

*С.В. Павлющук, старший преподаватель
кафедры юридических дисциплин факуль-
тета внутренних войск Военной академии
Республики Беларусь, соискатель НПФ Ака-
демии МВД Республики Беларусь*

ХАРАКТЕРИСТИКА ОБМАНА ПОТРЕБИТЕЛЕЙ

На основе общепризнанной методике исследований и анализа статистических данных разработана характеристика обмана потребителей. Обобщены результаты проведенного выборочного исследования обмана потребителей, статистических данных, характеризующих его показатели в Беларуси с 2000 по 2006 г. Выявлены закономерности, присущие этому виду преступлений. На базе обобщения анкет, специально разработанных для опроса потребителей, сформулирован обобщенный портрет преступника, совершающего обман потребителей, установлены характерные мотивы совершения этого вида преступления. Определены наиболее криминогенные объекты торговли и сферы услуг с высокой потенциальной возможностью обмана потребителей, виды товаров и услуг, по поводу которых наиболее часто потребители становятся жертвами обмана. Сформулированы основные выводы об организации предупредительной работы и профилактике виктимности потерпевших.

Известный исследователь уголовно-правовых аспектов борьбы с нарушениями в сфере торговли Т.Ю. Погосян справедливо отмечает: «Состояние торговли есть тот социальный лакмус, с помощью которого проверяется нравственное здоровье общества, его способность не только плодотворно функционировать, но и успешно существовать на мировом рыночном пространстве. И если негативные перемены происходят в общественном организме, то это в первую очередь поражает торговлю» [16, с. 5]. Вопросы ответственности за обман потребителей были предметом исследования в основном в советское время. Так, еще в 1948 г. Г.Н. Александров в своей работе «Борьба с обмериванием и обвешиванием потребителей» писал: «Обворовывание потребителей является одним из наиболее опасных преступлений, поскольку оно направлено против интересов огромных масс потребителей, на подрыв советской культурной торговли. Работникам торговли доверено важное и ответственное дело снабжения населения продуктами и товарами широкого потребления. И если эти работники становятся на путь обворовывания потребителя, они тем самым не оправдывают доверия, оказанного им государством, становятся на путь обмана советского государства» [1, с. 3]. Нетрудно заметить, что банальное уголовное преступление – обворовывание потребителей – возводилось при этом в ранг государственных преступлений. Н.С. Лейкина в 1956 г. опубликовала работу «Ответственность за преступления против советской торговли» [14]. Это, пожалуй, одна из наиболее серьезных работ того времени, в которой проанализированы мнения по вопросам классификации хозяйственных преступлений и преступлений в сфере торговли. И.Г. Сапожников в 1958 г. издал монографию [18], в которой проанализировал признаки соответствующего преступления (ст. 105) по УК РСФСР 1926 г., особенности его квалификации и судебно-следственную практику. Но в то время существовало социальное предубеждение против торговли в целом, она рассматривалась как вынужденно необходимая на переходный к коммунизму период часть системы распределения, что отразилось и в содержании указанных работ. Кроме того, их актуальность утрачена в связи с изменениями в законодательстве и временем, прошедшим с года издания этих работ.

В последующем, в 60–80-е гг. XX в., периодически издавались отдельные работы, посвященные в основном частным вопросам квалификации, разграничению обмана потребителей и смежных составов преступлений. Для своего времени они были достаточно актуальны, но излишне идеологизированы. Нетрудно даже заметить всплеск интереса к обману потребителей в связи с объявленной в начале 80-х гг. борьбой с «нетрудовыми доходами». Но в основном обман покупателей и заказчиков рассматривался учеными в аспекте классификации хозяйственных преступлений и точного определения его объекта. Эти вопросы отражены в работах Б.М. Леонтьева [13], Ю.И. Ляпунова [15], М.А. Копыловской [11], В.В. Сташиса [19], В.Я. Тация [20], А.В. Галаховой [8] и других авторов, которые публиковали статьи в юридических журналах.

В России в 2001–2003 гг. были проведены и диссертационные исследования обмана потребителей [2; 12; 16]. Работа Л.Д. Гаухмана и С.В. Максимова является одной из последних, в которой среди иных вопросов на элементарном уровне освещаются вопросы ответственности за обман потребителей [9]. Вместе с тем в России в этот же период отмечается и общий отход от анализа рассматриваемого преступления в связи с начавшейся дискуссией о его декриминализации. Так, в руководстве для следователей «Расследование преступлений в сфере экономики» [17] вопросы квалификации и особенности расследования обмана потребителей уже не раскрываются.

В отечественной уголовно-правовой науке обман потребителей незаслуженно обойден вниманием. Вместе с тем существует целый комплекс проблем, связанных с предупрежде-

нием обмана потребителей, его квалификацией, назначением наказания за это преступление. Для разрешения этих вопросов крайне важно раскрыть содержание криминологической характеристики обмана потребителей. Целью данной работы является выявление особенностей криминологической характеристики обмана потребителей, личности преступников, совершающих это преступление, и закономерностей, присущих статистическим показателям обмана потребителей. Статистические данные, характеризующие уголовно наказуемый обман потребителей, приведены в табл. 1 [10].

Таблица 1

Основные показатели обмана потребителей в Республике Беларусь

Показатель	Год						
	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006
Всего преступлений в сфере экономики	23 263	18 337	18 406	13 733	12 213	10 111	7941
По ст. 257 УК	1298	764	759	509	323	87	10
Доля в структуре преступлений, совершаемых в сфере экономики, %	5,6	4,2	4,1	3,7	2,6	0,86	0,13

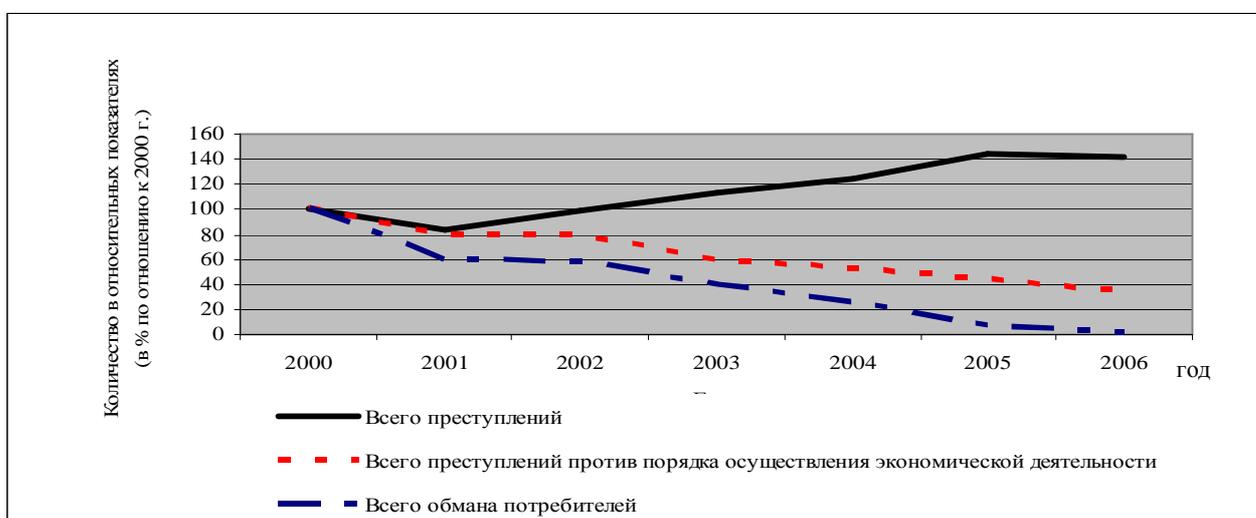
При анализе указанных данных мы сравнивали их с показателями преступности в целом за этот же период. Обращает на себя внимание ярко выраженная тенденция к росту преступности с 2001 по 2005 г.; незначительное (на 2 %) снижение преступности в 2006 г. еще не позволяет сделать вывод о коренном переломе в борьбе с преступностью. Данные о тенденциях преступности приведены в табл. 2 [10].

Таблица 2

Основные показатели состояния и тенденций преступности в Республике Беларусь

Показатель	Год						
	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006
Всего зарегистрировано преступлений	135 540, или 100 %	11 417, или 84,2 %	135 133, или 99,7 %	153 977, или 113,6 %	169 065, или 124,7 %	195 361, или 144,1 %	191 468, или 141,2 %

Наблюдается парадоксальное противоречие между основной тенденцией роста преступности в целом и сокращением преступности в сфере порядка осуществления экономической деятельности. Так, при росте преступности с 2001 по 2006 г. на 41,2 % преступность в сфере порядка осуществления экономической деятельности снизилась на 65,9 %. За этот же период доля обмана потребителей в структуре преступлений против порядка осуществления экономической деятельности снизилась с 5,6 до 0,13 %, а в относительных показателях для этого преступления – на 99,2 %, что отражено на представленном ниже графике.



С использованием современных криминологических методик трудно объяснить очевидную диспропорцию в тенденциях общей, видовой преступности и преступности, определяемой конкретным преступлением (ст. 257 УК). С 2003 г. наблюдается снижение количества тяжких и особо тяжких преступлений и поэтому рост общей преступности можно объяснить увеличением количества менее тяжких и не представляющих большой общественной опасности преступлений. Большинство преступлений против порядка осуществления экономической деятельности относятся к категории не представляющих большой общественной опасности и менее тяжких (76,4 %); менее четверти (23,6 %) – к тяжким и особо тяжким. Следовательно, логика прогнозирования с использованием метода экстраполяции позволяет предположить, что рост в структуре общей преступности менее тяжких преступлений и преступлений, не представляющих большой общественной опасности, обусловлен в том числе и увеличением количества преступлений соответствующих категорий, относящихся к посягающим на порядок осуществления экономической деятельности. Но данные официальной статистики этого не подтверждают.

О распространенности обмана потребителей свидетельствуют также результаты проведенного нами криминологического исследования проблем эффективности уголовно-правовой борьбы с обманом потребителей, включившего опрос 421 респондента по специально разработанному опросному листу, который позволил выявить ряд закономерностей, присущих этому виду преступлений. Так, из всех опрошенных 61,8 % назвали себя постоянными потребителями товаров (работ или услуг), 14,7 % делали это очень часто, 19 % – часто, и лишь 4,5 % – редко. Из всех опрошенных 79,1 % (333 человека) указали, что хотя бы однажды в отношении их был допущен обман потребителей, еще 12,4 % затруднились ответить на этот вопрос и только 8,5 % респондентов ответили, что не были потерпевшими от обмана потребителей. Эти цифры свидетельствуют о крайней распространенности обмана потребителей, о том, что он приобрел массовый характер. В каждом конкретном случае причиняется незначительный вред, что позволяет многим говорить о необходимости декриминализации обмана потребителей.

Анализ материалов уголовных дел показал, что в одном случае обманутыми оказались отдохавшие в оздоровительных лагерях дети, в другом – больные беззащитные люди. Очевидно, что в таких случаях имеет место исключительный цинизм при совершении преступления; кроме того, учитывая массовость рассматриваемого явления, следует признать наличие совокупной общественной опасности всех отдельных фактов обмана потребителей.

Нами выявлялись объекты с наибольшей криминогенной опасностью обмана потребителей (табл. 3).

Таблица 3

Объекты с наибольшей криминогенной опасностью обмана потребителей

Объект	Данные опроса, чел. (%)
Продовольственные рынки	180 (54,05)
Рынки хозяйственно-строительных товаров (материалов)	57 (17,1)
Предприятия розничной торговли (магазины, супермаркеты)	170 (51,05)
Места проживания (дома), где осуществляются работы по текущему (капитальному) строительному ремонту	21 (6,3)
Предприятия бытового и сервисного обслуживания	30 (9)
Учреждения медицинского или фармакологического обслуживания	14 (4,2)
Организации, оказывающие туристические услуги (в сфере отдыха)	9 (2,7)

Таким образом, рынки и предприятия розничной торговли по-прежнему являются наиболее пораженными объектами в плане обмана потребителей. В то же время обращает на себя внимание низкая криминальная пораженность медицинских и фармакологических учреждений, что можно объяснить высокой моральностью лиц медицинского персонала.

Совершение обмана потребителей возможно в самых разнообразных формах (табл. 4).

Таблица 4

Виды обмана потребителей

Вид обмана	Данные опроса, чел. (%)
Обвес	121 (36,3)
Обсчет	130 (39,03)
Обмеривание	12 (3,6)

Продажа просроченного товара	124 (37,2)
Продажа некачественного товара	115 (34,5)
Продажа фальсифицированного товара	21 (6,3)
Введение в заблуждение относительно потребительских свойств товара	44 (13,2)
Превышение установленных цен на товар (работу, услугу)	39 (11,7)
Завышение количества израсходованных материалов при выполнении работ, оказании услуг	20 (6)
Исполнение заказа низшего качества в сравнении с договором	29 (8,7)
Иное	4 (1,2)

Нами исследовался и вопрос о предмете обмана потребителей в тех случаях, когда он был совершен в сфере торговли. Данные о результатах этого исследования приведены в табл. 5.

Таблица 5

Предмет обмана потребителей в сфере торговли

Предмет обмана	Данные опроса, чел. (%)
Продукты питания	267 (80,2)
Непродовольственные товары	112 (33,6)
Иное	28 (8,4)

Примечание. Количество ответов превышает 333, поскольку допускалось два и более ответа от каждого из опрошенных.

Проведенное нами изучение материалов 74 уголовных дел позволило выявить следующие характеристики личности преступников, совершивших обман потребителей (табл. 6).

Таблица 6

Характеристика личности преступников, совершивших обман потребителей

Показатель	Данные опроса, чел. (%)
Пол:	
женщины	69 (93,3)
мужчины	5 (6,7)
Возрастные группы:	
14–17 лет	0 (0)
18–24 года	3 (4)
25–29 лет	6 (8,2)
29 и старше	65 (87,8)
Образование:	
неполное среднее	2 (2,7)
среднее	30 (40,5)
среднее специальное	33 (44,6)
высшее	9 (12,2)
Семейное положение:	
замужем	25 (33,8)
разведена	17 (23)
женат	2 (2,7)
холост	3 (4)
Наличие иждивенцев:	
один ребенок	10 (13,5)
два ребенка	2 (2,7)
двое детей	0 (0)
трое и более детей	0 (0)
нетрудоспособные родители	62 (83,8)
нет иждивенцев	
Признание (непризнание) вины:	
признает полностью	63 (85,1)
признает частично	6 (8,1)
не признает	5 (6,8)

Указанные данные позволяют сформулировать обобщенный криминологический портрет преступника, совершающего обман потребителей: женщина старше 29 лет со средним специальным образованием, замужняя, не имеющая нетрудоспособных иждивенцев, полностью признающая свою вину. Но, как правило, лица, совершившие обман потребителей, ссылаются на тяжелое материальное положение, наличие на иждивении малолетних детей или нетрудоспособных родителей.

По данным опроса, среди лиц, совершивших обман потребителей, женщин – 83,5 %, мужчин – 16,5 %.

Характерными мотивами обмана потребителей, выявленными при изучении уголовных дел, являлись:

необходимость приобретения продуктов питания для собственных нужд (праздник, похороны и т. д.) [3, с. 58];

тяжелое материальное положение [4, с. 75];

большой объем работы, не позволяющий быть внимательным при отпуске товаров и пересчете денег [5, с. 86];

необходимость компенсации дополнительных затрат (упаковочная тара) либо производства каких-либо платежей (аренда и т. д.) [6, с. 110].

Проведенное исследование позволяет сделать следующие выводы.

Противоречие между основной тенденцией роста преступности в целом и сокращением преступности в сфере порядка осуществления экономической деятельности, и особенно обмана потребителей, можно объяснить тем, что правоохранительная система, вынужденная сосредоточиваться на первоочередном реагировании на преступления против человека, против собственности, интересов службы, порядка управления, государства, все меньше уделяет внимания предотвращению деяний против конкретного человека, его прав и законных интересов в сфере потребительского рынка.

Обман потребителей имеет высокую степень латентности. Так, в 2006 г. по ст. 257 УК было возбуждено 10 уголовных дел, но из 421 респондента 79,1 % (333 человека) указали, что хотя бы однажды в отношении их был допущен обман потребителей, еще 12,4 % затруднились ответить на этот вопрос.

Обман потребителей можно отнести к характерным женским преступлениям, поскольку в сфере торгового обслуживания они доминируют. Таким образом, женщины, совершившие обман потребителей, в значительной степени обуславливают и количественные, и качественные характеристики женской преступности.

Обману потребителей способствует определенная негативная корпоративная солидарность работников торговли и сферы обслуживания, когда лицам, принятым на работу, с первых дней объясняют хитрости и тонкости обмана потребителей. При этом подчеркивается, что якобы так делают все, что обман на незначительную сумму не причинит большого вреда потребителю, что это не будет заметно или выявлено или что это ненаказуемо. Кроме того, при проведении исследования отмечалось, что обман потребителей – это ответная реакция продавцов и работников сферы обслуживания на мелкие хищения товаров [7, с. 45] и мелкие мошенничества, а также на нетактичное или откровенно грубое, провоцирующее поведение потребителей.

Библиографические ссылки

1. Александров, Г.Н. Борьба с обмериванием и обвешиванием потребителей / Г.Н. Александров. М. : Юрид. Изд-во Мин-ва юстиции СССР, 1948.
2. Аникиец, С.Г. Обман потребителей: уголовно-правовые и криминологические аспекты : дис. ... канд. юрид. наук : 12.00.08 / С.Г. Аникиец. Н. Новгород, 2001.
3. Архив суда Минского района и г. Заславля за 2003 г. Уголовное дело № 1/666.
4. Архив суда Первомайского района г. Минска за 2004 г. Уголовное дело № 1/906.
5. Архив суда Московского района г. Минска за 2004 г. Уголовное дело № 1/1064.
6. Архив суда Центрального района г. Минска за 2003 г. Уголовное дело № 1/760.
7. Архив суда Первомайского района г. Минска за 2004 г. Уголовное дело № 1/396.
8. Галахова, А.В. Уголовная ответственность за хозяйственные преступления / А.В. Галахова. М. : Юрид. лит., 1987.
9. Гаухман, Л.Д. Преступления в сфере экономической деятельности / Л.Д. Гаухман, С.В. Максимов. М. : Учеб.-консульт. центр «ЮрИнфоР», 1998.
10. Единый учет о состоянии преступности в Республике Беларусь: Сведения за 2000–2006 гг. // ЦИАУ МВД Респ. Беларусь.
11. Копыловская, М.А. Ответственность за обмеривание и обвешивание покупателей / М.А. Копыловская. М. : Юрид. лит., 1964.
12. Лазарева, Н.Ю. Уголовно-правовые и криминологические аспекты обмана потребителей в сфере потребительского рынка : дис. ... канд. юрид. наук : 12.00.08 / Н.Ю. Лазарева. Ростов н/Д, 2003.
13. Леонтьев, Б.М. Ответственность за хозяйственные преступления / Б.М. Леонтьев. М. : Юриздат, 1963.
14. Лейкина, Н.С. Ответственность за преступление против советской торговли / Н.С. Лейкина. М. : Госюриздат, 1956.
15. Ляпунов, Ю.И. Хозяйственные преступления / Ю.И. Ляпунов. М. : ВШ МООП РСФСР, 1964.
16. Погосян, Т.Ю. Преступления в сфере торговли: история и современность : дис. ... д-ра юрид. наук : 12.00.08 / Т.Ю. Погосян. Екатеринбург, 2000.
17. Расследование преступлений в сфере экономики: Руководство для следователей. М. : Спарк, 1999.
18. Сапожников, И.Г. Уголовная ответственность за обворовывание покупателя / И.Г. Сапожников. М. : Госюриздат, 1958.
19. Сташис, В.В. Хозяйственные преступления по советскому уголовному праву / В.В. Сташис. Харьков : ХарЮИ, 1971.
20. Таций, В.Я. Ответственность за хозяйственные преступления: объект и система / В.Я. Таций. Харьков : Вища школа, 1984.