требовать от этого покупателя компенсации.

В соответствии с пунктом 1 статьи 1064 ГК вред, причиненный личности или имуществу гражданина, а также вред, причиненный имуществу юридического лица, подлежит возмещению в полном объеме лицом, причинившим вред. При этом не имеет никакого значения, является ли лицо, причинившее вред, потребителем или нет. Однако есть некоторые другие исключения из общего правила, имеющие значение для разрешения ситуации. Лицо, причинившее вред, освобождается от возмещения вреда, если докажет, что вред причинен не по его вине. Вред, причиненный правомерными действиями, подлежит возмещению в случаях, предусмотренных законом. Например, если один посетитель магазина толкнул другого, а тот разбил товар, то вины второго в причинении вреда не будет, а вот вина первого будет иметься.

Одной из основных проблем, возникающих в случае повреждения товара или, например, стенда или прилавка, является то, что покупатель отказывается назвать себя, ведет себя вызывающе, старается покинуть место происшествия. Обычно сотрудники охраны задерживают таких покупателей и требуют немедленно оплатить поврежденный товар, но насколько законны их действия? Дело в том, что некоторые посетители, особенно те, кто имеет юридическое образование, заявляют, что действия охраны магазина незаконны, что все их действия будут обжалованы в суде, что в итоге сотрудникам охраны потребуется выплатить крупную сумму.

Действительно, сотрудники охраны торговых организаций не являются работниками правоохранительных органов и не имеют права забирать у покупателей документы или деньги, а также устраивать их личный досмотр. Покупатель вообще может молчать и ничего не отвечать на заданные ему вопросы. Однако если лицу, разбившему товар, просто дать уйти, не выяснив при этом его фамилии, имени и отчества, а также места постоянной или временной регистрации по месту жительства, то впоследствии взыскать с данного лица что-либо будет невозможно. Как же быть?

Никто заранее не может знать точно, был ли разбит товар покупателем умышленно или, напротив, - по неосторожности. Даже если все выглядит невинно, нельзя исключить возможность того, что данный покупатель ходит по разным магазинам и из хулиганских побуждений разбивает разные вещи, вследствие чего имеет проблемы с законом. Если подобное случалось раньше, то покупатель мог привлекаться к административной или уголовной ответственности за данные действия, а это можно проверить, так как информация о правонарушениях сохраняется в архивах и в электронном виде.

В связи с этим службе охраны следует сообщить о случившемся в органы внутренних дел и попросить разобраться в ситуации, покупателя же задержать до приезда сотрудников милиции (на это право у охраны имеется). Обычно для разбирательства в подобных конфликтах направляются участковые уполномоченные милиции, на чьей территории находится магазин.

Сотрудникам охраны нужно просто грамотно изложить позицию прибывшему участковому и попросить у него проверить, не является ли данный покупатель злостным хулиганом, для чего установить его личность. Причем сделать это следует не устно, а в письменной форме, передав заявление участковому. Обычно для сотрудников органов внутренних дел не составляет особого труда получить у гражданина документы, удостоверяющие его личность.

В то время как будет вестись установление личности причинителя вреда, обязательно нужно зафиксировать факт причинения этого вреда. Для этого нужно заснять место происшествия на фото или видео, причем с разных точек и расстояний, также нужно поместить рядом с поврежденным товаром предметы, наличие которых в кадре позволит определить масштаб изображения в случае необходимости проведения экспертизы (например, монеты).

До приезда сотрудников милиции, а также если их вызов вообще не потребовался, от покупателя необходимо постараться получить письменные объяснения, в которых были бы отражены факт причинения ущерба и обстоятельства его причинения, при этом следует стремиться избежать внесения в объяснения формулировок типа "товар упал сам", "товар был плохо закреплен" и т.д. Указания на то, что товар был поврежден неумышленно, могут включаться в объяснения без проблем, т.к. это не влияет на обязанность компенсировать ущерб.

Данные объяснения могут сыграть решающую роль в ходе доказывания как самого факта причинения вреда, так и обстоятельств дела. Дело в том, что в тот момент, когда все только произошло, для самого покупателя его вина очевидна, человек просто не успевает придумать себе какое-то оправдание, поэтому в таких ситуациях люди нередко пишут правду. Если же покупатель сразу не напишет объяснения, то потом подвигнуть его на этот шаг, скорее всего, не удастся. Далеко не все наши сограждане готовы, находясь в спокойной обстановке, сознаться в своей вине и добровольно компенсировать причиненный вред. Большинство, придя в себя после пережитого стресса, начинают выдумывать для себя различные оправдания, обвинять во всем продавца (плохо расставил товар, плохо закрепил стеллаж и т.д.), как говорится, лучшая защита - это нападение.

В том случае, если определение размера ущерба возможно на месте (например, разбит товар целиком, а не часть товара, и при этом на товаре имеется ценник), следует предложить клиенту компенсировать ущерб на месте. В случае отказа покупателя от возмещения ущерба или невозможности быстро определить размер ущерба необходимо попытаться впоследствии решить вопрос путем проведения переговоров. Если это не даст желаемого результата, то необходимо обращаться в суд с исковым заявлением о взыскании суммы ущерба, благо сведения об ответчике будут иметься в наличии.

Следует, однако, признать, что случаи обращения в суд с исками о взыскании возмещения ущерба, причиненного покупателем в ходе приобретения товаров, довольно-таки редки. Дело в том, что взыскание любой компенсации требует определенных усилий со стороны организации-продавца, обязательного участия юриста. При этом в абсолютном большинстве случаев размер ущерба настолько мал по сравнению с тем, сколько работы необходимо проделать, чтобы получить желаемую компенсацию, что многие владельцы торговых предприятий предпочитают определенный процент товара списывать на подобные "недоразумения", включая стоимость этого процента в цену товара.

Однако такой подход является оптимальным далеко не для всех торгующих организаций, это хорошо для тех, кто торгует продуктами питания, недорогими предметами быта и т.д. Если же предприятие торгует дорогими товарами, то для него просто необходимо быть готовым отстоять свою правоту в суде.