

Библиотека Коммерсантъ



151

Алексей Боярский
Алексей Ходорыч

угроза вашему кошельку

Фантазия мошенников 21 века безгранична!

Алексей Боярский
Алексей Ходорыч
151 угроза вашему кошельку

Текст предоставлен правообладателем

http://www.litres.ru/pages/biblio_book/?art=178037

151 угроза вашему кошельку: ИД «Коммерсантъ»; ИД «Питер»;

Москва; 2008

ISBN 978-5-699-32041-7

Аннотация

Эта книга – результат почти десяти лет журналистских расследований. А.Ходорыч и А.Боярский сумели собрать в одной книге если не все, то большинство распространенных в России начала XXI века мошеннических схем. Современные Остапы Бендеры чувствуют себя весьма вольготно в самых разных отраслях – от аренды квартир до легализации мигрантов, от лохотронов всех мастей до автокредитования и рынка лекарств, от операций с ценными бумагами до изощренных кибермошенничеств. Схемы нечистоплотных дельцов тщательно изучены авторами, изложены детально и подробно, прокомментированы экспертами, снабжены конкретными примерами. Можно надеяться, что после прочтения этой книги читатели больше не попадутся на удочку подобных прохиндеев.

Содержание

Глава 1	4
Глава 2	27
Конец ознакомительного фрагмента.	34

Алексей Боярский, Алексей Ходорыч 151 угроза вашему кошельку

Глава 1

Марш аферистов

(вместо предисловия)

ООО «Мефистофель». –

Шарлатаны от медицины. –

«Бирмингемские факелы». –

Хорошее дело браком не

назовут. – Тренинги. –

FOREX и MLM. – Пирамиды

Мошенничества и аферы – едва ли не самое древнее занятие человечества. Обхитрить, надуть, обмануть кого-то, а ещё лучше так, чтобы жертва и не заметила, что её облапо-

шили, — этим люди не только самозабвенно занимались со времён создания мира, но и воспевали таких персонажей в легендах, литературных произведениях, песнях, а позже — в кинофильмах. Вы сами наверняка можете вспомнить целый сонм подобных героев, от Одиссея до Остапа Бендера. Но первым мошенником, пожалуй, стоит считать Гермеса — древнегреческого бога изобретений и открытий, покровителя промышленности и торговли, хитрости и обмана, кражи и ложной клятвы. Не правда ли, любопытное сочетание занятий? Мошеннику и правда можно симпатизировать — на расстоянии, но вот личное столкновение с пройдохой не сулит вам (и вашему кошельку) ничего хорошего.

Типология мошенничества очень обширна, многие виды афер подробно описаны на сайте «Аферы. Подделки. Криминал» (<http://aferizm.ru>). Там собраны сотни примеров, связанных с деятельностью катал, квартирных мошенников, «целителей», напёрсточников и прочих «последователей» Гермеса. Порой попадаются совсем уж экзотические случаи. Так, московское ООО «Мефистофель» рассылало тысячам россиян письма с предложением отдать на один месяц «нематериальное движущее начало, в просторечии именуемое душой» в обмен на «исполнение актуальных желаний и негласное содействие в достижении конкретных целей». Как сообщалось в письме, если через месяц желания исполнятся и душа не будет выкуплена обратно, то она переходит в полную собственность ООО. Расчёт был прост: у некото-

рых адресатов, написавших в ООО «Мефистофель» о своих невзгодах, определённые «актуальные желания» осуществляются своим чередом и, естественно, найдутся те, кто решит выкупить свое «нематериальное движущее начало». Например, самарец Александр В. добровольно расстался таким образом с \$5 тыс. Всего, по данным МУРа, ООО заработало этим способом около \$1 млн, причём к суду его руководителей так и не привлекли, ведь деньги «Мефистофелю» все отдавали вполне добровольно.

Примерно так же в США долгое время работала некая консалтинговая контора при одной из бирж. Советы относительно покупки-продажи акций давались абсолютно бесплатно, но с одним условием: если сделка окажется удачной, клиент должен заплатить конторе определённый процент. Естественно, сделки иногда оказывались удачными. В общем, консультанты не бедствовали.

Клиентов у разного рода мошенников достаточно, год от года их меньше не становится, и на их удочку попадают даже весьма серьёзные фигуры, например, известный правозащитник Сергей Ковалёв в 1998 году проиграл \$2,2 тыс. на обычном лохотроне.

При этом эффективно бороться с мошенниками «на добровольных началах» практически невозможно, и действия большинства из них остаются безнаказанными, ведь даже само понятие аферы зачастую достаточно размыто. Мошенничеством принято называть преступление, состоящее в полу-

чении имущественной выгоды посредством обмана, то есть преступный умысел должен быть налицо! Но сколько в нашей жизни примеров, когда доказать преступный умысел практически невозможно! Обманывают на каждом шагу, во всех сферах нашей жизни, причём делают это не только явные аферисты.

Наверняка многие из тех, кто занимался ремонтом квартиры, сталкивались с нечистыми на руку строителями. Как их ни контролируй, опытный бригадир всегда объяснит, почему ваши деньги было позарез необходимо истратить именно так, а не иначе. И, конечно, в итоге обманут, а почему бы не обмануть, если вы «не сечёте фишку», простодушны и доверчивы? И действительно, зачастую на действия, которые можно квалифицировать как обман и злоупотребление доверием, идут даже те, кто изначально не стремился зарабатывать мошенничеством, но как удержаться, если деньги сами идут в руки, а доказать все равно никто никогда ничего не сможет? В любой сфере деятельности хватает людей, которые, не устояв перед соблазном, наживаются не совсем честно. Собственно, в главе 1 мы хотим сделать некий обзор отраслей, где такие вот неявные аферы встречаются чаще, чем в любых других. И наиболее плодотворной почвой для подобной деятельности являются те области, которые сложнее прочих поддаются проверке.

Одна из таких областей – медицина, причём с момента своего возникновения. Само слово «шарлатан» происходит

от итальянского жаргонного названия псевдодокторов, разъезжавших по стране с балаганчиками «чудесных» зелий и отваров. И сегодня какой-нибудь андролог или гинеколог может годами «лечить» пациента, даже зная, что улучшений быть не может и не будет, что единственный шанс получить ребёнка – как можно быстрее осуществить искусственное оплодотворение, а ещё два-три года, и такое оплодотворение тоже не поможет! Но если перестать «лечить» – тогда не будет и ручейка немалых доходов, ведь любой подобный пациент «благодарит» доктора за каждый визит к нему, а ходить приходится часто. И таким заработком не гнушается даже профессорский состав, деньги всем необходимы.

С «раскручиванием» пациентов на совершенно ненужные исследования сталкивалось большинство пациентов коммерческих клиник. Например, пациентку с конъюнктивитом офтальмолог направил на УЗИ внутренних органов, другому пациенту с банальной простудой дали направление на анализ крови на наличие возбудителя сифилиса, третьему пациенту с небольшим кожным воспалением врачи посоветовали сделать ректоскопию. Разумеется, не бесплатно. Все это совершенно реальные случаи из практики солидных медицинских учреждений столицы.

Чаще всего жертвами повышенного внимания нечистых на руку врачей становятся состоятельные ипохондрики, которые внутренне готовы к тому, что им поставят грозный диагноз и направят на комплексное обследование.

А бывает, вообще искусственно диагностируют заболевание, чтобы потом с выгодой «лечить». Весьма популярно сегодня, например, «лечение» несуществующего хламидиоза. На такой заработок весьма падки частные клиники, предоставляющие анонимные услуги по лечению венерических заболеваний. Дело в том, что сам по себе хламидиоз протекает часто бессимптомно, доказать его наличие или отсутствие можно только с помощью лабораторных исследований. Нередки случаи преступного сговора: лаборант пишет ложный результат анализа, врач ставит соответствующий ложный диагноз. Доверчивый пациент начинает «лечение», разумеется, в этой же клинике. Поскольку эта инфекция передаётся половым путём, пациент приводит в ту же клинику свою жену, любовницу и далее по цепочке. Хламидии закономерно обнаруживаются у всех без исключения. «Лечение», разумеется, проводится по последнему слову медицинской науки – современными дорогими антибиотиками, иммуностимуляторами, «уникальными» биологическими добавками, методами «очищения крови» и т. д. Такой «комплексный подход» дает потрясающие результаты – по окончании курса все пациенты оказываются абсолютно здоровыми. В итоге клиника имеет хороший бизнес, пациенты радуются новоприобретённому здоровью, и доказать что-либо в этой ситуации крайне сложно.

Но здесь хотя бы пациент теряет лишь деньги. Нередки значительно более «кровавые» случаи врачебной практики.

Например, беременной женщине на приеме в частном медицинском центре сразу после первичного осмотра поставили диагноз «замершая беременность» и убедили сделать аборт, а ведь врач обязан наблюдать пациентку минимум неделю, чтобы иметь возможность поставить столь грозный диагноз. Несколько дней спустя этой пациентке сделали УЗИ, и оказалось, что возникли «определённые проблемы», поэтому придётся сделать дополнительное выскабливание. Данную небезопасную процедуру пациентке провели трижды и, разумеется, каждый раз брали немаленькие деньги. В итоге всё это привело к развитию тяжёлого эндометрита. Позже оказалось, что ещё пять пациенток данного центра согласились на аборт по тем же показаниям и всем несколько раз повторяли выскабливание.

Ещё одна область, где процветает практика навязанных услуг, – стоматология. Так, внушаемых пациентов убеждают поставить восемнадцать коронок вместо двух. Врач сознательно нарушает принцип «Не навреди», поскольку очевидно, что сточенные зубы подвержены кариесу и провоцируют пародонтоз и, скорее всего, с течением времени все восемнадцать коронок придётся снимать. А нередко стоматологи убеждают поменять все старые пломбы на новые, «более качественные», хотя объективно это не только не нужно, но и вредит.

Ну а, например, разного рода консультанты по маркетингу? Есть даже анекдот на эту тему. Около стада овец при-

земляется вертолёт. Из него выходит человек в костюме от Kiton и предлагает пастуху сделку: овца в обмен на точную информацию о поголовье стада. Пастух соглашается, человек подключает ноутбук к серверу NASA, получает необходимое спутниковое фото и печатает отчёт на 150 страницах, из которого следует, что в стаде 3141 овца. Забирает гоночар, но тут пастух делает ответное предложение: «Я точно называю твой бизнес, а ты отдаёшь овцу назад». – «Идёт». – «Ты – консультант». – «Как узнал?» – «Ты пришёл, когда не звали, взял плату за то, что я и без тебя знаю, да и в моем деле ты ноль – отдавай мою собаку назад!» Все риски общения с такими вот псевдомаркетологами опять же связаны с отсутствием подчас надёжного способа узнать, какая работа была проведена и не является ли указанная услуга профанацией. Вам могут продать исследование за \$10 тыс., в то время как оно не будет стоить ни копейки, но доказать вы ничего не сможете.

Похожая ситуация на рынке лечения от наркомании и алкоголизма. Не случайно многие крупные аферисты, специализирующиеся на более явных аферах (например, на торговле разными сомнительными товарами-пустышками, см. главу 4), параллельно владели и владеют многими клиниками для наркоманов и алкоголиков. Там можно оставить несколько тысяч долларов и не получить заявленного положительного эффекта, причём специалисты, оказывающие подобные услуги, знают, что эффекта не будет, но всё равно

«лечат» — им это очень выгодно!

На рынке психиатрических и психотерапевтических услуг ситуация еще более циничная. Например, в Международном классификаторе болезней (ICD) Всемирной организации здравоохранения есть такие болезни, как «расстройство чтения», «расстройство нарушения общественного порядка», «кофеиновая интоксикация», «расстройство арифметического счёта» и пр. В общем, при желании вам легко найдут не только физическую, но и психиатрическую болячку и будете посещать специалиста много-много лет, отдавая свои деньги фактически ни за что.

А ещё можно заработать на тщеславии. Именно на этом, например, основан широко распространённый на издательском рынке бизнес по изданию справочников типа «Самые лучшие люди России». Участников таких справочников прельщает заявленный тираж (например, 20 тыс.), красочность (золотое тиснение) и возможность получить в подобном издании глянцевою страницу хвалебного текста. Не факт, что такой справочник будет издан в количестве, большем, чем количество клиентов, заплативших за участие, но вот прибыль может легко составить миллионы и больше.

Причём не обязательно замахиваться, скажем, на справочник «Лучшие люди Восточной Европы» — можно ограничиться округами Москвы, как это сделала одна компания. В справочниках размещена информация о «лучших людях округа», о «лучших предприятиях округа» и т. д. И дело ока-

залось жутко прибыльным. Особенно с учётом того, что чиновники за определённый откат бюджетных средств на издание столь «полезной» литературы не жалеют (о практике откатов см. главу 5).

На примерно подобной основе существуют многие премии и конкурсы, деньги берут за участие, а призы дают почти всем – отличный бизнес. Активно он начал развиваться, когда в начале 90-х годов XX века многим людям и предприятиям было предложено получить Международную премию Бирмингема, оплатив лишь административные расходы (около \$5 тыс.). Одним из первых факел этого небольшого городка в штате Алабама, США, получил Виктор Черномырдин в свою бытность премьером. Вообще, это обычный приём, принятый позже на вооружение устроителями других конкурсов: бесплатно вручать премии VIP, среди которых есть и чиновники, и деятели культуры калибра Ростроповича или Плисецкой.

Потом «бирмингемские факелы» загорелись на сотнях российских предприятий, по большей части едва сводящих концы с концами. И так как награды давать было особенно не за что, то самая распространённая формулировка была такой: «За выживание в сложных экономических условиях».

Ну или известный случай, когда Находкинской жестяно-баночной фабрике некий Парижский клуб лидеров торговли вручил Гран-при, признав, что выпускаемые ею банки для консервирования рыбы, мяса и красной икры – «одни из

лучших в мире».

Мошенничеством в чистом виде это назвать сложно, скорее находчивостью, но попасться можно легко.

Например, на том же самом тщеславии основан рынок именования звёзд, это когда за деньги вам предлагают назвать звезду именем вашего знакомого – например, в подарок. Это может стоить и \$200, и 1000, общие доходы операторов данного рынка в России исчисляются миллионами долларов, да только продают они вам воздух. Все эти имена не имеют никакой юридической силы, Международный астрономический союз не раз заявлял, что такие «имена» или «сертификаты» являются просто фантиками, но – фантики продаются!

Или, скажем, сфера брачных услуг. Позвоните по телефонам, которые вам дадут как клиенту в каком-нибудь небольшом агентстве, – вероятность того, что они по большей части окажутся «неактуальными», весьма высока. Вы оплатили свой абонемент авансом: деньги в кармане, и зачем теперь следить за качеством базы? Самым махровым цветом такой тип аферы расцвёл в сфере недвижимости (см. главу 4), но на рынке брачных услуг есть и уникальные схемы.

Еще в начале 90-х годов XX века в России стали обильно плодиться агентства, занимавшиеся прямым обманом девушек, готовых платить деньги за поиск женихов. Например, агентство «Встреча», снимавшее под офис два гостиничных номера в районе метро «Октябрьская». Его реклама

занимала целые полосы в самых престижных изданиях, каждый день в контору приходили более десятка потенциальных невест – с них брали по \$100 за возможность заполучить зарубежного спутника жизни. Через три месяца «Встреча» исчезла вместе с собранными деньгами.

Наиболее часты случаи обмана клиентов в агентствах, работающих по почте через абонентский ящик: барышня из провинции высылает фото, анкету, переводит 300–500 руб. на счёт, а потом месяцами ждёт женихов. А один предприимчивый житель Луганска зарабатывал себе на жизнь так: размещал на сайтах брачных агентств в Интернете фото местных девушек, а иностранцам – любителям украинских красоток предлагал через электронную почту оплатить медицинское обследование избранницы и её выезд из страны. Деньги же, само собой, брал себе.

Но есть и более изощрённые варианты. Согласно данным Международной организации по миграции, практически все агентства «невеста по почте» (или по Интернету), предлагающие женщин из бывшего СССР, контролируются преступными группировками. Сотрудники этих агентств, как говорится в отчёте Международной организации по миграции, – торговцы «живым товаром» или работают на таких торговцев. «Жених» получает «невесту», некоторое время «употребляет» ее сам, а потом «командирует» в секс-индустрию – иногда даже лично отводит в публичный дом...

Вряд ли ситуация столь печальна, как это подаётся в от-

чёте. Говорить о тотальном сращивании брачных контор с мафией – явный перебор. Случаи, когда невесты из России или Украины отправлялись в бордели, известны, но здесь дело скорее в нечистоплотности самих заказчиков: проверять на порядочность каждого клиента брачные агентства, естественно, не могут. К тому же человек сам выбирает, с кем ему знакомиться и куда ехать. Но девушки, решившие выйти замуж за иностранца, должны знать, что среди тех, кто ищет себе невесту через брачные агентства, немало желающих просто поразвлечься. Хватает и типов с разными сексуальными отклонениями, а многие – просто глубоко несчастные, одинокие и больные люди.

Специфика многих итальянских агентств, например, в том, что они без предварительного знакомства приглашают русских девушек на три месяца пожить у мужчины, что зачастую оказывается для него практически бесплатным развлечением.

Недавно в Германии полиция накрыла целую криминальную организацию, которая «обслуживала» женщин из бывшего СССР и стран Восточной Европы, жаждущих выехать на ПМЖ за границу. Потенциальных клиенток жулики находили через брачные агентства или Интернет, предлагая им за деньги вступить в брак с неким пожилым господином. Удовольившись, что «немецкий дедушка» действительно существует, невесты переводили деньги в Германию и ждали вызова. А через два месяца получали телеграмму: «Жених

умер, ничем помочь не можем». Как выяснилось, мошенники действовали в сговоре с медперсоналом немецких больниц – они и находили «женихов», которым оставалось жить две-три недели.

В Украине до сих пор распространено так называемое брачное хакерство: девушка знакомится с иностранцем через Интернет, а затем раскручивает его на денежный перевод (мама заболела, от Интернета отключают и т. д.). Дальше – понятно. По словам украинских провайдеров, в каждом городе с населением от 50 тыс. человек есть несколько десятков особ 19–45 лет, зарабатывающих себе на жизнь таким образом.

Следует отметить, что в Москве за последние несколько лет откровенно мошеннических структур стало намного меньше: большая конкуренция и дороговизна рекламы просто не позволяют получить одномоментно большое число клиентов (что и привлекало аферистов), да и люди сейчас ведут себя осторожнее.

Посмотрим на рынок тренинговых услуг. Казалось бы, учись да радуйся. Но не всё так просто. При всём богатстве выбора осуществить его – задача не для слабонервных. Например, вы торговый работник и решили заплатить за посещение тренинга «Искусство презентации». Вы, возможно, что-то узнаете о психологии, да и вообще, неплохо и весело проведёте время, но не удивляйтесь, если в итоге поймёте, что знаете об «искусстве презентации» значительно больше,

чем «тренер», не за что было платить! Вот уж и правда, продавцы воздуха.

А уж если вы решите воспользоваться услугами детектива, повышенную осторожность проявлять жизненно необходимо. Человек, решивший нанять сыщика, как правило, попадает либо на новичков, не имеющих даже лицензии, либо на аферистов – именно эти две категории работников сегодня рекламируют свои услуги наиболее активно в газетах бесплатных объявлений. За примером далеко ходить не надо. Наша знакомая недавно решила проследить за своим бойфрендом – не встречается ли он ещё с кем? Частный детектив взял с неё в качестве предоплаты \$200, и с тех пор она его не видела. Обман? Разумеется. Но приятельница слёзно просила меня не только не публиковать имя этого афериста в журнале, но даже не звонить ему. Тот ведь может отомстить – рассказать фигуранту заказа, кто и за какую сумму его заказал.

Или ещё реальный случай. Другая наша знакомая недавно встретила на улице человека, который был ей должен крупную сумму. И всё бы ничего, но за поиск должника год назад она заплатила частному сыщику \$500 – тот через две недели отчитался, что искомого господина, по его информации, убили.

Похожая ситуация и на рынке патронажных услуг. Исследование патронажного рынка, проведенное недавно агентством Magram Market Research, позволило сделать вывод,

что большинство агентств, предлагающих работников по уходу за престарелыми или больными людьми, являются лишь машинами по выкачиванию денег, а судьба человека их не особо волнует. Например, ни в одной из патронажных служб им не предложили на выбор несколько сиделок, нужно было всякий раз, если сиделка не подошла по каким-то причинам, встречаться у метро с новой.

Или, скажем, дистанционная торговля. В качестве стимулирования клиента нередко применяется агрессивный маркетинг. Например, в почтовый ящик попадает красочный конверт с надписью: «Внимание – содержит конфиденциальные данные!» Внутри обращение от имени президента компании: «Поздравляем Вас, уважаемый Иван Иванович! Вы стали обладателем главного приза в размере 300 тыс. руб. Эти деньги уже лежат у меня в сейфе, и только опасения за их сохранность при пересылке заставляют меня не отправлять их, меньшие призы мы просто высылаем по почте. Немедленно сообщите о вашей готовности получить главный приз! Вам следует сделать заказ из нашего каталога на сумму 500 руб., и Вы гарантированно получите 300 тыс. руб., которые Вы уже выиграли!» Понятно, что заказ на 500 руб. приходит, а 300 тыс. – нет. Зато есть новый каталог, сообщение о призе в 365 тыс. руб. и необходимости сделать заказ на 800 руб. (см. сайт Lohozona.ru). Изредка кто-то пытается подать на компанию в суд. Все попытки «наехать» на обманщиков по телефону результатов не дают: сотрудники колл-центров просто

бросают трубки. Чаще всего жалуются на агрессивный маркетинг со стороны «Ридерс дайджест», «Книжного мира», «Книжного сезона», «Покупок на дом», «Финэкса» и т. д.

Конечно, никакого явного обмана в обещаниях компаний нет, розыгрыши призов – и главного, и первого, и всех поощрительных – обязательно проводятся, вся информация о правилах проведения и победителях есть на сайтах, а указанная в письмах сумма – приглашение к участию в её розыгрыше для активных клиентов, только вот сказано это, обычно, неявно, да и вообще дурно пахнет – ведь чаще всего в «главные призы» верят пенсионеры, подростки и люди, попавшие в трудную жизненную ситуацию, цепляющиеся за любую надежду поправить свои дела.

Но дальше всех в агрессивном маркетинге пошло издательство «Атлас» (Deagostini). Рекламные объявления в СМИ предлагают красочную печатную продукцию (карты, развивающие детские карточки, брошюры о природе) всего за 99 руб., в эту же сумму входят и пять солидных подарков. Человек, сделавший заказ и заплативший 99 руб., будет получать от «Атласа» и другие посылки. При этом их объявленная стоимость составляет 0 руб., а внутри – продукция со счётом на оплату. Только не на 99 руб., а уже на 168. Если человек не торопится оплатить счёт, «Атлас» присылает грозные письма с требованием уплаты долга, почтовых издержек и пеней за просрочку. Следующее письмо уже содержит фразу о том, что компания будет вынуждена подать на

вас в суд и взыскать необходимую сумму. Расчёт мошенников – на страх обывателя перед разбирательством в суде. Судиться против тысяч получателей посылок для издательства довольно накладно. Если у потерпевшего сохранились квитанции, где указано, что на его адрес пришли бесплатные посылки, то шансы издательства получить с него деньги в судебном порядке равны нулю.

Многие попадают на желание быстро и без проблем обогатиться. Скажем, торговля на рынке FOREX (активно рекламируется, в том числе и в телепередаче «Что? Где? Когда?») – здесь всем желающим предлагается зарабатывать на движении курсов валют относительно друг друга. Это мошенничество? Нет. Обогатиться можно? Конечно! Знаменитый финансист Джордж Сорос в 1992 году заработал таким образом миллиард долларов. Но мечтающие повторить его путь должны ясно понимать, что большинство игроков здесь проигрывает и это неизбежно.

Дело в том, что посредники (банки, компании) для игры на FOREX предоставляют клиенту кредит, позволяющий увеличить на время операций на FOREX сумму, находящуюся на депозите, в десятки раз, то есть получить, как говорят биржевики, плечо. Максимальное плечо обычно составляет 1 к 100 (некоторые компании предлагают и 1 к 200). Это значит, что, имея на депозите \$1 тыс., игрок имеет право заключать сделки на \$100 тыс. В данном случае выигрыш (или проигрыш) также возрастает в 100 раз. Брокер при этом

ничем не рискует: как только проигрыш клиента приближается к сумме, которая находится у него на депозите, позиция клиента принудительно закрывается. А вот клиент, играя с таким плечом, рискует очень сильно. Собственно, играть с маржинальным плечом даже 1 к 5 уже рискованно, а уж плечо 1 к 100 – это путь к разорению. Пока инвестор угадывает движение курсов, он зарабатывает, но неудачные сделки бывают у всех, и одной такой сделки достаточно, чтобы лишиться всех своих денег.

А если еще проще, плечо – это своего рода ходули. Чем выше ходули, тем больше сладких и спелых плодов можно нарвать. Но с ходулей высотой 100 метров падение неизбежно – эффективно балансировать на такой высоте не может никто, а тем более – непрофессионалы, которых сегодня активно пытаются втянуть в эту сомнительную игру.

Разумеется, клиента никто не заставляет использовать 100-метровые ходули, но желание заработать побольше неизбежно приводит к тому, что он пользуется максимальным кредитом.

Похожая ситуация – с так называемой многоуровневой торговлей, MLM. Надо сказать, что мошенничеством в прямом смысле слова MLM не является, хотя его корни в России носили очевидно мошеннический характер – это были пирамиды, закамуфлированные под многоуровневый маркетинг. В 90-х годах XX века существовала масса пирамид, маскировавшихся под MLM в расчёте на неискущённого обывате-

ля. В качестве примера «торговли воздухом» можно упомянуть появившиеся в крупных городах «международные бизнес-клубы» («Спейс», «Атлантида», «Феникс», «Контакт», Московский инвестиционный центр и т. д.). Людей заманивали разными способами на собрание и там уговаривали вступить в клуб со взносом порядка \$1 тыс. Членство в клубе давало право привлекать пополнение (со вступительным взносом, естественно), за каждого новичка полагалась премия – \$300. Предполагалось, что попавшиеся на удочку будут приводить в клуб других простаков – лишь бы вернуть свои деньги.

Давно было дело? Но и сегодня это актуально. Например, в начале 2000 года компания DHI анонсировала вывод на рынок «уникального обучающего курса» на CD и приступила к созданию дистрибуторской сети по принципу MLM. Любой вступающий в систему получал персональный электронный офис, позволяющий отслеживать уровень знаний, пользоваться рекомендациями и советами. Всё выглядело серьёзно. Но главный «пирамидальный» принцип соблюдался: человек вносил предоплату за обучающий курс и, ожидая товар (курс постоянно находился на доработке), имел право вербовать других клиентов, зарабатывая проценты с их взносов. Разумеется, никаких CD так и не появилось, организатор скрылся, дистрибуторы на верхних ступеньках пирамиды что-то заработали, остальные потеряли.

Сегодня MLM-компании по-прежнему предлагают вам

быстро и легко заработать – и не просто продавая чудо-товар, но создавая свою «ветку», то есть цепочку людей, которые будут продавать товар, получая его от вас, а вы будете безбедно жить на проценты! Но в итоге заработают как раз на вас, а вы будете лишь покупать товар, употреблять его самостоятельно и уговаривать своих родственников и знакомых употреблять его тоже, чтобы хотя бы минимизировать ваши потери.

Да и классические финансовые пирамиды, когда высокая доходность тех, кто уже вступил в пирамиду, на первых порах обеспечивается деньгами вновь привлечённых членов, а потом, когда общий объём полученных денег становится для мошенников достаточным, пирамида просто исчезает, как это ни удивительно, до сих пор актуальны. Последний пример – питерский бизнес-клуб «РуБин», обещавший своим вкладчикам 25–50 % годовых, основатели которого – Александр Польщенко и его супруга – «перестали выходить на связь после 21 февраля 2007 года» (то есть попросту бежали), прихватив с собой, по приблизительным оценкам, десятки миллиардов рублей (в Петербурге от действий бизнес-клуба пострадало 20–50 тыс. человек, а во всей России – около 100 тыс.).

Достоинным продолжателем дела МММ и «Властелины» может считаться и коммандитное товарищество «Социальная инициатива». Этот застройщик собрал деньги с граждан под строительство для них квартир. Какая-то часть квар-

тир была построена, но заметная часть доверивших фирме деньги своё жильё так и не получили – клиенты «Социальной инициативы» уверяют, что компания не выполнила свои обязательства перед 50 тыс. клиентов (о пирамидах также см. главы 2 и 4).

В общем, обману – явному или неявному – в нашей жизни всегда найдётся место. Запомнившаяся ещё с молодых ногтей нехитрая песенка кота Базилио и лисы Алисы «...покуда есть на свете дураки, обманом жить нам, стало быть, с руки» не утрачивает актуальности.

Авторы выражают благодарность создателю сайта «Аферы. Подделки. Криминал» Александру Захарову, не раз нам помогавшему в нашей работе, но книга, которую вы сейчас читаете, целиком сделана на основе собственных расследований журнала «Коммерсантъ ДЕНЬГИ».

Из главы 2 вы узнаете о лохотронах с информацией об аренде квартир, о мошенничествах в различных актёрских школах и на кастингах, об обмане при найме на работу, а также о коммерческих сектах.

В главе 3 мы расскажем вам об услугах по «откосу» от армии, о торговле удостоверениями силовиков, о махинациях с гражданством, нелегальной миграцией и легализацией, псевдобанкротствах и аферах, связанных с минимизацией налогов, а также о фальшивомонетничестве.

Прочитав главу 4, вы получите представление о махинациях с автокредитами и машинами, о мошенничестве в сфе-

ре пиар-услуг, о таймшерах, а также об аферах, основанных на продаже товаров и услуг, которые не обладают заявленными в рекламе потребительскими качествами (псевдолекарства и иные «медицинские» товары, типа «поясов из собачьей шерсти» и «силиконовых браслетов»).

Из главы 5 вы узнаете о мошенничествах, направленных против юридических лиц.

В главе 6 рассказано о различных методах интернет-мошенничества (включая похищение интернет-ID, хакерство, фишинг), о кардинге, мошенничествах с пластиковыми картами, о кибер-воровстве – похищении кредитных историй и т. п., о подделке документов и торговле базами данных.

Глава 7 поведает вам об угонах, перебивке VIN и прочих рисках при приобретении автомобилей.

Ну и, наконец, из главы 8 вы узнаете о чёрном рынке чёрной икры, нелегальном рынке оружия и золота, контрабанде животных, о рынке подделок произведений искусства, о торговле поддельными автозапчастями, а также об аферах с продуктами для приусадебных хозяйств.

Глава 2

Халява, сэр!

Нехорошие квартирки. – Бесплатные машинистки. – Работа в Норвегии. – Как стать звездой. – Рон Хаббард, Григорий Грабовой, «Анастасия» и Бхагавад-Гита

Лохотронами принято называть не только всем известные уличные лотки с импровизированной лотереей, выиграть в которую невозможно (о том, что на таком лохотроне попался известный правозащитник Сергей Ковалёв, мы рассказывали в предыдущей главе), но и более изощрённые схемы, о которых вы сейчас и узнаете. Суть любого лохотрона можно выразить в двух фразах: «обещанного три года ждут» и «ах, обмануть меня не сложно, я сам обманываться рад». Грубо говоря, мошенники обещают своей жертве золотые горы и сногсшибательные перспективы, не подкрепляя свои обещания никакими надёжными гарантиями, в итоге жертва платит за свои собственные надежды, даже подозревая обман, но ей до конца не хочется верить, что её обманывают. Лохотронщики подчас бывают очень тонкими психологами, хотя

иногда им и это не требуется, жертва сама идёт к ним в капкан, просто купившись на так называемую халяву.

Иногда жертва даже знает обо всех рисках, как это, например, было и бывает со старыми добрыми финансовыми пирамидами, об одной из которых («РуБин») мы рассказали в предыдущей главе. Человек, который несёт свои деньги явным аферистам, предлагающим процент значительно более высокий, чем традиционные финансовые инструменты («РуБин», напомним, обещал 25–50 % годовых), зачастую предполагает, что рано или поздно пирамида самоликвидируется, но рассчитывает успеть заработать и вернуть вложенные деньги раньше, чем это произойдёт, в чем не сильно отличается от игроманов, которые пытаются обыграть казино. Иногда удаётся. Например, один из авторов этих строк смог заработать 100 % от вложенных средств уже на второй волне аферы под названием МММ, когда уже была ясна её суть, но было и понимание, что можно успеть. Однако большинство всё равно не успевают – тот же «РуБин» облапошил до 100 тыс. человек по всей России. И многие из них, конечно, не догадывались, в какую игру с ними играли.

Самым массовым – если говорить о количестве пострадавших – является старый добрый лохотрон, связанный с арендой квартир. Десятки тысяч обманутых ежегодно (!) только в Москве и абсолютная безнаказанность организаторов – более благодатное для мошенников поприще найти трудно. А действует схема проще простого. Вот, например,

вы хотите снять квартиру. Найти её самому совсем не просто, спрос значительно превышает предложение, и риелторы, для которых поиск квартир для аренды, в отличие от вас, является профессиональной деятельностью, давно уже все такие квартиры держат на карандаше. Обратиться к риелтору и заплатить ему гонорар в размере месячной аренды? Вариант. Но многие решают сэкономить и обращаются в агентства, которые продают им сведения о якобы сдающихся квартирах – адрес, телефон, характеристики.

Прозванивать такие варианты приходится самостоятельно, но зато это и стоит дешевле – 3–8 тыс. руб. за месяц доступа к информации. Подвох в том, что сведения вам всегда – всегда! – выдают недостоверные, устаревшие, то есть бесполезные.

Тема вроде бы заезженная (сотни публикаций за последние годы, десятки телепередач) но тем не менее актуальная – на «квартирную удочку» до сих пор попадают даже те, кто уверен, что уж их-то точно не обманут. И это при том, что каких-то хитрых психологических приёмов аферисты не применяют. Действуют просто, но эффективно – предлагают клиенту лично связаться с хозяином по телефону или даже посмотреть квартиру. Такая открытость подкупает даже очень осторожных клиентов, в том числе тех самых журналистов, которые пишут про подобные лохотроны.

Потом, после того как договор с посредником подписан и деньги уплачены, хозяин либо исчезает, либо отказывается

сдавать жильё под благовидным предлогом. «Ничего страшного, у нас таких предложений десятки, – говорят клиенту, – будем вас снабжать информацией ежедневно, что-нибудь да найдёте».

Подобные фирмы-посредники в изобилии представлены в газетах «Квартира. Дача. Офис» и «Из первых рук», а всего в Москве действует около 80 компаний, предлагающих клиентам платный доступ к информации о сдающихся в аренду квартирах. Каждое такое агентство ежедневно заключает от 5 до 30 договоров (в зависимости от размаха деятельности и времени года), зарабатывая в среднем 2 млн руб. в месяц. Таким образом, годовой оборот этого рынка можно осторожно оценить в 2 млрд руб. в месяц (около \$80 млн).

Многие традиционные риелторские компании также имеют подобные подразделения, действующие, на первый взгляд, совершенно автономно, но использующие их информационные ресурсы. Вернее, это не сами компании, а их работники, в том числе самого высокого уровня. Сам по себе риэлтерский бизнес не так доходен, как принято думать. Поэтому перспектива иметь на стороне дополнительный личный доход в \$15–20 тыс. (это за вычетом всех расходов) многих прельщает. Опыт есть, а риска никакого – можно ведь использовать не базу своего агентства, а старые БД других компаний, которые все равно покупаются на рынке для перепроверки – цена архивов колеблется от 3 до 6 тыс. руб. за архив и от 2 до 4 тыс. в месяц за самое дешёвое обновление.

К тому же на бизнесе компании это никак не отражается.

Заметим, что клиент и сам часто понимает, что его надули, но – терпит (того, кто уже заплатил, аферисты так и называют – «терпила»). Во-первых, сумма относительно небольшая, ради неё не каждый полезет на рожон; во-вторых, лезть на рожон всё равно нет смысла – договор-то был заключён на информационное обслуживание, обязательство найти вам квартиру нигде не зафиксировано, вам просто пообещали это сделать на словах – все законно!

Это, разумеется, не единственный вид лохотрона на аренде, мошенничества в этой сфере многочисленны и разнообразны. Даже если вам удалось найти квартиру под съём, не спешите радоваться. Не исключено, что, приготовившись в неё въехать, вы столкнётесь с целой очередью таких же «счастливчиков» – перед закрытой дверью. Если милиции удастся быстро найти настоящих хозяев, они расскажут, что да, они сдали эту квартиру совсем недавно – человеку, по описанию являющемуся именно тем самым «хозяином», с которым вы недавно общались. Но ведь у него справка о приватизации была! Да, только поддельная.

Но самым коварным является лохотрон не с арендой квартир, а с продажей недвижимости. Его коварство заключается в том, что, в отличие от лохотрона с арендой квартиры, жертва, как правило, вообще не догадывается, что её обманули. Тем более что этот вид лохотрона используют практически все агентства недвижимости, включая самые солидные

и «раскрученные».

Суть его в следующем. Вы решили приобрести квартиру, обращаетесь в риелторское агентство, с вами подписывают договор на обслуживание, в котором в том числе определяются параметры необходимой квартиры и указывается число просмотров, которое агентство обязуется для вас провести (например, 15), и обязательно берут залог – иногда \$1 тыс, иногда \$2 тыс. Этот залог в любом случае достаётся риелтору, даже если он не сможет вам помочь, а необходимость такого залога сами риелторы объясняют своим желанием подстраховаться на случай, если клиент будет работать с несколькими агентствами одновременно, а значит, в случае удачной сделки с помощью одного из агентств остальные останутся с носом. И вот вам показывают 15 квартир – и ни одна из них вам не подходит, но вовсе не потому, что вы очень уж придирчивый клиент, просто так и должно было случиться – по замыслу аферистов. Либо пункты договора, определяющие требования к квартире, делаются нарочно размытыми, такими, чтобы вам смогли показывать абы что, не ударив палец о палец, либо, что чаще всего и происходит, вас сразу же вводят в заблуждение относительно цены на квартиру. Например, вам необходима квартира за \$200 тыс. Вам такую и показывают, и она вам подходит! Но через пару дней риелтор вам звонит и говорит, что хозяин поднял цену – на \$20 тыс., например. Если вас это устраивает, не исключено, что цену поднял сам риелтор, эту разницу он положит

к себе в карман. Если нет (что чаще всего и происходит), значит, квартира сразу стоила \$220 тыс., вам же её показали по заниженной цене, просто чтобы побыстрее выбрать все 15 просмотров, которые они обязались для вас провести!

Конец ознакомительного фрагмента.

Текст предоставлен ООО «ЛитРес».

Прочитайте эту книгу целиком, [купив полную легальную версию](#) на ЛитРес.

Безопасно оплатить книгу можно банковской картой Visa, MasterCard, Maestro, со счета мобильного телефона, с платежного терминала, в салоне МТС или Связной, через PayPal, WebMoney, Яндекс.Деньги, QIWI Кошелек, бонусными картами или другим удобным Вам способом.