

Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«Российский государственный педагогический университет им. А. И. Герцена»

На правах рукописи

Лебедь Анна Леонидовна

**МАГАЗИННЫЕ КРАЖИ В РОЗНИЧНОЙ СЕТЕВОЙ ТОРГОВЛЕ:
КРИМИНОЛОГИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ**

12.00.08 – уголовное право и криминология;
уголовно-исполнительное право

ДИССЕРТАЦИЯ

на соискание ученой степени кандидата юридических наук

Научный руководитель:
доктор юридических наук,
профессор

Гилинский Яков Ильич

Санкт-Петербург - 2021

ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ	3
ГЛАВА 1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ПРЕСТУПНОСТИ В ОБЩЕСТВЕ ПОТРЕБЛЕНИЯ	19
§ 1. Преступность в обществе потребления	19
§ 2. Шоплифтинг в США и Европе: история и современность	45
ГЛАВА 2. АНАЛИЗ МАГАЗИННЫХ КРАЖ В РОЗНИЧНОЙ СЕТЕВОЙ ТОРГОВЛЕ В РОССИИ	70
§ 1. Криминологическая характеристика магазинных краж	70
§ 2. Типология криминальной активности посетителей	103
ГЛАВА 3. СОЦИАЛЬНЫЙ КОНТРОЛЬ НАД МАГАЗИННЫМИ КРАЖАМИ	134
§ 1. Социальный контроль над преступностью в обществе потребления	134
§ 2. Комплексная профилактика магазинных краж в России	150
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	179
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ	189
ПРИЛОЖЕНИЯ	214

ВВЕДЕНИЕ

Актуальность темы исследования. Российская розничная торговля является одной из крупнейших отраслей национальной экономики. Сетевая розница, как совокупность различных хозяйствующих субъектов, является одним из крупнейших налогоплательщиков. В розничной и оптовой торговле занято 15,4% трудовых ресурсов страны (более 13 млн. человек из 75 млн. человек общего числа рабочей силы)¹, что является максимальным показателем занятости населения по видам экономической деятельности. После распада СССР в течение двадцати лет развития современной торговли Россия находится на первых местах мирового рейтинга магазинных краж наравне с США, Китаем, Японией, Великобританией, Турцией, другими странами, в которых современные форматы торговли начали появляться гораздо раньше. Сокращение доли традиционного формата торговли («через прилавок» в присутствии сотрудника магазина), стабильный рост российского розничного сетевого рынка с открытой выкладкой товара (формат самообслуживания, открытое размещение товара на полках и стеллажах магазина с отсутствием сотрудника магазина у места размещения товара), со средней долей рынка более 60% по стране (в Москве, Санкт-Петербурге, Екатеринбурге, Новосибирске, Казани, Краснодаре более 75%), с расширением экспансии в Поволжье, на Урал, Сибирь и Дальний Восток, доказывают актуальность криминологического исследования сопутствующего негативного феномена – магазинных краж. Оборот розничной торговли за 2020г. почти на 75% формировался современными форматами, при этом в сегменте традиционной торговли сокращение количества прилавочных магазинов резко ускорилось в период пандемии коронавирусной инфекции. Магазинные кражи растут одновременно с развитием розничной сетевой торговли, что указывает на актуальность темы исследования². Сокращение реальных располагаемых доходов

¹ Федеральная служба государственной статистики [Электронный ресурс]. Режим доступа https://rosstat.gov.ru/labour_force, свободный (последняя дата обновления статистических данных 25.03.2021 (дата обращения: 12.04.2021).

² Лебедь А.Л. Магазинные кражи (шоплифтинг) в обществе потребления. Mauritius, Beau Bassin: LAB LAMBERT Academic Publishing, 2018. 242 с.

населения и негативные настроения потребителей как тенденции рынка 2018г. – первой половины 2019г., усиленные в условиях распространения новой коронавирусной инфекции и противодействия пандемии COVID-19, являются факторами роста магазинных краж. Стабильно растущая динамика магазинных краж и прогнозируемое экспертами их увеличение, в том числе в связи с изменениями в Уголовном кодексе Российской Федерации (далее по тексту – УК РФ) и Кодексе Российской Федерации об административных правонарушениях (далее по тексту – КоАП РФ) от 03.07.2016г.¹ об увеличении стоимости похищенного имущества для наступления уголовной ответственности до 2 500 руб., указывают на необходимость их контроля не только розничными сетевыми компаниями, но и обществом и государством.

Повышение индекса потребительских цен (потребительская инфляция) во второй половине 2020г., характеризующийся как максимальный в декабре 2020г. – январе 2021г., ускорение инфляционных процессов, рост безработицы и снижение реальных располагаемых денежных доходов на душу населения во второй половине 2020г. - I квартале 2021г., увеличение нормы сбережений от реально располагаемых расходов как реакция россиян на пандемию коронавируса, ограничительные меры и экономический кризис, отражаются и на магазинных кражах, демонстрирующих положительную динамику. Тренды потребительского рынка и в ритейле в 2020г.: 1. COVID-19 - #оставайтесьдома, #сидимдома, #едимдома; 2. ожидаемое снижение доходов населения России по итогам 2020г.; 3. появление новых кризисных типов потребителей (существенные изменения в потребительском поведении); 4. признание 1/3 потребителей себя пострадавшими; падение частоты покупок (частоты посещения магазинов) при росте среднего чека; 5. значительный рост собственных торговых марок сетей; 6. рост доли объема покупок в стоимостном выражении, совершенный по промо; 7. наибольшие темпы роста каналов, отвечающих новым запросам потребителей:

¹ Федеральный закон от 03.07.2016 №323-ФЗ «О внесении изменений в Уголовный кодекс Российской Федерации и Уголовно-процессуальный кодекс Российской Федерации по вопросам совершенствования оснований и порядка освобождения от уголовной ответственности» [Электронный ресурс]. Доступ из справочно-правовой системы «КонсультантПлюс».

низкие цены – жесткие дискаунтеры, бесконтактные покупки – e-commerce, шаговая доступность – магазины «у дома», специализированные продуктовые магазины отражаются на положительной динамике магазинных краж. Изменившееся в 2020г. потребительское поведение и появление новых «кризисных» типов потребителей («устойчивые», «пострадавшие» и «обеспокоенные») повлияли и на поведение магазинных воров.

Российский рынок сетевой розницы условно разделен на сегменты «food» (продовольственные товары) и «nonfood» (промышленные товары). Значительную часть ассортимента в сегментах food и nonfood составляют товары, объединенные под общей классификацией FMCG (англ. fast moving consumer goods - быстро оборачиваемые потребительские товары). Товары FMCG являются наиболее рекламируемой, узнаваемой и популярной продукцией среди массового потребителя. Превалирующим сегментом выступает сегмент «food», поскольку такие товары в повседневной жизни наиболее востребованы потребителями. Емкость рынка сетевой розницы России за 2019 год выросла на 1,6%. Количество торговых объектов на 31.12.2019 составило 65,5 тыс., а именно более 1,1 тыс. гипермаркетов, более 3,3 тыс. супермаркетов, более 40,2 тыс. дискаунтеров, жестких дискаунтеров и более 20,8 тыс. магазинов у дома. Сети формируют более 55% оборота розничной торговли продуктами питания.

Количество торговых объектов TOP-200 сетей FMCG за март 2020 года увеличилось на 285, общая торговая площадь увеличилась на 70,2 тыс. кв.м. Количество торговых объектов TOP-200 сетей FMCG за январь-март 2020 года увеличилось на 509, а общая торговая площадь – на 110,8 тыс. кв.м.¹

Оставшаяся часть рынка занята сегментом «nonfood» и представлена розничными торговыми сетями мебели, электроники, аптек, парфюмерии и бытовой химии, спортивных и детских товаров, детских товаров и др.²

¹ Отраслевой обзор Infoline Retail Russia «Состояние потребительского рынка и Рейтинг торговых сетей FMCG России (март 2020)». СПб.: Информационное агентство «ИНФОЛАЙН», 2020. С.13.

² Экспертное мнение получено автором исследования посредством опроса и интервью экспертов Компании «Император» 03.03.2017, Санкт-Петербург. Информация о процедуре опроса и интервью представлена в Приложении «Справка о процедуре проведения в процессе диссертационного исследования «Магазинные кражи в розничной сетевой торговле: криминологический анализ» опроса и интервью экспертов в области торговой безопасности» с приложением вопросов, поставленных перед экспертами в процессе опроса и интервью».

Предметами магазинной кражи чаще всего выступают товары FMCG, представленные в магазинах современных форматов. В исследовании анализируются магазинные кражи в розничных торговых сетях по продаже продуктов питания и сопутствующих товаров - сегмент «food». Ключевыми торговыми сетями, притягивающими криминальный интерес магазинных воров (шоплифтеров), являются «Карусель», «Лента», «О'Кей», «АШАН», «Перекресток», «Дикси», «Пятерочка», «Магнит» Региональные и локальные торговые сети также привлекают внимание лиц, совершающих хищения из магазинов.

Для России магазинные кражи, их массовость и мобильность, феномен относительно новый и неизученный. Научных работ по исследованию шоплифтинга в сетевой рознице в отечественной криминологии почти не представлено. Магазинные кражи регистрируются и в традиционной несетевой торговле, однако масштабность, мобильность и экономическую оценку приобретают именно в сетевой рознице, поскольку совершать кражи в сетях доступнее и удобнее. Беснаказанность за совершение магазинной кражи продуцирует их совершение¹. Широчайшее распространение магазинных краж, экономические потери как результат их совершения в реальности общества потребления указывает на сформированность феномена так называемого «шоплифтинга» (англ. shop – магазин, lift – подъём, вынос, shoplifter – магазинный вор). Шоплифтинг приобретает характер искаженной, деформированной философии потребления, активной жизненной позиции и стиля, выгодной и оплачиваемой «профессии», нормой поведения.

Степень научной разработанности темы. Теоретико-методологическая основа исследования представлена трудами по общей теории преступности, ее детерминант, личности преступника и предупреждения преступлений, в том числе преступлений против собственности: Г.А. Аванесова, О.А. Адоевской, Л.С. Аистовой, А.И. Алексеева, Ю.М. Антоняна, Ю.В. Баглая, А.Г. Безверхова, Е.В.

¹ Лебедь А.Л. Розничная сетевая торговля как корпоративная жертва криминального поведения (по материалам г.Санкт-Петербург) / А.Л. Лебедь // Виктимология. 2020. №2(24). С.5-12.

Безручко, А.И. Бойцова, Г.Н. Борзенкова, В.В. Векленко, К.В. Вишневецкого, А.А. Галаганова, Л.Д. Гаухмана, Е.В. Герасимовой, Я.И. Гилинского, Ю.В. Голик, В.В. Голиной, А.И. Долговой, А.Э. Жалинского, А.Ф. Зелинского, К.Е. Игошева, Л.В. Иногамовой-Хегай, И.И. Карпеца, М.П. Клейменова, Г.В. Колодко, Ю.Ю. Комлева, С.М. Кочои, В.Н. Кудрявцева, Ю.И. Ляпунова, Н.А. Лопашенко, В.В. Лунеева, С.В. Максимова, В.Д. Малкова, В.С. Овчинского, С.Г. Олькова, В.И. Плоховой, Э.Ф. Побегайло, В.И. Поклада, Л.М. Прозументова, М.А. Простосердова, В.И. Плоховой, В.С. Прохорова, Б.Т. Разгильдиева, А.И. Рарога, С.А. Сидорова, А.Б. Сахарова, В.М. Семенова, К. Сессара, Н.Ю. Скрипченко, Р.Ю. Скокова, И.Л. Честнова, В.Ф. Щепелькова, В.Е. Эминова, П.С. Яни и других.

Проблемы общества потребления и глобализации как одной из основных черт общества потребления, в том числе как криминогенного фактора, освещаются в работах В.И. Ильина, Д.В. Жмурова, Т. Хагурова, М.Г. Миненка, Т.В. Шипуновой, Ж. Бодрийяра, Ж.-Ф. Лиотара, З. Баумана, Д. Ритцера, Д. Стиглица, Э. Фромма, Н. Лумана, Г. Беккера, У. Бека, Э. Гидденса, Б. Стюарта, Г. Дебора, Д. Белла, У. Мартина, О. Тофлера, Ф. Ферроротти, М. Кагельса, А. Турена, У. Бевериджа, Д. Гэлбрейта, Р. Флорида и других.

Некоторые вопросы хищений в торговле исследовались Г.А. Густовым, Т.Ю. Погосян, О.А. Бойко, С.Л. Пановым, А.С. Игуменовым, В.В. Панюковым, М.А. Филатовой. Указанные исследования рассматривают хищения в избранной области без значительного акцента на магазинные кражи (шоплифтинг) в совокупности с иными хищениями. Внимание исследователей сосредотачивается на способе совершения хищения, но не на криминологическом анализе. Магазинные кражи посетителей в условиях современного развития розничной сетевой торговли не исследуются. Общество потребления как превалирующий фактор, влияющий на рост магазинных краж и изменившего «привычную» картину преступности, в названных трудах также не исследуется. Социальному контролю над магазинными кражами и их комплексной профилактике не посвящена ни одна научная работа.

Таким образом, при достаточной разработанности общей теории корыстной преступности, наличии концептуальных положений о краже как форме хищения и присутствии криминологического анализа кражи в криминологических исследованиях магазинные кражи в розничной сетевой торговле не выступали предметом самостоятельного криминологического исследования. На сегодняшний день нет ни одной фундаментальной научной работы, посвященной криминологическому анализу магазинных краж в розничной сетевой торговле, что подтверждает актуальность выбранной темы. Если понятие и черты общества потребления и процесс глобализации, а также их влияние на преступность достаточно широко освещены в зарубежных и отечественных исследованиях, то исследование магазинных краж через призму общества потребления, провоцирующего их рост, в отечественной криминологии не представлено.

Объектом исследования являются комплекс общественных отношений в сфере предупреждения магазинных краж в розничных торговых сетях по продаже продуктов питания и сопутствующих товаров.

Предметом исследования являются магазинные кражи в розничной сетевой торговле в России; шоплифтинг в США и Европе (история и современность); комплексная профилактика магазинных краж в России.

Целью исследования является разработка фундаментальной многосторонней криминологической характеристики противоправной деятельности лиц, совершающих магазинные кражи в розничных торговых сетях по продаже продуктов питания и сопутствующих товаров (шоплифтинга), формирование практических рекомендаций по профилактике магазинных краж.

Для достижения цели поставлены и решены следующие **исследовательские задачи**:

- предложить понятие и характеристику общества потребления как основу для исследования преступности;
- обосновать взаимосвязь магазинных краж в розничной сетевой торговле и общества потребления;

- представить криминологическую характеристику магазинных краж в России;
- описать типологию криминальной активности посетителей;
- исследовать понятие и характеристики социального контроля над преступностью в обществе потребления;
- исследовать и систематизировать зарубежный опыт по определению и профилактике шоплифтинга;
- исследовать и представить комплексную профилактику магазинных краж;
- сформулировать научно обоснованные предложения по профилактике магазинных краж.

Методологической основой диссертации послужил всеобщий диалектический метод познания и комплекс общенаучных и частных методов. При исследовании преступности в обществе потребления и социального контроля над преступностью, а также уголовно-правового и криминологического анализа преступлений против собственности в России применялись историко-правовой, сравнительно-правовой, формально-логический и системно-структурный методы научного исследования, а также метод статистического анализа. Применение указанных методов позволило сформировать понятие и черты современного общества, современной преступности, социального контроля над преступностью в обществе потребления.

Основой исследования феномена шоплифтинга в США и Европе послужили историко-правовой, сравнительно-правовой, формально-логический и системно-структурный методы, что определило понятие шоплифтинга, этапы его развития и меры уголовной ответственности за совершение краж из магазинов, а также обеспечило обзор распространения магазинных краж в США и Европе.

При анализе магазинных краж в розничной сетевой торговле в России и исследовании комплексной профилактики магазинных краж в России использовались сравнительно-правовой метод, метод статистического анализа, конкретно-социологические методы (опрос, интервью), моделирование, наблюдение и графический метод. Данные методы обосновали понятия

«магазинная кража» («шоплифтинг»), «магазинный вор», классификацию магазинных воров, позволили проследить динамику магазинных краж и сформировать направления и уровни профилактики шоплифтинга.

Нормативная база исследования включает Конституцию РФ, Уголовный кодекс РФ, Кодекс РФ об административных правонарушениях, Закон РФ «О частной детективной и охранной деятельности в Российской Федерации» и иные федеральные законы в исследуемой сфере, постановление Правительства РФ «О некоторых вопросах осуществления частной детективной (сыскной) и частной охранной деятельности», постановление Правительства РФ «Вопросы частной детективной (сыскной) и частной охранной деятельности», иные нормативные акты Правительства Российской Федерации, других федеральных министерств и ведомств.

Теоретической основой исследования послужили труды известных криминологов: Ю.М. Антоняна, Ю.В. Баглая, Я.И. Гилинского, А.И. Долговой, Л.В. Иногамовой-Хегай, М.П. Клейменова, Ю.Ю. Комлева, В.Н. Кудрявцева, Н.А. Лопашенко, В.В. Лунеева, В.С. Овчинского, С.Г. Олькова, Э.Ф. Побегайло, Л.М. Прокументова, Р.Ю. Скокова, И.Л. Честнова, В.Е. Эминова, П.С. Яни и других.

Эмпирической основой исследования послужил статистический материал, представленный Информационным центром ГУ МВД России по Санкт-Петербургу и Ленинградской области о зарегистрированной преступности по ст.158 УК РФ. Выборка произведена по критерию «магазин». Регион исследования – Санкт-Петербург. Период исследования с 2001г. по 2018г.

Незарегистрированная преступность охарактеризована статистическими данными о задержаниях лиц, совершивших кражи из магазинов по ст.158 УК РФ и ст.7.27 КоАП РФ. Статистика предоставлена охранными компаниями федеральной розничной торговой сети с разными форматами магазинов (супер-, гипермаркет). Период исследования с 2011 г. по 2016 г. Регионы исследования – Санкт-Петербург, Кубань (города Краснодар, Сочи), Поволжье (города Нижний Новгород, Тольятти), Сибирь (города Омск, Иркутск, Новосибирск), Юг (города Волгоград, Ростов, Новочеркасск, Ставрополь), Москва. В исследовании

использовались эмпирические данные, представленные экспертами по торговой безопасности о видах и процентном соотношении потерь, видах лиц, совершающих кражи из магазинов, предмете и способе совершения магазинных краж, комплексной профилактике магазинных краж. Эмпирические данные также получены посредством опроса и интервью экспертов – 60 человек. Информация о процедуре опроса и интервью представлена в Приложении «Справка о процедуре проведения в процессе диссертационного исследования «Магазинные кражи в розничной сетевой торговле: криминологический анализ» опроса и интервью экспертов в области торговой безопасности» с приложением вопросов, поставленных перед экспертами в процессе опроса и интервью. Результаты проведенных опросов и интервью представлены в тексте диссертации и в приложении №1, приложении №2 (диаграммы №1, №2), приложении №3. Систематизированы направления корпоративного (сетевого) социального контроля магазинных краж.

Экспертами по торговой безопасности в рамках настоящего диссертационного исследования выступили руководители и сотрудники охранных и сопутствующих компаний России и Северо-Западного региона (Санкт-Петербург): ООО «Охранный холдинг «An-Security», ООО «Охранный холдинг «Аванпост», ООО «Охранный холдинг «Император», ООО «Инновационная консалтинговая компания «АКО», ООО «АНТИвор» (филиал в Санкт-Петербурге), ЧОУ ДПОЦПП «Параллель», а также эксперт по предотвращению потерь И.Г. Чумарин, руководитель Службы внутренней безопасности ООО «Книжная сеть «Буквоед» В.В. Андреев.

Научная новизна исследования состоит в системном криминологическом анализе магазинных краж и их комплексной профилактики в реалиях общества потребления. На основе анализа общей теории корыстной преступности и концептуальных положений о краже как форме хищения определены понятия «магазинная кража», «шоплифтинг», «магазинный вор». Предложена классификация магазинных воров (внешние (посетители) и внутренние (персонал)).

Обосновано введение самостоятельного субъекта специального предупреждения магазинных краж – розничной сетевой торговли, обладающей мощным антикриминогенным потенциалом для контроля над шоплифтингом. Сформированы направления (общество, государства и торговые компании) и уровни (физический и технический) комплексной профилактики магазинных краж сквозь призму современного общества, изменившего «привычную» картину преступности. Новизной характеризуются предлагаемые автором методы комплексной профилактики магазинных краж и корпоративного (сетевого) социального контроля. Снижение стоимости похищенного имущества для наступления уголовной ответственности до 2 000 руб. и введение понятия «преступный промысел» в ст.17¹ Общей части УК РФ обоснованы.

Сформирована криминологическая карта исследования магазинных краж: общество потребления предложено как основа для исследования современной картины преступности; уголовно-правовой и административно-правовой анализ магазинных краж; комплексная профилактика шоплифтинга. Предлагаемая криминологическая карта не только выявляет индикаторы криминологического исследования феномена шоплифтинга в России, но и указывает на возможность прогнозирования его развития для последующей профилактики.

Научная новизна исследования выражается и в том, что настоящая работа является практически первым комплексным криминологическим исследованием магазинных краж и феномена шоплифтинга в России.

Основные положения, выносимые на защиту:

1. Обосновывается необходимость исследования преступности и феномена шоплифтинга сквозь реалии общества потребления. В современном мире потребление, ставшее одним из значимых социальных процессов, изменило «привычную» картину преступности. Общество потребления криминогенно. Одним из источников преступности является неравный социально-экономический статус индивида, выраженный в неравенстве возможностей потребления. Процесс глобализации усиливает социально-экономическое неравенство. Отношение к потреблению продуцирует формирование феномена шопинга и, соответственно,

шоплифтинга в России. Желанное навязанное потребление может достигаться противоправным путем. Доказывается, что шоплифтинг в России предстает философией потребления, искаженной деформированной потребительской культурой, жизненным стилем, прибыльной «профессией». Магазинные воров предстают как социально оправданные воров. Предложено определение магазинных краж (шоплифтинга), определяемых как осознанная противоправная деятельность по хищению товарно-материальных ценностей (товаров) в розничных магазинах современных форматов. Товарно-материальные ценности (товары) являются предметом магазинной кражи.

2. Доказывается, что общество потребления провоцирует рост магазинных краж. Шоплифтинг предстает сопутствующим негативным фактором развития российской розничной сетевой торговли. Значительное увеличение магазинных краж фиксируется в розничной сетевой торговле вследствие роста доступности и широкой географии сетевых магазинов. Выявлены причины роста магазинных краж в России являются: *развитие современного формата розничной торговли* (непосредственный доступ на полке и/или стеллаже к товару в отсутствие сотрудника магазина провоцирует магазинных воров и создает благоприятные условия для воровства, нежелание сетей обращаться с заявлениями в правоохранительные органы стимулирует увеличение магазинных краж); *социум* (отсутствие уважения к частной собственности в обществе); *государство* (дискуссионность уголовно-правовой и административно-правовой ответственности за кражу, социально-экономическая политика, не обеспечивающая достойный уровень жизни различных слоев населения).

3. Установлено, что магазинные кражи в сетевой рознице профилактуются посредством комплексных мероприятий, проводимых собственными службами безопасности розничных сетевых компаний, охранных и специализированных структур, а также корпоративного (сетевого) контроля. Предложены новые инновационные методы профилактики. Обосновывается, что результатом профилактики может стать значительное снижение уровня магазинных краж. Доказывается, что совместные согласованные действия

розничной сетевой торговли, общества и государства по социальному контролю магазинных краж позволят существенно минимизировать их количество.

4. Доказывается, что для противодействия магазинным кражам необходима эффективная государственная социально-экономическая политика, направленная на повышение уровня жизни различных слоев населения.

5. Предложено определение «магазинного вора», под которым понимается посетитель, незаконно изъявший товар без оплаты в торговом зале магазина в отсутствие иных лиц либо в их присутствии, но незаметно, и имеющий реальную возможность пользоваться или распоряжаться изъятым товаром по своему усмотрению. Разработана классификация магазинных воров, состоящая из двух групп: внешние (посетители магазина) и внутренние (персонал магазина). Внешних «магазинных воров» можно разделить внутри группы по мотиву совершения кражи: 1. хищение товара для личного пользования («любители»); 2. хищение товара для перепродажи («профессионалы»). Промоутеры, мерчендайзеры, кассиры на аутсорсинге, сотрудники охраны и другой персонал торгового объекта (штатный и временный) является внутренними «ворами». К категориям магазинных воров соотносится классификация, используемая в криминологии по отношению к иным ворами: примитивные, квалифицированные и профессиональные. Предложена типологизация личности магазинного вора по ведущему мотиву (корыстолюбивый, утверждающийся, дезадаптированный, семейный, игровой и алкоголь-наркотизированный типы) и степени устойчивости преступной установки (ситуационный, неустойчивый, злостный и особо опасный типы).

6. Доказывается, что предупреждение преступности в обществе потребления требует новых средств социального контроля. Общесоциальное предупреждение сосредотачивается на переосмыслении потребления и снижении социально-экономического неравенства в обществе. *Измененная система ценностей, ориентиры не на количество товаров, а качество, на гуманизацию и индивидуализацию отношений определяют новое потребление.* Обосновывается, что контроль общества потребления возможен посредством обновленного

переосмысленного потребления. Снижение социально-экономического неравенства, выравнивание возможностей потребления возможно путем реального воздействия государства в социально-экономической сфере. Занятость населения, доходы и благосостояние напрямую зависят от эффективной государственной социально-экономической политики. Предполагается, что сочетание переосмысления потребления с эффективной социально-экономической политикой выравнивания возможностей потребления возможен контроль и над преступностью в обществе потребления.

7. Предложены меры специального криминологического предупреждения магазинных краж в России, которые предстают формой неформального социального контроля и характеризуется введением самостоятельного субъекта – розничной сетевой торговли, обладающей социально-экономическим антикриминогенным потенциалом для контроля магазинных краж. Охарактеризована комплексная профилактика магазинных краж по группам магазинных воров в соответствии с *физическим* (охранные посты на торговом объекте) и *техническим* (система антикражного оборудования торгового объекта) уровнями, а также корпоративный (сетевой) социальный контроль магазинных краж. Стратегия профилактики формируется розничной сетью. Характеризуется корпоративный (сетевой) социальный контроль магазинных краж как часть специального криминологического предупреждения, раскрывающий социальную ответственность розничных компаний перед обществом. Корпоративный (сетевой) социальный контроль над магазинными кражами является системой стимулирования лояльности (доверия) посетителей, персонала по отношению к сетевой рознице и определяется как социальная ответственность сетей перед обществом.

8. В связи с несоответствием размера ущерба согласно части 2 статьи 7.27 КоАП РФ для наступления уголовной ответственности - 2 500 руб. конституционным принципам справедливости, гуманизма и соразмерности, а также конституционному принципу равной защиты всех видов собственности, теоретически обоснованы изменения уголовного законодательства. И в

отношении жертв преступлений, а именно розничных сетевых компаний, должна проводиться гуманизация уголовно-правовой политики. Ответственность за мелкие хищения должна быть возложена и на государство в части обеспечения малообеспеченных слоев населения («исключенных») товарами первой необходимости. Ответственность сетей за сохранность товара возрастает и вынуждает их финансировать услуги охранных и сопутствующих компаний, что отражается на итоговой стоимости товара. Доказана необходимость снижения стоимости похищенного имущества до 2 000 руб. В статью 7.27 «Мелкое хищение» КоАП РФ должны быть внесены соответствующие изменения. Профилактика магазинных краж и других видов хищений требует законодательного закрепления, *во-первых*, понятия «преступный промысел» в ст.17¹ Общей части УК РФ. Под «преступным промыслом» необходимо понимать «совершение лицом двух и более тождественных преступлений, ни за одно из которых оно не было осуждено, являющихся основным или дополнительным источником дохода виновного». *Во-вторых*, «преступный промысел» необходимо закрепить как квалифицирующий признак ст.158 УК РФ (и ст.ст.159, 160, 161, 162, 175, 222, 223, 228, 258, 326, 327 и пр.) в части третьей статьи, дополнив ее пунктом «д» - «в виде промысла».

Теоретическая значимость исследования выражается в теоретической разработке направлений криминологического исследования магазинных краж в розничной сетевой торговле. Расширяя информационную базу, исследование вносит вклад в отечественную криминологию в части знаний о преступлениях против собственности, в общую теорию хищений. Результаты исследования могут быть использованы для дальнейшей разработки концептуальных теоретических знаний о преступлениях против собственности, а также выступить основой для дальнейших научных изысканий по избранной тематике.

Практическая значимость заключается в возможном использовании выводов и предложений в законотворчестве для совершенствования уголовно-правовых норм о стоимости похищенного имущества для наступления уголовной ответственности, норм о формах множественности преступного поведения и норм

о правовом статусе частного охранника в части прав при осуществлении охранной деятельности. В правоприменительной деятельности и деятельности служб внутренней безопасности розничных сетевых компаний и компаний по сопровождению их деятельности, охранных компаний выводы диссертационного исследования могут быть использованы при выработке профилактической стратегии и осуществлении мероприятий по профилактике магазинных краж, в том числе при взаимодействии розничных сетевых компаний с правоохранительными органами. Розничные сетевые компании могут использовать выводы исследования для повышения эффективности корпоративного (сетевого) социального контроля.

Практическая значимость выражается в возможных соответствующих дополнениях курсов Общей и Особенной частей уголовного права Российской Федерации, дисциплин «Криминология», «Социология», «Статистика», спецкурсов «Преступления в сфере экономической деятельности», «Постмодернизм в криминологии», «Криминологический анализ организованной преступности», на курсах повышения квалификации практических работников, в том числе сотрудников служб внутренней безопасности розничных сетевых компаний и компаний по сопровождению их деятельности, а также на курсах подготовки лицензированных охранников в охранных компаниях.

Степень достоверности и внедрения результатов исследования обеспечивается использованием научных методов исследования, опорой на теоретические труды по теме работы, статистической базой и данными эмпирических исследований, апробацией основных выводов. По теме исследования опубликовано 27 научных статей, 7 из которых изданы в ведущих рецензируемых научных журналах и изданиях, входящих в перечень, утвержденный Высшей аттестационной комиссией при Министерстве науки и высшего образования Российской Федерации. Опубликовано монография «Магазинные кражи (шоплифтинг) в обществе потребления».

Основные положения работы и выводы были изложены диссертантом в ряде выступлений на международных и всероссийских научных конференциях, в числе

которых: Всероссийская научно-практическая конференция «Герценовские чтения – 2016. Актуальные проблемы права и гражданско-правового образования» (Санкт-Петербург, апрель 2016г.); IV Всероссийская научно-практическая конференция «Уголовная политика и правоприменительная практика» (Санкт-Петербург, 03 ноября 2016г.); Международная научно-практическая конференция «Новеллы права и политики» (Гатчина, 23 ноября 2016г.); Всероссийская научно-практическая конференция «Герценовские чтения – 2017. Актуальные проблемы права и гражданско-правового образования» (Санкт-Петербург, апрель 2017г.); XV Международная научно-практическая конференция «Уголовное право: Стратегии развития в XXI веке» (Москва, 25-26 января 2018г.); IV Всероссийская научно-практическая конференция с международным участием профессорско-преподавательского состава, аспирантов и магистров «Актуальные проблемы сравнительного правоведения» (Симферополь, 26 апреля 2019г.); XXXII Международная Балтийская криминологическая конференция (Санкт-Петербург, 21-22 июня 2019г.).

Изложенные в исследовании научные положения внедрены и используются в учебном процессе ФГБОУ ВО «Российский государственный университет им. А. И. Герцена», Северо-Западный филиал ФГБОУ ВО «Российский государственный университет правосудия».

Структура исследования обусловлена целью и задачами. Исследование состоит из введения, трех глав, объединяющие шесть параграфов, заключения, списка использованной литературы, трех приложений.

ГЛАВА 1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ПРЕСТУПНОСТИ В ОБЩЕСТВЕ ПОТРЕБЛЕНИЯ

§ 1. Преступность в обществе потребления

Современная мировая криминологическая мысль, сконцентрированная на преступности и социальном контроле в новом изменяющемся мире при влиянии реалий мира постмодерна на преступность и социальный контроль, предстает как криминология постмодерна¹. Криминология постмодерна характеризуется убежденностью в том, что социальные структуры, социально-экономическое неравенство и социальное напряжение в обществе служат основными источниками преступности, критическим отношением к традиционным методам и средствам социального контроля над преступностью и признанием «кризиса наказания»². Криминологи определяют преступность как социальный конструкт (феномен), институционализированный в уголовном законе (сконструированная преступность). Не существует «преступного» поведенческого акта вне

¹ Подробнее см.: Преступность и социальный контроль в обществе постмодерна // Сборник материалов XXVIII международной Балтийской конференции. В 2ч. Ч.1 / Под. ред. проф. В.Ю. Сморгуновой, проф. Я.И. Гилинского, проф. Н.А. Исаева. Санкт-Петербург. ИД «Алеф-Пресс», 2015. 250 с.; Преступность и социальный контроль в обществе постмодерна // Сборник материалов XXVIII международной Балтийской конференции. В 2ч. Ч.2 / Под. ред. проф. В.Ю. Сморгуновой, проф. Я.И. Гилинского, проф. Н.А. Исаева. Санкт-Петербург. ИД «Алеф-Пресс», 2015. 245 с.; Преступность, девиантность социальный контроль в эпоху постмодерна: Материалы международной научно-практической конференции 2014 / Под ред. докт. юрид. наук, проф. Н.А. Исаева, кандидата юрид. наук, проф. А.В. Комарницкого. СПб: ИД «Алеф-Пресс», 2014. 370 с.; Гилинский Я.И. Криминология: теория, история, эмпирическая база, социальный контроль. Авторский курс. 4-е изд., перераб. и доп. СПб.: «ИД «Алеф-Пресс», 2018. 517 с.; Гилинский Я. Очерки по криминологии. СПб.: ИД «Алеф-Пресс», 2015. 140 с.; Девиантность в обществе потребления: Коллективная монография / Под ред. Я.И. Гилинского и Т.В. Шипуновой. СПб.: Издательский Дом «Алеф-Пресс», 2012. 464 с.; Жмуров Д.В. Криминология в эпоху постмодерна. В поисках новых ответов. Иркутск: «Репро-центр», 2012. 158 с.; Шестаков Д.А. Криминология: Новые подходы к преступлению и преступности: Криминогенные законы и криминологическое законодательство. Противодействие преступности в изменяющемся мире: Учебник. 2-е изд., перераб. и доп. СПб.: Издательство Р. Арсланова «Юридический центр Пресс», 2006. 561 с.; Гилинский Я.И. Что готовит день грядущий: а) России, б) Человечеству. Блог А.Н. Алексеева [Электронный ресурс]. 26.07.2016. Режим доступа: www.cogita.ru, свободный (дата обращения 26.07.2016); Гилинский Я.И. Преступность в обществе потребления / Я.И. Гилинский // Криминологический журнал Байкальского государственного университета экономики и права. 2009. №4. С.5-12; Гилинский Я.И. Преступность и социальный контроль над ней в современном обществе постмодерна: взгляд криминолога / Я.И. Гилинский // Криминалистика. 2016. №1(18). С.3-8; Миненок М.Г. Преступность и ее предупреждение: реальность и фикция / М.Г. Миненок // Вестник Балтийского федерального университета им. И. Канта. 2012. №9. С.73-81; Комлев Ю.Ю. Пост-постмодернистский синтез знаний о причинах преступности – новый вектор в развитии криминологии / Ю.Ю. Комлев // Вестник Казанского юридического института МВД России. 2015. №3. С.6-9; Клейменов И.М. Идеи постмодернизма в системе правовой реальности / И.М. Клейменов // Вестник Омского университета. 2016. №2(47). С.198-202.

² Гилинский Я. Очерки по криминологии. СПб.: ИД «Алеф-Пресс», 2015. С.84-89 и др.

зависимости от социального контекста. Определение взаимосвязей между эволюцией общества и динамикой криминальных процессов формирует понимание преступности как социального явления. История человечества демонстрирует крупномасштабные социальные перемены с сопутствующими изменениями в структуре преступности. Декларируя отсутствие монопричины преступности, криминологи указывают общество (как совокупность общественных отношений) основой рождения всех социальных феноменов, в том числе и преступности.

Современную преступность необходимо исследовать через реалии общества потребления, меняющего «привычную» картину преступности (В.В. Лунеев - «гуманизация» преступности, то есть рост имущественной и «беловоротничковой» преступности с сокращением насильственной преступности). В современном обществе потребление становится одним из значимых социальных процессов.

Обозначая постмодернистское общество как общество потребления, З. Бауман описывает его как общество, задействующее «преимущественно потребительские, а не продуктивные способности своих членов»¹. Жизнь направляется соблазнами, изменчивыми желаниями. Общество потребителей – это общество «всеобщего сравнения». Ученый пишет, что современное общество задействует своих членов в качестве потребителей (норма и обязанность каждого играть роль потребителя). Обозначается образ идеального потребителя: отсутствие твердых привязанностей; потребность не может быть полностью удовлетворена; привязанность не длится больше желания обладать; период потребления мгновенен. З. Бауман пишет, что хороший потребитель – это искатель приключений и любитель удовольствий.

Потребитель в обществе потребления постоянно находится в движении (потребительская игра), в поиске нового желания соблазниться («обманное «свободное» волеизъявление обреченного на вечное движение зрелого

¹ Бауман З. Текущая современность / Пер. с англ. под ред. Ю.В. Асочакова. СПб.: Питер, 2008. С.84.

потребителя»)¹. Рожденный в обществе потребления каждый может захотеть стать потребителем, но не каждый способен им быть. Степень мобильности (свобода выбора местонахождения) является критерием деления общества потребления на «верхи» и «низы» («исключенные»). З. Бауман указывает, что обитатели первого мира («туристы») живут во времени, тогда как «низы» («бродяги») живут в пространстве. Последствия поляризации: 1. «верхи» могут оставить позади, покинуть «низы», но не наоборот («жилищный апартеид», добровольное и самостоятельное инвестирование в изолированное элитное проживание, абстрагирование «верхов»); 2. свобода «верхов» и насилие «низов» в путешествиях, открытость для «верхов» и закрытость для «низов» границ (иммиграционный контроль, законы о праве на жительство и т.д.)². И туристы, и бродяги являются потребителями, при этом бродяга – это потребитель с изъяном (потребитель без утонченного выбора), бесполезный и нежелательный³.

Общество и его основные характеристики, сложившиеся во второй половине XX-нач.XXI вв., возникновение постиндустриального общества определено «состоянием постмодерна»⁴ Ж.Ф. Лиотаром. «Общество потребления» или «общество консьюмеризма» (Ж. Бодрийяр) именуется состоянием современного общества постмодернистская научная парадигма. Также как и «общество риска» (У. Бек), «текущая современность» (З. Бауман), «ускользающий мир» (Э. Гидденс), «машина желаний» (Ж. Делез, Ф. Гваттари), «общество упаковки» (Б. Стюарт), «общество спектакля» (Г. Дебор), «информационное общество» (Д. Белл, У. Мартин, О. Тоффлер, Ф. Ферроротти), «сетевое общество» (М. Кастельс), «программированное общество» (А. Турен), «общество благоденствия» (У. Беверидж), «общество изобилия» (Д. Гэлбрейт). В.И. Ильин под обществом потребления понимает «совокупность общественных отношений, в которых ключевое место играет индивидуальное потребление, опосредованное

¹ Бауман З. Глобализация. Последствия для человека и общества / Пер. с англ. М.: Издательство «Весь Мир», 2004. С.115-122.

² Там же. С.123-133.

³ Там же. С.136.

⁴ Лиотар Ж.-Ф. Состояние постмодерна / Пер. с фр. Н.А. Шматко. М.: Институт экспериментальной социологии; СПб.: Издательство «Алетейя», 1998. С.10.

рынком»¹. Я.М. Рощина указывает черты общества потребления: «... изобилие товаров и услуг, потребление организуется на основании мечты, а не потребности, проявляется интерес к презентации своего имиджа, выработке своего жизненного стиля, товары используются для демонстрации своей принадлежности к определенной социальной группе»².

Наименее спорными характеристиками новизны современной культурной ситуации, принципиально отличающих современную культуру от ранее известных культурноцивилизационных форм, Т. Хагуров считает: 1. резко возросшие скорость и объем передаваемой информации, сопровождаемые тотальным расширением аудитории; 2. в интенсифицирующихся информационных потоках доминирование аудио-визуальных, а не вербальных сообщений; 3. заметное «упрощение» культуры, сопровождаемое ее интенсивной консьюмеризацией (эволюционированием в «культурный продукт») и технологизацией производства культуры; 4. «сжатие» расстояний и времени, стирание границ между культурами и территориями благодаря масс-медиа; 5. консьюмеризация творчества: увеличение числа интеллектуалов, занятых в ярко выраженных коммерческих областях, – масс-медиа, реклама, шоу-бизнес; 6. невиданное ранее технологическое могущество человека и тотальная зависимость современного человека и культуры от используемых технологий³.

Ж. Бодрийяр вводит в научный мир понятия ложного/истинного потребления и общества потребления. История развития общества (бодрийяровский симулятивный проект) является процессом заселения социальной реальности ложными объектами – смена состояний симулякра⁴ от «истинного» к «ложному». Понятие «общество» Ж. Бодрийяр меняет на понятие «масса» с женскими чертами: пассивность, потребность в спектакле, поверхностность и покорность. Общество предстает игрой, целью которой является поддержание престижа и коммуникаций. Называя потребление

¹ Ильин В.И. Потребление как дискурс. СПб.: Интерсоцис, 2008. С.109.

² Рощина Я.М. Социология потребления. М.: ГУ ВШЭ, 2007. С.131.

³ Хагуров Т. «Человек потребляющий». С.16-20.

⁴ Симулякр – единица знаковой системы, основа социальной системы; симулякр является ложным подобием, копией, скрывает отсутствие оригинала (ложная копия), является злом.

специфическим понятием современного общества и новым способом социализации (общество обучения потреблению и социальная дрессировка в потреблении), долгом гражданина и коллективной манипулируемой функцией, Ж. Бодрийяр потребление обозначает не как процесс удовлетворения потребностей, не пассивное состояние поглощения и присвоения, а как «активный модус отношения — не только к вещам, но и к коллективу и ко всему миру»¹.

Являясь знаковой субстанцией, потребление «это виртуальная целостность всех вещей и сообщений, составляющих отныне более или менее связный дискурс. Потребление ... есть деятельность систематического манипулирования знаками»². Как отмечает Ю.О. Папушина, теория потребления Ж. Бодрийяра предстает в виде «мобилизации» - «Мобилизованное или ложное потребление является принудительным, нормативным и ориентированным на удовлетворение искусственных потребностей»³.

Ж. Бодрийяр вводит понятие «истинное потребление», представляющее собой праздник, растрату. Потребители считают себя свободными, наслаждающимися, растущими по социальной лестнице субъектами, не являясь такими на самом деле. Потребности связаны с системой объектов. Каждая вещь потребляется как «часть ансамбля в витрине магазина или со страницы журнала». Вещи в системе означают потребление в совокупности, объединенное смыслом престижа, функциональности. Общество потребления понимается Ж. Бодрийяром как «свой собственный миф». Потребление используется властными группами как средство социального контроля, манипулирования сознанием. Ученый вводит систему трех мифов: «Изобилие», «Счастье» и «Миф потребителя», где преобладает значительная доля воображаемых компонентов. Для сохранения власти мифы подчиняются правящему классу.⁴

¹ Бодрийяр Ж. Система вещей / Пер. с фр. С.Н. Зенкина. М.: Изд-во «РУДОМИНО», 2001. С.164-168.

² Там же. С.164-168.

³ Папушина Ю.О. Социологический анализ потребления в работах Ж. Бодрийяра: автореф. дис. ... канд. социологич. наук. Москва, 2009. С.14-23.

⁴ Папушина Ю.О. Социологический анализ потребления в работах Ж. Бодрийяра: автореф. дис. ... канд. социологич. наук. С.14-23.

Общество потребления Ж. Бодрийяр определяет как «распространившаяся реорганизация первичного уровня потребностей в систему знаков»¹. По мнению Ж. Бодрийяра, «обращение, покупка, продажа, присвоение различных благ и вещей (знаков) составляет сегодня наш язык, кодекс, согласно которому целое общество общается и разговаривает»². Для анализа общества потребления ученый вводит понятия «система вещей» и «знаковая меновая ценность», полагая в основу формирования нового типа общества гомогенизацию жизненной среды, рекламу, брендинг, кредитование и их влияние на изменяющиеся образы и смыслы индивида. Обыденное сознание потребителя-робота предстает системой представлений о вещах и потребления: 1. представления о вещах и потребительских практиках как знаках статуса, престижа и комфорта; 2. представления о том, что вещь обязательно должна быть частью ансамбля; 4. представления об изобилии как маркере избранных, о жизни, к которой следует стремиться.

Описывая формирующийся воображаемый мир потребителя, ключом к которому служат активная деятельность по конструированию своей идентичности в сфере потребления и чтение потребительских кодов, транслируемых СМИ, Ж. Бодрийяр подчеркивал, насколько циркулирующие в обществе смыслы, образы и ценности (симулякры) далеки от реальной жизни и не соответствуют ей. Гиперреальность является новым состоянием реальности, сформированным вездесущим и реалистичным телевидением. Общество потребления, подчеркивает Ж. Бодрийяр, само является «своим собственным мифом». Общество мыслит о себе и говорит о себе как об обществе потребления.³

Т. Хагуров вводит понятие «человек потребляющий» как особый культурно-антропологический тип, являющийся результатом распространения массовой потребительской культуры на институты и механизмы социализации - «человека-потребителя» – носителя, ретранслятора и реципиента ценностей,

¹ Бодрийяр Ж. Общество потребления. Его мифы и структуры / Пер. с фр., послесл. и примеч. Е.А. Самарской. М.: Культурная революция, Республика, 2006. С.109.

² Бодрийяр Ж. Общество потребления. С.109.

³ Бодрийяр Ж. Общество потребления. С.242-245.

смыслов и идеалов массовой культуры общества потребления. Названный человеческий тип получает распространение в обществах, вовлеченных в орбиту влияния массовой культуры, являющейся доминантой культурной глобализации. Устойчивость качеств описываемого типа человека эмпирически подтверждает существование массовой потребительской культуры. Характеристики «человека потребляющего»: инфантилизация психики и примитивизация мышления; рост социальной изоляции на фоне «потребительской гонки»; утрата смысла существования, отражающаяся в сознании широких масс; морально-этическая деградация и т.д. «Потребитель» представляется носителем комплекса негативных, девиантных характеристик, устойчиво проявляющихся в его психологии, мышлении, мировоззрении и поведении. Т. Хагуров намечает основные контуры теоретической модели анализируемого человеческого типа: 1. мышление (некритичное и несамостоятельное) и психика (незрелая, инфантильная); 2. мировоззрение (фрагментарное), ценности и мораль (размытые); 3. социальные связи и взаимоотношения с окружающими (обменные); 4. характер поведения и образ жизни (безответственный). Каждый из контуров имеет соответствующие девиантологические характеристики¹. Одновременно ученый предлагает и условную модель обычного человека (вне массовой потребительской культуры). Представленные условные модели человека являются моделями, сформированные массовой культурой. Ученым предлагается сравнение условных моделей: «человек обычный» и «человек потребитель»².

Общепризнанного определения «общество потребления» в научной литературе не предложено, но посредством системного анализа научно-философских и социологических интерпретаций³ общество потребления можно

¹ Хагуров Т. «Человек потребляющий». С.115-138.

² Там же. С.269-272.

³ Подробнее см.: Аберкромби Н., Хилл С., Тернер Б. Социологический словарь. М.: Экономика, 2004. С.345; Ильин В.И. Потребление как дискурс. ... С.107-121; Бодрийяр Ж. Общество потребления. ... 268 с.; Лукьянов В.М. Общество потребления как фактор трансформации ценностного мира человека: автореф. дис. ... канд. философ. наук. Воронеж, 2009. С.4-6; Гопкало О.О. Теория общества потребления в современной социологии: автореф. дис. ... канд. социологич. наук. Санкт-Петербург, 2007. С.9-11; Калинин А.С. Общество потребления как предмет социально-философского исследования: автореф. дис. ... канд. философ. наук. Нижний Новгород, 2009. С.8; Ланцев А.О. Становление концепта «общество потребления» в западной философии. От античности к

определить как общество индустриально развитых стран (традиционно западные страны), фетишизирующее массовое необузданное потребление материальных благ, сформировавшее потребительскую систему ценностных ориентаций и установок, культивирующее потребление в ущерб развитию интеллектуальных интересов человека.

Общество потребления предстает обществом неравенства. Неравенство проявляется на уровнях: общества – социальные группы – индивид. Человек совершает действия или бездействует для удовлетворения потребностей. Возможности для удовлетворения потребностей при относительно равномерном распределении потребностей не равны. Следовательно, неравенство выражается в неравенстве возможностей потребления. Через неравное распределение национального дохода Д. Стиглиц определяет рост неравенства и ограничение возможностей потребления¹. Разделяя общество на низший, средний и обеспеченный классы, ученый указывает, что громадная часть дохода находится в руках верхушки (или 1% населения). Яркими примерами неравенства являются недоступность образовательных кредитов при неплатежеспособности студентов; продолжающееся уменьшение заработной платы; дефицит рабочих мест; недоступность страхования и медицинской помощи для низших слоев при увеличении продолжительности жизни; растущая экономическая ненадежность. Выделяются две главные причины неравенства: возможность получения образования и принадлежность к расе. Признаками равенства возможностей являются ключевые для определения качества жизни критерии: уровень здоровья, образования, страхования и т.д. Люди, не входящие в 1% верхушки, склонны к тому, чтобы походить на ее представителей. Значение имеет не абсолютный доход человека, а его доходы в сравнении с доходами других. Индивидуальные

современности: автореф. дис. ... канд. философ. наук. Екатеринбург, 2013. С.33-35; Кузнецов Д.А. Человек в обществе потребления (социально-философский анализ): автореф. дис. ... канд. философ. наук. Москва, 2010. С.10-11; Гурьянов А.С. социализация личности в различных типах общества (социально-философский анализ): автореф. дис. ... канд. философ. наук. Красноярск, 2010. С.18; Данильченко А.В. Тенденции развития «общества потребления» на современном этапе (социологический анализ): автореф. дис. ... канд. социологич. наук. Москва, 2002. С.10-15.

¹ Стиглиц Д. акцентирует внимание на США как пример страны неравенства возможностей, при этом указывает, что схожие процессы наблюдаются в иных странах.

вопросы потребления человека зависят от других. Д. Стиглиц считает, что общество столкнулось с проблемой «мы не хуже других»¹.

Р. Флорида разделяет современное общество на «креативный класс» и тех, кто встроен в «корпоративные схемы». Креативный класс («глобализированный класс», «виртуальный класс», «богемный класс», «сетевой класс») объявляется лидером глобализированной экономики. Креативный класс предстает конструкцией, отражающей социальную структуру глобализированного мира и ценности глобализации. Некреативными объявлены отрицающие креативные стиль жизни и ценностные ориентации. Креативный класс выступает как символ социального и территориального дисбаланса и является причиной роста тотального социального неравенства, углублении поляризации между богатыми и бедными. Теория Р. Флориды развивает принципы тотального неравенства и кастовой социальной структуры, которые эта среда якобы отрицает. Объявление одного класса привилегированным автоматически превращает остальных в людей менее ценных для экономики и общества².

Современное общество потребления сталкивается с проблемой перепотребления. Называя чрезмерное потребление болезнью необузданного потребления («вирусом, который приобрел размеры эпидемии»), понятие «синдрома потреблятства» вводят Д.Ванн, Т.Х. Нэйлор и Д.Д. Грааф: «болезненное, заразное, передающееся внутри общества состояние пресыщения, обремененности долгами, тревоги и опустошенности, которое является результатом упрямой погони за новыми и новыми приобретениями» (в ущерб традиционным ценностям: семья, ответственность, благородство, дружба). Нация в погоне за вещами становится «материальной» (болезненный экономический рост и поиск «американской мечты»). При отсутствии лечения болезнь вызывает состояние постоянной неудовлетворенности³. Акцентируется внимание на

¹ Стиглиц Д. Цена неравенства. Чем расслоение общества грозит нашему будущему: [перевод с английского] / Д.Е. Стиглиц. Москва: Эксмо, 2015. С.172-173.

² Креативный класс: еще одна маска неолиберализма // веб-проект «Однако» (ООО «Издательская группа «Однако», Москва) [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.odnako.org>, свободный (дата обращения: 19.10.2016).

³ Грааф Д., Ванн Д., Нэйлор Т.Х. Потреблятство: Болезнь, угрожающая миру // Дж. де Грааф, Д. Ванн, Т. Х. Нэйлор. (Пер. с англ. Н. Макаровой) М.: Ультра. Культура, 2005. С.6-16.

проблеме чрезмерного потребления, актуальной для всех американцев больше, чем, например, проблема социальная или экологическая. Синдром потребительства вызывает опасения независимо от политических убеждений и социального статуса, пронизывает все общество (не только американское, но и мировое), поражая и бедных, и богатых. Внимание следует обратить и на индивидуальное поведение. Исследуя современную систему потребления с трех сторон: 1. симптомы, 2. причины болезни и 3. лечение, Д.Ванн, Т.Х. Нэйлор и Д.Д. Грааф представляют симптомы синдрома потребительства: 1. покупательская лихорадка; 2. «сыпь» банкротств «пластиковой нации»; 3. раздувшиеся запросы; 4. хроническое накопление вещей; 5. стресс от нехватки времени; 6. семейные конвульсии; 7. расширенные зрачки (детская форма синдрома потребительства); 8. общественный озноб (изоляция индивида от мира); 9. боль по утраченному смыслу; 10. истощение ресурсов; покупка как способ заполнить пустоту; 11. гарантированное неудовлетворение (человек покупает, чтобы жить)¹.

Авторы подчеркивают рост социально-экономического неравенства, стремление к потреблению ради самого потребления как соответствие неким идеальным стандартам. Общество разделено на классы победителей и проигравших, «принцев» и «нищих», имущих и неимущих. Экономическая система не может производить товары дешево, тогда как возможности их покупать – разные. Америка предстает измененной, властвует верхушка (1% населения). Налицо рекордное ассиметричное неравенство, имеющее разрушительные последствия для бедных. Бедные чувствуют обездоленность, страх и стремятся добыть деньги и вещи любой ценой, в т.ч. незаконно. В обществе, пораженным синдромом потребительства, наблюдается рост преступности². Авторы подчеркивают, что копирование американского образа жизни распространяет симптомы синдрома потребительства по всему миру («всемирное заражение»). Дж. де Грааф, Д. Ванн, Т. Х. Нэйлор указывают, что через рост потребления, расслоение растет и преступность. Общество готово

¹ Грааф Д., Ванн Д., Нэйлор Т.Х. Потребительство: Болезнь, угрожающая миру. С.11-91.

² Прим. автора: рост преступности, по мнению исследователей, наблюдался в США в начале 2000-х гг.

потреблять (то есть соответствовать) насильно при нехватке средств. Цена преступности является одной из издержек синдрома потребительства¹.

Потребление индивида, таким образом, выстраивается в сравнении с потреблением других индивидов. Потребление выступает конструктором идентичности (лат. *identicus* — тождественный, одинаковый). Э. Эриксон процесс формирования идентичности определяет как «одновременное отражение и наблюдение, процесс, протекающий на всех уровнях психической деятельности, посредством которого индивид оценивает себя с точки зрения того, как другие оценивают его в сравнении с собой и в рамках значимой для них типологии»². Идентификация себя индивидом в окружающем мире происходит посредством потребления. Товарный переизбыток, бесконечное разнообразие, реклама товаров посредством маркетинга и СМИ, перепотребление (приобретение ненужных вещей и услуг) ведут к построению идентичности через бренды. Д. Огилви, оценивая свойства товара, под брендингом понимает «имя товара, упаковку, цену его истории и репутации, способы рекламирования»³. Бренд является сочетанием впечатления, которое он производит на потребителей, и результатом и опыта в использовании бренда.

Общество и индивид покупают ненужные, но статусные вещи. Через личный опыт человека, сравниваемый через телевидение и интернет с идеализированным опытом окружающих, З. Бауман вводит понятие «идентичность» - «гармония, логика, согласованность, отсутствующие в потоке нашего опыта». Поиск идентичности З. Бауман определяет посредством попытки остановить или замедлить поток опыта (отрицание изменчивости; отказ от понимания того, что не поддается восприятию). Указывая на непостоянство, изменчивость идентичности, способность человека «делать покупки в супермаркете идентичностей», ученый указывает, что степень истинной или предполагаемой потребительской свободы выбрать свою идентичность и

¹ Грааф Д., Ванн Д., Нэйлор Т.Х. Потребительство: Болезнь, угрожающая миру. С.168-169.

² Эриксон Э. Идентичность: юность и кризис: Пер. с англ./ Общ. ред. и предисл. Толстых А. В. М.: Издательская группа «Прогресс», 1996. С.31-32.

³ Огилви Д. «Огилви о рекламе» / Пер. с англ. А. Гостева и Т. Новиковой. М.: Изд-во «Эксмо», 2006. С.11.

удерживать идентичность становится самым простым путем к исполнению фантазий об идентичности. При наличии указанной способности человек свободен (или ему так кажется) создавать и отменять идентичность по своей воле. Покупка, по мнению З. Баумана, является уходом от неопределенности и небезопасности (покупая, например, привычный фаст-фуд или предметы одежды в привычном магазине даже далеко от дома, человек ощущает себя в привычных условиях и, следовательно, защищенным). Страх отступает от самого факта покупки.

В обществе консьюмеризма массовая потребительская зависимость (универсальная зависимость от потребления, покупок) является обязательным условием индивидуальной свободы, то есть свободы отличаться, иметь идентичность. Подчинение стандартам достигается посредством соблазна и искушения, проявляется в осуществлении «свободной» воли. Свободный статус идентичности, истинный или мнимый, возможность «покупать», принимать и избавляться от своего «я» стали в потребительском обществе признаками свободы. Потребительский выбор – это само по себе ценность. Множественность ресурсов выбирающего человека является основой того, что человек остается на «вершине положения» или «перемещается вперед». Убогость реальности (желание испытать счастье свободы потребительского жизненного поиска и выбора) глубже ощущается при отсутствии ресурсов¹.

Таким образом, поведение человека формируется посредством потребления. Обозначая понятие поведенческой экономики (поведение человека с учетом стандартных принципов рациональности может быть предсказано), Д. Стиглиц отмечает, что поведение человека (индивидуальное и коллективное) можно формировать. Во-первых, фрейминг, посредством которого можно манипулировать представлениями и поведением (через фрейминг СМИ), создавая в том числе ошибочные представления. Во-вторых, соотносимой (и потому запоминающейся) с предыдущими убеждениями информацией, рассматриваемой как актуальной и усиливающей убеждение (не соотносимая индивидом

¹ Бауман З. Текущая современность С.90-97.

игнорируется и обесценивается), создавая «иллюзию равновесия». В-третьих, маркетинг (реклама) формируют представления (а не распространяют информацию), вследствие происходит формирование стиля жизни. В-четвертых, личные убеждения и представления влияют на поведение индивида. В-пятых, восприятие индивидуальной идентичности (неравенства, положения в обществе) влияет на индивидуальное поведение. В-шестых, борьба (большая интеллектуальная битва) за восприятие (фрейминг) справедливости (а именно: фундаментальная вера в равенство, честность, стабильность, высокие или низкие и бонусные зарплаты) и неравенства (а именно демократия, гражданское общество, права человека)¹. Д. Стиглиц указывает на пути (способы) формирования представлений и убеждений: 1. доступ к образованию и медиа; 2. создание социальной дистанции; 3. слова как конкретное оружие медиа фрейминга².

Глобализация, наравне с социально-экономическим неравенством, является предметом изучения криминологов как криминогенного фактора.³ Социально-экономическое неравенство в XXI веке процессом глобализации усиливается. Можно говорить о глобальном социально-экономическом неравенстве. Глобализация является процессом, сквозь призму которого необходимо рассматривать общественные отношения, все современные явления социально-

¹ Стиглиц Д. Цена неравенства. Чем расслоение общества грозит нашему будущему. С.217-224.

² Там же. С.228-235.

³ Подробнее см.: Лунеев В.В. Актуальные проблемы глобализации мира / В.В. Лунеев // Криминология: вчера, сегодня, завтра. 2015. №3(38). С.21-32; Лунеев В.В. Глобализация и преступность / В.В. Лунеев // Государство и право. 2003. № 6. С.115-118 и другие работы; Гишинский Я.И. Глобализация и преступность / Я.И. Гишинский // Криминология: вчера, сегодня, завтра. 2008. №2(15). С.23-33; Рахманова Е.Н. Права человека. Преступность. Глобализация. Опыт комплексного прикладного криминологического исследования. М.: Российская академия правосудия, 2009. 192 с.; Клейменов И.М. Сравнительная криминология: криминализация, преступность, уголовная политика в условиях глобализации: автореф. дис. ... доктора юрид. наук. Омск, 2015. 40 с.; Овчинский В.С. XXI век против мафии: Криминальная глобализация и Конвенция ООН против транснациональной организованной преступности. М.: Инфра-М, 2001. 148 с.; Голик Ю.В. Глобализация и преступность / Ю.В. Голик // Закономерности преступности, стратегии борьбы и закон. М.: Российская криминологическая ассоциация; НИИ проблем укрепления законности и правопорядка, 2001. С.114-123; Лукашук И.И. Глобализация, государство, право, XXI век. М.: Спарк, 2000. 261 с.; Ведерникова О.Н. О состоянии преступности в стране и мире, криминоглобалистике и антиглобализме / О.Н. Ведерникова // Российский криминологический взгляд. 2005. №2. С.82-91; Поклад В.И. О социальной функции криминологии и о кризисе глобализации / В.И. Поклад // Криминология: вчера, сегодня, завтра. 2010. № 1(18). С.36-44; Иванец Г.И., Червонюк В.И. Глобализация, государство, право / Г.И. Иванец, В.И. Червонюк // Государство и право. 2003. №8. С.91-94; Поленина С.В., Гаврилов О.А. и др. Воздействие глобализации на правовую систему России / С.В. Поленина // Государство и право. 2004. №3. С.5-15; Смирнова Е.С. Глобализация как правовое понятие / Е.С. Смирнова // Современное право. 2009. №3. С.17-27.

экономической и общественно-политической жизни, в т.ч. и преступность. Г.В. Колодко указывает, что направления реализации процесса глобализации наблюдаются в разных сферах: в политической, культурной, социальной, экономической, экологической и технологической. Считая глобализацию бесконечной и необратимой, ученый определяет ее как «исторический процесс либерализации и последующей интеграции ранее относительно изолированных рынков капитала, товаров и труда в единый мировой рынок»¹. Д. Стиглиц отмечает, что глобализация осуществляется для 1% верхушки американского общества и вносит вклад в рост неравенства. Политика и экономика оказываются вынесенной в офшоры. Указанные процессы, по мнению исследователя, характерны не только для США. Финансовые рынки свободно перетекают из страны в страну².

3. Бауман, исследуя феномен глобализации как необратимый процесс и неизбежную фатальность нашего мира, называя настоящую стадию истории современности «постпаноптической» указывает, что глобализация разобщает не меньше, чем объединяет. Сам термин «глобализация» выражает кастовый опыт глобалистов. Используя понятие «сжатие пространства и времени», З. Бауман указывает на два параллельных процесса планетарного масштаба: 1. процесс разобщения бизнеса, финансов, торговли, потоков информации и 2. процесс «локализации» (закрепление пространства), приводящие в совокупности к резкой дифференциации условий существования населения целых стран, регионов, сегментов населения. Среди ценностей на первое место выходит мобильность, свобода передвижения («субстанция, ... ежедневно строятся новые, все более глобальные социальные, политические, экономические и культурные иерархии»³) тех, кто стоит на вершине новой иерархии («помещик, живущий в столицах»⁴ или «старинные отсутствующие хозяева»⁵). Мобильность является главным фактором

¹ Колодко Г.В. Глобализация, трансформация, кризис – что дальше? М.: Изд-во «Магистр», 2011. С.29.

² Стиглиц Д. Цена неравенства. Чем расслоение общества грозит нашему будущему. С.206-214.

³ Бауман З. Глобализация. С.19-20.

⁴ Там же. С.21.

⁵ Бауман З. Текучая современность. С.20.

расслоения. Экстерриториальная элита обретает полную независимость, воплощенную в киберпространстве.

Д. Ритцер, исследуя вопрос влияния современных средств и механизмов потребления на социальную жизнь, вводит понятие «макдональдизации» общества, в основе которого находится ресторан быстрого питания «Макдоналдс» как образец формальной рациональности, пронизывающий все сферы жизни («Макдоналдс» как пример глобализированной системы). Факторами макдональдизации Д. Ритцер называет эффективность (эффективный, step by step, метод удовлетворения своих нужд), просчитываемость (акцент на количественных аспектах продаваемых товаров и услуг; количество эквивалентно качеству), предсказуемость (гарантированная одинаковость в любое время и в любом месте продуктов и услуг, в том числе предсказуемость поведения работников) и контроль (контроль быстрого обслуживания работниками, скованность корпоративными правилами, контроль быстрого потребления клиентами, создание соответствующих привычек). Пятый фактор «макдональдизации» - иррациональность рационального, представляющая собой чрезмерную цену системы и огромные риски¹. Примерами «макдональдизированных» (рационализированных) систем являются массовое производство автомобилей Генри Форда как предвестник «макнодальтизации», «Ikea», «Disneyland», «Moll of America», «Burger King», «KFC», «Pizza Hut», «Kidsports Fun», «Fitness Club», «Gap», «Mobizzo», «YouTube», «Body Shop», «H&M clothing», «Zara», «Amazon.com» и другие².

Указывая на «расколдовывание заколдованного мира» посредством «макдональдизации», Д. Ритцер пишет о дегуманизации рационализации общества³. Макдональдизацию Д. Ритцер указывает аспектом глобализации. Глобализация Д. Ритцером определяется как «мировая диффузия практик, установление связей между континентами, организация социальной жизни в глобальном масштабе и рост общего глобального мышления». Мир, пишет

¹ Ритцер Д. Макдональдизация общества 5. С.75-82.

² Там же. С.52-61.

³ Там же. С.364-375.

ученый, становится более однообразным и монотонным, акцент ставится на увеличивающемся сходстве между регионами¹.

Обозначая процесс проникновения преступности в общественные отношения во всем мире и называя указанный процесс источником широкого спектра глобальных угроз и угроз национальной безопасности, в т.ч. глобализацию организованной преступности, И.М. Клейменов пишет о проникновении преступности в условиях чрезвычайно противоречивого процесса глобализации. С криминологической точки зрения И.М. Клейменов обозначает глобализацию как «чрезвычайно противоречивый объективно-субъективный процесс, в котором присутствуют как положительные (антикриминогенные), так и отрицательные (криминогенные) стороны и последствия, проявляющие себя в экономической, политической, культурной, религиозной, информационной и правовой сферах»². Криминогенность глобализации, акцентирует В.В. Лунеев, намного превышает ее антикриминогенные факторы³. Целостным универсальным процессом усиления взаимозависимости в планетарном масштабе В.И. Поклад определяет глобализацию. Предпринимая попытку зафиксировать все диагностически значимые криминальные явления, ученый формирует три основные тенденции глобализации, указывая, что каждая тенденция «содержит внутри себя достаточно серьезный криминогенный потенциал, воспроизводимый в эволюции преступности в планетарном масштабе»: 1. переход от национальных экономик к мировой – глобализация экономики приводит к обострению проблемы глобального неравенства; 2. переход к постиндустриальному обществу от индустриального – реализуется с установками на построение «общества изобилия» с доминированием сферы услуг (особо индустрии досуга и развлечений); 3. переход от национальных культур к глобальному стилю жизни – осуществляется посредством спонтанной замены отдельных элементов ценностно-нормативных систем регионального уровня глобальными стандартами

¹ Ритцер Д. Макдональдизация общества 5. С.401-414.

² Клейменов И.М. Сравнительная криминология. С.19-20.

³ Лунеев В.В. Глобализация и преступность. Тезисы доклада на Московском юридическом форуме «Глобализация, государство, право, XXI век». 22-24 января 2003г. / В.В. Лунеев // Государство и право. 2003. №6. С.116.

жизнедеятельности (ядро – массовая культура США). Указывая, что в современном постиндустриальном, глобализированном обществе провозглашены права и свободы у всех, независимо от социальных характеристик личности, В. И. Поклад подчеркивает, что «именно наличие автономной (свободной) личности является первым условием совершения преступлений и воспроизводства преступности»¹.

Я.И. Гишинский, различая глобализацию экономических, политических, социальных, культурологических, демографических, информационных и прочих процессов, представляет глобализацию как всеобщий (глобальный) взаимообмен. Глобализация предстаёт объективной данностью, имеющей позитивные и негативные последствия. Происходит глобализация (интернационализация) различных форм девиантности и социального контроля над ней. Зависимость преступности от глобализации названных процессов неизбежно сказывается на ее глобализации, что проявляется в наличии некоторых общемировых закономерностей: 1. абсолютный и относительный рост зарегистрированной преступности в мире (с начала 2000-х гг. – снижение как общемировая закономерность); 2. существенно более высокий уровень зарегистрированной преступности в развитых странах, чем в развивающихся; 3. «гуманизация» преступности в развитых странах – рост имущественных преступлений при сокращении насильственной преступности; 4. отставание социального контроля над преступностью от ее развития². Социально-экономическое неравенство рассматривается не только на индивидуальном, но и на мировом уровне. Глобализация усиливает растущее социально-экономическое неравенство в планетарном масштабе. Государства, как и индивиды, стратифицируются. Возрастают различия условий жизни стран и народов, что является источником раздела планетарного общества и выделения стран «золотого миллиарда».

¹ Поклад В.И. О социальной функции криминологии и о кризисе глобализации / В.И. Поклад // Криминология: вчера, сегодня, завтра. 2010. № 1(18). С.38-41.

² Гишинский Я.И. Глобализация и преступность / Я.И. Гишинский // Криминология: вчера, сегодня, завтра. 2008. №2(15). С.23-28.

Преступность, как и мировое сообщество, глобализуется (торговля людьми, оружием, наркотиками, терроризм).

Таким образом, глобализирующееся общество потребления, как и любое общество, имеет криминогенный потенциал. Основным источником преступности является социально-экономическое неравенство и возможности потребления. При невозможности потребления законным путем они могут быть удовлетворены незаконным путем. Преступность в обществе потребления необходимо исследовать согласно алгоритму: потребление – неравенство – преступность – «гуманизация» - глобализация. Генеральной тенденцией преступности является ее гуманизация.

Отмечая, что российское общество предоставляет питательную среду, способствующую формированию жизненной позиции, оправдывающей хищения и подчеркивая явный рост преступности в постсоветской России, особенно воровства, А.А. Савицкий пишет: «Ценности потребления, материального и имущественного превосходства, которые в постсоветский период заняли ... центральное место в мировоззрении целых групп населения, не формируют условия для массового воровства. А вот в совокупности с отсутствием возможности реализовать высокие потребительские запросы, часто и стремление к престижному потреблению, уже способны создать среду для имущественных преступлений»¹.

Социально-экономическое неравенство глобализированного общества потребления является предметом криминологических исследований² и

¹ Савицкий А. А. Шоплифтинг: новые аспекты старого воровства / А.А. Савицкий // История и археология. 2015. № 12 (32). С.8.

² Подробнее см.: Ольков С.Г. О пользе и вреде неравенства (Криминологическое исследование) / С.Г. Ольков // Государство и право. 2004. №8. С.73-79; Ольков С.Г. Влияние степени неравенства в распределении доходов народонаселения на уровень умышленных убийств / С.Г. Ольков // Актуальные проблемы экономики и права. 2011. №1. С.240-253; Ольков С.Г. Абсолютное и относительное напряжение личности и градиент счастья в исследовании преступности / С.Г. Ольков // Актуальные проблемы экономики и права. 2012. №3(28). С.264-272; Ольков С.Г. Влияние безработицы на кражи (криминологическое исследование) / С.Г. Ольков // Библиотека криминалиста. 2014. №2(13). С.145-147; Ольков С.Г. Формулы счастья, биосоциального напряжения и их использование для объяснения, прогнозирования и управления юридически значимым поведением / С.Г. Ольков // Библиотека уголовного права и криминологии. 2014. № 1(5). С.141-152; Гишинский Я.И. Социально-экономическое неравенство как криминогенный фактор: от К. Маркса до С. Олькова / Я.И. Гишинский // Экономика и право. 2009. №6. С.169-188; Голина В.В. Криминогенный потенциал общества: понятие, содержание, формы реализации // Проблемы законности. 2012. №119; Шестаков Д.А. Возвращение к криминологической теории причинности / Д.А. Шестаков // Криминология: вчера, сегодня, завтра. 2015. №2(37). С.88-97; Гордеев А.Ю.

рассматривается как криминогенный фактор. Как указывает Я.И. Гишинский, «именно от социального статуса и тесно связанного с ним экономического положения индивида в решающей степени зависят возможности удовлетворить потребности»¹. Указывая, что при реализации своих потребностей действиями человека управляет его сознание, отражающее его социальный статус, Р.Ю. Скоков пишет: «По мере формирования сознания у человека ... начинают формироваться и экономические потребности, которые... влияют на сознание. В зависимости от сформированных на данный момент жизни взглядов каждый индивид ранжирует потребности. Потребность детерминирует действия людей, их отношения к окружающим объектам и явлениям, в том числе и ценностные, к создаваемым материальным ценностям и используемым процессам»².

П.В. Симонов, определяя потребность как «основу, движущую силу, побуждение и цель человеческого поведения», указывает, что «мотивы, стремления, желания, интересы, цели, установки, ценностные ориентации субъекта производны от его потребностей, порождаются ими»³. Ученый классифицирует потребности человека на 1. Витальные (биологические) потребности в пище, воде, сне, температурном комфорте, защите от внешних факторов; 2. Социальные – в узком и собственном смысле слова, включая потребность принадлежать к социальной группе и занимать в ней определенное место; 3. Идеальные потребности познания окружающего мира и своего места в нем, познания смысла и назначения своего существования на земле⁴.

Следовательно, потребление – использование произведенных товаров и услуг для удовлетворения потребностей членов общества. Р.Ю. Скоков

Генезис и правовая природа бродяжничества и попрошайничества в России на современном этапе / А.Ю. Гордеев // Вестник Белгородского юридического института. 2016. №1. С.33-41; Бражников С.А., Третьяков А.В. Снижение уровня и качества жизни как фактор преступности несовершеннолетних / С.А. Бражников, А.В. Третьяков // Ученые записки. Электронный научный журнал Курского государственного университета. 2017. №1(41).

¹ Гишинский Я. Очерки по криминологии. С.10.

² Скоков Р.Ю. Институциональное развитие рынков аддиктивных благ в современной России: дис. ... доктора экономич. наук. Волгоград, 2014. С.26-36.

³ Симонов П.В. Мотивированный мозг. М.: Наука, 1987. С.43.

⁴ Там же. С.48-50.

материальную потребность определяет как «желание потребителей приобрести и использовать товары и услуги, которые доставляют им полезность»¹.

Выступающий основой социально-экономического неравенства, социально-экономический статус индивида является причиной не равных возможностей удовлетворения потребностей. Социально-экономическая неудовлетворенность, социальная напряженность, при сравнении возможностей удовлетворения потребностей провоцирует попытки ее преодоления, в том числе противоправно. Рассогласованность статусов в обществе является причиной покушения индивида на принятый порядок, а том числе преступным способом.

Удовлетворение потребности, следовательно, возможно противоправными средствами. Неудовлетворенные биологические или витальные (пища, секс и др.), социальные (статус, самореализация и др.) и духовные (стремление к знаниям, творчество, и др.) потребности могут провоцировать преступное насилие. Индивидуальное поведение в конкретных обстоятельствах зависит от психологического склада личности и комплекса личностных особенностей. Структурируя общество по критерию «включенность/исключенность», Я.И. Гилинский отмечает, что «исключенные» составляют социальную базу преступности. Ученый пишет, что «важнейшим криминогенным фактором служит противоречие («напряжение») между потребностями людей и реальными возможностями (шансами) их удовлетворения, ... то есть степень социально-экономической дифференциации и неравенства»². Общество потребления содержит процессы включения/исключения (inclusion/exclusion)³, когда «недопотребители» исключаются из активной экономической, социальной, политической, культуральной жизни (или же исключенные становятся «недопотребителями»)⁴.

¹ Скоков Р.Ю. Институциональное развитие рынков аддиктивных благ в современной России. С.20.

² Гилинский Я. Очерки по криминологии. С.17.

³ Гилинский Я.И. «Исключенность» как глобальная проблема и социальная база преступности, наркотизма, терроризма и иных девиаций / Я.И. Гилинский // Труды СПб юридического института Генеральной прокуратуры РФ. 2004. №6. С.64-77.

⁴ Гилинский Я. Очерки по криминологии. С.20.

Ж. Бодрийяр разъясняет фундаментальные проблемы насилия в обществе изобилия через взаимосвязь изобилия и насилия. Насилие в обществе изобилия является проявлением в действии негативности желания. Если существуют модели потребления, то общество порождает или устанавливает «модели насилия». Противоречиями являются аномалии: деструктивность (насилия, преступность), заразительная депрессивность (усталость, самоубийство, неврозы), формы коллективного бегства (наркотики, хиппи, ненасилие)¹.

Социально-экономическое неравенство (возможность удовлетворения потребностей) в России как криминогенный фактор оценивается нижеперечисленными статистическими показателями: 1. количество лиц без постоянного источника дохода, совершивших преступления в заданный период (например, с 1987г. по 2006г. Показатель увеличился до 59,6% с 11,8%², за период с 1990г. по 2015г. наблюдается увеличение лиц, совершивших преступления, без постоянного источника дохода, с 151,1 тысяч человек до 716,6 тысяч человек; их них безработных с 91,4 тысяч человек (2000 г.) до 22,0 тысяч человек (2015г.); 2. состав осужденных в заданный период (например, за период с 1990г. по 2014г. число осуждённых трудоспособных лиц без определенных занятий выросло с 20,3% от общего числа осуждённых (1990г.) до 63,3% (2014г.)³. Представленная статистики указывает, что большая часть преступлений совершается лицами без постоянного источника дохода.

Президент России В.В. Путин в Послании Президента Федеральному Собранию 01.03.2018 отметил, что «за чертой бедности в 2000г. находились 42 миллиона человек, это почти 30% населения страны. В 2012г. удалось снизить этот уровень до 10%. Из-за последствий экономического кризиса бедность вновь подросла»⁴. В Послании Федеральному Собранию 21.04.2021 Президент отметил негативное влияние распространения новой коронавирусной инфекции COVID-

¹ Бодрийяр Ж. Общество потребления. С.220-227.

² Гишинский Я. Очерки по криминологии. С.17.

³ Федеральная служба государственной статистики [Электронный ресурс]. Режим доступа: www.gks.ru, свободный (дата обращения: 12.05.2017).

⁴ Послание Президента Российской Федерации В.В. Путина Федеральному Собранию [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://kremlin.ru/events/president/news/56957>, свободный (дата обращения: 19.03.2018).

19, обострившей «проблемы социального неравенства, бедности»¹. Степень неравенства (бедные – богатые) прослеживается в распределении общего объема денежных доходов и характеристики дифференциации денежных доходов населения² среди 5-ти групп населения России (1-ая с наименьшими доходами, 5-я с наибольшими доходами)³. С период с 1970г. по 2019г. (без учета населения Республики Крым) наблюдается увеличение 5-й группы с наибольшими доходами с 36,8% до 48,5%. При этом уровень денежных доходов в целом по России составляет 22 729 руб. в месяц на душу населения (на 2014г.). Расходы на конечное потребление домашних хозяйств в 2014 г. в среднем на одного члена домохозяйства составляет 5 021,6 руб. (1-я группа с наименьшими доходами) и 39 931,7 руб. (10-я группа с наибольшими доходами). При этом, например, на домашнее питание расходуется соответственно 48,1% (почти половина дохода в 1-й группе) и 17,0% (10-я группа). На транспорт соответственно по группам 6,2% и 35,5%, организацию отдыха и культурные мероприятия 2,8% и 6,9%⁴. Представленная статистика позволяет сделать вывод о стабильном увеличении богатых при стабильном росте групп со средними доходами и ниже. Потребление в разных группах является разным, группа с наименьшими доходами почти 50% расходует доходы на питание (при уровне доходов населения в целом по России в 2014г. 27 767 руб. в месяц), тогда как самая большая статья расходов 10-й группы с наибольшими доходами – транспорт, предметы домашнего обихода, бытовая техника и уход за домом, организация отдыха и культурные мероприятия, гостиницы, кафе и рестораны. К 2021 году в условиях распространения новой коронавирусной инфекции COVID-19 численность населения с доходами ниже величины прожиточного минимума с 15,5 млн. человек в 2013 году увеличилась

¹ Послание Президента Российской Федерации В.В. Путина Федеральному Собранию [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.kremlin.ru/events/president/transcripts/messages/65418>, свободный (дата обращения 22.04.2021).

² Денежные доходы населения определяются как сумма всех денежных поступлений населения из различных источников, которые доступны для текущего потребления и сбережения (за исключением денежных средств, изымаемых из ранее накопленных сбережений и получаемых населением в виде кредитов).

³ Население делится на 5 групп по критерию распределения общего объема денежных средств и характеристики дифференциации денежных доходов и на 10 групп по критерию расходов на конечное потребление домашних хозяйств.

⁴ Федеральная служба государственной статистики [Электронный ресурс]. Режим доступа: www.gks.ru, свободный (дата обращения: 12.05.2017).

до 18,1 млн. человек (на 29.12.2020)¹. Уровень зарегистрированной безработицы к 2021 году составил 3,7% (на декабрь 2019г. уровень зарегистрированной безработицы составил 0,9%)².

Фондовый (децильный) коэффициент дифференциации (соотношение доходов 10% самых богатых и 10% самых бедных слоев населения) и коэффициент концентрации – индекс Джини как экономические маркеры оценивают степень социально-экономического неравенства, выступающим криминогенным фактором. Децильный коэффициент показывает стабильный рост с период с 1990г. по 2015г. (соответственно 4,5 и 15,6), достигнув максимальной отметки в 2007г. (16,7)³. Достигнув в 1999г. коэффициента 0,400 и несколько снизившись в 2000-2002гг., индекс Джини с 2003г. стабильно повышался и к 2015г. составил 0,412 (без учета Республики Крым). Максимальные коэффициенты индекса Джини наблюдались в 2007г. – 0,422 и в 2012г. – 0,420⁴. К 2021 году индекс Джини составил 0,879⁵.

Указанное доказывает растущее неравенство, что обеспечивает конфликты в социуме⁶. При этом число убийств и покушений на убийство с 2000г. по 2020г. снизилось с 31,8 тыс. до 7,7 тыс., тогда как число зарегистрированных краж как наиболее распространённого преступления против собственности показывает рост с последующим сокращением: 2000г. – 1 310,1 тыс., 2005г. – 1 573,0 тыс., 2010г. – 1 108,4 тыс., 2015г. – 1 018,5 тыс., 2016г. – 871 084 тыс., 2017г. – 788 531 тыс., 2018г. – 756 395 тыс., 2019г. – 774 159 тыс., 2020г. – 751 243 тыс.⁷ («гуманизация преступности»).

¹ Федеральная служба государственной статистики [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://rosstat.gov.ru/folder/13723>, свободный (дата обращения: 26.04.2021).

² Социально-экономическое положение России. М.: Росстат. 2020. С.363.

³ Федеральная служба государственной статистики [Электронный ресурс]. Режим доступа: www.gks.ru, свободный (дата обращения: 12.05.2017).

⁴ Федеральная служба государственной статистики [Электронный ресурс]. Режим доступа: www.gks.ru, свободный (дата обращения: 12.05.2017).

⁵ Федеральная служба государственной статистики [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://rosstat.gov.ru/folder/13723>, свободный (дата обращения: 26.04.2021).

⁶ См. Гишинский Я. О зависимости количества убийств от индекса Джини. Очерки по криминологии. С.18; Динамика зарегистрированных убийств и покушений на убийство, представленная Генеральной прокуратурой РФ [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://crimestat.ru/>, свободный (дата обращения: 26.04.2021).

⁷ Министерство внутренних дел Российской Федерации [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://xn--b1aew.xn--p1ai/Deljatelnost/statistics>, свободный (дата обращения: 26.04.2021).

Экономическими факторами преступности выступают: экономический кризис, противоречие между экономическими потребностями и возможностями их удовлетворения, безработица и инфляция, поляризация населения по уровню доходов (богатые – бедные), несоответствие уровня жизни подавляющей части населения уровню обеспечения физиологической выживаемости, рост теневой экономики, высокий уровень доходов преступной экономической деятельности в сравнении с уровнем доходов легальной и т.д. *Социальными факторами преступности* предстают: недостатки в условиях жизни, организации быта, социального обслуживания, отдыха, труда, медицинского обеспечения, образования. Нищенство, бедность и малообеспеченность как криминогенные факторы носят глобальный характер. В России нищенство, бедность и малообеспеченность приобретают массовый характер, балансируя на грани становления массовыми и общепринятыми явлениями. Для названных категорий населения характерны социальное отчуждение (в том числе дискриминация), порождающее дезадаптацию индивида, что может иметь криминогенные последствия.

Указанные факторы, опосредованно воздействуя на поведение людей, прямо не детерминируют преступность, но, преломляясь через личность, влияют на нее. Результатом противоречий в социально-экономическом развитии предстают попытки определённых индивидов удовлетворить потребности преступным путем. Социально-экономический статус индивида в современном обществе прямо влияет на возможность удовлетворения увеличивающихся потребностей. Криминогенный потенциал социально-экономического неравенства увеличивается. В условиях общества потребления противоречие потребность/возможность имеет особое значение, порождающее криминогенно-активные явления, продуцирующие преступность. С.Ф. Милуков, называя развитие социальных противоречий общей причиной преступности, пишет, что «Современное российское общество расколосось на два класса – бедных и богатых, ... пропасть между которыми стремительно расширяется и углубляется. ... Само формирование имущего класса сопряжено с цепью особо тяжких

преступлений, прежде всего, экономических, но не только»¹. Р.Ш. Шегабудинов отмечает, что «новейшие экономические отношения (свобода экономической деятельности, равенство частной, государственной, муниципальной и иных форм собственности, поддержка конкуренции, единство экономического пространства, свободное перемещение товаров, услуг и финансовых средств) нельзя сегодня признать криминологически «чистыми», ибо процесс их развития сопровождается совершением большого числа преступлений в сфере экономики»².

Указывая на ограничение возможности потребления как криминогенный фактор, необходимо выделить группу «пресыщенных потребителей», имеющих максимальные возможности потребления и использующих их для «преступного перепотребления». Примерами «преступного перепотребления» являются многочисленные противоправные действия «золотой молодежи» («золотые беспредельщики»), магазинные кражи «богатых покупателей» или подростков, совершающих кражи «от скуки», «для получения адреналина», «на спор», «для статуса», то есть имеющих деньги на покупку товара.

Таким образом, в обществе консьюмеризма основной причиной преступности выступает социально-экономическое неравенство и порождаемые таким неравенством противоречия. Потребности нейтральны, а способ их удовлетворения может быть преступным. Социальное напряжение выступает криминогенным фактором. Под социально-экономическим неравенством необходимо понимать место индивида – социальной группы – общества (страны) в социально-экономической пирамиде, где минимальные или максимальные возможности потребления расставляют названных субъектов потребления на вершину или низ пирамиды. Возможности потребления оцениваются через определенные статистические показатели. Минимальные возможности потребления или их отсутствие, преломляясь через личность, могут повлечь

¹ Криминология: Учебник / Под ред. В.Н. Бурлакова, Н.М. Кропачева. СПб.: ИД Санкт-Петербургского государственного университета, 2005. С.105-106.

² Шегабудинов Р.Ш. Организованная экономическая преступность, сопряженная с коррупцией. Состояние, тенденции и меры борьбы с ней: Монография. М.: ЮНИТИ-ДАНА: Закон и право, 2010. С.186.

«преступное потребление». Максимальные возможности потребления, с другой стороны, могут повлечь «преступное перепотребление».

В соответствии с изложенным автор формулирует следующие выводы:

1. Общество является основой рождения всех социальных феноменов, в том числе и преступности. Исследовать состояние преступности следует сквозь реалии общества потребления, изменившего ее «привычную» картину.

2. Общество потребления необходимо определить как общество, фетишизирующее необузданное массовое потребление материальных благ. Общество потребления сформировало потребительскую систему ценностных ориентаций и установок и культивирует потребление в ущерб развитию интеллектуальных способностей индивида. Потребление и потребительские практики в современном обществе становятся значимыми социальными процессами. Человек-потребитель (человек потребляющий) предстает человеком с искаженными, деформированными потребительскими нормативно-ценностными установками.

3. Общество потребления предстает обществом неравенства. Неравенство выражается в неравенстве возможностей потребления. Потребление индивида строится в сравнении с потреблением других. Индивид идентифицирует себя в окружающем мире посредством потребления.

4. Социально-экономическое неравенство усиливается процессом глобализации и предстает глобальным социально-экономическим неравенством. Общество потребления глобализированно.

5. Общество потребления, как и любое общество, криминогенно.

6. Одним из основных источников преступности является социально-экономическое неравенство и возможности потребления. Неравенство возможностей потребления, социальное напряжение в обществе выступают криминогенными факторами. Потребности могут быть удовлетворены преступным путем.

§ 2. Шоплифтинг в США и Европе: история и современность

Понятие «шоплифтинг» происходит от английских слов «shop» - магазин и «lift» – подъем, вынос. В зарубежной криминологии шоплифтинг определяется как хищение товаров в розничных магазинах¹. В классификации прецедентов правонарушений ФБР (США) в 2011г., шоплифтинг определяется как кража выставленных на продажу товаров или продукции, осуществляемая кем-либо, кроме работников магазина². Carroll John and Frances Weaver в исследовании мотивов шоплифтеров определяют шоплифтинг как не насильственное, систематическое, общественно опасное преступление по хищению товаров³. Словарь полицейских терминов округа Колумбия шоплифтинг определяет как: 1. умышленное, осознанное сокрытие или завладение личной собственностью, размещенной для продажи на торговом объекте, 2. удаление, изменение ценника на размещенном для продажи товаре, идентификационного знака товара, 3. перемещение товара, размещенного для продажи, из упаковки или перемещение товара в иную упаковку⁴. Юридический глоссарий Верховного суда Калифорнии (графство Сакраменто) под шоплифтингом понимает умышленное изъятие и

¹ Подробнее см.: Abelson, Elaine S. 1989. *When Ladies Go A-Thieving: Middle Class Shoplifters in the Victorian Department Store*. New York, NY: Oxford University Press; Baumer, Terry L., and Dennis P. Rosenbaum. 1984. *Combating Retail Theft: Programs and Strategies*. Boston, MA: Butterworth; Berry, Joy W. 1982. *Let's Talk About Stealing*. Newark, NJ: Peter Pan Industries; Carr, Dan. 1984. *God, I need to Talk to You About Stealing*. Concordia Publishing House; Carroll, John, and Frances Weaver. 1986. "Shoplifters' Perceptions of Crime Opportunities: A Process-Tracing Study." In *The Reasoning Criminal*, edited by Derek B. Cornish and Ronald V. Clarke, pp. 19-38. New York, NY: Springer-Verlag; Cupchik Ph.D., Will. 1997. *Why Honest People Shoplift Or Commit Other Acts Of Theft*. Canada: Tagami Communications; Curran, Debora A. 1984. "Characteristics of the Elderly Shoplifter and the Effects of Sanctions on Recidivism." In *Elderly Criminals*, edited by William Wilbanks and Paul K. H. Kim, pp. 123-141. New York, NY: University Press of America; Edwards, Loren E. 1958. *Shoplifting and Shrinkage Protection For Stores*. Springfield, IL: Charles C Thomas; Farrell, Kathleen L. and John A. Ferrara. 1985. *Shoplifting: The Antishoplifting Guidebook*. New York, NY: Praeger Publishers; Fein, Sherman E., and Arthur M. Maskell. 1975. *Selected Cases on the Law of Shoplifting*. Springfield, IL: Charles C. Thomas; Goldman, M.J. 1998. *Kleptomania*. New Jersey: New Horizon Press; Griffin, Roger. 1988. *25 th Annual Report: Shoplifting in Supermarkets*. Van Nuys, CA: Commercial Service Systems; Kaufmann, Arthur C. *Combatting Shoplifting*. Operations Division, National Retail Merchants Association, New York, 1974; Klemke, Lloyd W. 1992. *The Sociology of Shoplifting*. Westport, CT: Praeger Publishers; Lesser, Ellen. 1989. *The Shoplifter's Apprentice*. New York, NY: Simon and Schuster; Murphy, Daniel J. I. 1986. *Customers and Thieves: An Ethnography of Shoplifting*. Aldershot, England: Gower; Sennewald, C.A. 2000. *Shoplifters vs. Retailers*. California: New Century Press; Shulman, Terrence D. 2004. *Something For Nothing: Shoplifting Addiction and Recovery*. Haverford, PA: InfinityPublishing.com.

² National Incident-Based Reporting System Offense Definitions by Federal Bureau of Investigation. 2011. P.4.

³ Carroll, John, and Frances Weaver. 1986. «Shoplifters' Perceptions of Crime Opportunities: A Process-Tracing Study». In *The Reasoning Criminal*, edited by Derek B. Cornish and Ronald V. Clarke, pp. 19-38. New York, NY: Springer-Verlag. P.25.

⁴ Glossary of Police Terms by Metropolitan Police Department of the District of Columbia, 2013. P.21.

сокрытие товаров из магазина с намерением использования этих товаров в личных целях без уплаты их стоимости¹. Кодекс штата Мэриленд от 2011г. определяет шоплифтинг как одно или несколько из следующих действий, совершенных лицом без согласия торговца с целью или намерением присвоить товар без оплаты, получения товаров по цене ниже заявленной продажной цены или с целью иным образом лишить торговца всей или любой части стоимости товаров: 1. перемещение любого товара с его непосредственного места на прилавке или из любого другого места в помещении торгового предприятия, 2. получение или попытка получить во владение любой товар путем взимания этого товара с другого лица без разрешения этого лица или путем взимания этого товара с фиктивного лица, 3. сокрытие любых товаров, 4. подмена, изменение, удаление или обезображивание любых ярлыков или ценников, 5. перенос любого товара из контейнера, в котором этот товар выставлен на продажу или упаковывание товара в любой другой контейнер, 6. снятие охранных знаков тревоги, прикрепленных к любому товару². Английский словарь права Дюхайма определяет шоплифтинг как «умышленное сокрытие товаров без оплаты в любом розничном магазине»³.

Ch. Sennewald и J. Christman указывают, что шоплифтинг – это эвфемизм слова «воровство» товаров, выставленных на продажу в магазине⁴. Указывая, что шоплифтинг является преступлением в законодательстве каждого штата США и во всех зарубежных странах, Ch. Sennewald и J. Christman считают, что использование названного термина неудачно, поскольку термин умаляет действия преступника в своем сознании и в глазах общественности, уменьшает общественно опасный характер деяния. Шоплифтер является преступником. Ch. Sennewald и J. Christman подчеркивают, что термин «шоплифтинг» относится к специфичной и узкой категории воровства. Наиболее точно этот термин

¹ Legal Glossary by Superior Court of California, County of Sacramento, 2005. P.56.

² The Maryland Code. 2011. §3-1301.

³ Duhaim's law English dictionary [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.duhaime.org/>, свободный (дата обращения: 07.08.2017).

⁴ Лебедь А.Л. Шоплифтинг в розничных сетях США // Актуальные проблемы юридической науки и практики: Гатчинские чтения-2016: в 2 т.: сборник научных трудов по материалам Ежегодной международной научно-практической конференции (г. Гатчина, 19-20 мая 2016 г.). Гатчина: Изд-во ГИЭФПТ. 2016. Т. 1. С.198-204.

определяется как акт воровства у розничного торговца, совершённый в часы открытия прилавка публичке, человеком, который является законным потребителем или кажется таковым. Похищающий у своих работодателей персонал, совершающие мелкие кражи наполняющие стеллажи товарами продавцы, прячущиеся перед закрытием магазина мошенники с целью совершения хищения, не являются магазинными кражами и относятся к иным видам хищений¹. Lloyd W. Klemke понятие «шоплифтинг» раскрывает через описание личности шоплифтера, причины, механизм и предотвращение шоплифтинга².

История шоплифтинга в США, согласно исследованию Kerry Segrave, насчитывает более 140 лет, от избирательного преследования шоплифтеров до понуждения выплаты стоимости похищенного товара в судебном порядке³. Если первоначально шоплифтер представлял человеком из низшего класса, воровавшего по принципу «хватай быстрее и беги» (1860-е гг.), а в последующем – женщиной-клептоманкой из обеспеченных среднего и высшего класса (начало 1900-х гг.) и подростком, воровавшим в знак протеста или вызова (1960-е гг.), то со времени признания шоплифтинга национальной проблемой (1980-е гг.) современный шоплифтер предстает человеком из любого общественного слоя, любой гендерной принадлежности и любого возраста (1980-е гг. по настоящее время).

Шоплифтинг является деятельностью, которой люди занимались веками, однако в истории шоплифтинга можно выделить следующие периоды: 1. кражи kleptomанов (1860-1918гг.); 2. рост шоплифтинга (1919-1946гг.); 3. появление антикражного оборудования (1947-1959гг.); 4. рост шоплифтинга подростков (1960-1969гг.); 5. появление первой официальной статистики экономических

¹ Sennewald Ch., Christman J. Shoplifting. Butterworth-Heinemann: Stoneham. MA. USA, 1992. P.1-5.

² Lloyd W. Klemke . The Sociology of Shoplifting: Boosters and Snitches Today (Praeger Series in Criminology and Crime Control Policy). Westport. Connecticut. London, 1992. P.4-7.

³ Лебедь А.Л. Ретроспективная характеристика шоплифтинга // Уголовная политика и правоприменительная практика. Сборник статей по материалам IV Всероссийской научно-практической конференции: 3 ноября 2016 г. / Под общ. ред. Е.Н. Рахмановой, доктора юридических наук, доцента // Северо-Западный филиал ФГБОУВО «Российский государственный университет правосудия» (Санкт-Петербург). СПб.: ИД «Петрополис». 2016. С.160-166.

потерь от шоплифтинга (1970-1979гг.); 6. развитие системы судебного преследования шоплифтинга (1980г.-настоящее время).

Первые упоминания о шоплифтинге, как указывает К. Segrave, появляются в Англии при Елизавете I (17.01.1558г.–24.03.1603г.). Шоплифтинг предстает единичными и нечастыми действиями. Первый известный отчет о шоплифтинге 1957г., посвященный группам профессиональных шоплифтеров, описал историю, придуманную Даниэлем Дефо о Мол Фландерс, отправленной в Ньюгетскую тюрьму в середине XVIIв. за кражи из магазинов. Лондонский отчет о шоплифтинге указывал, что уже в 1726г. в Англии шоплифтинг предстает обычным явлением. В XIXв. американка Софи Лайенс, известная магазинная воровка, стала героиней детектива и написала автобиографию. После Гражданской войны в США (12.04.1861г.–23.06.1865г.) шоплифтинг признается серьезной распространенной проблемой в США. В конце XIXв. шоплифтерами часто являлись мужчины, работающие в профессиональных командах. Работа в профессиональной команде является характерной чертой шоплифтинга конца XIXв. Также одной из тенденций является наличие судебных дел против торговцев по ошибочным обвинениям и незаконным арестам. Женщины встречались редко и имели перед мужчинами преимущество в одежде как способе сокрытия и выноса украденного товара (костюмы различных размеров, длинные объемные юбки, шали, перчатки, муфты). Социальный статус правонарушителей в данный период был низкий.

В течение 1870-х гг. в связи с изменениями формата торговых точек шаговой доступности (переход торговли в огромные помещения) меняется субъектный состав шоплифтеров, женщины-воровки выходят на первое место. Elaine S. Abelson пишет, что «социальная значимость шоплифтинга XIX века наиболее точно раскрывается в науке. Медицинские документы и публичные заявления медицинских работников строились диагнозе kleptomanii. Наличие женщин среди магазинных воров признавалось доказанным. Причиной шоплифтинга являлся диагноз «kleptomania» – поведенческое расстройство,

свойственное женщине в силу биологических особенностей»¹. Rachel Shteir в энциклопедии 1886 года «*Psychopathia Sexualis*» не употребляет слово «клептомания». Сексолог считает, что некоторые типы краж является отчасти фетишом, который он определяет «как интерес к частям тела или деятельности»². Большинство женщин, арестованных за воровство в магазине, являлись представительницами не низшего класса, а обеспеченными и с хорошей репутацией, что приводило к изменениям в системе правосудия, по иному рассматриваемому обвинительные дела представительниц высшего класса (многолетнее тюремное заключение или оправдание). Оправдание женщин-воровок из высших слоев населения положило начало формированию концепции шоплифтера-клептомана. В самостоятельную категорию выделяются кражи наемного персонала магазинов, первоначально рассматриваемые владельцами как кражи покупателей. Как отмечает К. Segrave, сложившаяся в конце XIXв. ситуация характерна не только для Америки, но и для Европы.

В 1906г. в Нью-Йорке профессиональными шоплифтерами, профессиональными kleptomанами аристократического происхождения и людьми, воруящими из-за острой нужды из магазинов украдено товаров на 500 тысяч долларов. Рождество для шоплифтеров становится временем повышенной активности, и владельцы крупных магазинов начинают практику найма частных детективов для сохранности своего товара. К концу XIXв. kleптомания становится аргументом защиты обвиняемых в шоплифтинге в американских судах.

Методы шоплифтеров в начале XXв. не меняются. В начале 1900-х гг. примерка новой одежды, пальто и платья и уход в новом из магазина, оставив старое в магазине, являлся наиболее распространенным. Часто использовался метод рассматривания кружев, шарфов, платков и собирание их в большую стопку для последующего сокрытия и выноса в муфте или жакете одной или

¹ Elaine S. Abelson. *When Ladies Go A-Thieving: Middle Class Shoplifters in the Victorian Department Store*. New York, NY: Oxford University Press, 1989. P.11.

² Rachel Shteir. *The Steal: A Cultural History of Shoplifting*. The Penguin Press. New York, 2011. P.54.

нескольких вещей. Например, у воровки А. был полый каблук для сокрытия и выноса вещей, воровка Б. сильно лакировала свою пышную прическу, куда она прятала мелкие вещи. Некоторые женщины использовали не застегнутые блузки для укладывания в область груди товаров и закрытые части перчаток. Вещи выносились подмышкой, в муфте, сумке или пальто.

В формировании шоплифтинга в начале XXв. прослеживаются две особенности: 1. рост размера торговой площади магазина; 2. выкладка товара на открытый доступ¹. Размер магазина имел решающее значение для шоплифтера, так как владелец не мог полностью контролировать большой магазин. Контроль в больших магазинах возлагался на клерков, у которых не было явной заинтересованности следить за покупателями. Более того, развитие больших торговых площадей предполагало большее количество покупателей и совершение покупок. Торговля требовала массы потребителей, которые если не покупали, то бродили по магазинам вокруг товара, что затрудняло контроль клерков за товаром и покупателями. Торговцы чаще стали использовать наемных детективов, единственной обязанностью которых являлось предотвращение краж. Выкладка товара на открытый для покупателя доступ (не через прилавок, когда покупатель просил клерка подать товар) затруднил контроль за отдельными товарами. Этот новый способ торговли, сформировавшийся в период после Гражданской войны в США и распространившийся к 1920-м гг. повсеместно, в большей мере был создан для женщин. Шопинг стал пониматься как «главное развлечение дам», как главная естественная внутренняя психологическая женская функция (потребность).

Шоплифтинг, внезапно массово появившись в конце XIXв., отличался от шоплифтинга предыдущего периода. Шоплифтинг становится предметом медицинских исследований и привлекает широкий общественный интерес. Его объявили формой девиантного поведения среднего класса. Шоплифтинг перешел в новый формат – универмаги как символ расширяющегося потребительского капитализма. Строгое гендерное деление ролей в обществе связывает

¹ Segrave K. Shoplifting: a social history. P.17-18.

шоплифтинг с потребительским поведением женщин. За этикеткой «клептомания» скрывается классовое и гендерное обоснование шоплифтинга. Новый шоплифтер – это женщина из среднего или высшего класса, законодательно и морально виновная, а ее действия – вынужденные. К 1904-му г., по утверждению крупных торговцев, из 150 000 покупателей, ежедневно посещающих магазины, 90% составляют женщины.

В конце XIXв. в Америке наблюдается параллельное развитие двух взаимосвязанных линий – исключительная значимость крупных магазинов в городах (как городского института) и растущее положение и власть медицины, в результате чего возникает фигура «Клептоманьяка». Во Франции, переживающей схожие социально-экономические процессы, клептомания обнаружена в 1816г. в работах швейцарского врача Андре Матье, обозначившего клептоманию как маниакальный вид кражи вследствие ее импульсивной природы. Пока диагноз воровства как формы сумасшествия предшествовал Матье, новый подход был значим для формулирования теории определенных видов поведения. Мокомания предназначалась для описания одержимости или бредового состояния в связи с объектом. Женщины-воровки иногда отпускались судами до 1816г. по причине «умственного расстройства», но до обоснований Матье это не являлось систематическим правовым оправданием. Концепция клептомании как законное оправдание совершения преступления разрабатывается в 1840г. французским врачом С.С. Марком, впервые использовавшим термин «клептомания», определив заболевание как «характерное непреодолимое стремление украсть»¹. С.С. Марка интересовали социальное положение и происхождение обвиняемых, при исследовании женщин-воровок внимание акцентировалось на влияние периодов кормления детей и менструаций на воровство.

В США клептомания как форма шоплифтинга представителями средних классов не являлась серьезной проблемой до конца 1870-х гг. Врачи и юристы в конце 1890-х гг. защищали состоятельных женщин из среднего класса, обвиняемых в шоплифтинге, утверждением «она уважаемая женщина и

¹ Segrave K. Shoplifting: a social history. P.20.

клептоманка». В большинстве случаев это являлось легализованным правовым аргументом и женщин оправдывали. Оправдательная концепция шоплифтера-клептомана достигла своего расцвета к концу 1900-му г., но почти не применялась к 1920-му г. Это не означает, что данная концепция совсем исчезла, при наличии указанного заболевания у шоплифтера суды выносят оправдательные приговоры и сегодня.

После Первой Мировой войны наблюдается стремительный рост шоплифтинга (причина в бедности послевоенного населения), приговоры выносились с применением мягких наказаний, хотя по отношению к рецидивистам применялись более суровые санкции. К 1940г. территориальные рамки шоплифтинга замыкаются, шоплифтинг развивается в городах на крупных торговых площадках. Кражи из магазинов достигли такого роста, что торговцы начинают систематический наем детективов. Единственной функцией детективов являлась охрана товара как от покупателей, так и от наемного персонала. С началом Второй Мировой войны и до ее окончания шоплифтинг, как отмечает К. Segrave, почти не исследовался. В течение нескольких лет в связи с присущим военному времени снижением этических норм, высокой стоимостью жизни, ростом числа магазинов самообслуживания и сокращением персонала магазинов в связи с войной шоплифтинг увеличился вдвое¹. В период между двумя мировыми войнами концепция kleptomanii почти не использовалась в связи с воровством состоятельных женщин, которые или не арестовывались, или были арестованы и отпущены без возбуждения дела. Шоплифтерами, как и в довоенный период, по-прежнему рассматривались женщины среднего или высшего класса и в большинстве случаев ими являлись молодые женщины 17-18 лет. После окончания Второй Мировой войны ученые уделяли мало внимания шоплифтингу и его психологическому исследованию. Только в 1950-х гг. появляются упоминания о детском шоплифтинге. В 1952г. ювенальный шоплифтинг объявляется как актуальная проблема. В данную категорию шоплифтеров входят подростки от 11 до 17 лет, ворующих не ради материальной выгоды, а ради

¹ Segrave K. Shoplifting: a social history. P.29.

процесса воровства. Число осужденных за кражи из магазинов в США за 20 лет удвоилось и достигло 20 000 человек ежегодно.

Благодаря законодателям борьба торговцев с кражами постепенно становилась легче. Во Флориде новый жесткий закон, направленный против шоплифтинга и упрощающий процедуру ареста подозреваемых, принятый в 1954г., менее чем через 4 года был принят и в 6 других штатах США (Аризона, Пенсильвания и др.). Период 1947-1957гг. характеризуется повсеместным подведением итогов и оценки шоплифтинга. Шоплифтеры описывались как представители всех групп населения (имущие и неимущие), но женщины еще указывались как лидирующая группа. Несовершеннолетние отмечались как проблемная группа. Торговцы чаще обращаются к технологическим достижениям для предотвращения шоплифтинга. Лоббирование ритейлом законов по борьбе с шоплифтингом имели успех в некоторых штатах, где были приняты законы для затруднения неправомерных действий (злоупотреблений) недобросовестных покупателей в отношении торговцев (например, поедание и надкусывание товара в торговом зале, порча товарной упаковки, уничтожение товара из бьющегося материала и т.д.). Одновременно в торговле начали использовать внешние охранные агентства для безопасности магазинов. В 1963г. было объявлено, что в супермаркетах каждый из 52 покупателей что-то украл. Утверждалось, что из супермаркетов воруются товары на общую сумму 280 млн. долларов ежегодно.

В начале 1960-х гг., эры контркультуры, когда молодое поколение в США пользовалось возможностью стать молодежью протеста (хиппи) любым способом, предприняты детализированные меры и обзоры проблем относительно специфических данных шоплифтинга, например, предпочтительные дни недели и время суток. Некоторые отчеты указывали, что шоплифтеры принадлежат к любому общественному слою или уровню дохода. Традиционно признавалось, что кражи из магазинов совершали и обеспеченные женщины. Молодые люди в возрасте до 19 лет рассматривались как самостоятельная категория шоплифтеров.

В 1970-х гг. шоплифтер в возрасте до 19 лет рассматривается как наихудшая категория. Причины, объясняющие волну молодежного шоплифтинга,

обыденные. Подростки воровали, потому что искали стычек и протеста, самоутверждались, их привлекали открытые выкладки товара, необходимость наличия денежных средств для покупки наркотиков (перепродажа краденого). В магазинах особо следили за каждым ребенком, осмеливающимся войти в магазин самостоятельно. В 1970-х гг. молодежь утвердилась как основная часть шоплифтеров (75% задержанных являлись людьми в возрасте до 30 лет).

Период с 1980-х гг. по настоящее время характеризуется становлением самостоятельной категории дел по шоплифтингу (полицейских и судебных). Определяющей является возможность шоплифтера возместить стоимость похищенного товара. В США каждый штат самостоятельно регулирует уголовно-правовые деяния, связанные с шоплифтингом. Шоплифтинг в разных штатах именуется по-разному, в том числе как «розничная кража» и «сокрытие товара». Законы штатов сильно различаются, но предусматривают два элемента: 1. умышленное сокрытие или завладение товарами, предлагаемых для продажи; 2. намерение лишить законного владельца товара, не заплатив за него. Сокрытие товара в торговом зале магазина (до кассовой линии), в отличие от квалификации аналогичного деяния по УК РФ, квалифицируется как законченное преступление. За хищения огнестрельного оружия, взрывчатых веществ или зажигательных устройств предусмотрены более суровые санкции. Магазинные кражи подразделяются на нарушения и уголовное преступления. Квалификация наказуемого деяния зависит от стоимости похищенного. Предшествующие судимости за совершение магазинных краж играют большую роль при предъявлении обвинения и при вынесении приговора. В некоторых штатах рецидив автоматически приводит к более суровой санкции. Нарушения приводят к штрафу, преступления – к тюремному заключению. В зависимости от тяжести законами штатов предусмотрены следующие виды санкций за шоплифтинг: тюремное заключение, испытательный срок и (или) штраф. В некоторых штатах любое воровство в магазинах приводит к тюремному заключению (Техас)¹.

¹ Правовой портал США: The Law [Электронный ресурс] Режим доступа: [//www.findlaw.com/](http://www.findlaw.com/), свободный (дата обращения: 20.01.2017).

Таблица №1 на примере штатов Арканзас, Южная Дакота, Юта, Калифорния и Колорадо иллюстрирует квалификацию деяний за совершение магазинной кражи и санкции за их совершение.

Таблица №1. Квалификация деяний за совершение магазинной кражи и санкции за их совершение.

	Закон	Тяжесть	Квалификация	Санкция
Арканзас ¹	Уголовный Кодекс штата Арканзас, §5-36-102, принят в 1987г., в ред. 2015г.	Хищение собственности стоимостью до \$1,000	Класс А. Правонарушение. Статья §5-36-103(b)(4)	Тюремное заключение до одного года и/или штраф до \$2,500
		Хищение собственности стоимостью до \$500, которое являлось серией трех и более краж в течение трех дней.	Класс D Уголовное преступление. Статья §5-36-103(b)(3)	Тюремное заключение до шести лет и/или штраф до \$10,000
		Хищение собственности стоимостью между \$1,000 и \$5,000 или хищение огнестрельного оружия стоимостью до \$2,500	Класс D Уголовное преступление. Статья §5-36-103(b)(3)	Тюремное заключение до шести лет и/или штраф до \$10,000
		Хищение собственности стоимостью между \$5,000 и \$25,000 или хищение огнестрельного оружия стоимостью более \$5,000	Класс C Уголовное преступление. Статья §5-36-103(b)(2)	От трех до десяти лет лишения свободы и/или штраф до \$10,000
		Хищение собственности стоимостью от \$25,000 и больше	Класс B Уголовное преступление. Статья §5-36-103(b)(1)	От 5 до двадцати лет лишения свободы и/или штраф до \$15,000
Южная Дакота	Кодифицированное Законодательство штата Южная Дакота, § 23A-27-13	Мелкая кража второй степени: хищение собственности до \$400	Класс 2. Правонарушение	До 30 дней лишения свободы и/или штраф \$500 и изъятие похищенного.
		Мелкая кража первой степени: хищение собственности от \$400 до \$1,000	Класс 1. Правонарушение	До одного года лишения свободы и/или штраф \$2,000 и изъятие похищенного.
		Крупное уголовное преступление: хищение огнестрельного оружия или хищение собственности стоимостью от \$1,000 до \$100,000	Класс 4. Уголовное преступление.	До десяти лет лишения свободы и/или штраф \$20,000
		Особо крупное уголовное преступление: хищение собственности стоимостью более \$100,000	Класс 3. Уголовное преступление.	До пятнадцати лет лишения свободы и/или штраф \$30,000
Юта ²	Уголовный Кодекс штата Юта, 1953г., §76-6-602	Хищение собственности стоимостью до \$500	Класс B. Правонарушение	Лишение свободы до шести месяцев и/или штраф до \$1,000
		Хищение собственности стоимостью от \$500 до \$1,500	Класс А. Правонарушение	Лишение свободы до одного года и/или штраф до \$2,500
		Хищение собственности стоимостью от \$1,500 до \$5,000	Уголовное преступление третьей степени	Лишение свободы до пяти лет и/или штраф до \$5,000
		Воровство с двумя предшествующими правонарушениями за шоплифтинг за последние 10 лет	Уголовное преступление третьей степени	Лишение свободы до пяти лет и/или штраф до \$5,000
		Хищение собственности стоимостью от \$5,000	Уголовное преступление второй степени	Лишение свободы до пятнадцати лет и/или штраф до \$10,000
		Хищение огнестрельного оружия	Уголовное преступление второй степени	Лишение свободы до пятнадцати лет и/или штраф до \$10,000

¹ Адвокатское бюро уголовной защиты NOLO. США [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.criminaldefenselawyer.com/resources/criminal-defense/misdemeanor-offense/shoplifting-charges-arkansas#>, свободный (дата обращения: 20.01.2017).

² Адвокатское бюро уголовной защиты NOLO. США [Электронный ресурс]. Режим доступа: (<http://www.criminaldefenselawyer.com/resources/criminal-defense/misdemeanor-offense/shoplifting-charges-utah>), свободный (дата обращения: 20.01.2017).

Калифорния ¹	Уголовный Кодекс штата Калифорния, §484, в ред. 2017г.	Мелкая кража: хищение собственности стоимостью до \$50 в случае, если не было предыдущих прецедентов краж	Нарушение (может трактоваться как прокурором как правонарушение)	Штраф до \$250
		Мелкая кража: хищение собственности стоимостью до \$950	Правонарушение (в некоторых случаях может трактоваться как нарушение)	Если деяние квалифицируется как «административное» правонарушение, то взимается штраф от \$50 до \$1000 и (или) до 6 месяцев лишения свободы, если данное деяние совершено впервые
		Крупная кража: хищение собственности стоимостью более \$950 или кража огнестрельного оружия	Правонарушение или уголовное преступление	В случае хищения огнестрельного оружия тюремное заключение от 16 месяцев до 3 лет; в других ситуациях тюремное заключение до 1 года
Колорадо ²	Уголовный Устав штата Колорадо, §18-4-401, 18-4-403	Хищение собственности стоимостью до \$500	Класс 2. Правонарушение. Статья §18-4-401(b)	Лишение свободы от 3 месяцев до 1 года и/или штраф от \$250 до \$1,000
		Хищение собственности стоимостью от \$500 до \$1000	Класс 1. Правонарушение. Статья §18-4-401(b5)	Лишение свободы от 6 месяцев до 16 месяцев и/или штраф от \$500 до \$5,000
		Подделка устройств обнаружения кражи и/или владение инструментами, используемыми для подделки устройств обнаружения кражи	Класс 1. Правонарушение. Статья §18-4-417(3)	Лишение свободы от 6 до 16 месяцев и/или штраф от \$500 до \$5,000
		Хищение собственности стоимостью от \$1000 до \$20,000	Класс 4. Уголовное преступление. Статья §18-4-401(c)	Лишение свободы от 2 до 6 лет и/или штраф от \$2,000 до \$500,000
		Хищение собственности стоимостью более \$20,000	Класс 3. Уголовное преступление. Статья §18-4-401(d)	Лишение свободы от 4 до 12 лет и/или штраф от \$3,000 до \$750,000

Проследив историю шоплифтинга в США с середины XIXв. по настоящее время, можно выделить следующие характерные черты: 1. шоплифтинг как серьезная проблема заявляет о себе после Гражданской войны в США (систематичность и участие всех слоев общества); 2. прямая зависимость шоплифтинга от формата торговли (свободная выкладка товара и самообслуживание) и разнообразия товара при росте индустрии рекламы; 3. развитие образа шоплифтера от обеспеченной женщины-клептоманки до человека любого общественного слоя любого пола и возраста; 4. формирование санкции за шоплифтинг от тюремного заключения до возмещения стоимости похищенного товара; 5. формирование самостоятельной законодательной и судебной базы.

¹ Адвокатское бюро уголовной защиты NOLO. США [Электронный ресурс]. Режим доступа: (<http://www.criminaldefenselawyer.com/resources/criminal-defense/misdemeanor-offense/shoplifting-charges-california>), свободный (дата обращения: 20.01.2017).

² Адвокатское бюро уголовной защиты NOLO. США [Электронный ресурс]. Режим доступа: (<http://www.criminaldefenselawyer.com/resources/criminal-defense/misdemeanor-offense/shoplifting-charges-colorado>), свободный (дата обращения: 20.01.2017).

Одновременно с наркоманией, алкоголизацией и проституцией острой социальной проблемой современного западного общества американская криминология называет и магазинные кражи, представляющим негативным общественным бременем, продуцирующим громадные экономические потери. Charles Sennewald и John Christman, авторы книги «Shoplifting», представляют первое всестороннее и систематизированное исследование шоплифтинга в США¹. При трудности сбора эмпирического материала авторы отмечают, что шоплифтинг чрезвычайно дорог и для ритейла (содержание системы безопасности и недостачи из-за хищений), и для покупателей (возрастание цены на товар). В исследовании приводится следующая статистика: 3% непрофессиональных шоплифтеров крадут каждый день, 14% крадут каждую неделю, и 60% совершают кражи не менее одного раза в месяц; средняя стоимость товаров украденных непрофессиональными шоплифтерами за каждую кражу насчитывает от \$80 до \$100 из отдела магазина, от \$50 до \$60 из специализированных магазинов, от \$8 до \$18 из аптек и супермаркетов, \$2 из магазинов, работающих круглосуточно; профессиональные воры крадут от \$30 до \$3000 за день почти каждый день, в зависимости от индивидуальных потребностей. Национальный ущерб от шоплифтинга доходит до сотен миллиардов долларов ежегодно. С. Альбрехт, Г. Вернц и Т. Уильямс отмечают, что «каждый год в США происходит 200 миллионов магазинных краж. ... Примерно 60% всех американцев когда-то в своей жизни что-либо стащили из магазина. Большинство подобных воришек являются нормальными людьми, а не закоренелыми преступниками. Средняя стоимость магазинной кражи составляет \$58².

Ch. Sennewald и J. Christman предлагают следующую криминологическую классификацию шоплифтеров: любители и профессионалы³. Мотив кражи является определяющим фактором, который относит шоплифтера в определенную категорию. Мотивом профессионалов является доход (профессионалы воруют ради того, чтобы выжить). Шоплифтеров, ворующих по любой другой причине,

¹ Sennewald Ch., Christman J. Shoplifting. 180 p.

² Альбрехт С., Вернц Г., Уильямс Т. Мошенничество. СПб.: Питер Пресс, 1996. С.29-30.

³ Sennewald Ch., Christman J. Там же. P.7-12.

принято относить к любителям. В западной криминологии мотивы любителей не исследованы, при этом можно говорить, что шоплифтинг является преступлениями со сниженным порогом мотивации. Точного стереотипа шоплифтера не существует ни в одной из категорий. Бессмысленно искать человека, который подошёл бы к определённому описанию: шоплифтеры отличаются по физическому сложению, возрасту, полу, этническому происхождению, образованию, финансовому положению. Ошибкой является попытка сформировать мысленный образ типичного шоплифтера.

Шоплифтеры-любители крадут, поддаваясь импульсу, не имея заранее продуманного плана. Совершённую кражу объясняют тем, что нет ничего плохого в том, чтобы взять ту или иную вещь, потому что: 1. магазинные цены слишком высоки; 2. магазин получает слишком большую выгоду; 3. магазин предоставляет плохое, несоответствующее или грубое обслуживание. Любители воруют время от времени из желания обладать предметом и использовать его самому или с целью подарить. В большинстве случаев у любителя-шоплифтера имеются средства, чтобы заплатить за украденное. Очень малое число любителей вынужденно ворует (накормить голодных детей, что встречается крайне редко). После первой удачной попытки некоторые любители сообщают, что испытали «эйфорию» или «адреналин» от кражи, и они начинали воровать уже не просто, потому что представился удобный случай, а в погоне за сильными ощущениями. Любители, развившие синдром «волнения от кражи», могут оказаться особенно неприятными для продавцов, так как они становятся весьма профессиональны в воровстве, хотя их по-прежнему классифицируют как любителей. Кражи, совершённые любителями, насчитывают наибольшее количество, но потери, получаемые от каждой кражи любителя, не сравнимы с потерями, которые приносит каждый профессиональный шоплифтер. Все виды магазинов несут убытки, ответственность за которые лежит на любителях, в то время как профессионалы стремятся к элитным и модным магазинам.

Любителей-шоплифтеров можно подразделить на следующие подклассы: 1. дети от 9 до 12 лет; 2. подростки; 3. люди с нарушенной психикой; 4. взрослые

шоплифтеры. Дети от 9 до 12 лет являются учащимися начальных классов, их кражи часто обнаруживаются дома ответственными родителями, которые после совершенной кражи приводят своих детей обратно в магазин, чтобы вернуть украденное и извиниться. Возврат украденного часто имеет положительное влияние на детей. Дети, чьи кражи остались без указанной проработки со стороны родителей и продавцов, продолжают воровать в будущем. Подростки-шоплифтеры являются любителями, хотя некоторые развивают свои навыки, которым позавидовали бы и профессионалы. Опыт показывает, что по крайней мере 50% шоплифтеров-подростков происходят из богатых семей, следовательно, воруют они не из необходимости. Мотивов краж много. Некоторые подростки воруют из-за давления со стороны членов своего круга или потому что, им сказали, что это безобидный способ достать ту или иную вещь, которую иначе им никак не заполучить. Некоторые воруют в магазинах, пытаясь тем самым проявить себя, это своеобразный бунт против подчинения правилам (требование молодежного клуба или рассказы родителей о себе в юности). Средства массовой информации часто создают впечатление, что владельцы больших корпораций не порядочные граждане или, что они «сдирают огромные деньги с людей», оставляя впечатлительных подростков с мыслью, что воровать у большой компании можно (самооправдание шоплифтинга). Многие подростки воруют в магазинах с целью привлечь внимание или получить помощь в решении каких-либо других вопросов (родительское невнимание или чрезмерная опека).

Люди с нарушенной психикой (клептоманы) представляют наименьшую угрозу в розничной торговле. Люди, страдающие kleптоманией, психологически больны и нуждаются в медицинском лечении. У kleптоманов есть непреодолимая потребность украсть определённый товар, имеющий личное символическое значение. Kleптоманы крайне редко сталкиваются с продавцами или охраной. Настолько же редки и те немногие шоплифтеры со сниженной умственной деятельностью или старики, которые просто не понимают разницы между «хорошо» и «плохо» и не осознают последствий своих действий. Охрана магазина, уже имеющая небольшой опыт задержания таких шоплифтеров,

понимает, что уголовное преследование бессмысленно, оно чревато бесполезными тратами, более того, это жестоко, следовательно, подобные случаи должны быть урегулированы нестандартным образом. При задержании kleptomана его семью оповещают о произошедшем инциденте, и именно семье приходится платить за все украденные предметы. Kleptomаны, о которых уже известно в магазине, попадают под постоянное наблюдение, где ведётся запись всех украденных вещей и на основе уже имеющейся договорённости, высылаются чек семье. Этот метод в отношении kleptomанов помогает не поставить в неловкую ситуацию как их самих, так и их семьи, вместе с тем и магазин не несёт потери.

Взрослые шоплифтеры часто заявляют, что взяли товар без злого умысла, а в следствии некоторой дезориентации из-за кризиса среднего возраста или менопаузы. Как указывают Ch. Sennewald и J. Christman, вероятно, есть в этом доля правды, но сложно объяснить, зачем понадобилось образованной женщине средних лет воровать флакончик духов. Также взрослые воруют, надеясь быть пойманными и получить медицинскую или психологическую помощь. Шоплифтинг как явный призыв к помощи редко, но всё же встречается.

Профессиональные шоплифтеры уступают в количестве любителям, но их кражи приносят бóльшие финансовые потери. Профессиональные шоплифтеры воруют ради прибыли. Предметом кражи являются дорогие и элитные товары или недорогие, но небольшие (прибыль от продажи, например, коробки шоколада). Редко хранят украденный товар ради собственного пользования, но продают его на улице за малый процент от его общей стоимости или сдают скупщикам краденного. Профессиональные шоплифтеры часто воруют с целью иметь возможность расплатиться за дозу. Наркоманы, ворующие в магазинах, заслуживают звания профессионалов, они крадут исключительно ради получения денег, которые в свою очередь идут на покупку наркотиков. Наркоманы воруют в больших количествах ежедневно, чтобы продолжать колоться. Украденные товары обычно продаются примерно за 10% или 20% от их розничной стоимости, а на поддержание своей привычки многим наркоманам нужно от \$100 до \$200 в

день. Следовательно, в день наркоманы воруют от \$500 до \$2000 в товарах, чтобы иметь возможность продолжать принимать наркотики. Некоторые наркоманы пытаются вернуть украденные товары в магазин, где они их и украли или в магазины, продающие похожие товары (сложившаяся западная практика возврата подаренного). Подобная техника обеспечивает полную ценовую стоимость товара, что позволяет наркоману меньше «работать», чтобы получить необходимую сумму денег на этот день. Во время задержания в силу наркотической зависимости и желания получить наркотик как можно скорее, перепродав украденный товар, наркоманы ведут себя более агрессивно и жестоко, чем любители, поэтому при их задержании надо быть крайне осторожным.

Charles Sennewald и John Christman указывают следующие способы совершения тайного хищения чужого имущества в сфере розничной торговли: уход из магазина с товаром с полки; уход со спрятанными товарами; кража-рывок (схватить и убежать)¹; использование одежды (широкие длинные плащи, широкие брюки, пиджаки); «товар между ног» (товар прячется с помощью длинной просторной юбки); вспомогательное снаряжение (магазинные сумки, дамские и мужские сумочки, закрытые зонты, каркасы – «беременный живот», ремни); подмена ценника/ярлыка; обкусывание и общипывание продукта до оплаты, потребление продукта полностью до оплаты в торговом зале; ложный возврат товара; отвлечение внимания (чаще внимания охраны в целях ухода вора); сговор; использование детей².

При рассмотрении западного шоплифтинга необходимо указать на прецедентное дело, решение по которому вынесено в мае 2016г., согласно которому Высшим кассационным судом Италии легализована кража продуктов для утоления голода. Не подлежит наказанию тот, кто, будучи движимым нуждой, крадет немного еды, чтобы удовлетворить жизненно важную потребность

¹ Важно указать, что российская правоприменительная практика продолжение виновным совершения незаконного изъятия имущества или его удержание в ходе кражи в случае обнаружения этих действий собственником квалифицирует как грабеж, а в случае применения насилия, опасного для жизни или здоровья, либо угрозы применения такого насилия - как разбой (см. п.5 постановления Пленума Верховного Суда РФ от 27.12.2002г. №29 «О судебной практике по делам о краже, грабеже и разбое»).

² Sennewald Ch., Christman J. Shoplifting. P.13-21.

в питании, из-за «немедленной и неотвратимой нужды в питании» (дело безработного украинца Романа Острякова, укравшего в 2011г. два куска сыра и упаковку сосисок на сумму €4, приговоренного судом первой инстанции к шести месяцам тюрьмы и штрафу в размере €100)¹.

Характеристику современного шоплифтинга не только на Западе, но и во всем мире, представляет Исследование «Всемирный барометр краж в розничной торговле 2014-2015» (The Global Retail Theft Barometer — GRTB, далее по тексту - Барометр)² Британского Центра Исследований Ритейла (The Centre for Retail Research — CRR)³. Барометр указывает, что в период 2014-2015гг. потери ритейла составили 1,23% от товаро-розничного оборота. Стоимость потерь в глобальной рознице составила \$123,39 млрд. По сравнению с периодом 2013-2014гг.⁴ увеличились с 0,94% до 1,42%⁵. Стоимость потерь по регионам следующая: Латинская Америка – 1,55%, Северная Америка – 1,27%, Азия и Тихий океан – 1,17% и Европа – 1,05%⁶. Россию Барометр относит к европейскому региону. Также к европейскому региону относятся следующие страны: Австрия, Бельгия, Финляндия, Франция, Германия, Италия, Нидерланды, Норвегия, Польша, Португалия, Испания, Швеция, Швейцария, Турция и Великобритания. Азиатско-тихоокеанский регион представлен Австралией, Китаем, Гонконгом и Японией. Латинская Америка – Аргентина, Бразилия и Мексика. Северная Америка – США⁷. Таблица №2 показывает глобальные потери по странам в сравнении с Барометром 2013-2014гг.⁸.

Таблица 2. Глобальные потери мировой розницы по странам (2013-2015гг.).

№№ пп	Страна	2013-2014		2014-2015	
		%	Стоимость потерь	%	Стоимость

¹ Italian court rules food theft 'not a crime' if hungry [Электронный ресурс] / BBC. 3 May. 2016. Режим доступа: <http://www.bbc.com/news/world-europe-36190557>, свободный (дата обращения: 20.05.2016).

² GRTB — исследование, показывающее общее состояние магазинных краж, предоставляет достоверную информацию и статистику потерь в магазинах. Россия к указанному исследованию присоединилась в 2010г.

³ Барометр подготовлен при поддержке специализирующейся на разработке и реализации комплексных решений по защите от хищений в сфере торговли и логистики корпорации Checkpoint Systems.

⁴ Развернутое исследование краж в глобальной рознице за период 2013-2014гг. см. The New Barometer. A study of the cost of the theft and merchandise availability for the global retail industry. 2013-2014. NJ 08086 USA. 65 p.

⁵ The New Barometer. A study of the cost of merchandise theft and merchandise availability for the global retail industry. 2014-2015. P.18.

⁶ Там же. P.18.

⁷ The New Barometer. A study of the cost of merchandise theft and merchandise availability for the global retail industry. 2014-2015. P.12.

⁸ Там же. P.21.

			(\$млдр.)		потерь/\$млдр
1	Австралия	1,00%	- ¹	0,96% ↓	2,44
2	Бельгия	0,68%	-	0,90% ↑	1,23
3	Бразилия	0,50%	-	0,84% ↑	3,89
4	Китай	0,87%	-	1,35% ↑	26,06
5	Финляндия	1,80%	-	1,50% ↓	0,69
6	Италия	0,95%	-	0,64% ↓	3,91
7	Япония	0,50%	-	1,00% ↑	14,90
8	Нидерланды	0,87%	-	1,13% ↑	1,88
9	Норвегия	0,50%	-	0,75% ↑	0,50
10	Польша	1,10%	-	1,08% ↓	0,97
11	Португалия	0,77%	-	0,87% ↑	0,49
12	Россия	1,35%	-	1,18% ↓	6,17
13	Испания	0,97%	-	1,22% ↑	3,31
14	Швеция	0,85%	-	1,38% ↑	1,07
15	Турция	1,25%	-	0,90% ↓	2,14
16	Великобритания	1,00%	-	0,80% ↓	5,15
17	США	1,28%	-	1,97% ↑	36,79

Согласно представленным данным, в 10 из 17 стран потери в розничном ритейле растут. Лидером потерь (по стоимости) является США, Китай и Япония. Минимальные потери наблюдаются в Португалии, Норвегии, Финляндии и Польше. Россия показывает снижение потерь в исследуемый период, однако стоимость потерь является достаточно высокой (13-е место).

Барометр исследует торговые точки по критерию размера потерь (таблица №3).

Таблица №3. Характеристика торговых точек по размеру потерь (2013-2015гг.).²

№№	Формат	2013-2014	2014-2015
1	Товары для животных	1,40%	0,48% ↑
2	Опточлукб	1,42%	0,77% ↓
3	Магазины парфюмерии и косметики	0,79%	0,80% ↑
4	Электроника, электротехника и медиа	0,50%	0,83% ↑
5	Магазины формата «у дома»	1,28%	0,94% ↓
6	Товары для дома и сада	1,00%	0,95% ↓
7	Гипермаркеты (hypermarkets)	0,85%	1,11% ↑
8	Промышленные товары	0,99%	1,03% ↑
9	Гипермаркеты (superstores)	1,14%	1,02% ↓
10	Спортивные товары	1,24%	1,11% ↓
11	Супермаркеты, гастрономы	1,20%	1,11% ↓
12	Дискаунтеры	2,65%	1,28% ↓
13	Аптеки, аптечные минимаркеты	2,17%	1,99% ↓
14	Оргтехника и офисные принадлежности	1,60%	-
15	Торговые центры	1,42%	1,66% ↑
16	Бутики одежды	1,07%	1,80% ↑
17	Детский мир и игрушки	0,65%	1,29% ↑

Наблюдается общая тенденция к стабилизации роста потерь. Снижение потерь наблюдается в опточлукбах, магазинах формата «у дома», магазинах товаров для дома и сада, суперсторах³, магазинах спорттоваров, супермаркетах и гастрономах, дискаунтерах и аптеках, аптечных минимаркетах. Рост потерь: в

¹ Стоимость потерь в Барометре 2013-2014гг. не представлена.

² The New Barometer. P.23.

³ «Суперстор» – торговый центр, реализующий широкий ассортимент продовольственных и промышленных товаров, услуг «под одной крышей».

магазинах товаров для животных, магазинах парфюмерии и косметики, магазинах электроники, электротехники и медиа, гипермаркетах, магазинах промышленных товаров, торговых центрах, бутиках одежды и детских магазинах.

Глобальные потери исследуются по временам года. В период 2014-2015гг. большинство потерь по всему миру приходится на зиму. Исключением является Азия и Тихий океан, где максимальные потери были зафиксированы летом. Зима показывает максимальное число хищений. Особое значение имеет многослойная зимняя одежда для сокрытия товара и товары, популярные в данный сезон. Максимальные потери зафиксированы во время праздников. Барометр приводит следующее соотношение потерь по сезонам года: зима – 46%, осень – 24%, весна – 18% и лето – 12%¹.

Барометр выделяет четыре источника потерь: воровство сотрудников, магазинные кражи, мошенничество поставщиков и административные и некриминальные потери (таблица №4). В период 2014-2015гг. на воровство сотрудников и магазинные кражи приходится в совокупности 77% от всех источников потерь. Данный показатель вырос по сравнению с 2013-2014гг. (67%), что составило \$9,5 млрд. потерь для мировой розничной торговли. На долю поставщиков приходится наименьшая доля потерь - 7%. Данный показатель снизился по сравнению с периодом 2013-2014гг. (13%).

В период 2013-2015гг. основным источником потерь в Европе, Латинской Америке и Азиатско-Тихоокеанском регионе выступает шоплифтинг. В Северной Америке основным источником является воровство персонала. Основными методами воровства персонала Барометр называет момент продажи (касса), склад и подделка отчетности.

Таблица №4. Источники потерь в мировой рознице (2013-2015гг.).²

Источник потерь	2013-2014	2014-2015	Потери в \$млрд. (2014-2015)
Хищения персонала	28%	39% ↑	48,12
Хищения посетителей	39%	38% ↓	46,89
Хищения поставщиков	13%	7% ↓	8,64
Потери не криминальные	21%	16% ↓	19,75

¹ The New Barometer. P.24.

² Там же. P.25.

В период 2014-2015гг. наблюдается значительный рост воровства сотрудников, тогда как иные источники потерь демонстрируют снижение (магазинные кражи всего на 1%). Воровство сотрудников и магазинные кражи являются источником наибольших экономических потерь.

Особое внимание Барометр уделяет криминальным потерям в мировой рознице по странам и регионам (таблица №5)¹.

Таблица №5. Криминальные потери в глобальной рознице по странам и регионам (2013-2015гг.).

№	Страна	2014-2015	Стоимость криминальных потерь, \$млдр.	№	Страна	2014-2015	Стоимость криминальных потерь, \$млдр.
1	Аргентина	2,10%	2,39	13	Мексика	2,80%	6,43
2	Австралия	1,42%	3,40	14	Нидерланды	2,30%	2,93
3	Австрия	2,18%	1,64	15	Норвегия	1,93%	1,30
4	Бельгия	1,59%	1,64	16	Польша	1,39%	1,53
5	Бразилия	1,43%	5,05	17	Португалия	1,63%	0,89
6	Китай	2,26%	43,63	18	Россия	1,73%	9,04
7	Финляндия	4,48%	2,23	19	Испания	2,21%	5,50
8	Франция	1,94%	11,03	20	Швеция	0,89%	0,79
9	Германия	1,96%	12,01	21	Швейцария	1,23%	1,40
10	Гонконг	2,67%	1,69	22	Турция	0,84%	1,54
11	Италия	1,84%	7,13	23	Великобритания	1,25%	7,24
12	Япония	1,93%	21,30	24	США	2,60%	75,32

Регион	2013-2014	2014-2015
Азия и Тихий океан	1,63%	1,75% ↑
Европа	1,77%	1,50% ↓
Латинская Америка	0,94%	2,12% ↑
Северная Америка	1,20%	2,21% ↑
Глобальный показатель	1,60%	1,85% ↑

Самый большой процент криминальных потерь показывает Финляндия. Далее следуют Мексика, Гонконг и США. Страной с наименьшими криминальными потерями является Турция и Швеция. Россия показывает средний результат. По стоимости потерь самые большие расходы несет США, Китай и Япония. Минимальная стоимость в Швеции и Португалии. Россия показывает достаточно большую стоимость - \$9,04 млрд. Криминальные потери в глобальной рознице показывают рост. Европа является единственным регионом, показывающим снижение криминальных потерь.

Барометр по типам торговых точек обозначает товары группы риска по критерию повышенного интереса похитителей (таблица №6)².

Таблица №6. Товары группы риска в мировой рознице.

№	Одежда и модные аксессуары	Товары «сделай сам» и товары для дома	Электроника	Еда и напитки	Здоровье и красота
---	----------------------------	---------------------------------------	-------------	---------------	--------------------

¹ The New Barometer. P.30-31.

² Там же. P.26.

1	Обувь	Батарейки	Аксессуары для мобильных устройств	Вина и алкоголь	Бритвенные станки
2	Модные аксессуары	Электроинструменты	Планшеты	Табак	Косметика
3	Спортивная одежда	Дверные замки	Видеоигры	Свежее мясо	Духи и ароматы
4	Солнечные очки	Винты и шайбы	Соединительные устройства	Хлеб	Крем для лица
5	Сумки	Кабели	Расходные материалы	Сыр	Дезодоранты

Представляя характеристику каждого из 4-х регионов, Барометр показывает соотношение потерь в европейском регионе (таблица №7)¹.

Таблица №7. Соотношение потерь в сетевой рознице в Европе (2013-2015гг.).

Источник потерь	2013-2014	2014-2015	Стоимость потерь в 2014-2015 гг., \$млрд.
Хищения персонала	22%	25% ↑	10,22
Хищения посетителей	38%	42% ↑	17,17
Хищения поставщиков	15%	9% ↓	3,68
Потери некриминальные	25%	24% ↓	9,81

Динамика европейских потерь соответствует общемировой тенденции. При уменьшении мошенничества поставщиков воровство персонала и покупателей растут. Барометр представляет характеристику источников потерь в европейском регионе по торговым точкам (таблица №8)².

Таблица №8. Источники потерь по торговым точкам в Европе (2014-2015гг.).

№	Формат	Воровство сотрудников	Магазинные кражи	Мошенничество поставщиков	Административные и некриминальные потери
1	Бутики одежды	24	51	6	19
2	Товары для красоты	34	39	3	24
3	Магазины «у дома»	10	65	5	20
4	Торговые центры	30	59	5	7
5	Дискаунтеры	17	74	-	9
6	Электроника, электротехника, медиа	37	48	5	10
7	Товары на автозаправках	34	42	10	15
8	Товары для дома и сада	23	59	6	12
9	Гипермаркеты (hypermarkets)	21	48	17	15
10	Ювелирные изделия	20	45	1	33
11	Промышленные товары	18	53	8	21
12	Аптеки, аптечные минимаркеты	40	-	-	60
13	Спорттовары	36	27	8	30
14	Супермаркеты, универсамы	25	39	8	29
15	Гипермаркеты (superstores)	20	69	7	5
16	Детские товары, игрушки	35	50	2	13
17	Оптоклубы	37	34	5	24

Представленные данные указывают, что традиционно с мировой практикой магазинные кражи показывают больший процент, чем воровство сотрудников. Форматы, показывающие более низкий процент магазинных краж по сравнению с воровством сотрудников – спорттовары и оптоклубы.

Барометр представляет процентное соотношение стран европейского региона по источникам потерь (таблица №9).

¹ The New Barometer. P.38.

² Там же. P.39.

Таблица №9. Процентное соотношение стран европейского региона по источникам потерь (2014-2015гг.)¹

№	Страна	Воровство сотрудников	Магазинные кражи	Мошенничество поставщиков	Административные и некриминальные потери
1	Австрия	10	70	10	10
2	Бельгия	29	48	10	13
3	Финляндия	35	50	10	5
4	Франция	35	44	11	10
5	Германия	11	65	5	19
6	Италия	23	45	13	19
7	Нидерланды	14	73	1	12
8	Норвегия	30	30	30	10
9	Польша	34	50	11	5
10	Португалия	29	52	13	6
11	Россия	47	34	6	14
12	Испания	18	52	5	25
13	Норвегия	14	58	9	20
14	Швейцария	41	49	4	5
15	Турция	15	66	4	14
16	Великобритания	25	26	10	40

Представленные данные показывают, что в большинстве стран больше совершают хищения покупатели, однако в Норвегии соотношение хищений сотрудников и покупателей равно, а в России больше хищений совершают сотрудники, чем покупатели. На долю поставщиков приходится небольшая доля, за исключением Норвегии. Товары, попадающие в группу риска в мировой рознице, практически совпадают с европейской розницей². Возрастной профайл шоплифтера, по данным Барометра 2013-2014, составляют: 35% - люди в возрасте от 18 до 30 лет, 30% - от 30 до 45 лет, 15% - от 45 до 60 лет, 15% - до 18 лет, 7% - после 60 лет³. Барометр 2014-2015 данной информации не предоставляет.

На основании изложенного автором сформулированы выводы:

1. Шоплифтинг в США и Европе имеет достаточно длительную историю и опыт систематизированного криминологического исследования как в ретроспективе, так и на современном этапе. В западных криминологии магазинные кражи определяют как хищения товаров в магазинах розничной торговли.

2. В истории шоплифтинга можно выделить следующие периоды: 1). кражи клептоманов (1860-1918гг.); 2). рост шоплифтинга (1919-1946гг.); 3). появление антикражного оборудования (1947-1959гг.); 4). рост шоплифтинга

¹ The New Barometer. P.40.

² Там же. P.42.

³ Там же. P.46.

подростков (1960-1969гг.); 5). появление первой официальной статистики экономических потерь от шоплифтинга (1970-1979гг.); 6). развитие системы судебного преследования шоплифтинга (1980г.-настоящее время).

3. Период с 1980-х гг. по настоящее время характеризуется становлением самостоятельной категории дел по шоплифтингу (полицейских и судебных). Определяющей является возможность шоплифтера возместить стоимость похищенного товара. В США каждый штат самостоятельно регулирует уголовно-правовые деяния, связанные с шоплифтингом. Шоплифтинг в разных штатах именуется по-разному, в том числе как «розничная кража» и «сокрытие товара». Законы штатов сильно различаются, но, как правило, включает в себя два элемента: 1). умышленное сокрытие или завладение товарами, предлагаемых для продажи; 2). намерение лишить законного владельца товара, не заплатив за него; сокрытие товара в торговом зале магазина (до кассовой линии), в отличие от квалификации аналогичного деяния по УК РФ, квалифицируется как законченное преступление.

4. Магазинные кражи подразделяются на нарушения и уголовное преступления. Квалификация наказуемого деяния зависит от стоимости похищенного.

5. Нарушения приводят к штрафу, преступления – к тюремному заключению. В зависимости от тяжести законами штатов предусмотрены следующие виды санкций за шоплифтинг: тюремное заключение, испытательный срок и (или) штраф.

6. Характеристику современного шоплифтинга не только на Западе, но и во всем мире, представляет Исследование «Всемирный барометр краж в розничной торговле 2014-2015» (The Global Retail Theft Barometer. Лидером потерь (по стоимости) является США, Китай и Япония. Минимальные потери наблюдаются в Португалии, Норвегии, Финляндии и Польше. Россия показывает снижение потерь в исследуемый период, однако стоимость потерь является достаточно высокой (13-е место). Барометр выделяет четыре источника потерь: воровство сотрудников, магазинные кражи, мошенничество поставщиков и

административные и некриминальные потери. Традиционно в мировой практике магазинные кражи показывают бóльший процент, чем воровство сотрудников. Возрастной профайл шоплифтера, по данным Барометра 2013-2014, составляют: 35% - люди в возрасте от 18 до 30 лет, 30% - от 30 до 45 лет, 15% - от 45 до 60 лет, 15% - до 18 лет, 7% - после 60 лет.

7. В связи с отсутствием в отечественной криминологии исследований магазинных краж западные криминологические исследования, предоставляя анализ западного шоплифтинга и его мировую статистику, указывает на определенные опорные точки для криминологического исследования магазинных краж в розничной сетевой торговле в России.

8. Магазинные кражи, сопутствующие развитию и российского рынка сетевой розницы, необходимо исследовать как преступления против собственности, нуждающиеся в фундаментальном криминологическом исследовании как в ретроспективе, так и на современном этапе.

ГЛАВА 2. АНАЛИЗ МАГАЗИННЫХ КРАЖ В РОЗНИЧНОЙ СЕТЕВОЙ ТОРГОВЛЕ В РОССИИ

§ 1. Криминологическая характеристика магазинных краж

Собственность предстает социальной ценностью и экономической основой общества и государства. В соответствии с частью 2 статьи 8 Конституции России «признаются и защищаются равным образом частная, государственная, муниципальная и иные формы собственности». Охраняется собственность всеми отраслями права, в том числе и уголовным законодательством. Согласно части 2 статьи 2 УК РФ собственность указана объектом уголовно-правовой охраны. Уголовно-правовая защита института собственности регламентируется главой 21 УК РФ «Преступления против собственности».

Преступления против собственности предстают наиболее распространёнными как в России, так и в других государствах. Наиболее распространённым преступлением не только в сравнении с прочими преступлениями против собственности, но и в сравнении со всеми иными преступлениями является кража (ст.158 УК РФ - 36,7% (751,2 тыс.) на 01.01.2021 среди всех зарегистрированных преступлений и ст.158¹ УК РФ – 8 935¹; 222 957 (более 50% всех судебных дел) зарегистрированных судами общей юрисдикции по ст.158 УК РФ и 142 488 (более 45%) судебных дел – по ст.7.27 КоАП РФ на 01.01.2021²). Преступления против собственности и кража предстают наиболее разработанными уголовно-правовыми конструкциями в уголовном праве. Криминологический анализ преступлений против собственности, в частности кражи, традиционно привлекает внимание отечественных криминологов.

Преступники в целях завладения собственностью используют различные формы преступной деятельности – от тайного хищения чужого имущества до

¹ Министерство внутренних дел РФ [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://xn--b1aew.xn--p1ai/reports/item/22678184/>, свободный (дата обращения 06.05.2021).

² Судебный департамент при Верховном Суде РФ [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.cdep.ru/index.php?id=79>, свободный (дата обращения 06.05.2021).

насилия. Как и в других сегментах экономики, хозяйственная деятельность розничного рынка сетевой торговли противостоит противоправным, в том числе уголовно-правовым, рискам внешних и внутренних действий¹. Наиболее распространенными, массовыми и весомыми по экономическим потерям предстают хищения, совершаемые посетителями торговых объектов (внешние противоправные риски). Магазинные воры совершают кражи из магазинов индивидуально и в группе. Предметом магазинных краж являются товарно-материальные ценности (товары). Противоправные действия квалифицируются по статьям 7.17, 7.27 КоАП РФ и статьям 158, 158¹ УК РФ.

Действия лица по употреблению продуктов и напитков (алкогольных/безалкогольных) в торговом зале без пересечения кассового узла квалифицируются в зависимости от стоимости потребленного имущества по ст.ст.7.17, 7.27 КоАП РФ или ст.ст.158, 158¹ УК РФ. По мнению А.С. Аистовой, потребление имущества на месте совершения преступления имеет значение при определении момента окончания кражи: *«Когда виновный находится ... в магазине ... завладевает продовольственными товарами и потребляет непосредственно в помещении магазина, речь идет об оконченом преступлении. Если виновный успел потребить только часть продуктов, а другая осталась не потребленной ... деяние следует квалифицировать как покушение на кражу»*². При таком способе хищения трудность состоит в доказательственной базе. В большинстве случаев привлечь к ответственности за совершенную кражу без видеофиксации невозможно.

Определение «магазинная кража» является условным. Легального, законодательно закрепленного определения «магазинная кража» уголовный закон не содержит. Также в уголовном законе отсутствует и соответствующий квалифицирующий признак. Кражи, совершенные в магазине, предстают разновидностью наравне с карманными, квартирными, гаражными, банковскими

¹ См. подробнее: Лебедь А.Л. Уголовно-правовые риски бизнеса в сетевой розничной торговле / А.Л. Лебедь // Уголовное право: Стратегии развития в XXI веке: материалы XV Международной научно-практической конференции / МГЮА. Москва: РГ-Пресс, 2018. С.325-328

² Аистова Л.С. Ответственность за кражу по уголовному праву России. С.45.

и другими видами кражи. Определение «магазинная кража» (шоплифтинг) прочно вошло в терминологию экспертов по торговой безопасности и ритейлеров. *Магазинные кражи (шоплифтинг) определяются как осознанная противоправная деятельность по хищению товарно-материальных ценностей (товаров) в розничных магазинах современных форматов.*

Можно разграничить два подхода к определению шоплифтинга – широкий и узкий (традиционный). Узкое определение магазинных краж включает только кражи, совершаемые посетителями магазинов (покупателями). Широкое определение шоплифтинга включает как, совершаемые кражи посетителями, так и кражи, совершаемые персоналом торговых сетей. Магазинные кражи регистрируются и в несетевой розничной торговле (сетью признается два и более торгового объекта одного бренда), однако массовость, серийность, мобильность и экономическую значимость они приобретает именно в сетевой рознице, поскольку совершать хищения в сетях доступнее. Шоплифтинг в России приобретает масштабы философии потребления, искаженной деформированной потребительской культуры, стиля жизни, доходной «профессии». Г. Беккер указывает превосходящую ожидаемую выгоду (пользу) «которую индивид мог бы получить, используя свое время и свои ресурсы на другого рода деятельность»¹.

У населения отсутствует уважение и признание частной собственности. Магазинные воры уверены, что их действия не являются противозаконными и не влекут за их совершение правовых последствий (магазин не ассоциируется у магазинного вора с собственником товара, а предстает безликим неопределенным лицом). Для сравнения можно обозначить карманные или квартирные кражи, квалифицируемые по соответствующим частям статьи 158 УК РФ без определения стоимости похищенного имущества и без возможности квалификации совершенного деяния по соответствующим статьям КоАП РФ с соответствующими более мягкими правовыми последствиями. Таким образом, собственность индивида и государства, обеспечена более жесткой уголовно-правовой защитой, чем собственность в сфере торговли. Отсутствие надлежащей

¹ Беккер Г.С. Человеческое поведение: экономический подход. С.293.

ответственности за кражу из магазина стимулирует их рост. Повышение стоимости похищенного имущества для наступления уголовной ответственности с 03.07.2016 до 2 500 руб. «развязало руки» магазинным ворами отсутствием уголовной ответственности за мелкие хищения из магазинов. Причиной роста шоплифтинга выступает и нежелание правоохранительных органов регистрировать и расследовать заявления сетей по фактам совершения магазинных краж в связи с малозначительностью. Сети фактически находятся в положении, когда запрещено воровать у граждан, у государства, а совершать кражи в сетевой рознице «разрешено».

Специалисты Охранной компании «Император» причинами совершения магазинных краж называют следующее: переход торговых объектов к новому формату розничной торговли (система самообслуживания в отсутствие прилавка), провоцирующей воровство; саморазложение (люмпенизация) населения; снижение заработной платы. По мнению экспертов, розничными сетями сами формируют условия для совершения хищений. Источниками магазинных краж для магазина выступают: трафик (проходимость) посетителей; близость/удаленность к остановкам общественного транспорта (например, метро); наличие в непосредственной близости от магазина учебных заведений; формат магазина (магазин «у дома», дискаунтер, хард маркет, гипер- супермаркет, торговый центр, торгово-развлекательный центр), состояние преступности в микрорайоне/районе (для сравнения: гипермаркеты «О'Кей» в г.Санкт-Петербург на ст.метро «Ладужская», «Озерки», «Академическая» с повышенным уровнем магазинных краж или на ул.Савушкина, д.119 в ТРК «Подсолнух», у ст.метро «Проспект Большевиков» в ТРК «Лондон Молл», гипермаркет «Prisma» на Петергофском шоссе, д.51А в ТРК «Жемчужная Плаза», гипермаркет «Карусель» в ТРК «Июнь» на Индустриальном пр., д.24А с пониженным уровнем магазинных краж)¹. Названные причины внешнего воровства в магазинах сетевой

¹ Экспертное мнение получено автором исследования посредством опроса и интервью экспертов Компании «Император» 03.03.2017, Санкт-Петербург.

торговли неоднократно подчеркивались и иными экспертами по торговой безопасности, опрошенными в ходе исследования.

Квалификацию кражи определяет стоимость похищенного имущества. Размера причиненного ущерба разделяет хищения на: мелкое хищение и простой состав кражи (а также ее квалифицированные виды). А.И. Бойцов пишет, что «из смысла норм УК следует необходимость обязательной денежной оценки любого предмета хищения»¹. В статью 7.27 КоАП РФ 03.07.2016г. внесены изменения относительно стоимости похищенного имущества для наступления уголовной ответственности. Ч.1 ст.7.27 КоАП РФ указывает, что мелким хищением чужого имущества является хищение чужого имущества, стоимость которого не превышает 1 000 руб. Согласно ч.2 ст.7.27 КоАП РФ административная ответственность предусмотрена при хищении чужого имущества стоимостью более 1 000 руб., но не более 2 500 руб. Уголовная ответственность за мелкое хищение в соответствии со ст.158¹ УК РФ предусмотрена за мелкое хищение чужого имущества, совершенное лицом, подвергнутым административному наказанию за мелкое хищение, предусмотренное ч.2 статьи 7.27 КоАП РФ. На различия в определении размера ущерба для квалификации содеянного в уголовном законе и в гражданском судопроизводстве указывает Н.А. Лопашенко: «Возмещение ущерба осуществляется в порядке гражданского судопроизводства, здесь сумма ущерба не может быть такой же, какой она была в момент совершения преступления. Происходит индексация ее на момент принятия решения о возмещении вреда и на момент его исполнения. Решая же вопрос о квалификации содеянного при определении размера хищения и, соответственно, о стоимости похищенного имущества, основываясь на принципе субъективного вменения, необходимо исходить из фактической стоимости имущества. ...и при возмещении ущерба, и при квалификации, во внимание должен приниматься ущерб, который был реально нанесен собственнику. ... При оценке размера ущерба, подлежащего возмещению в порядке гражданского судопроизводства, следует исходить из интересов потерпевшего; при квалификации преступления

¹ Бойцов А.И. Преступления против собственности. С.519.

(производится с учетом стоимости изъятого имущества на момент совершения хищения) в зависимости от размера похищенного – из направленности умысла виновного»¹.

Критически, по мнению автора, необходимо относиться к установленной 03.07.2016г. стоимости похищенного имущества в размере 2 500 руб. для наступления уголовной ответственности в соответствии с ч.2 ст.7.27 КоАП РФ². Определение стоимости похищенного имущества для наступления уголовной ответственности в науке уголовного права является дискуссионным. Размер ущерба при совершении хищений на розничном рынке сетевой торговли приобретает критическое значение, поскольку обозначенное повышение размера «развязало руки» магазинным ворам отсутствием соответствующей ответственности за совершение кражи из магазина. Данное утверждение доказывается резким ростом магазинных краж во второй четверти 2016г.

Для усиления уголовно-правовой защиты собственности не только физических, но и юридических лиц необходимо, по мнению автора, снизить стоимость похищенного имущества для квалификации содеянного как преступления до 2 000 руб. с 2 500 руб. Н.А. Лопашенко указывает, что «специально о потерпевшем применительно к преступлениям против собственности в науке говорят редко. Но это не означает, что его нет и он не является полноправным участником уголовно-правовых отношений. Категория потерпевшего при совершении преступлений этой разновидности понимается так широко, как только возможно: потерпевшим может быть и физическое лицо ... и юридическое лицо, включая государство»³.

Исследуя декриминализацию преступлений небольшой тяжести через призму конституционных принципов справедливости, гуманизма и соразмерности

¹ Лопашенко Н.А. Посягательства на собственность. Монография. С.166-167.

² В соответствии с абз.4 п.25 постановления Пленума Верховного Суда РФ от 27.12.2002 №29 «О судебной практике по делам о краже, грабеже и разбое» при определении размера похищенного имущества судам следует исходить из его фактической стоимости на момент совершения преступления. При отсутствии сведений о цене стоимость похищенного имущества может быть установлена на основании заключения экспертов. Размер стоимости похищенного имущества при квалификации хищения в магазине определяется по стоимости товара по накладной от поставщика. При иных обстоятельствах определение стоимости товара возможно посредством сравнения среднерыночных цен.

³ Лопашенко Н.А. Посягательства на собственность. Монография. С.61.

в контексте гуманизации уголовно-правовой политики, А.Л. Гуринская формирует вывод о необходимости их распространения и на потерпевших от преступлений: «Гуманизация ... не должна быть связана с послаблением в противодействии преступности»¹. Нельзя руководствоваться соображениями рационального функционирования правоприменительных органов и оптимизации их деятельности при принятии решений в сфере уголовно-правовой политики, подчеркивает А.Л. Гуринская. Кроме того, санкция ч.1 ст.158 УК РФ предполагает применение к виновному наказания, не связанного с лишением свободы. Таким образом, стоимость похищенного имущества, закрепленная в действующем УК РФ, не соответствует конституционным принципам в отношении жертв преступлений (розничных сетей), не обеспеченных уголовно-правовой защитой от мелких хищений.

Повышенная стоимость похищенного имущества «сигнализирует» магазинным ворами о «разрешении» совершать кражи из магазина. Ответственность сетевых компаний за обеспечение сохранности товара с повышением стоимости похищенного еще более возрастает. Называя коммуникативную функцию наказания и подчеркивая, что уголовно-правовой запрет предстает «единственным способом донести до правонарушителя аморальность его поступка, ... за что индивид и должен понести более суровую кару, нежели чем меры ответственности, предусмотренные другими отраслями права», А.Л. Гуринская отмечает: «Именно с помощью обещания наказания за нарушение норм возможен разговор и с потенциальным правонарушителем, и потенциальной жертвой – о важности соблюдения запрета»². Государство, таким образом, перекладывает ответственность не только за сохранность товара, но и за возмещение ущерба при его утрате, и в части обеспечения малообеспеченных слоев населения («исключенных») товарами первой необходимости на розничные сетевые компании. Сетевая розница вынуждена финансировать услуги охранных

¹ Гуринская А.Л. Декриминализация преступлений небольшой тяжести с точки зрения современной теории уголовного права и криминологии: дискуссионные вопросы /А.Л. Гуринская // Материалы X Российского конгресса уголовного права (26-27 мая 2016г.) / отв.ред. В.С. Комиссаров. М.: Юрлитинформ, 2016. С.68.

² Там же. С.66.

и сопутствующих компаний, что в итоге отражается на стоимости товара. А.Л. Гуринская ставит вопрос об обязанности государства реагировать на уровень страха граждан перед преступностью и необходимости строить уголовную политику учитывая ожидания общества («вор должен сидеть в тюрьме» и т.п.)¹. По мнению автора, вопрос об обязанности государства реагировать на ожидания общества справедлив, что также требует снижения стоимости похищенного имущества для квалификации содеянного как преступления.

Учитывая несоответствие суммы ущерба в соответствии с частью 2 статьи 7.27 КоАП РФ в размере 2 500 руб. для наступления уголовной ответственности конституционным принципам справедливости, гуманизма и соразмерности, а также конституционному принципу равной защиты всех видов собственности в отношении розничных торговых компаний, необходимость гуманизации уголовно-правовой политики и в отношении жертв преступлений, возложение ответственности за мелкие хищения и на государство, в том числе в части обеспечения малообеспеченных слоев населения («исключенных») товарами первой необходимости, возросшую ответственность розничных сетевых компаний за сохранность товара, необходимость финансирования услуг охранных и сопутствующих компаний, необходимо снизить стоимость похищенного имущества для наступления уголовной ответственности с 2 500 руб. до 2 000 руб. Соответствующие изменения должны быть внесены в ст.7.27 «Мелкое хищение» КоАП РФ. По мнению специалистов по торговой безопасности, ответственность за совершение административного правонарушения или преступления осознанно оценивается нарушителями. На практике полиция выезжает на место происшествия (в магазин, где произошло хищение) только в определенных случаях (если магазинным вором является человек в состоянии алкогольного, наркотического или токсического опьянения, агрессивный, рецидивист, хищение совершено группой лиц и т.д.). Изменения в УК РФ и КоАП РФ от 03.07.2016г., повысившие размер стоимости похищенного имущества с 1 000 руб. до 2 500 руб.

¹ Гуринская А.Л. Декриминализация преступлений небольшой тяжести с точки зрения современной теории уголовного права и криминологии: дискуссионные вопросы. С.68.

для наступления уголовной ответственности, усугубляет сложившуюся тяжелую ситуацию по хищениям сетевой рознице, повышает их латентность.

Исследование магазинных краж в торговле опирается на процесс товародвижения. Жизненный цикл товара в магазине представляет собой следующий цикл: поставка (в т.ч. возврат товара поставщику) – распределительный склад (для товаров в форматах гипер- и супермаркет) – торговый зал (перемещение товара между отделами, в т.ч. списание товара) – касса (в т.ч. возврат товара покупателю). Каждый этап жизненного цикла товара подвержен криминальным рискам. Выкладка товара в торговом зале влияет на уровень магазинных краж. Торговая безопасность оперирует понятием «потери» для обозначения совокупности утраченных товарно-материальных ценностей (товаров): неустановленные (хищения) и установленные (усушка, списание и др.). Потери определяются как введенные в торговый оборот и утраченные товарно-материальные ценности. Если потери разделить на недостачу, брак и естественную убыль, недостачу можно определить как физическую нехватку товарных ценностей, зафиксированную при приемке товара или по результатам инвентаризации. Хищения, как и естественная убыль сверх нормы, учетные ошибки, уничтожения являются недостачей. В торговле распространены такие виды хищений, как кража (посетители и персонал), присвоение и растрата (персонал), мошенничество (персонал, поставщики).

Рассматривая источники потерь, И.Г. Чумарин приводит усредненное соотношение следующих источников: 10%-15% - брак и естественная убыль, 25%-30% - покупатели, 30%-40% - кассиры и 15%-35% - прочий персонал¹. Эксперты Центра «Параллель» указывают следующее соотношение некриминальных потерь к криминальным – соответственно 75% и 25%. До 30-40% доля криминальных потерь возрастает в «пиковые» периоды (акционные недели, дни и часы, новогодние, школьные, сезонные распродажи и т.п.). Внутри группы криминальных потерь 10%-15% приходится на внешних воров (посетителей) и 80%-90% - на внутренних воров (персонал). По зоне риска на

¹ Чумарин И.Г. Предотвращение потерь в розничной торговле. Проверенные способы. СПб.: Питер, 2007. С.11-23.

кассовую зону приходится 40%-50% потерь, 50%-60% - на зону загрузки товара (эстакаду)¹. Несколько иное соотношение потерь указывают специалисты Охранной компании «Император»: 25%-30% криминальные потери и 70%-75% некриминальные потери². Таким образом, криминальные потери составляют не менее 50% всех потерь торгового объекта. Эксперты Компании «АКО» акцентируют, что на долю покупателей приходится не более 5% потерь, тогда как на потери от хищений, совершаемых кассирами приходится 30%. На долю прочего персонала, а также поставщиков относится 35%. Некриминальные потери (естественная убыль и брак) составляют 30%³. Реальный идеальный предел в сетевой рознице на 2020г. составляет 1,6%-2,6% (то есть с их минимальным показателем криминальных потерь). И.Г. Чумарин на 01.09.2017 приводит следующее соотношение источников потерь: посетители - 25%, персонал – 55% (из них кассиры – 50%), поставщики – 5%, учетные потери – 15% (приложение №1, диаграммы №1, №2)⁴. Существенно соотношение потерь на 31.12.2020 не изменилось

На 31.12.2020г. в условиях распространения новой коронавирусной инфекции и мероприятий, проводимых в рамках противодействия пандемии COVID-19 доля криминальных потерь в розничной сетевой торговле выросла, но не значительно, и составляет 30-35%. Соответственно, доля некриминальных потерь составляет 65-70% (доля учетных (естественных) потерь значительно увеличилась. Среди криминальных потерь хищения посетителей составляют 30%, персонала – 70%⁵. Учитывая тенденцию относительного сокращения магазинов формата «гипермаркет», криминальный интерес магазинных воров переместился в магазины форматов «у дома», «дискаунтер», «супермаркет», «хард маркет».

¹ Экспертное мнение получено автором исследования посредством опроса и интервью экспертов Центра «Параллель» 10.03.2017, Санкт-Петербург.

² Экспертное мнение получено автором исследования посредством опроса и интервью экспертов Компании «Император» 03.03.2017, Санкт-Петербург.

³ Экспертное мнение получено автором исследования посредством опроса и интервью экспертов Компании «АКО» 16.11.2016, Санкт-Петербург.

⁴ Экспертное мнение получено автором исследования посредством опроса и интервью эксперта И.Г. Чумарина 01.09.2017, Санкт-Петербург.

⁵ Экспертное мнение получено автором исследования посредством опроса и интервью экспертов ПАО «X5 RETAIL GROUP» 12.04.2021, г. Санкт-Петербург.

Таким образом, динамика магазинных краж и в период коронавирусной инфекции демонстрирует рост. Магазинные кражи по-прежнему совершаются как посетителями, так и персоналом.

Эксперты Компании «АКО» приводят следующий расчет для иллюстрации видов потерь (таблица 10):¹

Таблица №10. Расчет потерь (по видам) за одни сутки рассчитывается по формуле:

Формула²	Пример (гипермаркет «Карусель»)
Прибыль магазина = кол-во покупателей (кол-во чеков) x величина среднего чека	4 096 чеков x 645,0 руб. = 2 624 505 руб.
Потери магазина = 2% (средняя величина) от прибыли	48 000 руб.
Потери магазина по источникам потерь:	
- покупатели (5%)	2 400 руб.
- кассиры (30%)	14 400 руб.
- прочий персонал, поставщики (35%)	16 800 руб.
- некриминальные потери (брак и естественная убыль, 30%)	14 400 руб.

Представленный анализ показывает, что наряду с воровством посетителей хищения, совершаемые кассирами как в стоворе с покупателями, так и самостоятельно, является наиболее распространенным уголовно-правовым риском в российской сетевой рознице. Именно на хищениях кассиров в последние годы сосредотачиваются профилактические стратегии.

Криминологическая характеристика магазинных краж включает в себя определение магазинной кражи, классификацию магазинных воров, предмет магазинной кражи, способ ее совершения.

Определения термина «магазинный вор» в отечественной криминологической науке не представлено. *Внешним «магазинным воров»* может оказаться любой человек вне зависимости от каких-либо условий. Эксперты считают, что мужчины и женщины воруют одинаково. Эксперты Центра «Параллель» отмечают, что женщины «более хитроумны и изобретательны в воровстве»³. Около 25% магазинных воров – несовершеннолетние и 75% - взрослые. Каждый пятый взрослый начал воровать в юном возрасте. 89% детей указывают, что знакомы с другими детьми, ворующими в магазинах. 66% детей

¹ Экспертное мнение получено автором исследования посредством опроса и интервью экспертов Компании «АКО» 16.11.2016, Санкт-Петербург.

² Согласно приведенной формуле возможен расчет потерь по видам в розничной торговой сети в любом заданном периоде (месяц, квартал, год).

³ Тренинг «Способы и методы противодействия хищению товаров в торговле». СПб.: ЧОУ ДПОЦПП «Параллель», 2016. С.36.

утверждают, что проводят с такими детьми время. Один из 50 взрослых и один из 33 подростков являются магазинными ворами. Каждый «магазинный вор» указывает, что трудно удержаться от магазинной кражи даже в случае, если их ранее задерживали. Магази́нным вором может быть любой человек вне зависимости от возраста – 25% краж совершают несовершеннолетние, далее следуют молодые люди от 18 до 25 лет, женщины 40-45 лет, безработные мужчины и пенсионеры замыкают список¹.

Детский шоплифтинг является распространённым явлением². Конфликтные ситуации, связанные с проходом детей до 14 лет через кассовый узел с неоплаченным товаром, встречаются достаточно часто. Неоплаченный товар как родители, так и кассиры могут и не заметить в руках или карманах ребенка. Иначе следует квалифицировать осознанное обучение ребенка родителями к сокрытию товара и проходу с ним через кассовый узел³. На сегодняшний день доля подростков выросла. Эксперты Центра «Параллель» указывают, что по статистике 60%-70% «вороватых» покупателей сегодня составляют подростки. В супермаркетах девять из десяти краж совершают подростки. Экспертами отмечается непосредственная связь между воздействием агрессивной рекламы и «взлетом» краж рекламируемого товара. Дети крадут сладости и мелкие игрушки, жевательную резинку, канцелярию, напитки в небольших упаковках и др. До 9 лет дети считают, что «взять» - не значит «украсть». После 9 лет дети похищают товар осознанно. В отделах косметики чаще «задерживаются» девочки-подростки (блестки, лаки, тушь и т.п.). Дети собираются в «стайки» и перемещаются по магазину, выбирая большие магазины с большим потоком покупателей. По мнению экспертов, дети дошкольного возраста воруют из-за непонимания, что за товары в магазине необходимо платить и не испытывают вины за свой поступок.

¹ Методические материалы к семинару-тренингу. С.35.

² Лебедь А.Л. Показатели преступности несовершеннолетних среди лиц, совершивших кражи из магазинов (на материалах Санкт-Петербурга) / А.Л. Лебедь // Преступность несовершеннолетних и ее профилактика [Электронный ресурс]: Материалы Межвузовской научно-практической конференции, посвященной памяти профессора кафедры А.В. Комарницкого. Санкт-Петербург, 27.12.2019. / под.общ.ред. Дикаева С.У. СПб.: «Печатный Цех», 2020. С.39-43.

³ Тренинг «Методические рекомендации сотрудникам охраны, работающим на посту «Прикассовая зона» гипермаркета». СПб.: ЧОУ ДПОЦПП «Параллель», 2016. С.24.

Дети младшего школьного возраста воруют из-за интереса или вследствие временной потери самоконтроля. Старший школьный возраст ворует осознанно. Через воровство в магазине, подчеркивают эксперты, проходят почти все дети¹.

Эксперты Компании «Император» указывают на новое направление развития шоплифтинга в России – этнический шоплифтинг. Данное направление развивается в Москве как мегарегионе с самыми большими культурными и этническими различиями. Москва характеризуется как наиболее криминогенный город с большим количеством потенциальных «магазинных воров». Этнический шоплифтинг проникает в российскую сетевую розницу через клининговые компании, сотрудники которых не являются штатными. Эксперты указывают на представителей Средней Азии как этнические группы. Этнический шоплифтинг сложно профилактировать. Выделяются узбекские, киргизские, таджикские, а также смешанные этнические группировки шоплифтеров. Группа профессиональных воров может достигать 20-30 человек. Криминальная деятельность названных групп характеризуется не только магазинными кражами, но и вооруженными нападениями в магазинах. Эксперты подчеркивают, что после кризиса 2014г. наблюдается рост этнического шоплифтинга, поскольку штат клининговых компаний значительно вырос за счет перехода сотрудников из сферы строительства².

«Магазинные воры» подразделяются на две группы: внешние (посетители) и внутренние (персонал). Внешних «магазинных воров» необходимо классифицировать по мотиву и способу совершения магазинной кражи: 1. хищение товара для личного пользования («воры-любители»); 2. хищение товара для последующей перепродажи («профессиональные воры»). Внешними «ворами» являются посетители магазина («традиционные магазинные воры») Внутренними «ворами» выступает персонал торгового объекта: штатный и временный (продавцы-консультанты, промоутеры, мерчендайзеры, кассиры на

¹ Тренинг «Способы и методы противодействия хищению товаров в торговле». СПб.: ЧОУ ДПОЦПП «Параллель», 2016. С.40-41.

² Экспертное мнение получено автором исследования посредством опроса и интервью экспертов Компании «Император» 19.05.2017, Санкт-Петербург.

аутсорсинге, сотрудники охраны и др.)¹. По численности «воров-любителей» гораздо больше, но экономические потери от их хищений менее значительны, чем от хищений, совершаемых «ворами-профессионалами»².

По мнению экспертов Компании «АНТИвор» «магазинным вором» является исключительно профессиональный вор. «Воры-любители» («воришки») также обозначаются экспертами, но не рассматриваются как категория, наносящая большой экономический ущерб и потому не исследуемая. Шоплифтеры являются ворами профессиональными. Такие воры совершают хищения для того, чтобы «заработать себе на жизнь» («заработная плата»). Иной трудовой деятельности они не осуществляют. Ремесло их кормит и одевает. Также профессиональные воры зарабатывают на перепродаже похищенным. Шоплифтеры формируют списки наиболее уязвимых торговых объектов и посещают их для бесплатного шопинга. Также профессиональные воры выкладывают «успешные операции» в интернет на различные профессиональные воровские форумы, в тематические группы в социальных сетях, транслируют мастер-классы по обучению воровскому ремеслу, обмениваются опытом, в том числе демонстрируют эффективность кражных (воровских) инструментов³. Эксперты выделяют следующие ключевые особенности портрета шоплифтера: профессиональная подкованность и осведомленность (знание организации охраны магазина, «слепых» зон видеонаблюдения, умение работать в группе, мобильность); техническая оснащенность (наличие технических средств для совершения кражи: радиоткань и фольга для обертывания товара, фольгированные пакеты, самодельные съемники антикражного оборудования, «джаммеры» для создания электромагнитных помех в работе антикражных систем; отличное знание антикражных систем, знание особенностей и «слабостей» противокражных датчиков, знание отличий радиочастотной технологии от акустомагнитной, подбор инструментов исходя из

¹ Подробнее см.: Лебедь А.Л. Классификация магазинных воров в России / А.Л. Лебедь // Вестник Казанского юридического института МВД России. 2017. №2(28). С.66-69.

² Лебедь А.Л. Магазинные кражи как вид экономических потерь в розничной сетевой торговле / А.Л. Лебедь // А.Л. Лебедь. Актуальные проблемы экономики и права. 2020. Т.14. №2. С.301-313.

³ Веб-презентация «Шоплифтеры – это реальность, а не миф». Предоставлена 24.03.2017 экспертами Компании «АНТИвор», Санкт-Петербург. Не свободный доступ (дата обращения: 24.03.2017).

модели противокражного оборудования в магазине, изобретение новых способов обхода защиты от кражи); грамотная маскировка (шоплифтеры выглядят как обычные посетители); высокая организация профессиональных сообществ (обмен опытом на форумах и в сообществах в интернете, наличие теневого рынка «кражного» оборудования)¹. Эксперты подчеркивают и внешний вид шоплифтеров, указывая, что профессиональные воры не выглядят как люди из необеспеченных слоев населения («маргиналы»), поскольку не хотят заранее привлекать к себе внимание сотрудников магазина и охраны. Охрана обращает внимание на такого посетителя, в том числе следит по камерам видеонаблюдения, и похитить товар будет гораздо сложнее. Шоплифтеры посещают торговые объекты в обычной, не вызывающей, одежде для схожести с обычными посетителями. Также шоплифтеры могут посещать магазин в целях совершения хищений товаров с детьми, поскольку посетитель с ребёнком вызывает меньше подозрений².

По результатам поиска в социальной сети «В Контакте» найдено 90 сообществ (в том числе с нецензурной лексикой в наименовании) шоплифтеров. Самыми популярными (по количеству числа участников сообщества, количеству обсуждений и сегодняшним датам опубликования постов) можно назвать «Шоплифтинг» (vk.com/shoplifting_com_ua), «Шоплифтинг. Съёмники» (vk.com/msksecondhand), «Подслушано в shoplifting story» (vk.com/still_steal) и др. Также существуют зарегистрированные пользователи с именами «Шоплифтер», использующие социальную сеть для развития российского шоплифтинга.

Социальная сеть «Фэйсбук» показывает зарегистрированных пользователей, пропагандирующих шоплифтинг в России: «Bombaster Shoplifting» (www.facebook.com/profile.php?id=100010598131574&ref=ts&fref=ts), «Шоплифтинг» (www.facebook.com/profile.php?id=100009302572408&pnref=lhc.friends),

¹ Презентация «Использование технологии металломагнитодетекции в ритейле». Предоставлена 16.11.2016 экспертами Компании «АНТИвор», Санкт-Петербург.

² Веб-презентация «Шоплифтеры – это реальность, а не миф». Предоставлена 24.03.2017 экспертами Компании «АНТИвор».

«Shoplifting Pro» (www.facebook.com/profile.php?id=100009586985286&fref=ts) и т.д. Социальная сеть «Одноклассники» указывает сообщества «Шоплифтинг» (<https://ok.ru/group/54044996534369>) и др. Google+ содержит сообщества, посвященные шоплифтингу: «Шоплифтинг. Купить антикражный съемник» (<https://plus.google.com/u/0/111167647279689097220>) и др. Социальная сеть «Твиттер» также содержит группы и видеоматериал о шоплифтинге в России: «Шоплифтинг» (twitter.com/search?q=шоплифтинг&src=typd&lang=ru), «Шоплифтинг» (twitter.com/SPZDL_RU?lang=ru) и др. Фоторесурсы «Инстаграм» и «Flickr» содержат большое количество фотографий шоплифтеров с похищенным товаром, а также в торговых залах магазинов, демонстрирующих способы хищения. Фоторесурс «Flickr» не распространен на территории России.

Кроме социальных сетей, необходимо отметить тематические интернет-форумы и блоги («воровские форумы») шоплифтеров: «Шоплифтинг» (<http://shoplifting.com.ua/>), «Кражи в магазинах-шоплифтинг» (<http://voramnet-dvn.ru/>), «Shoplifters' coalition» (<http://shoplifting.top/>), «Форум шоплифтеров» (<http://phreaker.pro/forum/showthread.php?t=22046>), «Шоплифтеру» (<http://www.shoplifteru.com/forum/index.php>), «Шоплифтинг» (<https://vlmi.su/threads/shoplifting.1778/>) и др. Указанные форумы часто позиционируют себя как средство борьбы с kleptomанией, однако в действительности обучают методам шоплифтинга. Тематические группы в социальных сетях и тематические форумы содержат следующие сведения: как воровать в магазине (подтемы: в «Ленте», «Ашане», «О'Кее», «Семье», «Пятерочке» и т.д.); подробное описание работы антикражных систем (например, антикражные ворота работают с последующим сигналом через 5 секунд, следовательно, можно пропустить вперед «приманку» с пачкой жевательной резинки, а следом вынести дорогой элитный товар); одежда и внешний вид, «этикет» поведения в торговом зале (зависят от ситуации и роли шоплифтера); модели поведения с охраной и полицией. Популярными являются видеоматериалы из торговых залов магазина, когда опытный шоплифтер показывает «реальные» методы хищения товара. В 2021 году «воровские форумы

также продолжают распространение соответствующей информации: «FORUM2x2»¹, «Шоплифтинг»², «Шоплифтинг 2020»³ и т.д.

Видеохостинг YouTube предоставляет большое количество видео, посвященное шоплифтингу, «кражному» оборудованию в России (например, видео «Выжить в кризис 2020» (7,5 тысяч просмотров), «Откровения казанского вора» (33 тысячи просмотров), «Магазинный вор: честно о своей профессии» (363 тысячи просмотров) и т.д.⁴ Каждое видео набирает тысячи просмотров. Кроме того, по мнению экспертов, мобильность, согласованность в действиях при совершении хищения достигается и с использованием мобильных телефонных приложений Viber и WhatsApp посредством создания соответствующих групп или текстовых сообщений.

Участником каждого из названных интернет-сообществ и тематических форумов может быть любой человек, имеющий доступ в интернет. Как, впрочем, и создать свой интернет-ресурс, посвященный магазинным кражам. Тематические формы представляют собой развитую и популярную форму общения для обмена опытом и необходимой информацией.

Самостоятельным направлением профилактики шоплифтинга выступает деятельность Федеральной службы по надзору в сфере защиты прав потребителей и благополучия человека (Роспотребнадзор) по блокировке интернет-ресурсов с доменом .ru, однако, как указывают специалисты Компании «АНТИвор», блокируемый контент переходят на домены .com, а также другие международные домены (в частности, в Канаде и Голландии). Заблокировать такой контент

¹ «FORUM2x2» [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://boosterbag.profforum.ru/>, свободный (дата обращения 26.04.2021);

² «Шоплифтинг» [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://obnal-deneg.ru/threads/godnyj-kopipast-shoplifting.4903/>, свободный (дата обращения 26.04.2021);

³ «Шоплифтинг 2020» [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://darknet.rutor.nl/threads/shoplifting-2020.17517/>, свободный (дата обращения 26.04.2021).

⁴ «Как выжить в кризис 2020» [Электронный ресурс]. Режим доступа: https://www.youtube.com/watch?v=bVO07ipGDc4&ab_channel=%D0%9D%D0%95%D0%9C%D0%90%D0%9C%D0%9E%D0%9D%D0%A2, свободный (дата обращения: 26.04.2021); «Откровения казанского вора» [Электронный ресурс]. Режим доступа:

https://www.youtube.com/watch?v=jOhEUURUjoI&ab_channel=%D0%A2%D0%B0%D1%82%D0%B0%D1%80%D1%81%D1%82%D0%B0%D0%BD%D0%94%D0%B0, свободный (дата обращения 26.04.2021); «Магазинные вор: честно о своей «профессии» [Электронный ресурс].

Режим доступа: https://www.youtube.com/watch?v=pvW8q6SzMkY&ab_channel=Baza, свободный (дата обращения 26.04.2021).

практически не возможно. Модераторы российских социальных сетей также блокируют тематические сообщества, однако профессиональные шоплифтеры создают новые с обеспечением перехода всех подписчиков. Часто сообщества имеют нейтральное название, поэтому функционируют и распространяют запрещенный контент продолжительное время¹.

Учитывая, что контроль над магазинными кражами преимущественно ориентирован на кражи профессиональных «магазинных воров», необходимо, по мнению автора, законодательная реконструкция и закрепление понятия «преступный промысел» как квалифицирующего признака ст.158 УК РФ. С.Ф. Милюков указывает, что «законодатель в недостаточной мере учитывает ...важнейший компонент криминологической характеристики хищений ... степень профессионализма лиц, их совершающих»². Ученый предлагает использовать термин «Совершение преступления в виде промысла». Присутствовавший в дореволюционном и советском уголовно-правовом законодательстве, а также закрепленный в современном уголовно-правовом законодательстве зарубежных стран, в современном российском уголовном законе названный термин отсутствует. Под «преступным промыслом» С.Ф. Милюков понимает «неоднократное совершение преступлений при условии, что оно стало ... основным или дополнительным источником средств существования»³. М.Л. Прохорова и М.Г. Горенко, предлагая закрепить дефиницию «преступный промысел» в Общей части УК РФ и предусмотреть его в ряде статей как квалифицирующий признак, определяют преступный промысел как «совершение ... трех или более общественно опасных деяний, образующих самостоятельные преступления, ни за одно из которых оно не было осуждено, ... связанных ... целью получения дохода, выступающего в качестве как основного, так и дополнительного источника существования»⁴. На необходимость

¹ Веб-презентация «Шоплифтеры – это реальность, а не миф». Предоставлена 24.03.2017 экспертами Компании «АНТИвор».

² Милюков С.Ф. Российское уголовное законодательство: опыт критического анализа. С.236.

³ Там же. С.238.

⁴ См. Прохорова М.Л., Горенко М.Г. Промысел как вид множественности преступлений: компаративистские и теоретические аспекты / М.Л. Прохорова, М.Г. Горенко // Общество: политика, экономика, право. 2017. №5.

усовершенствования форм неоднократности преступного поведения с учетом реальной общественной опасности деяний и личности преступников указывают и В.В. Сверчков, Т.В. Серкова¹. По мнению автора, профилактика магазинных краж и других видов хищений (присвоение и растрата, грабеж, разбой, приобретение или сбыт имущества, заведомо добытого преступным путем, незаконное изготовление оружия, незаконная охота, подделка или уничтожение идентификационного номера транспортного средства и пр.) требует законодательного закрепления, во-первых, понятия «преступный промысел» в ст.17¹ Общей части УК РФ, под которым необходимо понимать «совершение лицом двух и более тождественных преступлений, ни за одно из которых оно не было осуждено, являющегося основным или дополнительным источником дохода виновного», во-вторых, предусмотреть преступный промысел как квалифицирующий признак ст.158 УК РФ (и ст.ст.159, 160, 161, 162, 175, 222, 223, 228, 258, 326, 327 и пр.) в части третьей статьи, дополнив ее пунктом «д» - «в виде промысла».

Клептоманов и наркоманов необходимо выделить в самостоятельные группы лиц, совершающих магазинные кражи, поскольку их на совершение хищений «толкает» зависимость (аддикция), влекущая зависимое (аддикционное) поведение. В современной психологии аддикцией принято считать «сверхценное увлечение чем-либо одним, что фактически блокирует любую иную реализацию личности в деятельности»². Аддиктивное поведение (англ. «addiction» – «пагубная, порочная склонность») выступает одной из форм деструктивного поведения. Аддиктивное поведение сопровождается формированием усиленных эмоций³. Р.Ю. Скоков определяет аддикцию как «ощущаемую человеком навязчивую потребность в определенной деятельности и связанных с ней ресурсах и продуктах». Расстройства привычек, влечений (азартные игры,

¹ Сверчков В.В., Серкова Т.В. Ответственность за неоднократное преступное поведение: развитие законодательства и практики его применения / В.В. Сверчков, Т.В. Серкова // Вестник Нижегородской академии МВД России. 2015. №4(32). С.188.

² Сушко Н.Г. Зависимое поведение как форма социально-психологической дезадаптации / Н.Г. Сушко // Электронное научное издание «Ученые заметки ТОГУ». 2015. Т.6. №4. С.386–391.

³ Короленко Ц.П. Аддиктивное поведение. Общая характеристика и закономерности развития / Ц.П. Короленко // Обзорение психиатрии и медицинской психологии. 1991. № 1. С.8-15.

поджоги, воровство, покупки) ученый обозначает поведенческой аддикцией, а лудоманию, пироманию, kleptomанию, ониоманию – аддиктивным поведением. Наркомания является аддиктивным поведением, основанным на субстациональной (химической) аддикции – наркотиках (опиоиды, каннабиноиды, кокаин, галлюциногены). Аддикция – психологическая зависимость. Аддикция может приобрести статус социально опасной¹.

В соответствии с Международной статистической классификацией болезней и проблем, связанных со здоровьем Десятого пересмотра (МКБ-10), kleptomания указана среди расстройств личности и поведения в зрелом возрасте и является видом расстройства привычек и влечений, а именно патологическим влечением к воровству. В соответствии с МКБ-10 патологическое влечение к воровству (kleptomания) – это «расстройство, характеризующееся повторными безуспешными попытками человека противостоять желанию украсть какой-либо предмет, не являющийся для него необходимым или представляющим денежную ценность. Украденные предметы, напротив, могут быть испорчены, отданы задаром или припрятаны. Такое поведение обычно сопровождается возрастающим чувством напряжения до совершения кражи и ощущением удовлетворения в процессе кражи или сразу же после нее». При подозрении на психическое заболевание и нарушении поведения (кражи в магазинах) рекомендовано медицинское наблюдение. В соответствии со ст.1 ФЗ № 3-ФЗ от 08.01.1998 «О наркотических средствах и психотропных веществах» наркоманией является заболевание, обусловленное зависимостью от наркотического средства или психотропного вещества; больным наркоманией является лицо, которому по результатам медицинского освидетельствования, проведенного в соответствии с указанным федеральным законом, поставлен диагноз «наркомания». Таким образом, kleptomания и наркомания являются аддиктивным поведением, требующими соответствующего ориентированного социального контроля. Однако на практике kleptomаны практически не встречаются, это единичные случаи на

¹ Скоков Р.Ю. Институциональное развитие рынков аддиктивных благ в современной России. С.62-64.

протяжении длительного, измеряемого в годах, периода. Наркоманы совершают магазинные кражи для перепродажи похищенного товара.

Личность магазинного вора как корыстного преступника нуждается в самостоятельном исследовании в целях повышения эффективной профилактики магазинных краж. Посредством типологизации личности шоплифтера возможно построение профилактической работы предметно и адресно. При расследовании уголовных дел и их рассмотрении в судах возможно точно представлять, кем является конкретный обвиняемый, к какой типологической группе он принадлежит. Критериями типологизации выступают: мотивы преступного поведения, степень устойчивости преступной установки и характер преступных действий.

Опираясь на типологию личности корыстного преступника, разработанную Ю.М. Антоняном¹, автором исследования предлагается собственная типология личности магазинного вора (таблица №11). В данной типологии представлены только внешние «воры» – посетители магазина, то есть «магазинные воры» в традиционном понимании. При составлении типологии предполагается, что «магазинным воров» может являться мужчина или женщина, взрослый или несовершеннолетний. Социальная принадлежность – любая.

Таблица №11. Типология личности «магазинного вора»

Критерий	Тип личности	Тип магазинного вора	Тип по критерию «любитель»/ «профессионал»
Ведущий мотив	Корыстолюбивый тип	Все типы магазинных воров	Любитель, профессионал
	Утверждающийся тип	«Азартные»	Любитель
	Деадаптированный тип	«Забывчивые», «мешковатые», «наглецы-флегматики», «полочники», «артисты-скандалисты», «модники», «маханаторы», «менялы», профессиональные магазинные воры, группы профессиональных магазинных воров	Профессионал
	Семейный тип	Профессиональные магазинные воры, группы профессиональных магазинных воров	Профессионал
	Игровой тип	«Азартные»	Любитель
	Алкогольно-наркотизированный тип	Наркоманы	Профессионал
Степень устойчивости преступной установки	Ситуационный тип	Случайные (ситуационные) воры	Любитель
	Неустойчивый тип	«Голодные», «азартные», лица БОМЖ	Любитель
	Злостный тип	«Забывчивые», «мешковатые», «наглецы-флегматики», «полочники», «артисты-скандалисты», «модники», «маханаторы», «менялы»	Профессионал
	Особо опасный тип	Профессиональный магазинный вор, группы профессиональных магазинных воров	Профессионал

¹ Антонян Ю.М. Криминология. Избранные лекции. С.247-254.

Систематизированный анализ типов магазинных воров позволяет сделать вывод, что для совершающих магазинные кражи характерен весьма низкий уровень солидарности с соответствующими нравственно-правовыми запретами.

Таким образом, магазинным вором является посетитель торгового объекта, незаконно изъявший товар без оплаты в торговом зале магазина в отсутствие иных лиц либо в их присутствии, но незаметно, и имеющий реальную возможность пользоваться или распоряжаться изъятым товаром по своему усмотрению.

Предметом магазинной кражи является имущество торгового объекта, представленное предметами материального мира (товарами) и обладающих экономической ценностью. Товарами, входящими в «группу риска» и выступающими предметами магазинной кражи, являются: красная и черная икра в жестяных и стеклянных банках, бритвенные станки и кассеты, компьютерные диски, фотоаппараты, телефоны, постельное белье, аксессуары для волос, алкоголь, кофе, мясные и рыбные деликатесы, а также шоколад и жевательная резинка¹. Товары «группы риска» меняются в зависимости от сезона года. Эксперты Компании «АНТИвор» отмечают, что «в зоне риска находятся практически все товары: головной убор, очки, футболка, брюки, обувь, средства гигиены, алкоголь, продукты питания, электроинструменты, книги и канцтовары, цифровая техника, мелкие предметы². Эксперты Центра «Параллель» подчеркивают, что в холодное время года (с октября по апрель) покупатели воруют на 30-40% больше, чем в теплое время. Повышение числа магазинных краж в указанный период обусловлено возросшим количеством одежды, что обеспечивает условия сокрытия товара «на себе». Пик совершения краж в течение суток в будни приходится на период с 17.00 час. до 20.00 час., поскольку в этот период в магазине большой поток покупателей, что способствует совершению кражи. В выходные, предпраздничные и праздничные дни пиковый период

¹ Инструкция-памятка ООО «An-Security» «Способы и методы противодействия хищению товаров в сети «...» (наименование розничной торговой сети является коммерческой тайной).

² Веб-презентация «Шоплифтеры – это реальность, а не миф». Предоставлена 24.03.2017 экспертами Компании «АНТИвор», Санкт-Петербург. Не свободный доступ (дата обращения: 24.03.2017).

отсутствует, кражи совершаются в любое время. Персонал магазина активизируется в ночное время. Указывается количество товара, которое можно вынести за один раз: колбасные продукты – 6 шт., алкоголь – 4 шт., кофе – 4 шт., красная икра – 10 шт. и жевательная конфета – 40 уп.¹. Товары, которые чаще всего похищаются (% украденных товаров от поступивших в магазин): бритвенные принадлежности – 3,7%, модные аксессуары к одежде – 3,6%, сыр – 3,1%, верхняя одежда – 2,9%, мясо – 2,8% и парфюмерия – 2,5%². «Традиционная» характеристика шоплифтинга изменилась с марта 2020г. в условиях распространения новой коронавирусной инфекции и проведения мероприятий по противодействию пандемии COVID-19³.

Уголовный закон определяет кражу «тайное хищение чужого имущества». Следовательно, способ совершения магазинной кражи характеризуется как тайный. Тайность отграничивает кражу от иных форм хищения. Тайность как способ хищения в розничной сетевой торговле, обладая всеми критериями, разработанными наукой уголовного права для признания хищения тайным (в том числе принцип субъективного вменения и объективный критерий изъятия)⁴, имеет некоторые особенности, присущие совершению краже в магазине⁵.

Большинство магазинных краж, отмечают эксперты, совершаются в торговом зале магазина с витрин открытой выкладки товара в присутствии представителя собственника, сотрудника охраны или других лиц (посетителей). Хищение товара (например, сокрытие его в одежде, или перемещение в упаковку похожего менее дорогого товара происходит незаметно указанных лиц (приговор

¹ Тренинг «Способы и методы противодействия хищению товаров в торговле». СПб.: ЧОУ ДПОЦПП «Параллель», 2016. С.35.

² Там же. С.36.

³ Подробнее см.: Лебедь А.Л. Магазинные кражи как вид экономических потерь в розничной сетевой торговле / А.Л. Лебедь // Актуальные проблемы экономики и права. 2020. Т.14. №2. С.301-313.

⁴ См., например, Галаганов А.А. Тайность как генеральный способ хищения / А.А. Галаганов // Вестник ЮУрГУ. 2009. №28. С.35-40; Галаганов А.А. Уголовно-правовая характеристика способов совершения хищений: дис. ... канд. юрид. наук. Омск, 2011. С.5-6; Хилота В.В. Новый подход в понимании существенных признаков кражи / В.В. Хилота // Библиотека уголовного права и криминологии. 2013. №4(4). С.54-62; Семенов В.М. Тайность как способ хищения при краже / В.М. Семенов // Российский следователь. 2005. №6. С.23-25; Анистратенко А.В. Формы и виды хищений в системе преступлений против собственности / А.В. Анистратенко // Вестник Волжского университета им. В.Н. Татищева. 2010. №74. С.5-9, а также п.п.1-2, 4 Пленума Верховного Суда РФ от 27.12.2002 № 29 «О судебной практике по делам о краже, грабеже и разбое».

⁵ Лебедь А.Л. Тайность как способ хищения в розничной торговле / А.Л. Лебедь // Правовед: Межвузовский научный сборник / под.ред. О.Е. Калпинской, Е.А. Макаровой, М.Н. Петрова; НовГУ им.Я.Мудрова: Великий Новгород, 2016. С.47-50.

Дзержинского районного суда Санкт-Петербурга по делу №1-32/2015 от 29.04.2015; приговор Красносельского районного суда Санкт-Петербурга по делу 1-543/2015 от 11.06.2015, приговор Московского районного суда Санкт-Петербурга по делу 1-360/2016 от 31.03.2016, приговор Фрунзенского районного суда Санкт-Петербурга по делу 1-690/2016 от 15.08.2016, приговор Фрунзенского районного суда Санкт-Петербурга по делу №1-540/2016 от 15.06.2016, приговор Калининского районного суда Санкт-Петербурга по делу №1-158/2016 от 27.06.2016, приговор Московского районного суда Санкт-Петербурга по делу №1-286/2016 от 286/2016 от 16.03.2016, апелляционное постановление Невского районного суда Санкт-Петербурга по делу №10-14/2016 от 10.03.2016, апелляционное постановление Санкт-Петербургского городского суда по делу №22-6168/2017 от 08.08.2017, апелляционное постановление Санкт-Петербургского городского суда по делу №22-5783/2017 от 26.07.2017 и др.).

Моментом окончания магазинной кражи является выход посетителя за расчетно-кассовый узел с неоплаченным товаром. Важно отметить, что российские розничные сетевые компании проводят политику «вывода» вора из магазина, за кассовую линию для установления момента окончания кражи. Л.С. Аистова отмечает, что «Если виновный пытается скрыться с похищенным товаром, то совершенное деяние будет рассматриваться как покушение на кражу в случае его задержания на расчетно-кассовом узле непосредственно при выходе из магазина. Если же с похищенным он вышел за пределы видимости охранника или иного сотрудника магазина, то преступление считается уже оконченным при условии, что в торговом помещении при выходе не был оборудован дополнительный контрольно-пропускной пункт»¹. Квалификация противоправного деяния, совершенного в торговом объекте при хищении товара, часто является спорной и разрешается исходя из конкретных обстоятельств. Стоимость похищенного имущества является определяющей и обосновывается товарной накладной, представляемой сетевой компанией, подтверждающей не только закупочную стоимость товара, но и право собственности потерпевшего на

¹ Аистова Л.С. Ответственность за кражу по уголовному праву России. С.45.

него. Эксперты Охранного холдинга «An-Security» отмечают, что преобладающим фактором является внутреннее убеждение вора о совершении им тайного хищения¹.

И.Г. Чумарин указывает следующие способы хищений, совершаемых посетителями: 1. вредительство и пр. (порча товара, поедание в торговом зале, выведение из строя оборудования), 2. самостоятельно (тайное хищение: в одежде, в сумке, портфеле и пр., со специальными приспособлениями, на дне тележки, корзины, снятие маркеров, с использованием детей, открытый вынос, подмена ценников и этикеток, замена упаковки, с предъявлением чека из другого магазина, бегство «напролом», поддельная дисконтная карта, фальшивые деньги), 3. в сговоре с кассиром (без оплаты, с частичной оплатой, с пробивкой как за более дешевый товар, манипуляции с отменой чека, манипуляции со сдачей, фиктивный возврат товара), 4. в сговоре с другими сотрудниками (вынос через пост охраны, использование украденных талонов на скидки, обслуживание родственников, знакомых в отделах, вынос товара с помощью сотрудников, вынос товара через служебных выход), 5. группой (организация «суеты», организация скандала, драки, ограбление, разбой)².

Эксперты Компании «Технологии Безопасности Бизнеса» указывают типовые способы хищения «магазинными ворами»: «профессионалами» и «любителями». «Воры-профессионалы» используют сумки, коробки, дипломаты с потайными карманами или двойным дном, потайные карманы на одежде, пояса с крючками внизу сшитых двойных брюк, карманы детей, «беременный живот», утаивают мелкие вещи в крупных вещах, заменяют этикетки, подменяют товар, работают в группе для отвлечения внимания)³. «Вор-профессионал» похищает товар в фирменной упаковке с целью дороже перепродать украденное. За одно посещение магазина «профессиональный вор» пытается похитить максимальное количество товара. Хищение осуществляется как один человеком, так и в группе.

¹ Экспертное мнение получено автором исследования посредством опроса и интервью экспертов Компании «An-Security» 17.10.2017, Санкт-Петербург.

² Чумарин И. Г. Предотвращение потерь в розничной торговле. С.73.

³ Методические материалы к семинару-тренингу. С.16-17.

Вор-одиночка создает иллюзию постоянного покупателя и старается войти с продавцом в дружеские отношения. Работа в группе предполагает отвлечение другими участниками внимания продавца, кассира и охраны. Возможно использование детей в качестве прикрытия и как «карманы» для сокрытия товара. Профессиональная женщина-воровка может прикинуться беременной, убирая в торговом зале подушку из-под платья и пряча на ее место товар. Часто используется способ сокрытия мелкого товара в более крупном, в т.ч. в упаковке. Воры осуществляют подмену этикеток в случае, если этикетки можно без повреждений отделять от изделий. Часто производится замена крышки с недорогого товара с более дорогой, если упаковка произведена в виде банки или бутылки, вместе с этикеткой. Также используется метод подмены товара в упаковке с дешевого на более дорогой (замена содержимого упаковки). «Воры-туристы» (или «путешественники») как разновидность «профессиональных воров» передвигаются («кочуют») от магазина к магазину, от города к городу. «Туристы» занимаются кражами в том числе и денежных средств. Такие воры расходятся по торговому залу и часть из них устраивает беспорядок для отвлечения внимания. Остальные члены группы в это время совершают хищение и скрываются.

«Воры-любители» специализируются на воровстве небольших предметов, умещающихся в карманах одежды или сумке. «Любители» похищают товар небольшого размера, которые могут легко уместиться в карманах одежды или в сумках, разрешенных для проноса в торговый зал¹. Основными способами хищения профессиональными ворами товара являются: сокрытие мелкого товара в более крупный, в т.ч. в примерочной; сокрытие товара под верхней одеждой, в карманах; передача «покупателю» продавцом товара, подготовленного к выносу; переклеивание штрих-кода с дешевого товара на более дорогой; примерка вещей в примерочной, вынос «на себе» со снятием магнитной защиты; снятие магнитной защиты и вынос товара; попытка получения возврата денег за украденный товар по чеку другого покупателя; оплата части товара (по сговору с кассиром); обман кассира путем манипулирования с купюрами (запутывание в разных денежных

¹ Методические материалы к семинару-тренингу. С.16-17.

операциях); оплата фальшивыми купюрами (или кредитными карточками); снятие с товара защитных бирок, слом защитных датчиков в примерочной и сокрытие незащищенного товара в торговом зале для последующего выноса; сговор с сотрудником торгового зала¹.

Эксперты Компании «An-Security» указывают следующие современные способы хищения товара магазинными ворами: 1. перевес; 2. вывоз и вынос за кассу; 3. переклейка штрих-кодов с более дешевого товара на более дорогой, замена упаковки; 4. фольгированные пакеты, сумки, вкладки в одежду, 5. закладки (один делает, другой забирает), 6. по сговору с кассирами, с охранниками, с персоналом в торговом зале, с временными сотрудниками объекта (мерчендайзеры, промоутеры). Способами утаивания товара «магазинными ворами являются»: 1. на себе в одежду, в карманы, под свитеры, в брюки (под брюки одеты еще одни, заправленные в носки), 2. в сумки (в потайные карманы, под подкладку, в раздвижной низ сумки), 3. «в детей» (в одежду, в капюшон, в комбинезон грудных детей), 4. в детские коляски (в капюшон, между стенками коляски и подкладкой, под сиденьем/лежащим блоком, «под ребенка»), 5. в инвалидных колясках (в боковых карманах, под сиденьем, под находящегося в ней человека и его вещи). Способами создания «закладок» являются: в местах, не просматриваемых видеокамерами и службой охраны: в отделе «гардероб», в постельном белье, в пивных холодильниках за основной выкладкой товара, в отделе игрушек². Эксперты Центра «Параллель» дополняют, что основные способы хищения (хищения товаров с последующим употреблением без оплаты, утаивание товара под одеждой, кража путем надевания на себя нескольких пар одежды, помещение мелкого товара в упаковку вместо/совместно с крупным, переклеивание штрихкода с дешевого товара на дорогой и др.) характерны как для покупателей, так и для персонала. Кражи из торгового зала совершаются и с последующим выносом, минуя кассовую зону через смежные, складские и иные

¹ Методические материалы к семинару-тренингу. С.19-20.

² Информация предоставлена ООО «An-Security». Инструкция-памятка «Способы и методы противодействия хищению товаров в сети ...» (наименование розничной торговой сети является коммерческой тайной).

помещения¹. Дополнительно, специфическими способами тайного хищения являются использование детских колясок, детских сумок, а также различных приспособлений для переноски маленьких детей (слинги, «кенгурушки», платки, бэйби-рюкзак), когда украденный товар прячется «под ребенком»; мотоциклетные шлемы; утаивание товара в надрезанном пакете для хранения приобретенного товара из другого магазина; срывание с товара антикражного оборудования, утаивание мелких предметов во рту. Отдельно следует упомянуть «открытый» вынос товара, оплата за который происходит только в случае его обнаружения кассиром или охранником («забыли оплатить»), а также воровство покупателей и персонала (в том числе охранников) на кассовых узлах².

По мнению автора, тайность хищения в розничной торговле подразумевает действия лица, совершающего ненасильственное завладение чужим имуществом при отсутствии у потерпевшего и третьих лиц осознания факта хищения и уверенности виновного о совершаемом хищении незаметно или в условиях неочевидности для окружающих. Критерий тайности (или конкретные способы тайного хищения чужого имущества (товара) в розничной сетевой торговле) как существенной характеристике российского шоплифтинга, не исследованному в науке уголовного права, имеет специфику.

«Внутренними» ворами является, как отмечалось ранее, персонал торгового объекта И.Г. Чумарин указывает, что причинами воровства персонала являются отсутствие санкций, отсутствие контроля, безнаказанность и возможность совершить хищение тайно (от коллег)³. Близость товара, уверенность в безнаказанности, ночное время, использование системы льготных продаж, хищение товара в ходе его перемещения на склад в случае признания его некачественным являются причинами воровства персонала. Легче всего совершить то преступление, для которого не требуются сообщники (употребить товар в ночное время или вынести товар, когда никого нет). При сговоре

¹ Тренинг «Способы и методы противодействия хищению товаров в торговле». СПб.: ЧОУ ДПОЦПП «Параллель», 2016. С.19.

² Информация предоставлена экспертами ООО «ТД «Интерторг».

³ Чумарин И.Г. Предотвращение потерь в розничной торговле. С.24.

персонала, в том числе с покупателями и охранниками, открывается неограниченное количество возможностей. Недоказуемость преступления, безнаказанность и знание всех изъянов в системе учета и контроля способствуют совершению хищений персоналом¹. Однако, как подчеркивает И.Г. Чумарин, «на самом деле большая часть причин, толкающих на противоправные действия, лежит вне воздействия работодателя (оплата учебы ребенка, покупка лекарств, деньги на наркотики и др.). Причинами воровства персонала также являются условия работы на торговом объекте и отношение работника к выполняемым им служебным обязанностям («сами клиентов «разводят», «лежит плохо», «сами вон на чем ездят», «не смотрит никто», «все здесь воруют», «никто меня здесь не уважает», «мне не доплачивают» и т.п.)².

Эксперты Компании «Император» обозначают кражи топ-менеджмента (директора гипер- и супермаркетов, заместители директоров, руководители направлений закупки различных товарных групп – алкоголь, фрэш, бакалея и др., руководители логистики и т.д.) розничных торговых сетей. Кражи топ-менеджмента сложно раскрываемы, влекут несоизмеримые экономические потери и в большинстве представляют собой латентную преступность³.

Хищения, совершаемые кассиром в сговоре с покупателями и самостоятельно составляют наибольшую группу хищений персонала. Штат отдела касс составляет примерно 30% персонала магазина⁴. Эксперты Центра «Параллель» указывают наиболее частые способы хищений кассирами: 1. при наличии сговора кассир проводит через кассу лишь часть покупок; 2. имитация проведения чека через кассу в случае закрытия кассиром штрихкода и имитации сканирования; 3. пробитие товара вручную с более дешевым штрихкодом в случае не считывания его сканером⁵. Наиболее часто в сговор вступают люди, находящиеся в родственных отношениях (мать-кассир и дочь-покупатель и др.)

¹ Тренинг «Способы и методы противодействия хищению товаров в торговле». СПб.: ЧОУ ДПОЦПП «Параллель», 2016. С.22-25.

² Чумарин И.Г. Там же. С.27.

³ Экспертное мнение получено автором исследования посредством опроса и интервью экспертов Компании «Император» 03.03.2017, Санкт-Петербург.

⁴ Тренинг «Кассовый узел проблем». СПб.: ЧОУ ДПОЦПП «Параллель», 2016. С.8.

⁵ Тренинг «Способы и методы противодействия хищению товаров в торговле». С.30.

или поддерживающие дружеские или близкие отношения (охранник и кассирша с последующей потерей контроля и др.). Примеры «родственных краж» и «дружеских краж» являются самыми распространенными, чаще всего встречаются на практике. Эксперты акцентируют, что на кассиров приходится более 50% фактов совершения внутренних краж. Обозначенные сотрудники магазина могут активно использовать служебное положение, прямой доступ к денежным средствам¹. Именно кассиры, кроме указанного, чаще остальных сотрудников вступают в сговор с третьими лицами для совершения магазинных краж².

Предметом хищения «внутренних магазинных воров» являются товары (в меньшей степени) и денежные средства (в большей степени). И.Г. Чумарин отмечает, что денежные средства похищаются как за всю проведенную операцию при оплате товара, так и за часть покупки. Кассир большинство способ хищения способен произвести самостоятельно. Ущерб от хищения может быть нанесен как совместно магазину и покупателю, так и самостоятельно магазину или покупателю³.

Денежные средства похищаются через незаконные кассовые операции. Товары похищаются кассирами через вынос товара (кражу) и манипулирование с чеком (непроведенный возврат, не погашенный чек и уменьшение итога: уменьшение количества товара, уменьшение веса товара и проведение более дешевого товара вместо дорогого и др.). Хищение денежных средств совершается через манипуляции с чеком (фиктивный возврат, аннулирование, непробитие, уменьшение итога: непробитие позиции и отмена позиции и увеличение итога: добавление позиции, добавление количества товара, добавление веса товара, пробитие дорогого товара вместо дешевого), кражу (вынос), с использованием скидок («скрытая» скидка и уменьшение итога: «своя» дисконтная карта и увеличение скидки) и с использованием кредитных банковских карт («повтор»,

¹ Тренинг «Кассовый узел проблем». СПб.: ЧОУ ДПОЦПП «Параллель», 2016. С.66.

² Тренинг «Контроль ТМЦ при приемке, хранении и реализации в магазинах «Сделай САМ». СПб.: ЧОУ ДПОЦПП «Параллель», 2016. С.46.

³ Чумарин И.Г. Предотвращение потерь в розничной торговле. С.92.

«своя карта» и «слип-чек»)¹. Типовыми способами обчета покупателей кассирами являются: 1. Обозначение более крупной суммы, чем выбита на кассе. Большинство покупателей или не обращают внимания на электронное табло или не видят мелких цифр. Чек покупатели не берут, выкидывают или убирают в сумку (стандартный способ). 2. Невыдача сдачи – часто осуществляется намеренно, если продавец сочтет, что покупатель не будет жаловаться. При обнаружении обмана в большинстве случаев покупатели не возвращаются в магазин за своими деньгами, что позволяет кассирам продолжать безнаказанно обманывать². Указанные противоправные деяния квалифицируются по статье 14.7 КоАП РФ или по статье 160 УК РФ.

Эксперты Компании «АКО» по типу ущерба и умыслу действия классифицируют нарушения на три группы: нарушения кассовой дисциплины (нарушение законодательства РФ, стандартов обслуживания покупателей, норм кассовой дисциплины), операционные ошибки (потеря денежных средств или товара, нанесен ущерб магазину или покупателю – неумышленные действия, совершенные по невнимательности кассира) и экономические нарушения (потеря денежных средств или товара, произведен обсчет покупателя – умышленные действия, кассир преследует цель получения неучтенного излишка денежных средств с последующим присвоением выгоды себе)³. Третий тип нарушений – экономический – квалифицируется по ст.160 УК РФ (таблица №12).

Таблица №12 Экономические нарушения кассиров.

№ п/п	Наименование нарушения	Описание нарушения
1	Умышленная пересортица	При вводе товара по коду вручную кассир умышленно вводит другой код и уменьшает стоимость товара. Покупатель, находящийся в сговоре, получает товар по заниженной стоимости. В магазине образуется недостача денежных средств.
2	Удаление товара перед закрытием чека	Кассир отменяет одну или несколько позиций из чека после расчета с покупателем. Чек покупателю не выдается. Полученный излишек денежных средств кассир присваивает. В магазине образуется недостача товара.
3	Аннулирование чека после ухода покупателя	Кассир полностью аннулирует чек после расчета с покупателем. Чек покупателю не выдается. Полученный излишек денежных средств кассир присваивает. В магазине образуется недостача товара.
4	Фиктивный возврат	Кассир осуществляет операцию «возврат товара» после расчета с покупателем или через промежуток времени, но в этот же день. Чек покупателю не выдается. Полученный излишек денежных средств кассир присваивает. В магазине образуется недостача товара.
5	Изыятие денежных средств	Кассир с целью присвоения неучтенного излишка денежных средств открывает

¹ Тренинг «Кассовый узел проблем». СПб.: ЧОУ ДПОЦПП «Параллель», 2016. С.69.

² Там же. 2016. С.58.

³ Реестр нарушений от 26.01.2015. Версия 2. Санкт-Петербург: ООО «АКО». 17 с.

	из денежного ящика	денежный ящик и забирает наличные денежные средства.
6	Начисление скидки по своей дисконтной карте	Кассир проводит скидку через карту клиента после расчета с покупателем. Чек не выдается. Полученный излишек денежных средств кассир присваивает.
7	Имитация сканирования товара	В процессе сканирования кассир прикрывает руками штрих-код товара рукой. Товар не попадает в чек. Покупатель, находящийся в сговоре, получает неоплаченный товар. В магазине образуется недостача.
8	Завышение суммы возвратного чека	При оформлении возвратного чека кассир завышает сумму возвращенного товара. Покупатель, находящийся в сговоре, получает большую сумму денежных средств в сравнении с ранее уплаченной суммой.
9	Отмена всех позиций в чеке	Кассир отменяет все позиции из чека после расчета с покупателем. Чек не выдается. Полученный излишек денежных средств кассир присваивает.
10	Ручное назначение скидки	Кассир начисляет скидку на чек после расчета с покупателем. Чек не выдается. Полученный излишек денежных средств кассир присваивает.
11	Присвоение бонусов	Кассир при расчете с покупателем не выдает чек. Перед печатью чека кассир начисляет полученные бонусные баллы на личную карту.
12	Ручное изменение цены товара	Кассир вручную уменьшает цену товара. Покупатель, находящийся в сговоре, получает товар по заниженной стоимости.
13	Умышленное занижение количества товара	Кассир вручную уменьшает количество товара. Покупатель, находящийся в сговоре, получает товар по заниженной стоимости.
14	Злоупотребление рекламными акциями	Кассир использует рекламные материалы, предназначенные для покупателей, в личных целях.
15	Умышленный обсчет покупателя	Кассир умышленно пробивает в чек товар, который покупатель не брал. Полученный излишек денежных средств кассир присваивает.
16	Обсчет покупателя предыдущим чеком	Кассир, рассчитав предыдущего покупателя, не закрывает чек. В незакрытый чек добавляются товары следующего покупателя. Следующий покупатель оплачивает товары и предыдущего покупателя. Полученный излишек денежных средств кассир присваивает.

Основываясь на вышеизложенном, автором сформулированы выводы:

1. Магазинным воров является посетитель торгового объекта, незаконно изъявший товар без оплаты в торговом зале магазина в отсутствие иных лиц либо в их присутствии, но незаметно, и имеющий реальную возможность пользоваться или распорядиться изъятым товаром по своему усмотрению. Предметом хищения выступают товары. Способ хищения характеризуется тайностью.

2. Магазинных воров можно подразделить на две группы: внешние (посетители) и внутренние (персонал). Внешних «магазинных воров» можно классифицировать по мотиву совершения кражи: 1. хищение товара для личного пользования («любители»); 2. хищение товара для последующей перепродажи («профессионалы»). Внутренними ворами является персонал магазина.

3. Магазинные кражи (шоплифтинг) определяются как осознанная противоправная деятельность по хищению товарно-материальных ценностей (товаров) в розничных магазинах современных форматов. Причинами роста магазинных краж являются современный формат прямой выкладки товара, социум и государство.

4. Стоимость похищенного имущества для наступления уголовной ответственности необходимо снизить с 2 500 руб. до 2 000 руб. Соответствующие

изменения должны быть внесены в ст.7.27 «Мелкое хищение» КоАП РФ. Необходимо законодательно закрепить понятие «преступный промысел» в ст.17¹ Общей части УК РФ. Преступный промысел необходимо законодательно закрепить как квалифицирующий признак ст.158 УК РФ (и ст.ст.159, 160, 161, 162, 175, 222, 223, 228, 258, 326, 327 и пр.) в части третьей статьи, дополнив ее пунктом «д» - «в виде промысла».

§ 2. Типология криминальной активности посетителей

Криминальная активность посетителей характеризуется зарегистрированной и незарегистрированной преступностью по ст.158 УК РФ и данными по ст.7.27 КоАП РФ. Методом исследования криминальной активности посетителей выступают определение исследуемых сетей рынка розничной торговли, определение формата магазина, региона, временной период исследования, соответствующие статистические данные.

В обществе возрастает потребительская активность, что стимулирует развитие современных форматов торговли. Российский рынок розничной сетевой торговли, состоящий из торговых объектов разного формата, перешел в стадию зрелости и с 2011г. Обозначается самым крупным в Европе. Под рынком розничной сетевой торговли понимаются сети розничной торговли по продаже продуктов питания и сопутствующих товаров. Рынок розничной торговли можно условно разделить на федеральные, региональные и локальные сети. Два и более магазина являются сетью.

Федеральные торговые розничные сети постоянно растут и занимают доминирующее положение на розничном рынке. Иные хозяйствующие субъекты¹, входящие в структуру розничной торговли, исчезают. В период 2018-перв.пол.2019гг. на российском рынке сетевой розницы произошли изменения. Согласно Краткому аналитическому обзору «Российский ритейл: итоги 2018г. – I кв.2019г.» индекс потребительских настроений имеет нисходящую динамику, замедляется динамика роста товарооборота розничной торговли, сокращение реальных располагаемых доходов населения, негативные настроения потребителей. Емкость розничного рынка России за 2019 год выросла на 1,6%. Общее количество торговых объектов по состоянию на 31.12.2019 составило около 65,5 тыс., в том числе 1145 гипермаркетов, более 3,3 тыс. супермаркетов,

¹ Иными хозяйствующими субъектами, формирующими структуру розничной торговли, являются: малые предприятия, микропредприятия, организации, не относящиеся к субъектам малого и среднего предпринимательства, субъекты среднего предпринимательства, индивидуальные предприниматели, осуществляющие деятельность вне рынка и субъекты, продающие товар на розничных рынках и ярмарках.

более 40,2 тыс. дискаунтеров и хард маркетов и более 20,8 тыс. магазинов у дома. Сети формируют более 45,5% оборота розничной торговли продуктами питания, а 10 крупнейших сетей FMCG – более 32,9% (в 2013 – 21,5%, 2014 - 22,9%¹, 2018 году – 30,9%²). Количество торговых объектов TOP-200 сетей FMCG за март 2020 года увеличилось на 285, а общая торговая площадь увеличилась на 70,2 тыс. кв.м. Количество торговых объектов TOP-200 сетей FMCG за январь-март 2020 года увеличилось на 509, а общая торговая площадь – на 110,8 тыс. кв.м.³

Ключевыми тенденциями рынка розничной торговли 2020г. в России являются развитие интернет-продаж FMCG-товаров; снижение интереса потребителей к гипермаркетам как формату магазинов и как следствие преимущественно отрицательные динамики продаж компаний данной специализации; успешное развитие сетей формата «жесткий дискаунтер» на фоне сокращения реальных располагаемых доходов населения и сетей со специализацией на определенной группе товаров; продолжающаяся консолидация рынка и ориентация на «экосистемность» как способность компании удовлетворять потребностям своих клиентов, находясь при этом в тесном партнерстве с другими участниками рынка⁴. Данные тенденции, по мнению автора, провоцируют рост магазинных краж. Крупнейшими игроками рынка, как отмечают эксперты, являются «X5 Retail Group», «Магнит», «Лента», «Auchan», SPS Holding («Красное&Белое»), ГК «Дикси», «Metro Cash&Carry»⁵.

По итогам 2020г. оборот розничной торговли сократился на 4,1%. Положительную динамику оборот розничной торговли в товарной массе демонстрировал только в I кв. 2020г. - +4,4%, а во II кв. 2020г. снижение оборота составило -16% в связи с введением карантинных мер. В III кв. 2020г. наблюдалось постепенное восстановление оборота, однако IV кв. на фоне второй волны заболеваемости динамика вновь ухудшилась. Индекс потребительских цен

¹ Розничные торговые сети по продаже продуктов питания. С.268-270.

² Отраслевой обзор Infoline Retail Russia «Состояние потребительского рынка и Рейтинг торговых сетей FMCG России (март 2020)». СПб.: Информационное агентство «ИНФОЛАЙН», 2020. С.11-12.

³ Там же. С.13.

⁴ Краткий аналитический обзор «Российский ритейл: итоги 2018г. – I кв.2019г.». М.: Национальное рейтинговое агентство, 2019. С.3.

⁵ Там же. С.8.

(потребительская инфляция) за 2020г. составил 3,38%, в том числе в сегменте food 3,91% (то есть инфляция повлияла на значительный рост стоимости товаров исследуемого сегмента). В декабре 2020г. и начале 2021г. инфляция характеризуется как максимальная.¹ За 2020г. совокупные денежные доходы населения выросли на 0,3%, а расходы снизились на 4,4%. Реакцией россиян на пандемию коронавируса, ограничительные меры и экономический кризис стало увеличение нормы сбережений от реально располагаемых расходов. В связи с ускорением инфляционных процессов и роста безработицы реальные денежные доходы на душу населения снизились на -3%, а реально располагаемые – на -3,5%. Доля денежных доходов 10% наиболее обеспеченных россиян в 2020г. незначительно снизилась до 29,%, а доля 10% наименее обеспеченных в условиях роста социальных трансфертов незначительно увеличилась до 2,1%.² Оборот розничной торговли за 2020г. почти на 75% формировался современными форматами, при этом в сегменте традиционной торговли сокращение количества и выручки прилавочных магазинов резко ускорилось в период пандемии³.

Региональная структура оборота розничной торговли России характеризуется неравномерностью: в январе-феврале 2020 года 50,57% оборота приходилось на 11 субъектов (Москва, Московская область, Санкт-Петербург, Краснодарский край, Свердловская область, Тюменская область, Ростовская область, Республики Татарстан и Башкортостан, Нижегородская и Самарская области). По сравнению с январем-февралем 2019 года доля розничного товарооборота, приходящаяся на 11 крупнейших субъектов РФ, выросла на 0,27 п.п.

По итогам января-февраля 2020 года увеличение доли в обороте розничной торговли продемонстрировали Центральный ФО – на 0,34 п.п. (в том числе Московская обл. на 0,3 п.п., Москва – на 0,01 п.п.). Сократилась доля Приволжского ФО на 0,11 п.п., Северо-Кавказского ФО – на 0,07 п.п., Уральского

¹ Розничная торговля Food и потребительский рынок России 2021 года. Итоги 2020 года и перспективы развития до 2023 года» (дата выхода 31.03.2021). СПб.: Информационное агентство «ИНФОЛАЙН», 2021. С.74.

² Там же. С.82.

³ Там же. С.107.

ФО – на 0,03 п.п., Дальневосточного ФО – на 0,01 п.п., Северо-Западного ФО – на 0,01 п.п. (в Санкт-Петербурге был отмечен рост на 0,07 п.п.). Доля Южного и Сибирского ФО не изменилась.

Таким образом, тренды на потребительском рынке и в ритейле в 2020г. являются: 1. COVID-19 - #оставайтесьдома, #сидимдома, #едимдома; 2. ожидаемое снижение доходов населения России по итогам 2020г.; 3. появление новых кризисных типов потребителей (существенные изменения в потребительском поведении); 4. признание 1/3 потребителей себя пострадавшими; падение частоты покупок (частоты посещения магазинов) при росте среднего чека; 5. значительный рост собственных торговых марок сетей; 6. рост доли объема покупок в стоимостном выражении, совершенный по промо; 7. наибольшие темпы роста каналов, отвечающих новым запросам потребителей: низкие цены – жесткие дискаунтеры, бесконтактные покупки – e-commerce, шаговая доступность – магазины «у дома», специализированные продуктовые магазины. Ключевыми выводами в развитии рынка розничной торговли к 01.03.2021г. необходимо обозначить следующее: 1. потребительский рынок продолжил свой рост несмотря на снижение доходов; 2. покупательское поведение претерпело изменения в моменте, в частности, привело к росту продаж собственной торговой марки; 3. промо не потеряет своей актуальности, так как это одна из основных стратегий экономии - промо будет увеличиваться; 4. существенные изменения претерпели каналы торговли: активное развитие в период самоизоляции получили магазины у дома и канал e-commerce; новые растущие каналы получили значимую долю и возможности к дальнейшей экспансии на рынке¹.

В 2020г. изменился и тип потребительского поведения. Необходимо обозначить три кризисных типа потребителей: 1. «устойчивые» (не беспокоятся за свое рабочее место, имеют стабильное финансовое положение); 2. «пострадавшие» (испытывают сильный страх потери работы, уже остались без

¹ Презентация «От офлайн-ритейла к D2C» [D2C – direct to consumer – продажа напрямую потребителю]. Представлена на конференции «Неделя ритейла 2020» (ноябрь 2020г.). М.: 2020. С.14-30.

работы); 3. «обеспокоенные» (обеспокоены риском снижения доходов, но в настоящее время не испытывают финансовых сложностей)¹.

Санкт-Петербург традиционно считается городом, наиболее насыщенным крупноформатной розницей (гипермаркеты и cash&carry). Оборот розничной торговли в Санкт-Петербурге стабильно растет². Санкт-Петербург является городом с наиболее высокой долей торговых сетей в России и играет ключевую роль в формировании общего объема оборота розничной торговли в Северо-Западном федеральном округе – более 50% (для сравнения Москва – более 20%, Московская область – более 30%³). Наиболее динамичный рост в январе-феврале 2020 года среди крупных регионов (доля в обороте розничной торговли по РФ более 1%) продемонстрировали Челябинская область (8,5% в физическом выражении и 10,9% в денежном выражении), Московская область (8,1% и 10,3%), Воронежская область (6,9% и 8,9%), Санкт-Петербург (5,8% и 7,7%) и Тюменская область без АО (5,7% и 7,7%)

В феврале 2020 года количество регионов, продемонстрировавших рост оборота розничной торговли в физическом выражении, увеличилось до 84 по сравнению с 72 в феврале 2019 года. В январе-феврале 2020 года количество регионов, продемонстрировавших рост оборота розничной торговли в физическом выражении, увеличилось до 83 по сравнению с 76 в январе-феврале 2019 года⁴.

За 2020г. Санкт-Петербург продемонстрировал рост доли в обороте розничной торговли (как и в целом Северо-Западный федеральный округ). Доля в обороте розничной торговле увеличилась также в Москве, Московской, Ленинградской, Тюменской, Челябинской и Саратовской области, Дальневосточной федеральном округе⁵.

¹ Презентация «От офлайн-ритейла к D2C» [D2C – direct to consumer – продажа напрямую потребителю]. Представлена на конференции «Неделя ритейла 2020» (ноябрь 2020г.). М.: 2020. С.11-12.

² Розничные торговые сети по продаже продуктов питания. С.271-273.

³ Там же. С.37-45.

⁴ Отраслевой обзор Infoline Retail Russia «Состояние потребительского рынка и Рейтинг торговых сетей FMCG России (март 2020)». СПб.: Информационное агентство «ИНФОЛАЙН», 2020. С.54-55.

⁵ Розничная торговля Food и потребительский рынок России 2021 года. Итоги 2020 года и перспективы развития до 2023 года» (дата выхода 31.03.2021). СПб.: Информационное агентство «ИНФОЛАЙН», 2021. С.124.

Стабильный рост розничной сетевой торговли, постепенное вытеснение традиционной торговли указывает на актуальность настоящего исследования. Таблица 13 указывает рейтинг торговых сетей по количеству торговых объектов (магазинов) на март, 2020г.

Таблица №13. Рейтинг российских торговых сетей (критерий – количество магазинов) (март, 2020г.)¹

№ п/п	Основное операционное юридическое лицо	Бренд	Форматы ²	Тип ³	Количество объектов
1 ⁴	X5 Retail Group (ТД Перекресток, АО)	Пятерочка Перекрёсток Карусель Перекресток-Экспресс все бренды	Д С Г М все форматы	У У У У У	13 917 771 91 165 14 944
2	Магнит, ПАО (Тандер, АО)	Гипермаркет Магнит Магнит Магнит Семейный Магнит-ОПТ Магнит-Косметик все бренды	Г Д С М все форматы	У У У У У	241 13 909 226 4 847 19 223
3	ГК «Красное&Белое»	Красное&Белое	М	У	8 433
4	ДИКСИ Юг, АО	ДИКСИ Минимарт Мегамарт Дешево, Квартал Виктория, Моя Виктория Cash все бренды	Д С Г М С Г все форматы	У У У У У У У	2 514 18 22 50 71 1 2 676
5	Альбион-2002, ООО	Бристоль, Бристоль-Экспресс и др.	М	С	3 395
6	DKBR Mega Retail Group Limited	Все бренды	Все форматы	У, С	13 807
7	Лента, ООО	Лента Лента все бренды	Г С все форматы	У У У	249 131 380
8	Auchan Retail Россия (Ашан, ООО; Атак, ООО)	АШАН, АШАН СИТИ, АШАН супермаркет, Мой АШАН	Г, С, М	У	277
9	МЕТРО Кэш энд Керри, ООО	МЕТРО, МЕТРО Punct, real,-	Г, С	У	93
10	О'КЕЙ, ООО	О'КЕЙ	Г	У	78
11	Фреш Маркет, ООО	ДА!	Д	У	100
12	ГК «О'КЕЙ»	Все бренды	Все форматы	У	178
13	SPAR (все юридические лица)	SPAR, EUROSPAR, SPAR Express, INTERSPAR	Г, С, М	У	376
14	ГК «Монетка» (Элемент-Трейд, ООО)	Монетка, Райт	Г, С, Д	У	1 613
15	Городской супермаркет	Азбука Вкуса, АБ МАркет, АВ Daily, Энотека	Г, С, М	У	173
16	ГК «Мария Ра»	Мария-Ра	С, Д	У	1 178
17	ГК «Торгсервис»	Светофор, Маяк	Г, Д	У	1 446
18	ВкусВилл, ООО	ВкусВилл	М	У	1 305
19	REWE Group (Билла, ООО)	Billa	С	У	172
20	ГК «Верный»	Верный	Д	У	800

Ситуация, сложившая на рынке розничной сетевой торговли с марта 2020г. в условиях распространения новой коронавирусной инфекции и мероприятий, проводимых в рамках противодействия пандемии COVID-19, с учетом

¹ Розничная торговля Food и потребительский рынок России 2021 года. Итоги 2020 года и перспективы развития до 2023 года» (дата выхода 31.03.2021). СПб.: Информационное агентство «ИНФОЛАЙН», 2021. С.19-22.

² Г – гипермаркет, С – супермаркет, Д – дискаунтер, М – магазин у дома.

³ У – универсальная, С – специализированная.

⁴ Всего в Отраслевом обзоре представлено 60 российских федеральных розничных торговых сетей.

повышенного спроса на продукты питания и товары первой необходимости, еще больше повлияла на развитие и рост сетевого рынка.

11 марта 2020 года ВОЗ объявила о пандемии коронавируса. Это совпало с началом крупнейшего за последние 33 года обвала на всех мировых биржах. Одновременное снижение на фондовых и товарных рынках и беспрецедентные меры по ограничению передвижения населения повышают вероятность глобальной рецессии, которая последний раз была зафиксирована в ходе мирового финансового кризиса – по итогам 2009 года мировой ВВП сократился на 2,5%.

16 марта 2020 года на первом заседании Координационного совета в числе ключевых антикризисных мер премьер Михаил Мишустин и вице-премьер Андрей Белоусов назвали поддержку отрасли торговли, которая упростит ее функционирование и поможет сформировать достаточный запас товаров первой необходимости (например, с 17 марта сроком на один месяц отменено ограничение в городской черте для транспорта торговых сетей, а также запущен на таможне "зелёный коридор" для продовольственных и непродовольственных товаров первой необходимости, которые будут закупаться крупными торговыми сетями и импортёрами).

2 апреля 2020 года в СМИ был опубликован предварительный список системообразующих предприятий Правительства РФ. В его состав вошли в том числе 71 компания оптовой и розничной торговли (в том числе сети FMCG X5 Retail Group, "Магнит", "Лента", "Дикси", "О'Кей", METRO, "Гиперглобус", "ВкусВилл" и др.).

25 марта 2020 года Президент РФ в обращении к населению России объявил неделю с 28 марта по 5 апреля нерабочей с сохранением зарплаты¹. 2 апреля 2020 года Президент РФ установил нерабочие дни с 4 по 30 апреля 2020 года с сохранением заработной платы за исключением организаций непрерывного производства, медицинских, аптечных, продовольственных, финансовых и ряда

¹ Указ Президента РФ от 25.03.2020 №206 «Об объявлении в Российской Федерации нерабочих дней» [Электронный ресурс]. Доступ из справочно-правовой системы «КонсультантПлюс».

других¹. 29 марта 2020 года Мэр Москвы, Сергей Собянин ужесточили правила самоизоляции для всех жителей региона². Указом устанавливается необходимо соблюдать дистанцию не менее 1,5 метра на улице, в магазине, общественном транспорте и других общественных местах. Исключение вводится для поездок на такси. В магазинах и других местах скопления людей необходимо нанести специальную разметку, а также не допускать нахождения большого количества человек внутри помещения и на прилегающей территории. Также, согласно указу, с 30 марта 2020 года граждане могут покидать место проживания в следующих случаях: при обращении за экстренной (неотложной) медицинской помощью и при иной прямой угрозе жизни и здоровью; в случае следования к месту (от места) осуществления деятельности (в том числе работы), которая не приостановлена в соответствии с настоящим указом; для совершения покупок в ближайшем работающем магазине или аптеке; для выгула домашних животных на расстоянии не более 100 метров от места проживания (пребывания); если нужно вынести мусор. Аналогичные меры были введены более чем в 15 регионах страны, в т.ч. Московской области и Санкт-Петербурге.

27 марта 2020 года Михаил Мишустин сообщил, что объявленные в Москве ограничения должны быть распространены на всю страну – речь идет, в частности, о закрытии кафе, ресторанов, торговых центров. Коснулись ограничения и гостиниц, санаториев и детских лагерей. С 30 марта 2020 года премьер-министр Правительство России поручило временно ограничить движение через автомобильные, железнодорожные, пешеходные, речные и смешанные пункты пропуска через границу России, а также через сухопутный участок границы с Белоруссией из-за коронавируса COVID-19³. Ограничения,

¹ Указ Президента РФ от 02.04.2020 №239 «О мерах по обеспечению санитарно-эпидемиологического благополучия населения на территории Российской Федерации в связи с распространением новой коронавирусной инфекции (COVID-19)» [Электронный ресурс]. Доступ из справочно-правовой системы «КонсультантПлюс».

² Указ Мэра Москвы от 29.03.2020 №34-УМ «О внесении изменений в указ Мэра Москвы от 5 марта 2020г. №12-УМ» [Электронный ресурс]. Доступ из справочно-правовой системы «КонсультантПлюс».

³ Распоряжение Правительства РФ от 27.03.2020 №763-р (ред. от 16.03.2021) «О временном ограничении движения через автомобильные, железнодорожные, переходные, речные и смешанные пункты пропуска через государственную границу Российской Федерации, а также через сухопутный участок российско-белорусской государственной границы» [Электронный ресурс]. Доступ из справочно-правовой системы «КонсультантПлюс».

частично действие и в настоящее время, существенно влияют на рост рынка розничной сетевой торговли.

В связи с распространением новой коронавирусной инфекции произошли значительные изменения в организационных формах розничной сетевой торговли. В настоящее время наблюдается значительный рост он-лайн торговли (в том числе в сегменте food – «Delivery Club», «Яндекс-маркет», «Озон-Экспресс», «Утконос», «WildBerries», «Самокат», «СберМаркет» и другие e-commerce трейдеры), которая активно перетягивает трафик традиционных оф-лайн-торговых площадок. Процесс бурно протекает в течении последних полутора лет и в настоящее время нет четкой текущей оценки, когда обозначенный процесс перейдет в устойчивый баланс между традиционной и новой e-commerce (электронной) торговлей. Эксперты отмечают, что в I кв. 2021г. постепенное снижение оборота традиционной розничной торговли продолжилось. В I кв. 2021г. online-продажи продовольственных товаров в России выросли примерно на 15% к IV кв. 2020г. и почти в 4 раза к I кв. 2020г. Одним из ключевых драйверов роста рынка становится сегмент экспресс-доставки (до 60 минут). В 2021г. темпы развития сервисов экспресс-доставки ускорились. До конца года подобные сервисы будут доступны уже во всех крупнейших городах. В 2020г. рынок экспресс-доставки продуктов питания вырос до 43 млрд руб., причем более 90% пришлось на «X5 Retail Group», «Самокат», «Яндекс.Лавку» и «ВкусВилл». По прогнозам специалистов, к 2022г. доля экспресс-доставки в общем обороте online-торговли Food России может приблизиться к 40%¹.

Этот процесс отражается и на магазинных кражах. Посетители (в том числе магазинные воры) в пандемию не посещают традиционные торговые залы в прежнем объеме, время восстановления торгового трафика не известно. Также не ясно, после пандемии посетители (в том числе магазинные воры) будут ли посещать традиционные торговые залы в прежнем объеме.

¹ Презентация «Foodtech. Online-торговля и службы доставки. Рейтинг INFOLine Russia TOP online food retail». СПб.: Информационное агентство «ИНФОЛАЙН», 2021. С.1-3.

Аналитики отмечают, что в 2020 году рынок FMCG продолжил расти, однако темпы роста снизились в сравнении с годом ранее¹. Наибольшие темпы роста в 2020 году наблюдаются у каналов, отвечающих новым запросам покупателей: жесткие дискаунтеры (низкие цены), e-commerce (бесконтактные покупки) и магазины у дома (шаговая доступность).² Тренды, которые появились в период карантина, в период самоизоляции: потребители стали чаще готовить и чаще заказывать продукты через сайт/приложение³ (+26,6% в 2020г., лидеры – дискаунтеры и гипермаркеты⁴). Ключевыми выводами аналитиков являются: 1. FMCG рынок продолжит свой рост несмотря на снижение доходов; 2. покупательское поведение претерпело изменения в моменте, в частности, привело к росту продаж СТМ (собственная торговая марка); 3. промо не потеряет своей актуальности, так как это одна из основных стратегий экономии, промо будет больше; 3. существенные изменения претерпели каналы торговли: активное развитие в период самоизоляции получили магазины у дома и канал e-commerce; новые растущие каналы получили значимую долю и возможности к дальнейшей экспансии на рынке⁵. По глобальным прогнозам, доля FMCG онлайн канала в 2024 году достигнет 10%⁶.

Представленные данные по структурам рынка сетевой розницы России и Санкт-Петербурга как лидирующего города по проникновению сетевой торговли в торговлю традиционную показывают актуальность криминологического исследования краж в розничной сетевой торговле. Хищения в магазинах являются повседневной, ежеминутной и всесезонной преступностью. Охватить в рамках диссертационного исследования магазинные кражи во всей российской сетевой рознице не представляется возможным, в связи с чем автором применяется метод выборки.

¹ Презентация «От офлайн-ритейла к D2C» [D2C – direct to consumer – продажа напрямую потребителю]. Представлена на конференции «Неделя ритейла 2020» (ноябрь 2020г.). М.: 2020. С.20.

² Там же. С.23.

³ Там же. С.25.

⁴ Там же. С.96-97.

⁵ Там же. С.30.

⁶ Там же. С.108.

Зарегистрированная преступность представлена данными ИЦ ГУ МВД по Санкт-Петербургу и Ленинградской области по ст.158 УК РФ. Критерий выборки статистических данных – «магазин». Регион исследования – Россия. Период исследования с 2001г. по 2018г. *Незарегистрированная преступность* представлена данными о задержаниях лиц, совершивших кражи из магазинов («магазинных воров») охранными компаниями в сети с форматами гипер-, супермаркет. Период исследования с 2011г. по 2016г. Для распределения статистических данных по стоимости товара задержания условно разделены на «административные» (при сумме ущерба до 1 000 руб.) и «уголовные» (при сумме ущерба более 1 000 руб.). Отказы охранных и розничных сетей в предоставлении информации предстали преградой во всестороннем исследовании незарегистрированной преступности, в связи с чем в исследовании представлены лишь одна федеральная розничная торговая сеть. Наименование сети является коммерческой тайной и не раскрываются. Некоторые розничные сетевые компании, кроме того, с охранными и сопутствующими работе сетевой розницы компаниями не сотрудничают, предпочитая проводить профилактические мероприятия посредством контролеров и администраторов торгового зала. Сбор статистики о задержаниях, следовательно, существенно затруднен, так как не все противоправные деяния регистрируются охранными компаниями. Такими сетями являются «Карусель», «Перекресток» и «Пятерочка» (Компания X5 Retail Group), «Семья», «Spar», «ИдЕя» (ТД «Интерторг»), «Магнит», «Дикси» и «Полушка». В получении статистических данных отказано такими сетями, как «АШАН», «МЕТРО» и «Prisma», являющимися международными компаниями и не раскрывающими данные о задержании «магазинных воров». Кроме того, поскольку потерпевшим от магазинной кражи является юридическое лицо (розничная торговая сеть, например, ООО «Лента»), в большинстве случаев сети предпочитают не обращаться в полицию с соответствующими заявлениями, а разрешают ситуацию «на месте». Магазинные кражи в подавляющем большинстве случаев, таким образом, являются латентными.

Правовое регулирование профилактики магазинных краж в России представляет собой нормативную базу, регуливающую общественные отношения ритейл (магазин) – покупатель (потребитель) и состоит из следующих нормативно-правовых актов: Конституция РФ (ред. от 01.07.2020) (ст.ст. 35, 37, 38, глава 2 «Права и свободы человека и гражданина»), Уголовный кодекс РФ (ред. от 05.04.2021, с изм. от 08.04.2021) (ст.ст.158, 158¹ УК РФ), Кодекс РФ об административных правонарушениях (ред. от 05.04.2021) (ст.ст.7.17,7.27 КоАП РФ), Закон РФ «О частной детективной и охранной деятельности в Российской Федерации» от 11.03.1992 №2487-1 (ред. от 27.12.2019) (далее по тексту – Закон о ЧОД) и др. Специалисты Компании «An-Security» акцентируют, что противодействие шоплифтингу силами физической охраны затруднена правовым регулированием исследуемой сферы. Эксперты указывают, что «существуют огромные правовые препятствия, круг представленных охране прав усечен». Частный охранник (т.е. квалифицированный сотрудник охранной организации, сдавший квалификационный экзамен и имеющий лицензию), находящийся на различных постах магазина любого формата, «является гражданином, наделенным дополнительными правами». Приоритетными направлениями деятельности охранной компании являются охрана жизни и здоровья граждан, охрана товарно-материальных ценностей¹.

Правовой статус частного охранника установлен ст.11.1 Закона о ЧОД. В соответствии с абз.2 ст.1 Закона о ЧОД на граждан, осуществляющих частную детективную и охранную деятельность, действие законов, закрепляющих правовой статус работников правоохранительных органов, не распространяется (федеральный закон «О службе в органах внутренних дел Российской Федерации и внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации» от 30.11.2011 №342-ФЗ (в ред. от 08.12.2020), федеральный закон «О прокуратуре Российской Федерации» от 17.01.1992 №2202-1 (ред. от 30.12.2020), федеральный закон «О полиции» от 07.02.2011 №3-ФЗ (ред. от

¹ Экспертное мнение получено автором исследования посредством опроса и интервью экспертов Корпоративного университета Компании «An-Security» 15.12.2016, Санкт-Петербург.

05.04.2021) и др., а также права и обязанности, предусмотренные ст.ст.38-41 Уголовно-процессуального кодекса РФ от 18.12.2001 №174-ФЗ (в ред. от 05.04.2021, с изм. от 13.04.2021).

Ст.3 Закона о ЧОД устанавливает виды охранных услуг (защита жизни и здоровья граждан; охрана объектов и (или) имущества; консультирование и подготовка рекомендаций клиентам по вопросам правомерной защиты от противоправных посягательств; обеспечение внутриобъектового и пропускного режима на объектах) и указывает, что организации, осуществляющие частную охранную деятельность, оказывают содействие правоохранительным органам в обеспечении правопорядка, в том числе в местах оказания охранных услуг. Эксперты Компании «Император» дополняют, что под содействием правоохранительным органам подразумевается: 1. Выявление, задержание и передача правонарушителей (магазинных воров) полиции с соответствующим материалом, 2. Пресечение хулиганских действий, 3. Поддержание общественного порядка, 4. Профилактика противоправных действий. Эксперты отмечают, что хулиганские действия составляют 90-95% от общего числа противоправных действий в магазине. Особую опасность составляют группы профессиональных воров. Ущерб от деятельности профессиональных воров составляет 80%-90%¹. Ст.7 Закона о ЧОД устанавливает запрет на совершение частными охранниками следующего: прибегать к действиям, посягающим на права и свободы граждан; совершать действия, ставящие под угрозу жизнь, здоровье, честь, достоинство и имущество граждан. Охранникам запрещается использовать методы сыска. Ст.12 Закона о ЧОД также указывает, что лицо, совершившее противоправное посягательство на охраняемое имущество либо нарушающее внутриобъектовый и (или) пропускной режимы, может быть задержано охранником на месте правонарушения и должно быть незамедлительно передано в орган внутренних дел (полицию). Условия применения физической силы, специальных средств (наручники и резиновая палка) и огнестрельного

¹ Экспертное мнение получено автором исследования посредством опроса и интервью экспертов Компании «Император» 19.05.2017, Санкт-Петербург.

оружия установлены ст.16 Закона о ЧОД. В частности, при применении физической силы и специальных средств охранник обязан предупредить о намерении их использовать; стремиться к тому, чтобы любой ущерб, причиненный при устранении опасности, был минимальным; обеспечить лицам, получившим телесные повреждения, первую помощь.

Следовательно, частный охранник обладает определенными правами при осуществлении охранной деятельности, но не обладает правами сотрудника правоохранительных органов (право на задержание – ст.14 федерального закона «О полиции» от 07.02.2011 №3-ФЗ (ред. от 05.04.2021), право требования от граждан прекращения противоправных действий; право проверки у граждан документов, удостоверяющих их личность; право требования от лиц, подозреваемых в совершении преступления, административного правонарушения, оставаться на месте до прибытия представителей территориального органа или подразделения полиции либо представителей других правоохранительных органов, а также право доставки лиц, подозреваемых в совершении преступления, административного правонарушения, в служебное помещение территориального органа или подразделения полиции, в помещение муниципального органа, в иное служебное помещение – ст.28 федерального закона «О полиции» от 07.02.2011 №3-ФЗ (ред. от 05.04.2021), право личного обыска и досмотра личных вещей – ст.184 Уголовно-процессуального кодекса РФ от 18.12.2011 №174-ФЗ (ред. от 05.04.2021, с изм. от 13.04.2021), право доставления – ст.27.2 Кодекса РФ об административных правонарушениях (ред. от 05.04.2021), право административного задержания – ст.27.3 Кодекса РФ об административных правонарушениях (ред. от 05.04.2021), право личного досмотра и досмотра вещей, находящихся при физическом лице – ст.27.7 Кодекса РФ об административных правонарушениях (ред. от 05.04.2021). Эксперты Корпоративного университета Компании «An-Security» указывают, что профессиональные воры, обладая знаниями о правах, обязанностях и ограничениях в работе частного охранника, а также нежелании полиции выезжать на место совершения противоправного деяния, злоупотребляют своими правами и противодействуют проведению

профилактических действий¹. Данный фактор значительно затрудняет проведение профилактики магазинных краж охранными компаниями и исключает профилактику при найме на работу администраторов зала и контролеров, не обладающими соответствующими правами охранника.

Таким образом, правовое регулирование профилактики магазинных краж нуждается в совершенствовании в части расширения прав частного охранника и предоставлении большего круга полномочий в противодействии магазинным кражам (личный обыск и досмотр вещей, также и в отношении несовершеннолетних, истребование документов, удостоверяющих личность и др.). Однако, эксперты Компании «Император» указывают, что наличие лицензии не предотвращает магазинную кражу и чаще обычный гражданин более эффективно может предотвратить магазинную кражу, поскольку частный охранник чрезмерно отягощен профессиональными ограничениями². И.Г. Чумарин отмечает, что любой человек, не только сотрудник полиции, имеет право на задержание лица, совершившее преступление³. Со ссылкой на выполнение гражданского долга посетителем магазина при задержании магазинного вора, эксперты Компании «An-Security» подчеркивают, что одновременно частный охранник при выполнении тех же действий ограничен правовыми запретами⁴. Таким образом, расширение прав частного охранника и предоставление большего круга полномочий для противодействия шоплифтингу предстает дискуссионным.

Данные ИЦ показывают, что в магазинах Санкт-Петербурга количество зарегистрированных краж в период 2001-2018гг. составляет 41 243 (таблица №14; диаграммы №№2-6 приложения №2). За 2001 год зарегистрирована 1 129 магазинная кража и за 2018 года, характеризующийся как год снижения в сравнении с предшествующими кризисными годами, – 1 963 магазинные кражи.

¹ Экспертное мнение получено автором исследования посредством опроса и интервью экспертов Корпоративного университета Компании «An-Security» 15.12.2016, Санкт-Петербург.

² Экспертное мнение получено автором исследования посредством опроса и интервью экспертов Компании «Император» 03.03.2017, Санкт-Петербург.

³ Чумарин И.Г. Предотвращение потерь в розничной торговле. С.89.

⁴ Экспертное мнение получено автором исследования посредством опроса и интервью экспертов Компании «An-Security» 17.10.2017, Санкт-Петербург.

Динамика магазинных краж в исследуемый период демонстрирует стабильное повышение – магазинные кражи удвоились. Рост города, отодвигание территориальных границ городских районов и строительство районов новых повлияло на увеличение магазинных краж. В городе можно выделить районы с минимальными и максимальными показателями зарегистрированных краж из магазинов¹. 2007 год необходимо выделить как год резкого роста краж из магазинов (4 788). 2008 год также демонстрирует высокий показатель – 3 919. После 2008г. количество зарегистрированных краж из магазинов не превышает показатель в три тысячи. Кризисные явления в экономики России с первой половины 2009г. не повлияли на динамику магазинных краж в связи с профилактическими мероприятиями, проводимыми охранными структурами, а также службами безопасности сетей на опыте профилактических мероприятий 2007-2008гг. Констатируя резкий подъем магазинных краж в 2007-2008гг., важно акцентировать, что после 2008г. магазинные кражи демонстрируют и снижение, и увеличение, однако относительно низких первоначальных показателей уже не достигают. С 2009-2010гг. после снижения краж из магазинов снова наблюдается их увеличение.

Похожая динамика пролеживается и в следующем предкризисном и кризисном периоде 2013-2016гг. – в условиях 90%-го охвата розничной торговлей города и активизации магазинных воров на торговых объектах службы внутренней безопасности и охранные организации предприняли обновленные и дополнительные профилактические меры для противостояния и снижения магазинных краж.

Важно подчеркнуть, что с совершенствованием методов шоплифтеров обновляются стратегия и методика профилактики. Каждый скачек магазинных краж сопровождается обновленными усовершенствованными профилактическими мероприятиями, усилением обеспеченности антикражным оборудованием,

¹ См. подробнее: Лебедь А.Л. Социальный контроль магазинных краж (на материалах Санкт-Петербурга) / А.Л. Лебедь // Система профилактики преступности: современное состояние, проблемы и перспективы развития [Электронный ресурс]: Материалы межведомственного Круглого стола. Санкт-Петербургский университет МВД России, 26.10.2018 / сост.: Н.А. Корсикова. С.163-168.

изменением профилактической стратегии. Экономический кризис середины 2014г. повлиял на достаточно высокие показатели совершаемых магазинных краж (2 923 в 2014г.). 2016г. можно обозначить как год стабильного снижения магазинных краж. Количество краж, совершенных на торговых объектах Санкт-Петербурга в 2016г. понизилось до 2 348, что с 2011г. является минимальным показателем. Динамика 2017-2018гг. демонстрирует небольшой рост (1 794 в 2017г. и 1 963 в 2018г.). Названные районы повышенной криминальной активности сохраняются. Пиковых показателей 2007г. и 2015г. магазинные кражи не достигают.

Таблица №14. Динамика зарегистрированных краж из магазинов в Санкт-Петербурге (2001-2018 гг.).

ГОД / РАЙОН	Адмиралтейский	Василеостровский	Выборгский	Калининский	Кировский	Колпинский	Красногвардейский	Красносельский	Кронштадтский	Курортный	Московский	Невский	Петроградский	Петродворцовый	Приморский	Пушкинский	Фрунзенский	Центральный	ИТОГО
2001	54	45	77	139	90	1	65	56	1	7	219	89	33	3	60	3	106	81	1 129
2002	43	30	81	59	32	1	39	14	2	6	79	65	30	8	49	12	54	68	672
2003	33	33	120	29	57	1	69	57	0	2	94	76	48	8	125	5	96	72	925
2004	116	32	204	59	67	2	68	55	3	6	145	97	41	18	185	11	116	93	1 318
2005	133	46	202	66	117	4	64	78	6	6	125	149	70	28	316	20	90	143	1 663
2006	136	49	211	90	148	2	50	96	4	5	93	137	69	20	253	19	148	125	1 655
2007	281	164	481	380	348	6	288	340	13	13	358	497	146	102	528	107	497	239	4 788
2008	300	43	328	324	352	37	311	296	27	9	290	540	161	63	333	56	241	208	3 919
2009	151	48	259	184	186	7	148	126	1	1	239	243	63	29	189	15	78	109	2 076
2010	178	46	251	172	222	16	141	108	2	0	213	252	37	9	238	24	204	124	2 237
2011	141	100	237	212	149	27	147	156	2	0	133	271	46	13	237	27	194	286	2 378
2012	169	122	281	258	197	39	150	177	4	3	162	394	95	21	266	39	231	307	2 915
2013	200	112	231	232	193	36	144	242	6	12	148	341	45	10	223	42	230	297	2 744
2014	193	128	271	306	138	35	165	276	9	23	214	309	40	18	266	70	257	205	2 923
2015	219	153	278	456	197	53	249	324	7	15	299	338	74	18	453	52	375	236	3 796
2016	149	108	182	296	81	29	186	161	26	13	223	191	52	22	175	54	204	196	2 348
2017	102	66	173	180	170	36	106	87	6	11	107	172	60	20	186	29	117	166	1 794
2018	87	96	250	175	163	30	151	96	6	9	78	171	41	23	201	25	150	211	1 963
ИТОГО	2 496	1 259	3 694	3 262	2 574	296	2 284	2 562	113	121	3 034	3 989	1 050	390	3 896	556	3 121	2 789	37 486

Таблица №15 характеризует лиц, совершивших кражи из магазинов Санкт-Петербурга (период 2001-2018 гг.).

Таблица №15. Характеристика лиц, совершивших кражи из магазинов («магазинных воров») в Санкт-Петербурге (2001-2018 гг.).

Год / показатель	Всего раскрыто	Пол		Социальная принадлежность						В сост. алк опьянения	В состоянии нарк. опьянения
		Муж.	Жен.	Рабочие	Служащие	Пенсионеры	Учащиеся (студенты)	Без пост. источника дохода	Безработные		
2001	455	-	112	41	6	2	49	360	0	20	4
2002	259	-	56	36	5	3	19	193	0	17	1
2003	667	-	145	90	19	5	39	505	1	35	1
2004	983	-	188	138	19	14	48	748	8	44	1
2005	1 164	-	277	133	14	2	31	952	10	34	2
2006	1 167	-	255	110	35	5	41	944	6	25	3
2007	2 826	-	738	301	63	35	91	2 309	3	54	3
2008	4 178	-	937	432	83	60	140	3 399	26	32	1
2009	1 872	-	499	186	40	9	58	1 549	12	6	1
2010	1 969	-	455	204	39	9	65	1 592	41	3	0
2011	2 053	-	592	228	48	7	136	1 599	19	34	7
2012	2 586	-	641	343	40	12	134	1 943	79	66	24
2013	2 413	-	651	335	44	10	176	1 682	163	44	10
2014	2 416	-	613	402	40	24	162	1 635	161	41	7
2015	3 091	-	870	496	45	25	180	2 109	218	77	2
2016	2 258	-	715	371	17	22	136	1 683	19	57	1
2017	1 376	-	398	228	6	12	82	1 046	0	30	2
2018	1 417	-	406	273	10	13	65	1 082	2	40	1
ИТОГО	33 150	-	8 548	4 347	573	269	1 652	24 330	768	659	71

В исследуемый период социальные группы демонстрируют стабильный рост. «Женское», «мужское» или «молодежное» магазинная кража преступление – формулирование точного вывода не представляется возможным, поскольку магазинные кражи совершаются всеми возрастными категориями примерно в равном соотношении. Однако мужчины совершают магазинные кражи чаще, чем женщины. Несовершеннолетние совершают кражи из магазинов реже, но относительно низкий показатель преступности несовершеннолетних исследуемого вида преступности обусловлен высоким уровнем латентности магазинных краж. Наибольшие показатели среди магазинных воров демонстрирует стабильно быстро растущая группа лиц без постоянного источника дохода¹.

При характеристике лиц, совершивших магазинные кражи по районам Санкт-Петербурга, необходимо, по мнению автора, обратиться к районам

¹ См. подробнее: Лебедь А.Л. Социально-демографическая характеристика лиц, совершивших кражи из магазинов (на материалах Санкт-Петербурга) / А.Л. Лебедь // Вестник Казанского юридического института МВД России. 2019. №2(36). С.143-149.

повышенной криминальной активности: Невский, Приморский, Выборгский, Калининский, Московский и Фрунзенский по наиболее криминально активным социальным группам: лица без постоянного источника дохода, рабочие и учащиеся, студенты (таблица №16).

Таблица №16. Характеристика лиц, совершивших магазинные кражи по районам повышенной криминальной активности Санкт-Петербурга (2001-2018гг.).

Социальная группа / год	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	ИТОГО
НЕВСКИЙ РАЙОН																			
Без пост. источника дохода	48	21	51	48	76	60	248	462	185	195	215	292	215	238	256	141	95	110	2956
Рабочие	5	10	11	7	17	6	20	53	20	14	20	24	30	42	58	24	16	13	390
Учащиеся (студенты)	4	2	3	1	0	4	13	9	2	4	8	6	8	5	5	7	5	2	88
ПРИМОРСКИЙ РАЙОН																			
Без пост. источника дохода	28	21	67	124	238	211	322	295	154	159	172	203	164	143	238	130	103	122	2894
Рабочие	1	1	6	9	8	10	25	27	13	8	13	26	31	18	37	30	29	25	317
Учащиеся (студенты)	2	0	8	7	6	4	4	5	1	4	9	5	9	10	17	7	8	16	122
ВЫБОРГСКИЙ РАЙОН																			
Без пост. источника дохода	22	28	75	121	116	138	185	303	197	191	168	189	102	76	67	109	89	113	2289
Рабочие	3	3	11	41	36	27	30	45	16	18	21	21	20	39	40	22	15	22	430
Учащиеся (студенты)	0	1	4	9	4	4	8	10	6	2	3	1	5	9	14	1	4	5	90
КАЛИНИНСКИЙ РАЙОН																			
Без пост. источника дохода	18	9	13	28	33	43	140	227	133	97	134	143	141	154	219	220	121	104	1977
Рабочие	3	1	7	5	5	9	17	40	18	22	41	62	43	36	69	57	31	24	490
Учащиеся (студенты)	4	0	3	0	0	2	4	8	2	2	4	8	10	10	18	21	3	7	106
МОСКОВСКИЙ РАЙОН																			
Без пост. источника дохода	43	20	46	94	81	50	175	212	166	135	92	110	97	116	153	156	63	49	1858
Рабочие	7	2	13	19	15	6	31	40	37	32	14	16	14	38	37	46	22	17	406
Учащиеся	16	8	2	11	3	2	13	34	14	15	14	19	22	31	29	15	19	3	27

я (студенты)																				0
ФРУНЗЕНСКИЙ РАЙОН																				
Без пост. источника дохода	35	22	66	91	67	108	292	250	63	135	127	173	129	157	224	163	63	73	238	
Рабочие	5	2	9	14	7	16	32	27	7	29	18	38	35	28	47	24	16	20	374	
Учащиеся (студенты)	4	3	3	5	4	4	8	15	3	8	16	7	16	15	29	20	9	4	173	

Приморский район Санкт-Петербурга демонстрирует максимальное количество лиц без постоянного источника дохода среди лиц, совершивших кражи из магазинов (2018г. – 2 894 кражи) и является районом максимальной криминальной активности исследуемого города в отношении совершения магазинных краж¹. Названный район сохраняет лидирующую позицию и на 31.12.2020г.

Незарегистрированная преступность характеризуется сведениями о задержаниях магазинных воров, совершивших кражи в розничных сетевых магазинах, предоставленные охранными компаниями, работающими в федеральной торговой сети с разными форматами магазинов (гипер-, супермаркет) России (таблица №17; диаграммы №№7-10 приложения №2).

¹ См. подробнее: См. подробнее: Лебедь А.Л. Социально-демографическая характеристика лиц, совершивших кражи из магазинов (на материалах Санкт-Петербурга) / А.Л. Лебедь // Вестник Казанского юридического института МВД России. 2019. №2(36). С.143-149.

Таблица №17. Данные о задержаниях лиц, совершивших кражи из розничных сетевых магазинов («магазинных воров») (Россия, 2011-2016гг.)¹

Регион	Кол-во, формат магазина	Месяц	2011		2012		2013		2014		2015		2016	
			Ст.7.27 КоАП РФ	Ст.158 УК РФ	Ст.7.27 КоАП РФ	Ст.158 УК РФ	Ст.7.27 КоАП РФ	Ст.158 УК РФ	Ст.7.27 КоАП РФ	Ст.158 УК РФ	Ст.7.27 КоАП РФ	Ст.158 УК РФ	Ст.7.27 КоАП РФ	Ст.158 УК РФ
Санкт-Петербург	22 (13 ГМ и 9 СМ) ²	Январь	2 429 ³	0	1 196	81	1 253	43	1 240	63	850	70	706	92
			402/2027	0/0	1019/177	79/2	1018/235	42/1	1042/198	63/0	734/116	70/0	680/126	91/1
		Февраль	2 350	101	1 253	49	1 216	49	1 169	46	791	42	1 005	109
			1868/482	100/1	1044/209	49/0	965/251	47/2	956/213	45/1	67/117	41/1	885/120	109/0
		Март	1 263	76	1 531	59	1 716	57	1 514	48	1 025	68	1 262	132
			1001/262	74/2	1216/315	56/3	1409/307	52/5	1242/272	44/4	850/175	67/1	1111/151	132/0
		Апрель	1 265	55	1 509	69	1 566	47	1 598	40	944	180	1 138	99
			1014/251	52/3	1220/289	54/15	1263/303	44/3	1250/348	39/1	786/158	179/1	941/197	97/2
		Май	1 103	43	1 540	58	1 444	33	1 434	52	1 008	75	1 091	104
			835/268	43/0	1240/300	54/4	1122/322	31/2	1132/302	52/0	899/109	75/0	916/175	104/0
		Июнь	1 165	33	1 443	64	1 328	46	1 098	49	949	62	897	54
			803/362	32/1	1117/326	58/6	1012/316	46/0	894/204	47/2	834/115	62/0	770/127	54/0
		Июль	1 145	36	1 311	76	1 054	59	985	32	769	61	771	33
			757/388	36/0	971/340	51/25	777/277	58/1	731/254	31/1	618/151	60/1	655/116	33/0
		Август	1 046	25	1 380	57	1 047	49	1 100	32	789	77	856	34
			682/364	24/1	1056/324	55/2	767/280	47/2	790/310	30/2	628/161	77/0	744/112	34/0
		Сентябрь	1 136	31	1 434	71	1 185	57	927	50	999	76	850	37
			798/338	29/2	1124/310	70/1	961/224	56/1	717/210	1/49	813/186	76/0	768/82	37/0
		Октябрь	1 330	68	1 487	63	1 332	66	1 055	84	1 102	71	1 069	27
			1038/292	68/0	1189/298	60/3	1150/182	66/0	868/187	84/0	907/195	70/1	977/92	27/0
		Ноябрь	1 248	56	1 418	59	1 241	58	994	72	1 049	90	968	24
			1002/246	56/0	1119/299	58/1	1048/193	56/2	826/168	70/2	892/157	86/4	905/63	24/0
		Декабрь	1 387	63	1 434	78	1 366	80	1 067	98	1 041	90	1 029	37

¹ Наименование торговой розничной сети и адреса магазинов являются коммерческой тайной. Сбор статистических данных производился анонимно. Розничные торговые сети исследовались выборочно.

² С 2016г. – 16 (12 ГМ и 4 СМ). Абсолютные цифры по Санкт-Петербургу без изменения количества магазинов можно наблюдать в период 2011-2015гг. Изменение количества магазинов исследуемой розничной торговой сети объясняется ростом исследуемой торговой розничной сети в России и развитием рынка охранных услуг (применимо и к прочим регионам).

³ Данный показатель указывает общее количество противоправных деяний по формату торговой точки: соответственно гипермаркет (ГМ) и супермаркет (СМ).

		1167/220	62/1	1179/255	77/1	1149/217	78/2	853/214	96/2	878/163	90/0	986/43	37/0	
	Итого (статьи):	16 867	587	16 936	784	15 748	644	14 181	666	11 316	963	11 642	782	
	Итого (год):	17 454		17 720		16 392		14 847		12 279		12 424 ¹		
	ИТОГО по Санкт-Петербургу: 91 116, из них «административных» задержаний – 86 690, «уголовных» – 4 426													
Кубань (города Краснодар, Сочи)	4 (ГМ) ²	Январь	380	0	75	3	176	12	108	12	156	65	279	6
		Февраль	312	17	184	11	150	8	99	15	222	87	377	28
		Март	195	3	213	6	147	9	181	16	269	77	398	23
		Апрель	177	8	164	11	153	2	144	10	200	27	328	8
		Май	165	2	163	9	155	5	110	5	259	19	233	35
		Июнь	157	1	120	6	139	4	98	4	181	62	176	10
		Июль	174	8	145	2	141	7	109	18	305	17	159	28
		Август	169	3	162	9	104	7	142	12	119	22	175	7
		Сентябрь	127	7	167	10	108	11	106	6	139	26	209	4
		Октябрь	118	8	161	9	98	13	156	20	145	86	160	6
		Ноябрь	134	6	159	9	101	7	135	20	182	31	236	18
		Декабрь	111	15	176	14	163	21	121	42	201	41	355	10
		Итого (статьи):	2 219	78	1 889	99	1 635	106	1 509	180	2 378	560	3 085	183
		Итого (год)	2 297		1 988		1 741		1 689		2 938		3 268	
ИТОГО по региону Кубань: 13 921, из них «административных» задержаний – 12 715, «уголовных» – 1 206														

¹ Наблюдается увеличение задержаний по ст.158 УК РФ в сравнении с 2015г. несмотря на сокращение количества исследуемых магазинов, причиной является внедрение нового антикражного оборудования.

² С 2016г. исследовано 3 магазина (ГМ).

Поволжье (города Нижний Новгород, Тольятти)	2 (ГМ)	Январь	574	0	126	8	240	11	48	9	75	9	55	8
		Февраль	429	6	135	7	120	6	39	3	67	7	39	5
		Март	202	6	156	12	79	7	71	11	79	9	84	7
		Апрель	214	3	124	2	73	2	72	2	74	16	68	6
		Май	180	4	81	10	55	3	49	13	73	9	69	8
		Июнь	162	5	111	3	93	5	59	8	75	19	31	5
		Июль	149	5	100	4	51	1	61	10	42	14	39	6
		Август	190	3	119	2	64	7	57	9	70	6	522	0
		Сентябрь	147	9	157	7	48	3	51	6	45	4	557	3
		Октябрь	159	5	148	6	59	2	39	7	93	11	661	2
		Ноябрь	136	6	155	11	52	5	44	5	68	7	655	0
		Декабрь	134	8	137	9	48	12	62	13	75	11	772	3
		Итого (статьи):	2 676	60	1 549	81	982	64	652	96	836	122	3 552	53
		Итого (год):	2 736		1 630		1 046		748		958		3 605	
ИТОГО по региону Поволжье: 10 723, из них «административных» задержаний – 10 247, «уголовных» – 476														
Сибирь (города Омск, Иркутск, Новосибирск)	4 (3 ГМ и 1 СМ) ¹	Январь	611	0	314	2	349	13	222	23	232	42	666	25
			479/132	0/0	288/26	2/0	276/73	13/0	206/16	23/0	224/8	42/0		
		Февраль	522	8	304	26	331	15	323	5	233	36	235	45
			426/96	8/0	278/26	26/0	251/80	15/0	315/8	5/0	230/3	36/0		
		Март	228	4	330	28	345	21	431	14	242	46	313	35
			190/38	4/0	304/26	28/0	288/57	21/0	413/18	14/0	236/6	46/0		
		Апрель	278	10	342	19	351	6	293	16	247	43	260	20
			232/46	10/0	318/24	19/0	318/33	6/0	281/12	14/2	234/13	43/0		
		Май	228	4	344	14	346	11	313	12	183	43	265	9
			190/38	4/0	327/17	14/0	317/29	11/0	292/21	12/0	163/20	43/0		
		Июнь	174	11	288	13	322	14	209	11	214	20	177	8
			152/22	11/0	271/17	13/0	287/35	14/0	200/9	11/0	189/25	20/0		
		Июль	209	9	295	10	281	14	198	14	246	31	180	11
			183/26	9/0	275/20	10/0	250/31	14/0	186/12	14/0	220/26	31/0		
		Август	245	10	350	18	305	21	236	20	262	53	224	1
			203/42	10/0	316/34	18/0	275/30	21/0	232/4	20/0	224/38	53/0		

¹ За 2011г. исследовано 3 магазина (2 ГМ и 1 СМ), с 2012г. – 4 (3 ГМ и 1 СМ), с 2016г. – 3 ГМ.

		Сентябрь	281	7	348	12	376	25	229	17	280	50	172	3
			249/32	7/0	310/38	12/0	346/30	25/0	225/4	17/0	237/43	50/0		
		Октябрь	399	22	423	22	220	33	238	22	317	57	236	0
			347//52	22/0	372/51	22/0	299/21	33/0	226/12	22/0	292/25	54/3		
		Ноябрь	334	20	381	30	318	15	249	10	292	82	256	1
			290/44	20/0	329/52	28/2	303/15	14/1	241/8	10/0	262/30	81/1		
		Декабрь	369	19	428	21	360	25	295	68	385	49	289	7
			347/22	18/1	340/88	21/0	336/24	24/1	279/16	68/0	370/15	49/0		
		Итого (статьи):	3 878	124	4 147	215	3 904	213	3 236	232	3 133	552	3 273	165
		Итого (год):	4 002		4 362		4 117		3 468		3 685		3 438	
ИТОГО по региону Сибирь: 23 072, из них «административных» задержаний – 21 571, «уголовных» – 1 501														
Юг (города Волгоград, Ростов, Новочеркасск, Ставрополь)	7 (3 ГМ и 4 СМ) ¹	Январь	1 208	0	282	4	263	10	248	0	222	6	56	10
			529/679	0/0	189/93	4/0	138/125	10/0	107/141	0/0	122/100	5/1	29/27	10/0
		Февраль	852	2	273	4	257	4	218	2	171	9	117	3
			459/393	2/0	198/75	4/0	122/135	4/0	127/91	2/0	106/65	9/0	94/23	3/0
		Март	381	3	302	5	306	3	344	3	203	12	142	0
			254/127	3/0	216/86	1/4	150/156	3/0	177/167	3/0	109/94	7/5	109/33	0/0
		Апрель	310	2	199	0	305	0	315	3	172	7	138	2
			207/103	2/0	133/66	0/0	146/159	0/0	149/166	3/0	114/58	7/0	111/27	2/0
		Май	350	5	188	1	218	2	416	3	164	5	109	4
			193/157	5/0	126/62	1/0	127/91	2/0	177/239	3/0	105/59	3/2	80/29	4/0
		Июнь	291	1	158	5	210	1	416	0	163	6	128	3
			195/96	1/0	100/58	5/0	135/75	1/0	210/206	0/0	90/73	5/1	104/24	3/0
		Июль	246	7	179	2	224	2	340	4	154	13	119	3
			166/80	3/4	105/74	2/0	119/105	2/0	120/220	4/0	109/45	11/2	84/35	3/0
		Август	297	8	164	0	231	1	291	1	181	8	129	2
			261/36	8/0	110/54	0/0	147/84	1/0	84/207	1/0	99/82	7/1	104/25	2/0
		Сентябрь	432	15	202	2	239	3	230	3	154	4	160	1
			380/52	15/0	126/76	2/0	129/110	3/0	92/138	3/0	85/69	0/4	120/40	1/0
		Октябрь	313	1	266	1	255	2	174	2	217	6	137	1
			266/47	1/0	172/94	0/1	127/128	1/1	126/48	2/0	109/108	6/0	114/23	1/0

¹ С 2015г. исследовано 7 магазинов (3 ГМ и 4 СМ), с 2016г. – 3 магазина (2 ГМ и 1 СМ).

		Ноябрь	285	1	235	0	246	1	212	1	181	1	183	1
			241/44	1/0	156/79	0/0	123/123	1/0	133/79	1/0	107/74	1/0	152/31	1/0
		Декабрь	354	3	264	5	300	1	228	4	264	9	178	4
			270/84	3/0	150/114	5/0	153/147	1/0	133/95	4/0	156/108	9/0	143/35	4/0
		Итого (статьи):	5 319	48	2 712	29	3 054	30	3 432	26	2 246	86	1 596	34
		Итого(год):	5 367		2 741		3 084		3 458		2 332		1 630	
ИТОГО по региону Юг: 19 612, из них «административных» задержаний – 19 359, «уголовных» – 253														
Москва	6 (ГМ) ¹	Январь	-	-	97	5	113	2	123	5	121	3	316	17
		Февраль	-	-	106	4	111	8	155	7	108	4	201	16
		Март	-	-	134	3	121	6	170	2	131	4	277	26
		Апрель	-	-	96	1	115	2	156	5	122	4	341	22
		Май	-	-	131	2	79	1	211	2	102	6	331	19
		Июнь	-	-	127	1	73	5	162	5	104	11	355	17
		Июль	82	4	125	1	80	2	104	2	121	10	290	14
		Август	86	3	119	1	71	3	153	8	117	4	289	7
		Сентябрь	62	4	93	11	72	1	151	3	123	4	303	8
		Октябрь	106	8	108	0	89	0	140	3	112	6	279	9
		Ноябрь	87	16	90	10	60	3	155	2	140	0	366	11
		Декабрь	114	47	140	0	103	3	167	8	154	6	389	6
		Итого (статьи):	537	82	1 366	39	1 087	36	1 847	52	1 455	62	3 737	172
		Итого (год)	619		1 405		1 123		1 899		1 517		3 909	
		ИТОГО по региону г.Москва:10 472, из них «административных» задержаний – 10 029, «уголовных» – 443												

¹ За 2011г. исследовано 1 ГМ, с 2012г. – 2 ГМ, с 2014г. – 3 ГМ, с 2016г. – 6 ГМ.

Сведения характеризуют типологию криминальной активности российских посетителей в сетевой рознице периода 2011-2016гг. Исследуемые форматы – гипер-, супермаркет. Данные являются незарегистрированной преступностью, так как не в отношении всех задержанных лиц возбуждались уголовные дела. Представить социальную характеристику магазинных воров также не представляется возможным в связи с отсутствием соответствующего статистического учета.

Динамика магазинных краж в Санкт-Петербурге продемонстрирована на примере популярной федеральной торговой сети. В исследовании предоставлено 22 торговых объекта. Исследованы торговые объекты форматов гипермаркета – 13 магазинов и супермаркета – 9 магазинов. Важно подчеркнуть, что доля охранной компании, предоставившей сведения о задержании магазинных воров, в исследуемой розничной сети составляет 50%. Следовательно, возможно спрогнозировать увеличенную вдвое сумму задержаний только в одной розничной сети, что в несколько раз превышает статистические данные зарегистрированных магазинных краж. Данный вывод доказывает тезис о высокой латентности магазинных краж. Исследуемая торговая сеть стабильно растет в исследуемом регионе, однако в сети прослеживается тенденция снижения криминальной активности – с 17 454 задержаний в 2011г. до 12 279 задержаний в 2016г. Причинами, способствующими обозначенному снижению, выступают внедрение на торговые объекты регулярно обновляемого антикражного оборудования и повышение уровня профессионализма сотрудников полиции, охранных компаний и специалистов службы внутренней безопасности торговых сетей. Важно отметить, что представленные показатели являются существенно заниженными вследствие сокращения физической охраны торговых объектов (на 1,5%-2,5%). Генеральной тенденцией является значительное превышение «административных» задержаний над «уголовными». Гипермаркеты показывают более высокие показатели криминальной активности, чем супермаркеты. Эксперты указывают, что данный показатель может быть связан с отсутствием видеонаблюдения в супермаркетах. Также в супермаркетах отсутствует охранный

пост «кассовый узел». Однако фактически магазинных краж больше в супермаркетах. В большинстве случаев в супермаркетах производятся только «административные» задержания. Большая совокупная доля «уголовных» задержаний производится в гипермаркетах.

Максимальную криминальную активность магазинные воры демонстрируют в январе, феврале, марте, а также в октябре, ноябре и декабре. Летние месяцы демонстрируют минимальные показатели задержаний. Некоторая хаотичность, просматриваемая в росте (или снижении) задержаний на торговых объектах не в традиционные периоды (например, нехарактерное снижение уровня «административных» задержаний в январе 2011г. в гипермаркетах или июль 2021г., демонстрирующий не характерный высокий уровень «уголовных» задержаний в супермаркетах), указывает на модернизацию или неполадки антикражного оборудования.

Анализ данных по регионам России, полученных автором исследования, позволяет сделать следующие выводы. Представленные совокупные данные по регионам Кубань (города Краснодар, Сочи), Поволжье (города Нижний Новгород, Тольятти), Сибирь (города Омск, Иркутск, Новосибирск), Юг (города Волгоград, Ростов, Новочеркасск, Ставрополь) подтверждают присутствие и развитие магазинных краж в исследуемых регионах. Учитывая незрелость розничного сетевого рынка и также неравномерное, «лоскутное» развитие рынка охранных услуг в регионах, полноценное исследование магазинных краж не представляется возможным. Превалирующая тенденция небольшого количества «уголовных» задержаний и снижение магазинных краж в летний период сохраняется и в иных исследуемых регионах. Снижение «уголовных» задержаний во второй половине 2016г. (по ноябрь-декабрь 2016г.) в сравнении с предыдущим годом связано с увеличением стоимости похищенного имущества (товара) для наступления уголовной ответственности с 03.07.2016г.

В регионе Кубань исследовался формат гипермаркет. Неизменное число исследуемых магазинов – с 2011г. по 2015г. Традиционно наблюдается рост магазинных краж в декабре и январе. В 2011г. зафиксировано большое

количество задержаний, что связано с открытием магазинов, привлекающих потенциальных «магазинных воров». До 2015г. наблюдается снижение задержаний в связи с применением разработанного в кризисном 2011г. розничными и охранными компаниями опыта профилактики магазинных краж, однако с 2015г. магазинные кражи снова демонстрируют рост. Несмотря на уменьшение числа исследуемых магазинов, с 2016г. наблюдается рост задержаний. Регион, кроме указанного, демонстрирует нехарактерную для данного региона тенденцию – рост магазинных краж в летний период (июль, август), что связано со спецификой южного региона – большим количеством приезжающих отдыхающих, в т.ч. с перемещением на юг «магазинных воров».

В регионе Поволжье исследовалось два гипермаркета. Регион демонстрирует высокое количество задержаний в 2011г. с последующим спадом по 2016г. Максимальные показатели зафиксированы в 2016г. в течение года высокий уровень магазинных краж в декабре и январе, летний период характеризуется снижением.

В регионе Сибирь исследовались два формата магазина – гипермаркет и супермаркет. Неизменное число исследуемых магазинов с 2012г. по 2015г. (3 ГМ и 1 СМ). Динамика магазинных краж характеризуется как относительно стабильная. Кражи из магазинов демонстрируют незначительные как рост, так и снижение. Относительное снижение наблюдается к 2015-2016гг.

В регионе Юг исследовались два формата магазинов – гипермаркет и супермаркет. В исследуемый период необходимо выделить два стабильных периода: (1) 2011г.-2014г. – 5 магазинов (3 ГМ и 2 СМ) и (2) 2015г. – 7 магазинов (3 ГМ и 4 СМ). В первом периоде исследовано 5 магазинов (3 ГМ и 2 СМ). Максимальные показатели задержаний зарегистрированы в 2011г., далее наблюдается небольшой спад в 2012г. Период 2013-2014г. демонстрирует рост с последующей стабилизацией. В течение года максимальные показатели магазинных краж традиционно демонстрирует декабрь. Спад приходится на летний период. В гипермаркетах в целом задержаний больше, однако нередко показатели в супермаркетах выше, несмотря на их меньшее количество. Во

втором периоде исследовано 7 магазинов (3 ГМ и 4 СМ). Второй стабильный период традиционно демонстрирует пик краж в январе. Летний период характеризуется снижением. Несмотря на меньшее количество исследованных гипермаркетов, на данных торговых объектах зафиксировано больше и «уголовных», и «административных» задержаний. 2015г. в сравнении со всем прошлым исследованным периодом, несмотря на увеличение исследуемых магазинов, демонстрирует минимальное совокупное количество задержаний. Также 2015г. характеризуется максимальным за весь исследуемый период количеством «уголовных» задержаний.

В Москве нецелесообразно выделять стабильный период исследуемых магазинов в связи с их постоянным ростом, в связи с чем для анализа автором выбирается 2016г. В 2016г. в регионе исследовано 6 гипермаркетов. Максимальное количество «административных» задержаний показывает декабрь. Минимальное количество задержаний – февраль. В марте зафиксировано максимальное количество задержаний «уголовных», тогда как минимальное демонстрирует декабрь.

В 2020г. исследование уровня шоплифтинга крупнейшего федерального ритейлера в магазинах формата супермаркет (город Санкт-Петербург, период исследования 01.01.2019-31.12.2019)¹ вывод о присутствии магазинных краж в каждой торговой сети подтвердило². Данная сеть (полное исследование сети – 105 объектов) представляет 2,84% от общего числа торговых объектов розницы Санкт-Петербурга (3 700 торговых объектов). Следовательно, присутствие магазинных краж в сетевой рознице необходимо признать доказанным.

Опираясь на изложенное, автор формулирует выводы:

1. С расширением российского рынка сетевой розницы распространяются и магазинные кражи. Шоплифтинг присутствует в каждой сети.

¹ Подробнее см.: Лебедь А.Л. Розничная сетевая торговля как корпоративная жертва криминального поведения (по материалам г.Санкт-Петербург) / А.Л. Лебедь // Виктимология. 2020. №2(24). С.5-12.

² Наименование торговой розничной сети и адреса магазинов являются коммерческой тайной. Розничная торговая сеть выбрана методом случайной выборки. Статистические данные получены автором посредством опроса и интервью экспертов ПАО «X5 RETAIL GROUP» 17.02.2020 и 26.04.2021, Санкт-Петербург.

2. Санкт-Петербург занимает лидирующую позицию по внедрению розничной сетевой торговли в несетевую торговлю несетевую. Сетевой рынок исследуемого региона предстает зрелым, насыщенным рынком. Исследование магазинных краж в данном регионе позволяет смоделировать повсеместное присутствие магазинных краж и прогнозировать их дальнейшее распространение. Выводы исследования можно обозначить как полные и систематизированные.

3. В соответствии с данными ИЦ ГУ МВД по Санкт-Петербургу и Ленинградской области динамика зарегистрированных краж из магазинов в Санкт-Петербурге показывает стабильный рост. В заданный период исследования магазинные кражи выросли вдвое. Прослеживается положительная корреляция уровня магазинных краж и экономических кризисов в России (2007-2008гг., 2014г.). Присутствуют районы с минимальной и максимальной активностью магазинных воров. Растет стабильно каждая социальная группа. Лица без постоянного источника дохода среди магазинных воров представляет собой наибольшую по численности.

4. Сведения об «административных» и «уголовных» задержаниях, представленных федеральной охранной компанией, доказывают повсеместное присутствие шоплифтинга в каждой розничной сети на торговых объектах любого формата. Данные о задержаниях значительно превосходят полицейскую статистику, что доказывает высокую латентность исследуемого вида преступности. «Административных» задержаний больше, чем «уголовных». Гипермаркеты демонстрируют повышенную криминальную активность в сравнении с супермаркетами. Увеличение магазинных краж характерно для декабря, снижение – летом.

5. Новая коронавирусная инфекция и мероприятия, проводимые в рамках противодействия пандемии COVID-19 изменили «традиционную», «привычную» картина магазинных краж.

ГЛАВА 3. СОЦИАЛЬНЫЙ КОНТРОЛЬ НАД МАГАЗИННЫМИ КРАЖАМИ

§ 1. Социальный контроль над преступностью в обществе потребления

Новая преступность требует новых средств контроля. Контролю подлежит один из основных источников преступности в обществе потребления, являющийся криминогенным фактором – социально-экономическое неравенство и неравные возможности потребления. Изменению подлежат и принятые в обществе потребительские практики. Общесоциальное предупреждение как формальная часть социального контроля над преступностью сосредотачивается на переоценку потребления и снижение уровня социально-экономического неравенства. Субъектом названной части социального контроля является государство. *Специальное криминологическое предупреждение шоплифтинга* в России предстает формой неформального социального контроля, характеризуется введением самостоятельного субъекта – розничной сетевой торговли (ритэйла), обладающей большими антикриминогенными ресурсами для противодействия магазинным кражам и характеризует комплексную профилактику шоплифтинга.

Потребление и потребительские практики должны быть подвергнуты переоценке. Характеризуя насилие в обществе потребления, Ж. Бодрийяр акцентирует, что изобилие и насилие связаны и совместимы. Потребление и насилие необходимо анализировать вместе. Следовательно, для контроля над насилием необходимо пересмотреть идеи об изобилии¹. Д. Ванн, Т.Х. Нэйлор, Д.Д. Грааф социальный контроль над современным сформировавшимся обществом избыточного потребления именуют «лечением» и разделяют его на два направления: 1. добровольные персональные, общественные и профессиональные стратегии и 2. политические предписания. Люди ищут способ создания более устойчивого общества, свободного от синдрома «потреблячества». Главными показателями наличия/отсутствия синдрома являются работа, время,

¹ Бодрийяр Ж. Общество потребления. Его мифы и структуры. С.222.

долги и снижение доходов. Первый шаг – введение «дня без покупок», подталкивающим к переосмыслению поведения («поиск новых смыслов»). Итоговая проверка проводится путем соотнесения личной истории и системы ценностей с годовыми издержками, соотношением следования (или нет) собственным принципам («ежегодная личная налоговая декларация»). Новое потребление ориентировано на качество товаров, а не на потребление. Человек следует определенному поведению, направленному на личное финансовое оздоровление и включается в себя уровни: личность, профессия, общество. Необходимо понять, в чем человек действительно нуждается (чувство общности, творчество, сильные чувства, общение с природой). Необходимо учиться удовлетворять свои настоящие потребности вместо ложных, навязанных рекламодателями¹. Главный тезис – деньгами необходимо управлять разумным способом, учиться сокращать расходы, не накапливать долги и не покупать ненужные вещи. Выполнение определенных действий означает прекращение привычных повседневных занятий, переосмысление своей жизни².

При признании достижения обществом критической точки синдрома «потреблятства» вводится «карантин, когда необходимо вмешательство государства для реформирования общественного устройства, «располагающего к простой, умеренной жизни». Авторы указывают на необходимость разработки всесторонней стратегии, включающей управляющие органы всех уровней: от местных до федеральных, и построенной вокруг нескольких ключевых направлений деятельности: 1. уменьшение количества рабочих часов; 2. реорганизация налоговой системы и системы заработной платы; 3. корпоративная реформа, включая введение ответственности за полный жизненный цикл товара; 4. инвестирование в устойчивую инфраструктуру; 5. переадресация правительственных субсидий; 6. новая концепция защиты детей; 7. реформа

¹ Графф Д., Ванн Д., Нэйлор Т.Х. Потреблятство: Болезнь, угрожающая миру. С.132.

² Там же. С.127-128.

финансирования избирательных кампаний, 8. новая концепция экономического роста¹.

Д. Ритцер считая, что «макдональдизация преодолима», предлагает следующие действия по преодолению (гуманизации) макдональдизации как высокорационализованного потребительского общества (или действия по индивидуализации общества и индивида): 1. создание не-макдональдизированных институций, 2. коллективные меры по модификации макдональдизированной системы с ограничением ее негативного воздействия на общество, 3. индивидуальные способы приспособления жизни в макдональдизированном обществе. Результатом является создание более разумного человеческого мира. *Создание не-макдональдизированных институций* предполагает разработку менее рационализированных альтернатив, поощряющих не эффективное производство товаров и услуг или эффективную работу с клиентом, а «фокусируются на высоком качестве продуктов, а не на их большом количестве». Д. Ритцер отмечает, что можно воспользоваться всеми преимуществами макдональдизированного мира, но «не становиться его пленником». *Коллективными мерами* по модификации макдональдизированной системы являются использование не-рационализированных общественных ниш, например, занятий в небольших группах (вязание, рисование и др.), не-рационализированное рабочее время (даже в рационализированных компаниях) и не-рационализированные профессии (преподавание, работа в такси и др.), бегство из рационализированного общества, переселение из реальности (жизнь у моря, в лесу и др.). Д. Ритцер подчеркивает, что «если время и место не рационализированы – это пробуждает творческие силы», которые не развиваются в макдональдизированном обществе. *Индивидуальные действия* – это действия каждого потребителя по исключению макдональдизации из своей жизни. Д. Ритцер предлагает перечень индивидуальных рекомендаций: 1. бросить типовые дома и квартиры, обосноваться в нетипичном окружении; 2. делать все своими руками, при необходимости воспользоваться товарами и услугами не-

¹ Грааф Д., Ванн Д., Нэйлор Т.Х. Потреблятьство: Болезнь, угрожающая миру. С.157.

рационализированными (не сетевыми) заведениями (стоматология, оптика, юристы, парикмахерские); 3. использовать не кредитную карту, а наличные денежные средства; 4. звонить только в те службы, где гарантировано общение с живым человеком; 5. организовать группу протеста против злоупотребления макдональдизации (даже на рабочем месте, создавая более удобные условия труда); 6. при регулярном посещении Макдональдса знакомиться с другими постоянными посетителями; 7. ездить в отпуск в одно место, узнавая его и местных жителей; 8. избегать учебных предметов, в которых знания оцениваются на компьютере посредством коротких тестов и др.¹.

3. Бауман контроль глобализированного потребительского общества обозначает как результат стремления к порядку — безопасности, защищенности и определенности. Современная жизнь выстраивается вокруг иерархии глобального и местного. Глобальная свобода передвижения предстает знаком повышенного социального статуса. Одновременно неподвижность оценивается как заброшенность, поражение и неудавшаяся жизнь. Характер противоположных ценностей приобретают понятия «глобальный» и «местный», ценностей наиболее привлекательных или отталкивающих. Ценности занимают центральное место в жизни человека. Свобода означает прежде всего свободу выбора, а выбор приобрел пространственное измерение². Если 1% населения чувствует себя в безопасности и свободным, то оставшиеся 99% - нет. Если «верхучешья» («беловоротничковая») преступность «невесома», то преступность «низов» - наказуема. Соответственно, контроль над преступностью необходимо перенести в сферу 99% населения. 3.Бауман указывает на неспособность государства, как ранее, гарантировать безопасность и защищенность каждого³.

Снижение уровня социально-экономического неравенства и социального напряжения, выравнивание возможностей потребления возможно прежде всего посредством эффективного государственного воздействия в социально-экономической сфере, в т.ч. посредством разработки и внедрения эффективной

¹ Ритцер Д. Макдональдизация общества 5. С.450-495.

² Бауман З. Глобализация. Последствия для человека и общества. С.164-170.

³ Бауман З. Текущая современность. С.198-199.

системы мер по оказанию помощи малообеспеченным категориям лиц. От государственной социально-экономической политики зависят занятость населения, доходы, благосостояние и социально-экономическое выравнивание, снижение социального напряжения. Мерами выравнивания возможностей потребления являются: 1. повышение уровня жизни и благосостояния населения всеми уровнями государственной власти; 2. обеспечение рабочими местами, развитие рынка труда, равенство доступа к труду, снижение безработицы, повышение трудовой активности населения; 3. повышение прожиточного минимума и минимального размера оплаты труда; 4. помощь материнству, детству, семье (в т.ч. посредством оказания материальной, психологической, юридической помощи); 5. установление льгот для малообеспеченных категорий населения, оказание материальной помощи; 6. социальная поддержка конкретным группам людей, семьям, отдельным индивидам; 7. разработка программ по социальному обеспечению и преодолению бедности; 8. доступность образования всех уровней; 9. профилактика и снижение уровня алкоголизма и наркомании; 10. обеспечение высокого уровня социальной защищенности (образование, медицинская помощь, страхование); 11. разработка критериев социально-экономического мониторинга для выявления качества и уровня жизни граждан; 12. экономическая реформа (развитие предпринимательства).

Д. Стиглиц указывает на возможность сокращения уровня неравенства и предлагает следовать политике эффективности и справедливости посредством экономического и политического реформирования: 1. обуздание экономического сектора (в том числе экономическая мобильность); 2. строгая и эффективная реализация законов о конкуренции; 3. улучшение корпоративного управления; 4. многоуровневая реформа закона о банкротстве; 5. закрытие государственных раздач (гос.активы и гос.закупки); 6. прекращение корпоративного благосостояния («атака на монополии»); 7. правовая реформа (демократизация доступа к правосудию и уменьшение гонки вооружений); 8. налоговая реформа (прогрессивное налогообложение); 9. улучшение доступа к образованию; 10. создание системы накопления денежных средств для простых граждан; 11.

доступное здравоохранение и усиление иных социальных программ; 12. политика поддержания полной занятости и создание новых рабочих мест (основа - денежно-кредитная политика для поддержания полной занятости); 13. корректировка торгового дисбаланса (инвестирование в собственные формирующиеся рынки); 14. устранение наследия дискриминации; 15. перенаправление инвестиций и инноваций для сохранения рабочих мест и окружающей среды¹. Контроль и над преступностью в обществе консьюмеризма возможен при взаимосвязанном комбинировании переосмысления чрезмерного потребления обществом с реальной, действенной социально-экономической государственной политикой выравнивания возможностей потребления.

Таким образом, потребление в современном обществе нуждается в переоценке. Бесконтрольное деформированное потребление ведет к потере контроля в обществе. Новое мировое глобализированное потребление – это измененная система ценностей, поиск смысла, новая мечта, создание устойчивого, безопасного и защищенного мира где живет человек. Обновленное потребление сосредоточивается на индивидуализации человеческих отношений и качестве, а не количестве товаров. Главенствующими точками переосмысленного обновленного потребления выступают отсутствие долгов и свободное время. Формируется обновленное потребление в нерационализированном мире посредством индивидуальных, групповых и государственных стратегий. Такое потребление открывает возможности контроля общества потребления. В свою очередь, контроль над потреблением предоставляет возможности контроля и над преступностью. В социально-экономической сфере минимизация уровня социально-экономического неравенства и потенциальное выравнивание возможностей потребления возможно эффективным государственным воздействием. Выравнивание возможностей потребления позволит сократить и преступное потребление.

Контроль над преступностью является видом социального контроля. Общество осознает кризис наказания, уголовной политики и уголовной юстиции,

¹ Стиглиц Д. Цена неравенства. Чем расслоение общества грозит нашему будущему. С.336-362.

кризис полицейского контроля. Криминологи указывают на неэффективность и даже негативные последствия традиционных форм социального контроля над преступным поведением¹. Регулярное применение в качестве меры наказания тюремного заключения указывает, по мнению З. Баумана что многочисленные слои населения признаются общественной угрозой. Насильственное исключение таких людей из социальных отношений посредством тюремного заключения предстает эффективным методом нейтрализации угрозы и/или успокоения общества, встревоженного угрозой»². В современных условиях развитие теорий контроля, по мнению Ю.Ю. Комлева, основывается продолжающимся «кризисом наказания», необходимостью синтеза новых стратегий и форм противодействия негативной девиантности. Безусловный приоритет превентивных идей/практик над репрессивными предстает «главным императивом»³. Н.А. Исаев, указывая на кризис наказания, отмечает неспособность действующей уголовной политики противостоять «росту преступности и ее трансформации»⁴. Кризис наказания, пишет Я.И. Гилинский, проявляется в росте преступности во всем мире после Второй мировой войны

¹ Подробнее см.: Гилинский Я.И. Девиантность, преступность, социальный контроль в обществе постмодерна: сб.ст. / Я.И. Гилинский. СПб.: Алетей, 2017. 282 с.; Сидоров С.А., Честнов И.Л. Механизм правового регулирования в системе социального контроля: монография. СПб.: Алеф-Пресс, 2014. 224 с.; Гилинский Я.И., Рабош А.В. Наказание в системе социального контроля над преступностью / Я.И. Гилинский // Общество и право. 2013. №3(45). С.170-175; Тшинский Я.И. Социальные вызовы общества постмодерна и уголовное право / Я.И. Тшинский // Уголовное право: стратегии развития в XXI веке. Материалы XIV Международной научно-практической конференции (26 -27 января 2017 г.). Москва: Оригинал-Макет. 2017. С.24-27; Шипунова Т.В. Прогностический потенциал исследования конструкторов девиантности и социального контроля / Т.В. Шипунова // Вестник Казанского юридического института МВД России. 2015. №1(19). С.19-27; Шипунова Т.В. Социальный контроль девиантности и его дискурсивное конструирование / Т.В. Шипунова // Вестник Санкт-Петербургского университета. Серия 12. Социология. 2015. №3. С.102-109; Сессар К. Воззрения на преступность и изменения общества / К. Сессар // Криминология: вчера, сегодня, завтра. 2013. №1(28). С.32-36; Комлев Ю.Ю. Теория рестриктивного социального контроля: монография / Ю.Ю.Комлев. Казань: КЮИ МВД России, 2009. 155 с.; Девиантность и социальный контроль: теория, исследования, практика. Избранные статьи / Ю.Ю. Комлев. Казань: КЮИ МВД России, 2015. 422 с.; Комлев Ю.Ю. Стратегии и практики социального контроля: ретрокомпаративный анализ / Ю.Ю. Комлев // Вестник экономики, права и социологии. 2010. №1. С.120-126; Комлев Ю.Ю. Модернистская интеграция: предпосылки, типы и опыт синтеза девиантологических теорий / Ю.Ю. Комлев // Вестник Казанского юридического института МВД России. 2014. №1(15). С.6-10; Якимова Е.В. Фуко М. Альтернативы тюремному заключению: рост или спад социального контроля? / Е.В. Якимова // Социальные и гуманитарные науки. Отечественная и зарубежная литература. Серия 4. Государство и право. 2011. №3. С.147-156; Аликперов Х.Д. Глобальный дистанционный контроль над преступностью: допустимость, возможности, издержки / Х.Д. Аликперов // Криминология: вчера, сегодня, завтра. 2016. №3(42). С.26-33; Корсаков К.В. Эффективность уголовного наказания и альтернативных мер воздействия на преступников: сравнительно-правовой анализ / К.В. Корсаков // Российское право: Образование. Практика. Наука. 2018. №2. С.28-33.

² Бауман З. Глобализация. Последствия для человека и общества. С.161.

³ Комлев Ю.Ю. Теория рестриктивного социального контроля: монография. С.107.

⁴ Исаев Н.А. Общество постмодерна, в преломлении к криминологии и уголовному праву. С.171.

несмотря на усилия полиции и уголовной юстиции; неэффективности общей превенции (уголовная репрессия без ощутимых результатов); неэффективность превенции специальной (стабильность уровня рецидива; «отормовление» сознания)¹. Социальный контроль над преступностью характеризуется переходом от стратегии «войны с преступностью» к стратегии «сокращения вреда» (общественного исправления), то есть акцент должен ставиться на иные социальные процессы².

В соответствии с традициями, сложившимися в отечественной криминологии, исследование социального контроля над преступностью как нормонарушающего поведения необходимо проводить с позиций социологического дискурса. Социологический дискурс к анализу социального контроля восходит к работам И.Бентама, Ч.Беккариа, Ч.Ломброзо, А.Кетле, О.Конта, К. Маркса, Г.Тарда, М.Вебера, Э.Дюркгейма. В отечественной криминологии в начале семидесятых годов XX века Я.И. Гишинский впервые с позиции социологической теории обозначил проблему необходимости исследования многообразия нежелательных для общества нормонарушающих проявлений, поскольку девиантное поведение является социальным феноменом. Ю.Ю. Комлев указывает, что социологические концепции социального контроля чаще формируются в рамках зарубежной (американской и европейской) криминологии и девиантологии. Общая направленность социологической концепции социального контроля «состоит в разработке теоретических моделей превенции негативной девиантности, в снижении вреда, в развитии компромиссных моделей контроля»³. Существенное отличие социологической теории контроля от других (биологической, психологической, правовой) моделей состоит в методе воздействия, тогда как в рамках названных моделей указывается на исправление, психологическую или психофармакологическую терапию и коррекцию или наказание девианта по факту совершения девиантного акта. Одновременно с социологическим дискурсом разработка теоретических аспектов

¹ Гишинский Я.И. Очерки по криминологии. С.76-77.

² Там же. С.79-80.

³ Комлев Ю.Ю. Теория рестриктивного социального контроля. С.25.

социального контроля ведется на антропо-биологическом, генетическом, психологическом, социально-психологическом, правовом уровнях.

Т. Хагуров социальный контроль над личностью формирует с позиции девиантологического подхода. По мнению ученого, вопрос о границах допустимого в человеческом поведении в глобальной информационной современности не разрешен. Девиантологический подход, традиционно применяющийся в рамках социологии и психологии отклоняющегося поведения, является наиболее подходящим. Т. Хагуров выделяет четыре группы универсальных норм (регуляторов), контролирующих и конституирующих наиболее важные сферы человеческой жизнедеятельности: 1. регуляторы картины мира; 2. регуляторы субординации; 3. регуляторы сексуальности; 4. регуляторы агрессивности. Обозначенные группы правил формируют нормативный каркас¹. Мораль является онтологически обусловленной константой (универсалией). Внешний, императивный по отношению к наличному бытию характер признается за моральными регуляторами².

Т.В. Шипунова рассматривает социальный контроль как коммуникацию. Подход предполагает создание специфических конструктов социального контроля девиантности в различных дискурсах. В современной реальности, отмечает Т.В. Шипунова, из-за разных информационных потоков в конструировании социальных явлений добиться единства невозможно. Государственный/правовой дискурс социального контроля ограничен отношениями «господство—подчинение». Классический/общественный дискурс склонен к нарушению традиционных социальных норм. Это обосновывает размытость представлений о социальном контроле в разных дискурсах. Создавая возможность для формирования в обществе толерантности и приемлемого интервала действия норм, разные определения ситуации и их оценки могут пересекаться между собой³. Следовательно, девиантное поведение, одним из видов которого является

¹ Хагуров Т. «Человек потребляющий». С.240-246.

² Там же. С.240-246.

³ Шипунова Т.В. Социальный контроль девиантности и его дискурсивное конструирование / Т.В. Шипунова // Вестник Санкт-Петербургского университета. 2015. Серия 12. Социология. №3. С.102-105.

преступное поведение, предстает социальным феноменом. Виды девиантного поведения имеют общий генезис, в основе находятся социально-экономические условия.

Таким образом, преступность предстает социальным конструктом и видом нормонарушающего, девиантного поведения. Оценивается девиантность поведения и универсальной нормативной константой, а не только государственно-правовой. Универсальная нормативная максима определяет допустимость поведения – морали. Императивным регулятором признается мораль. Таким образом, традиционным, исключительно государственно-правовым способом, контроль над преступностью невозможен. Социальный контроль расширяет возможности воздействия на преступность, действуя более широко, чем классические, традиционные, государством и правом, формы контроля. Социальный контроль расширяет влияние на преступность посредством вне государственно-правовых институтов (семья, образовательные учреждения, учреждения дополнительного образования, учреждения культуры, общественные организации и т.д.).

Общепризнанным предстает определение социального контроля как механизма саморегуляции в социальных системах (группах, коллективах, обществе), осуществляемого посредством нормативного (морального, правового, административного и др.) регулирования поведения людей¹. Я.И. Гишинский, выделяя внешний (осуществляется извне, в т.ч. различными видами наказания) и внутренний контроль (интернализация ценностей и норм) главными составляющими социального контроля, предлагает его определение как «механизм самоорганизации (саморегуляции) и самосохранения общества путем установления и поддержания в данном обществе нормативного порядка и устранения, нейтрализации, минимизации нормонарушающего поведения»² (указанное определение является широким пониманием). В более узком понимании социальный контроль можно определить как «совокупность средств и

¹ Сидоров С.А., Честнов И.Л. Механизм правового регулирования в системе социального контроля. С.70.

² Гишинский Я.И. Криминология: теория, история, эмпирическая база, социальный контроль. Авторский курс. 4-е изд. С.392.

методов воздействия общества на преступное поведение с целью его элиминирования/сокращения, минимизации».

Таким образом, контроль над преступностью объединяет: 1. установление, что в данном социуме оценивается как преступление (деятельность по криминализации деяний); 2. установление системы санкций (наказаний); 3. создание институтов формального социального контроля и формирование порядка деятельности таких учреждений и их сотрудников; 4. деятельность созданных учреждений и должностных лиц по выявлению и регистрации преступлений; 5. обеспечению исполнения определенных наказаний; деятельность по осуществлению неформального контроля над преступностью; 6. деятельность по профилактике и предупреждению (превенции) преступлений¹. Производится превенция на следующих трех уровнях: первичная (общесоциальная), вторичная (специальная) и третичная (индивидуальная)². Ученый указывает, что институты формального социального контроля «не в состоянии существенно повлиять на уровень и динамику преступности». При присущем распространении преступности, наступлении нерезультативных и отрицательных последствий традиционных мер наказания необходимо: 1. сосредоточиться на поиске и увеличении эффективности мер наказания, альтернативных тюремному заключению; 2. прекратить криминализацию деяний, не представляющих общественной опасности; 3. признать необходимость массовой декриминализации незначительных, излишне криминализированных деяний; 4. проведение либерально-демократической реформы судов, полиции и уголовно-исполнительной системы; 5. формирование альтернативной («восстановительной») юстиции; 6. создание ювенальной юстиции; 7. воспитание либерально-демократического правосознания населения³.

Ю.Ю. Комлев указывает, что сущностью социального контроля является минимизация негативных форм девиантности через средства профилактики и наказание и оптимизацию позитивных форм через снятие ограничений. Ученый

¹ Гишинский Я.И. Очерки по криминологии. С.61-65.

² Там же. С.81.

³ Там же. С.82-83.

систематизирует фундаментальные положения мировой и отечественной социологии девиантного поведения и социального контроля: 1. Девиантность объективно присуща социальной организации от индивида до социальных систем. 2. Социальная норма – образец или предел допустимого (дозволенного или обязательного) поведения, деятельности индивидов, групп, социальных организаций, в конкретном обществе сложившийся исторически сложившийся в конкретном обществе. Девиантное поведение – действия человека/социальных групп, не соответствующие официально установленным нормам и ожиданиям. 3. Девиантное поведение в отношении существования и эволюции социальной системы предстает со знаком «плюс» или со знаком «минус»¹. Позитивные девиации (социальное творчество во всех проявлениях) – часть механизма развития системы, повышения уровня ее адаптивности и организованности. Негативные девиации (все формы преступности, наркотизм, алкоголизм и др.) ведут к дезорганизации социальной системы, повышают ее энтропию. 4. Социальные нормы, модели контроля и девиации – социальные конструкции. 5. Социальный порядок и дезорганизация, социальные нормы и девиации являются дополняющими. 6. Все формы девиантности функциональны, поэтому в узком понимании социальный контроль определяется как совокупность средств и методов воздействия общества на негативные формы девиантного поведения с целью их сокращения/минимизации².

Н.А. Исаев, отмечая необходимость чередования «метода кнута и пряника», выделяет запретительную и поощрительную формы социального контроля над преступностью. Запреты и ограничения должны сочетаться с поощрительными формами социального контроля (в частности, система микрокредитования как новая форма социального контроля). Повсеместное внедрение информационных технологий является особенностью социального контроля³. Рассматривая понятие «исключенные» как научную категорию и определяя их как определенную

¹ Творчество как позитивная девиантность / Под общ. ред. д.ю.н., профессора Я.И. Гилинского и д.ю.н., профессора Н.А. Исаева. СПб.: ООО Издательский Дом «Алеф-Пресс», 2015. 279 с.

² Комлев Ю.Ю. Теория рестриктивного социального контроля. С.106.

³ Исаев Н.А. Общество постмодерна, в преломлении к криминологии и уголовному праву. С.171.

социальную группу, имманентно присущую любому типу общества и являющейся результатом определенного жизненного процесса, процесс исключения Н.А. Исаев считает одной из форм социального контроля. «Модель включения» и «модель исключения» действуют одновременно. Границей социального контроля является «область прерывания ожиданий взаимности». Исключенными являются лица, которые потенциально несут в себе страх и опасность, к кому нет доверия. Размеры групп исключенных гарантируют их повсеместное присутствие и необходимы для социальной сплоченности включенных и формирования социального порядка. В правовом пространстве на основе процессов включения/исключения выделяются две категории лиц по отношению к социальному институту права: законопослушные граждане (включенные) и лица «вне закона» (исключенные, достигают 70% лиц данного общества). Правовое пространство предстает разделенным. Лица «вне закона» («исключенные») характеризуются как «лица, которые от данного социального института не ожидают взаимности, ... в своем повседневном поведении не верят в правосудие и не обращаются в полицию». Обозначенные индивиды не обязательно нарушают закон, но «живут вне позитивного государственно-правового пространства» и, следовательно, не входят в рамки соответствующих исследований. Один из механизмов правового исключения в области уголовного права в современной России – гиперкриминализация¹.

С.А. Сидоров определяет социальный контроль как «социально-детерминированный механизм поддержания социального равновесия². Социальный контроль выполняет регулятивную (включение в социальный контроль различных форм воздействия на нежелательные проявления деятельности человека/ носителей) и конструктивную («способствование» позитивным социальным изменениям в обществе, «содействие» прогрессу) функции³. В основе социального контроля находится социальная норма, представляющая собой совокупность материальных потребностей и духовно-

¹ Исаев Н.А. Общество постмодерна, в преломлении к криминологии и уголовному праву. С.172-178.

² Сидоров С.А., Честнов И.Л. Механизм правового регулирования в системе социального контроля. С.64.

³ Там же. С.64.

нравственных императивов. Под социальной нормой необходимо понимать общее правило, поведенческий стандарт, определяющий порядок и характер социального взаимодействия, взаимодействия между людьми в различных сферах жизнедеятельности общества. Социальное равновесие зависит как от соблюдения общих требований, так и групповых социальных нормативов. Если социальные нормы не обеспечивают слаженного и устойчивого функционирования социальных отношений либо становятся неадекватными общественным потребностям, то появляются социальные дисфункции, ведущие к возникновению условий для роста девиантного поведения, включая преступные деяния¹.

С.А. Сидоров выделяет следующие формы механизма социального контроля: внешний (санкционный) и внутренний (самоконтроль личности). *Внешний механизм* социального контроля включает систему правовых (имеют характер «прямого действия») и неправовых (имеют опосредованное действие через источники социально-психологического влияния на социализированную личность и группы посредством морали, духовно-нравственных императивов, обычаев, традиций и других неинституциональных механизмов) мер, запретов и воздействий. *Санкционный механизм* используется государством, обществом и соответствующими социальными институтами. *Внутренний механизм* социального контроля представляет собой личностную саморегуляцию поведения. Границы индивидуальной свободы личности, меры ее конформности (соответствия норме), степени девиантности (отклонения от нормы), уровня толерантности (терпимости) и ригоризма (строгости, «жестокости») – касается социальный контроль².

Ю.Ю. Комлев, ретроспективно анализируя парадигмы и методологические основания и содержательные интерпретации социологического изучения социального контроля, указывает на возрастание числа подходов к концептуализации социального контроля, усиление роли интегративных теорий девиантности и контроля. Исследуя стратегии и практики социального контроля,

¹ Сидоров С.А., Честнов И.Л. Механизм правового регулирования в системе социального контроля. С.54-62.

² Там же. С.73-74.

в т.ч. и в ретроспективе, в контексте истории криминального наказания Ю. Ю. Комлев выделяет консервативную, либеральную и радикальную (конфликтологическую) стратегии с применением соответствующих практик. Стратегии рассматриваются в трех временных периодах по критерию зависимости от типа общества/степени развития социальной структуры: консервативная стратегия развивалась в рамках феодального общества и капитализма, либеральная и радикальная – в рамках индустриального общества и постмодерна¹. *Консервативная стратегия* (или стратегия «закон и порядок») характеризуется сдерживанием и устрашением, отбором и аккумуляцией репрессивных (карательных) практик. *Либеральная стратегия* социального контроля характеризуется социально ориентированной трансформацией организаций и институтов формального социального контроля, дифференциации антидевиантных практик. *Радикальная стратегия* социального контроля предполагает равномерное распределение преступности среди классов в сравнении с зарегистрированной преступностью. Главенствующей общественной проблемой выступает «преступность доминирования и подавления» в среде «белых воротничков» и политической элиты. Т. Хагуров вводит понятие «нравственная девиантология» как вид социального контроля, основанием которого является внутренний контроль, а не внешнее принуждение².

На основании изложенного автор делает следующие выводы:

1. Контроль над преступностью в обществе потребления, являющийся видом социального контроля, требует новых его форм. Современное бесконтрольное деформированное потребление ведет к потере контроля в обществе потребления. Контроль над обществом потребления состоит в переоценке потребления и потребительских практик, снижении уровня социально-экономического неравенства и социального напряжения в социуме.

2. Новое потребление предстает поиском и определением обновленного смысла, переоцененной системой ценностей, созданием защищенного

¹ Комлев Ю.Ю. Теория рестриктивного социального контроля. С.73-98.

² Хагуров Т. «Человек потребляющий». С.268-269.

человеческого мира. Обновленное, переосмысленное потребление предоставляет возможности контроля общества потребления и, соответственно, преступности в нем. Уравнивание возможностей потребления, снижение социально-экономического расслоения и социального напряжения в социуме возможно реальным воздействием государства и его институтов в социально-экономической сфере. Сочетание обновленного потребления с эффективной политикой государства позволит обрести контроль и над преступностью.

3. Социологический дискурс характеризует преступность как социальный конструкт. Девиантность подвергается оценке универсальной нормативной константы. Императивным регулятором признается мораль.

4. Не возможен контроль над преступностью только традиционным (государственно-правовым способом). Социальный контроль предполагает и располагает возможностями более широкого воздействия на преступность, а именно посредством вне государственно-правовых институтов.

5. Под социальным контролем необходимо понимать механизм саморегуляции, равновесия общества посредством нормативного регулирования поведения людей, включающего и противоправное поведение, сочетающий государственно-правовые методы (формальный социальный контроль) и деятельность внесударственных институтов (неформальный социальный контроль).

6. Социальный контроль обеспечивается внешне принуждением (государством) и внутри – системой норм, ценностей, установок (личностью). Внутренний (личностный) социальный контроль приоритетнее. Как неотъемлемая часть социального контроля превенция приоритетнее.

§ 2. Комплексная профилактика магазинных краж в России

Комплексная профилактика шоплифтинга в России предстает специальным криминологическим предупреждением. Комплексная профилактика объединяет профилактику по группам магазинных воров по уровням (физический и технический¹) и корпоративный (сетевой) контроль. Активную позицию в проведении профилактических мероприятий занимает самостоятельный субъект – розничные торговые сети, владеющие социально-экономическим антикриминогенным потенциалом, предоставляющий возможность контроля магазинных краж. Преимущественно профилактика сосредотачивается на предотвращении магазинных краж, совершаемых профессиональными магазинными ворами. Одновременно профилактическая работа ведется и в отношении противоправной деятельности воров-любителей. Физическое наблюдение, технические средства, а также корпоративный (сетевой) контроль являются видами профилактических мероприятий в отношении магазинных краж.

Основой профилактики шоплифтинга выступает система товародвижения (жизненный цикл товара) на торговом объекте. Каждый этап движения товара в торговом зале, а также перемещение товара до поступления в торговый зал и его движение при переходе за кассовую линию имеет криминогенный потенциал. Функция предотвращения потерь, в т.ч. магазинных краж, возлагается на отдел внутреннего контроля магазина. Внутренний контроль магазина представляет собой единство следующих элементов: 1. товародвижение – списание (регламентация процесса списания товара) и снабжение (соблюдение корректности заказа и приема товара); 2. безопасность магазина – безопасность (защита интересов компании и контроль за работой службы охраны магазина) и пожарная безопасность (соответствие объекта нормам пожарной безопасности); 3. кассовая дисциплина – касса (соблюдение кассовой дисциплины и контроль за

¹ Комплексная профилактика магазинных краж в российском ритейле в большей степени разработана розничными торговыми сетями, сотрудничающими с охранными компаниями, в комплексе со службой внутренней безопасности сетей, реализующих программы профилактики в гипер- и супермаркетах. Профилактика магазинных краж в магазинах форматов «дискаунтер» и «у дома» рассматривается отдельно.

сохранностью денежных средств); 4. инвентаризация – контроль за проведением инвентаризаций; 5. магазин «глазами клиента» - контроль за выкладкой в торговом зале, внешним видом сотрудников и годностью товаров¹. Эксперты Центра «Параллель», представляя схему движения товара по территории торгового объекта (в т.ч. в торговом зале), указывают меры профилактики магазинных краж. При приеме товара с распределительного склада осуществляются следующие процедуры по профилактике хищений: 1. сотрудники службы безопасности определяют, какой тип защиты подходит для данного вида товара; 2. защитные элементы устанавливаются в складских помещениях работниками соответствующего отдела; 3. лица, устанавливающие защитные элементы, следят за их исправностью и отвечают за правильность установки; 4. правильность технической установки защитных элементов определяется аналитиком службы безопасности, его рекомендации по технике установки защитных элементов являются обязательными².

Таким образом, товарно-материальные ценности (товар) в торговый зал поступает полностью подготовленным к продаже, включая оснащенность антикражным оборудованием. Упаковка новых товаров, поступивших в торговый зал, убирается. Товар, вывезенный за пределы кассовой линии и представленный как образец за кассовой зоной передается по списку для контроля сотрудникам охраны посменно. Сбор и перемещение отказного и забытого на кассе товара производится сотрудниками отдела логистики по мере накопления в сопровождении сотрудника охраны. Отказной товар перемещается в место, установленное администрацией магазина, после чего разбирается на принадлежность товара к отделу и перемещается в торговый зал сотрудниками данных отделов. Оплаченный и забытый покупателями товар перемещается на стойку инфопункта, вносится в книгу учета и перемещается в торговый зал (кроме товаров с особыми условиями хранения). На неработающих кассах проверяется отсутствие товара, а также закрытых сигаретных диспенсеров. У

¹ Тренинг «Как эффективно предотвращать потери в торговле». С.20.

² Тренинг «Контроль основных операций с ТМЦ в гипермаркете и супермаркете». С.19.

крупногабаритного товара проверяется товарная упаковка¹. Создание ворами «закладок» на полках магазина для последующего запланированного хищения товара исключается изолированным хранением упаковки. Профилактирует шоплифтинг своевременный и систематизированный контроль за перемещением товара вне кассовой зоны (до и после), за перемещением оплаченного и забытого, бракованного и некондиционного товара. Самостоятельному контролю как профилактическая мера подлежит наблюдение за товаром, оплачиваемом на внутренних кассах магазина, крупногабаритным и возвращенным товаром.

Профилактика магазинных краж в сетевом ритейле осуществляется в большей степени собственными силами ритейла: службами безопасности розничных торговых сетей, охранными организациями и сопутствующими компаниями. Общество и государство, как справедливо отмечается в зарубежных исследованиях шоплифтинга, равнодушно относятся к магазинным кражам. Эксперты Центра «Параллель» раскрывают следующие данные о расходах ритейла на охрану: охранники – 35%, оборудование – 31%, скрытая охрана – 21%, сигнализация – 8% и другое – 5%². Возмещение ущерба полностью возложено на розничные сетевые компании. Профилактическая работа в торговых сетях в большей степени направлена не на работу после совершения кражи (обращение в полицию, суд и т.д), а ориентирована на превенцию шоплифтинга³. Торговую безопасность эксперт И.Г. Чумарин определяет как «комплекс мероприятий, обеспечивающих сохранность активов, стабильное функционирование торгового объекта и развитие розничного бизнеса»⁴. Эксперт обозначает два взаимосвязанных элемента системы торговой безопасности: 1. *традиционные* (а. кадровая безопасность: безопасность при найме, обеспечение лояльности, обучение по безопасности, правила поведения, материальная ответственность, проверки; б. инженерно-техническая безопасность; в. информационная безопасность) и 2. *специализированные* (а. субъекты предотвращения потерь:

¹ Тренинг «Контроль основных операций с ТМЦ в гипермаркете и супермаркете». С.30-35.

² Тренинг «Способы и методы противодействия хищению товаров в торговле». С.3.

³ Преимущественно в розничных торговых сетях, работающих с охранными компаниями («Лента», «О'Кей», «Призма», «Ашан» и др.).

⁴ Чумарин И.Г. Предотвращение потерь в розничной торговле. С.13.

инвентаризация подразделения, служба охраны, служба контроля; б. система альтернативного учета: товарный учет, бухгалтерский учет, операционный учет; в. стимулирование предотвращения потерь: мотивация служб охраны и контроля, мотивация покупателей, мотивация торгового персонала). Традиционные элементы присущи любому предприятию в любой отрасли деятельности, специализированные – являются основой результативной деятельности по снижению и контролю потерь в конкретной отрасли¹. Методами профилактики магазинных краж И.Г. Чумарин называет: 1. Предотвращение (ликвидация причин и возможностей), 2. Пресечение (нейтрализация/минимизация), 3. Принятие (планирование убытков) и 4. Снижение рисков (страхование). Метод предотвращения потенциально опасных ситуации на объекте является «наиболее результативным, современным и экономным». Эксперт акцентирует определение предотвращения потерь, понимания под ним активное влияние на источники риска, провоцирующие потери. Предотвращение потерь сосредотачивается на «проведении мероприятий предупредительного характера с целью снижения вероятности возникновения риска до минимума»².

Комплексной профилактики магазинных краж физического уровня обеспечивается охранными постами торгового объекта и представляет собой деятельность службы внутренней безопасности сети и охраны (таблица №18).

Таблица №18. Обеспеченность антикражным оборудованием торгового объекта (магазина)³

Формат магазина	Характеристики торгового объекта			Средство технического обеспечения			
	Количество кв.м.	Количество касс ⁴	Количество входов в ТЗ ⁵	Антикражные ворота («рамки»)	Количество видеокамер ⁶	Количество постов охраны ⁷	«Тревожная кнопка» на кассе ⁸
Г ¹	7 000	40-90	1 + 1 выход	Вход в ТЗ +	100-120	10	По кол-ву

¹ Чумарин И.Г. Предотвращение потерь в розничной торговле. С.21-23.

² Там же. С.14-16.

³ Информация представлена экспертами Компании «Император» 19.05.2017, Санкт-Петербург. Обновлено 21.12.2020.

⁴ Каждая касса оборудована контрольно-кассовым оборудованием. Более подробно см. материал, представленный ООО «АКО». Сопровождение аналитиком.

⁵ Торговый зал.

⁶ Информация с видеокамер контролируется в мониторинговой комнате оператором CCTV. Сопровождение аналитиком.

⁷ Один пост охраны соответствует одному охраннику. Общее количество постов включает посты склада и эстакады.

⁸ Дополнительно на торговых объектах предусматривается система охранной сигнализации для торговых объектов, работающих не в круглосуточном режиме.

	кв.м.		без покупок	каждая касса			касс, Инфопункт
	10 000 кв.м.		1 + 1 выход без покупок	Вход в ТЗ + каждая касса	150-200	20	По кол-ву касс, Инфопункт
	15 000 кв.м.		1 + 1 выход без покупок	Вход в ТЗ + каждая касса	Более 250	20-25	По кол-ву касс, Инфопункт
	20 000 кв.м.		1 + 1 выход без покупок	Вход в ТЗ + каждая касса	Более 300	30-35	По кол-ву касс, Инфопункт
C²	1500- 2000 кв.м.	8-15	1 + 1 выход без покупок	Вход в ТЗ + каждая касса	20-50 ³	5-8	По кол-ву касс, Инфопункт
«у дома», «дискаун- тер», «хардмар- кет»	200- 1000 кв.м.	4-5	1	Вход в ТЗ + каждая касса	10-25 ⁴	Отсутству- ет	По кол-ву касс

Услуги физического наблюдения в сетевой рознице предоставляются в двух форматах: 1. охранными организациями через обеспечение частными охранниками на охранных постах (торговые сети крупных форматов гипер- и супермаркет) и 2. охранными организациями через обеспечение администраторами и контролерами торгового зала (торговые сети форматов «дискаунтер», «у дома», «хардмаркет»). Система аутсорсинга при обеспечении физического наблюдения достаточно часто используется охранными компаниями. Охранники, а также администраторы и контролеры, следовательно, не закреплены за определённым торговым объектом и перемещаются по разным торговым точкам в зависимости от потребности в оказании охранных услуг. Данный метод позволяет обеспечивать мобильность профилактических мероприятий. В торговом зале и в прикассовой зоне, а также в зоне выгрузки товара и его предпродажной подготовки профилактические мероприятия производят лицензированные частные охранники (а также администраторы и контролеры торгового зала). Стратегия определяется Службой внутренней безопасности сети. Специалисты Центра «Параллель» отмечают, что охрана должна быть сосредоточена только на охране товара (а не консультирование покупателей или кассиров о покупках и т.д.). Профилактика правонарушений, контроль и

¹ гипермаркет

² супермаркет

³ Просмотр видео осуществляется в режиме «офлайн»; видеокамеры работают в режиме записи.

⁴ Просмотр видео осуществляется в режиме «офлайн»; видеокамеры работают в режиме записи.

координация поведения и деятельности людей, контроль движения людей, грузов, ценностей и автомобилей, а также превентивная активность по предупреждению конфликтов организации с сотрудниками и с клиентами, с посторонними лицами, а также быстрое и успешное разрешение конфликтов без негативных последствий и без нарушения нормального режима деятельности охраняемой организации являются одними из элементов основного содержания деятельности частного охранника¹.

Конфликтная ситуация, в том числе физический конфликт, может сигнализировать о противоправных действиях (умысел на похищение товара). Конфликт может возникнуть и из-за ложного подозрения покупателя в краже². Российский ритейл выбирает позицию задержания похитителя на стадии оконченого преступления, то есть за расчетно-кассовым узлом. Розничные сетевые компании заинтересованы или в оплате или возврате товара или в передаче похитителя в правоохранительные органы. На практике служба охраны вызывает полицию в магазин в следующих случаях: посетитель, совершивший кражу в состоянии алкогольного или наркотического опьянения, при значительной стоимости похищенного (как правило, при закупочной стоимости товара, достаточной для возбуждения уголовного дела), агрессивный посетитель, рецидивист, группа воров, а также посетитель в состоянии болезни (эпилепсия и др.).

И.Г. Чумарин, акцентируя внимание на «ворах-любителях», указывает на возможности стимулирования посетителей на отказ от совершения кражи по двум направлениям: 1. сокращение возможностей нанесения ущерба посетителями и 2. воздействие на причины (желание), способствующие совершению хищений. Система стимулирования посетителей на отказ от совершения кражи сосредотачивается на базовых элементах: 1. обеспечение обстановки комфорта и безопасности покупателей; 2. мобильное и качественное разрешение претензий, поступающих от покупателей; 3. применение технических систем,

¹ Тренинг «Способы и методы противодействия хищению товаров в торговле». С.2.

² Тренинг «Кассовый узел проблем. С.75.

минимизирующих совершение хищений (система видеонаблюдения, применение технических средств защиты); 4. визуальные элементы (надписи на кассах о возможности забрать чек и др., легкое тонирование окон в торговых галереях, декоративных зеркала, форменная одежда сотрудников охраны, манекены в «слепых зонах» магазина, рекламные плакаты и изображение фигур людей, лиц, указание на видеонаблюдение на объекте); 5. применение иных антикражных элементов (система доступа и ограничения – использование турникетов, калиток одностороннего открывания и пр.). Эксперт акцентирует внимание на рациональном размещении товара и торгового оборудования: дорогостоящие и легкопереносимые товары у выхода из магазина рекомендуется не размещать; магазинную кражу провоцирует выкладка дорогого товара на уровне талии или карманов посетителя, в том числе и закрытая выкладка; негабаритный товар низкого ценового сегмента рекомендуется размещать у кассовой линии; не выставлять в торговый зал дорогостоящие товары без их защиты (например, антикражных датчиков) в слабо контролируемые места; возможность просмотра любого места торгового зала (минимум с двух точек) обеспечивается размещением полок и стеллажей с товаром, иного торгового оборудования, рекламных плакатов, информационных стоек без перекрытия торгового зала. Контроль за посетителями осуществляется посредством системы видеонаблюдения, прямого наблюдения охраны, иных сотрудников торгового объекта¹.

В отношении «воров-профессионалов» эксперт указывает, что эффективным противодействием таким шоплифтерам возможно при обеспечении: 1. положительные для рынка сетевой розницы изменения в уголовном законе (более суровые наказания за кражу, мелкое хищение и за приобретение или сбыт имущества, заведомо добытого преступным путем); 2. реальное участие правоохранительных органов в профилактике шоплифтинга; 3. создание и применение революционно новых технических решений защиты товара от краж;

¹ Чумарин И.Г. Предотвращение потерь в розничной торговле. С.72-85.

4. активная реализация методов психологического воздействия на магазинных воров¹.

Сотрудники Охранной компании «An-Security» подчеркивают, что преодоление воровства как персонала (в т.ч. сотрудников охранных компаний), так и посетителей возможно в результате действий по повышению уровня образования и воспитания. Для сотрудников охранных компаний и персонала торговых розничных сетей необходимо проведение профессионального отбора (в т.ч. посредством выявления фактов совершения противоправных действий на предыдущих местах работы) и тестирования. Соответствующие позиции должны отражаться в корпоративных правовых актах и должностных инструкциях². Эксперты Центра «Параллель» указывают, что «наличие охраны на объекте и большая нагрузка на охранников оказывает влияние на шоплифтинг»³. Сосредоточение работы охраны на предупреждении, моделировании и прогнозировании способов совершения краж; выявлении причинного комплекса, стимулирующего магазинные кражи, ликвидация не воров, а возможностей для воровства – задачи охраны. Превенция является предпочтительным методом минимизации криминальных потерь на рынке сетевой розницы⁴.

Сотрудники Компании «АНТИвор» акцентируют, что тенденция сокращения или отсутствия физической охраны в современном западном ритейле пока не находит активного применения в России, поскольку услуги охранных компаний дешевле, чем технологии; факт физического присутствия охранника имеет большее воздействие на потенциальных воров, чем техническое оборудование⁵. В будущем инновационное оборудование, в настоящее время активно точечно опробуемое в российском ритейле, будет превалировать над физической охраной. Через некоторое время, исчисляемое не десятилетиями, а

¹ Чумарин И.Г. Предотвращение потерь в розничной торговле. С.71.

² Экспертное мнение получено автором исследования посредством опроса и интервью экспертов Корпоративного университета Компании «An-Security» 15.12.2016, Санкт-Петербург.

³ Экспертное мнение получено автором исследования посредством опроса и интервью экспертов Центра «Параллель» 10.03.2017, Санкт-Петербург.

⁴ Тренинг «Как эффективно предотвращать потери в торговле». С.5.

⁵ Экспертное мнение получено автором исследования посредством опроса и интервью экспертов Компании «АНТИвор» 28.04.2017, Санкт-Петербург.

годами, посредством системы распознавания лиц, подчеркивает И.Г. Чумарин, вопрос предупреждения профессионального шоплифтинга будет разрешен¹. Однако, как отмечают иные эксперты, физическая охрана полностью из розничных магазинов не исчезнет (как это часто встречается в зарубежных торговых сетях).

Российский рынок охранных услуг строго сегментирован, как отмечают специалисты охранной компании «Император», снижение уровня криминальных потерь является совокупным показателем организованной работы всех служб на торговом объекте. Регулировать шоплифтинг возможно через моделирование и прогнозируемость потерь, их иллюминирование и влияние на профессиональное воровство (например, на входе в торговый объект создавать заслоны против прохода профессиональных шоплифтеров). Профилактикой шоплифтинга является в том числе и четкая регламентация бизнес-процессов, но не только физическая и техническая охрана. Одной из задач профилактической работы охранной компании является «выдавливание» магазинных воров в сети, которые не уделяют профилактике должного внимания. Эффективный заслон, созданный охранной компанией, предотвращает проход в магазин до 80% шоплифтеров. При создании заслона вычисляется и выводится круг «профессиональных воров». По мнению экспертов, каждый факт воровства в выявлении не нуждается. Магазинные кражи, подчеркивают эксперты, не искоренить. Но не исключительно сети, но государство и общество должны противостоять магазинным кражам. Кроме общественного, должен быть и экономический эффект профилактики. Особое внимание эксперты обращают на усеченный бюджет, выделяемый розничными сетевыми компаниями на охрану и профилактику и указывают на недостаточность средств, выделяемых на охрану (только 30% ритейла готово финансировать охрану). Идеальное соотношение: 0,5% потерь и 0,5% средств на охрану. Эксперты подчеркивают, что главной

¹ Экспертное мнение получено автором исследования посредством опроса и интервью эксперта И.Г. Чумарина 24.08.2018, Санкт-Петербург.

направляющей профилактической работы является превентивная работа с ворами и потенциальными ворами¹.

Главной целью охраны гипермаркета, отмечают эксперты Центра «Параллель», является ликвидация или минимизация рисков, а именно предупреждение хищений имущества гипермаркета (товаров, а также сопутствующего оборудования/инвентаря); нанесения умышленного и неумышленного вреда товарно-материальным ценностям, находящимся на торговом объекте². Эксперты Компании «Император» указывают, что с начала 2000-х годов и по настоящее время физическая и техническая охрана торгового объекта являются самостоятельными направлениями, однако в настоящее время предпринимается попытка реформирования и объединения названных направлений в единое целое, что значительно улучшит возможности розничных сетевых компаний по проведению профилактических мероприятий магазинных краж. Новым направлением в торговой безопасности является внедрение на торговый объект ревизоров-контролеров, обеспечивающих выявление нарушений бизнес-процессов, в том числе и риска криминальных потерь. Кроме того, проведение выработки единой системы профилактических мероприятия даже в рамках одной розничной торговой сети затрудняет сложившаяся практика сотрудничества ритейла (конкретной розничной торговой сети) с разными охранными компаниями³.

Профилактика детского шоплифтинга находится под пристальным вниманием экспертов по торговой безопасности. Пристальное внимание сосредотачивается на прохождении через зону кассовых терминалов посетителями с детьми, особенно малолетними. При обнаружении фактов прохода с неоплаченным товаром через кассовую линию названных посетителей охранник обязан сообщить факте прохода старшему смены. Если ребенок находится в магазине с родителями, общение ведется с родителями. Если ребенок

¹ Экспертное мнение получено автором исследования посредством опроса и интервью экспертов Компании «Император» 03.03.2017, Санкт-Петербург.

² Тренинг «Контроль основных операций с ТМЦ в гипермаркете и супермаркете». С.3.

³ Экспертное мнение получено автором исследования посредством опроса и интервью экспертов Компании «Император» 19.05.2017, Санкт-Петербург.

находится без родителей (дошкольник и школьник), общаться с ним рекомендуется сотрудникам женского пола. Одновременно необходимо связываться с его родителями. В случае отказа родителей от каких-либо действий необходимо вызывать сотрудника полиции, в том числе отдела по делам несовершеннолетних¹.

Профилактика этнического шоплифтинга производится посредством обучения и инструктажа персонала клининговых компаний: своевременный сбор тележек и корзин, действия при обнаружении на территории торгового зала и складских помещениях боя и бракованного товара, элементов защиты, старых вещей в районе примерочных, забытого и спрятанного товара². Основное требование к сотрудникам клининговых компаний – не производить уборку до прибытия сотрудника ЧОП и составления соответствующего акта.

Задержание магазинного вора за совершение кражи (в том числе за покушение на ее совершение), передача задержанного в полицию являются завершающими этапами специальных профилактических мер. Акты соответствующих правоохранительных органов подтверждают эффективность проводимой профилактической работы. Специалисты Охранной организации «Император» отмечают, что решение о последующих действиях при определении потенциального вора принимается исходя из конкретных обстоятельств. Возможно принятие следующих решений: оплата товара посетителем в 2-, 3-кратном размере, возврат товара в торговый зал без оплаты, передача вора в правоохранительные органы. С «магазинным воров» проводится профилактическая беседа. Правила устанавливает розничная торговая сеть, охранные компании не действуют по своему усмотрению. Политика розничной торговой сети формируется исходя из задачи восстановления потерь и попытки привития «магазинному вору» привычки законопослушного поведения. Практика доказывает, что оплата товара на месте («штраф») действует более эффективно,

¹ Тренинг «Методические рекомендации сотрудникам охраны, работающим на посту «Прикассовая зона» гипермаркета». С.24.

² Тренинг «Как эффективно предотвращать потери в торговле». С.93.

чем обращение в правоохранительные органы¹. Метод предотвращения главенствует при организации профилактических мероприятий по пресечению хищений. Мероприятия завершаются задержанием шоплифтера. Действия по отношению к лицам, подозреваемых в подготовке кражи товара, для предотвращения неправомерных действий: 1. без обнаружения установленного контроля за лицом сопроводить такое лицо за кассовую линию, до выхода из магазина для задержания; 2. продемонстрировать свое знание о противоправных намерениях, инициировать либо оставление товара в торговом зале, в том числе за кассовой линией, либо оплату неоплаченного товара.

При задержании «магазинного вора» сотрудники службы безопасности обязаны соблюдать следующее: 1. убедиться в сокрытии товара; 2. установить, совершается кража индивидуально или в составе группы; 3. убедиться в не оплате товара; 4. «вывести» подозреваемого за кассовый узел к выходу из магазина; 5. при точном установлении противоправного умысла активизироваться и действовать совместно с другими сотрудниками Службы внутренней безопасности или торгового объекта или в присутствии администрации магазина, предложить оплатить похищенный товар в полном объеме его стоимости или вернуть похищенный товар в магазин; 6. при задержании подозреваемого истребовать кассовый чек для проверки правильности расчета, если предполагаются осложнения в общении с посетителем; 7. Инициировать при необходимости инвентаризацию кассы и проверку действий по проведенным кассиром кассовых операций; 8. при отказе посетителя совершить предлагаемые сотрудниками охраны действий следует пригласить его проследовать в административное помещение магазина (комната охраны) для составления акта (при следовании посетителя в помещение охраны необходимо контролировать действия покупателя по возможному «сбросу» похищенного; 9. обратиться в полицию при отказе посетителя от посещения комнаты охраны, удерживать посетителя от ухода из магазина до ее прибытия; 10. при согласии – изъять товар,

¹ Экспертное мнение получено автором исследования посредством опроса и интервью экспертов Компании «Император» 03.03.2017, Санкт-Петербург.

установить личность и оформить акт задержания, обратиться в правоохранительные органы при необходимости; 11. в акте задержания и журнале регистрации задержаний оформить факт задержания посетителя с указанием реквизитов похищенного товара, обстоятельства и условия задержания, сведения о задержанном магазинном воре. Приведенный алгоритм действий зависит от фактических обстоятельств и типа магазинного вора (несовершеннолетний, внешне обеспеченная женщина, мужчина, мать с ребенком, пенсионер и др.)¹.

Экспертами Центра «Параллель» разработана система задержания потенциального «вора»-покупателя. Необходимо обращать внимание на следующих покупателей: покупатели, берущие много одежды для примерки; группы покупателей; покупатели, проводящие слишком много времени в примерочной; покупатели, одетые не соответственно погоде; покупатели, регулярно посещающий определенный магазин и выходящих без покупок; покупатели с большими сумками. Выявление факта кражи и слежки за похитителем недостаточно. Необходимо правильно организовать задержание после выхода магазинного вора из кассовой зоны с неоплаченным товаром. Операторы видеонаблюдения сообщают сотруднику службы охраны кассовой линии номер кассы, через которую выходит похититель и его четкое описание. Сотрудник службы охраны должен четко определить, кто является таким лицом. После выхода «магазинного вора» из кассовой зоны с неоплаченным товаром производятся следующие действия: 1. покупателя просят выложить все покупки на кассовый стол или конвейер; 2. покупатель должен пройти между антеннами со своими личными вещами; 3. покупатель получает свои покупки на противоположном конце кассового стола (конвейера). Необходимо, чтобы покупательская тележка не оставалась между антеннами, это может вызвать ложный сигнал. При проходе между антеннами защитные метки неоплаченного товара подают сигнал. После данных действий вызывается сотрудник соответствующих правоохранительных органов².

¹ Чумарин И.Г. Предотвращение потерь в розничной торговле. С.85-88.

² Тренинг «Способы и методы противодействия хищению товаров в торговле». С.46.

Комплексная профилактика шоплифтинга на техническом уровне представляет собой обеспеченность торгового объекта соответствующего формата антикражным оборудованием (таблица №24)¹. Ведущим элементом в профилактической работе технического уровня выступает видеонаблюдение, осуществляемое не только в торговом зале, но и в иных зонах торгового объекта. Специалисты Охранного холдинга «An-Security» называют методы видеонаблюдения: хаотичное передвижение видеокамер и «маршрутное движение» видеокамеры. Охранник соответствующего поста во взаимосвязи с оператором видеонаблюдения выполняют ведущую роль в проведении конкретных профилактических мероприятий². Эксперты Компании «Император» указывают, что система антикражного оборудования усиливается в период проведения акций и распродаж, а также в праздники. Также эксперты отмечают разрыв между физической и технической охраной, разработку технического оборудования вне физической охраны, а также проблемы в эксплуатации и обновлении технического оборудования³.

Эксперты Компании «АНТИвор» считая, что «профессиональным шоплифтерам необходимо противостоять профессиональной защитой», представляют антикражное оборудование, направленное на обнаружение «профессионального воровского оборудования» (фольгированный пакет, радиоткань, магнитные съемники, «джаммеры» и др.) и распознающее «грамотную маскировку шоплифтеров». Эксперты отмечают, что «большинство профессиональных воров избегают магазинов с противокражным оборудованием». Выявление на входе потенциального вора среди посетителей обеспечивает система с металломагнитодетектором, являющейся профессиональной защитой от шоплифтеров. Профилактика магазинных краж, подчеркивают эксперты, возможна только через комплексное оснащение магазина

¹ Иное противокражное оборудование (защита товара на стеллажах, защитные боксы и защитные крючки) в таблице не представлено, поскольку названное антикражное оборудование многообразно и варьируется от ассортимента товара магазина.

² Экспертное мнение получено автором исследования посредством опроса и интервью экспертов Корпоративного университета Компании «An-Security» 15.12.2016, Санкт-Петербург.

³ Экспертное мнение получено автором исследования посредством опроса и интервью экспертов Компании «Император» 19.05.2017, Санкт-Петербург.

профессиональной защитой¹. Система профессионального противокражного оборудования магазина (варьируется по форматам) состоит из металломагнитодетекторов (например, современные антикражные системы DetexLine Magnum с металломагнитодетектором и функцией Antijammer, определяющую потенциального вора при входе в магазин), зеркал безопасности (обзорные зеркала: большой обзор для бóльшей безопасности), ручных детекторов, защиты товаров на стеллажах (универсальные датчики для любой выкладки товара), датчиков (жесткие: акустомагнитные, радиочастотные, «бутылочные», на стальном тросе, и гибкие датчики: радиочастотные, электромагнитные, акустомагнитные), защитных боксов (сейферы для сигарет, CD/DVD дисков, мелких и крупных товаров, для косметики и парфюмерии, с регулируемой высотой и др.), защитной сетки, защитных крючков, а также системы подсчета посетителей².

Важно отметить, что комплексная профилактика шоплифтинга технического уровня не стандартизирована, в том числе в пределах магазинов одного формата одной торговой сети, но различается по критерию формата магазина. Магазины формата гипер-, супермаркет имеют полное оснащение антикаражным оборудованием. Эксперты по торговой безопасности ПАО «X5 RETAIL GROUP» акцентируют, что «супер- и гипермаркеты обеспечены антикражным оборудованием в достаточном объеме»³. Розничные магазины форматов «у дома», «дискаунтер» в подавляющем большинстве случаев оснащены только антикражными воротами при входе в магазин. Иное антикражное оборудование отсутствует (или представляет собой муляжи). При этом выкладка товаров группы риска, как и в сетевых магазинах «большого формата», осуществляется в прикассовой зоне для контроля над такими товарами со стороны кассира.

Подавляющая часть магазинных краж совершается на выходе посетителей из кассовых терминалов. Комплексная профилактика магазинных краж включает в

¹ Веб-презентация «Шоплифтеры – это реальность, а не миф». Предоставлена 24.03.2017 экспертами Компании «АНТИвор».

² Информационный каталог ООО «АНТИвор», 2017. №1. С.40-66.

³ Экспертное мнение получено автором исследования посредством опроса и интервью экспертов ПАО «X5 RETAIL GROUP» 17.02.2020, Санкт-Петербург.

себя превентивное воздействие на воровство кассиров, поскольку определенное количество магазинных краж, совершенных покупателями, происходит с их участием (в сговоре) и представляет собой совокупность мер по соблюдению кассирами правовых норм и контроль за их исполнением, физическое и техническое наблюдение за их действиями. Профилактические меры по отношению к кассирам (и иному персоналу): обучение, соблюдение законодательства РФ и контроль за соблюдением, предупреждение, профилактическая беседа, депремирование, возмещение ущерба, увольнение с выплатой ущерба, обращение в полицию, обращение в суд. Существенную роль играют базы данных недобросовестных кассиров и других сотрудников (уволенных по виновным основаниям), созданные ритейлерами и охранными компаниями в соответствии с ФЗ от 27.07.2006 №152-ФЗ «О персональных данных». Необходимо отметить, что российский ритейл в подавляющем большинстве случаев занимает пассивную позицию и предпочитает не обращаться в полицию, что существенно повышает уголовно-правовые риски.

Должностные права и обязанности устанавливаются должностной инструкцией кассира-операциониста, работающего на контрольно-кассовой машине (ККМ). Специалисты Учебного Центра «Параллель» отмечают, что в соответствии со Стандартом обслуживания покупателей тайминг на кассе в «час пик» составляет не более 6 минут в очереди и не более 2х минут на одного покупателя¹. Нарушение стандарта обслуживания покупателей указывает на возможные противоправные действия как кассира, так и покупателя. Профилактической мерой магазинных краж, совершенными кассирами, является в первую очередь меры, принимаемые при приеме кассира на работу. Кассир должен иметь соответствующую специальность начального профессионального образования (кассир торгового зала, контролер-кассир и т.п.), указанную в приказе Министерства образования и науки РФ № 339 от 14.12.2007 «Об утверждении Перечня профессий начального профессионального образования» или среднее (полное) общее образование и при этом пройти специальную

¹ Тренинг «Кассовый узел проблем». С.73.

подготовку. При назначении на должности, связанные с ведением кассовых операций, установлены следующие ограничения (не допускаются к работе кассирами): ранее привлекавшиеся к уголовной ответственности за умышленные преступления, судимость у которых не погашена и не снята в установленном порядке; страдающие хроническими и психическими заболеваниями; систематически нарушающие общественный порядок; злоупотребляющие спиртными напитками либо употребляющие наркотические средства без назначения врача¹. Обучение кассиров при приеме на работу и повышение их квалификации выступают дополнительными методами профилактики.

«Типовые правила эксплуатации контрольно-кассовых машин при осуществлении денежных расчетов с населением» детально регламентируют обязанности (определение общей суммы покупки, получение денежных средств от покупателя и т.п.) и запреты (допуск посторонних к кассовой машине, уход от кассовой машины и т.п.) кассира. Эксперты Центра «Параллель» также указывают на специфику профилактики краж с использованием банковских карт² и фальшивых купюр³. Нарушение указанных Типовых правил является нарушением не только кассовой дисциплины, но и является противоправным риском, может вести к совершению преступления.

И.Г. Чумарин указывает следующие основные рекомендации по профилактике магазинных краж, совершаемых кассирами: 1. ужесточение отбора на кассовые должности, 2. запланированная текучесть по кассовым должностям для профилактики краж в связи с доскональным знанием кассовых операций, 3. установление однозначных правил кассовой дисциплины, 4. применение неформальных методов защиты интересов ритейла⁴. Ограничения кандидатов, претендующих на замещение должности кассового работника: 1. удаленность

¹ Данные требования не указаны в действующем Указании Центрального Банка РФ № 3210-У от 11.03.2014 «О порядке ведения кассовых операций юридическими лицами и упрощенном порядке ведения кассовых операций индивидуальными предпринимателями и субъектами малого предпринимательства» (ранее - Письмо Центрального Банка РФ от 04.10.1993 №18 «Об утверждении порядка ведения кассовых операций в Российской Федерации»), однако применяются при назначении на должность кассиров.

² Тренинг «Кассовый узел проблем». С.50.

³ Там же. С.63-64.

⁴ Чумарин И.Г. Предотвращение потерь в розничной торговле. С.91.

места жительства не более 3-4 остановок общественного транспорта от магазина; 2. в семье кандидата количество иждивенцев (преимущественно несовершеннолетних) не должно превышать двух человек; 3. наличие постоянной регистрации по месту жительства является обязательным требованием; 4. с предыдущего места работы кассиром обязателен отзыв от руководства Службы безопасности или администрации магазина; 5. является не желательным у кандидата опыта работы кассиром ранее (особо пристальное внимание обращается на частую смену мест работы с короткими сроками работы).

При прохождении предварительного инструктажа и оформления допуска к работе до кандидата под роспись доводятся правила кассовой дисциплины и условия применения дисциплинарной, материальной, административной и уголовной ответственности за нарушение кассовой дисциплины, в том числе за недостачи. Эксперт перечисляет методы профилактики совершения хищений кассирами¹.

Ответственность за совершение хищения, как подчеркивает И.Г. Чумарин, выступает «сдерживающим фактором»² в системе профилактики магазинных краж. Эксперты Центра «Параллель» указывают, что при приеме на работу у потенциального сотрудника истребуется справка об отсутствии судимости, что указывает на «чистоплотность» будущего сотрудника. Как указывают эксперты, 70% персонала увольняется в первый месяц (грузчики, продавцы), товароведы и кассиры увольняются через 2-3 месяца, руководители отделов – 3-6 месяцев. Хищения могут совершаться в последние две недели перед увольнением. Выявляются такие хищения при инвентаризации магазина. Профилактика хищений проявляется, прежде всего, в переориентации отношения руководства к персоналу, материальной стимулировании работников³.

Эксперты Центра «Параллель» указывают основные задачи поста охраны «Прикассовая зона» для профилактики магазинных краж: контроль

¹ Чумарин И.Г. Предотвращение потерь в розничной торговле. С.96-98.

² Там же. С.99.

³ Экспертное мнение получено автором исследования посредством опроса и интервью экспертов Центра «Параллель» 10.03.2017, Санкт-Петербург.

общественного порядка в кассовой зоне, контроль над выполнением обязанностей кассирами и не допущение выхода покупателей из торгового зала с неоплаченным товаром. В целях предупреждения кризисных ситуаций, в т.ч. совершения противоправных действий, охранник обязан сообщать о всех фактах нарушений в мониторинговую комнату. До заступления на пост «Расчетно-кассовый узел» старший смены производит развод, на котором доводит информацию о поступивших жалобах¹ на сотрудников охраны за прошедшие сутки, а также о фактах обнаружения криминальных группировок². Для профилактики магазинных краж сотрудник охраны должен знать: правила нахождения в торговом зале, ассортимент реализуемого товара (особое внимание уделяется товару, фасовка которого производится в торговом зале сотрудником отдела или непосредственно покупателем), правила кассовой дисциплины и особенности работы кассиров-операционистов, правила хранения на рабочем месте кассиров личных вещей (запрет на хранение кассирами на рабочем месте личных денежных средств и немаркированных личных вещей – сигареты, жевательная резинка, бутилированная питьевая вода и др., в том числе совпадающее с ассортиментом магазина). Сотрудник охраны обязан предложить покупателю с ранее приобретенным товаром, желающему пройти в торговый зал, убрать его в камеру хранения или упаковать в маркированный полиэтиленовый пакет³.

Физическое наблюдение за действиями кассира представляет собой действия сотрудников службы охраны по оказанию кассиру помощи при исполнении им своих обязанностей и для пресечения неправомерных действий. Эксперты ПАО «X5 RETAIL GROUP» подчеркивают, что количество постов физической охраны зависит от объема розничного товарооборота на торговом объекте и его площади. Например, на объекте площадью менее 3 000 кв.м. при

¹ Жалобами являются нарушения требований внутриобъектового режима (жалобы на замечания охранников в связи с проходом покупателей через неработающие кассы, проход в торговый зал с крупногабаритными вещами и т.д.), осмотр покупателя, хамское поведение охранника на посту, срабатывание противокражной системы и др.

² Тренинг «Методические рекомендации сотрудникам охраны, работающим на посту «Прикассовая зона» гипермаркета». С.1-4.

³ Там же. С.6-7.

наличии менее 16 касс выставляется один сотрудник службы собственной безопасности¹.

Сотрудник охраны обязан по требованию прибывать к кассиру для оказания помощи и при необходимости вызова сотрудников полиции. При срабатывании тревожной кнопки на линии касс сигнал поступает в мониторинговую комнату. При получении обратного сигнала из мониторинговой комнаты охранник обязан подойти к указанной кассе и выяснить причину срабатывания². Сотрудник охраны обязан регулярно патрулировать по периметру вдоль кассовой линейки в пределах своей зоны контроля. Охранник находится на посту до момента, пока последний покупатель не покинет линию касс и галерею, а также до ухода последнего кассира со своего рабочего места. Покидает свой пост сотрудник охраны только с разрешения старшего смены³. При наличии явных оснований полагать, что при расчете допущены расхождения, сотрудник охраны обязан проверять соответствии товарного чека и товара. Осуществляется проверка товарных позиций в чеке их фактическому соответствию, дата и время на чеке. При проверке кассовых чеков сотруднику охраны необходимо знать типичные ошибки кассиров. Часто ошибки допускают стажеры и кассиры с небольшим опытом работы⁴. Сотрудник охраны обязан следить за полной выгрузкой товара из покупательских тележек на кассовую ленту. При обнаружении факта неполного выгруза товара сотрудник охраны устанавливает: совершено ли действие умышленно; произведение кассиром сверки наличия не выложенного неоплаченного товара с оплаченным товаром. Таким образом охранник обеспечивает проверку покупателя и кассира на предмет потенциальной кражи⁵. Сотрудник охраны следит, чтобы кассир вскрывала и доставала содержимое коробок, упаковок с товаром, чемоданы, сумки и др. на предмет вложений дополнительных товаров, упаковки других товаров или замены одного товара на

¹ Экспертное мнение получено автором исследования посредством опроса и интервью экспертов ПАО «X5 RETAIL GROUP» 17.02.2020, 26.04.2021, Санкт-Петербург.

² Тренинг «Методические рекомендации сотрудникам охраны, работающим на посту «Прикассовая зона» гипермаркета». С.12.

³ Там же. С.13.

⁴ Там же. С.14.

⁵ Там же. С.15.

другой. Сотрудник охраны обязан прощупывать прозрачные упаковки с одеялами, пледами, подушками на предмет вложения дополнительных товаров¹. Сотрудник охраны следит за перекрытием кассовых проходов при уходе кассира с кассового терминала; самостоятельным перекрытием кассирами проходов между неработающими кассами, закрытием боксов с сигаретами. Сотрудник охраны участвует в сборе отказного товара с касс². Сотруднику охраны запрещено: брать на хранение вещи от посторонних людей; вести разговоры, не относящиеся к выполнению функциональных обязанностей с посетителями и сотрудниками магазина; делать замечания, конфликтовать с кассирами, другими сотрудниками в присутствии клиентов; читать и отвлекаться; на посту употреблять пищу, напитки, спать³.

Кроме физического наблюдения, специальными методами профилактики воровства кассиров являются применение технических средств контроля кассовых операций и обеспечения сохранности денежных средств. Розничными сетевыми компаниями используются различные аппаратно-технические комплексы. Компания «АКО» представляет систему цифрового видеоконтроля операций «ПРИЗМА» на торговых объектах. Система «ПРИЗМА» позволяет эффективно сократить потери от мошенничества при выполнении кассовых операций, не «затормаживает» процесс торговли, не отрывает кассира от выполнения своих функциональных обязанностей, применима в розничной торговле различного масштаба. Системы видеонаблюдения и видеоконтроля предназначены для выполнения наблюдения за избранными объектами в реальном времени (с созданием архива). Система событийного видеоконтроля «ПРИЗМА» предназначена для выполнения следующих действий: 1) получение в реальном времени видеоизображения места наблюдения с одновременной фиксацией действий кассира на кассе и изображения содержимого чековой ленты (видеодокументальный срез событий); 2) запись видеоизображения кассы, а также

¹ Тренинг «Методические рекомендации сотрудникам охраны, работающим на посту «Прикассовая зона» гипермаркета». С.21.

² Там же. С.17.

³ Там же. С.16.

зафиксированных действий кассира и данных чековой ленты в хранилища на жёсткий диск; 3) просмотр видеоизображения, зафиксированных действий кассира и данных чековой ленты по событиям, отсортированным в желаемой последовательности; 4) автоматический или автоматизированный (настраиваемый) анализ ситуации с учётом произошедших событий. Система «ПРИЗМА» может работать в одном из четырёх режимов: 1. в автоматическом режиме оперативного наблюдения (режим реального времени); 2. в режиме отложенного просмотра и анализа (режим работы с архивом); 3. в режиме формирования и представления отчётов; 4. в режиме настроек программы¹.

Профилактика магазинных краж в магазинах форматов «дискаунтер» и «у дома» имеет определенную специфику, определяемую небольшой площадью торгового зала, отсутствием видеонаблюдения и обеспечением профилактических мероприятий администраторами и контролерами торгового зала. Компания «An-Security» представляет опыт работы² в магазинах форматов «дискаунтер»³ и «магазин у дома»⁴. Преимущества магазинов названных форматов привлекают не только покупателей, но и шоплифтеров. Для профилактики магазинных краж в магазинах исследуемых форматов необходимо, как и в супер-, гипермаркетах, строгое соблюдение правил торговли и внутренних регламентов. В магазинах исследуемых форматах отсутствует склад (распределительный центр), что исключает потери на данном этапе товародвижения. Организация работы охранной компании по предотвращению краж посетителями и кассирами

¹ «Руководство системного администратора для работы с системой видеоконтроля SET: PRISMA (версия 5.1). Санкт-Петербург: ООО «Кристалл Сервис», 2010. С.4-13.

² Тренинг «Опыт работы «AN-SECURITY» в магазинах формата «дискаунтер», «магазин у дома» по предотвращению потерь ТМЦ на этапе приемки, хранения, продажи и списания». СПб.: ЧОУ ДПОЦПП «Параллель», 2016. 73 с.

³ Дискаунтер (от англ. discount – скидка, делать скидку) представляет собой магазин с широким ассортиментом лучших товаров по оптовым ценам. Управление таким магазином направлено на снижение затрат за счет минималистского наполнения торгового зала, упрощенной выкладки товара, уменьшения количества работающего персонала. Потребителей интересует не только бренд магазина или его рекламные акции, но и близость к дому. Потребитель понимает, что гипермаркет предполагает много незапланированных покупок, а скидки на одни товары означает высокие цены на другие товары. В частности, магазины «Верный», «Пятерочка», «Магнит», «Народная 7Я», «НЕТТО» и др. являются дискаунтерами.

⁴ Магазин «у дома» («магазин шаговой доступности») представляет собой небольшой магазин, предназначенный для обеспечения текущих потребностей живущих рядом покупателей. Часто магазин расположен непосредственно в жилом доме на первом или цокольном этаже. Ассортимент магазина максимально сбалансирован и состоит из товаров повседневного спроса, поскольку покупки «рядом с домом» совершаются ежедневно и включают в себя основные товары потребительской корзины. Магазины «Дикси», «Spar Express», «Фасоль», «Полушка», «Реаль», «7 шагов» и др. являются магазинами «у дома».

отличается меньшим количеством постов и отсутствием в подавляющем большинстве случаев системы видеонаблюдения, что создает трудности в выявлении потенциальных воров. Противокражные ворота и защитные метки на товаре присутствуют. Сотрудник охранной организации должен знать ассортимент магазина, уметь выявить потенциального вора и знать основные способы хищения товара, а также основные составляющие работы кассира-операциониста¹.

Особое внимание в магазинах исследуемого формата необходимо обращать на кассовую зону, которая должна быть оснащена необходимым оборудованием (например, заграждающими барьерами, препятствующими свободному входу посетителей в торговый зал, а также выходу посетителей с неоплаченным товаром). Антикражные ворота должны быть установлены на входе в торговый зал. Иное антикражное оборудование должно быть рабочим, как и деактиваторы. Главные источники потерь для магазинов форматов «дискаунтер» и «магазин у дома»: эстакада (приемка, списание, обмен, возврат, сетевое перемещение) – 70%, ошибки кассиров – 10%, воровство кассиров – 10% и кражи посетителей – 10% (совпадают с источниками потерь и их процентным соотношением в супер-, гипермаркетах)². Плановые и внезапные инвентаризации являются действенными профилактическими мерами.

Квалифицированная подготовка (обучение) частных охранников является неотъемлемой составной частью профилактики шоплифтинга. В частности, Компания «An-Security» уделяет особое внимание профессиональному росту и развитию своих сотрудников. Для каждой позиции на охраняемом объекте предусмотрен свой набор обязательных и дополнительных тренингов. Основными программами обучения являются: вводный тренинг; этика поведения и делового общения сотрудника охраны; реагирование при чрезвычайных ситуациях; правовая подготовка сотрудника охраны³. Тренинги, разработанные Компанией

¹ Тренинг «Опыт работы «AN-SECURITY» в магазинах формата «дискаунтер», «магазин у дома» по предотвращению потерь ТМЦ на этапе приемки, хранения, продажи и списания». С.1.

² Там же. С.39.

³ Тренинг «2017 год – год клиента». СПб.: ЧОУ ДПОЦПП «Параллель», 2016. С.6.

«An-Секьюрити», доступны сотрудникам сетей и контрагентам. Тренинги рассказывают о предотвращении потерь на каждом этапе движения товара. Результат тренинга – умение применить полученные знания на практике¹. Экспертами Компании «An-Security» и Центра «Параллель» разработана система профессионального обучения и профилактики криминальных потерь² в гипер- и супермаркетах (приложение, Таблица №1).

Обучение персонала магазина, в т.ч. кассиров является превентивной профилактической мерой. Практика показывает, что выгоднее обучать имеющегося сотрудника, чем нанимать на его место нового³. Эксперты Центра «Параллель» указывают, что 69,81% персонала гипер, и супермаркетов в г.Санкт-Петербурге не прошли соответствующее обучение. В регионах эта цифра составляет 85%. Профессиональными знания отдела ОКО (операционно-кассового отдела) обладают лишь 34,14%⁴. Учебная программа «Курсы кассиров-операционистов» включает в себя соответствующие элементы, включая противоправные⁵. На предприятиях розничной торговли во всем мире применяются два принципа работы с персоналом: создание команды и ротация работников низких должностей. Оптимальным способом является ротация персонала в первый год работы магазина и создание команды в дальнейшем⁶. Эксперты Центра «Параллель» указывают, что «ничто так не толкает сотрудников к воровству, как понимание изъянов в учете». Профилактические меры не приведут к снижению уровня магазинных краж без четко налаженного контроля и учета товаров и денежных средств на каждом этапе товародвижения. Эффективная система контроля должна соответствовать следующим требованиям: контроль должен быть простым; контроль должен быть постоянным; контроль должен быть всеобъемлющим; контроль следует

¹ Тренинги проводятся на базе ЧОУ ДПОЦПП «Параллель» (Санкт-Петербург).

² Профилактика некриминальных потерь включает следующие тренинги: тренинг «Контроль качества мясных продуктов при приемке, хранении и продаже», тренинг «Контроль качества рыбных продуктов при приемке, хранении и продаже», тренинг «Контроль качества фруктов и овощей при приемке, хранении и продаже».

³ Тренинг «Кассовый узел проблем». С.88.

⁴ Тренинг «Контроль качества продуктов при приемке, хранении и продаже». С.5.

⁵ Тренинг «Кассовый узел проблем». С.30-32.

⁶ Тренинг «Способы и методы противодействия хищению товаров в торговле». С.26.

сосредоточить на результате. Для увеличения эффективности контроля рекомендуется проведение непредсказуемых инвентаризационных проверок с целью выявления недобросовестных сотрудников. Процедура учета товара должна способствовать раскрытию магазинных краж и выявлению краж персоналом. Необходимо вести постоянный учет товаров с регулярной передачей товаров от одного лица к другому. Такая процедура разрушает сложившиеся преступные связи и не позволяет планировать преступление в несколько этапов во времени: отложить, спрятать, вынести. Для повышения эффективности учета следует строго ограничить сотрудникам доступ к складу и к данным учета товаров¹.

Службы собственной безопасности торговых розничных сетей, как и охранные компании, имеют самостоятельные разработки профилактики внешних и внутренних магазинных краж (теоретическая и практическая подготовка, включая уголовно-правовые риски).

Корпоративный (сетевой) социальный контроль магазинных краж выступает частью специального предупреждения шоплифтинга в России. Корпоративный контроль необходимо определить как 1. социальную ответственность сетевой розницы перед обществом, 2. систему стимулирования лояльности посетителей и персонала по отношению к сетевой рознице. Торговля обладает социально-экономическим антикриминогенным потенциалом контроля магазинных кражам. Европейская комиссия в «Основах корпоративной социальной ответственности» в 2001г. определила корпоративную социальную ответственность как «концепцию ... компании интегрируют решение социальных вопросов в бизнес-деятельность и в свое взаимодействие с заинтересованными сторонами на добровольной основе»². Я.В. Шокола выделяя социальную составляющую корпоративной социальной ответственности, отмечает, что «социальная составляющая ориентирована на персонал и местное сообщество. ... справедливая зарплата сотрудников и предоставление им расширенного пакета

¹ Тренинг «Способы и методы противодействия хищению товаров в торговле». С.47.

² Green Paper. Promoting a European framework for corporate social responsibility. European Commission, 2001.

медицинского страхования, проведение благотворительных акций поддержки местного сообщества. Возможными проявлениями корпоративной социальной ответственности является обеспечение поддержки клиента, предложение качественных товаров и услуг по справедливым ценам¹.

Для поддержания социальной ответственности сетей перед социумом необходимо налоговое стимулирование (уменьшение налогового бремени), поддержка в продвижении в неохваченные сетями регионы, участие государства в осуществлении социальных проектов, разрабатываемых розничными сетевыми компаниями (в т.ч. софинансирование).

И.Г. Чумарин, исследуя воров-любителей, указывает на возможность сетевых компаний стимулировать покупателей на отказ от совершения краж. Система стимулирования покупателей состоит из двух базовых элементов. *Во-первых*, обеспечение обстановки комфорта и безопасности для посетителей. Надеяться на заботу посетителей о собственности торгового объекта при отсутствии заботы о здоровье и собственности покупателя нельзя. Эффективности данного элемента обеспечивается, в частности, проявлением заботы о собственности посетителя (наличие камер хранения, охраняемая парковка и т.п.). Организация профилактической работы по предотвращению карманных краж в торговом зале магазина и хищений из автомобилей на парковке обязательная составляющая. *Во-вторых*, своевременное и качественное разрешение претензий покупателей, что способствует повышению лояльности покупателя и, следовательно, безопасности торгового объекта. Для эффективности данного элемента необходимо: 1. быстрый и равноценный обмен некачественного товара; 2. непосредственный доступ к Книге жалоб и предложений; 4. работа телефонной «горячей линии» (и интернет он-лайн линии) для покупателей². Информационным воздействием является издание и распространение каталогов товаров по привлекательным ценам с включением краткой информации о хищениях. Информация о хищениях может содержать примеры о задержании магазинных

¹ Шокола Я.В. Корпоративная социальная ответственность в восприятии покупателя / Я.В. Шокола // Креативная экономика. 2013. №7(79). С.10-19.

² Чумарин И.Г. Предотвращение потерь в розничной торговле. С.74-75.

воров, в т.ч. с помощью покупателей, о покупателе, предложившим кассиру войти в сговор, о вознаграждении покупателя с твердой гражданской позицией, предотвратившего хищение. При наличии сильного лобби на уровне государства и принятии мер в отношении правовых последствий для «магазинных воров» и переориентации полиции на реальную помощь розничному бизнесу профилактика шоплифтинга в России выйдет на новый уровень¹. Эксперт подчеркивает, что социальные программы направлены на снижение количества малоимущих, являющихся социальной базой «магазинных воров». Социальной поддержкой может выступать прием на работу в сетевые магазины несовершеннолетних (квоты для школьников во время летних каникул). И.Г. Чумарин указывает, что социальные и благотворительные проекты, спонсирование социальных и иных мероприятий является «точечной» работой в сформированной социальной среде (школа, городской район и т.п.). В России, указывает эксперт, систематизированной социальной работы ритейлерами не проводится².

Сетевая розница как коммерческий сектор экономики заинтересована прежде всего в извлечении прибыли. Однако поскольку в магазинах розничной торговли, в большей степени сетевой, можно приобрести социально значимые продовольственные товары первой необходимости (говядина, курица, рыба мороженая неразделанная, масло сливочное и подсолнечное, молоко питьевое, яйца куриные, сахар-песок, соль поваренная пищевая, чай черный байховый, хлеб ржаной, крупа гречневая-ядрица, вермишель, картофель, капуста белокочанная свежая, лук репчатый, морковь и др.³), а также сопутствующие непродовольственные товары, на розничный рынок сетевой торговли накладывается ответственность перед потребителями и обществом. Необходимо

¹ Чумарин И.Г. Предотвращение потерь в розничной торговле. С.82-83.

² Экспертное мнение получено автором исследования посредством опроса и интервью И.Г. Чумарина 01.09.2017, Санкт-Петербург.

³ Постановление Правительства РФ №530 от 15.07.2010 (в ред. от 21.03.2016) «Об утверждении Правил установления предельно допустимых розничных цен на отдельные виды социально значимых продовольственных товаров первой необходимости, перечня отдельных видов социально значимых продовольственных товаров первой необходимости, в отношении которых могут устанавливаться предельно допустимые розничные цены, и перечня отдельных видов социально значимых продовольственных товаров, за приобретение которых определенного количества которых хозяйствующему субъекту, осуществляющему торговую деятельность, не допускается выплата вознаграждения».

обозначить социальные обязанности сетей перед социумом: 1. реализация качественных товаров; 2. минимальные наценки на социально значимые продовольственные товары первой необходимости или их отсутствие; 3. сдерживание и сглаживание роста розничных цен на социально значимые продовольственные товары первой необходимости, в том числе в период инфляции, экономического кризиса и др.¹

Собственная программа социальной ответственности разработана каждой торговой сетью. Программа состоит из гарантии качества товаров и низких цен на товары, наличие широкого ассортимента товаров, высокого уровня обслуживания покупателей и признания ценности своих сотрудников, уважение к ним. Каждая сеть обладает товарами собственной торговой марки, цены на которые ниже брендовых аналогов. Сети предпринимают попытки участия в жизни местных сообществ, реализуют различные социальные проекты. Прямые скидки (без карты сети) и карта лояльности (дисконтная карта сети) гарантирует низкие цены. Дисконтная карта предоставляет скидки держателю, применение в накопительных, бонусных и призовых программах сети². Программы социальной ответственности представлены в каждой региональной и локальной сетевой розничной сети.

Изложенный материал позволяет сформулировать выводы:

1. Специальное криминологическое предупреждение является комплексной профилактикой магазинных краж. Комплексная профилактика включает в себя профилактику по группам магазинных воров («любители» и «профессионалы») согласно физическому и техническим уровнями.

¹ Подробнее см.: Лебедь А.Л. Социальный контроль магазинных краж (на материалах Санкт-Петербурга) / А.Л. Лебедь // Система профилактики преступности: современное состояние, проблемы и перспективы развития [Электронный ресурс]: Материалы межведомственного Круглого стола. Санкт-Петербургский университет МВД России, 26.10.2018 / сост.: Н.А. Корсикова. С.163-168.

² См. более подробно: Международная торговая розничная сеть «АШАН» (Россия) [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.auchan.ru>, свободный (дата обращения: 18.09.2017); Мультиформатная федеральная компания современной розничной торговли «X5 Retail Group» [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.x5.ru>, свободный (дата обращения: 18.09.2017); Федеральная торговая розничная сеть «Лента» [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://lenta.com>, свободный (дата обращения: 18.09.2017); Федеральная торговая розничная сеть «О'Кей» [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.okmarket.ru/>, свободный (дата обращения: 18.09.2017); Розничная федеральная торговая сеть «Дикси» [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://dixy.ru>, свободный (дата обращения: 18.09.2017); Федеральная торговая розничная сеть «Магнит» [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://magnit-info.ru/>, свободный (дата обращения: 18.09.2017).

Корпоративный социальный контроль дополняет комплекс профилактики шоплифтинга. Профилактика хищений в торговле является частью торговой безопасности, включается в систему предотвращения потерь в торговле и направлена на предупреждение магазинных краж.

2. Активную позицию в проведении профилактических мероприятий занимает самостоятельный субъект – розничная сетевая торговля, обладающая социально-экономическим антикриминогенным потенциалом для контроля над магазинными кражами. Профилактика в сетевой рознице осуществляется в большей степени собственными силами сетевой розницы: службами безопасности розничных торговых сетей, охранными и сопутствующими компаниями.

3. Профилактические мероприятия преимущественно производятся для предотвращения магазинных краж «воров-профессионалов» и производятся через физическое наблюдение и использование технических средств. Профилактика хищения обосновывается товародвижением торгового объекта, каждый этап движения которого обладает криминогенным потенциалом.

4. Физический уровень профилактики шоплифтинга представляет собой деятельность охранных служб и обеспечивается охранными постами торгового объекта. Технический уровень профилактики шоплифтинга представляет собой систему антикражного оборудования торгового объекта.

5. Профессиональное обучение сотрудников служб охраны является составной частью комплексной профилактики магазинных краж.

6. Корпоративный (сетевой) социальный контроль раскрывает социальную ответственность розничных сетей и является системой стимулирования лояльности посетителей и персонала по отношению к торговле.

7. Со стороны государства для поддержания социальной ответственности торговли необходимо налоговое стимулирование, поддержка в продвижении в неосвоенные регионы, участие государства в реализации социальных проектов, иницируемых сетями (софинансирование).

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Доказав взаимосвязь между обществом потребления и ростом магазинных краж, последнее, по мнению автора, предстает негативным сопутствующим фактором развития российского рынка розничной сетевой торговли. Шоплифтинг является относительно новым видом преступности в современной России, практически не исследованным в российской криминологии.

Общество сегодня предлагает своим потребителям изобилие товаров и услуг. Торговля мобильно отвечает на запрос общества. Неравный социально-экономический статус индивида, обосновывающий неравенство возможностей потребления может вести к желаемому потреблению противоправным путем. Розничная сетевая торговля, следовательно, сопровождается появлением различных противоправных, в том числе уголовно-правовых, рисков. Рост сетевой розницы влечет и рост магазинных краж.

Значительное увеличение магазинных краж фиксируется в розничной сетевой торговле вследствие роста доступности и широкой географии сетевых магазинов. Значительная часть магазинных воров (шоплифтеров) можно отнести к малообеспеченной части населения. Магазинные кражи, совершаемые посетителями и персоналом магазинов, являются одной из наиболее масштабных социально и экономически значимых проблем в розничной сетевой торговле, представляющей современный формат выкладки товара. Магазинные кражи демонстрируют тенденцию постоянного стабильного роста. Экспансия розничной сетевой торговли в Сибирь, на Урал и Дальний Восток провоцирует увеличение магазинных краж и расширение их географии.

Оборот розничной торговли за 2020г. почти на 75% формировался современными форматами. Риск повсеместного распространения магазинных краж, безнаказанность, произвол, совершение новых преступлений не только экономической направленности при отсутствии контроля над магазинными кражами возрастает. Повышение индекса потребительских цен (потребительская инфляция) во второй половине 2020г., ускорение инфляционных процессов, рост

безработицы и снижение реальных располагаемых денежных доходов на душу населения во второй половине 2020г. - I квартале 2021г., ограничительные меры и экономический кризис, тренды потребительского рынка негативно влияют на магазинные кражи, демонстрирующих положительную динамику.

Современная деформированная потребительская культура с новыми ценностями провоцируют формирование феномена шоплифтинга (англ. shop – магазин, lift – подъём, вынос, shoplifter – магазинный вор) как стиля жизни и доходной «профессии». Шоплифтинг в обществе потребления оправдывается высоким уровнем социального расслоения в обществе.

Общество является основой возникновения всех социальных феноменов, в том числе и преступности. В современном мире потребление становится одним из значимых социальных процессов. Человек-потребитель предстает индивидом с деформированными потребительскими установками и практиками. Общество потребления определяется как общество, фетишизирующее массовое неограниченное потребление материальных благ, культивирующее потребление в ущерб развитию интеллектуальных интересов человека. Общество консьюмеризма предстает обществом неравенства. Оно выражается в неравенстве возможностей потребления, когда потребление индивида строится на сравнении с потреблением других. Индивид идентифицирует себя в окружающем мире посредством использования материальных благ и товаров. Брендинг влияет на самоутверждение. Социально-экономическое неравенство усиливается процессом глобализации. Общество потребления становится глобальным.

Общество потребления, как и любое общество, криминогенно. Одним из основных источников преступности являются социально-экономическое неравенство и неравнозначный доступ к потреблению. Неравенство возможностей потребления, социальное напряжение в обществе выступают криминогенными факторами. Удовлетворение потребностей возможно преступным путем. Преступность в потребительском обществе необходимо рассматривать по алгоритму: глобальное потребление – брендинг - самоидентификация –

неравенство – преступность». Преступность в обществе потребления «гуманизируется».

Причинами роста магазинных краж в России являются развитие современного формата розничной торговли (непосредственный доступ на полке и/или стеллаже к товару в отсутствие сотрудника магазина провоцирует магазинных воров и создает благоприятные условия для воровства, нежелание сетей обращаться с заявлениями в правоохранительные органы стимулирует увеличение магазинных краж), социум (отсутствие уважения к частной собственности в обществе), государство (безнаказанность обосновывается отсутствием соответствующей юридической ответственности за кражу из магазина; социально-экономическая политика, не обеспечивающая достойный уровень жизни различных слоев населения). Новая коронавирусная инфекция и мероприятия по противодействию пандемии COVID-19 стали новыми факторами роста магазинных краж, изменив «традиционную», «привычную» их картину.

Для контроля магазинных краж необходимо, во-первых, предпринять меры по повышению результативности деятельности полиции при принятии и расследовании заявлений розничных торговых сетей по фактам совершения краж из магазинов. Во-вторых, необходимо повышать уровень правосознания и правовой культуры. Уважение к частной собственности необходимо прививать гражданам со школы посредством предмета «Правоведение». В-третьих, необходима эффективная государственная социальная политика, направленная на повышение уровня и качества жизни различных слоев населения.

Повышение стоимости похищенного имущества для наступления уголовной ответственности с 1 000 руб. до 2 500 руб. с 03.07.2016г. просигнализировало магазинным ворами о «разрешении» совершать кражи из магазинов. После относительного спада магазинных краж со второй половины 2016г. магазинные кражи с ноября-декабря 2016г. демонстрируют резкий рост (также и по статье 7.27 КоАП РФ). Следовательно, прогнозируемого реального снижения краж после повышения увеличения стоимости похищенного имущества для наступления уголовной ответственности не произошло.

Размер ущерба в соответствии с ч.2 ст.7.27 КоАП РФ для наступления уголовной ответственности в размере 2 500 руб. не соответствует конституционным принципам справедливости, гуманизма и соразмерности, а также конституционному принципу равной защиты всех видов собственности в отношении розничных сетевых компаний. И в отношении жертв преступлений, а именно розничных сетевых компаний, должна проводиться гуманизация уголовно-правовой политики. Ответственность за мелкие хищения должна быть возложена и на государство в части обеспечения малообеспеченных слоев населения («исключенных») товарами первой необходимости. Ответственность розничных сетевых компаний за сохранность товара возрастает и вынуждает их финансировать услуги охранных и сопутствующих компаний, что отражается на итоговой стоимости товара. Таким образом, необходимо снижение стоимости похищенного имущества до 2 000 руб. В статью 7.27 «Мелкое хищение» КоАП РФ должны быть внесены соответствующие изменения. Профилактика магазинных краж и других видов хищений требует законодательного закрепления, *во-первых*, понятия «преступный промысел» в ст.17¹ Общей части УК РФ. Под «преступным промыслом» необходимо понимать «совершение лицом двух и более тождественных преступлений, ни за одно из которых оно не было осуждено, являющихся основным или дополнительным источником дохода виновного». *Во-вторых*, «преступный промысел» необходимо закрепить как квалифицирующий признак ст.158 УК РФ (и ст.ст.159, 160, 161, 162, 175, 222, 223, 228, 258, 326, 327 и пр.) в части третьей статьи, дополнив ее пунктом «д» - «в виде промысла».

В США и Европе шоплифтинг имеет достаточно длительную историю и опыт систематизированного исследования как в ретроспективе, так и на современном этапе. В связи с отсутствием в отечественной криминологии исследований магазинных краж, западные криминологические исследования, предоставляя анализ западного шоплифтинга и его мировую статистику, можно рассматривать как основу для исследования шоплифтинга на российском рынке

сетевой розницы. В западных криминологических исследованиях под шоплифтингом понимается «хищение товаров в магазинах розничной торговли».

В истории современного шоплифтинга можно выделить следующие периоды: 1). кражи клептоманов (1860-1918гг.); 2). рост шоплифтинга (1919-1946гг.); 3). появление антикражного оборудования (1947-1959гг.); 4). рост шоплифтинга подростков (1960-1969гг.); 5). появление первой официальной статистики экономических потерь от шоплифтинга (1970-1979гг.); 6). развитие системы судебного преследования шоплифтинга (1980г.-настоящее время). Период с 1980-х гг. по настоящее время характеризуется становлением самостоятельной категории дел по шоплифтингу (полицейских и судебных). Определяющей является возможность шоплифтера возместить стоимость похищенного товара. В США каждый штат самостоятельно регулирует уголовно-правовые деяния, связанные с шоплифтингом. Шоплифтинг в разных штатах именуется по-разному, в том числе как «розничная кража» и «сокрытие товара». Законы штатов различаются, но всегда включает в себя два элемента: 1). умышленное сокрытие или завладение товарами, предлагаемых для продажи; 2). намерение лишить законного владельца товара, не заплатив за него. Сокрытие товара в торговом зале магазина (до кассовой линии), в отличие от квалификации аналогичного деяния по УК РФ, квалифицируется как законченное преступление. Магазинные кражи подразделяются на нарушения и уголовное преступления. Квалификация наказуемого деяния зависит от стоимости похищенного. Нарушения приводят к штрафу, преступления – к тюремному заключению. В зависимости от общественной опасности деяния законами штатов предусмотрены следующие виды санкций за шоплифтинг: реальное лишение свободы, условное осуждение и (или) штраф.

Характеристику современного шоплифтинга не только на Западе, но и во всем мире, представляет Исследование «Всемирный барометр краж в розничной торговле» (The Global Retail Theft Barometer. Лидером потерь (по стоимости) являются США, Китай и Япония. Минимальные потери наблюдаются в Португалии, Норвегии, Финляндии и Польше. Россия показывает снижение

потерь в исследуемый период, однако стоимость потерь является достаточно высокой (13-е место). Барометр выделяет четыре источника потерь: воровство сотрудниками, магазинные кражи, мошенничество поставщиков и административные и некриминальные потери. Традиционно с мировой практикой магазинные кражи показывают больший процент, чем воровство сотрудников. Возрастной профиль шоплифтера, по данным Барометра 2013-2014, составляют: 35% - посетители возраста от 18 до 30 лет, 30% - от 30 до 45 лет, 15% - от 45 до 60 лет, 15% - до 18 лет, 7% - старше 60 лет.

Криминологическая характеристика магазинных краж включает в себя формулирование определения «магазинная кража», формирование классификации магазинных воров (шоплифтеров), определение предмета и механизма совершения магазинной кражи, представление типологии криминальной активности посетителей, а также социальный контроль магазинных краж. Магазинные кражи (шоплифтинг) определяются как осознанная противоправная деятельность по хищению товарно-материальных ценностей (товаров) в розничных магазинах современных форматов.

Магазинным вором является посетитель торгового объекта, незаконно изъявший товар без оплаты в торговом зале магазина в отсутствие иных лиц либо в их присутствии, но незаметно, и имеющий реальную возможность пользоваться или распоряжаться изъятым товаром по своему усмотрению. Предметом хищения являются товарно-материальные ценности (товары). Противоправные действия квалифицируются по статье 7.27 КоАП РФ и статьям 158, 158¹ УК РФ. Классифицировать магазинных воров необходимо по двум группам: внешние (посетители магазина) и внутренние (персонал магазина). Внешних магазинных воров можно разделить внутри группы по мотиву совершения кражи: 1. хищение товара для личного пользования («любители»); 2. хищение товара для перепродажи («профессионалы»). Промоутеры, мерчендайзеры, кассиры на аутсорсинге, сотрудники охраны и другой персонал торгового объекта (штатный и временный) является внутренними ворами.

Криминальная активность посетителей характеризуется полицейскими статистическими данными по статье 158 УК РФ, а также статистическими данными по статье 7.27 КоАП РФ и статье 158 УК РФ о задержаниях магазинных воров на торговых объектах, предоставленных крупнейшими федеральными розничными торговыми и охранными игроками. Статистические данные доказывают присутствие и рост магазинных краж в российских розничных торговых сетях любого уровня (федеральные, региональные, локальные) в магазинах любого формата – жесткий дискаунтер, магазин «у дома», универсам, гипер-, супермаркет, в розничных магазинах, расположенных в торговых и торгово-развлекательных комплексах. Динамика показывает резкий рост краж из магазинов в кризисные для экономики России годы (2007-2008гг., 2014г.) и возможность выделения районов максимальной и минимальной криминальной «магазинной» активности. Среди групп лиц, привлеченных к уголовной ответственности за совершение магазинных краж, присутствуют все традиционные группы (мужчины, женщины, несовершеннолетние, учащиеся, студенты, пенсионеры, служащие). Максимальный прирост по численности демонстрирует группа лиц без постоянного источника дохода – более 50%, что подтверждает факт влияния общества потребления, а именно потребности обрести желаемый уровень потребления противоправным способом. Каждая исследуемая социальная группа стабильно растет.

Динамика демонстрирует рост магазинных краж в декабре и сентябре, спад – в июне, июле. В выходные, праздничные и акционные дни и дни распродаж активность магазинных воров повышается, как и в период с 16.00 часов до 20.00 часов. Товары группы риска меняются в зависимости от времени года и суток, а также расположения (перемещения) в торговом зале магазина. Генеральная тенденция – относительное снижение регистрации магазинных краж в июле-августе 2016г. после повышения стоимости похищенного имущества для наступления уголовной ответственности. Впрочем, ноябрь-декабрь 2016г. традиционно характеризуется ростом краж из магазинов, что указывает на

необходимость социального контроля шоплифтинга, в том числе на законодательном уровне.

За 2020г. Санкт-Петербург продемонстрировал рост доли в обороте розничной торговли (как и в целом Северо-Западный федеральный округ). Считая розничный рынок Санкт-Петербурга насыщенным, зрелым и поглотившим традиционную торговлю («прилавочная торговля») в регионе более чем на 70%, выводы, полученные в результате проведенного криминологического исследования, необходимо считать полными, систематизированными, позволяющими моделировать и прогнозировать динамику магазинных краж и их социальный контроль на территории всей страны. В наличии на 31.12.2020 в Санкт-Петербурге четырех тысяч торговых объектов (магазинов) и моделировании гипотезы о совершении магазинной кражи хотя бы один раз в течение года (на практике данная цифра кратно больше), можно предположить динамику, в несколько раз превышающую полицейскую статистику. Данный вывод подтверждает высокую латентность магазинных краж.

К криминологическому исследованию шоплифтинга, преодолев многочисленные барьеры сокрытия статистических и иных сведений, необходимо привлечь максимальное количество розничных сетевых компаний всех уровней. Необходимо создать единый федеральный банк магазинных краж как вида потерь, а также унифицированную форму бланка задержания «магазинного вора» как обязательной для использования всеми розничными сетевыми компаниями для мониторинга динамики магазинных краж (по аналогии с бланком сети «АШАН»).

Эффективному мониторингу магазинных краж будет способствовать установление обязанности сетей по сдаче соответствующей отчетности по аналогии с налоговой и иной отчетностью. В настоящее время розничными, охранными и сопутствующими компаниями разрабатываются различные совместные пилотные проекты по сбору и анализу статистической информации относительно воровства в магазинах, однако данный процесс значительно затруднен и замедляется нежеланием сетей раскрывать статистическую

информацию, стремительным развитием розничного сетевого рынка в новые неосвоенные регионы и рынком охранных услуг.

Контроль над преступностью в обществе потребления, являющийся видом социального контроля, требует новых его форм. Современное бесконтрольное деформированное потребление ведет к потере контроля в обществе потребления. Контроль над обществом потребления состоит в переоценке потребления и потребительских практик, снижении уровня социально-экономического неравенства и социального напряжения в социуме.

Новое потребление предстает поиском и определением нового смысла потребления, переоцененной системой ценностей, созданием защищенного человеческого мира. Обновленное, переосмысленное потребление предоставляет возможности контроля общества потребления и, соответственно, преступности в нем. Уравнивание возможностей потребления, снижение социально-экономического расслоения и социального напряжения в социуме возможно реальным воздействием государства и его институтов в социально-экономической сфере. Сочетание обновленного потребления с эффективной политикой государства позволит обрести контроль и над преступностью.

Не возможен контроль над преступностью только традиционным (государственно-правовым способом). Социальный контроль предполагает и располагает возможностями более широкого воздействия на преступность, а именно посредством вне государственно-правовых институтов. Под социальным контролем необходимо понимать механизм саморегуляции, равновесия общества посредством нормативного регулирования поведения людей, включающего и противоправное поведение, сочетающий государственно-правовые методы (формальный социальный контроль) и деятельность внегосударственных институтов (неформальный социальный контроль). Социальный контроль обеспечивается внешним принуждением (государством) и внутри – системой норм, ценностей, установок (личностью). Внутренний (личностный) социальный контроль приоритетнее. Как неотъемлемая часть социального контроля превенция приоритетнее.

Специальное криминологическое предупреждение является комплексной профилактикой магазинных краж. Комплексная профилактика включает в себя профилактику по группам магазинных воров («любители» и «профессионалы») согласно физическому и техническому уровням. Корпоративный социальный контроль дополняет комплекс профилактики шоплифтинга. Профилактика хищений в торговле является частью торговой безопасности, включается в систему предотвращения потерь в торговле и направлена на предупреждение магазинных краж. Активную позицию в проведении профилактических мероприятий занимает самостоятельный субъект – розничная сетевая торговля, обладающая социально-экономическим антикриминогенным потенциалом для контроля над магазинными кражами. Профилактика в сетевой рознице осуществляется в большей степени собственными силами сетевой розницы: службами безопасности розничных торговых сетей, охранными и сопутствующими компаниями.

Профилактические мероприятия преимущественно производятся для предотвращения магазинных краж «воров-профессионалов» и осуществляются через физическое наблюдение и использование технических средств. Профилактика хищения обосновывается товародвижением торгового объекта, каждый этап движения которого обладает криминогенным потенциалом. Корпоративный (сетевой) социальный контроль раскрывает социальную ответственность розничных сетей и является системой стимулирования лояльности посетителей и персонала по отношению к торговле.

Со стороны государства для поддержания социальной ответственности торговли необходимо налоговое стимулирование, поддержка в продвижении в неосвоенные регионы, участие государства в реализации социальных проектов, иницируемых сетями (софинансирование). В условиях коронавирусной инфекции и мероприятий, проводимых для противодействия пандемии COVID-19, а также в прогнозируемый период после окончания пандемии, взаимодействие государства и розничного рынка сетевой торговли приобретает особую актуальность и значимость.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

Нормативные правовые акты и иные официальные документы

1. Конституция Российской Федерации: принята всенародным голосованием 12.12.1993г. с изменениями, одобренными в ходе общероссийского голосования 01.07.2020 [Электронный ресурс]. – Доступ из справочно-правовой системы «КонсультантПлюс».
2. Уголовный кодекс Российской Федерации от 13.06.1996 №63-ФЗ (ред. от 04.04.2021, с изм. от 08.04.2021) [Электронный ресурс]. – Доступ из справочно-правовой системы «КонсультантПлюс».
3. Кодекс Российской Федерации об административных правонарушениях от 30.12.2001 №195-ФЗ (ред. от 05.04.2021) [Электронный ресурс]. – Доступ из справочно-правовой системы «КонсультантПлюс».
4. О частной детективной и охранной деятельности в Российской Федерации : закон Российской Федерации от 11.03.1992 №2487-1 (ред. от 27.12.2019) [Электронный ресурс]. – Доступ из справочно-правовой системы «КонсультантПлюс».
5. Об основах системы профилактики безнадзорности и правонарушений несовершеннолетних : федеральный закон от 24.06.1999 №120-ФЗ (в ред. от 24.04.2020) [Электронный ресурс]. – Доступ из справочно-правовой системы «КонсультантПлюс».
6. Вопросы частной детективной (сыскной) и частной охранной деятельности : постановление Правительства Российской Федерации от 14.08.1993 №587 (ред. от 10.07.2020) [Электронный ресурс]. – Доступ из справочно-правовой системы «КонсультантПлюс».
7. О применении контрольно-кассовой техники при осуществлении расчетов в Российской Федерации : федеральный закон от 22.05.2003 №54-ФЗ (ред. от

23.11.2020) [Электронный ресурс]. – Доступ из справочно-правовой системы «КонсультантПлюс».

Судебная практика:

8. О судебной практике по делам о краже, грабеже и разбое : постановление Пленума Верховного Суда РФ от 27.12.2002 №29 (ред. от 16.05.2017) [Электронный ресурс]. – Доступ из справочно-правовой системы «КонсультантПлюс».

9. О судебной практике по делам о мошенничестве, присвоение и растрате : постановление Пленума Верховного Суда РФ от 30.11.2017 №48 [Электронный ресурс]. – Доступ из справочно-правовой системы «КонсультантПлюс».

Монографии, учебники и учебно-методические материалы

10. Аванесов, Г.А. Криминология и социальная профилактика: Учебник для Академии МВД СССР. – М.: Б.и., - 1980. – 526 с.

11. Аванесов, Г.А. Криминология: Учебник. – М.: Юнити-Дата, - 2012. – 575 с.

12. Агильдин, В.В., Ишигеев, В.С. Профилактика преступлений: история, теория, практика. – Иркутск: Изд-во БГУЭП, - 2010. – 82 с.

13. Адоевская, О.А. Ответственность за кражу по современному праву России: основание и дифференциация. – М.: Юрлитинформ, - 2012. – 208 с.

14. Адоевская, О.А. Дифференциация ответственности за кражу по уголовному праву России. – Самара: Изд-во Самарского ун-та, - 2009. – 227 с.

15. Аистова, Л.С. Кража: анализ состава преступления и проблемы квалификации. – СПб: Изд-во р. Асланова «Юридический центр Пресс», - 2009. – 131 с.

16. Аистова, Л.С. Ответственность за кражу по уголовному праву России. – СПб.: Юридический центр, - 2016. – 148 с.

17. Алексеев, А.И. Криминология и профилактика преступлений: Учебник для вузов МВД СССР. – М.: МВШМ, - 1989. – 430 с.

18. Альбрехт, С., Вернц, Г., Уильямс, Т. Мошенничество. – СПб.: Питер Пресс, - 1996. – 416 с.
19. Антонян Ю.М. Криминология. Избранные лекции. - М.: «Логос», - 2004. – 448 с.
20. Антонян, Ю.М., Рачитская, В.А., Шиян, В.И. Личность преступника и профилактика преступлений. – М.: Проспект, - 2017. – 220 с.
21. Бауман, З. Глобализация. Последствия для человека и общества / Пер. с англ. – М.: Издательство «Весь Мир», - 2004. – 188 с.
22. Бауман, З. Текущая современность / Пер. с англ. под ред. Ю.В. Асочакова. – СПб.: Питер, - 2008. – 240 с.
23. Безверхов, А.Г. Категория «Хищение чужого имущества» в доктрине и практике. – М.: Проспект, - 2007. – 368 с.
24. Бек, У. Общество риска: На пути к другому модерну / Пер. с нем. В. Седельника, Н. Федоровой. – М.: Прогресс-Традиция, - 2000. – 383 с.
25. Богданчиков, С.В. Уголовно-правовые и криминологические аспекты преступлений против собственности. – Москва: ЮНИТИ-ДАНА, - 2014. – 237 с.
26. Бодрийяр, Ж. В тени молчаливого большинства, или конец социального / Пер. с фр. Н.В. Сулова. – Екатеринбург, Изд-во Уральского университета, - 2000. – 32 с.
27. Бодрийяр, Ж. Общество потребления. Его мифы и структуры / Пер. с фр., послесл. и примеч. Е.А. Самарской. – М.: Культурная революция, Республика, - 2006. – 268 с.
28. Бодрийяр, Ж. Система вещей / Пер. с фр. С.Н. Зенкина. – М.: Изд-во «РУДОМИНО», - 2001. – 220 с.
29. Бойцов, А.И. Преступления против собственности. – СПб.: Юридический центр Пресс, - 2002. – 775 с.
30. Борзенков, Г.Н. Личность преступника. – М.: Юрид.лит., - 1975. – 272 с.
31. Бурлаков, В.Н., Кропачев Н.М. Криминология: Учебное пособие. – СПб.: Питер, - 2013. – 304 с.

32. Ванн, Д., Нэйлор, Т.Х., Грааф, Д.Д. Потребляемость: Болезнь, угрожающая миру // Дж. де Грааф, Д. Ванн, Т. Х. Нэйлор; (Пер. с англ. Н. Макаровой). – Екатеринбург: Ультра. Культура, - 2005. – 174 с.
33. Веб-презентация «Шоплифтеры – это реальность, а не миф». Предоставлена 24.03.2017 экспертами Компании «АНТИвор», - Санкт-Петербург. - 2017. – 35 с.
34. Гаухман, Л. Д., Максимов С.В. Ответственность за преступления против собственности. 2е изд., испр. – М.: Центр ЮрИнфоР, - 2011. – 310 с.
35. Герасимова, Е.В. Предмет хищения в российском уголовном праве. – Вологда: Филиал МГЮА им. О.Е. Кутафина в г.Вологде, - 2012. – 203 с.
36. Гидденс, Э. Ускользящий мир. Как глобализация меняет нашу жизнь. – М.: Изд-во «Весь мир», - 2004. – 120 с.
37. Гишинский, Я.И. Криминология: теория, история, эмпирическая база, социальный контроль. Авторский курс. 4-е изд., перераб. и доп. – СПб.: «ИД «Алеф-Пресс», - 2018. – 517 с.
38. Гишинский, Я.И. Криминология постмодерна (неокриминология). – СПб.: Изд-во «Алетейя», - 2021. – 136 с.
39. Голина, В.В. Криминологическая профилактика, предотвращение и пресечение преступлений: учеб. пособ. / В. В. Голина. – Киев: УМК ВО при Минвузе УССР, - 1989. – 72 с.
40. Гончаров, Н.А., Бовин, В.Л. Устройства предотвращения хищения товаров. – М.: ГИЦ, - 1986. – 47 с.
41. Густов, Г.А. Хищения в торговле: Пособие для слушателей. – Ленинград: Б.и., - 1970.
42. Густов, Г.А. Хищения в торговле: Учебное пособие. 2е изд., перераб и доп. – Ленинград: Б.и., - 1971.
43. Гэлбрейт, Д. Общество изобилия. – М.: Транзиткнига, Terra Fantastica, АСТ, Neoclassic, - 2004. – 608 с.
44. Дебор, Г. Общество спектакля. – М.: Логос, - 2000. – 184 с.

45. Девиантность в обществе потребления: Коллективная монография / Под ред. Я.И. Гилинского и Т.В. Шипуновой. – СПб.: Издательский Дом «Алеф-Пресс», - 2012. – 464 с.
46. Елисеев, С.А. Преступления против собственности: Курс лекций. – Томск: Издательский Дом Томского государственного университета, - 2018. – 194 с.
47. Ермакова, О.В. Развитие представлений о моменте окончания хищения в различные исторические периоды: монография. – Барнаул: Барнаульский юридический институт МВД России, - 2016. – 87 с.
48. Жалинский, А.Э. Специальное предупреждение преступлений в СССР (вопросы теории) / А.Э. Жалинский. – Львов: Выща шк., - 1976. – 193 с.
49. Жмуров, Д.В. Криминология в эпоху постмодерна. В поисках новых ответов. – Иркутск: «Репро-центр», - 2012. – 158 с.
50. Завидов, Б.Д. Кража. Уголовно-правовой анализ диспозиции состава преступления, предусмотренного ст.158 УК РФ. Практическое пособие. – М.: Приор, - 2002. – 32 с.
51. Здоровцева, А.А., Ильиных, А.В., Климова, О.В. Хищения в системе преступлений против собственности: структурно-правовой анализ. – Хабаровск: Изд-во ТОГУ, - 2015. – 145 с.
52. Зелинский, А.Ф. Криминальная мотивация хищений и иной корыстной преступной деятельности. Учеб.изд. – Киев: УМК ВО, - 1990. – 72 с.
53. Ильин, В.И. Потребление как дискурс. – СПб.: Интерсоцис, - 2008. – 446 с.
54. Инструкция-памятка ООО «An-Security» «Способы и методы противодействия хищению товаров в сети «...». – Санкт-Петербург, - 2016. – 12 с.
55. Информационный каталог ООО «АНТИвор» (Каталог 2005, 3-4 квартал). – М.: ООО «АНТИвор». - 2005. – 61 с.
56. Информационный каталог ООО «АНТИвор», - М.: ООО «АНТИвор», - 2017. – 71 с.

57. Карпова, Н.А. Хищение чужого имущества: вопросы квалификации и проблемы дифференциации уголовной ответственности. – М.: Юриспруденция, - 2011. – 184 с.
58. Кастельс, М. Информационная эпоха: экономика, общество и культура. – М.: ГУ ВШЭ, - 2000. – 608 с.
59. Колодко, Г.В. Глобализация, трансформация, кризис – что дальше? / - М.: Изд-во Магистр, - 2012. – 176 с.
60. Комлев, Ю.Ю. Девиантность и социальный контроль: теория, исследования, практика. Избранные статьи. – Казань: КЮИ МВД России, - 2015. – 422 с.
61. Комлев, Ю.Ю. Теория рестриктивного социального контроля: монография. – Казань: КЮИ МВД России, - 2009. – 155 с.
62. Кочои, С.М. Преступления против собственности: учебное пособие. – М.: Проспект, - 2015. – 88 с.
63. Краткий аналитический обзор «Российский ритэйл: итоги 2018г. – I кв.2019г.». – М.: Национальное рейтинговое агентство, - 2019. – 15 с.
64. Криминология: учебник / Под ред. В.Н. Кудрявцева и В.Е. Эминова. 4-е изд., перераб. и доп. – М.: Норма, - 2009. – 800 с.
65. Криминология: Учебник для вузов/Под общ. ред. д.ю.н., проф. А. И. Долговой. 3-е изд., перераб. и доп. – М.: Норма, - 2005. – 912 с.
66. Кудрявцев, В.Н. Стратегии борьбы с преступностью. 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Норма:Инфра-М, - 2017. – 368 с.
67. Лебедь А.Л. Магази́нные кражи (шоплифтинг) в обществе потребления. – Mauritius, Beau Bassin: LAB LAMBERT Academic Publishing, - 2018. – 242 с.
68. Лиотар, Ж.-Ф. Состояние постмодерна. – СПб.: Алетейя, - 2016. – 160 с.
69. Лопашенко, Н.А. Посягательства на собственность. Монография. – М.: «Норма: ИНФРА-М», - 2012. – 393 с.
70. Лопашенко, Н.А. Преступления против собственности: теоретико-прикладное исследование. – М.: ЛексЭст, - 2005. – 408 с.

71. Лопашенко, Н.А. Преступления против собственности. Авторский курс в 4-х книгах. – М.: Юрлитинформ, - 2019. Книга I. Общетеоретические исследования посягательств на собственность. – 296 с.
72. Лопашенко, Н.А. Преступления против собственности. Авторский курс в 4-х книгах. – М.: Юрлитинформ, - 2019. Книга II. Общая теория хищений. Виды хищений. - 192 с.
73. Лопашенко, Н.А. Преступления против собственности. Авторский курс в 4-х книгах. – М.: Юрлитинформ, - 2019. Книга III. Формы хищений. – 264 с.
74. Лопашенко, Н.А. Преступления против собственности. Авторский курс в 4-х книгах. – М.: Юрлитинформ, - 2019. Книга IV. Корыстные (без признаков хищений) и некорыстные посягательства на собственность. – 184 с.
75. Лукашук, И.И. Глобализация, государство, право, XXI век. – М.: Спарк, - 2000. – 261 с.
76. Марцев, А.И., Максимов С.В. Общее предупреждение преступлений и его эффективность. – Томск: Изд-во Томского ун-та, - 1989. – 160 с.
77. Методические материалы к семинару-тренингу «Программа предотвращения воровства в магазине». – М.: Изд-во ООО «Технологии Безопасности Бизнеса», - 2007. – 146 с.
78. Милуков, С.Ф. Российское уголовное законодательство: опыт критического анализа. – СПб.: СПбВЭСЭП, Знание, - 2000. – 279 с.
79. Овчинский, В.С. XXI век против мафии: Криминальная глобализация и Конвенция ООН против транснациональной организованной преступности. – М.: Инфра-М, - 2001. – 148 с.
80. Орлов, В. Н. Уголовное наказание: понятие, цели, состав преступления. – М.: МГЮА им. О.Е. Кутафина, - 2017. – 414 с.
81. Отраслевой обзор Infoline Retail Russia TOP-100. Итоги 2018 года. Тенденции 2019 года. Прогноз до 2021 года. – М.: ИКА «Infoline», - 2019. – 367 с.
82. Отраслевой обзор Infoline Retail Russia «Состояние потребительского рынка и Рейтинг торговых сетей FMCG России (март 2020)». – СПб.: Информационное агентство «ИНФОЛАЙН», - 2020. – 324 с.

83. Плохова, В.И. Ненасильственные преступления против собственности: криминологическая и правовая обоснованность. – СПб.: Изд-во «Юридический центр Пресс», - 2003. – 295 с.
84. Презентация «Foodtech. Online-торговля и службы доставки. Рейтинг INFOLine Russia TOP online food retail». - СПб.: Информационное агентство «ИНФОЛАЙН», - 2021. - 5 с.
85. Презентация «Использование технологии металломагнитодетекции в ритейле» от 16.11.2016. – Санкт-Петербург: ООО «АНТИвор».
86. Презентация «От офлайн-ритейла к D2C» [D2C – direct to consumer – продажа напрямую потребителю]. Представлена на конференции «Неделя ритейла 2020» (ноябрь 2020г.). - М.: 2020. - 183 с.
87. Преступность в России начала XXI века и реагирование на нее / Ред. кол: А.И. Долгова (отв. ред.) и др. – М.: Российская криминологическая ассоциация, - 2004. – 124 с.
88. Простосердов, М.А. Преступления против собственности: Учебное пособие. – М.: РГУП, - 2017. – 76 с.
89. Реестр нарушений от 26.01.2015. Версия 2. – Санкт-Петербург: ООО «АКО», - 2015. – 17 с.
90. Ритцер, Д. Макдональдизация общества 5 / Пер. с англ. А.В. Лазарева; вступ. статья Т.А. Дмитриева. – М.: Издательская и консалтинговая группа «Праксис», - 2011. – 592 с.
91. Розничные торговые сети по продаже продуктов питания и сопутствующих товаров в России. 2015. Аналитический обзор. 13е издание. – РБК: Москва, - 2015. – 887 с.
92. Розничная торговля Food и потребительский рынок России 2021 года. Итоги 2020 года и перспективы развития до 2023 года» (дата выхода 31.03.2021). - СПб.: Информационное агентство «ИНФОЛАЙН», - 2021. - 200 с.
93. Руководство системного администратора для работы с системой видеоконтроля SET: PRISMA (версия 5.1). – Санкт-Петербург: ООО «Кристалл Сервис», - 2010. – 87 с.

94. Русанов, Г.А. Преступления против собственности: учебник и практикум для вузов. – Москва: Юрайт, - 2017. – 172 с.
95. Сверчков, В.В. Преступления против собственности: система, юридическая характеристика, особенности и проблемы применения уголовного законодательства: учеб. пособие для бакалавриата, специалитета и магистратуры / В. В. Сверчков. – М.: Издательство Юрайт, - 2018. – 210 с.
96. Сидоров, С.А., Честнов, И.Л. Механизм правового регулирования в системе социального контроля: монография. – СПб.: Алеф-Пресс, - 2014. – 224 с.
97. Стиглиц, Д. Цена неравенства. Чем расслоение общества грозит нашему будущему. – Москва: Эксмо, - 2015. – 512 с.
98. Сухоруков, С.И. Проблемы отграничения кражи от иных форм хищений (грабежа, мошенничества, присвоения, растраты, самоуправства и мелкого хищения). Проблемы юриспруденции. – Новосибирск, - 2013. – 226 с.
99. Творчество как позитивная девиантность / Под общ. ред. д.ю.н., профессора Я.И. Гилинского и д.ю.н., профессора Н.А. Исаева. – СПб.: ООО Издательский Дом «Алеф-Пресс», - 2015. – 279 с.
100. Теоретические основы предупреждения преступности / В. В. Клочков, А.С. Шляпочников, В.Н. Кудрявцев и др. – М.: Юрид.лит., - 1977. – 256 с.
101. Теоретические основы предупреждения преступности: учеб. / отв. ред. В. К. Звирбуль, В. В. Клочков, Г. М. Миньковский. – М.: Юрид. лит, - 1977. – 256 с.
102. Тренинг «Опыт работы «AN-SECURITY» в магазинах формата «дискаунтер», «магазин у дома» по предотвращению потерь ТМЦ на этапе приемки, хранения, продажи и списания». – СПб.: ЧОУ ДПОЦПП «Параллель», - 2016. – 73 с.
103. Тренинг «12 основных требований, которые должен знать охранник на посту «Эстакада». – СПб.: ЧОУ ДПОЦПП «Параллель», - 2016. – 18 с.
104. Тренинг «Безопасность предприятия». – СПб.: ЧОУ ДПОЦПП «Параллель», - 2015. – 20 с.
105. Тренинг «Как эффективно противодействовать потерям в торговле?». – СПб.: ЧОУ ДПОЦПП «Параллель», - 2016. – 121 с.

106. Тренинг «Кассовый узел проблем». – СПб.: ЧОУ ДПОЦПП «Параллель», - 2016. – 89 с.
107. Тренинг «Контроль основных операций с ТМЦ в гипермаркете и супермаркете». – СПб.: ЧОУ ДПОЦПП «Параллель», - 2016. – 53 с.
108. Тренинг «Контроль перемещения и хранения ТМЦ в гипермаркетах и супермаркетах». – СПб.: ЧОУ ДПОЦПП «Параллель», - 2016. – 53 с.
109. Тренинг «Контроль ТМЦ при приемке, хранении и реализации в магазинах формата «Сделай Сам». – СПб.: ЧОУ ДПОЦПП «Параллель», - 2016. – 115 с.
110. Тренинг «Методические рекомендации сотрудникам охраны, работающим на посту «Прикассовая зона» гипермаркета». – СПб.: ЧОУ ДПОЦПП «Параллель», - 2016. – 25 с.
111. Тренинг «Потери. Состав потерь. Убытки. Источники потерь». – СПб.: ЧОУ ДПОЦПП «Параллель», - 2016. – 15 с.
112. Тренинг «Распределительный склад. Предотвращение потерь при приемке, хранении и перемещении ТМЦ». – СПб.: ЧОУ ДПОЦПП «Параллель», - 2016. – 35 с.
113. Тренинг «Соблюдение законодательства и норм в продуктовом магазине в России». – СПб.: ЧОУ ДПОЦПП «Параллель», - 2016. – 25 с.
114. Тренинг «Способы и методы противодействия хищения товаров в торговле». – СПб.: ЧОУ ДПОЦПП «Параллель», - 2016. – 50 с.
115. Хагуров, Т. «Человек потребляющий». Антропологическая девиантология массовой культуры». – LAMBERT, Academic Publishing. Saarbrucken, Germany, - 2011. – 297 с.
116. Хилюта, В.В. Понятие и признаки хищения в уголовном праве: монография. – Москва: Юрлитинформ, - 2016. – 623 с.
117. Хилюта, В.В. Формы хищения в доктрине уголовного права: монография. – Москва: Юрлитинформ, - 2014. – 527 с.
118. Честнов, И.Л. Постклассическая теория права. Монография. – СПб.: Издательский Дом «Алеф-Пресс», - 2012. – 650 с.

119. Честнов, И.Л. Правопонимание в эпоху постмодерна: монография / И. Л. Честнов. – СПб.: ИВЭСЭП, Знание, - 2002. – 272 с.
120. Чумарин, И. Г. Предотвращение потерь в розничной торговле. Проверенные способы. – СПб.: Питер, - 2007. – 192 с.
121. Чумарин, И.Г. Материалы семинара «Что сделать, если посетители магазина воруют». – Санкт-Петербург: ООО «Агентство исследования и предотвращения потерь», - 2016. – 59 с.
122. Шипунова, Т.В. Девиантология: современные теоретико-методологические проблемы. – СПб.: Изд-во С.-Петербур. ун-та, - 2012. – 245 с.
123. Шульга, А.В. Хищения в условиях развития современных информационных технологий и рынка инновационных товаров. – Москва: Юрлитинформ, - 2016. – 269 с.
124. Эрикссон, Э. Идентичность: юность и кризис: Пер. с англ./ Общ. ред. и предисл. Толстых А. В. – М.: Издательская группа "Прогресс", - 1996. – 344 с.

Диссертации, авторефераты диссертаций

125. Адоевская, О.А. Дифференциация ответственности за кражу по уголовному праву России: автореф. дис. ... канд. юрид. наук. – Самара, - 2007. – 23 с.
126. Векленко, В.В. Квалификация хищений чужого имущества: дис. ... доктора юрид. наук. – Омск, - 2001. – 375 с.
127. Галаганов, А.А. Уголовно-правовая характеристика способов совершения хищений: дис. ... канд. юрид. наук. – Омск: Омская академия МВД России, - 2011. – 19 с.
128. Герасимова, Е.В. Предмет хищения в российском уголовном праве: автореф. дис. ...канд. юрид. наук. – Москва, - 2006. – 26 с.
129. Гопкало, О.О. Теория общества потребления в современной социологии: дис. ... канд. социол. наук. – Санкт-Петербург, - 2006. – 155 с.
130. Калинин, А.С. Общество потребления как предмет социально-философского исследования: дис. ... канд. философ. наук. – Нижний Новгород, - 2009. – 164 с.

131. Клейменов, И.М. Сравнительная криминология: криминализация, преступность, уголовная политика в условиях глобализации: автореф. дис. ... доктора юрид. наук. – Омск, - 2015. – 40 с.
132. Лукьянов, В.М. Общество потребления как фактор трансформации ценностного мира человека: дис. ... канд. философ. наук. – Воронеж, - 2009. – 168 с.
133. Папушина, Ю.О. Социологический анализ потребления в работах Ж. Бодрийяра: дис. ... канд. социологич. наук. – Москва: ВШЭ, - 2009. – 32 с.
134. Погосян, Т.Ю. Преступления в сфере торговли: история и современность: дис. ... доктора юрид. наук. – Екатеринбург, - 2000. – 32 с.
135. Шульга, А.В. Объект и предмет преступлений, посягающих на собственность в условиях рыночных отношений и информационного общества: автореф.дис. ... доктора юрид. наук. – Краснодар, - 2009. – 63 с.

Статьи, периодические издания

136. Аистова, Л.С. Кража, мошенничество, присвоение, растрата – критерии разграничения / Л.С. Аистова // Криминалист. - 2009. - №1. – С.5-9.
137. Аликперов, Х.Д. Глобальный дистанционный контроль над преступностью: допустимость, возможности, издержки / Х.Д. Аликперов // Криминология: вчера, сегодня, завтра. - 2016. - №3(42). – С.26-33.
138. Анистратенко, А.В. Формы и виды хищений в системе преступлений против собственности / А.В. Анистратенко // Вестник Волжского университета им. В.Н. Татищева. - 2010. - №74. – С.5-9.
139. Антонян, Ю.М. Бедность как криминогенный фактор / Ю.М. Антонян // Lex Russica. - 2014. - №4. – С.450-468.
140. Антонян, Ю.М. Глобализация и преступность / Ю.М. Антонян // Российское государство и углубление реформ в контексте глобализации мировых процессов, внешних и внутренних угроз безопасности России, борьбы с организованной

- преступностью и коррупцией. - Вып.1. - Калуга: ГУП «Облиздат». - 2001. – С.52-59.
141. Безверхов, А.Г. «Хищение чужого имущества» как правовая категория: современное состояние и тенденции развития / А.Г. Безверхов // Юридический вестник Самарского университета. - 2015. - Том 1. - №3. – С.94-105.
142. Безверхов, А.Г. О предмете имущественных отношений / А.Г. Безверхов // Юридический вестник Самарского университета. - 2017. - Том 3. - №4. – С.74-79.
143. Безверхов, А.Г. Уголовно-правовая охрана собственности в социальной рыночной экономике / А.Г. Безверхов // Вестник Самарской гуманитарной академии. - 2014. - №1(15). – С.53-57.
144. Безручко, Е.В., Миллерова, Е.А. Нравственное развитие несовершеннолетних как социально-ценностная категория в уголовном праве / Е.В. Безручко, Е.А. Миллерова // Философия права. – 2019. - №2. – С.21-25.
145. Бойко, О.А. Кражи из супермаркетов: детерминанты и меры противодействия / О.А. Бойко // Вестник Омского университета. - 2018. - №1(54). – С.170-174.
146. Бойко, О.А., Панов С.Л. Защитят ли супермаркеты от краж кассы самообслуживания? / О.А. Бойко, С.Л. Панов // Виктимология. - 2018. - №1(15). – С.93-97.
147. Ведерникова, О.Н. О состоянии преступности в стране и мире, криминоглобалистике и антиглобализме / О.Н. Ведерникова // Российский криминологический взгляд. - 2005. - №2. – С.82-91.
148. Векленко, В.В. Концепция уголовно-правовой борьбы с имущественными преступлениями / В.В. Векленко // Вопросы правовой теории и практики. - Вып.1. - Омск. - 2004. – С.67-71.
149. Векленко, В.В. Совершенствование уголовной ответственности за различные виды хищений / В.В. Векленко // Научный вестник Омской академии МВД России. - 2010. - №3. – С.3-6.
150. Галаганов, А.А. Тайность как генеральный способ хищения / А.А. Галаганов // Вестник ЮУрГУ. - 2009. - №28. – С.35-40.

151. Гишинский, Я.И. Девиантность, преступность, социальный контроль в обществе постмодерна: сб.ст. / Я.И. Гишинский. - СПб.: Алетейя. - 2017. – 282 с.
152. Гишинский, Я.И. Преступность в обществе потребления / Я.И. Гишинский // Криминологический журнал Байкальского государственного университета экономики и права. - 2009. - №4. – С.5-12.
153. Гишинский, Я.И. Социальные вызовы общества постмодерна и уголовное право / Я.И. Гишинский // Уголовное право: стратегии развития в XXI веке. Материалы XIV Международной: научно-практической конференции (26 -27 января 2017 г.). - Москва: Оригинал-Макет. - 2017. – С.24-27.
154. Гишинский, Я.И. Преступность и социальный контроль над ней в современном обществе постмодерна: взгляд криминолога / Я.И. Гишинский // Криминалисть. - 2016. - №1(18). – С.3-8.
155. Гишинский, Я.И. Социально-экономическое неравенство как криминогенный фактор: от К. Маркса до С. Олькова / Я.И. Гишинский // Экономика и право. - 2009. - №6. – С.169-188.
156. Гишинский, Я.И. Что готовит день грядущий: а) России, б) Человечеству. Блог А.Н. Алексеева [Электронный ресурс]. Режим доступа: www.cogita.ru, свободный (дата обращения 26.07.2016).
157. Голик, Ю.В. Глобализация и преступность / Ю.В. Голик // Закономерности преступности, стратегии борьбы и закон. - М.: Российская криминологическая ассоциация; НИИ проблем укрепления законности и правопорядка. - 2001. – С.114-123.
158. Голина, В.В. Криминогенный потенциал общества: понятие, содержание, формы реализации / В.В. Голина // Проблемы законности. - 2012. - №119.
159. Долгова, А.И. Обсуждаются проблемы повышения эффективности борьбы с корыстной преступностью / А.И. Долгова // Вопросы борьбы с преступностью. - Вып.45. - М.: Юрид.лит. - 1987. – С.147-151.
160. Игуменов, А.С. Актуальные проблемы борьбы с кражами, совершаемыми из складов, баз, магазинов / А.С. Игуменов // Вестник Уфимского юридического института МВД России. - 2014. - №2. – С.67-72.

161. Кадников, Н.Г., Кадников, Б.Н., Коробец, Б.Н. К вопросу о новеллах уголовного закона в свете теории криминализации и декриминализации / Н.Г. Кадников, Б.Н. Кадников, Б.Н. Коробец // Общество и права. - 2015. - №3(53). – С.60-62.
162. Клейменов, И.М. Идеи постмодернизма в системе правовой реальности / И.М. Клейменов // Вестник Омского университета. - 2016. - №2(47). – С.198-202.
163. Клейменов, И.М. Глобализация и проблемы борьбы с преступностью / И.М. Клейменов // Незаконная миграция. - Омск: ОГУ. - 2007. – С.97-105.
164. Комлев, Ю.Ю. Модернистская интеграция: предпосылки, типы и опыт синтеза девиантологических теорий / Ю.Ю. Комлев // Вестник Казанского юридического института МВД России. - 2014. - №1(15). – С.6-10.
165. Комлев, Ю.Ю. Пост-постмодернистский синтез знаний о причинах преступности – новый вектор в развитии криминологии / Ю.Ю. Комлев // Вестник Казанского юридического института МВД России. - 2015. - №3. – С.6-9.
166. Комлев, Ю.Ю. Стратегии и практики социального контроля: ретрокомпаративный анализ / Ю.Ю. Комлев // Вестник экономики, права и социологии. - 2010. - №1. – С.120-126.
167. Корсун, Д.Ю. О законопроекте Верховного Суда РФ, связанного с декриминализацией ряда преступлений небольшой тяжести, а также предложение по введению в правовую систему РФ категории «уголовный проступок» / Д.Ю. Корсун // Юридическая наука. - 2016. - №2. – С.88-94.
168. Корчагина, С.В., Царегородцева, С.Р. Шоплифтинг как социальное явление / С.В. Корчагина, С.Р. Царегородцева // Национальная безопасность и стратегическое планирование. - 2017. - №1(17). – С.83-91.
169. Кочои, С.М. Хищение чужого имущества: значение категорий «размер» и «ущерб» / С.М. Кочои // Вестник Нижегородской академии МВД России. - 2017. - №3(39). – С.88-93.
170. Кравцов, Р.В., Кузнецов, В.И. К вопросу о признаках состава кражи чужого имущества / Р.В. Кравцов, В.И. Кузнецов // Сибирский юридический вестник. - 2015. - №4(71). – С.82-89.

171. Лебедь А.Л. Исторически-правовой анализ норм уголовной ответственности за кражи / А.Л. Лебедь // Вестник Орловского государственного университета. Серия: Новые гуманитарные исследования. – 2015. – №4(45). – С.352-354.
172. Лебедь А.Л. Корыстная ненасильственная преступность в обществе потребления / А.Л. Лебедь // Вестник Орловского государственного университета. Серия: Новые гуманитарные исследования. – 2015. – №5(46). – С.328-330.
173. Лебедь А.Л. Шоплифтинг в обществе потребления / А.Л. Лебедь // Вестник Орловского государственного университета. Серия: Новые гуманитарные исследования. – 2015. – №6(47). – С.261-263.
174. Лебедь А.Л. Классификация магазинных воров в России / А.Л. Лебедь // Вестник Казанского юридического института МВД России. – 2017. – №2(28). – С.66-69.
175. Лебедь А.Л. Шоплифтинг в России: постановка проблемы / А.Л. Лебедь // Вестник Краснодарского университета МВД России. – 2017. – №3(37). – С.45-50.
176. Лебедь А.Л. Типология криминальной активности посетителей в розничных сетевых магазинах (на материалах Сибирского федерального округа) / А.Л. Лебедь // Алтайский юридический вестник (Научный журнал Барнаульского юридического института МВД России). – 2018. – №4(24). – С.83-88.
177. Лебедь А.Л. Социально-демографическая характеристика лиц, совершивших кражи из магазинов (на материалах Санкт-Петербурга) / А.Л. Лебедь // Вестник Казанского юридического института МВД России. – 2019. – №2(36). – С.143-149.
178. Лебедь А.Л. Уголовно-правовая характеристика предмета хищения / А.Л. Лебедь // Герценовские чтения – 2016. Актуальные проблемы права и гражданско-правового образования: Материалы Всероссийской научно-практической конференции 2016 / Под ред. докт. филос. наук, проф. В.Ю. Сморгуновой. – СПб: «Алеф-Пресс», - 2016. – С.117-119.
179. Лебедь А.Л. Шоплифтинг в розничных сетях США / А.Л. Лебедь // Актуальные проблемы юридической науки и практики: Гатчинские чтения-2016: в 2 т.: сборник научных трудов по материалам Ежегодной международной

научно-практической конференции (г. Гатчина, 19-20 мая 2016 г.). – Гатчина: Изд-во ГИЭФПТ, - 2016. Т.1. – С.198-204.

180. Лебедь А.Л. Ретроспективная характеристика шоплифтинга / А.Л. Лебедь // Уголовная политика и правоприменительная практика. Сборник статей по материалам IV Всероссийской научно-практической конференции: 3 ноября 2016 г. / Под общ. ред. Е.Н. Рахмановой, доктора юридических наук, доцента // Северо-Западный филиал Федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Российский государственный университет правосудия» (г. Санкт-Петербург). – СПб.: ИД «Петрополис», - 2016. – С.160-166.

181. Лебедь А.Л. Тайность как способ хищения в розничной торговле / А.Л. Лебедь // Правовед: Межвузовский научный сборник / под.ред. О.Е. Калпинской, Е.А. Макаровой, М.Н. Петрова; - НовГУ им.Я.Мудрова: Великий Новгород, - 2016. – С.47-50.

182. Лебедь А.Л. Новеллы норм уголовной ответственности за кражу в России / А.Л. Лебедь // Новеллы права и политики 2016: в 2 т.: сборник научных трудов по материалам международной научно-практической конференции (г.Гатчина, 23 ноября 2016г.). – Гатчина: Изд-во ГИЭФПТ, - 2016. Т.1. – С.209-214.

183. Лебедь А.Л. Уголовный закон и гражданское законодательство: понятие «магазинная кража» / А.Л. Лебедь // В сборнике научных статей «Уголовное право, уголовный закон: теория и практика» / под.ред. В.И. Тюнина. – СПб: СПбГЭУ, - 2017. – С.153-158.

184. Лебедь А.Л. Генезис преступности в обществе потребления / А.Л. Лебедь // Герценовские чтения – 2017. Актуальные проблемы права и гражданско-правового образования: Материалы Всероссийской научно-практической конференции 2017 / Под ред. докт.философ.наук, проф В.Ю. Сморгуновой. – СПб.: «НИЦ АРТ», - 2017. – С.154-157.

185. Лебедь А.Л. Хищения персонала в российском сетевом фаст-фуде / А.Л. Лебедь // Актуальные проблемы права и политики: в 2 т.: Сборник научных трудов по материалам международной научно-практической конференции

«Гатчинские чтения-2017» (г.Гатчина, 31.03.2017). – СПб.: Изд-во ГИЭФПТ. - Т.1, – 2017. – С.296-300.

186. Лебедь А.Л. Магазинные кражи в России: направления исследования / А.Л. Лебедь // Научный журнал «Закон и жизнь». – 2017. – №2. – Том 1. – С.38-46.

187. Лебедь А.Л. Уголовно-правовые риски бизнеса в сетевой розничной торговле / А.Л. Лебедь // Уголовное право: Стратегии развития в XXI веке: материалы XV Международной научно-практической конференции / МГЮА. – Москва: РГ-Пресс, - 2018. – С.325-328.

188. Лебедь А.Л. Комплексная профилактика магазинных краж как инновационный подход к профилактике преступности / А.Л. Лебедь // Криминологические чтения. Материалы XIII Всероссийской научно-практической конференции с международным участием, посвященной 90-летию заслуженного юриста РФ и РБ проф. Ц.Б. Цыденжапова (26-27 апреля 2018г.). – Улан-Удэ: БГУ им.Д. Банзарова, - 2018. – С.68-75.

189. Лебедь А.Л. Вызов обществу потребления / А.Л. Лебедь // Территория доверия. – Официальное издание Компании «АН-СЕКЬЮРИТИ». - 2018. – №37. – С.18-19.

190. Лебедь А.Л. Преимущество уголовно-правового института кражи в дореволюционном законодательстве России / А.Л. Лебедь // Цикличность в праве: кризисы, прорывы, динамика развития. Сборник научных статей по материалам работы Всероссийской научно-практической конференции для молодых ученых «Цикличность в праве: кризисы, прорывы, динамика развития» (РГПУ им. А.И. Герцена, 22.10.2018) / Под ред. к.ю.н., доцента М.В. Игнатъевой. – СПб.: Астерион, - 2018. – С.54-67.

191. Лебедь А.Л. Социальный контроль магазинных краж (на материалах Санкт-Петербурга) / А.Л. Лебедь // Система профилактики преступности: современное состояние, проблемы и перспективы развития [Электронный ресурс]: Материалы межведомственного Круглого стола. – Санкт-Петербургский университет МВД России, 26.10.2018 / сост.: Н.А. Корсикова. – С.163-168.

192. Лебедь А.Л. Действие конституционного принципа равной защиты всех форм собственности в уголовном праве / А.Л. Лебедь // «Актуальные проблемы сравнительного правоведения»: Материалы IV Всероссийской научно-практической конференции с международным участием профессорско-преподавательского состава, аспирантов и магистров (26.04.2019). – Симферополь: «КФУ им. В.И. Вернадского», - 2019. – С.321-326.
193. Лебедь А.Л. Причины преступности в обществе потребления / А.Л. Лебедь // Социальный контроль над преступностью: что делать? (Social Control over Crime: What Has to Be Done?): Материалы XXXII Международной Балтийской криминологической конференции (Proceedings of the XXXII International Baltic Criminological Conference) Санкт-Петербург, 21-22 июня 2019 года / под.ред. д-ра юрид.наук, проф. Я.И. Гилинского. – СПб.: Изд-во РГПУ им. А.И. Герцена, - 2019. – С.114-119.
194. Лебедь А.Л. Уголовная политика в сфере преступлений против собственности / А.Л. Лебедь // Уголовная политика и правоприменительная практика: Сборник материалов VII-й Международной научно-практической конференции (РАП, 1-2 ноября 2019 года, Санкт-Петербург). – СПб.: Астерион, - 2019. – С.394-399.
195. Лебедь А.Л. Показатели преступности несовершеннолетних среди лиц, совершивших кражи из магазинов (на материалах Санкт-Петербурга) / А.Л. Лебедь // Преступность несовершеннолетних и ее профилактика [Электронный ресурс]: Материалы Межвузовской научно-практической конференции, посвященной памяти профессора кафедры А.В. Комарницкого. Санкт-Петербург, 27.12.2019. / под.общ.ред. Дикаева С.У. – СПб.: «Печатный Цех», - 2020. – С.39-43.
196. Лебедь А.Л. Магазинные кражи как вид экономических потерь в розничной сетевой торговле / А.Л. Лебедь // Актуальные проблемы экономики и права. – 2020. – Т.14. – №2. – С.301-313.

197. Лебедь А.Л. Розничная сетевая торговля как корпоративная жертва криминального поведения (по материалам г.Санкт-Петербург) / А.Л. Лебедь // Викимнология. – 2020. – №2(24). – С.5-12.
198. Лунеев, В.В. Актуальные проблемы глобализации мира / В.В. Лунеев // Криминология: вчера, сегодня, завтра. - 2015. - №3(38). – С.21-32.
199. Лунеев, В.В. Глобализация и преступность / В.В. Лунеев // Государство и право. - 2003. - №6. – С.115-118.
200. Ляпунов, Ю.И. Дискуссионные проблемы объекта преступлений против собственности / Ю.И. Ляпунов // Уголовное право. - 2004. - №3. – С.43-46.
201. Материалы беседы «Глобальный дистанционный контроль над преступностью: допустимость, возможности, издержки» от 09.12.2016г. // Криминология вчера, сегодня, завтра. - 2017. - №1(44). – С.4-19.
202. Мешкова Ю. Кража не в счет / Ю. Мешкова // Расчет. - 2012. - №10. - С.4 - 25.
203. Милюков, С.Ф. «Кризис наказания» - реальность или прозападный миф? / С.Ф. Милюков // Актуальные проблемы уголовного законодательства на современном этапе / отв. ред. В.И. Третьяков. - Краснослободск. - 2015. – С.218-222.
204. Миненок, М.Г. Глобальная олигархическая власть: криминологические и политические аспекты / М.Г. Миненок // Криминология: вчера, сегодня, завтра. - 2014. - №3(34). – С.26-37.
205. Миненок, М.Г. Преступность и ее предупреждение: реальность и фикция / М.Г. Миненок // Вестник Балтийского федерального университета им. И. Канта. - 2012. - №9. – С.73-81.
206. Ольков, С.Г. Абсолютное и относительное напряжение личности и градиент счастья в исследовании преступности / С.Г. Ольков // Актуальные проблемы экономики и права. - 2012. - №3(28). – С.264-272.
207. Ольков, С.Г. Влияние безработицы на кражи (криминологическое исследование) / С.Г. Ольков // Библиотека криминалиста. - 2014. - №2(13). – С.145-147.

208. Ольков, С.Г. Влияние степени неравенства в распределении доходов народонаселения на уровень умышленных убийств / С.Г. Ольков // Актуальные проблемы экономики и права. - 2011. - №1. – С.240-253.
209. Ольков, С.Г. О пользе и вреде неравенства (Криминологическое исследование) / С.Г. Ольков // Государство и право. - 2004. - №8. – С.73-79.
210. Орлов, В.Н. О цели уголовного наказания в виде восстановления криминологической справедливости / В.Н. Орлов // Российский криминологический взгляд. - 2015. - №1. – С.363-375.
211. Панюкова В.В. Проблема XXI века: потери от краж в торговле растут / В.В. Панюкова // Торговое право. - 2012. - №2. - С.53 - 62.
212. Поклад, В.И. О социальной функции криминологии и о кризисе глобализации / В.И. Поклад // Криминология: вчера, сегодня, завтра. - 2010. - №1(18). – С.36-44.
213. Преступность и социальный контроль в обществе постмодерна // Сборник материалов XXVIII международной Балтийской конференции. В 2 ч. Ч. 1/ Под. ред. проф. В.Ю. Сморгуновой, проф. Я.И. Гилинского, проф. Н.А. Исаева. - Санкт-Петербург: ИД «Алеф-Пресс». - 2015. – 250 с.
214. Преступность и социальный контроль в обществе постмодерна // Сборник материалов XXVIII международной Балтийской конференции. В 2 ч. Ч. 2/ Под. ред. проф. В.Ю. Сморгуновой, проф. Я.И. Гилинского, проф. Н.А. Исаева. - Санкт-Петербург: ИД «Алеф-Пресс». - 2015. – 245 с.
215. Преступность, девиантность социальный контроль в эпоху постмодерна: Материалы международной научно-практической конференции 2014 / Под ред. докт. юрид. наук, проф. Н.А. Исаева, кандидата юрид. наук, проф. А.В. Комарницкого. - СПб: ИД «Алеф-Пресс». - 2014. – 370 с.
216. Прохорова, М.Л., Горенко, М.Г. Промысел как вид множественности преступлений: компаративистские и теоретические аспекты / М.Л. Прохорова, М.Г. Горенко // Общество: политика, экономика, право. - 2017. - №5.
217. Савицкий, А.А. Шоплифтинг: новые аспекты старого воровства / А.А. Савицкий // История и археология. - 2015. - №12. – С.3-10.

218. Сверчков, В.В. Преступления против собственности: критический анализ преобразования российского уголовного законодательства и практики его применения / В.В. Сверчков // Актуальные проблемы экономики и права. - 2018. - №1. - Т.12. – С.101-111.
219. Сверчков, В.В., Серкова, Т.В. Ответственность за неоднократное преступное поведение: развитие законодательства и практики его применения / В.В. Сверчков, Т.В. Серкова // Вестник Нижегородской академии МВД России. - 2015. - №4(32). – С.182-189.
220. Семенов, В.М. Тайность как способ хищения при краже / В.М. Семенов // Российский следователь. - 2005. - №6. – С.23-25.
221. Скобликов, П.А. Законодательная инициатива Верховного Суда РФ: еще ближе к «гуманности», еще дальше от справедливости / П.А. Скобликов // Криминология: вчера, сегодня, завтра. - 2015. - №4(39). – С.52-63.
222. Смирнов, Л.Б. Уголовное наказание в виде лишения свободы в механизме социального регулирования / Л.Б. Смирнов // Известия Тульского государственного университета. Экономические и юридические науки. - 2017. - №3(2). – С.36-45.
223. Смирнова, Е.С. Глобализация как правовое понятие / Е.С. Смирнова // Современное право. - 2009. - №3. – С.17-27.
224. Скрипченко, Н.Ю. Расширительное толкование возмещения вреда как условие освобождения от уголовной ответственности / Н.Ю. Скрипченко // Уголовно-исполнительное право. – 2019. – Т.14(1-4). -№4. – С.379-384.
225. Терещенко, Л.С., Шебанов, Д.В. Некоторые проблемы квалификации хищений / Л.С. Терещенко, Д.В. Шебанов // Пробелы в российском законодательстве. - 2013. - №6. – С.163-166.
226. Филатова М.А. Хищение с использованием чужой банковской карты в магазине образует состав кражи / М.А. Филатова // Законность. - 2020. - №12. - С.34 - 38.
227. Фуко, М. Альтернативы тюремному заключению: рост или спад социального контроля? / М. Фуко // Социальные и гуманитарные науки.

- Отечественная и зарубежная литература. - 2011. - Серия 4. Государство и право. - №3. – С.147-156.
228. Хилюта, В.В. Новый подход в понимании сущностных признаков кражи / В.В. Хилюта // Библиотека уголовного права и криминологии. - 2013. - №4(4). – С.54-62.
229. Шалагин, А.Е., Гребенкин, М.Ю. Криминологическая и уголовно-правовая характеристика преступлений против собственности / А.Е. Шалагин, М.Ю. Гребенкин // Ученые записки Казанского юридического института МВД России. - 2017. - Том 2(4). – С.74-82.
230. Шарапов Р.Д. Малозначительность хищений чужого имущества / Р.Д. Шарапов // Уголовное право. - 2020. - №6. - С.83-96.
231. Шипунова, Т.В. Социальный контроль девиантности и его дискурсивное конструирование / Т.В. Шипунова // Вестник Санкт-Петербургского университета. - Серия 12. Социология. - 2015. - №3. – С.102-109.
232. Шокола, Я.В. Корпоративная социальная ответственность в восприятии покупателя / Я.В. Шокола // Креативная экономика. - 2013. - №7(79). – С.10-19.

Иностранная литература:

233. Abelson, Elaine S. 1989. When Ladies Go A-Thieving: Middle Class Shoplifters in the Victorian Department Store. - NY: Oxford University Press.
234. Baumer, Terry L., and Dennis P. Rosenbaum. 1984. Combating Retail Theft: Programs and Strategies. - Boston, MA: Butterworth.
235. Carroll, John, and Frances Weaver. 1986. «Shoplifters' Perceptions of Crime Opportunities: A Process-Tracing Study». In *The Reasoning Criminal*, edited by Derek B. Cornish and Ronald V. Clarke, pp. 19-38. - NY: Springer-Verlag.
236. Carroll, John, and Frances Weaver. 1986. «Shoplifters' Perceptions of Crime Opportunities: A Process-Tracing Study». In *The Reasoning Criminal*, edited by Derek B. Cornish and Ronald V. Clarke, pp. 19-38. - NY: Springer-Verlag.

237. Cupchik, Ph.D., Will. 1997. Why Honest People Shoplift Or Commit Other Acts Of Theft. - Canada: Tagami Communications.
238. Edwards, Loren E. 1958. Shoplifting and Shrinkage Protection For Stores. Springfield , - IL: Charles C Thomas.
239. Farrell, Kathleen L. and John A. Ferrara. 1985. Shoplifting: The Antishoplifting Guidebook. - NY: Praeger Publishers.
240. Glossary of Police Terms by Metropolitan Police Department of the District of Columbia. - 2013.
241. Goldman, M.J. 1998. Kleptomania. New Jersey: New Horizon Press; Griffin, Roger. 1988. 25 th Annual Report: Shoplifting in Supermarkets. Van Nuys, - CA: Commercial Service Systems.
242. Kaufmann, Arthur C. Combatting Shoplifting. Operations Division, National Retail Merchants Association, - New York, 1974.
243. Klemke, Lloyd W. 1992. The Sociology of Shoplifting. Westport, CT: Praeger Publishers; L. Ellen. The Shoplifter's Apprentice. - NY: Simon and Schuster.
244. Legal Glossary by Superior Court of California, - County of Sacramento. 2005.
245. Lloyd, W. Klemke. The Sociology of Shoplifting: Boosters and Snitches Today (Praeger Series in Criminology and Crime Control Policy). - Westport. Connecticut. London, 1992. 184 p.
246. Murphy, Daniel J. I. 1986. Customers and Thieves: An Ethnography of Shoplifting. Aldershot, England: Gower; Sennewald, C.A. 2000. Shoplifters vs. Retailers. - California: New Century Press.
247. National Incident-Based Reporting System Offense Definitions by Federal Bureau of Investigation. - 2011.
248. Rachel, Shteir. The Steal: A Cultural History of Shoplifting. The Penguin Press. - New York, - 2011. - 250 p.
249. Segrave, K. Shoplifting: a social history. McFarland & Company, Inc., Publishers, - North Carolina, - USA. - 2001. - 182 p.
250. Sennewald, Charles, Christman, John. Shoplifting. Butterworth-Heinemann: Stoneham, - MA, - USA, - 1992. - 180 p.

251. Shoplifting in Eighteenth-Century England. Shelley Gail Tickell. Submitted to the University of Hertfordshire in partial fulfilment of the requirements of the degree of Doctor of Philosophy, January 2015.
252. The New Barometer. A study of the cost of merchandise theft and merchandise availability for the global retail industry. 2013-2014. - NJ 08086 USA. - 65 p.
253. The New Barometer. A study of the cost of merchandise theft and merchandise availability for the global retail industry. 2014-2015. NJ 08086 - USA. - 135 p.

Электронные ресурсы:

254. Министерство внутренних дел РФ. Официальный сайт [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://xn--b1aew.xn--p1ai/folder/101762/item/8306504/>, свободный (дата обращения 15.07.2019).
255. Генеральная прокуратура РФ. Официальный сайт [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.genproc.gov.ru/>, свободный (дата обращения 15.07.2019).
256. Судебный департамент при Верховном Суде РФ. Официальный сайт [Электронный ресурс]. Режим доступа: www.cdep.ru, свободный (дата обращения 15.07.2019).
257. Бесплатная справочно-правовая система по судебным решениям судов общей юрисдикции, мировых и арбитражных судов РФ – Росправосудие [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://rospravosudie.com/>, свободный (дата обращения 16.07.2018).
258. Федеральная служба государственной статистики. Официальный сайт [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://rosstat.gov.ru/>, свободный (дата обращения 14.04.2021).

ПРИЛОЖЕНИЯ

Приложение №1

Справка

о процедуре проведения опроса и интервью экспертов в области торговой безопасности в процессе диссертационного исследования
«Магазинные кражи в розничной сетевой торговле:
криминологический анализ»

Настоящая справка составлена в подтверждение полученных результатов опроса и интервью экспертов в области торговой безопасности, проведенных в процессе диссертационного исследования «Магазинные кражи в розничной сетевой торговле: криминологический анализ».

Опрос и интервью экспертов проводились в период с 01.10.2015 по 15.09.2018. В опросе и интервью участвовало 60 экспертов. Стаж работы экспертов в области торговой безопасности варьируется от 10 до 20 лет. Критерием выбора эксперта являлись стаж работы в качестве эксперта в области торговой безопасности, узнаваемость, подтвержденный результат (положительные профилактические мероприятия). Время опроса и интервью варьировалось от 1 часа до 4 часов. Место проведения опроса и интервью – Санкт-Петербург. Вопросы, поставленные перед экспертами в процессе опроса и интервью, представлены в Приложении к настоящей справке.

В опросе и интервью участвовали эксперты следующих компаний:

Наименование Компании	Количество экспертов	Место проведения опроса и интервью	Дата проведения опроса и интервью	Время проведения опроса и интервью
Компания «ТД «Интерторг»	5	Санкт-Петербург	06.10.2015	2 часа
Книжная сеть «Буквоед»	4	Санкт-Петербург	02.10.2015	3 часа
			21.10.2015	1 час
			21.10.2016	2 часа
			04.11.2016	2 часа
			03.03.2017	1 час
			15.06.2018	1 час
Компания «An-Security»	10	Санкт-Петербург	06.10.2016	3 часа
			30.11.2016	1 час
			02.03.2017	1 час
			13.03.2017	1 час
			20.03.2017	1 час
			28.09.2017	2 часа

			17.10.2017 28.10.2017 29.08.2018	2 часа 2 часа 1 час
Корпоративный университет Компании «An-Security»	8	Санкт-Петербург	15.12.2016 23.12.2016	2 часа 2 часа
Учебный центр «Параллель»	6	Санкт-Петербург	10.03.2017 17.04.2017 26.09.2017 26.10.2017	3 часа 2 часа 2 часа 2 часа
Охранная компания «Император»	5	Санкт-Петербург	03.03.2017 19.05.2017 14.09.2018	4 часа 2 часа 1 час
Охранная компания «Аванпост»	5			
Компания «АНТИвор»	3	Санкт-Петербург	16.11.2016 24.03.2017 28.04.2017 10.05.2017 15.05.2017	3 часа 1 час 1 час 1 час 1 час
Компания «АКО»	4	Санкт-Петербург	16.11.2016 20.12.2016 23.08.2018	3 часа 1 час 1 час
Эксперт И.Г. Чумарин	1	Санкт-Петербург	01.09.2017 24.08.2018 22.11.2018	2 часа 1 час 1 час
ПАО «X5 RETAIL GROUP»	9	Санкт-Петербург	17.02.2020	3 часа

**Приложение
к Справке**
о проведенных опросе и интервью экспертов
в области торговой безопасности
в процессе диссертационного исследования
«Магазинные кражи в розничной сетевой торговле:
криминологический анализ»

Уважаемые коллеги!!

Прошу ответить на следующие вопросы анкеты наиболее полно и открыто.
Прошу обратить внимание, вопросы касаются только посетителей в магазине
(не персонала, не поставщиков и не службы охраны).

	Когда появились магазинные кражи в России?	
	Какой период можно обозначить как период, в котором магазинные кражи стали обычным явлением в России? (год/года/какое-либо изменение в торговле)	
	Являлись ли частыми магазинные кражи в советской торговле? Да/нет, почему?	
	Предложите определение понятию «магазинные кражи» («шоплифтинг»)	
	Термин «магазинные кражи» или термин «шоплифтинг» предпочтительнее использовать для обозначения феномена магазинных краж в России?	
	Термин «магазинный вор» или термин «шоплифтер» предпочтительнее использовать для обозначения магазинного вора в России?	
	Опишите образ магазинного вора (пол, возраст, социальное положение, внешность, поведение, одежда и т.д.).	
	Кто наиболее часто, по Вашему мнению, является магазинным воров (пол, возраст, иные критерии)?	
	Как можно узнать магазинного вора (поведение, внешность)? Да/нет, почему?	
	Чаще магазинные кражи совершают бедные люди (голод/нужда) или богатые (поиск новых ощущений)? Объясните свою позицию.	
	Является ли социально-экономическое неравенство причиной существования (роста) магазинных краж?	
	По Вашему мнению, почему люди совершают магазинные кражи? Дайте развернутый ответ.	
	Часто ли встречаются воры-клептоманы?	
	Часто ли пенсионеры являются магазинными ворами?	
	Часто ли дети (посетители до 18 лет) являются магазинными ворами?	
	Часто ли женщины являются магазинными ворами?	
	Часто ли наркоманы являются магазинными ворами?	
	Какие еще, кроме указанных, категории населения встречаются в качестве магазинных воров?	
	Какие особые наименования бытуют в торговле для обозначения магазинных воров?	
	Какая категория населения наиболее редко встречается в качестве магазинных воров?	

	Воровство в магазине чаще осуществляется индивидуально или в группе?	
	Как часто Вам встречаются профессиональные магазинные воры («магазинщики»)?	
	Часто ли магазинные кражи происходят в сговоре с кассирами, иными сотрудниками магазина, службой охраны?	
	Наибольшую общественную опасность представляют профессиональные магазинные воры или «любители»?	
	Кроме экономических потерь, какие еще убытки несет магазин в связи с магазинными кражами?	
	Какой товар (группа товаров) интересует магазинных воров?	
	Можно ли выделить специфичные группы магазинных воров (проститутки, бомжи и другие)?	
	В каких районах Санкт-Петербурга наиболее часто происходят магазинные кражи? Какой категорией населения?	
	Какими способами наиболее часто похищается товар?	
	В какое время года наблюдается рост воровства в магазине?	
	В какие дни недели наблюдается рост воровства в магазине?	
	В какие часы работы магазина наблюдается рост воровства?	
	Как персонал магазина реагирует на кражу? Укажите наиболее часто используемый способ: личная беседа, служебное расследование, вызов полиции.	
	Как полиция реагирует на магазинную кражу? По каждому факту кражи возбуждается административное или уголовное дело?	
	Какой период с 2010 года по 2016 года (включительно) явился самым активным для роста магазинных краж?	
	Какой период с 2010 года по 2016 год (включительно) явился самым спокойным для воровства в магазинах?	
	Можно ли утверждать, что магазинные кражи в современной России необходимо исследовать в уголовно-правовом и криминологическом аспектах?	
	Можно ли утверждать, что в России в будущем магазинные кражи будут увеличиваться/ уменьшаться? Почему?	
	Можно ли представить современную российскую торговлю без магазинных краж?	
	По Вашему мнению, как нужно противодействовать воровству посетителей в магазине (не правовые методы)?	

Спасибо за ответы!

Диаграмма №1. Соотношение источников потерь в российской розничной сетевой торговле (сегмент «food») по мнению российских экспертов по торговой безопасности на 01.01.2017г.

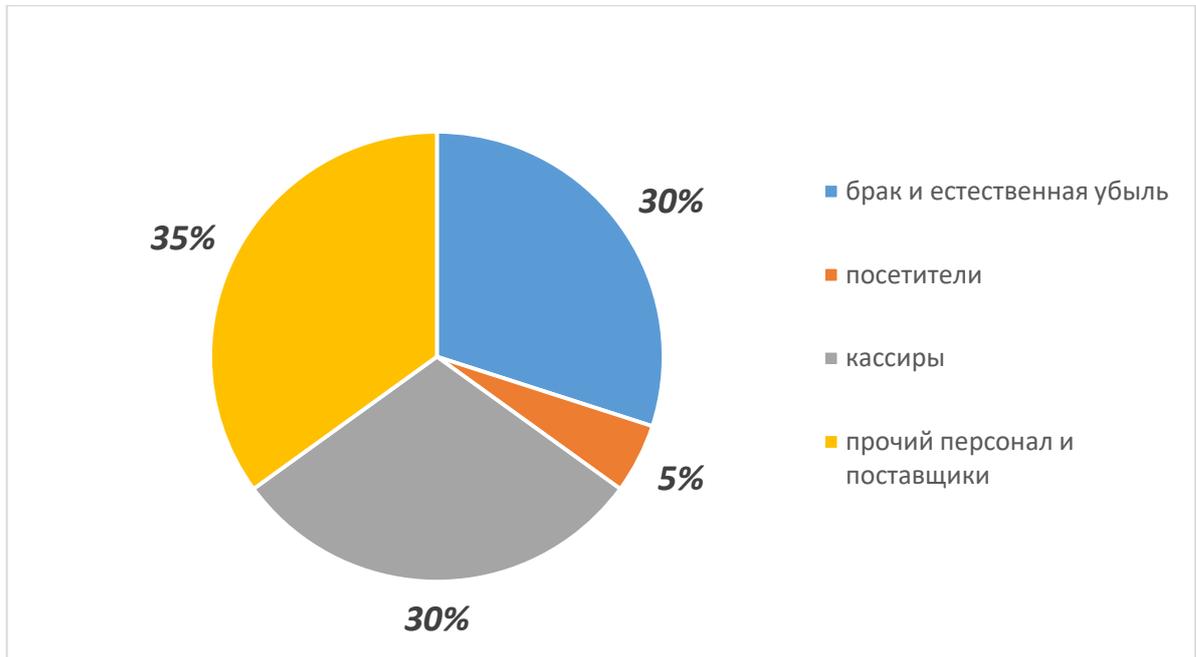


Диаграмма №2. Соотношение источников потерь в российской розничной сетевой торговле (сегмент «food») по мнению эксперта по торговой безопасности И.Г. Чумарина на 01.09.2017г.

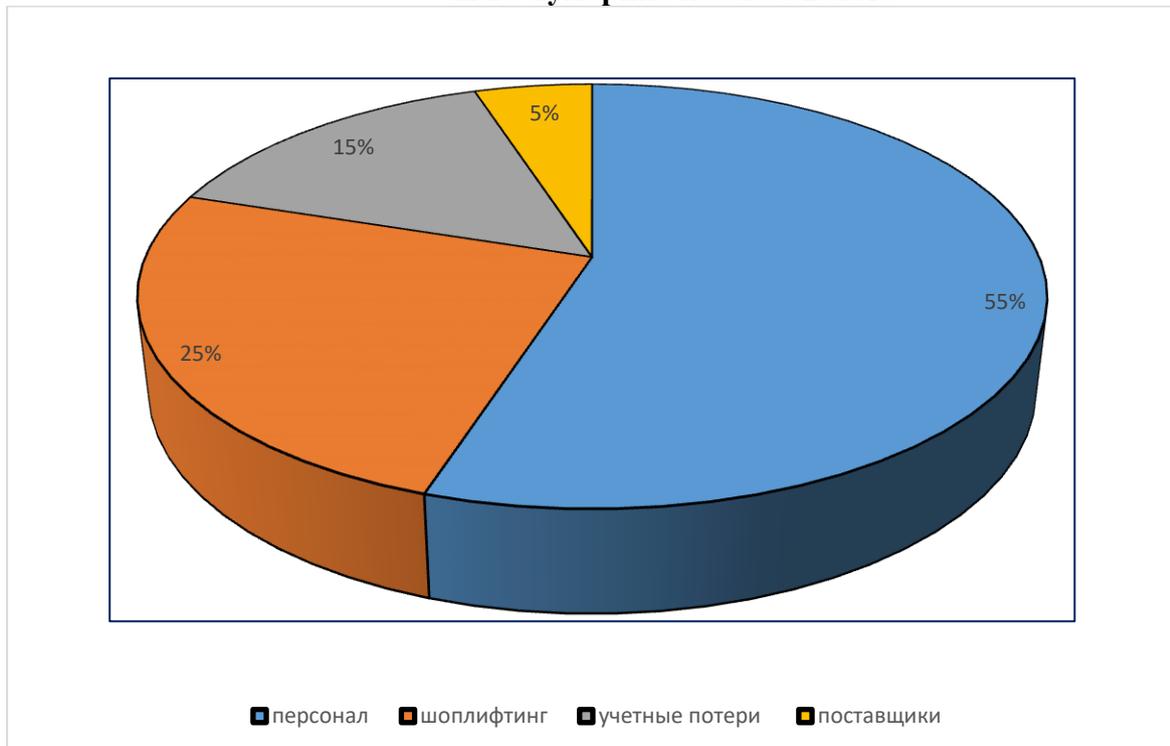


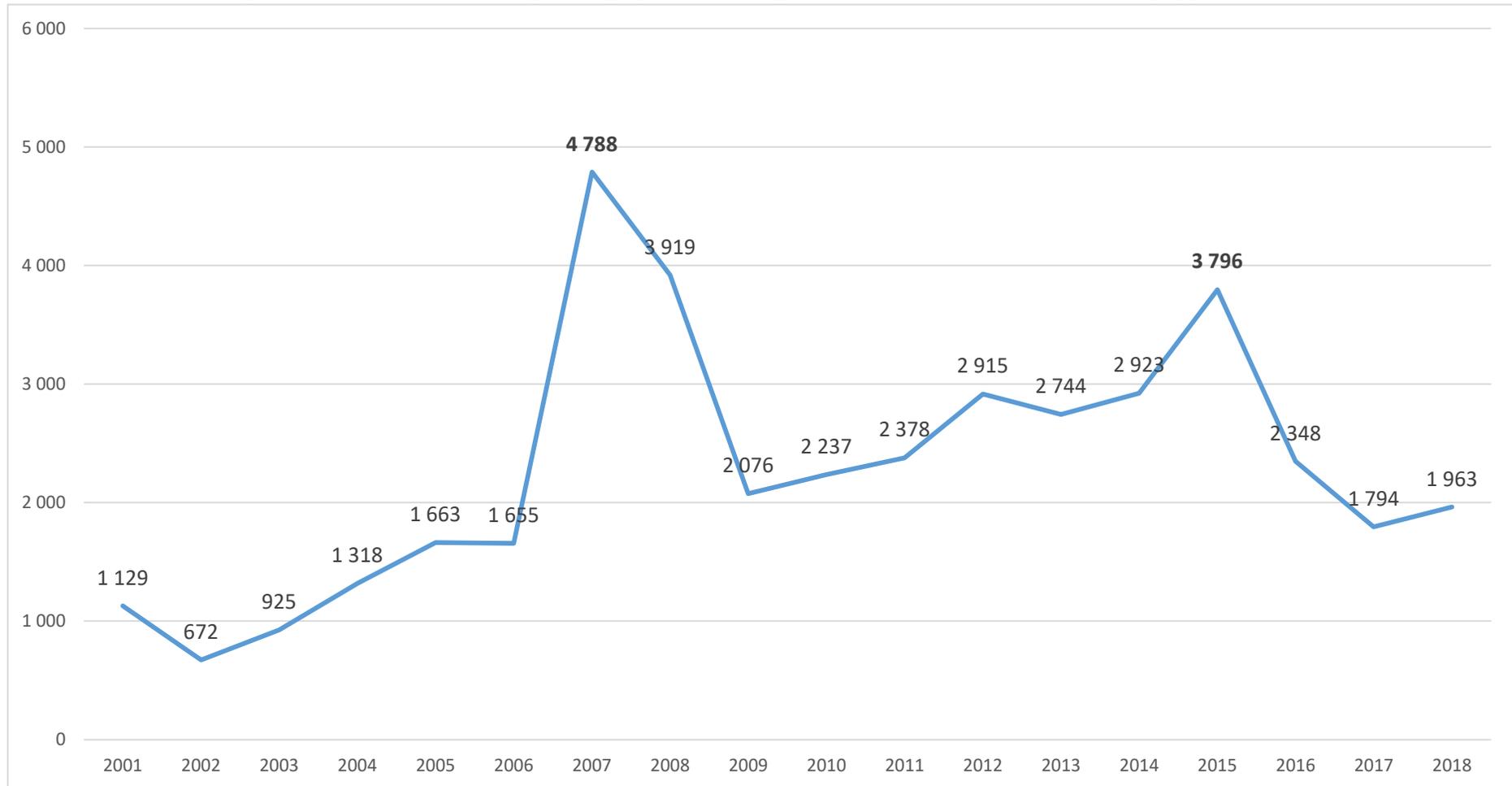
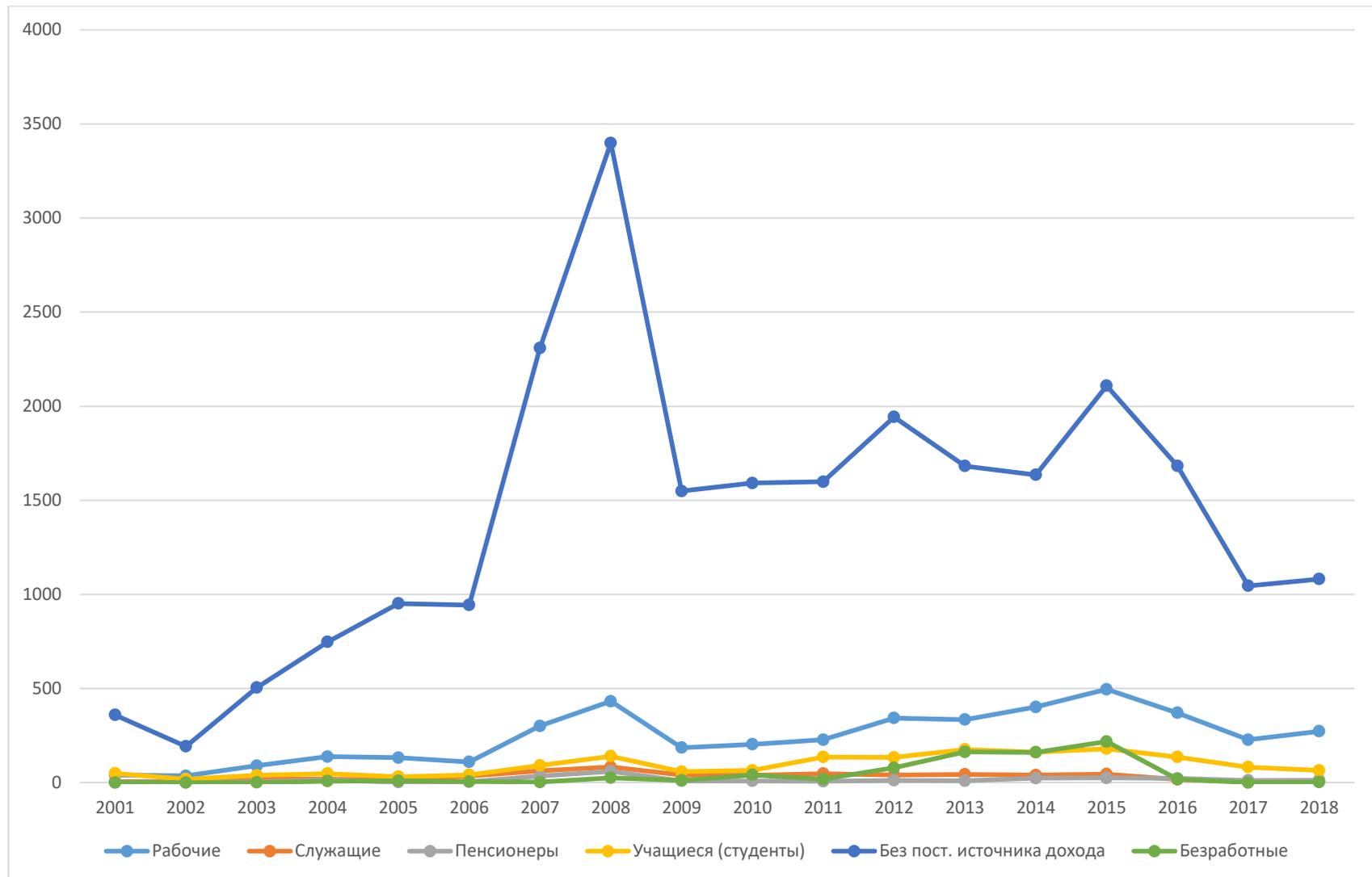
Диаграмма №3. Динамика зарегистрированных краж из магазинов в Санкт-Петербурге (2001-2018гг.)

Диаграмма №5. Социальная характеристика лиц, совершивших кражи из магазинов Санкт-Петербурга (2001-2018гг.)



Диagramма №6. Состояние лиц, совершивших кражи из магазинов Санкт-Петербурга (2001-2018гг.)

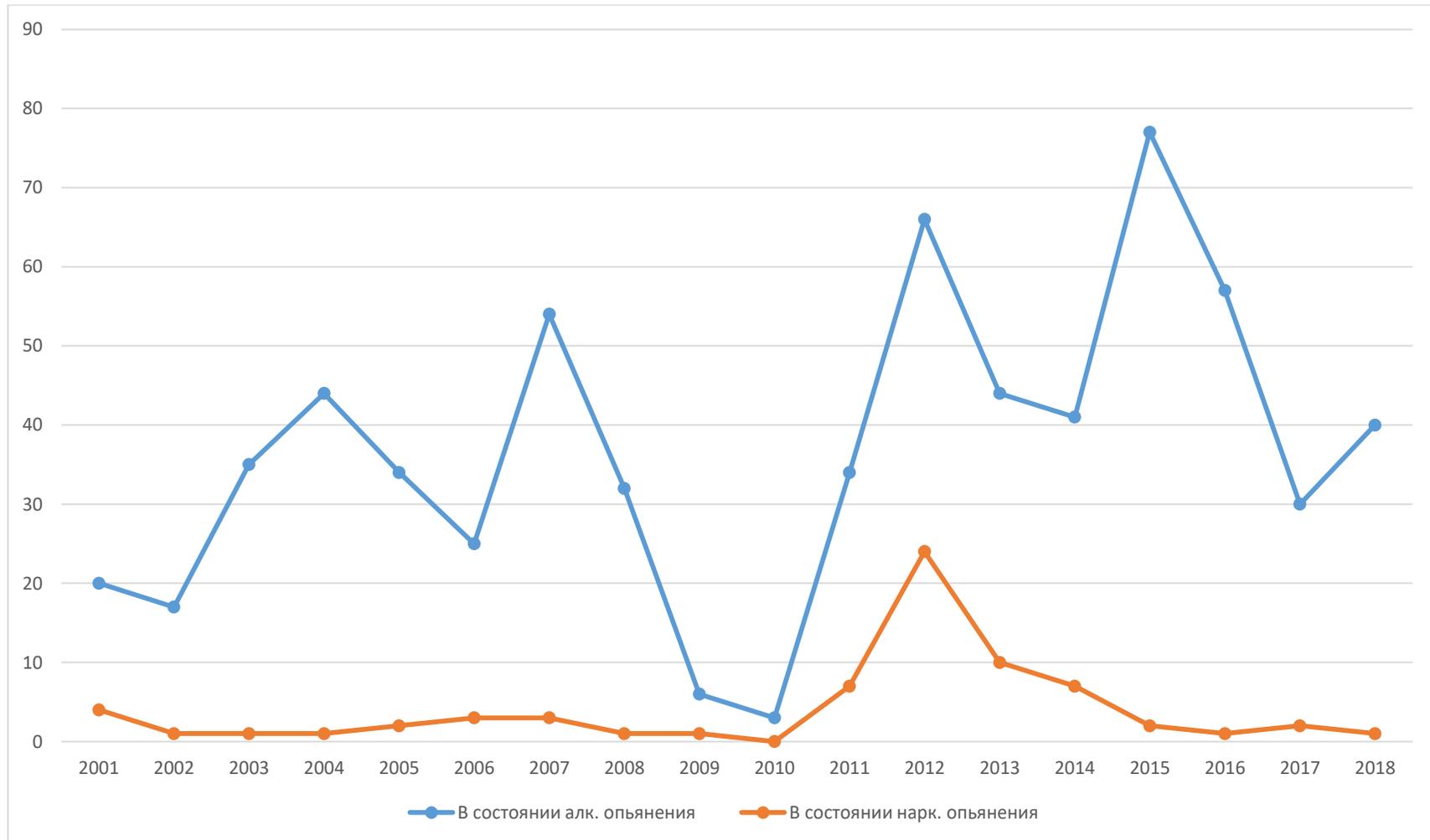


Диаграмма №7. Данные о задержаниях лиц, совершивших мелкие хищения из розничных сетевых магазинов («магазинных воров») по ст.7.27 КоАП РФ в Санкт-Петербурге (2011-2016гг.)

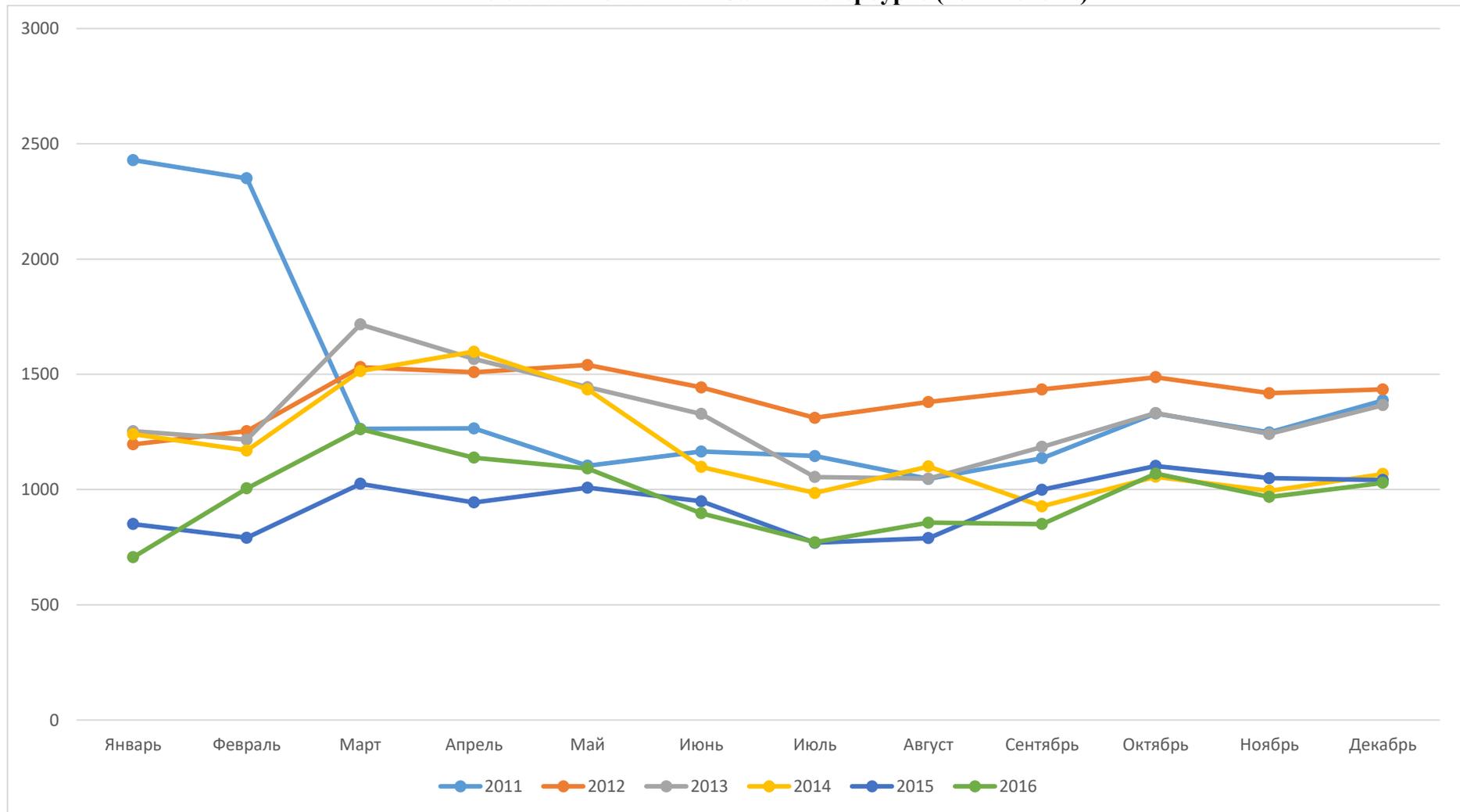


Диаграмма №8. Данные о задержаниях лиц, совершивших кражи из розничных сетевых магазинов («магазинных воров») по ст.158 УК РФ в Санкт-Петербурге (2011-2016гг.)

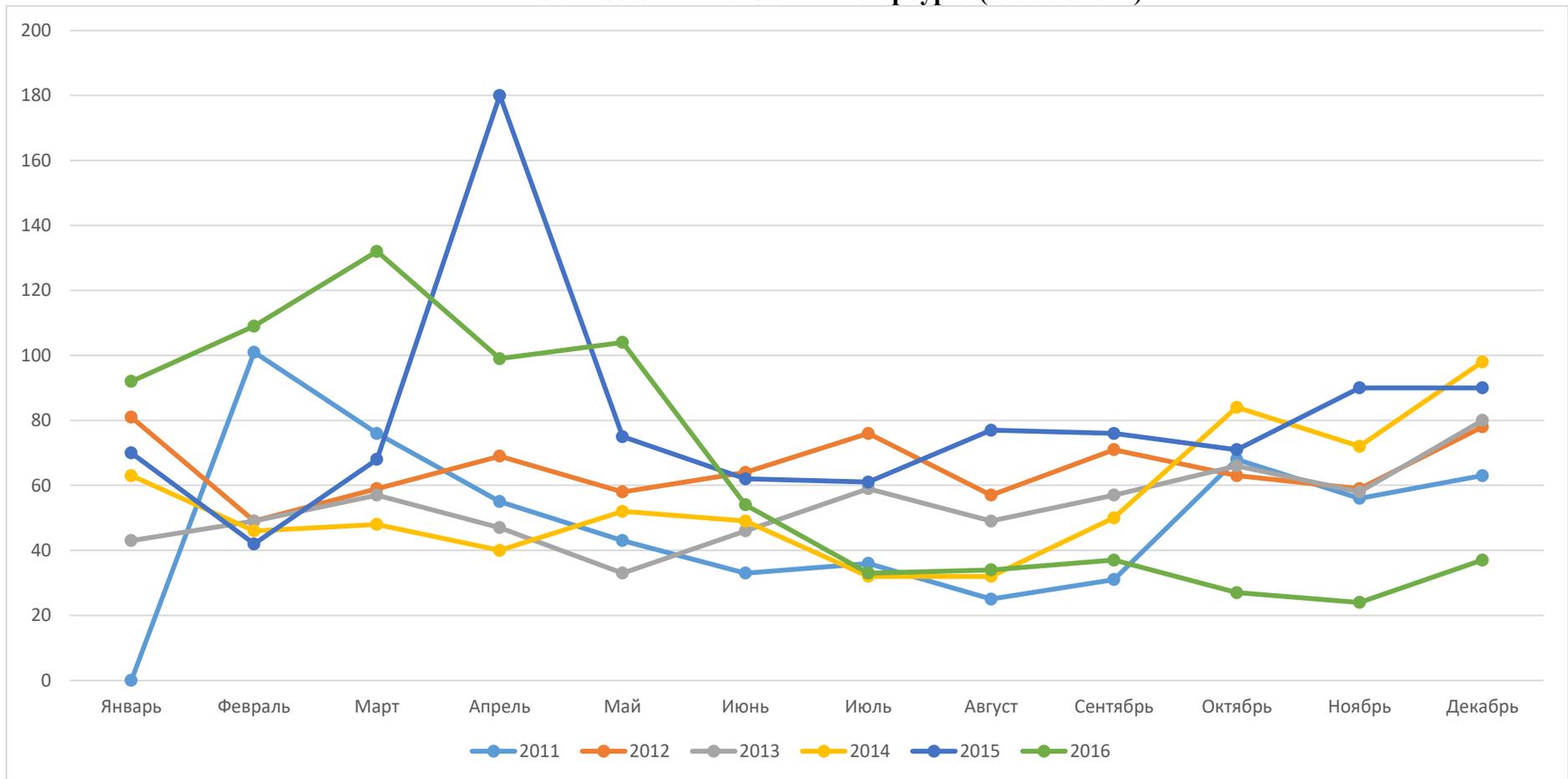


Диаграмма №9. Сводные данные о задержаниях лиц, совершивших мелкие хищения из розничных сетевых магазинов («магазинных воров») в России по ст.7.27 КоАП РФ (2011-2016гг.)

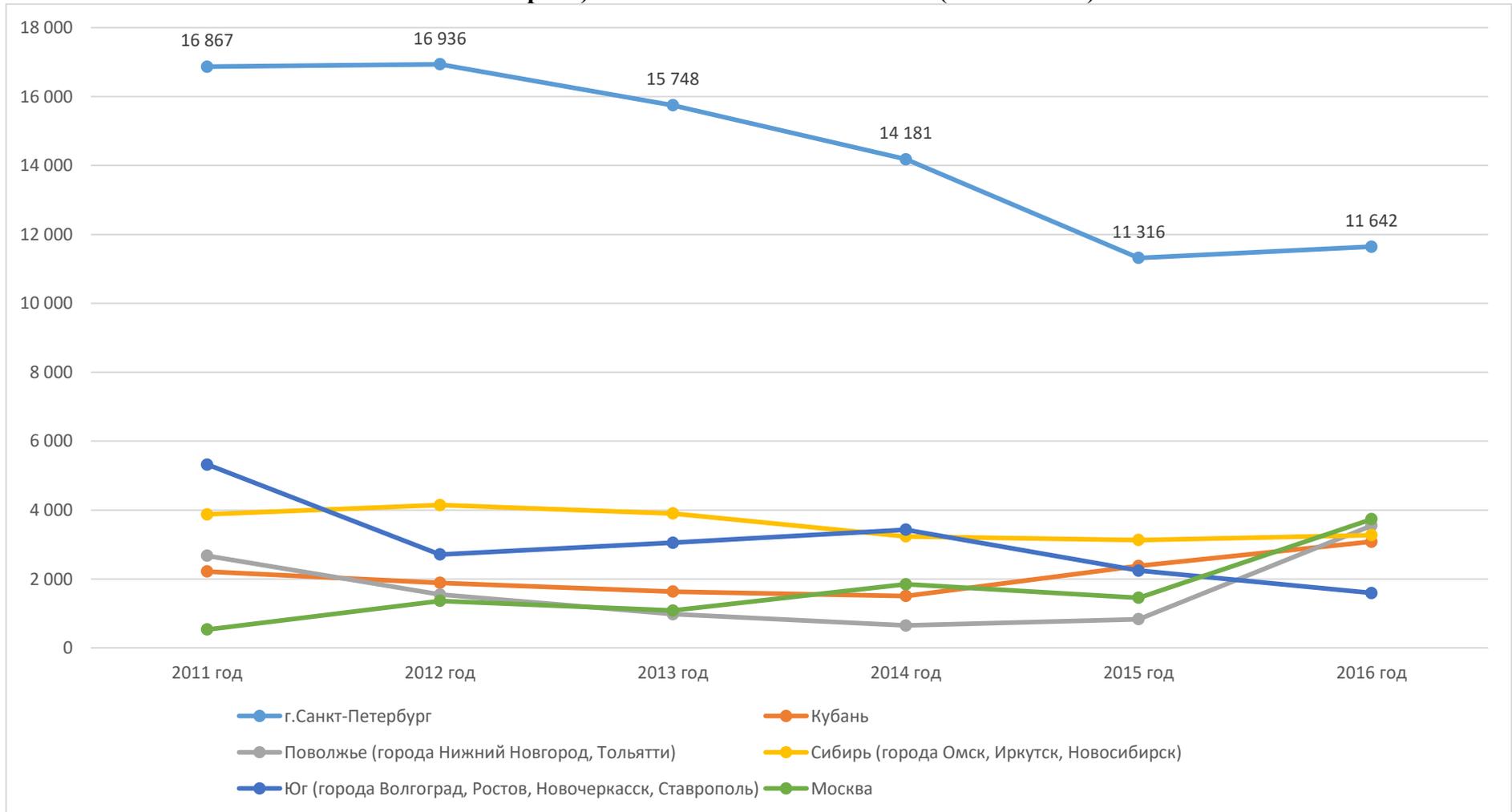
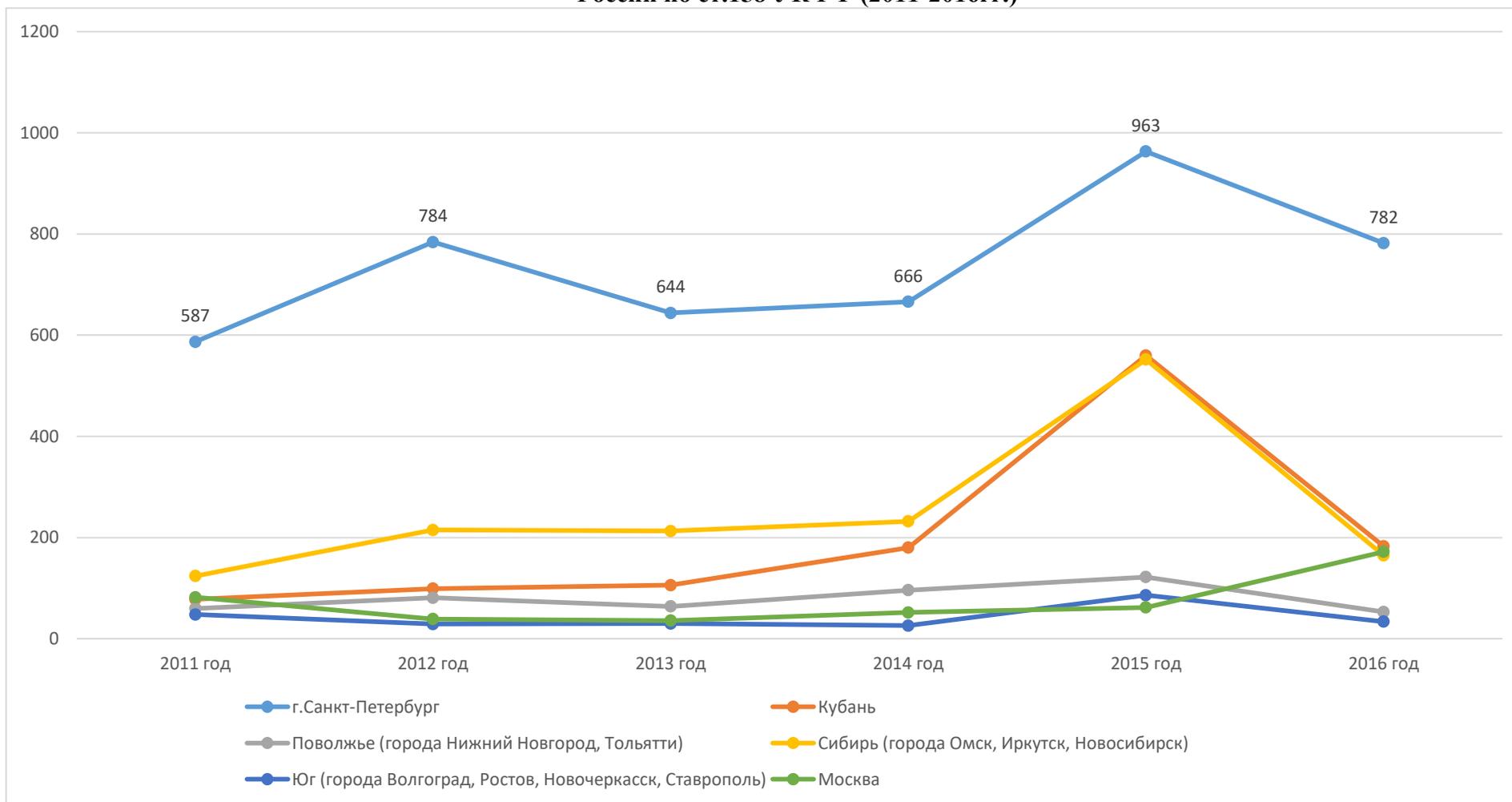


Диаграмма №10. Сводные данные о задержаниях лиц, совершивших кражи из розничных сетевых магазинов («магазинных воров») в России по ст.158 УК РФ (2011-2016гг.)



**Система профессионального обучения
и профилактики криминальных потерь Компании «AN-SECURITY»**

№№ п/п	Наименование тренинга	Целевая аудитория	Время обучения
1	«Потери. Состав потерь. Убытки. Источники потерь»	Директора, заместители, руководители отделов, менеджеры безопасности объектов	1 час
2	«Контроль основных операций с ТМЦ в гипермаркете и супермаркете»	Директора ГМ/СМ, заместители, руководители отделов, менеджеры охраны, старшие смен и охранники	2 часа
3	«Распределительный склад. Предотвращение потерь при приемке, хранении и перемещении ТМЦ»	Персонал склада, менеджеров охраны, старших смен и охранников	2 часа
4	«Как эффективно противодействовать потерям?»	Директора ГМ/СМ, заместители, руководители отделов, менеджеры охраны, старшие смен и охранники	4 часа
5	«Контроль перемещения и хранения ТМЦ в гипермаркетах и супермаркетах»	Товароведы, администраторы, управляющие и их заместители	4 часа
6	«Способы и методы противодействия хищения товаров в торговле»	Менеджеры охраны, старшие смен, охранники, персонал магазинов	2 часа
7	«Кассовый узел проблем»	Кассиры, сотрудники «Инфо»	3 часа