

РОЛЬ УЧАСТКОВЫХ УПОЛНОМОЧЕННЫХ ПОЛИЦИИ В ПРОТИВОДЕЙСТВИИ ПРАВОНАРУШЕНИЯМ В СФЕРЕ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО РЫНКА, ТОВАРОВ И УСЛУГ

Трофимов Игорь Андреевич

начальник кабинета специальных дисциплин кафедры административной деятельности органов внутренних дел, Санкт-Петербургский университет Министерства внутренних дел России, РФ, г. Санкт-Петербург

Аннотация. В статье проанализированы наиболее распространенные в российском обществе правонарушения в сфере потребительского рынка товаров и услуг, рассматриваются особенности административно-правовой деятельности участковых уполномоченных полиции по противодействию нарушениям в вышеуказанной сфере.

Ключевые слова: правонарушение; потребительский рынок; товары и услуги; административно-правовая деятельность; полиция; участковый уполномоченный полиции.

Следует отметить, что участковые уполномоченные полиции, осуществляя противодействие правонарушениям в исследуемой сфере должны знать не только основные объективные признаки совершения правонарушений в сфере потребительского рынка, но и факультативные, а именно, место, время, способ совершения правонарушений. В данном случае указанные элементы познаются не только с точки зрения административно-правового состава правонарушения, но и в разрезе характеристик исследуемого вида правонарушений иных наук, в частности, оперативно-розыскной деятельности.

Местом совершения многих правонарушений в сфере потребительского рынка являются различные торговые площади, магазины, супермаркеты, рынки, ярмарки и так далее. По оценкам специалистов, на данных локациях совершается большая часть всех правонарушений в сфере потребительского рынка. Способы совершения правонарушений исследуемой категории весьма разнообразны. В ряде диспозиций статей законодатель предусмотрел данные дефиниции. Так, согласно части 1 статьи 14.7, обман потребителей может осуществляться за счет обмеривания, обвешивания, обсчета и иного вида обмана [1]. На практике данные виды имеют множество распространений в самых различных формах. Рассмотрим некоторые из них.

На сегодняшний день большое распространение получил обман, совершаемый на кассе. При этом, касса в данном случае выступает и как место совершения правонарушения, так и орудие его совершения. Также отметим, что обману могут подвергаться не только потребитель, но и сам собственник магазина, розничной сети или супермаркета. Яркой иллюстрацией последнего является, например, не пробитие товара штрих кода товара через сканер [2]. Это достаточно распространенный вид обмана, применяемый в основном в крупных торговых сетях с большим потоком посетителей, а также большим ежедневным товаро-денежным оборотом. С точки зрения исполнения данный способ весьма прост. Знакомые или родственники кассира берут тот или иной товар в совокупности с иными товарами, направляется на кассу к соответствующему кассиру, который уже, в свою очередь совершает остальные манипуляции. Данная операция проводится быстро и практически не возможна для своего диагностирования со стороны служб безопасности магазинов или супермаркетов.

Весьма распространенным является добавление в чек лишнего товара. Как правило, эти товары не обладают высокой стоимостью, иначе покупатель легко заметит большой резонанс в том, что он купил и в том, что он потратил. Жертвами такого рода махинаций, как правило, становятся достаточно молодые люди, от 18 до 25 лет, которым не свойственна определенная внимательность и осторожность, а также не развито внимание к своим денежным средствам. Помимо указанных правонарушений, на кассе и за счет кассы совершается множество иных разновидностей обмана (обсчет, обвес и так далее).

Большое количество правонарушений, направленных на обман потребителя совершается за счет махинаций с товарами с истекшими сроками хранения. Обычно применяется при продаже скоропортящихся товаров – прежде всего мяса, молока, рыбы, полуфабрикатов и многих других. В связи с тем, что на сегодняшний день отсутствует такое явление как «дефицит на продукты питания», а наоборот прослеживается большая конкуренция при реализации товаров, что затрудняет своевременную их продажу, продавцы чтобы не списывать просроченные продукты за свой счет, следующими способами стремятся реализовать просроченных товар.

1. Исправляется дата выпуска продукта или эта дата уничтожается или заклеивается;
2. Продукт переупаковывают в другую потребительскую тару и ставят новую дату;
3. На упаковке товара ставят дополнительно новую дату, ссылаясь, что это было сделано на предприятии.

В целом же отметим, что различных способов обмана потребителя существует великое множество. В целом же, основными видами правонарушений, посягающих на права потребителя, являются следующие:

1. Обман при подсчете стоимости покупки - обсчет;
2. Обман при расчете с покупателем;
3. Обман при взвешивании или отмеривании товара - обвес;
4. Обман за счет продажи товара с истекшим сроком хранения;
5. Обман за счет продажи товара с дефектом;
6. Обман за счет продажи некачественного товара;
7. Обман за счет продажи фальсифицированного товара;
8. Обман за счет продажи физиологически опасного товара.

Существенным в деятельности участкового уполномоченного полиции по противодействию правонарушениям в сфере потребительского рынка является знание времени совершения правонарушения указанной категории. Так как практически все указанные виды правонарушений связаны с работой конкретных организаций, должностных лиц, то следует сделать ввод, что основная масса правонарушений в сфере потребительского рынка совершается в промежуток времени с 09:00 до 18:00.

Важной составляющей характеристики правонарушений в сфере потребительского рынка является исследование вопросов субъективной стороны правонарушений исследуемой категории. Большинство правонарушений в сфере потребительского рынка совершаются умышленно. Так, осуществление предпринимательской деятельности с нарушением требований и условий, предусмотренных специальным разрешением (лицензией) возможно исключительно с прямым умыслом. Лицензиат прекрасно осведомлен обо всех требованиях лицензии, которая ему выдана и, тем не менее, нарушает указанные в ней требования. При этом существуют правонарушения исследуемой категории, которые совершаются и неумышленно, а по неосторожности. Так некоторые из перечисленных нами ранее способов

обмана потребителей могут совершаться продавцом, не осведомленным, например, о фальсифицированном или физиологически опасном товаре [3].

Существенным элементом характеристики правонарушений в сфере потребительского рынка выступают сведения о субъектах совершения правонарушений. В основном субъектами в данном случае являются юридические лица, индивидуальные предприниматели без образования юридического лица (их должностные лица), осуществляющие производство товаров, торгово-закупочную деятельность, деятельность по выполнению работ, оказанию услуг на потребительском рынке [4]. Из вышеуказанного определения имеется исключение, связанное с осуществлением незаконной предпринимательской деятельности на потребительском рынке без государственной регистрации в установленном порядке физическим лицом. Потерпевшими, как правило, являются обычные граждане, потребители товаров и услуг. Потерпевшей стороной также может быть государство в лице его уполномоченных органов, разрабатывающих специальные требования и правила осуществления деятельности в сфере потребительского рынка.

В целом же, исследовав вопросы характеристики правонарушений в сфере потребительского рынка, отметим тот факт, что в силу многообразия общественных отношений, затрагиваемых потребительским рынком, правонарушения в его сфере становятся объектом исследования наук многих сфер, а именно уголовного права, административного права, административной деятельности, криминологии, криминалистики, оперативно-розыскной деятельности.

Каждая из указанных наук разрабатывает свои, специфичные дефиниции касательно характеристики правонарушений исследуемой сферы.

В этой связи участковый уполномоченный полиции становится перед сложным выбором – какую сферу изучить в первую очередь.

Дать однозначный ответ на данный вопрос весьма сложно, так как все перечисленные нами науки исследуют важные аспектологические дефиниции, знание которых необходимо для осуществления противодействия правонарушениям, в том числе и в сфере потребительского рынка на всех уровнях его проявления.

В данном случае, исследование должно начинаться в первую очередь с основ понимания сущности самого правонарушения, а также его характерных проявлениях. Участковый уполномоченный должен уметь правильно квалифицировать данные деяния, знать все характерные особенности их совершения, уметь своевременно выявлять правонарушения в сфере потребительского рынка, осуществлять их профилактику и пресечение.

Список литературы:

1. Ч. 1 ст. 14.7 Кодекса об административных правонарушениях РФ // «Собрание законодательства РФ», 07.01.2002, N 1 (ч. 1), ст. 1.
2. Зорина М.В Об административной ответственности за нарушения законодательства о контрольно-кассовых машинах // Хозяйства и право. – 2012. –N 7.
3. Федоров А.В. Особенности нормативного закрепления субъективной стороны административных правонарушений в области предпринимательской деятельности / А.В. Федоров // Сборник научных трудов Ставропольского государственного университета. — Ставрополь, 2012. –12 с.
4. Федоров А.В. Видовое разнообразие и квалифицирующие признаки субъектов административных правонарушений в области предпринимательской деятельности / А.В. Федоров // Материалы диссертационных исследований докторантов, адъюнктов и соискателей РЮИ МВД России: сборник научных трудов. Часть II. — Ростов-на-Дону: РЮИ МВД России, 2011. – 3 с.

