

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ
БЕЛОРУССКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ЮРИДИЧЕСКИЙ ФАКУЛЬТЕТ
Кафедра криминалистики

СЕТУНОВА
Юлия Сергеевна

МЕТОДИКА РАССЛЕДОВАНИЯ ОБМАНА ПОТРЕБИТЕЛЕЙ

Дипломная работа

Научный руководитель:
старший преподаватель,
Руткевич Владимир Николаевич

Допущена к защите

«_____» _____ 2017 г.

Зав. кафедрой криминалистики
доктор юридических наук, профессор В.Б. Шабанов

Минск, 2017

ОГЛАВЛЕНИЕ

РЕФЕРАТ.....	3
РЭФЕРАТ.....	4
ESSAY.....	5
ВВЕДЕНИЕ	6
ГЛАВА 1 ПОНЯТИЕ ОБМАНА ПОТРЕБИТЕЛЕЙ	9
1.1 Криминальная характеристика обмана потребителей	9
1.2 Проблема разграничения мошенничества и обмана потребителей	16
ГЛАВА 2 ОСОБЕННОСТИ РАССЛЕДОВАНИЯ ПРАВОНАРУШЕНИЙ ОБ ОБМАНЕ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ	23
2.1 Организационно-тактические особенности расследования обмана потребителей	23
2.2 Ответственность изготовителя, исполнителя, продавца за нарушение прав потребителей	30
ГЛАВА 3 НАЦИОНАЛЬНАЯ СИСТЕМА РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ В СФЕРЕ ЗАЩИТЫ ПРАВ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ	45
3.1 Международный опыт в расследовании преступлений об обмане потребителей	45
3.2 Государственная и общественная защита прав потребителей в Республике Беларусь	49
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	64
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ	67

РЕФЕРАТ

Дипломная работа состоит из введения, трёх глав, включающих шесть разделов, заключения и списка использованных источников. Количество страниц- 66, количество использованных источников-

Ключевые слова: ПОТРЕБИТЕЛЬ, ИЗГОТОВИТЕЛЬ, ПРОДАВЕЦ, ИСПОЛНИТЕЛЬ, ПРАВА, ОБЯЗАННОСТИ, ОБМАН, МОШЕННИЧЕСТВО, ВОПРОСЫ КВАЛИФИКАЦИИ, ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВО, ОТВЕТСТВЕННОСТЬ.

В Республике Беларусь уже долгое время функционирует потребительский рынок, диктующий обществу свои требования, главнейшими из которых являются честность и порядочность в осуществлении торговых и расчётных операций субъектами хозяйствования. Тем не менее, в данной сфере существуют и различного рода злоупотребления, одним из которых является обман потребителей. Защита прав потребителей – понятие, недавно вошедшее в нашу действительность. Нижеизложенная тема в литературе затрагивалась многими авторами, однако в науке существует недостаток специальных работ, посвящённых исследованию проблемных вопросов защиты прав потребителей. Работы по правовому и организационному обеспечению защиты прав потребителей выдвинули ее в число основных направлений социально-экономической политики государства. Несомненный научный и практический интерес составляют актуальность темы данной дипломной работы.

Объектом исследования является обман потребителей как проявление правонарушений (преступлений) в области предпринимательской деятельности (против порядка осуществления экономической деятельности) в Республике Беларусь.

Целью дипломной работы является исследование понятия обмана потребителей, форм, способов защиты их прав, а также практическое применение законодательства по защите прав потребителей в Республике Беларусь и в других странах.

При подготовке дипломной работы использовались общенаучные методы логического анализа и синтеза, сравнительно-правовой, историко-правовой, формально-логический, системный, статистический, конкретно-социологический методы.

В результате анализа законодательства установлено, что в настоящее время не предложено четких и объективных критериев и правил, на основании которых бы проводилось разграничение мошенничества и обмана потребителей, что даёт основания законодателю обратить внимание на данную проблему.

РЭФЕРАТ

Дыпломная работа складаецца з ўвядзення, трох глаў, якія ўключаюць шэсць раздзелаў, заключэння і спісу выкарыстаных крыніц. Колькасць старонак-66, колькасць выкарыстаных крыніц-

Ключавыя словы: СПАЖЫВЕЦ, ВЫТВОРЦА, ПРАДАВЕЦ, ВЫКАНАЎЦА, ПРАВА, АБАВЯЗКІ, ЗМАН, МАХЛЯРСТВА, ПЫТАННІ КВАЛІФІКАЦЫІ, ЗАКАНАДАЎСТВА, АДКАЗНАСЦЬ.

У Рэспубліцы Беларусь ужо доўгі час функцыянуе спажывецкі рынак, які дыктуе грамадству свае патрабаванні, галоўным з якіх з'яўляецца сумленнасць і прыстойнасць у ажыццяўленні гандлёвых і разліковых аперацый суб'ектамі гаспадарання. Тым не менш, у гэтай сферы існуюць і розныя злоўжыванні, адным з якіх з'яўляецца падман спажыўцоў. Абарона правоў спажыўцоў - паняцце, якое нядаўна ўвайшло ў нашу рэчаіснасць. Ніжэйпададзенаму тэма ў літаратуры закраналася многімі аўтарамі, аднак у навуцы існуе недахоп спецыяльных работ, прысвечаных даследаванню праблемных пытанняў абароны правоў спажыўцоў. Работы па прававым і арганізацыйнаму забеспячэнню абароны правоў спажыўцоў вылучылі яе ў лік асноўных напрамкаў сацыяльна-эканамічнай палітыкі дзяржавы. Несумненная навуковая і практычная цікавасць складаюць актуальнасць тэмы дадзенай дыпломнай працы.

Аб'ектам даследавання з'яўляецца падман спажыўцоў як праява правапарушэнняў (злачынстваў) у галіне прадпрымальніцкай дзейнасці (супраць парадку ажыццяўлення эканамічнай дзейнасці) у Рэспубліцы Беларусь.

Мэтай дыпломнай працы з'яўляецца даследаванне паняцці падману спажыўцоў, формаў, спосабаў абароны іх правоў, а таксама практычнае прымяненне заканадаўства па абароне правоў спажыўцоў у Рэспубліцы Беларусь і ў іншых краінах.

Пры падрыхтоўцы дыпломнай працы выкарыстоўваліся агульнанавуковыя метады лагічнага аналізу і сінтэзу, параўнальна-прававой, гісторыка-прававой, фармальна-лагічны, сістэмны, статыстычны, канкрэтна-сацыялагічны метады.

У выніку аналізу заканадаўства ўстаноўлена, што ў цяперашні час не прапанавана выразных і аб'ектыўных крытэрыяў і правілаў, на падставе якіх бы праводзілася размежаванне махлярства і падману спажыўцоў, што дае падставы заканадаўцу звярнуць увагу на дадзеную праблему.

ESSAY

The diploma work consists of introduction, three chapters, comprising six sections, conclusion and a list of references. The number of pages-66, the number of used sources-.

Keywords: CONSUMER, MANUFACTURER, SELLER, PERFORMER, RIGHTS, OBLIGATIONS, CONSUMER FRAUD, COMMERCIAL FRAUD, QUALIFICATION ISSUES, LEGISLATION, RESPONSIBILITY.

The Republic of Belarus has been for a long time a consumer market dictating the society its requirements, with honesty in trade operations and payment transactions of business entities as the main of them. Nevertheless, this sphere includes various abusive practices, consumer fraud being one of them. Consumer rights protection is a concept which has recently appeared in our reality. Many authors have touched upon the topic written below in their literature; however, there is lack of special works devoted to problems of consumer rights protection. The works on legal and organizational support of consumer rights protection have put it in the mainstream of socio-economic policy of the state. The scientific and practical interest proves relevance of the diploma work.

The object of the research is consumer fraud as a form of delinquency (crime) in the sphere of entrepreneurship (against the procedure for carrying out economic activities) in the Republic of Belarus.

The purpose of the diploma work is research of the notion consumer fraud, of forms and methods of consumer rights protection as well as practical application of the legislation on consumer rights protection in the Republic of Belarus and other countries.

The general scientific methods of logical analysis and synthesis, comparative law, historical-legal, formal-logical, system, statistical, and specific sociological methods have been used while preparing the diploma work.

As a result of the analysis of the legislation it has been found out that there are no clear and objective criteria and rules to distinguish commercial fraud from consumer fraud. It gives grounds for the legislator to pay attention to this problem.

ВВЕДЕНИЕ

Ежедневно мы совершаем покупки или обращаемся за выполнением каких-либо услуг или работ. А, может, мы только намереваемся что-нибудь приобрести (пусть даже наши намерения тянутся месяцами). Экономика любого государства должна строиться на реальных потребностях человека. Именно в удовлетворении потребностей человека суть экономики.

Потребность-желание или необходимость обладать, пользоваться данным товаром, услугой, нужным для самого воспроизводства жизни и поддержания определённого уровня жизни. Это значит, что изо дня в день все мы являемся потребителями, то есть обладаем определёнными правами и обязанностями, предусмотренными для нас специальным законодательством Республики Беларусь. Потребитель-гражданин (граждане), имеющий намерение заказать или приобрести либо заказывающий, приобретающий или использующий товары (работы, услуги) исключительно для личных, бытовых, семейных и иных нужд, не связанных с осуществлением предпринимательской деятельности.

Из определения потребителя следуют его отличительные признаки:

- потребитель-всегда физическое лицо (лица), он не может быть юридическим лицом или индивидуальным предпринимателем;
- товар потребителем приобретается исключительно для личных (семейных) нужд;
- потребителем может быть не только гражданин, который приобрёл данный товар, но и другие лица-пользователи (члены семьи, соседи);
- потребителем признаётся не только гражданин, купивший товар, но и тот, который имеет намерение купить, заказать. Это важно для рассмотрения вопроса о праве потребителя на информацию;
- потребитель-лицо, не имеющее профессиональных знаний и навыков при приобретении и использовании товара и услуг.

В соответствии со статьёй 29 Налогового кодекса Республики Беларусь, «товаром признаётся имущество, реализуемое либо предназначенное для реализации» [5, с.8].

«Работой признаётся деятельность, результаты которой имеют материальное выражение и могут быть реализованы для удовлетворения потребностей организации и (или) физических лиц» [5, с.8]. «Услугой

признаётся деятельность, результаты которой не имеют материального выражения, реализуются и потребляются в процессе осуществления этой деятельности» [5, с.8].

Из всего многообразия потребностей для данной дипломной работы представляют интерес только материально выраженные, так как именно такие потребности требуют юридической защиты.

Потребности, которые воплощаются в:

- качестве и количестве товаров, обеспечивающих сохранение и дальнейшее развитие достигнутого уровня потребления;
- условиях приобретения товаров, потребления услуг, обеспечивающих экономию времени, комфортность покупки;
- количестве и качестве услуг, культуре обслуживания, этике взаимоотношений с работникам сферы обслуживания;
- стремлении к самовыражению через приобретение или заказ определённых товаров, отвечающих культурному уровню, вкусу и взглядам потребителя, его привычкам и наклонностям;
- социальном общении, получении и передаче необходимой и достоверной информации.

Все мы слышали фразу “Покупатель всегда прав!”; вероятнее всего, знакомы с нормативно-правовыми актами, возможно, кто-то даже их читал, но при этом не каждый представляет себе, как они работают. Действительно, есть много нюансов, которые нам, обывателям, в принципе не интересны. Но только до тех пор, пока мы не сталкиваемся с нарушением своих потребительских прав. И вот тогда наступает время защищать свои права. А как защищать? Что делать? Куда обращаться, куда писать заявление? Как вообще понять, что ты, как потребитель, подвергаешься обману?

Спектр прав потребителей довольно широк, но все права потребителей можно разделить на три группы: гражданские права, права социально-экономические и культурные права. Главное требование потребителя-высокое качество товаров и услуг от товаропроизводителей или организаций, предлагающих услуги, независимо от форм собственности.

«Потребитель имеет право на:

- просвещение в области защиты прав потребителей;
- информацию о товарах (работах, услугах), а также об их изготовителях (исполнителях, продавцах);
- безопасность товаров (работ, услуг);
- свободный выбор товаров (работ, услуг);
- надлежащее качество товаров (работ, услуг);
- возмещение в полном объёме убытков (вреда), причинённых вследствие недостатков товара (работы, услуги);

- государственную защиту своих прав;
- общественную защиту своих прав;
- обращение в суд и другие уполномоченные государственные органы за защитой нарушенных прав или интересов;
- создание общественных объединений потребителей» [11, с.3].

Также не стоит забывать-товар, который вы покупаете, произвёл изготовитель, а реализовал вам продавец. Если же вы заказали какую-то работу или прибегли к чьим-то услугам, то вы имеет дело с исполнителем.

Из этого следует, что продавец-это организация или индивидуальный предприниматель, которые на основании договора с изготовителем обязаны принять товар ненадлежащего качества у потребителя, а в случае необходимости-провести проверку его качества. Независимо от того, подписали ли вы какой-нибудь договор при заказе работы или просто купили товар в магазине, между вами и продавцом, исполнителем или изготовителем сразу возникли договорные отношения.

Защита прав потребителей – понятие, недавно вошедшее в нашу действительность. Нижеизложенная тема в литературе затрагивалась многими авторами, однако в науке существует недостаток специальных работ, посвящённых исследованию проблемных вопросов защиты прав потребителей. Работы по правовому и организационному обеспечению защиты прав потребителей выдвинули ее в число основных направлений социально-экономической политики государства. Несомненный научный и практический интерес составляют актуальность темы данной дипломной работы.

Объектом исследования является обман потребителей как проявление правонарушений (преступлений) в области предпринимательской деятельности (против порядка осуществления экономической деятельности) в Республике Беларусь.

Целью дипломной работы является исследование понятия обмана потребителей, форм, способов защиты их прав, а также практическое применение законодательства по защите прав потребителей в Республике Беларусь и в других странах.

Задачи работы на основании заявленной цели:

1. изучить понятие обмана потребителей, проанализировать проблемы его квалификации;
2. охарактеризовать особенности расследования дел о нарушении прав потребителей;
3. ознакомиться с основными положениями законодательства Республики Беларусь о защите прав потребителей;
4. рассмотреть судебную практику и мировой опыт по теме защиты прав потребителей.

При подготовке дипломной работы использовались общенаучные методы логического анализа и синтеза, сравнительно-правовой, историко-правовой, формально-логический, системный, статистический, конкретно-социологический методы.

ГЛАВА 1 ПОНЯТИЕ ОБМАНА ПОТРЕБИТЕЛЕЙ

1.1 Криминальная характеристика обмана потребителей

Сфера потребления товаров и услуг является одной из важнейших в структуре всей экономической деятельности, так как абсолютно каждый гражданин выступает в качестве потребителя на протяжении всей своей жизни. В Республике Беларусь уже долгое время функционирует потребительский рынок, диктующий обществу свои требования, главнейшими из которых являются честность и порядочность в осуществлении торговых и расчётных операций субъектами хозяйствования. Тем не менее, в данной сфере существуют и различного рода злоупотребления, одним из которых является обман потребителей.

Практика контрольных мероприятий управления контроля потребительского рынка - торговой инспекции Министерства торговли Республики Беларусь показывает, что, к сожалению, нарушения, квалифицируемые как обман потребителей, встречаются достаточно часто.

Объектом правонарушения (преступления) в такой ситуации являются отношения, возникающие между потребителями и субъектами предпринимательской деятельности по поводу реализации товаров, выполнения работ, оказания услуг. Объективная сторона выражается в совершении обманных действий. Под обманом следует понимать введение в заблуждение потребителя относительно количества и качества реализуемых товаров (работ, услуг), а также обманное завышение их стоимости. Способы обмана могут быть различными и не влияют на квалификацию.

«Основными способами обмана покупателей при реализации товаров являются:

- обмеривание, т.е. отпуск товара нужного качества, но меньшей мерой;
- обвешивание, т.е. отпуск товаров нужного качества, но меньшим весом;
- обсчёт, т.е. получение большей суммы денежных средств, чем необходимо, либо отпуск меньшего количества штучного товара, чем оплачено» [21, с.70].

Обмеривание-одна из самых распространённых форм обмана при продаже товаров, выполнении работ, оказании услуг. Заключается в отпуске потребителю товара меньшей мерой, чем продавец обязан был отпустить. В результате покупатель (заказчик) оплачивает товар в большем размере, чем фактически получает.

В зависимости от предмета обмана различают обмеривание в виде недолива и недомера. Обмеривание в виде недолива имеет место, когда его предметом являются жидкости - молоко, сок, спиртные напитки, масло, бензин и т.д. Обмеривание в виде недомера применяется при продаже непродовольственных товаров, хозяйственных и строительных материалов и т.д.

При такой форме обмана, как правило, используются неправильные приемы или способы отмеривания, например применение неисправных измерительных приборов, использование нестандартных мер, чрезмерное натяжение товара на измерительную линейку и т.д.

Другая не менее распространенная форма обмана - обвешивание, т.е. отпуск товара в количестве, меньшем по весу. Обвешивание может заключаться в явном, неприкрытом уменьшении веса отпускаемого товара в расчете на невнимательность покупателя.

Кроме того, обвешивание возможно путем применения различного рода неправильных приемов взвешивания (взвешивание предварительно необработанного товара, например невыполнение обрезки в колбасных изделиях; бросание товара на весы; продажа товара в упаковке без вычета ее веса и т.д.).

Обман при продаже товаров, выполнении работ, оказании услуг может осуществляться и путем обсчета, когда с потребителем производится заведомо неверный денежный расчет или когда уменьшается количество отпускаемого товара.

При денежном обсчете покупателю в момент окончательного расчета передается меньшее количество денег, чем требуется, либо с покупателя взимается сумма, превышающая установленную цену. Штучный обсчет имеет место в тех случаях, когда покупатель получает товар в меньшем количестве, чем оплатил.

Способами обмана покупателей, заказчиков или иных потребителей являются также превышение установленных цен на товары и тарифов на услуги, продажа испорченных товаров, взимание платы за услуги, которые оказываются или должны оказываться бесплатно, в том числе за гарантийный ремонт, взимание платы за фактически невыполненные работы или услуги, реализация товаров (работ, услуг) более низкого качества под видом более высокого качества и т.п.

В том случае, если от потребителя получена большая сумма денежных средств в уплату товара (работ или услуг) в виде вознаграждения (по желанию потребителя), ответственность за обман потребителя исключается. Не влечёт ответственности также недобросовестное отношение лица к выполнению своих обязанностей, повлекшее со стороны потребителя переплату денежных средств за реализованный товар (работу, услугу), если только эти действия не были связаны с обманом.

Обман потребителей может осуществляться только непосредственно в процессе реализации товаров, работ или услуг при проведении расчётов за них. Если обманные действия виновным совершены непосредственно до реализации товаров (работ, услуг), например, при предпродажной подготовке товаров, при составлении калькуляции на работы или услуги и т.п., то такие действия следует квалифицировать как приготовление к обману потребителей.

Отдельное место в системе способов обмана потребителей занимает ненадлежащая реклама (распространяемая в любой форме с помощью любых средств информация о юридическом или физическом лице, товарах (рекламная информация), которая предназначена для неопределенного круга лиц и призвана формировать или поддерживать интерес к этим юридическому или физическому лицу, товарам и способствовать реализации товаров) – «недобросовестная, недостоверная, неэтичная, скрытая и иная реклама, в которой допущены нарушения требований к ее содержанию, времени, месту и способу распространения, установленным законодательством Республики Беларусь» [13, с.4]. В противовес ей существует контрреклама-опровержение ненадлежащей рекламы, распространяемое в целях ликвидации вызванных ею последствий.

Недостоверной является реклама, не соответствующая действительности в отношении:

- таких характеристик товара, как состав, способ и дата изготовления, назначение, потребительские свойства, условия применения, наличие сертификата соответствия, сертификационных знаков и знаков соответствия государственным стандартам, количество и место происхождения;
- наличия товара на рынке, возможности его приобретения в указанных объеме, периоде времени и месте;
- условий оплаты товара на момент распространения рекламы (для электронных средств массовой информации моментом распространения рекламы считается день выхода; для периодических печатных изданий - период до выхода следующего номера, но не более одного месяца; для рекламы на почтовых

отправлениях - два дня после отправки (по дате почтового штемпеля); для прочей рекламы - один месяц);

- доставки, обмена, возврата, ремонта и обслуживания товара;
- гарантийных обязательств, сроков службы и сроков годности товара;
- прав на использование государственных символов (флага, герба, гимна), а также символов международных организаций;
- исключительности прав на торговлю каким-либо товаром и (или) его обслуживание;
- официального признания товара, присвоения ему медалей, призов, дипломов и иных наград;
- предоставления информации о способах приобретения полной серии товара, если он является частью серии;
- результатов исследований и испытаний, научных терминов, цитат из технических, научных и иных публикаций;
- статистических данных (представленных в искаженном виде);
- ссылок на какие-либо рекомендации либо на одобрение юридических или физических лиц, в том числе на устаревшие;
- сравнения товара с другим товаром (товарами), а также с правами и положением иных юридических или физических лиц;
- гарантии рекламируемых товаров;
- информации о самом рекламодателе.

Недостоверная реклама не допускается, а её распространение влечёт ответственность. Лица, права и интересы которых нарушены в результате ненадлежащей рекламы, вправе в установленном порядке обратиться в суд с исками, в том числе и с исками о возмещении материального и морального ущерба.

Отдельно стоит обратить внимание на обман потребителя в объектах общественного питания, который был и остаётся актуальным и имеет свои особенности.

К объектам в сфере общественного питания предъявляются дополнительные требования, связанные с обеспечением санитарно-эпидемиологического благополучия населения. Санитарно-эпидемиологическое благополучие населения - состояние здоровья населения, при котором отсутствует неблагоприятное воздействие на организм человека факторов среды его обитания, и создаются благоприятные условия для жизнедеятельности людей.

Существует ряд законов в этой области, например, Закон Республики Беларусь от 13.07.2016 №397-3 «О государственном регулировании торговли и общественного питания в Республике Беларусь», Закон Республики Беларусь от 04.01.2014 N 130-3 "О качестве и безопасности продовольственного сырья и пищевых продуктов для жизни и здоровья человека". Также в этой сфере можно выделить Постановление Совета Министров Республики Беларусь от 17.10.2016 «Об утверждении Правил продажи отдельных видов товаров и осуществления общественного питания и Положения о порядке разработки и утверждения ассортиментного перечня товаров, ассортиментного перечня продукции общественного питания».

Наиболее распространенным видом обмана потребителя в объектах общественного питания по-прежнему остается недовес или недовложение в блюда.

Как свидетельствуют материалы контрольных мероприятий, инструментом обмана покупателя может стать и не очень сложное в приготовлении блюдо, например бутерброды с колбасой и блинчики с курицей, реализуемые в летнем мини-кафе, или обычная порция хлеба в студенческой столовой.

Что касается торговых объектов, то в них применяемые недобросовестными продавцами способы обмана потребителя более разнообразны.

Один из самых простых - допуск в продажу развесных товаров, прошедших предпродажную расфасовку и упаковку непосредственно в магазине, с указанием недостоверной информации о весе (недовес) и стоимости (завышение стоимости). В качестве таких товаров могут выступать фрукты, овощи, корнеплоды, печенье и т.д. Отклонение веса по отдельным товарам, как и сумма завышения, может достигать 50%.

Этот способ обмана рассчитан в первую очередь на невнимательного или спешащего по своим делам покупателя, у которого нет времени перепроверить вес приобретаемого товара на контрольных весах.

Завышение стоимости может производиться и путем перемаркировки веса товара. Маркировка – это надписи, знаки, символы и другие обозначения, которые наносятся на упаковку товара или непосредственно на сам товар. Самое главное назначение маркировки – идентифицировать товар. Маркировка осуществляется путем нанесения на товар акцизных марок. Маркировка мясной, рыбной, молочной, плодово-овощной и другой консервированной продукции производится посредством нанесения соответствующей информации на литографическую или бумажную этикетку.

Так, имели место случаи, когда в продаже находились товары (полуфабрикаты из мяса птицы), которые, несмотря на наличие маркировки веса производителя, имели маркировку, проставленную непосредственно в

магазине и содержащую недостоверную информацию о весе товара в сторону увеличения.

Подобным способом, а именно перемаркировкой, может изменяться и дата изготовления товара. В результате подобных действий, применяемых преимущественно в отношении мясной продукции или колбасных изделий, необоснованно увеличиваются сроки их реализации либо продукция из просроченной, несущей потенциальную угрозу здоровью потребителя и его семьи, превращается в "доброкачественную".

Обман потребителя может осуществляться и посредством акционных ценников-при реализации товаров под видом акционных потребителей вводят в заблуждение посредством предоставления заведомо ложной информации о несуществующих скидках, что обнаруживается уже при оплате, когда в кассовом чеке стоит прежняя цена, без предоставления заявленной на ценниках скидки. Таким образом, при реализации товаров под видом акционных покупателей ввели в заблуждение посредством предоставления заведомо ложной информации о несуществующих скидках.

В современной рыночной экономике выигрывает тот, кто в состоянии продать свою продукцию потребителю. Традиционно считалось, что для этого нужно изготовить высококачественную продукцию, имеющую умеренную цену и соответствующую потребностям клиента. Но за последние годы рынок производителей расширился в несколько раз, удерживать лидерство стало всё труднее. Это повлекло применение и новых способов обмана потребителей.

Качественная фальсификация-подделка продукции с помощью пищевых или непищевых добавок для улучшения органолептических (выявляющихся с помощью органов чувств, таких как вкус или запах) свойств, при сохранении или утрате других потребительских свойств или замена продукции высшего качества низшей. Средствами такой фальсификации служат добавки и продукция того же наименования, что и указанная на маркировке, но низшей градации. Способами качественной фальсификации являются использование добавок, имитирующих улучшение качества и пересортица.

Добавки-это вещества или сырьё, добавляемые к пищевым продуктам для улучшения их потребительских свойств. Пищевые добавки широко используются в пищевой промышленности (хоть часто их применение и вызывает споры) и предусмотрены рецептурой изготавливаемых продуктов питания, они разрешены. Использование таких пищевых добавок, указанных на маркировке товаров, нельзя относить к фальсификации.

Качественной фальсификацией считается применение разрешённых и неразрешённых добавок, непредусмотренных рецептурой, с целью введения в заблуждение потребителя относительно истинных потребительских свойств приобретаемой им продукции. Так, например, к качественной фальсификации относится подкрашивание или ароматизация пищевых продуктов, не

предусмотренные рецептурой и технологией производства и предназначенные для придания продукту свойств, позволяющих имитировать их повышенную пищевую ценность.

Конечная цель фальсификации-создание потребительских предпочтений на продукцию пониженного качества путём придания видимости повышенных потребительских свойств.

Применение даже разрешённых пищевых добавок, не предусмотренных рецептурой его приготовления, при отсутствии информации об изменении состава следует считать фальсификацией с целью обмана потребителя.

Информированный потребитель вправе сам сделать свой осознанный выбор продукции, исходя из личного отношения к пищевым добавкам.

В зависимости от степени вреда, наносимого фальсифицированным продуктом, различают две разновидности качественной фальсификации-безопасная и опасная для жизни и здоровья потребителя. При безопасной фальсификации потребителю наносится материальный и моральный ущерб, тогда как при опасной-кроме того, вред жизни и здоровью, что куда серьезнее.

К качественной фальсификации относится и пересортица товаров. Пересортица-действия, направленные на обман потребителя путём замены товаров высших сортов низшими.

Пересортица мяса, колбас, муки, крахмала, кофе при реализации в торговле является фальсификацией, так как качество этих товаров полностью сформировано при их производстве и не изменяется при дальнейшем хранении.

Вместе с тем, есть значительная группа товаров, качество которых при хранении существенно изменяется. При этом снижаются и показатели качества, определяющие товарный сорт. Такая пересортица носит объективный характер и не является фальсификацией. Примерами таких продуктов могут служить чай, сыр, сливочное масло, маргарин.

Спецификой субъекта обмана потребителей является то, что совершение рассматриваемого преступления возможно только при выполнении лицом производственно-профессиональных обязанностей по обслуживанию покупателей, потребителей, заказчиков.

Правонарушение (преступление) считается оконченным в момент совершения соответствующих обманных действий в отношении хотя бы одного потребителя. Как правило, он связан с моментом окончания расчёта за купленный товар, выполненную работу, оказанную услугу. Если при наличии умысла на обман потребителей в значительном или крупном размере такой умысел не реализован по независящим от лица обстоятельствам, имеет место покушение на совершение на обман потребителей.

Таким образом, формы обмана потребителя при продаже товаров, выполнении работ, оказании услуг могут быть весьма разнообразными. Объединяет их одно- большинство из них рассчитаны на невнимательность,

отсутствие времени или желания перепроверять достоверность предоставленной информации о товаре.

1.2 Проблема разграничения мошенничества и обмана потребителей

Государство призвано придавать исключительное значение заботе о всесторонней защите прав потребителей. Без надлежащего обеспечения защиты прав потребителей невозможно цивилизованное функционирование рынка, развитие экономических отношений, достижение цели повышения качества жизни и уровня благосостояния народа.

Нарушение принципов осуществления экономической деятельности и прав потребителей подрывает развитие нормальных отношений в сфере торговли и оказания услуг. В этой связи сегодня основное предназначение ст. 257 (именуемой «Обман потребителей») Уголовного кодекса Республики Беларусь (далее - УК) заключается в охране предпринимательской и иной экономической деятельности, связанной с реализацией товаров, выполнением работ и оказанием услуг организациями и индивидуальными предпринимателями.

В статье 257 УК установлена уголовная ответственность за совершение следующих действий: «Обман покупателей, заказчиков или иных потребителей работником индивидуального предпринимателя или юридического лица, осуществляющих реализацию товаров, выполнение работ или оказание услуг, либо обман потребителей индивидуальным предпринимателем, осуществляющим такую же деятельность (обман потребителей), совершенный в течение года после наложения административного взыскания за такое же нарушение либо в значительном размере» [9, с.150].

Отдельно стоит обратить внимание, что обман потребителей по общему правилу является частным случаем мошенничества, специальной нормой последнего.

«Мошенничество - умышленное противоправное безвозмездное завладение чужим имуществом либо правом на имущество с корыстной целью путем обмана либо злоупотребления доверием. Отличительной особенностью мошенничества является то, что мошенник завладевает имуществом потерпевшего, используя заблуждение лица, которое его передает либо не препятствует изъятию» [9, с.130].

В процессе правоприменительной деятельности нередко возникают определенные трудности, связанные с разграничением обмана потребителей и мошенничества, которые возникают, как правило, при обманных действиях при выполнении работ и услуг, в то время как при правовой квалификации

выявленных фактов обмана потребителей в сфере торговли и общественного питания такая проблема возникает куда реже.

Настоящая проблема является особо актуальной, поскольку сегодня можно наблюдать существенное расширение перечня работ и услуг, которые могут предоставляться (выполняться) гражданину-потребителю. Это могут быть культурно-развлекательные, игровые, туристические, образовательные, медицинские, гостиничные, коммунальные, транспортные, правовые услуги, услуги телефонной связи (сотовой, внутригородской, международной), услуги интернет-связи и т.д. Сфера торговли не является больше ключевым сегментом обмана потребителей.

В связи с этим неудивительно, что расширение сфер и спектра услуг, предоставляемых потребителю, ведет к появлению новых форм обмана, а отсюда и вытекает вопрос о надлежащей правовой оценке подобных преступных действий, т.е. следует ли их рассматривать как обман потребителей (ст. 257 УК) или же как мошенничество (ст. 209 УК).

Безусловно, по своей природе и содержанию обман потребителей является сходным мошенничеству. В дореволюционном уголовном праве обман потребителей (торговый обман) рассматривался как вид мошенничества и считался имущественным преступлением. Например, согласно ст. 591 Уголовного Уложения 1903 г. к мошенничеству относились:

- а) похищение посредством обмана чужого движимого имущества с целью присвоения;
- б) похищение чужого движимого имущества с целью присвоения посредством обмера, обвеса или иного обмана в количестве или качестве предметов при купле-продаже или иной возмездной сделке;
- с) побуждение посредством обмана с целью доставить себе или другому имущественную выгоду к уступке права по имуществу или ко вступлению в иную невыгодную сделку по имуществу.

В советское время обман потребителей переместился из группы имущественных преступлений в группу преступлений хозяйственно-экономической направленности.

Впервые уголовная ответственность за обман потребителей была установлена постановлением ЦИК и СНК СССР от 25.07.1934, введившим в действие Закон "Об ответственности за обворовывание потребителей и обман Советского государства".

В Уголовном кодексе БССР 1960 года (далее - УК БССР) была предусмотрена специальная норма, предусматривающая ответственность за обман покупателей и заказчиков (ст. 153 УК БССР). Ответственность устанавливалась за обмеривание, обвешивание, обсчет, превышение установленных розничных цен, а также цен и тарифов на бытовые и

коммунальные услуги, оказываемые населению, или иной обман покупателей и заказчиков в магазинах и иных торговых предприятиях или в предприятиях общественного питания, бытового обслуживания населения и коммунального хозяйства.

Во многих развитых европейских государствах обман потребителей традиционно рассматривается в рамках состава преступления о мошенничестве. Специальных же норм об обмане потребителей в большинстве уголовных кодексах западных стран нет. Они, как правило, содержатся в специальных законах и предусматривают ответственность за различные проявления обмана потребителей, не охватывая всех его видов. В зависимости от особенностей той или иной правовой системы обман потребителей рассматривается как мошенничество, преступление против общественного здоровья, общественной безопасности, мер и весов, как деяние, причиняющее вред интересам потребителей, рыночным отношениям, законной коммерческой деятельности.

Хотя обман потребителей и является специальной разновидностью мошенничества, однако всеми признаками хищения он не обладает, и в этом основное отличие обмана потребителей от мошенничества, так как при обмане потребителей происходит неравнозначный обмен между оказанной услугой, выполненной работой, переданным товаром и их стоимостью.

Социально-правовая природа обманной деятельности при продаже товаров, выполнении работ и оказании услуг потребителям, по мнению ряда ученых, состоит не столько в том, что виновный в результате обмана незаконно изымает имущество потребителей либо его часть, как при хищении (мошенничестве), а в том, что действия виновного, связанные с использованием обманных приемов осуществления экономической деятельности в сфере продажи товаров, выполнения работ и оказания услуг потребителям, направлены на совершение ничтожной, заведомо противной основам правопорядка и нравственности сделки.

«С экономической стороны общественная опасность получения незаконной наживы (дохода) в результате обмана потребителей при продаже им товаров, работ и услуг состоит в том, что в результате использования обманных приемов осуществления экономической деятельности виновный не создает экономический продукт (товар, работу, услугу), но приобретает экономический продукт, произведенный многими членами общества, уменьшая при этом возможности потребления других членов общества, вложивших свой труд в производство этого совокупного экономического продукта, чем причиняется существенный вред обществу. Именно в этом состоят вредные последствия деяния, сопряженного с извлечением незаконного дохода (наживы), и в этом выражается его общественная опасность» [22, с. 16-17; 37, с.149].

На практике, однако, не всегда можно четко и беспрекословно ответить на вопрос, какие же отношения терпят ущерб при обмане потребителей: отношения собственности или же сфера торговли и отношения в области оказания услуг, выполнения работ и так далее.

При анализе признаков, лежащих в основе разграничения обмана потребителей и мошенничества, нельзя не обратить внимания на другие противоречия в данном вопросе. Она проявляется, прежде всего, в том, что при одних и тех же условиях и обстоятельствах совершения преступления квалификация однородных действий виновных лиц различна в зависимости от того, кого обманывают - физическое или юридическое лицо. Если обманывают физическое лицо, то это суть ст. 257 УК (обман потребителей), а если юридическое лицо - то это уже мошенничество (ст. 209 УК).

Такую позицию можно найти в постановлении Пленума Верховного Суда Республики Беларусь от 24 июня 2010 г. №4 «О практике применения судами законодательства при рассмотрении дел о защите прав потребителей».

В п.2 указано, что «законодательство о защите прав потребителей распространяется на отношения по договору между физическим лицом - потребителем, имеющим намерение заказать или приобрести либо заказывающим, приобретающим товар (работу, услугу) или использующим товар (результат работы, услуги) исключительно для личных, семейных, домашних или иных нужд, не связанных с осуществлением предпринимательской деятельности, - с одной стороны, и организацией, индивидуальным предпринимателем, иным физическим лицом, реализующим товары, выполняющим работы или оказывающим услуги в рамках ремесленной деятельности, либо оказывающим услуги в сфере агроэкотуризма, либо осуществляющим разовую реализацию товаров на торговых местах на рынках и (или) иных местах, на которых торговля может осуществляться в соответствии с законодательством, - с другой стороны.

Законодательство о защите прав потребителей не распространяется на договорные отношения между физическими лицами, если они не вытекают из осуществления предпринимательской, ремесленной деятельности или деятельности в сфере агроэкотуризма, на отношения, возникшие в связи с приобретением товаров для осуществления предпринимательской деятельности, а также на отношения по приобретению товаров, выполнению работ и оказанию услуг для нужд организаций» [17, с.5].

В такой ситуации юридические лица и индивидуальные предприниматели, будучи обманутыми, не могут быть потерпевшими по ст. 257 УК, но могут являться ими в случае совершения мошенничества. Именно таким образом необходимо расценивать действия лиц, обманывающих индивидуальных предпринимателей или иных представителей юридических

лиц при реализации товаров, выполнении работ или оказании услуг. Но в данном случае необходимо учесть, что, если работник индивидуального предпринимателя или юридического лица обманывает гражданина, ответственность наступает по ч. 1 ст. 257 УК при размере наживы на сумму более половины базовой величины, а в случае обмана юридического лица размер такой наживы должен быть увеличен в 20 раз, для того чтобы имело место мошенничество (ч. 1 ст. 209 УК), а не мелкое хищение имущества как административное правонарушение.

«В данном случае ясно видно, что равенство всех форм собственности, гарантируемое ст. 13 Конституции Республики Беларусь, не обеспечивается» [44, с. 330-331]. С другой стороны, непонятно, почему сфера действия статьи УК об обмане потребителей сужена и имеет место ограничительное толкование закона.

Из этого следует сделать вывод, что разграничение обмана потребителей и мошенничества по такому признаку, как субъект потребления товаров (услуг, работ), не должен являться превалирующим, ибо при таком положении вещей всякая грань (кроме как лица, которому сбывается имущество, оказывается услуга, выполняется работа и так далее) является условной и перестает существовать. Видеть разницу лишь в субъекте оказания услуги, выполнения работы, предоставления товара кажется неверным шагом.

Характерной чертой ст. 257 УК является то, что субъектом данного преступления может быть только:

- а) индивидуальный предприниматель, осуществляющий реализацию товаров, выполнение работ или оказание услуг;
- б) работник индивидуального предпринимателя, осуществляющий реализацию товаров, выполнение работ или оказание услуг;
- в) работник юридического лица, осуществляющий реализацию товаров, выполнение работ или оказание услуг.

Все иные лица, занимающиеся обманом потребителей, из сферы действия ст. 257 УК выпадают и, соответственно, могут лишь быть привлечены к уголовной ответственности по общей норме - за мошенничество (ст. 209 УК).

То есть, если, например, лицо занимается обманом при осуществлении деятельности, не являющейся предпринимательской (музыкально-развлекательное обслуживание свадеб, юбилеев и прочих торжественных мероприятий; фотосъемка, изготовление фотографий; услуги по содержанию, уходу и дрессировке домашних животных; деятельность по копированию, подготовке документов и прочая специализированная офисная деятельность; деятельность по письменному и устному переводу; предоставление услуг, оказываемых при помощи автоматов для измерения веса, роста; ремонт

швейных, трикотажных изделий и головных уборов, кроме ремонта ковров и ковровых изделий; сдача внаем (поднаем) жилых помещений, кроме предоставления мест для краткосрочного проживания и другое), то оно уже не является субъектом обмана потребителей по ст. 257 УК, а в случае, когда такой обман имеет место, - субъектом мошенничества (ст. 209 УК). Не нарушается ли в данном случае принцип равенства и справедливости, о которых говорит уголовный закон (ст. 3 УК)?

Еще одним важным обстоятельством, позволяющим говорить о том, что обман потребителей не есть хищение, является то, что такие обманные действия не всегда совершаются по корыстным мотивам. Например, обман покупателей может совершаться с целью выполнения плана, получения экономии, улучшения показателей в работе и т.д., т.е. корыстный мотив не является обязательным элементом обмана потребителей и его отсутствие не исключает ответственности лица по ст. 257 УК (чего не скажешь о хищении).

Общность мошенничества и обмана потребителей всегда основывалась на едином объекте преступного посягательства.

Только в советский период рассматриваемые составы преступлений были закреплены в разных разделах уголовного закона (обман потребителей - в группу преступлений хозяйственно-экономической направленности, о чём упоминалось выше), что объясняется причинами идеологического характера и абсолютным огосударствлением всех сфер экономической и общественно-политической деятельности социума.

«Но не будем также забывать, что вся сфера торговли, общественного питания, бытового обслуживания и коммунального хозяйства была государственной. И поэтому обман потребителей причинял вред авторитету самого государства, который считался более важным объектом, чем личная собственность граждан» [27, с. 20-23; 19, с. 14]. В современных же условиях наглядно проявляется сущность объекта преступного посягательства при обмане потребителей именно как отношений собственности, потому что, как бы там ни было, вред причиняется все-таки имущественным интересам потребителя, а не абстрактной сфере торговли и оказания услуг.

По этой причине многими правоведами предлагается исключить обман потребителей (ст. 257 УК) из уголовного закона, а действия, связанные с обмериванием, обвешиванием, обсчетом и так далее потребителей при реализации товаров, работ, услуг, введением в заблуждение относительно потребительских свойств и качества товара (работы, услуги), необходимо квалифицировать как административное правонарушение, а в случае обмана на сумму свыше 2 (10 для юридических лиц) базовых величин такое деяние должно рассматриваться как уголовное преступление по правилам гл. 24 УК («Преступления против собственности»).

Другими исследователями в этой части подчеркивается, что гражданско-правовые и административные методы в деле защиты прав и интересов участников потребительского рынка неэффективны. Применению первых, по их мнению, препятствует видимая незначительность материального ущерба, низкая эффективность вторых объясняется несопоставимостью размера санкций с размером реальных выгод от бесчестной деятельности на потребительском рынке. Традиционные нормы об имущественных преступлениях (мошенничестве) также небезупречны в вопросе охраны потребительского рынка, поскольку не учитывают специфики посягательств в этой сфере, в частности видимую малозначительность имущественного ущерба [28, с. 501-502; 21, с. 228].

При анализе разграничения мошенничества и обмана потребителей затрагивается вопрос и обоснованности существующей в национальном законодательстве ответственности.

Если исходить из того, что такой состав преступления, как обман потребителей (ст. 257 УК), является специальным по отношению к мошенничеству (ст. 209 УК), то возникает еще один резонный вопрос: а по каким критериям эти преступления разнятся? И есть ли подобные критерии вообще, в первую очередь, с точки зрения практики.

В настоящее время не предложено четких критериев и правил, на основании которых бы проводилось разграничение мошенничества (ст. 209 УК) и обмана потребителей (ст. 257 УК), что даёт основания законодателю обратить внимание на данную проблему.

ГЛАВА 2 ОСОБЕННОСТИ РАССЛЕДОВАНИЯ ПРАВОНАРУШЕНИЙ ОБ ОБМАНЕ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ

2.1 Организационно-тактические особенности расследования обмана потребителей

Обман потребителей может присутствовать при наличии гражданско-правовых отношений между субъектом предпринимательской деятельности и гражданином-потребителем по поводу реализации товаров, выполнения работ, оказания услуг.

Законодательство о защите прав потребителей применяется к отношениям, возникающим из договоров:

1. розничной купли-продажи;
2. продажи недвижимости;
3. аренды, включая прокат;
4. подряда (бытового, строительного, на выполнение проектных и изыскательских работ);
5. на оказание жилищно-коммунальных услуг;
6. перевозки пассажиров, их багажа и грузов;
7. комиссии;
8. страхования;
9. энергоснабжения;
10. хранения;
11. на оказание банковских услуг, направленных на удовлетворение личных, семейных, домашних и иных нужд потребителя-гражданина, в частности, предоставление кредитов, открытие и обслуживание текущих счетов;
12. возмездного оказания услуг (связи, медицинских, ветеринарных, по обучению, туристическому обслуживанию) и других подобных договоров.

Законодательство о защите прав потребителей не распространяется на договорные отношения между физическими лицами, если они не вытекают из осуществления предпринимательской деятельности, на отношения, возникшие

в связи с приобретением товаров для осуществления предпринимательской деятельности, а также на отношения по приобретению товаров, выполнению работ и оказанию услуг для нужд организаций.

Следовательно, при рассмотрении категории дел об обмане потребителей необходимо, в первую очередь, выяснить характер взаимоотношений между сторонами, предлагать им представить доказательства, свидетельствующие о наличии договорных отношений между потребителем и продавцом (изготовителем, исполнителем), определяющих их права и обязанности (договоры, квитанции, чеки, накладные, акты, расписки и другие документы), а также расчет убытков, неустойки, которые должны быть возмещены пострадавшей стороне.

Согласно Постановлению Министерства торговли Республики Беларусь от 8 мая 2014 г. N 19 «О порядке оформления документа, подтверждающего факт приобретения товара (выполнения работы, оказания услуги), и признании утратившими силу некоторых Постановлений Министерства торговли Республики Беларусь», другие документы, подтверждающие факт приобретения товара (выполнения работы, оказания услуги):

- оформляются продавцом (исполнителем) в письменном виде;
- должны содержать наименование (фирменное наименование) продавца (исполнителя), а если продавцом (исполнителем) является индивидуальный предприниматель - его фамилию, собственное имя, отчество (если таковое имеется), наименование товара (работы, услуги), дату приобретения товара (срок выполнения работы, период оказания услуги), стоимость товара (работы, услуги);
- подписываются лицом, непосредственно осуществившим продажу товара (выполнение работы, оказание услуги).

Важно знать, что, если речь идёт о товарах ненадлежащего качества, то, согласно п.8 ст.20 Закона Республики Беларусь от 9 января 2002 г. N 90-3 «О защите прав потребителей», «отсутствие у потребителя документа, подтверждающего факт приобретения товара, не является основанием для отказа в удовлетворении его требований» [11, с.9].

Так, «для подтверждения факта приобретения товара могут использоваться свидетельские показания, элементы потребительской тары (упаковки), на которых имеются отметки, подтверждающие, что приобретение товара осуществлялось у данного продавца, а также документы и другие средства доказывания, указывающие на приобретение товара у данного продавца.

При возникновении между потребителем и продавцом (изготовителем, поставщиком, представителем) спора о наличии недостатков товара и причинах их возникновения продавец (изготовитель, поставщик, представитель) обязан

провести экспертизу товара за свой счет в порядке, установленном Правительством Республики Беларусь» [11, с.9].

Но если в результате экспертизы товара установлено, что недостатки товара отсутствуют или возникли после передачи товара потребителю вследствие нарушения им установленных правил использования, хранения, транспортировки товара или действий третьих лиц либо непреодолимой силы (традиционно непреодолимую силу принято рассматривать как юридическое событие, способное повлечь за собой юридические последствия), потребитель обязан возместить продавцу (изготовителю, поставщику, представителю) расходы на проведение экспертизы, а также связанные с ее проведением расходы на транспортировку товара.

«Потребитель вправе принять участие в проверке качества и проведении экспертизы товара лично или через своего представителя, оспорить заключение экспертизы товара в судебном порядке, а также провести экспертизу товара за свой счет» [11, с.9].

Итак, особенности расследования факта приобретения товара, не отвечающего требованиям потребителя, освещены. К сожалению, нередко конфликт между продавцом (изготовителем, исполнителем) не получается урегулировать мирным путём. На что стоит обратить внимание, если твою просьбу, как потребителя, вторая сторона отказывается удовлетворить добровольно?

В Республике Беларусь, в других государствах и международной практике возможность защищать права потребителя закреплено за:

- Самим потребителем или его представителями;
- Уполномоченными государственными органами;
- Общественными объединениями потребителей.

Общественные объединения подают иски о защите прав потребителей в суды, дают консультации, оказывают иную юридическую помощь и экспертную поддержку. Но они не осуществляют государственную защиту прав потребителя и контроль за соблюдением законодательства о защите прав потребителей в полной мере.

Государственная защита прав потребителей не ограничивается и судебной защитой. Так, на местном уровне, в целях защиты прав потребителей местные исполнительные и распорядительные органы обязаны направлять материалы в органы, уполномоченные составлять протоколы об административных правонарушениях и (или) возбуждать уголовные дела по признакам преступлений, связанных с нарушением прав потребителей, при обнаружении сведений, указывающих на признаки административного правонарушения или преступления, связанных с нарушением прав потребителя.

Перечень лиц, уполномоченных возбуждать уголовные дела, содержится в ст.175 Уголовно-процессуального Кодекса Республики Беларусь. При наличии поводов и оснований к возбуждению уголовного дела (перечислены в ст. 166 и 167 Кодекса соответственно) к ним относятся: орган дознания, следователь, прокурор.

Лица, уполномоченные составлять протоколы об административном правонарушении перечислены в ст.3.30 Процессуально-исполнительного Кодекса Республики Беларусь об административных правонарушениях.

В число таких должностных лиц входят:

1. должностные лица органов внутренних дел;
2. органов Комитета государственного контроля Республики Беларусь;
3. органов Министерства торговли Республики Беларусь, управлений (отделов) торговли и услуг местных исполнительных и распорядительных органов.

Подготовка дела об административном правонарушении к рассмотрению – первая стадия административного процесса, которая, как и другие стадии, делится на подстадии и состоит из:

1. возбуждения дела (административного процесса);
2. установления фактических обстоятельств по делу (расследование);
3. составления протокола об административном правонарушении (оформление, подтверждение наличия административного правонарушения);
4. направления дела об административном правонарушении по подведомственности для рассмотрения.

Расследование состоит в установлении истины, подтверждении фактов, изложенных в заявлении, сообщении о наличии или отсутствии состава административного правонарушения, что можно достичь только путем доказывания (деятельности, представляющей собой процесс собирания, проверки, оценки доказательств).

Бремя доказывания существует у обеих сторон. У продавца (изготовителя, исполнителя)- обстоятельств, освобождающих от ответственности за неисполнение либо ненадлежащее исполнение обязательства по договору. У потребителя- обязанность доказать, что недостатки товара (работы, услуги), возникшие после передачи его потребителю, имели место в связи с непредоставлением продавцом (исполнителем, изготовителем) надлежащей информации (п. 2 ст. 16 Закона "О защите прав потребителей") и что недостатки товара (работы, услуги) возникли до передачи товара (принятия результатов работы, выполнения услуги)

потребителю или по причинам, возникшим до этого момента (п. 10 ст. 20, п. 6 ст. 21, пп. 8 - 10 ст. 31 Закона "О защите прав потребителей").

Однако основное место занимает доказывание:

- а) присутствие деяния, подпадающего под статью 12.16 Кодекса об административных правонарушениях, время, место, способ и другие обстоятельства совершения административного правонарушения;
- б) виновность лица в совершении административного правонарушения;
- в) характер и размер вреда, причиненного правонарушением, а также иные обстоятельства, влияющие на вид и размер административного взыскания, налагаемого на виновное лицо;
- г) иные обстоятельства, имеющие значение для принятия правильного решения по делу.

Доказательствами могут быть только фактические данные, полученные в установленном Процессуально-исполнительным Кодексом Республики Беларусь об административных правонарушениях порядке из установленного законом источника компетентным должностным лицом.

Фактические данные – это сведения о фактах, а не предположения, которые могут высказать свидетели или потерпевший, то есть данные, отражающие действительное состояние, соответствующее фактам, реальным событиям, отражающим то, что действительно было или есть.

Выделяют две наиболее общие типичные следственные ситуации в зависимости от той информационной картины, которая сложилась у следователя на начальный момент расследования дела по факту обмана потребителей:

1. нарушитель прав и законных интересов известен в начальный момент расследования;
2. нарушитель не обнаружен.

Но это далеко не единственная классификация возможных следственных ситуации при расследовании данной категории дел, а лишь наиболее общая. Каждый конкретный случай обмана влечёт признаки определённой следственной ситуации.

На основании сложившейся следственной ситуации строятся дальнейшие действия лица, ведущего расследование. Для их анализа рассмотрим две наиболее общие типичные следственные ситуации, характерные для обмана потребителей:

1. нарушитель не задержан, и прошло определённое время с момента совершения противоправных действий;

2. нарушитель задержан сразу после совершения противозаконных действий или же во время их совершения.

Первоначальными следственными действиями при первой ситуации являются допрос потерпевшего, свидетелей, осмотр места происшествия, предъявление потерпевшему фотографий подозреваемых для опознания, допрос подозреваемого и т.д. Имеются и некоторые особенности в расследовании. Так, например, свидетели могут быть свидетелями разговора потребителя и продавца (изготовителя, исполнителя). В этих случаях проводится их допрос с целью установления примет второго, взаимоотношений обеих сторон.

На руках у потребителя могут остаться товары, переданные ему продавцом, они должны быть подвергнуты осмотру, а впоследствии может быть проведена экспертиза.

Приступая к месту осмотра места происшествия, необходимо определить, что же именно подлежит осмотру. Эта проблема возникает в результате того, что мест может быть несколько: место возле кассового аппарата, место оказания услуги, место передачи товара в руки потребителя, место хранения товара. При осмотре необходимо обнаружить следы, которые бы могли указать на личность виновного, на механизм совершения противозаконного деяния.

Вторая возможная следственная ситуация-задержание сразу после совершения противозаконных действий или же во время их совершения. Первоначальными следственными действиями могут быть допрос подозреваемого, свидетелей, осмотр места происшествия, допрос подозреваемого и т.д. В данном случае при допросе подозреваемого имеет большое значение фактор неожиданности: лицо не ожидало подобных действий, поэтому не подготовило убедительной версии происходящего. Исходя из этого, целесообразно допрос произвести на месте задержания. В ходе допроса появляется информация о том, первый ли раз подозреваемой лицо совершает обман потребителей, если нет, то совершал ли он ранее аналогичное противозаконное деяние, понёс ли наказание за него, и в каком размере.

После задержания подозреваемых в обмане потребителей большинство из них не сознаётся до того, как их опознают свидетели или потерпевшие. Если подозреваемый отрицает наличие контакта с потерпевшим и пребывание на месте совершения обмана, необходимо получить доказательства, опровергающие его показания, они могут быть при допросе свидетелей, видевших субъекта на месте совершения противозаконного деяния.

В целях проверки и уточнения данных, имеющих значение для дела, возможно проведение следственного эксперимента путём воспроизведения действия, обстановки или иных обстоятельств определённого события. При

этом проверяется возможность восприятия каких-либо фактов, совершения определённых действий, наступления какого-либо события.

Проверка показаний на месте заключается в том, что:

- ранее допрошенное лицо воспроизводит на месте обстановку и обстоятельства исследуемого события;
- отыскивает и указывает предметы, документы, следы, имеющие значение для дела;
- демонстрирует определённые действия;
- показывает, какую роль в исследуемом событии играли те или иные предметы;
- обращает внимание на изменение в обстановке места события, если оно произошло;
- конкретизирует и уточняет свои показания.

Данное следственное действие проводится в случаях, когда возникает необходимость установления новых фактических данных, уточнения места, где совершались проверяемые действия, а также для выявления достоверности показаний путём их сопоставления с обстановкой события, описанной в ранее данных показаниях, которые могут быть проверены или уточнены на месте, связанном с исследуемым событием.

Для устранения существенных противоречий в показаниях ранее допрошенных лиц может быть организована очная ставка между двумя ранее допрошенными лицами, в показаниях которых имеются существенные противоречия.

2.2 Ответственность изготовителя, исполнителя, продавца за нарушение прав потребителей

За нарушение прав потребителя продавец (изготовитель, исполнитель) несет ответственность в соответствии с законодательством или договором.

Гражданско-правовая ответственность за нарушение прав потребителей выражается в возмещении имущественного и компенсации морального вреда.

Гражданская ответственность в форме возмещения убытков предусмотрена ст. 14 и 364 Гражданского кодекса. Согласно ч.1 п. 2 ст. 14 Кодекса, под убытками понимаются:

- 1) реальный ущерб, который представляет собой:
 - а) расходы, которые лицо, чье право нарушено, произвело или должно будет произвести для восстановления нарушенного права;
 - б) утрату или повреждение имущества;
- 2) упущенная выгода, под которой понимаются неполученные доходы, которые это лицо получило бы при обычных условиях гражданского оборота, если бы его право не было нарушено.

«Убытки, причиненные потребителю, подлежат возмещению в полном объеме сверх неустойки, установленной законодательством или договором.

Уплата неустойки и возмещение убытков не освобождают продавца (изготовителя, исполнителя) от исполнения возложенных на него обязательств в натуре перед потребителем» [11, с.8].

Вред, причиненный жизни, здоровью или имуществу гражданина либо имуществу юридического лица вследствие конструктивных, рецептурных или иных недостатков товара, работы или услуги, а также вследствие недостоверной или недостаточной информации о товаре, работе или услуге, подлежит возмещению продавцом или изготовителем товара, лицом, выполнившим работу или оказавшим услугу (исполнителем), независимо от их вины и от того, состоял потерпевший с ними в договорных отношениях или нет.

«Вред, причиненный вследствие недостатков товара, подлежит возмещению по выбору потерпевшего продавцом или изготовителем товара.

Вред, причиненный вследствие недостатков работы или услуги, подлежит возмещению лицом, выполнившим работу или оказавшим услугу.

Вред, причиненный вследствие недостатков товара, работы или услуги, подлежит возмещению, если он возник в течение установленных сроков годности товара, работы или услуги, а если срок годности в соответствии с законодательством не устанавливается, - в течение десяти лет со дня производства товара, выполнения работы или оказания услуги» [2, с.431].

Если в нарушение требований акта законодательства срок годности (устанавливается для товаров с временными потребительскими свойствами, срок, по истечении которого товар считается не пригодным для использования по назначению) или срок службы (устанавливается для товаров длительного пользования, которые по истечению срока могут представлять опасность для жизни, здоровья, наследственности, имущества потребителя и окружающей среды) товара (работы, услуги) не установлены либо лицо, которому продан товар (для которого выполнена работа или оказана услуга), не было предупреждено о необходимых действиях по истечении срока годности или срока службы товара (работы, услуги) и возможных последствиях при невыполнении указанных действий, вред подлежит возмещению независимо от времени его причинения.

Продавец или изготовитель товара, исполнитель работы или услуги освобождаются от ответственности в случае, если докажут, что вред возник вследствие непреодолимой силы (юридическое событие, способное повлечь за собой юридические последствия) или нарушения потребителем установленных правил пользования товаром, результатами работы, услуги или их хранения.

Компенсация морального вреда (физических или нравственных страданий), причиненного потребителю вследствие нарушения изготовителем (исполнителем, продавцом) прав потребителя, предусмотренных законодательством, осуществляется причинителем вреда при наличии его вины. Компенсация морального вреда осуществляется независимо от вины причинителя вреда в случаях, когда вред причинен жизни или здоровью гражданина источником повышенной опасности.

«Компенсация морального вреда осуществляется независимо от подлежащего возмещению имущественного вреда. Компенсация морального вреда осуществляется в денежной форме.

Размер компенсации морального вреда определяется судом в зависимости от характера причиненных потребителю физических и нравственных страданий, а также степени вины причинителя вреда в случаях, когда его вина является основанием для возмещения вреда. При определении размера

компенсации морального вреда должны учитываться требования разумности и справедливости.

Характер физических и нравственных страданий оценивается судом с учетом фактических обстоятельств, при которых был причинен моральный вред, и индивидуальных особенностей потерпевшего» [2, с.434].

Говоря о возмещении вреда, нельзя не отметить, что зачастую возникает вопрос о том, как соотносятся понятия убытков и вреда. С одной стороны, эти понятия имеют точку соприкосновения, в особенности при причинении вреда имуществу, заключающуюся в том, что возникновение убытков фактически является следствием причинения вреда. Также можно утверждать, что понятием "убытки" обозначается количественная или стоимостная оценка вреда. Например, в результате причинения вреда имуществу у потерпевшей стороны возникают убытки в виде реального ущерба, оцениваемые исходя из суммы, на которую снизилась стоимость имущества или которая израсходована на устранение последствий причинения вреда. С другой стороны, в некоторых аспектах понятия "вред" и "убытки" точек соприкосновения не имеют. Например, при причинении физическому лицу морального вреда убытки в смысле ст. 14 ГК у него не возникнут.

Большинство правоведов, в том числе и отечественных (например, Малашко А. П., главный советник процессуально-правового отдела Экономического Суда Содружества Независимых Государств, член Белорусского республиканского союза юристов»), сходятся во мнении, что убытки- это денежная оценка имущественных потерь (изменений имущественного положения лица), образовавшихся в результате умаления принадлежащих ему благ. А вред-это юридическая квалификация ущерба (конкретного результата, натурального последствия правонарушения) как умаления того или иного охраняемого правом блага.

Нельзя не коснуться вопроса о юридической ответственности в сфере розничной торговли, которая чаще всего встречается в нашей повседневной жизни. Розничная купля-продажа - это договорные отношения между продавцом и покупателем. Следовательно, при неисполнении или ненадлежащем исполнении одной из сторон своих обязательств для нарушившей условия договора стороны наступает гражданская ответственность.

Гражданская ответственность применительно к договору розничной купли-продажи - это ответственность его сторон за неисполнение или ненадлежащее исполнение ими своих обязательств по этому договору. Формы, основания и размеры такой ответственности могут быть установлены законодательством, а также договором. Так, согласно п. 1 ст. 15 Закона Республики Беларусь от 09.01.2002 N 90-З "О защите прав потребителей" за

нарушение прав потребителя продавец (изготовитель, поставщик, представитель, ремонтная организация) несет ответственность в соответствии с законодательством и (или) договором.

При установлении сторонами гражданской ответственности в договоре розничной купли-продажи необходимо соблюдение следующих правил:

1) в договоре розничной купли-продажи может быть установлена гражданская ответственность сторон, не предусмотренная законодательством, но и не противоречащая ему. Так, согласно ч. 1 п. 19 постановления Пленума Верховного Суда Республики Беларусь от 24.06.2010 N 4 "О практике применения судами законодательства при рассмотрении дел о защите прав потребителей" законодательством, а также договором между потребителем и продавцом (изготовителем, поставщиком, представителем, ремонтной организацией) за нарушение прав потребителя может быть установлена ответственность, которая Законом не предусмотрена;

2) в договоре розничной купли-продажи могут быть установлены другие размеры гражданской ответственности (например, пени) по сравнению с установленными законодательством, если нормы законодательства, в том числе устанавливающие размеры ответственности, предусматривают право сторон на установление в договоре иного размера ответственности. Так, согласно ч. 1 п. 19 постановления законодательством, а также договором между потребителем и продавцом (изготовителем, поставщиком, представителем, ремонтной организацией) за нарушение прав потребителя может быть установлена более высокая ответственность, чем в Законе. Следовательно, поскольку Постановление допускает только увеличение размера ответственности по соглашению сторон договора розничной купли-продажи, уменьшение ее размера в этом договоре не допускается. При включении в договор розничной купли-продажи условия об уменьшении размера ответственности по сравнению с предусмотренным Законом такое условие будет считаться ничтожным на основании ст. 169 и 181 Гражданского кодекса Республики Беларусь;

3) в договор розничной купли-продажи не может быть включено условие об исключении гражданской ответственности сторон, установленной законодательством, если самим законодательством не предусмотрена возможность такого исключения. Данное условие будет считаться ничтожным на основании ст. 169 и 181 Гражданского кодекса.

На основании п. 1 ст. 14 и п. 1 ст. 364 Кодекса, сторона, допустившая любое нарушение своих обязательств по договору розничной купли-продажи, обязана возместить другой стороне убытки, причиненные данным нарушением. Законодательством в области розничной купли-продажи предусмотрен ряд конкретных случаев возмещения убытков, причиненных неисполнением или ненадлежащим исполнением сторонами договора розничной купли-продажи.

1. Поскольку договор розничной купли-продажи является публичным договором (п. 1 ст. 396 Гражданского кодекса), отказ продавца - коммерческой организации от заключения этого договора при наличии возможности предоставить потребителю соответствующие товары не допускается (п. 3 ст. 396 ГК). При необоснованном уклонении от заключения договора розничной купли-продажи продавец - коммерческая организация должен возместить покупателю причиненные этим убытки (ч.2 п.4 ст. 415 ГК).

2. На основании п. 3 ст. 465 ГК, а также ч.1 п.1 ст. 16 Закона продавец обязан возместить покупателю убытки, причиненные непредоставлением покупателю возможности незамедлительно получить в месте продажи информацию о товаре. Согласно ч. 1 п. 1 ст. 16 Закона в рассматриваемом случае требование о возмещении убытков при наличии оснований может быть предъявлено потребителем также изготовителю, поставщику, представителю. При этом согласно ч.3 п.11 Постановления несоблюдение правил о языке предоставления информации, установленных ч.1 п.9 ст.7 Закона, расценивается как непредоставление необходимой информации о товаре с наступлением последствий, предусмотренных ст. 16 Закона.

Согласно п. 1 ст. 311 Гражданского кодекса Республики Беларусь неустойкой (штрафом, пеней) признается «определенная законодательством или договором денежная сумма, которую должник обязан уплатить кредитору, если иное не предусмотрено законодательными актами, в случае неисполнения или ненадлежащего исполнения обязательства, в частности в случае просрочки исполнения» [2, с.115].

При этом штраф представляет собой выплату, которая исчисляется единовременно за то или иное нарушение условий договора. Штраф может быть установлен законодательством или договором за любое нарушение условий договора. Пеня, в свою очередь, устанавливается, как правило, за нарушение сроков исполнения тех или иных обязательств и начисляется по установленной законодательством или договором ставке за каждый день просрочки исполнения обязательства до дня его фактического исполнения.

Исходя из данного определения можно сделать вывод, что гражданская ответственность в форме неустойки может быть предусмотрена договором розничной купли-продажи или законодательством. В последнем случае неустойка является законной, ее уплаты от стороны, нарушившей условия договора розничной купли-продажи, вторая сторона вправе требовать независимо от того, предусмотрена ли обязанность ее уплаты соглашением сторон (п. 1 ст. 313 Кодекса). Размер законной неустойки может быть изменен соглашением сторон, если законодательство этого не запрещает (п. 2 ст. 313 Кодекса).

Следует отметить, что в большинстве случаев неустойка, уплачиваемая в связи с нарушением условий договора розничной купли-продажи, является законной. Так, Законом Республики Беларусь от 09.01.2002 N 90-З "О защите прав потребителей" предусмотрены следующие случаи уплаты неустойки потребителю.

1. Согласно п. 4 ст. 28 Закона за нарушение сроков удовлетворения требования потребителя о возврате уплаченной за товар денежной суммы при возврате потребителем товара надлежащего качества продавец уплачивает потребителю за каждый день просрочки неустойку в размере одного процента цены товара на день его реализации потребителю.

2. Согласно ч.1 п.1 ст. 26 Закона за нарушение сроков удовлетворения требований потребителя, связанных с передачей ему товара ненадлежащего качества (п. 1 ст. 22, п. 1 ст. 23, ст. 25 Закона), продавец (изготовитель, поставщик, представитель, ремонтная организация), допустивший такое нарушение, уплачивает потребителю за каждый день просрочки неустойку в размере одного процента цены товара. Цена товара как база для исчисления пени в рассматриваемом случае определяется:

1) исходя из цены товара аналогичной модели (марки, типа, артикула и др.), существующей на момент выплаты неустойки продавцом (изготовителем, поставщиком, представителем, ремонтной организацией) или на день вынесения судебного решения, если требование не было удовлетворено добровольно (ч.2 п.1 ст.26 Закона). Таким образом, следует иметь в виду, что при просрочке безвозмездного устранения недостатков товара пеня начисляется не на цену, по которой потребителем был приобретен данный товар, а на цену аналогичного товара, установленную на момент выплаты неустойки или на день вынесения судебного решения, за исключением случая, указанного в следующем подпункте настоящего пункта. При этом, однако, ч.2 п.1 ст. 26 Закона не дает ответа на вопрос, должен ли потребитель при расчете пени применять цену на аналогичный товар, установленную у данного продавца, или вправе использовать наиболее высокую цену на аналогичный товар, установленную другими продавцами;

2) исходя из цены товара на день его реализации потребителю, если на день реализации потребителю товара его цена была выше, чем цена аналогичного товара на момент выплаты неустойки или на день вынесения судебного решения (ч.2 п.1 ст.26 Закона).

3. Согласно ч.1 п.1 ст. 26 Закона за нарушение сроков предоставления потребителю на период безвозмездного устранения недостатков товара (ремонта) или на период замены товара безвозмездно во временное пользование аналогичного товара (ч.1 п.2 ст.22 и ч.1 п.2 ст. 23 Закона) продавец (изготовитель, поставщик, представитель, ремонтная организация),

допустивший такое нарушение, уплачивает потребителю за каждый день просрочки неустойку в размере одного процента цены товара. Цена товара для целей исчисления пени за рассматриваемое нарушение определяется аналогично цене товара для исчисления пени за нарушение сроков удовлетворения требований потребителя, связанных с передачей ему товара ненадлежащего качества (ч.2 п.1 ст.26 Закона).

4. Согласно ч.1 п. 1 ст. 26 Закона за нарушение сроков удовлетворения требования потребителя о возврате суммы предварительной оплаты за товар и полном возмещении убытков в случае, если продавец, получивший сумму предварительной оплаты, не исполняет обязанности по передаче товара потребителю в установленный договором срок, продавец (изготовитель, поставщик, представитель, ремонтная организация), допустивший такое нарушение, уплачивает потребителю за каждый день просрочки неустойку в размере одного процента цены товара. Цена товара для целей исчисления пени за рассматриваемое нарушение определяется аналогично цене товара для исчисления пени за нарушение сроков удовлетворения требований потребителя, связанных с передачей ему товара ненадлежащего качества (ч.2 п.1 ст. 26 Закона).

Согласно п. 20 постановления Пленума Верховного Суда Республики Беларусь от 24.06.2010 N 4 "О практике применения судами законодательства при рассмотрении дел о защите прав потребителей" неустойка в размере, предусмотренном ст. 26 Закона, взыскивается за каждый день просрочки выполнения требований, указанных в ст. 22 - 25 Закона.

Началом течения срока исчисления неустойки за несвоевременное устранение недостатков товара, несвоевременную замену товара с недостатками либо нарушение срока возврата суммы предварительной оплаты за товар, а также соразмерное уменьшение покупной цены товара ненадлежащего качества, возмещение расходов на устранение недостатков товара, расторжение договора розничной купли-продажи и возврат уплаченной за товар ненадлежащего качества денежной суммы является:

1) время обращения потребителя к продавцу (изготовителю, поставщику, представителю, ремонтной организации), когда возможно незамедлительное устранение недостатков или выполнение перечисленных действий;

2) если Законом установлены сроки для устранения недостатков товара или удовлетворения требований потребителя, когда незамедлительное устранение недостатков товара или выполнение требований потребителя невозможно, то течение срока исчисления неустойки начинается с момента истечения этих сроков.

Если потребитель в связи с нарушением продавцом (изготовителем) названных сроков предъявил иное требование, предусмотренное ст. 20 Закона,

неустойка за нарушение этих сроков взыскивается до предъявления потребителем нового требования (ч.3 п.20 Постановления). Если продавцом (изготовителем) наряду с нарушением сроков устранения недостатков товара, сроков замены товара не выполнено или несвоевременно выполнено также требование о предоставлении на период устранения недостатков или замены в безвозмездное пользование потребителя аналогичного товара, неустойка взыскивается за каждое допущенное нарушение.

Таким образом, вкратце можно перечислить следующие правила исчисления неустойки, предусмотренной ст. 26 Закона:

1) неустойка по установленной ч.1 п. 1 ст. 26 Закона ставке исчисляется за каждый день просрочки удовлетворения соответствующих требований потребителя;

2) исчисление неустойки начинается со дня, с которого продавец считается просрочившим удовлетворение требований потребителя, а именно:

а) со дня предъявления потребителем соответствующего требования, если было возможно незамедлительное удовлетворение данного требования;

б) со дня, следующего за последним днем установленного согласно ст. 22 - 25 Закона предельного срока, в течение которого требование потребителя должно быть удовлетворено;

3) при предъявлении потребителем нового требования в связи с нарушением продавцом срока удовлетворения предыдущего требования исчисление пени за просрочку удовлетворения предыдущего требования прекращается со дня предъявления потребителем нового требования;

4) при предъявлении потребителем наряду с требованием о безвозмездном устранении недостатков или замене товара требования о предоставлении на время устранения недостатков или замены в безвозмездное пользование аналогичного товара и просрочке удовлетворения продавцом обоих требований неустойка исчисляется за просрочку удовлетворения каждого из этих требований потребителя.

Следует также отметить, что на основании ч.1 ст. 314 Кодекса суд вправе уменьшить исчисленную потребителем неустойку, если она явно несоразмерна последствиям нарушения обязательства. Например, неустойка может рассматриваться как явно несоразмерная последствиям нарушения обязательства, если ее сумма превышает стоимость товара, замены которого требует потребитель, сумму денежных средств, уплаченных за товар, возврата которых требует потребитель в связи с расторжением договора розничной купли-продажи, и др.

Договором розничной купли-продажи за неисполнение или ненадлежащее исполнение сторонами своих обязательств может быть установлена неустойка, не предусмотренная законодательством.

В частности, согласно ч.2 п. 15 Инструкции о порядке продажи товаров в кредит, утвержденной приказом Министерства торговли Республики Беларусь от 29.04.1996 N 36, за несвоевременное внесение очередных платежей в кассу торгового предприятия покупатели уплачивают торговому предприятию пеню в установленном законодательством порядке, если это предусмотрено договором. Ч.1 п. 15 Инструкции предусматривает возможность установления в договоре розничной купли-продажи пени для организации (индивидуального предпринимателя), осуществляющей удержание из дохода, выплачиваемого покупателю, и перечисление продавцу платежей в счет оплаты товара, проданного в кредит, за неполное удержание с покупателей очередных платежей или несвоевременное перечисление продавцу удержанных в погашение кредита денег. Очевидно, что для установления в договоре указанной пени данная организация (индивидуальный предприниматель) должна являться третьей стороной договора розничной купли-продажи.

Согласно ст. 475 ГК в случае неисполнения продавцом обязательства по договору розничной купли-продажи возмещение убытков и уплата неустойки не освобождают продавца от исполнения обязательства в натуре. Таким образом, даже при условии полного возмещения убытков и выплаты неустойки покупателю продавец остается обязанным передать товар покупателю.

Ч.3 п. 15 Инструкции предусмотрено, что при просрочке покупателем уплаты двух очередных взносов вся сумма задолженности и пеня от просроченной суммы за каждый день просрочки взыскиваются независимо от наступления сроков очередных платежей, если это предусмотрено договором.

Пункт 8 Постановления устанавливает, что при подготовке дела к судебному разбирательству суду следует предложить истцу представить:

1) доказательства, свидетельствующие о наличии между ним и продавцом (изготовителем) гражданско-правового договора, определяющего права и обязанности сторон (договор, акт, чек, расписку, накладные и другие документы);

2) расчет убытков, неустойки, которые, по мнению истца, должны быть возмещены ответчиком.

Из этого следует, что и при предъявлении покупателем продавцу требования об уплате неустойки и возмещении убытков до обращения в суд это требование не подлежит удовлетворению, если покупатель не обосновал требуемые суммы расчетами и не представил доказательств в подтверждение достоверности расчетов.

Статья 9.24 Кодекса об административных правонарушениях предусматривает административную ответственность за нарушение законодательства о книге замечаний и предложений.

Согласно абз.13 ст. 1 Закона Республики Беларусь от 18.07.2011 N 300-3 "Об обращениях граждан и юридических лиц", книга замечаний и предложений - документ единого образца, предназначенный для внесения замечаний (заявлений и жалоб) и (или) предложений о деятельности организации, индивидуального предпринимателя, качестве производимых (реализуемых) ими товаров, выполняемых работ, оказываемых услуг.

Положение о порядке выдачи, регистрации, ведения и хранения книги замечаний и предложений утверждено постановлением Совета Министров Республики Беларусь от 16.03.2005 N 285 "О некоторых вопросах организации работы с книгой замечаний и предложений и внесении изменений и дополнения в некоторые постановления Совета Министров Республики Беларусь". Согласно абз. 1 ст. 9.24 Кодекса административная ответственность по статье 9.24 наступает в случае совершения следующих нарушений законодательства о книге замечаний и предложений:

1) отсутствие книги замечаний и предложений. Согласно п. 5 ст. 24 Закона об обращениях граждан, а также ч.1 п.3 Положения о книге замечаний, книга замечаний и предложений выдается организациям и индивидуальным предпринимателям налоговым органом по месту постановки на учет организации, индивидуального предпринимателя. Документы, которые необходимо представить в налоговый орган для получения книги замечаний и предложений, определены п. 2.30 единого перечня административных процедур, осуществляемых государственными органами и иными организациями в отношении юридических лиц и индивидуальных предпринимателей, утвержденное постановлением Совета Министров Республики Беларусь от 17.02.2012 N 156 "Об утверждении единого перечня административных процедур, осуществляемых государственными органами и иными организациями в отношении юридических лиц и индивидуальных предпринимателей, внесении дополнения в постановление Совета Министров Республики Беларусь от 14 февраля 2009 г. N 193 и признании утратившими силу некоторых постановлений Совета Министров Республики Беларусь". Согласно ч.2 п.1 ст. 24 Закона об обращениях граждан, а также п. 12 Положения о книге замечаний книга ведется:

- а) в организации;
- б) в обособленных подразделениях организации, расположенных вне места нахождения организации;
- в) у индивидуального предпринимателя;
- г) в местах реализации ими товаров, выполнения работ, оказания услуг в соответствии с перечнем мест реализации организациями, индивидуальными предпринимателями товаров, выполнения работ, оказания услуг, в которых

ведется книга замечаний и предложений, утвержденным Постановлением N 285;

2) нарушение руководителем организации или уполномоченным лицом, ответственным за ведение книги замечаний и предложений, либо индивидуальным предпринимателем порядка ведения книги замечаний и предложений в организации, ее обособленных подразделениях, расположенных вне места нахождения организации, у индивидуального предпринимателя, а также в местах реализации ими товаров. Данное нарушение имеет место при нарушении любых норм Закона об обращениях граждан и Положения о книге замечаний, касающихся порядка ведения книги замечаний и предложений: незаполнение реквизитов книги замечаний и предложений (ч.1 п.4 ст. 24 Закона об обращениях граждан, п. 14 Положения о книге замечаний), нарушения правил хранения книги замечаний и предложений (п. 16 Положения о книге замечаний), неприобщение копий ответов гражданам к книге замечаний и предложений (ч.2 п.4 ст. 24 Закона об обращениях граждан, п. 17 Положения о книге замечаний) и др.;

3) непредъявление книги замечаний и предложений по первому требованию гражданина. Обязанность организации, индивидуального предпринимателя предъявить книгу замечаний и предложений по первому требованию гражданина установлена п. 2 ст. 24 Закона об обращениях граждан, а также п.2 Положения о книге замечаний. При этом запрещается требовать от гражданина предъявления документов, удостоверяющих личность, или объяснения причин, вызвавших необходимость внесения замечания и (или) предложения (п. 2 Положения о книге замечаний);

4) нарушение установленного срока рассмотрения изложенных в книге замечаний и предложений. Указанный срок определяется в соответствии с п. 3 ст. 17 Закона об обращениях граждан, согласно которому письменные обращения, в том числе изложенные в книге замечаний и предложений, должны быть рассмотрены, если иной срок не установлен законодательными актами:

а) не позднее пятнадцати дней;

б) обращения, требующие дополнительного изучения и проверки, - не позднее одного месяца, если иной срок не установлен законодательными актами;

в) исходя из ч.2 п.3 ст.17 Закона об обращениях граждан в случае, если для решения изложенных в обращениях вопросов необходимы совершение определенных действий (выполнение работ, оказание услуг), получение информации из иностранного государства в сроки, превышающие месячный срок, месячный срок рассмотрения замечаний и предложений может быть продлен. В этом случае заявители в пятидневный срок со дня продления срока

рассмотрения обращений уведомляются о причинах превышения месячного срока и сроках совершения указанных действий (выполнения работ, оказания услуг) или сроках рассмотрения обращений по существу.

Гражданская ответственность субъекта не исключает возможность его одновременного привлечения к административной или уголовной ответственности, если в действиях (бездействии) данного субъекта имеется состав административного правонарушения или преступления.

В отношении виновных лиц может быть применена административная или уголовная ответственность.

«Административная ответственность выражается в применении административного взыскания к физическому лицу, совершившему административное правонарушение, а также к юридическому лицу, признанному виновным и подлежащему административной ответственности в соответствии с Кодексом об административных правонарушениях Республики Беларусь.

Административная ответственность основывается на принципах законности, равенства перед законом, неотвратимости ответственности, виновной ответственности, справедливости и гуманизма» [4, с.5].

В Кодексе об административных правонарушениях предусмотрена ответственность за совершение административных правонарушений в области охраны окружающей среды, торговли, транспорта и сельского хозяйства, посягающие на права и интересы потребителей (например, ст. 12.15. - нарушение законодательства о рекламной деятельности; ст. 12.16-обман потребителей; ст. 12.17.- нарушение правил торговли и оказания услуг).

Для привлечения к административной ответственности за обман потребителей не требуется получения виновным сумм, превышающих стоимость реализованных товаров (работ, услуг), то есть получения наживы, не имеет значения размер наживы при обмане потребителей.

Запрещается продажа несовершеннолетним в возрасте до 18 лет алкогольных напитков, пива, табачных изделий, игральные карты, а несовершеннолетним в возрасте до 15 лет-также спичек, зажигалок, ядохимикатов и горючих жидкостей, пиротехнических игрушек. В спорном случае покупатель обязан предъявить документ, подтверждающий его возраст.

«Уголовный кодекс Республики Беларусь определяет, какие общественно опасные деяния являются преступлениями, закрепляет основания и условия уголовной ответственности, устанавливает наказания и иные меры уголовной ответственности, которые могут быть применены к лицам, совершившим преступления, а также принудительные меры безопасности и лечения в отношении лиц, совершивших общественно опасные деяния.

Уголовная ответственность в Республике Беларусь основывается на принципах законности, равенства граждан перед законом, неотвратимости ответственности, личной виновной ответственности, справедливости и гуманизма» [9, с.2].

Уголовным кодексом Республики Беларусь предусмотрена ответственность за нарушение прав потребителей, связанных с предоставлением потребителю заведомо ложной информации, с качеством товара и его безопасностью (например, ст.ст. 250, 257).

Обман потребителей влечёт уголовную ответственность при наличии хотя бы одного из признаков, предусмотренных статьёй 257 Уголовного кодекса:

1. по части первой статьи 257 Кодекса, т.е. административная преюдиция или значительный размер;
2. по части второй статьи 257, т.е. совершение обмана группой лиц по предварительному сговору, либо совершение обмана лицом, ранее судимым за обман потребителей, либо крупный размер.

В соответствии со статьёй 32 Уголовного кодекса, административная преюдиция означает, что уголовная ответственность наступает, «если деяние совершено в течение года после наложения административного взыскания за такое же нарушение» [9, с.17].

Согласно примечанию к статье 257 Кодекса, «обманом потребителей в значительном размере признаётся обман, размер наживы от которого превышает половину размера базовой величины, установленного на день совершения преступления» [9, с.150]. В данном случае под наживой понимается имущественная выгода, прибыль, полученная виновным от совершения обмана потребителей. Для наступления ответственности за обман потребителей в значительном размере не требуется наличия административной преюдиции.

С учётом положений статьи 17 Уголовного Кодекса, обман потребителей считается совершённым группой лиц по предварительному сговору, если в группе участвовало двое или более лиц, заранее договорившихся о совместном совершении преступления. При совершении обмана потребителей группой лиц по предварительному сговору для наступления ответственности не требуется наличия административной преюдиции, или судимости, или значительного либо крупного размера наживы.

Совершение обмана потребителей лицом, ранее судимым за обман потребителей, означает, что лицо, будучи ранее осужденным по части первой или части второй статьи 257 Уголовного кодекса, вновь совершает обман потребителей в течение сроков судимости. При этом для наступления

административной ответственности не требуется наличия административной преюдиции или значительного либо крупного размера наживы.

В тех случаях, когда в действиях виновного имеются признаки единого продолжаемого преступления (то есть, осуществляется обман потребителей в значительном или крупном размере в результате совершения нескольких тождественных действий, объединённых единым умыслом), размер полученной от обмана потребителей наживы определяется путём суммирования денежных средств, полученных в результате обмана всех потребителей, а не суммы, полученной обманым путём с каждого из потерпевших. Если же разрозненные случаи обмана потребителей не охватывались единым умыслом, а разовый обман не превышает значительно размера, ответственность по статье 257 исключается и виновный подлежит административной ответственности.

Стоит уделить внимание дискуссиям в правовой сфере, связанным с ответственностью за обман потребителей по Уголовному кодексу. А именно, из какого формального критерия исходил законодатель, определяя базовый нижний порог, необходимый для привлечения лица к уголовной ответственности в размере половины базовой величины? Если обман потребителей - это экономическое преступление (судя по месту нахождения ст. 257 в Кодексе), то почему оно таким существенным образом (причем многократным) отличается от иных подобных преступлений?

Здесь также следует сказать о том, что описание составов преступлений против порядка осуществления экономической деятельности и признание их преступными на основании таких криминообразующих признаков, как получение дохода («наживы» - в терминологии ст. 257 Кодекса) или причинение ущерба, проведено бессистемно (например, непонятно, по каким причинам законодатель признает преступлением невозвращение из-за границы валюты (ст. 225 Кодекса) в особо крупном размере (в 2 тыс. базовых величин), а незаконное распоряжение денежными средствами, находящимися на банковских счетах субъекта хозяйствования (ст. 2341 Кодекса) в крупном размере (в 1 тыс. базовых величин)).

Законодатель, очевидно, испытывает значительные трудности при определении последствий экономических преступлений, требующих взвешивания причиненного ущерба и полученных выгод.

Также непонятно, по каким соображениям условием для привлечения лица к уголовной ответственности явилось совершение лицом обмана потребителей в течение года после наложения административного взыскания за такое же нарушение (административная преюдиция). Разве может повторное совершение административного проступка в торговой сфере рассматриваться в качестве обстоятельства, резко повышающего общественную опасность лица, допустившего такой торговый обман (по сути, привилегированный случай

мошенничества)? Следуя этой логике, непонятно, почему законодатель сегодня не рассматривает как преступление повторное мелкое хищение (а сюда и включается мелкое мошенничество), а наоборот, посчитал необходимым исключить в 2006 году уголовную ответственность (ст. 213 УК) за повторное мелкое хищение.

Вообще, об административной преюдиции при обмане потребителей следует сказать особо. Вряд ли обоснованно административную преюдицию связывать с имущественным преступлением, коим и является, по сути, обман потребителей. Основу криминализации должно все-таки составлять общественно опасное деяние лица, которое причиняет или может причинить существенный вред правоохраняемым интересам, а не личность лица, совершившего правонарушение. Общественная опасность экономического преступления не может быть связана с опасными свойствами личности такого «преступника».

Преступность деяния в сфере экономики должна ставиться в зависимость от качественных признаков этого деяния, а не от количества совершения неправомерных деяний (правонарушений) в экономике, ибо между преступлениями и проступками в экономике не количественное, а качественное различие.

ГЛАВА 3 НАЦИОНАЛЬНАЯ СИСТЕМА РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ В СФЕРЕ ЗАЩИТЫ ПРАВ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ

3.1 Международный опыт в расследовании преступлений об обмане потребителей

Современное понятие “защита прав потребителей” имеет глубокие исторические корни.

Первый протест потребителей, имеющий документальное подтверждение, зафиксирован в 1775 г. в штате Массачусетс, когда продавцы испорченной пищи были приговорены к позорному столбу. На проблему защиты прав потребителей стало обращать внимание государство и формировать законодательную базу для этой защиты. В 1890 г. был принят антитрестовский закон Шермана (Scheerman Antitrust Act), ограничивающий влияние большого бизнеса на сдерживание конкуренции.

Но как массовое явление движение потребителей получило своё развитие в начале 20 в. Вначале внимание потребителей было обращено на сферу питания, включая производство и реализацию продуктов питания. В это время была написана знаменитая книга «Джунгли», которая рассказывала о стандартах безопасности, которые надо соблюдать при производстве мясной продукции. Книга имела большой общественный резонанс и отчасти привела к

тому, что на законодательном уровне в 1906 г. было принято решение о создании государственного органа «Администрация по надзору за питанием и медикаментами», который до сегодняшнего дня остаётся одним из ведущих в этой области.

Консьюмеризм (consumerism)-это общественное движение, направленное на обеспечение прав потребителей. Одной из целей консьюмеризма является регулирование деятельности производителей и продавцов товаров, а также других участников рынка.

Эволюция защиты прав потребителей (consumerism) берёт своё начало в Соединённых Штатах Америки.

Впервые в мировой истории в защиту прав потребителей выступил глава государства- президент США Джон Кеннеди в 1961 г. в своём “Послании к Конгрессу ”. 15 марта 1962 г. Дж. Кеннеди вновь обратился к парламенту и одновременно к общественным организациям с призывом признать за потребителями четыре основных права:

- право на безопасность товаров и услуг;
- право на информацию;
- право на выбор товаров и услуг на конкурентной основе;
- право быть выслушанными.

Провозглашённые Дж.Кеннеди права потребителей явились фундаментальными, на их защиту и в настоящее время ориентированы правительства государств мирового сообществ.

Однако консьюмеризм не чисто американское явление. Забота о потребителях побудила мировое сообщество выработать единые принципы и создать системы государственной защиты прав потребителей.

Процессы глобализации социально-экономических отношений в мире придали консьюмеризму межнациональный характер.

Значимую роль в деле защиты прав потребителей сыграли и играют общественные объединения потребителей. В настоящее время самым крупным считается Consumers International.

Международная организация союзов потребителей (International Organization of Consumers Unions) была образована в 1960 г. небольшой группой потребительских организаций, целью которых было объединение союзов потребителей всего мира. В 1995 г. организация была переименована в Consumers International (CI). Главное управление организации находится в Лондоне (Великобритания).

В CI входят две организации Республики Беларусь: Белорусское общество защиты прав потребителей (БОЗП) и Минское общество защиты потребителей.

У СИ есть две главные задачи:

1. представлять точку зрения потребителя на международных межправительственных уровнях и влиять на выработку решений в контактах между правительствами в деятельности крупных межправительственных организаций;
2. помогать развитию потребительского движения во всём мире.

В основе политики СИ лежат восемь основополагающих прав потребителей:

1. право на удовлетворение основных потребностей потребителя;
2. право на благоприятную окружающую среду;
3. право на безопасность;
4. право на возмещение убытков;
5. право быть услышанным;
6. право на информацию;
7. право на потребительское образование;
8. право на выбор.

На современном этапе развития потребительского движения Consumers International, с учётом изменившегося положения потребителя на мировом рынке и в мировом сообществе в целом, выработала новые стратегические направления деятельности:

1. Пропаганда потребления, не носящего вред окружающей среде.
2. Прекращение экспорта вредных продуктов и технологий и удаление таких продуктов с рынка, предотвращение экспорта и продаж опасных продуктов, не прошедших необходимые исследования на безопасность.
3. Работа с международными органами для выработки общемировых стандартов.
4. Пропаганда уменьшения использования антибиотиков и гормонов в виде пищевых добавок, если их количество не проверено.
5. Пропаганда соответствующей маркировки продуктов, особенно если при их производстве использовались продукты, полученные с помощью генной инженерии.
6. Контроль производства продуктов, которые теоретически могут стать источниками болезней.
7. Пропаганда качественных заменителей натуральных продуктов.

8. Регулирование применения пестицидов с точки зрения безопасности для здоровья потребителей и пропаганда потребления продуктов, произведённых без пестицидов.

Забота об экономическом процветании и социальном спокойствии побудила отдельные государства, а затем и мировое сообщество выработать единые принципы и создать системы государственной защиты прав потребителей. В 1973 г. Европейский союз на 25-й сессии Консультативной ассамблеи принял Хартию защиты потребителей. 9 апреля 1985 г. Генеральная Ассамблея ООН приняла Руководящие принципы для защиты интересов потребителей (резолюция 39/248 Генеральной Ассамблеи). К числу основополагающих прав потребителей ООН относит:

- защиту от ущерба здоровью;
- право на безопасность;
- охрану их экономических интересов;
- право на информацию;
- просвещение потребителей;
- наличие эффективных процедур рассмотрения жалоб;
- право на здоровую окружающую среду;
- право на выражение своих интересов.

Согласно названному документу государства берут на себя обязательства по защите прав интересов населения на рынке товаров и услуг. Республика Беларусь, являясь полноправным членом мирового сообщества, присоединилась к Решению ООН, подписала вышеуказанную Резолюцию.

Руководящие принципы для защиты интересов потребителей предусматривают, с одной стороны, систему государственной защиты интересов потребителей на национальном уровне, с другой – право независимой общественно-правовой защиты этих интересов со стороны организаций потребителей. Одним из первых результатов реализации Руководящих принципов в нашей стране явилось образование в 1989 г. Белорусского общества защиты потребителей (БОЗП), представляющего собой национальное общественное движение потребителей в защиту прав и законных интересов по удовлетворению запросов на качественные товары, работы и услуги.

Беларусь подписала соглашение о согласованной политике в странах Содружества Независимых Государств в этой сфере. Создан Консультативный совет по защите прав потребителей государств — участников СНГ. Основными задачами совета является содействие развитию и углублению сотрудничества, формированию эффективной политики в сфере защиты прав потребителей и равных условий для граждан в государствах — участниках СНГ, а также созданию условий для защиты их потребительских прав и интересов.

Кроме того, в мире действуют:

- Европейское бюро потребительских союзов (в Брюсселе с 1962 г.);
- Британская ассоциация потребителей (с 1957 г.);
- Федеральный союз потребителей (во Франции-с 1951 г.);
- Национальное общество защиты потребителей (в Австрии – с 1976 г.);
- Всепольская федерация потребителей (с 1981 г.);
- Союз китайских потребителей (с 1984 г.) и др.

Защищает интересы потребителей и Международная организация по стандартизации (ISO), включающая национальные и государственные системы стандартизации. Наиболее известными из них являются Американский национальный институт стандартов (ANSI), Институт стандартизации Германии (DIN), Британская организация по стандартизации (BSI), Французская ассоциация по стандартизации (AFNOR).

3.2 Государственная и общественная защита прав потребителей в Республике Беларусь

Национальное общественное движение потребителей за свои права и интересы в Республике Беларусь имеет свои этапы развития.

Начало первого этапа национального движения можно определить серединой 80-х гг. Это был период формирования общественного движения потребителей, развития сознания, что потребитель является главным действующим лицом на потребительском рынке, лицом, для удовлетворения запросов которого должны работать предприятия товаропроизводства, торговли и сферы различных видов услуг.

Второй этап-это период 1991-1994 гг., когда произошло разделение республик бывшего СССР на независимые государства. Общественное потребительское движение получило сильную правовую поддержку после выхода Закона СССР "О защите прав потребителей", который начал действовать с 1 января 1992 г., когда государства СССР как такового уже не существовало. Однако законодательство СССР, не противоречащее законодательству независимых государств, действовало в Республике Беларусь до принятия аналогичного Закона.

Важным вкладом в становление и развитие национального общественного потребительского движения явилось принятие по инициативе БОЗП Закона Республики Беларусь "О защите прав потребителей", вступившего в законную силу с 1 января 1994 г. С этого момента начался третий этап развития национального потребительского движения в Беларуси на основе законодательства по защите прав потребителей и создания многочисленной сети национальных организаций по защите прав потребителей. Главная задача этих организаций - содействовать демократическому переустройству Беларуси, переходу к рыночным отношениям, где потребитель должен занять прочное положение на рынке товаров, работ, услуг, а, следовательно, содействовать реализации прав человека на достойную жизнь.

С 2000 года в нашей стране на государственном уровне учрежден День прав потребителей – 15 марта. День прав потребителей совпадает еще с одним государственным праздником в Беларуси – Днем конституции. Традиционно в рамках проведения Дня потребителя в средствах массовой информации широко освещаются вопросы защиты прав потребителей. В горрайисполкомах проводятся "горячие линии" по вопросам потребительской тематики с привлечением специалистов различных служб. В крупных торговых объектах организуется работа консультационных пунктов по информированию граждан об их правах и путях их защиты, оказывается практическая помощь в разрешении конфликтных ситуаций.

Также в 2000 году, с 1 октября, на территории Республики Беларусь введено обязательное маркирование штриховыми идентификационными кодами товаров (продукции), производимых юридическими лицами и индивидуальными предпринимателями и поставляемых на экспорт, на которые технически возможно нанесение штриховых идентификационных кодов.

Товарная нумерация - процесс присвоения товарам (продукции) незначущих неповторяющихся товарных номеров, обеспечивающих однозначную идентификацию этих товаров (продукции) в системах обработки информации и в сетях передачи данных.

Система товарной нумерации ЕАН - международная система товарной нумерации, обеспечивающая однозначную идентификацию товаров в системе международного товарооборота путем присвоения товарам 13- или 8-разрядного товарного номера, наносимого на товар в виде штрихового кода, и поддерживаемая Международной ассоциацией товарной нумерации ЕАН (EAN International).

Система ЕАН Беларуси - белорусская национальная система, предназначенная для нумерации товаров, услуг, счетов и расположений и действующая на основании законодательства Республики Беларусь и международных договоров Республики Беларусь, являющаяся частью

Международной системы товарной нумерации и реализуемая через Ассоциацию товарной нумерации ЕАН Беларуси.

Штриховая идентификация - способ автоматической идентификации, при котором распознавание объекта происходит с помощью специальных считывающих технических средств (сканеров) по цифровому или алфавитно-цифровому коду, представленному в виде последовательности штрихов и пробелов.

Штриховое кодирование - способ представления атрибута (атрибутов) объекта, подлежащего автоматической идентификации, при котором цифровой или алфавитно-цифровой код атрибута (атрибутов) объекта изображается в виде штрихов и пробелов, размеры и последовательность которых формируются по заранее определенным правилам.

Товарный номер - уникальный цифровой номер, присваиваемый товару (продукции) в соответствии с установленными Международной системой товарной нумерации правилами и предназначенный для его однозначной идентификации.

Штриховой идентификационный код - код, который представляет собой комбинацию последовательно расположенных параллельных штрихов и пробелов, размеры и расположение которых устанавливаются международными стандартами.

Товарная нумерация и штриховое кодирование товаров (продукции) вводятся в Республике Беларусь с в целях:

- создания предпосылок для широкого внедрения современных систем автоматизации процессов движения товаров (продукции) и услуг от производителя через торговую сеть к потребителю, включая системы электронной торговли на базе использования международных стандартов;
- создания условий правового регулирования информационного обслуживания потребителей о произведенных и реализуемых через торговую сеть товарах (продукции);
- стимулирования повышения конкурентоспособности выпускаемых организациями республики товаров (продукции) на внешнем рынке;
- создания достоверной информационной базы, содержащей сведения о производимых товарах (продукции) и их движении на уровне организаций промышленности и оптовой торговли, обеспечивающей реальное функционирование действенных рыночных механизмов повышения качества товаров, расширения ассортимента;
- сокращения документооборота;

- оперативного представления государственным органам информации о производимых в Республике Беларусь товарах (продукции), поставляемых на экспорт.

Основные правила и порядок товарной нумерации и штрихового кодирования товаров (продукции) в республике, а также порядок контроля правомерности использования товарных номеров и штриховых идентификационных кодов определяются Государственным стандартом Республики Беларусь СТБ 1146-99 "Автоматическая идентификация. Штриховое кодирование. Общие положения" и другими нормативными документами.

Международная организация союзов потребителей, куда входят Белорусское общество защиты прав потребителей (БОЗП) и Минское общество защиты потребителей, в 2016 году призвала сосредоточиться на правах потребителей в цифровой среде, определив соответствующий девиз «Потребительские права в цифровую эпоху», и наметив несколько аспектов, наиболее проблемных для потребителей. Это – возможность доступа и выбора; безопасность и возможность разрешения споров.

Развитие интернета привело к революции в возможностях покупки и продажи товаров. С момента совершения первых подобных сделок электронная коммерция развивалась взрывными темпами. Все больше людей по всему миру наслаждаются преимуществами онлайн-торговли: по текущим оценкам, свыше 40% пользователей интернета совершали покупки в сети.

Как и в любом виде торговли, здесь неизбежны проблемы. Это могут быть жалобы, например, на неисправный товар, низкое качество обслуживания или фальшивые/поддельные товары. Или же это могут быть проблемы, характерные только для онлайн-торговли: низкое качество доставки или товар, не соответствующий описанию в рекламе.

Все чаще базовые цифровые услуги (широкополосный доступ, мобильная связь) функционируют не так, как должны, или подвергают пользователей риску мошенничества с кредитными картами или хищения персональных данных. Приложения могут перестать работать, и в этом случае потребителю остается ждать исправления, или вовсе лишиться возможности установить обновления.

Поскольку услуги предоставляются целым рядом провайдеров, работающих вместе, то очень сложно определить, кто несет ответственность. Допустим, Smart-TV не показывает каналы несколько часов, трудно доказать, что это имело место, и еще определить, с чем связано – с провайдером услуг интернета, самим устройством или каналом.

В случае электронной торговли также участвует ряд игроков – от провайдеров платежных карт до почтовой службы своей страны, и трудно определить ответственного за не предоставление услуги.

Решение споров, связанных с электронной торговлей, может потребовать значительных затрат времени, денег и усилий, и зачастую потребители не пытаются разрешить спор, особенно при небольшой сумме сделки. И это приводит к снижению доверия и уверенности в электронной торговле и других онлайн-услугах. И зачастую потребители не используют те же права, что существуют в реальном мире, т.е. в законодательстве той страны, в которой проживает потребитель. И одна из причин не использование прав – низкая осведомленность потребителя, отсутствие соответствующего законодательства, недостаточное развитие цифровой экономики в регионе.

Потребительские права в цифровую эпоху – девиз Всемирного дня прав потребителей - хороший посыл и хороший индикатор для анализа существующей ситуации в сфере защиты прав и интересов потребителей.

Политика в области защиты прав потребителей находит свое выражение в соответствующих нормативных правовых актах, нормы которых и являются источниками потребительского права.

Нормативный правовой акт-официальный документ установленной формы, принятый (изданный) в пределах компетенции уполномоченного государственного органа (должностного лица) или путем референдума с соблюдением установленной законодательством Республики Беларусь процедуры, содержащий общеобязательные правила поведения, рассчитанные на не определенный круг лиц и неоднократное применение;

Конституция Республики Беларусь -Основной Закон Республики Беларусь, имеющий высшую юридическую силу и закрепляющий основополагающие принципы и нормы правового регулирования важнейших общественных отношений.

Кодекс Республики Беларусь (кодифицированный нормативный правовой акт) -закон, обеспечивающий полное системное регулирование определенной области общественных отношений.

Закон Республики Беларусь -нормативный правовой акт, закрепляющий принципы и нормы регулирования наиболее важных общественных отношений.

Существующее законодательство о защите прав потребителей не исчерпывается одним только Законом Республики Беларусь «О защите прав потребителей». Это целая группа нормативных актов, регулирующих отдельные сферы потребительского законодательства. Нормы потребительского законодательства содержатся не только в различных законах, но и принадлежат к различным отраслям законодательства. Перечень нормативных актов открывает Конституция Республики Беларусь, которая

закрепляет основные права граждан, а также устанавливает гарантии осуществления этих прав. От наиболее существенных нарушений потребителей защищают нормы административного и уголовного законодательства. Однако основное регулирование отношений с участием потребителей осуществляется нормами гражданского законодательства, в частности, Гражданского Кодекса Республики Беларусь.

В законодательстве Республики Беларусь в сфере защиты прав потребителей также можно выделить:

- a) Кодексы
 - Кодекс об административных правонарушениях;
 - Уголовный кодекс;
 - Гражданский кодекс;
 - Налоговый Кодекс;
 - Трудовой Кодекс;
 - Гражданский процессуальный кодекс;
 - Процессуально-исполнительный кодекс Республики Беларусь об административных правонарушениях;
 - Уголовно-процессуальный кодекс.
- b) Законы
 - Закон «О защите прав потребителей»;
 - Закон «О государственном регулировании торговли и общественного питания в Республике Беларусь»;
 - Закон «О рекламе»;
 - Закон "О качестве и безопасности продовольственного сырья и пищевых продуктов для жизни и здоровья человека".
- c) Постановления Совета Министров
 - «Об утверждении Правил продажи отдельных видов товаров и осуществления общественного питания и Положения о порядке разработки и утверждения ассортиментного перечня товаров, ассортиментного перечня продукции общественного питания»;
 - «О мерах по реализации Закона Республики Беларусь «О защите прав потребителей»;
 - «О мерах по защите прав потребителей».
- d) Международные договоры
 - Договор о Евразийском экономическом союзе (ратифицирован Законом Республики Беларусь 9 октября 2014 г.);

- Руководящие принципы Организации Объединённых Наций для защиты интересов потребителей.

Основным нормативно-правовым актом является Закон Республики Беларусь «О защите прав потребителей», который был утвержден от 9 января 2002 г., № 90-3.

Настоящий Закон определяет общие правовые, экономические и организационные основы защиты прав потребителей, регулирует отношения, возникающие между гражданами, имеющими намерение заказать или приобрести либо заказывающими, приобретающими или использующими товары (работы, услуги) исключительно для личных, бытовых, семейных и иных нужд, не связанных с осуществлением предпринимательской деятельности, и организацией, индивидуальным предпринимателем, производящими товары, выполняющими работы или оказывающими услуги потребителям, реализующими товары потребителям при розничной торговле, бытовом подряде, медицинском, гостиничном обслуживании и тому подобных договорах, устанавливает права потребителей на приобретение товаров (работ, услуг) надлежащего качества и безопасных для жизни, здоровья, имущества потребителей и окружающей среды, получение информации о товарах (работах, услугах) и об изготовителях (исполнителях, продавцах), просвещение в области защиты прав потребителей, государственную и общественную защиту их интересов, а также определяет механизм реализации этих прав.

Закон Республики Беларусь «О защите прав потребителей» определил права потребителей в соответствии с нормами, установленными мировым сообществом и закрепленными в резолюции Генеральной ассамблеи ООН в 1985 г.

Закон установил механизм реализации прав потребителей, определил процедуру восстановления нарушенных или утраченных прав, разъяснил возможность требования возмещения материального и морального вреда, причиненного потребителям.

Закон определил правовые последствия нарушения прав потребителей в различных сферах - при продаже товаров, выполнении работ, оказании платных услуг.

Государственную защиту прав потребителя и контроль за соблюдением законодательства о защите прав потребителей осуществляют в пределах своей компетенции уполномоченные государственные органы.

Одним из специально уполномоченных государственных органов по защите прав потребителей является Министерство торговли Республики Беларусь.

Министерство торговли Республики Беларусь направляет:

1. Предложения в органы государственного управления об отмене или изменении принятых ими нормативных правовых актов, противоречащих законодательству о защите прав потребителей;

2. Предписания изготовителям (исполнителям, продавцам) о прекращении нарушений прав потребителя, в том числе о прекращении продажи товаров с истекшим сроком годности или сроком службы, а также о прекращении реализации товаров, на которые должны быть установлены сроки годности, но не установлены, либо о прекращении выполнения работ (оказания услуг), на результаты которых должны быть установлены сроки годности, но не установлены, и о приостановлении реализации товаров (выполнения работ, оказания услуг) при отсутствии необходимой и достоверной информации о товаре (работе, услуге);

3. Материалы в правоохранительные органы для решения вопросов о возбуждении уголовных дел по признакам преступлений, связанных с нарушением предусмотренных настоящим Законом прав потребителя.

Министерство торговли Республики Беларусь имеет право обращаться в суд с иском о защите прав неопределенного круга потребителей в случаях нарушения прав потребителей; направлять материалы о нарушении прав потребителя в органы, выдавшие специальные разрешения (лицензии) на осуществление соответствующего вида деятельности, для решения вопроса о приостановлении действия специального разрешения (лицензии) до устранения допущенных нарушений либо об аннулировании соответствующего специального разрешения (лицензии).

«Должностные лица Министерства торговли Республики Беларусь при исполнении своих должностных обязанностей имеют право в установленном порядке беспрепятственно посещать государственные органы и организации, а также индивидуальных предпринимателей с учетом режима их работы.

Решения о защите прав потребителя, принимаемые в пределах своей компетенции Министерством торговли Республики Беларусь, являются обязательными для всех государственных органов, а также организаций, индивидуальных предпринимателей и граждан» [11, с.25].

В целях защиты прав потребителей местные исполнительные и распорядительные органы обязаны:

1. рассматривать заявления, обращения и жалобы потребителей, организовывать разъяснение законодательства и оказывать юридическую помощь населению по вопросам защиты прав потребителя;

2. при выявлении товаров (работ, услуг) ненадлежащего качества, а также опасных для жизни, здоровья, имущества потребителя и окружающей среды незамедлительно извещать об этом республиканские органы государственного управления (их территориальные органы), осуществляющие контроль за качеством и безопасностью товаров (работ, услуг);

3. в случаях выявления продажи товаров (выполнения работ, оказания услуг) без предоставления необходимой и достоверной информации, или с просроченным сроком годности, или без срока годности, если установление этого срока обязательно, направлять предписания изготовителям (исполнителям, продавцам) о приостановлении производства и реализации товаров (выполнения работ, оказания услуг) до устранения допущенных нарушений либо о прекращении реализации товаров (выполнения работ, оказания услуг);

4. обращаться в суд с иском о защите прав потребителя.

Государственная защита прав потребителей включает в себя и судебную защиту нарушенных прав.

Дела о защите прав потребителей рассматриваются судом в исковом производстве. Порядок их возбуждения, рассмотрения и разрешения регламентируется Гражданским процессуальным кодексом Республики Беларусь.

Обратиться в суд с исковым заявлением о защите нарушенных прав может:

1. Сам потребитель, права которого нарушены;
2. Его представитель, действующий на основании доверенности;
3. Прокурор, если гражданин не имеет возможности самостоятельно защитить свои права;
4. Общественные объединения потребителей;
5. В пределах своей компетенции государственные органы, специально уполномоченные по защите прав потребителей.

Иск о защите прав потребителей должен подаваться в надлежащий суд, т.е. с соблюдением правил подсудности. Подсудность исков о защите прав потребителей определяется в соответствии со ст. 46, ч.12 ст. 47 и ст.49 Гражданского процессуального кодекса.

Согласно статье 46 Гражданского процессуального кодекса Республики Беларусь, общее правило подсудности гласит: «заявление о возбуждении дела подаётся в суд по месту жительства ответчика, если иное не установлено настоящим Кодексом. Если ответчиком является юридическое лицо, заявление

подаётся по месту его нахождения, указанному в уставе или ином учредительном документе» [3, с. 55].

Если в соответствии с законодательством или соответствующими договорами для сторон по делу не установлена исключительная (установленная в порядке исключения из общего правила подсудность, допускающая рассмотрение определённых категорий дел в судах, точно указанных в законе) или договорная (установленная соглашением сторон по конкретному делу) подсудность, то иск о защите прав потребителя может предъявляться в суд по выбору истца по месту:

- жительства или нахождения истца;
- жительства или нахождения ответчика;
- исполнения договора;
- причинения вреда.

Заявление в суд подается в письменной форме с копиями по числу ответчиков.

От уплаты государственной пошлины освобождаются:

1. потребители по искам, связанным с нарушением их прав;
2. уполномоченные государственные органы по защите прав потребителей и органы прокуратуры по искам, связанным с нарушением прав и законных интересов потребителей или законодательства о защите прав потребителей;
3. местные исполнительные и распорядительные органы, общественные объединения потребителей по искам, предъявляемым от своего имени, о защите прав и законных интересов потребителя (неопределенного круга потребителей).

При удовлетворении иска, связанного с нарушением прав неопределенного круга потребителей, суд обязывает правонарушителя довести в установленный судом срок через средства массовой информации или иным способом до сведения потребителей решение суда.

При удовлетворении иска, связанного с нарушением прав потребителя, если с исковым заявлением о защите прав потребителя выступают местные исполнительные и распорядительные органы или общественное объединение потребителей, суд выносит решение о наложении на продавца (изготовителя, исполнителя), нарушившего права потребителя, штрафа в размере взыскиваемой суммы за несоблюдение добровольного порядка удовлетворения требований потребителя. Штраф взыскивается в соответствии с законодательством в соответствующий бюджет.

Если с исковым заявлением о защите прав потребителя выступают местные исполнительные и распорядительные органы, 50 процентов суммы взысканного штрафа перечисляется в соответствующий местный бюджет.

Если с исковым заявлением о защите прав потребителя выступает общественное объединение потребителей, 10 процентов суммы взысканного штрафа перечисляется этому общественному объединению.

Одновременно с удовлетворением иска, предъявленного общественным объединением потребителей в интересах потребителя (неопределенного круга потребителей), суд принимает решение о взыскании с ответчика в пользу общественных объединений потребителей возмещения судебных расходов, связанных с рассмотрением дела, в том числе расходов по привлечению к участию в деле экспертов.

Кроме судебной, существует ещё и общественная защита прав потребителей.

Граждане вправе объединяться на добровольной основе в общественные объединения потребителей, которые осуществляют свою деятельность в соответствии с законодательством.

Общественные объединения потребителей имеют право:

- участвовать в разработке нормативных документов, устанавливающих требования к качеству товара (работы, услуги), проектов законов и иных нормативных правовых актов, регулирующих отношения в области защиты прав потребителей;
- изучать потребительские свойства товаров, спрос на них, проводить опросы населения для выявления общественного мнения о качестве выпускаемых товаров (выполняемых работ, оказываемых услуг);
- участвовать по поручению потребителя в проведении экспертиз по фактам нарушения прав потребителя, а также проводить независимую экспертизу качества и безопасности товаров (работ, услуг);
- вносить в республиканские органы государственного управления, местные исполнительные и распорядительные органы предложения о мерах по повышению качества товаров (работ, услуг), соблюдению правил ценообразования, снятию с производства, изъятию из оборота товаров (работ, услуг), опасных для жизни, здоровья, имущества потребителя и окружающей среды, о запрете ненадлежащей рекламы и информации, вводящих в заблуждение потребителя, о прекращении продажи товаров по неправомерно завышенным ценам;

- осуществлять информационно-просветительскую деятельность в области защиты прав потребителей;
- осуществлять общественный контроль за соблюдением прав потребителя в сфере торгового, бытового и иных видов обслуживания потребителей, составлять акты о выявленных нарушениях прав потребителя и направлять указанные акты для рассмотрения в уполномоченные государственные органы;
- направлять в государственные органы в соответствии с их компетенцией материалы о привлечении к ответственности лиц, виновных в выпуске и реализации товаров (выполнении работ, оказании услуг), не соответствующих установленным требованиям к безопасности и качеству товаров (работ, услуг), а также о нарушении прав потребителя, предусмотренных законодательством;
- обращаться в органы прокуратуры с предложениями принести протесты на акты государственных органов, противоречащие законодательству о защите прав потребителей;
- обращаться в суд с иском о защите прав потребителя (неопределенного круга потребителей);
- предъявлять иск в суд о признании действий изготовителя (исполнителя, продавца) противоправными, условий договора недействительными в отношении неопределенного круга потребителей и прекращении этих действий;
- обращаться по поручению потребителя с претензией к изготовителю (исполнителю, продавцу) об устранении нарушений и о возмещении потребителю причиненного этими нарушениями ущерба.

В систему общественной защиты прав потребителей входят:

- общественные организации потребителей, создаваемые по территориальному признаку (республиканские, областные, городские и т.п.);
- общества (группы, клубы) потребителей (граждан) по интересам (общества автолюбителей, садоводческие общества и др.) Такие общества защищают интересы своих членов и их права как потребителей определенных товаров;
- органы рабочего и общественного контроля профсоюзных организаций, трудовых коллективов предприятий, учреждений и организаций;
- республиканская и региональные отделения торгово-промышленной палаты.

Все организации и общества потребителей должны быть зарегистрированы как общественные организации в органах юстиции и осуществлять деятельность по защите прав потребителей в соответствии с действующим законодательством и своими уставами.

Они имеют свое имущество и денежные средства, которые образуются за счет:

- взносов учредителей, вступительных и членских взносов;
- поступлений от хозяйственной, издательской и иной деятельности, предусмотренной Уставом;
- благотворительных и спонсорских взносов, пожертвований;
- штрафов, направляемых по решению суда;
- других поступлений.

Общественное объединение "Белорусское общество защиты потребителей" является общественной, неправительственной, некоммерческой организацией, основная деятельность которой направлена на консультационно-правовую и экспертную помощь потребителям, совершенствование законодательства по защите прав потребителей, обеспечение информацией потребителей о качестве товаров и услуг, защиту правовых гарантий при возникновении конфликтных отношений с организациями торговли, сферой различных видов услуг.

Основано в 1989 году по инициативе граждан и зарегистрировано в Министерстве юстиции Республики Беларусь. Регистрационное свидетельство № 01039.

Общественное объединение "Белорусское общество защиты потребителей" является членом:

1. Международной конфедерации обществ потребителей стран СНГ КонфОП (Москва);
2. членом-корреспондентом Всемирной Организации Потребителей Consumers International;
3. сотрудничает с Германским институтом для потребителей "Штифтунг Варентест", Институтом потребителя (Украина), Национальной лигой потребителей Казахстана, другими потребительскими организациями стран ближнего и дальнего зарубежья.

Общественное объединение «Минское общество потребителей» имеет огромный опыт в положительном разрешении самых различных споров, вытекающих из норм Закона «О защите прав потребителей». Образовалась и стала осуществлять данная организация свою деятельность одной из первых в

Республике Беларусь (образована в 1994 году). Так, в 2015 году юристами «Минского общества потребителей» потребителям, обратившимся за помощью (с учетом выигранных в судах дел), возвращена сумма более чем в четыре миллиарда рублей.

Обращаясь в «Минское общество потребителей», кроме помощи юриста, потребитель получит помощь эксперта, т.е. сможет осуществить всестороннюю защиту своих прав. Имеется возможность за короткий срок провести экспертизу любой сложности и, тем самым, укрепить правовую позицию потребителя, в случае необходимости, с учетом рекомендаций экспертов ОО «Минское общество потребителей».

За 2016 год ОО "Минское общество потребителей":

- предоставило экспертную помощь 401 обратившемуся;
- в интересах потребителей было подано более 78 претензий, из которых некоторое количество перешло в исковое производство;
 - подано более 170 исковых заявлений, из которых 112 было удовлетворено, в том числе, по 44 делам были заключены мировые соглашения, а остальные перешли на следующий год;
 - оказано консультаций, в том числе по средствам "Горячей линии", личного приема, электронных обращений более 2628 человек.

Белорусская торгово-промышленная палата (ТПП) является негосударственной некоммерческой организацией, объединяющей юридических лиц и индивидуальных предпринимателей.

Одной из основных целей ТПП является создание благоприятных условий для предпринимательской деятельности и формирование современной рыночной, в том числе торговой инфраструктуры. При этом решается задача насыщения отечественного рынка качественными товарами

в интересах потребителей этих товаров.

Стратегия развития Общественного объединения «Белорусское общество защиты потребителей» включает в себя:

1. продвижение идеи устойчивого потребления и воспитание ответственного потребителя как приоритетного направления деятельности. Устойчивое потребление - это использование услуг и сопутствующих товаров, которые отвечают основным потребностям и улучшают качество жизни при уменьшении использования природных ресурсов и токсичных материалов, а также отходов и загрязнения на протяжении всей жизни услуг или продукта так, чтобы не подвергать опасности нужды будущих поколений;

2. продолжение работы по информированию, просвещению, образованию потребителей. Особое внимание следует обратить на информирование сельских потребителей, в том числе и через электронные средства массовой информации;

3. продвижение потребительского образования школьников – увеличение количества школ, изучающих курс «Основы потребительских знаний», используя накопленный опыт работы с Министерством образования, отделами (управлениями) образования, общеобразовательными учреждениями. Презюмируется, что воспитывая детей, молодое поколение, общество создает своё будущее;

4. оказание помощи для потребителей в виде товароведческой экспертизы товаров народного потребления;

5. представление интересов потребителей в досудебном и судебном урегулировании споров;

6. продолжение сотрудничества с государственными органами, общественными организациями, а также с Белорусским государственным аграрным техническим университетом, Институтом управления и предпринимательства, при котором создана общественная кафедра «Защита прав потребителей», с международными организациями, ВУЗами;

7. активизация деятельности организационных структур ОО «БОЗП» через проведение дней информации, конференций, семинаров, «круглых» столов, консультационных пунктов, «горячих» линий для потребителей и других мероприятий.

Белорусская торгово-промышленная палата и ее отделения законодательно наделены широкими правами, в том числе:

- на проведение экспертизы, контроля качества, количества и комплектности товара;
- на удостоверение сертификатов происхождения товаров;
- на проведение международных и национальных выставок и ярмарок;
- на организацию системы обучения и стажировки специалистов по вопросам внешнеэкономической деятельности.

Являясь независимой организацией, торгово-промышленная палата свободна в своих действиях от ведомственного контроля и влияния. Юридические документы, выданные ТПП, в том числе экспертные заключения по качеству товаров и их происхождению, признаются на всей территории Республики Беларусь и в других государствах.

Таким образом, эффективно действующая система общественной защиты потребителей значительно расширяет сферу применения законодательства о защите прав потребителей и является основой развития потребительского движения. Органы и организации этой системы имеют возможность влиять на принятие новых нормативных актов в защиту потребителей, изменение действующих норм и правил с учетом состояния дел по защите прав потребителей.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Благополучие каждого человека складывается не только из политических, личных, социальных и культурных прав и свобод, но и экономических.

Если до 90-х гг. XX-го столетия выбор товаров и услуг у потребителей был весьма ограничен, а качество их гарантировалось и контролировалось государством, то в последние годы нас, потребителей, захлестнул настоящий бум новых товаров и услуг, справиться с которым для многих оказалось совсем не просто.

Вслед за появлением на рынке новых товаров и услуг поток жалоб на их, зачастую, низкое качество захлестнул различные государственные и общественные организации, одной из которых является Минское общество потребителей. И если в 2005 г. количество обращений граждан с жалобами на несоответствующее качество приобретённых ими товаров и услуг составило

около 6300, то уже за 3 месяца 2006 г. количество граждан, обратившихся в Минское общество потребителей, уже превысило полторы тысячи человек. И с каждым годом эта цифра растёт- за 2016 год ОО "Минское общество потребителей" приняло более 2628 обращений .

Товары продовольственной и непродовольственной групп, различного рода услуги, от заурядного ремонта обуви или химчистки до посредничества при приобретении квартир, вызывают многочисленные и справедливые нарекания.

В то же время, действующее законодательство Республики Беларусь достаточно полно регулирует отношения, возникающие между изготовителем (исполнителем, продавцом) товара или услуги и, соответственно, их потребителем.

Законодательство Республики Беларусь предусматривает необходимые инструменты и механизмы, направленные на защиту прав потребителей. Защиту граждан от нечестных изготовителей (исполнителей, продавцов) и некачественных товаров и услуг осуществляют различные государственные структуры, общественные объединения, а также судебные органы Республики Беларусь. Тем не менее, существующая система не является совершенной и требует доработки.

Политика государства, проводимая в данной сфере, преследует две цели:

1. информировать потребителей об имеющихся товарах и услугах;
2. защитить потребителя.

Достижение этих целей позволит обеспечить, с одной стороны, благосостояние потребителя, с другой же- эффективность экономики в целом.

Являясь посредником между изготовителем (исполнителем, продавцом) и потребителями, торговля призвана защищать интересы последних, предъявляя к изготовителям (исполнителям, продавцам) требования в отношении объёма производства, ассортимента, качеств и безопасности товаров, упаковки, представления необходимой информации, обеспечивая одновременно должное их торговое обслуживание.

Так в чём же заключается обман потребителей, как не оказаться в подобной неприятной ситуации, защитить свои права и законные интересы?

В первой главе данной дипломной работы, чтобы раскрыть понятие обмана потребителей, основные характеристики и проблемы классификации в законодательстве Республики Беларусь, были даны определения объекта и субъекта, объективной и субъективной стороны правонарушения (преступления), перечислены и охарактеризованы основные способы обмана потребителей, была рассмотрена проблема разграничения мошенничества и обмана потребителей.

Вторая глава посвящена особенностям расследования правонарушений об обмане потребителей, т.е. практическому применению законодательства Республики Беларусь в сфере защиты потребителей, их прав и законных интересов. Изучено, к каким типам отношений, возникающим из договоров, применяется упомянутое законодательство, освещён порядок и способы проведения расследования, перечислены основные следственные ситуации и следственные действия. Во втором подразделе освещена ответственность изготовителя, исполнителя, продавца за нарушение прав потребителей, как следствие проведения расследования по делу.

В последней, третьей главе, были рассмотрены государственные системы в сфере защиты прав потребителей на национальном и международных уровнях. Был раскрыт смысл понятия консьюмеризм и рассмотрен мировой опыт в создании общественных объединений потребителей в поддержку защиты потребительских прав, таких, как Consumers International. Кроме того, рассмотрены основные положения законодательства Республики Беларусь о защите прав потребителей.

На основании проведенного исследования можно сделать следующие выводы и предложения:

- формы обмана потребителей при продаже товаров, выполнении работ, оказании услуг весьма разнообразны, но объединяет их одно – большинство из них рассчитаны на невнимательность, отсутствие времени или желания перепроверять достоверность предоставленной информации о товаре, а порой и отсутствие достоверных знаний о своих правах и обязанностях, как потребителя;
- в настоящее время не предложено четких и объективных критериев и правил, на основании которых бы проводилось разграничение мошенничества и обмана потребителей, что даёт основания законодателю обратить внимание на данную проблему;
- процедура расследования противозаконных действий в сфере защиты прав потребителей содержит особенности по отношению к каждому расследуемому делу, и начинается с анализа характер взаимоотношений между сторонами;
- за нарушение прав потребителя продавец (изготовитель, исполнитель) несёт гражданско-правовую, административную и уголовную ответственность, которые основываются на принципах законности, равенства граждан перед законом, неотвратимости ответственности, личной виновной ответственности, справедливости и гуманизма;
- процессы глобализации социально-экономических отношений в мире придали общественному движению за права потребителей

межнациональный характер. Республика Беларусь поддерживает это движение, активно сотрудничая с международными общественными объединениями потребителей.

Дипломная работа опирается на обширный перечень законодательных и нормативных актов, действующих в Республике Беларусь.

Подводя итог, что же можно противопоставить недобросовестным изготовителям (исполнителям, продавцам)? В первую очередь-грамотность каждого конкретного потребителя. И не только в классическом понимании этого определения рядовым гражданином (внимательно читать как состав продукта, так и условия заключения договора об оказании определённой услуги, например), но и в юридическом. Необходимо учиться пониманию отношений продавец-покупатель через призму их регулирования государством в лице его контролирующих органов. Этому процессу может поспособствовать изучение законодательной базы, а также, в немалой степени, личное самоуважение каждого потребителя и желание защитить своё право.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

Правовые акты:

1. Конституция Республики Беларусь 1994 года [Электронный ресурс] : с изм. и доп., принятыми на респ. референдумах 24 нояб. 1996 г. и 17 окт. 2004 г. // КонсультантПлюс. Беларусь / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2017.
2. Гражданский кодекс Республики Беларусь [Электронный ресурс] : 7 дек. 1998 г., № 218-З : принят Палатой представителей 28 окт. 1998 г. : одобр. Советом Респ. 19 нояб. 1998 г. : в ред. Закона Респ. Беларусь от

- 09.01.2017 г. // КонсультантПлюс. Беларусь / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2017.
3. Гражданский процессуальный кодекс Республики Беларусь [Электронный ресурс] : 11 янв. 1999 г., № 238-3 : принят Палатой представителей 10 дек. 1998 г. : одобр. Советом Респ. 18 дек. 1998 г. : в ред. Закона Респ. Беларусь от 09.01.2017 г. // КонсультантПлюс. Беларусь / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2017.
 4. Кодекс Республики Беларусь об административных правонарушениях [Электронный ресурс] : 21 апр. 2003 г., № 194-3 : принят Палатой представителей 17 дек. 2002 г. : одобр. Советом Респ. 2 апр. 2003 г. : в ред. Закона Респ. Беларусь от 19.07.2016 г. // КонсультантПлюс. Беларусь / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2017.
 5. Налоговый Кодекс Республики Беларусь (общая часть) [Электронный ресурс] : 19 дек. 2002 г., № 166-3 : принят Палатой представителей 15 нояб. 2002 г. : одобр. Советом Респ. 2 дек. 2002 г. : в ред. Закона Респ. Беларусь от 18.10.2016 г. // КонсультантПлюс. Беларусь / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2017.
 6. Процессуально-исполнительный кодекс Республики Беларусь об административных правонарушениях [Электронный ресурс] : 20 дек. 2006 г., № 194-3 : принят Палатой представителей 9 нояб. 2006 г. : одобр. Советом Респ. 1 дек. 2006 г. : в ред. Закона Респ. Беларусь от 19.07.2016 г. // КонсультантПлюс. Беларусь / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2017.
 7. Трудовой Кодекс Республики Беларусь [Электронный ресурс] : 26 июля 1999 г., № 296-3 : принят Палатой представителей 8 июня 1999 г. : одобр. Советом Респ. 30 июня 1999 г. : в ред. Закона Респ. Беларусь от 15.07.2015 г. // КонсультантПлюс. Беларусь / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2017.
 8. Уголовно-процессуальный кодекс Республики Беларусь [Электронный ресурс] : 16 июля 1999 г., № 295-3 : принят Палатой представителей 24 июня 1999 г. : одобр. Советом Респ. 30 июня 1999 г. : в ред. Закона Респ. Беларусь от 20.04.2016 г. // КонсультантПлюс. Беларусь / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2017.
 9. Уголовный кодекс Республики Беларусь [Электронный ресурс] : 9 июля 1999 г., № 275-3 : принят Палатой представителей 2 июня 1999 г. : одобр. Советом Респ. 24 июня 1999 г. : в ред. Закона Респ. Беларусь от

- 19.07.2016 г. // КонсультантПлюс. Беларусь / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2017.
10. О государственном регулировании торговли и общественного питания в Республике Беларусь [Электронный ресурс]: Закон Республики Беларусь, 8 января 2014 г. N 128-З: в ред. Закона Респ. Беларусь от 13.07.2016 г. // КонсультантПлюс. Беларусь / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2017.
 11. О защите прав потребителей [Электронный ресурс]: Закон Республики Беларусь, 9 января 2002 г. N 90-З: в ред. Закона Респ. Беларусь от 29.10.2015 // КонсультантПлюс. Беларусь / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2017.
 12. О качестве и безопасности продовольственного сырья и пищевых продуктов для жизни и здоровья человека [Электронный ресурс]: Закон Республики Беларусь, 29 июня 2003 г. N 217-З: в ред. Закона Респ. Беларусь от 04.01.2014 г. // КонсультантПлюс. Беларусь / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2017.
 13. О рекламе [Электронный ресурс]: Закон Республики Беларусь, 10 мая 2007 г. №225-З: в ред. Закона Респ. Беларусь от 10.07.2015 г. // КонсультантПлюс. Беларусь / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2017.
 14. О мерах по защите прав потребителей [Электронный ресурс]: постановление Совета Министров Республики Беларусь, 13 ноября 1998 г. N 1745: в ред. постановления Сов. Мин. Респ. Беларусь от 02.08.2006 г. // КонсультантПлюс. Беларусь / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2017.
 15. О мерах по реализации Закона Республики Беларусь «О защите прав потребителей» [Электронный ресурс]: постановление Совета Министров Республики Беларусь, 14 июня 2002 г. N 778: в ред. постановления Сов. Мин. Респ. Беларусь от 20.12.2013 г. // КонсультантПлюс. Беларусь / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2017.
 16. Об утверждении Правил продажи отдельных видов товаров и осуществления общественного питания и Положения о порядке разработки и утверждения ассортиментного перечня товаров, ассортиментного перечня продукции общественного питания [Электронный ресурс]: постановление Совета Министров Республики Беларусь, 22 июля 2014 г. N 703: в ред. постановления Сов. Мин. Респ. Беларусь от 17.10.2016 г. // КонсультантПлюс. Беларусь / ООО

- «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2017.
17. О практике рассмотрения судами законодательства при рассмотрении дел о защите прав потребителей [Электронный ресурс]: постановление Пленума Верхов. Суда Респ. Беларусь, 24 июня 2010 г. N 4: в ред. постановления Пленума Верхов. Суда Респ. Беларусь от 30.03.2017 г. // КонсультантПлюс. Беларусь / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2017.
 18. Законы вавилонского царя Хаммурапи [Электронный ресурс] // Московский государственный университет. – Режим доступа: <http://hist.msu.ru/ER/Etext/hammurap.htm>. – Дата доступа: 15.05.2017.

Специальная литература:

19. Аникиец, С.Г. Обман потребителей: уголовно-правовые и криминологические аспекты: автореф. дис.... канд. юрид. наук: 12.00.08 / С.Г.Аникиец; Нижегор. акад. МВД России. - Н.Новгород, 2001. - 24 с. Материал поступил в редакцию 08.06.201
20. Большой юридический словарь. М., 2011.
21. Гладкий, П.А. Квалификация преступлений против порядка осуществления экономической деятельности / П.А.Гладкий. - Минск: НПЦПУЗиП Генер. прокур., 2011. - 270 с.
22. Гриневский, Р.Г. Уголовно-правовая оценка обмана в сфере продажи товаров, выполнения работ и оказания услуг: автореф. дис. ... канд. юрид. наук: 12.00.08 / Р.Г.Гриневский; Моск. ун-т МВД России. - М., 2010. – 26 с.
23. Защита прав потребителей: Учеб.-практ. пособие / Авторы составители А.С. Долбилин и др. М., 1997.
24. Защита прав потребителей: Сб. актов законодательства. Мн., 2003.
25. Иоффе О.С. Советское гражданское право. М., 1967.
26. Кейта –Танкевич Т. Г. Эволюция защиты прав потребителей: мировой и отечественной опыт//Международные права и международные отношения. 2000.№2.с.29-34.
27. Кисилева, И.А. Мошенничество на потребительском рынке: теоретико-правовое исследование: автореф. дис. ... канд. юрид. наук: 12.00.08 / И.А.Кисилева; Нижегор. гос. ун-т. - Н.Новгород, 2011. - 32 с.
28. Клепицкий, И.А. Система хозяйственных преступлений / И.А.Клепицкий. - М.: Статут, 2005. - 572 с.
29. Комментарий к Закону Республики Беларусь «О защите прав потребителей» /под ред. Гавриленко В.Г. Мн., 1995.

30. Куликов А. Б. Твои права потребитель. М., 2001.
31. Лавров И.Е. Чтобы вас не обманули. Справочник потребителя. М., 1996.
32. Мезрин Б.Н. Состав механизма охраны прав граждан// Гражданско-правовая охрана интересов личности в СССР. Свердловск, 1977.
33. Ожегов С.И. Толковый словарь русского языка. М., 2011
34. О правилах торговли и защите прав потребителей: Сб. норм. документов. Мн., 1998.
35. Основы потребительских знаний: Учеб. М., 1997.
36. Справочник потребителя. Слуцк, 1997.
37. Павлющик, С.В. Права потребителей как объект уголовно-правовой охраны в Республике Беларусь / С.В.Павлющик // Вестник Академии МВД Республики Беларусь. - 2006. - №2. - С. 149-153.
38. Потребитель в законе. Самоучитель разумного потребительского поведения. М., 1995.
39. Потребительское право. Споры, иски, претензии: учеб. пособие. М., 2003.
40. Пуховский В.И., Строцев Ю.В. Правовое поле защиты прав потребителей /Матер. 3-й Респ. науч.-практ. конф. “Управление в социальных и экономических системах” МИУ, Мн., 2000. с.152-153.
41. Резолюция Генеральной Ассамблеи ООН № 39/248 от 9 апреля 1995 г. «Руководящие принципы для защиты интересов потребителей»//Право и экономика. № 2 1995. С. 13-26.
42. Симоненко В.Д. Стенченко Т.А. Основы потребительской культуры: Учеб. М., 1998.
43. Справочник юрисконсульт. Комментарий действующего законодательства. Республики Беларусь /под ред. В.А. Фадеева. Том 3. Мн., 1997.
44. Хилюта, В.В. Преступления против порядка осуществления экономической деятельности: проблемы правотворчества и правоприменения / В.В.Хилюта. - Гродно: ГрГУ, 2014. - 456 с.
45. Хилюта, В.В. Хищение: способы совершения, вопросы квалификации и практики правоприменения / В.В.Хилюта. - Минск: Амалфея, 2014. – 672 с.
46. Хруцкий В. Е., Корнеева И. В. Современный маркетинг: настольная книга по исследованию рынка: учеб. пособие. 2-е изд., перераб и доп. М.: Финансы и статистика, 2002. 250 с.
47. Шерстобитов А.Е. Гражданско-правовые вопросы охраны прав потребителей М., 2003.
48. Шершеневич Г. Ф. Учебник торгового права (по изданию 1914 г.). М.: «Спартак», 1994. 284 с.

49. Шибко Л. М. Обеспечение контроля за подлинностью акцизных марок - обязанность юридических лиц и индивидуальных предпринимателей // Вестник Министерства по налогам и сборам Республики Беларусь, 2003 г., № 14. С. 43-48.
50. Щит японских потребителей // Советская потребительская кооперация, 1989. № 4. С. 47-49.