

УДК 343.2

А.Л. Лебедь

КЛАССИФИКАЦИЯ МАГАЗИННЫХ ВОРОВ В РОССИИ THE CLASSIFICATION OF SHOPLIFTERS IN RUSSIA

В настоящей статье автор предпринял попытку дать определение понятию «магазинные воры» и представил их классификации. Основой классификаций являются мотив совершения магазинной кражи и способ хищения. В качестве эмпирической базы использован материал, предоставленный экспертами по торговой безопасности в розничной сетевой торговле г. Санкт-Петербурга.

Ключевые слова: магазинный вор, классификация, мотив совершения магазинной кражи, способ хищения.

The author attempts to present the concept and classification of shoplifters. The basis of the classification is the motives for shoplifting and theft method. Shoplifters are represented by two groups: amateurs and professionals. The empirical base is the material provided by commercial security experts of St. Petersburg in the retail trade network.

Key words: shoplifter, classification, motive of shoplifting, theft method.

Кража является самым распространенным преступлением против собственности. Магазинные кражи представляют собой одну из разновидностей кражи наравне с карманными, квартирными, офисными, гаражными, банковскими и другими видами краж. Термин «магазинная кража» условен, поскольку российское уголовное право не содержит такого понятия, а УК РФ – соответствующего квалифицирующего признака. Квалифицирующий признак, предусмотренный п. б ч. 2 ст. 158 УК РФ: «Кража, совершенная с незаконным проникновением в помещение либо иное хранилище», в подавляющем большинстве случаев не применим к магазинным кражам, поскольку реализация магазином товаров является публичной офертой. Исключением являются хищения товаров со склада магазина (например, гипер- или супермаркетов). Тем не менее термин «магазинная кража» прочно вошел в обиход российских специалистов по торговой безопасности. Магазинные кражи возникли одновременно с розничной сетевой торговлей. Это повседневная и повсеместная преступность. Совершая покупку в магазине у дома или в гипермаркете, каждый человек может стать свидетелем кражи. Магазинным вором может оказаться любой человек вне зависимости от пола, возраста, гражданства, внешности, поведения, рода занятий и социального статуса. Воровство покупателей указывается в

качестве одной из причин потерь в розничной сетевой торговле наряду с мошенничеством поставщиков, воровством персонала и административными и некриминальными потерями. Согласно отчету «Всемирный барометр краж в розничной торговле» («The Global Retail Theft Barometer» – GRTB) Британского центра исследований ритейла («The Centre for Retail Research» – CRR), в период с 2013 по 2014 г. Россия заняла 4-е место в мире (1,30%) по потерям от глобального оборота розницы (GRTB является единственным независимым исследованием в мире, показывающим состояние глобальных потерь в мировой рознице и предоставляющим достоверную информацию и статистику потерь в магазинах. Россия к указанному исследованию присоединилась в 2010 году). Лидерами являются Гонконг (1,51%), Испания (1,38%) и Финляндия (1,37%) [1, С. 9]. Шоплифтинг (от англ. shoplifting – магазинная кража; шоплифтер от англ. «shoplifter» – магазинный вор) как источник потерь в европейских странах составляет 39% (Россию названное исследование относит к европейскому региону). Воровство персонала составляет 22%, мошенничество поставщиков – 15%, административные и некриминальные потери - 25%. Важно отметить, что англицизм «шоплифтинг» экспертами по торговой безопасности и представителями российского розничного сетевого ритейла практически не используется. Используют-

Лебедь Анна Леонидовна, старший преподаватель кафедры уголовного права юридического факультета РПГУ им. А.И. Герцена

e-mail: aleo.varlamova@gmail.com

© Лебедь А.Л., 2017

Статья получена: 14.01.2016. Статья принята к публикации: 19.05.2017. Статья опубликована онлайн: 20.06.2017.

ся такие определения, как «воровство», «хищения», «кражи», «мелкие хищения». Шоплифтеров именуют «ворами», «воришками», «похитителями», «расхитителями», «ворователями», «магазинщиками».

Причиной появления шоплифтинга в России является переход от традиционной торговли («с прилавка») к торговле розничной (самообслуживание). В СССР первый магазин самообслуживания открылся в 1954 г. в Ленинграде, однако массовый характер самообслуживание приобрело в конце XX — начале XXI вв. Вытеснение традиционной торговли («с прилавка»), рост российского розничного сетевого рынка, особенно в Москве и Санкт-Петербурге и активно развивающегося на Урале и Сибири, указывают на актуальность выбранной темы.

Российские эксперты по торговой безопасности традиционно указывают следующие категории магазинных воров:

- 1. совершающие кражи по необходимости, от нужды, для удовлетворения биологических потребностей (еда, напитки, одежда);
- 2. совершающие кражи «от безделья», для «получения порции адреналина»;
- 3. совершающие кражи при подходящих обстоятельствах, при «удобном случае»;
- 4. «идейные воры», или «воины возмездия», совершающие кражи в качестве протеста против общества потребления;
 - 5. клептоманы;
- 6. люди, имеющие иные психические расстройства: страдающие депрессией, расстройствами личности («нарциссы», антисоциальные («социопаты») и пограничные личности), лица с ситуационными реакциями;
 - 7. профессиональные воры.

Классификацию магазинных воров необходимо проводить в зависимости от мотива и способа хищения: воры-любители и воры-профессионалы. По численности воров-любителей гораздо больше, но экономические потери от их хищений менее значительны, чем от хищений воров-профессионалов. Основоположник традиций российской торговой безопасности И.Г. Чумарин, рассматривая «многочисленную армию» воров-любителей из числа лиц, пришедших в магазин, обозначает магазинного вора как «воришку» и «ворователя». Эксперт выделяет две группы магазинных воров: любители и профессионалы. Профессионалы крадут определенный дорогой товар для перепродажи, любители в большинстве состоят из остро нуждающихся (и не только в продуктах питания, но и, например, в наркотиках и медикаментах) пожилых людей и люмпенов, а также подростков и детей. Чумарин подчеркивает, что названные категории магазинных воров-любителей называют также «забывчивыми» покупателями [2, C. 71-72].

В методических материалах ООО «Технологии безопасности бизнеса» по способу хищения товара магазинные воры разделены на две группы: воры-профессионалы и воры-любители. Профессионалы («магазинщики») крадут для последующей перепродажи (например, элитный алкоголь и косметику, деликатесы). Это самая сложная для определения и проведения оперативных мероприятий категория шоплифтеров. Профессионал приходит в магазин постоянно, «как на работу», часто «работает» по территориальному признаку (улица, квартал, район). Многих профессионалов знает в лицо персонал магазина и охрана. Шоплифтеры могут предложить взятку, чтобы сотрудники не обращались в полицию при обнаружении факта хищения. Воры-любители воруют не для собственного пропитания, как воры-профессионалы. Очень редко любители крадут товар по необходимости, из-за недостатка или отсутствия денежных средств. Любители воруют для «получения дозы адреналина» или «от нечего делать». Среди таких можно встретить весьма состоятельных людей, развлекающихся кражами. Основной принцип любителей - если есть возможность совершить кражу, а риск минимален, то совершение кражи возможно. Знание того факта, что владельцы магазинов неохотно обращаются в полицию, усиливает желание совершить кражу [3, С. 17]. Эксперты выделяют 6 групп магазинных воров, указывая следующее их процентное соотношение: «импульсивные» («ситуационные») воры – 50%, профессионалы 15%, «богатые покупатели» − 10%, ворующие ради острых ощущений – 10%, наркоманы – 10% и клептоманы – 5% [3, С. 15]. «Импульсивные» воры настроены на мелкую кражу товаров. Действуют исходя из текущей ситуации, непреднамеренно. Воруют то, что оставлено без присмотра персоналом (кондитерские изделия, жевательная резинка, шоколад и др.). Исключением являются праздники, когда товары похищают «в подарок». Кроме магазинных краж, большинство «импульсивных» воров не совершает иных противоправных действий. Самостоятельную группу составляют неимущие и люмпены (лица БОМЖ). Употребляют продукты и напитки непосредственно в торговом зале. Дети составляют самостоятельную группу шоплифтеров, причем часто на совершение противоправных действий (и прием пищи в торговом зале, и воровство) их подговаривают родители. Детское воровство возрастает в периоды школьных каникул. Наркоманы быстро воруют любой товар для перепродажи, так как им необходимы деньги для покупки дозы наркотиков. Клептоманы являются больными людьми, ими движет зависимость. «Технари» используют для кражи товара различные технические средства и приспособления. «Технари», являясь профессиональными ворами, работают постоянно и совершенствуют используемые технические средства [3, С. 33-35].

Согласно данным, предоставленным ООО «Охранный холдинг "АН-Секьюрити"» (на примере противодействия хищению товаров в розничной торговой сети «О Кей» — Санкт-Петербург), необходимо выделить следующие категории магазинных воров: 1) «забывчивые покупатели»; 2) «мешковатые покупатели»; 3) «наглецы-флегматики»; 4) «случайные воры»; 5) «полочники»; 6) «артисты-скандалисты»; 7) «модники»; 8) «махинаторы»; 9) «менялы»; 10) «голодные»; 11) «азартные»; 12) наркоманы; 13) профессиональные воры; 14) мобильные группы похитителей; 15) лица БОМЖ.

«Забывчивые покупатели» кладут несколько товаров в тележку и одновременно несколько в карман, надеясь пройти сквозь кассу «на авось». «Мешковатые покупатели» утаивают товар в свободной (мешковатой) одежде, служащей прикрытием для украденного товара. Профессиональные воры данной категории пришивают специальные крючки и карманы для более эргономичного размещения товара под одеждой. Особенность совершения хищения проявляется в длительном нахождении у стеллажа. «Наглецы-флегматики» уверенно похищают любой товар любым способом, спокойны при похищении товара (служба охраны реагирует на суетливых и мечущихся покупателей). «Случайные воры» являются категорией непрофессиональных воров, совершающих хищения при подходящем случае «плохо лежащего товара». По статистике, «случайными ворами» являются 85% от общего количества воров-покупателей. «Полочники» похищают дорогой товар с полок, располагающихся на уровне груди и пояса, когда товар сразу можно спрятать под куртку или пальто. «Артисты-скандалисты» при хищении отвлекают внимание с помощью инсценированного скандала, сцена требует двух и более участников. Наиболее распространенные сценарии похищения товара: 1). респектабельно одетые мужчина и женщина у полок с дорогой парфюмерией изображают семейную ссору («муж» отказывается купить «жене» дорогие духи), хищение осуществляется при уходе деликатного продавца; 2). потасовка у кассы, чтобы отвлечь внимание персонала для проноса товара через кассовую зону (способ, используемый наркоманами). «Модники» специализируются на одежде, заходят в примерочную кабину и снимают защитные метки (у воров могут быть и специальные, как у кассиров, кусачки или съемники). Иногда для выноса товара используется бумажный пакет, проклеенный изнутри фольгой. Часто

применяется способ выноса новой одежды под собственной. «Махинаторы» переклеивают штрих-код (например, с акционного товара на более дорогой) и перекладывают товар (например, постельное белье) из одной упаковки в другую, подменяя дешевый товар более дорогим, а также собирают мелкий товар в крупный (например, крем в памперсы). «Менялы» осуществляют хищение при расчете или размене денег на кассе (способ заимствован у уличных «разменщиков» валюты). Вор при расчете просит кассира вернуть денежные средства, как бы усомнившись в правильности суммы, для повторного собственного пересчета, и возвращает гораздо меньшую сумму. «Голодные покупатели» приходят в магазин формата гипер- или супермаркета, чтобы утолить голод. Воры съедают продукты и выпивают алкогольные и безалкогольные напитки в торговом зале, не доходя на кассы. Такой способ хищения в зависимости от стоимости похищенного квалифицируется по ст. 7.27 КоАПРФ или ст. 158 УКРФ. Указанный способ хищения характерен для лиц БОМЖ и покупателей, способных оплатить товар (имеющих денежные средства), но употребивших его «на пробу». «Азартные воры» являются обеспеченными взрослыми или детьми состоятельных родителей («золотая молодежь» и люди «с достатком»), совершают хищения «на спор», «на память», из азарта («спортивный интерес»), или расценивая похищенное в качестве бонуса за крупную покупку (очки, заколка и т.д.).

Обычно совершают кражу группами, долго находятся в магазине и тщательно выбирают товар. Предметом хищения может стать любой плохо контролируемый продукт. Наркоманы осуществляют кражу для последующей перепродажи. Если покупатель не находится в состоянии явно выраженного наркотического опьянения, наркомана можно распознать по внешнему виду (мутный взгляд, расширенные зрачки, нескоординированные движения, неопрятный вид, характерные почесывания). Для профессиональных воров («магазинщиков») воровство является профессией и часто основным источником дохода (к данной категории относятся и наркоманы, которых зависимость вынуждает заниматься воровством). «Магазинщиком» может быть человек любого возраста. Предметом хищения выступает дорогой товар небольших размеров, который можно легко вынести из магазина и перепродать (особой популярностью пользуются баночки с икрой или бритвенные лезвия). Профессионалы часто воруют с использованием специальных технических средств (самое распространенное – кусачки для снятия ярлыков), заранее выясняя расположение видеокамер и «мертвых зон». Данная категория магазинных воров очень осторожна и изобретательна, действуют четко, бы-

стро и индивидуально. Как правило, имеют судимости по ст. 158 УК РФ и являются наиболее опасным видом магазинных воров. Самостоятельной категорией являются мобильные группы воров, численность которых может быть не ограничена. Трудно определить, что покупатели знакомы, поскольку в зале они общаются по мобильным телефонам или заранее определенными условными знаками (поправить прическу, очки, снять куртку и т.д.). Мобильная группа является самой сложной для обнаружения категорией магазинных воров. Обычно один из участников группы ведет себя неадекватно, подозрительно и отвлекает внимание на себя (может даже демонстративно убрать товар себе под куртку, ходить по торговому залу и позже также демонстративно «сбросить» его), в это время сообщники, оставаясь незамеченными, совершают кражу товаров. Мобильные группы часто передвигаются из магазина и магазин («туристы»). Важно отметить, что профессиональные воры и воры из мобильных групп зачастую великолепно одеты и по внешнему виду непросто определить род их занятий. Но есть и особенности: воры имеют очень «острый взгляд», внимательно осматриваются и всегда наблюдают за теми, кто находится рядом. Интерес к себе мгновенно выявляют и отказываются от своих намерений. Лица БОМЖ представляют серьезную опасность для магазина, поскольку продают украденный товар по низким ценам. Часто у лиц БОМЖ существует организатор («хозяин») (Информация предоставлена ООО «Охранный холдинг «АН-Секьюрити». Инструкция-памятка «Способы и методы противодействия хищению товаров в сети «О'Кей»).

Представленный материал позволяет сделать

следующие выводы. Под магазинными кражами как видом преступлений против собственности необходимо понимать совокупность краж товаров посетителями в розничных сетевых магазинах различного формата. Магазинным вором является посетитель магазина, совершивший незаконное изъятие имущества (товара) в торговом зале розничного сетевого магазина в отсутствие представителя собственника или посторонних лиц либо в их присутствии, но незаметно, и имеющий реальную возможность пользоваться или распоряжаться изъятым имуществом (товаром и/или денежными средствами) по своему усмотрению. Указанные противоправные действия квалифицируются по ст. 7.27 КоАП РФ и ст. 158, 1581 УК РФ. Классифицировать магазинных воров необходимо по мотиву совершения кражи: 1) хищение товара для личного пользования (любители); 2) хищение товара для последующей перепродажи (профессионалы). К категориям магазинных воров пригодна классификация, традиционно применяемая в отечественной криминологии к карманным или квартирным ворам: примитивные, квалифицированные и профессиональные. Практическая значимость проведенного исследования магазинных воров состоит в разработке подходов к профилактике магазинных краж, поскольку каждая категория магазинных воров имеет собственные мотивы и использует различные способы хищения. Если методы предупреждения кражи вора-любителя достаточно проработаны, то предупреждение кражи вора-профессионала представляет собой сложную комплексную систему профилактических мероприятий, в том числе и на законодательном уровне.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

- 1. The New Barometer. A study of the cost of merchandise theft and merchandise availability for the global retail industry. 2013-2014. Author ©: The Smart Cube. Publisher ©: Checkpoint Systems, Inc. 101. Wolf Drive Thorofare. NJ 08086 USA, 65 p.
- 2. Чумарин И. Г. Предотвращение потерь в розничной торговле. Проверенные способы. СПб. : Питер, 2007. 192 с.
- 3. Методические материалы к семинару-тренингу «Программа предотвращения воровства в магазине». М.: Изд-во ООО «Технологии Безопасности Бизнеса», 2007. 146 с.

