

UNIVERZA V LJUBLJANI
EKONOMSKA FAKULTETA LJUBLJANA

ZAKLJUČNA STROKOVNA NALOGA VISOKE POSLOVNE ŠOLE
NOTRANJA IN ZUNANJA KRAJA V TRGOVINI

ANJA GROHAR

IZJAVA

Študentka **Anja Grohar** izjavljam, da sem avtorica te zaključne strokovne naloge, ki sem jo napisala pod mentorstvom **dr. Irene Vida**, in da dovolim njeno objavo na fakultetnih spletnih straneh.

V Ljubljani, dne _____

Podpis: _____

KAZALO

UVOD	1
1 VRSTE TRGOVIN IN KAZNIVA DEJANJA	2
1.1 Splošne definicije kaznivih dejanj v trgovinah	2
1.2 Vrste trgovin in njihove značilnosti	2
2 NOTRANJA IN ZUNANJA KRAJA V TRGOVINI	4
2.1 Storilci kaznivih dejanj v prodajalnah	4
2.1.1 Zunanja kraja v trgovini	4
2.1.2 Notranja kraja v trgovini	6
2.2 Najpogostejši načini delovanja tatov	6
2.2.1 Najpogostejši načini delovanja zunanjih tatov	6
2.2.3 Najpogostejši načini delovanja notranjih tatov	8
2.3 Vzroki za tatvine	9
2.3.1 Vzpodbuda in opravičilo	9
2.3.2 Priložnost in dostop	10
2.3.2 Majhno tveganje	10
2.3.4 Spreminjanje moralnih vrednot	11
3 TATVINE V PRODAJALNAH PO EVROPI IN PO SVETU	11
3.1 Tatvine v prodajalnah po regijah in državah	11
3.2 Tatvine v prodajalnah glede na vrsto trgovin in njihovo klasifikacijo	13
3.2.1 Najpogosteje ukradeni predmeti	14
3.3 Povzročitelji tatvin v prodajalnah	16
3.4 Vpliv gospodarske krize na povečanje tatvin v prodajalnah	17
3.5 Prijetje tatov	18
4 VARNOSTNA FUNKCIJA – KAKO ZAVAROVATI BLAGO PRED TATVINAMI	19
4.1 Kadrovska struktura zaposlenih kot način varovanja pred tatvinami	20
4.1.1 Kadrovanje	20
4.1.2 Motivacija	20
4.1.3 Usposabljanje	21
4.1.4 Nagrada ali kazen?	21
4.2 Varnostna tehnika in sistemi v prodajalnah	21
4.2.1 Mehanska varnostna tehnika	22
4.2.2 Elektronska varnostna tehnika	22
4.3 Organizacijski varnostni ukrepi v prodajalnah	22

4.4 Varnostna služba.....	23
SKLEP	23
LITERATURA IN VIRI	25

KAZALO SLIK

Slika 1: Delež tatvin po regijah v letu 2009.....	13
Slika 2: Povzročitelji tatvin v letu 2009.....	16
Slika 3: Odstotek trgovcev, ki so v letu 2009 občutili porast tatvin.....	17

KAZALO TABEL

Tabela 1: Tatvine v letu 2009 po različnih regijah po svetu.....	12
Tabela 2: Odstotek tatvin v trgovinah z živilskimi izdelki v letu 2009.....	15
Tabela 3: Število prijatih tatov s strani trgovcev v letu 2009	19

UVOD

Trgovina je ena izmed najstarejših dejavnosti našega človeštva, ki se je kot prva začela pojavljati v obliki blagovne menjave, se kasneje razširila na tržnice in v končni fazi pojavila v obliki prodajalne, kakršne poznamo danes. Sprva je bila namenjena zadovoljevanju le najbolj nujnih človekovih potreb – zagotavljanju osnovnih življenjskih potrebščin, dokler se želje in potrebe posameznikov niso razširile na višjo raven in spodbudile trgovce k množičnemu ponujanju novih, luksuznih dobrin in storitev. Nekaj stoletij kasneje smo se znašli v tako imenovani novi dobi potrošniške družbe, kjer so sodobni managerji trgovskih družb po celem svetu iz preprostih majhnih trgov premostili vse meje – tako geografske kot tudi časovne in ustvarili brezmejne trge ponudbe in povpraševanja (Ivanovič & Habbe, 1998, str. 16). Sprva čisto majhne, preproste trgovinice so nasledili ogromni trgovski centri, ki se trejo drug ob drugemu in ponujajo vse vrste blaga in storitev ter tekmujejo med seboj, kdo bo imel največ obiska ter dobička. Potrošniki se tovrstnim natrpanim trgovskim središčem ne upirajo, saj imajo večjo izbiro za vsak posamezen okus, poleg tega pa lahko najdejo izdelke, ki so za njih cenovno najbolj ugodni oz. primerni.

Nakupovanje v trgovskih središčih je tako na nek način postal način preživljanja prostega časa, kjer se dnevno zamenja ogromno število nakupovalcev in sprehajalcev. Marsikdo bi pomislil, da si trgovci ob tem manejo roke, daleč v ozadju, pa se soočajo z resnimi težavami tatvin, ki jih povzročajo tako obiskovalci, kot tudi njihovi zaposleni. Problemi so se namreč s širjenjem ponudbe in povpraševanja povečali, s tem pa so se povečali tudi ukrepi za reševanje teh problemov (Ivanovič & Habbe, 1998, str. 16).

Namen same diplomske naloge je proučiti, s kakšnimi tatvinami in goljufijami se dnevno srečujejo današnji trgovci, kdo so njihovi povzročitelji, kaj je njihov motiv, koliko povprečno znašajo stroški tatvin ter kako se spopadajo v boju proti tovrstnemu kriminalu. Pri proučevanju tematike se upiram na znanstveno in raziskovalno in strokovno literaturo ter na poročila analitikov, ki se osredotočajo na tatvine v trgovinah. Kot že naslov pove, sem se osredotočila na tatvine, zato tudi pisanje naloge začnjam z definiranjem tatvine in posameznih kaznivih dejanj na področju trgovine. V prvem poglavju prav tako predstavim vrste trgovin in njihove značilnosti, v drugem poglavju pa natančno opredelim notranjo in zunanjo krajo v trgovini – kdo so storilci kaznivih dejanj, kateri so najpogostejši načini delovanja tatov in kakšni so vzroki za njihovo početje. V nadaljevanju navajam podatke o tatvinah po Evropi in po svetu v letu 2009, ki jih je raziskala in objavila neodvisna organizacija za raziskave in podporo trgovinskemu sektorju, Centre for Retail Research iz Velike Britanije. V tem sklopu prikazujem različne podatke – katere države se soočajo z največjim odstotkom tatvin, kateri so najpogostejši predmeti odtujevanja, kdo so storilci kaznivih dejanj, kakšen vpliv je imela gospodarska kriza na tatvine v prodajalnah ter koliko je bilo prijatih tatov. Zadnji del diplomske naloge namenjam varnostni funkciji, kot funkciji preprečevanja in odkrivanja tatvin. V tem delu opisujem, kako se lahko trgovci zaščitijo pred

tatvinami s pravilno vzpostavitev kadrovske strukture in organizacijskimi ukrepi ter kateri so instrumenti za odkrivanje in dokazovanje tatvin, ko je ta že storjena.

1 VRSTE TRGOVIN IN KAZNIVA DEJANJA

1.1 Splošne definicije kaznivih dejanj v trgovinah

V Republiki Sloveniji kazniva dejanja zoper premoženje kot so tatvine, ropi, vlomi in goljufije opredeljuje in določa Kazenski zakonik (v nadaljevanju KZ-1), ki ga sprejme Državni zbor Republike Slovenije. **Tatvina** (v nadaljevanju tudi kraja) je v širšem pomenu opredeljena kot odvzem tuje premične stvari z namenom, da si jo storilec protipravno prilasti in se kaznuje z zaporom do treh let. Če je vrednost ukradene stvari majhna govorimo o **mali tatvini** in se kaznuje z denarno kaznijo ali zaporom do enega leta. O **veliki tatvini** govorimo takrat, kadar storilec z vlomom, vdorom ali drugačnim premagovanjem ovir pride v zaprto zgradbo, prostor, blagajno, omaro ali druge zaprte prostore, kadar se združita dve ali več oseb z namenom, da bi kradle, če se tatvina stori na poseben drzen način, če ima storilec pri sebi kakršnokoli orožje za napad ali obrambo, če je storil tatvino v času naravnih nesreč (požar, poplave, potres,...) in če je ukradena stvar posebnega kulturnega ali zgodovinskega pomena oz. velike vrednosti. Tovrstna tatvina se kaznuje do pet let zaporne kazni. Kadar storilci pri kaznivem dejanju uporabijo kakršnokoli orožje ali orodje, se velika tatvina spremeni v kaznivo dejanje **ropa** ali **roparske tatvine**. Glavna razlika med njima je, da storilec pri ropu takoj uporabi silo proti nekomu ali pa mu grozi z neposrednim napadom, z namenom, da bi odtujil določeno stvar. Pri roparski tatvini pa storilec uporabi silo ali grožnje s silo šele takrat, ko je zasačen pri tatvini z namenom, da bi ukradeno stvar tudi obdržal. Še ena od pogostih kaznivih dejanj v trgovini je goljufija. **Goljufija** je storjena z namenom, da bi sebi ali komu drugemu pridobili protipravno premoženjsko korist, spravili koga v zmoto z lažnim prikazovanjem ali prikrivanjem dejanskih okoliščin in je zagrožena z zaporno kaznijo do treh let. Takšno prakso lahko v trgovini predvsem zasledimo, kadar osebe podajajo lažne podatke ali celo katere pomembne podatke zamolčijo (Kazenski zakonik, Ur.l. RS, št. 95/2004-UPB1, 37/2005; Odl.US: U-I-335/02-20, 17/2006; Odl.US: U-I-192/04-16, 55/2008, 66/2008 popr., 89/2008; Odl.US: U-I-25/07-43, 5/2009; Odl.US: U-I-88/07-17).

1.2 Vrste trgovin in njihove značilnosti

Zakon o trgovini opredeljuje trgovino kot opravljanje trgovinske dejavnosti na domačem trgu ali s tujino in se lahko opravlja kot trgovina na debelo, trgovina na drobno ali kot trgovinske storitve. **Trgovina na debelo** je vsako nakupovanje blaga za nadaljnjo prodajo trgovcem, predelovalcem in velikim potrošnikom doma ali v tujino. **Trgovina na drobno** pa je v Zakonu o trgovini opredeljena kot nakupovanje blaga ter njegova nadaljnja prodaja končnim

potrošnikom in tudi prodaja blaga, ki ni namenjena končni potrošnji (Zakon o trgovini, Ur.l. RS, 2/2007-UPB4, 24/2008-ZT-1).

Ivanovič in Habbe (1998, str. 30) navajata naslednje skupine prodajnih objektov, ki so namenjene trgovini na drobno;

- **Kiosk:** je prodajalna, kjer se blago prodaja skozi okno, pri čemer ločimo kioske za prodajo živilskega in neživilskega blaga. Zaradi lokacij in premajhne trdnosti so kioski pogosta tarča vlomilcev.
- **Klasična prodajalna:** je prodajalna z živili in neživilskimi izdelki, kjer se lahko prodaja na postrežni način ali delno tudi na samopostrežni način. Značilne prodajalne klasičnega tipa so; papirnice, lekarne, zlatarne, urarne, optike, idr. Tovrsten način prodaje zmanjšuje možnosti tatvin nepridipravov, saj imajo v dosegu rok manjši izbor prodajnih izdelkov. Najpogostejše oblike kaznivih dejanj v klasičnih prodajalnah so vlomi, ropi in tatvine zaposlenih.
- **Samopostrežne prodajalne:** so prodajalne z živilskimi in neživilskimi izdelki, kjer si kupci sami izbirajo blago (npr. Mercator, Spar,...). Glede na velikost prodajnih površin jih delimo na mini samopostrežne prodajalne, supermarkete in hipermarkete, kakršnih je v današnjem obdobju čedalje več. V samopostrežnih prodajalnah prevladujejo predvsem nevarnosti vlomov in tatvin, ki se z večanjem prodajnih površin povečujejo, medtem ko se nevarnosti ropov zmanjšujejo. Zadnje čase v samopostrežnih prodajalnah opažajo tudi porasel trend goljufij.
- **Blagovne hiše:** so prodajni objekti s široko izbiro blaga, ki jih delimo na blagovnice, veleblagovnice, specializirane blagovne hiše in nakupovalne centre (npr. City park, BTC,...). Značilnost nakupovalnih centrov je, da jih združuje več manjših trgovin, ki imajo običajno urejen skupen sistem zaščite pred požarom in vlomom, zato v njih prevladujejo predvsem tatvine in goljufije.
- **Trgovine za diskontno prodajo:** so podobne velikim samopostrežnim prodajalnam zato jim pretijo tudi podobne nevarnosti (tatvine, goljufije in vlomi). Takšen primer prodajaln v Sloveniji so npr. Hofer, Lidl, Eurospin,...

Trend današnjega življenja narekuje trgovcem, da sledijo sodobnemu poslovanju in kupcu kar se da približajo blago, mu omogočijo pestro izbiro blaga in ga privabljajo k nakupu, ob tem pa mu dopuščajo izdelke v dosegu rok. Klasičnih prodajaln skorajda ni več, prevladujejo samopostrežne oblike prodajaln, ki prinašajo večja tveganja in nevarnosti glede kaznivih dejanj, obenem pa zahtevajo večjo varnost in varovanje ter organiziranost celotnega poslovanja. Pri tem imata Ivanovič in Habbe (1998, str. 30) v mislih predvsem pravilno postavitev prodajnih polic in razporeditev blaga na policah, estetsko urejenost prostora, pravilno postavitev kabin za pomerjanje oblačil ter pravilno postavitev blagajniških mest.

Kljub temu, da imamo tako v Sloveniji kot tudi drugod po svetu zakone, ki naj bi trgovce spodbujali k prijavi tatvin policiji in kazenskemu pregonu, hkrati pa odvrčali tatove od njihovih dejanj, pa se trgovci zelo redko odločajo za prijavo le-teh. Razlogi, ki jih trgovci navajajo, so različni – dolgotrajni sodni postopki, nizek odstotek uspešno zaključenih sodnih

primerov, mnogi niso želeli prijaviti starejših in mladoletnih oseb, nekaterim so se določeni zneski tatvin zdeli premajhni, da bi obremenjevali državne organe, marsikaterim pa zdi, da izrečene kazni niso dovolj visoke, da bi storilce odvračali od podobnih kaznivih dejanj v prihodnosti (Mishra & Prasad, 2006, str. 820). Mogoče nekateri zneski tatvin res niso veliki, pa vendarle moramo pomisliti na skupno vrednost tatvin, ki se ob koncu leta pokažejo kot vrtoglavi inventurni manjko. Prav tako velja opozoriti, da z odstopanjem od kaznivega pregona, trgovci dajejo tatovom samo še večji pogum in pa moč za nadaljevanje njihovih kaznivih dejanj (Šalamon, 2002, str. 3).

2 NOTRANJA IN ZUNANJA KRAJA V TRGOVINI

2.1 Storilci kaznivih dejanj v prodajalnah

Ivanovič in Habbe (1998, str. 36) pojasnjujeta, da se v vseh zgoraj naštetih prodajalnah dnevno zamenja ogromna količina blaga in denarja ter nenazadnje ogromno število ljudi različnih starosti, izobrazbe in vzgoje, z različnimi moralnimi načeli in motivi obiskovanja prodajaln. Nekateri gredo po načrtovanih nakupih, drugi se srečujejo v kavarnah in tam preživljajo svoj prosti čas, spet tretji so tam zaradi službenih dolžnosti in četrti so tam z nepoštenimi nameni. Storilci kaznivih dejanj so lahko prav vsi, ne glede na spol, starost, poklic ali položaj. Tatvine torej povzroča širok krog obiskovalcev in nepoštenih kupcev, kljub temu pa sta Ivanovič in Habbe (1998, str. 38) določila nekaj značilnih skupin, ki jih družijo skupne značilnosti obnašanja in njihovega delovanja. Glede na to, da je naslov diplomske naloge »Notranja in zunanja kraja v trgovini«, sem te skupine tatov tudi ločila na podlagi njihovega izhajanja.

2.1.1 Zunanja kraja v trgovini

Zunanja kraja v trgovini je tista kraja, ki jo zakrivijo kupci, obiskovalci ter sprehajalci in se najpogosteje zgodijo v času obiska trgovine. Njihova značilnost je ta, da gre za posamične manjše škode, ki pa se zaradi njihove pogostosti ob koncu leta sprevržejo v visoke inventurne primanjkljaje. Storilci zunanjih tatvin so ponavadi:

- **Priložnostni tatovi:** to so posamezniki, ki se za tatvino odločijo spontano in izkoristijo priložnost, ki se jim ponudi, čeprav ob prihodu niso imeli namena krasti. Takšne priložnosti so lahko predvsem odsotnost prodajnega osebja, pomanjkanje denarja za pošten nakup, nenadna želja po nečem, kar si v resnici ne morejo privoščiti in drugo.
- **Tatovi amaterji:** stopijo v trgovino z namenom, da bi nekaj ukradli. Ponavadi s tega področja nimajo veliko izkušenj, zato potrebujejo več časa, da se umirijo in tatvino izvedejo. Pogosto z varovanega prodajnega blaga ne odstranjujejo zaščitnih elementov.
- **Profesionalni tatovi:** delujejo organizirano in se preživljajo izključno s prodajo ukradenih predmetov. Pogosto kradejo po vnaprejšnjem naročilu odjemalcev njihovega

blaga. Kadar delujejo v skupinah, si običajno vnaprej določijo vloge in zadolžitve ter se dogovorijo za taktiko delovanja. Člani skupin so izjemno drzni, se ob prijemu upirajo, bežijo ali na kakšen drug način poskušajo pretentati prodajno osebje. Njihove tatvine so usmerjene predvsem v prodajalne, kjer se prodajajo izdelki višjih vrednosti kot so na primer priznane blagovne znamke, zlatarne, prodajalne tehnične opreme in podobno.

- **Osebe z negativnimi nagnjenji ali mentalni bolniki (kleptomani):** so kategorija, katerim medicinsko zelo težko dokažemo njihove pomanjkljivosti. Takšen primer je kleptomanija, ki je v Leksikonu Cankarjeve založbe (Dolinar & Knop, 2000, str. 490) opredeljena kot bolezenska nagnjenost k tatvinam. Na spletni strani podjetja Delo revije d.d. (Kleptomanija – bolezen ali želja po kraji, 2010) razlagajo, da je pri kleptomanih značilno to, da kradejo stvari, ki jih pravzaprav ne potrebujejo in nimajo nobene posebne vrednosti, vendar v tistem trenutku občutijo hudo napetost in željo po tatvini ter takoj zatem tudi olajšanje in potešitev. Predmet ukradejo, ne da bi to planirali in ga pogosto podarijo drugim, včasih celo odvržejo, ali pa ukradene predmete kopičijo. Zanimivo je tudi to, da pogosto kradejo predmete, ki jih pravzaprav ne morejo uporabiti, npr. premajhne čevlje ali premajhna oblačila.
- **Narkomani:** so odvisniki od mamil, ki kradejo izključno blago široke potrošnje, da bi z njihovo prodajo pridobili sredstva, s katerimi bi kasneje zadovoljili svoje potrebe po drogah. So zelo nevarni, saj pogosto nastopajo v skupinah in delujejo vse bolj profesionalno. Med njimi je veliko zasvojenih mladoletnih oseb, ki jim denarne žepnine s strani staršev ne zadostujejo, da bi potešili čedalje pogostejše potrebe po omami.
- **Mladoletniki:** kradejo, da bi si izboljšali trenutno finančno stanje ali si pridobili določene dobrine (cigarete, alkoholne pijače, droge, denar, oblačila, mobilne telefone, računalniške igrice, ipd.). Tovrstni tatovi ponavadi pridejo v prodajalno v skupini in se obnašajo zelo živčno, si ogledujejo prodajno osebje, postavitev tehničnih varoval in kamer ter prisotnost drugih kupcev. Tatvine se pogosto zgodijo med šolskimi odmori, po končanem šolskem pouku ali pa v večernih urah. Če so zaloteni pri dejanju, ponavadi predmet odvržejo in poskušajo zbežati, pri čemer občasno uporabijo tudi silo. Tovrstne tatvine opravljajo tako fantje kot dekleta, le da se dekleta večinoma odločijo za kozmetične izdelke in oblačila.
- **Otroci:** so storilci tatvin manjših vrednosti kot so sladkarije ipd. Ne tako osamljeni primeri tatvin otrok so nastali celo na pobudo njihovih staršev. Večkrat se dogaja, da otroci kradejo po naročilu starejših tatov, saj ti pričakujejo, da mladoletniki ne bodo izpostavljeni sodnemu pregonu.
- **Starejše osebe:** sem sodijo posamezniki, ki najpogosteje kradejo prehrabene izdelke, bodisi zaradi njihovega šibkega finančnega stanja, bodisi zaradi samega počutja.
- **Tujci:** so ponavadi zasačeni predvsem v obmejnih krajih. V Sloveniji zaznavamo precejšen vdor tuje kriminalitete zlasti iz območja Hrvaške, Bosne in Hercegovine in nekaterih vzhodnoevropskih držav.
- **Romi in druge socialno šibkejše kategorije občanov:** niso množične skupine potencialnih tatov, saj se pojavljajo v prodajalnah predvsem kot dobronamerni kupci. Običajno so v okolju prepoznavni, zato tudi vzbujajo pozornost prodajnega osebja a vendarle njihova udeležba pri tatvinah ni velika (Ivanovič & Habbe, 1998, str. 39).

2.1.2 Notranja kraja v trgovini

Notranja kraja v trgovini je tista kraja, ki jo zakrivijo ljudje, ki so kakorkoli vključeni v delovni proces v trgovini (prodajno osebje, skladiščniki, dostavno osebje, poslovodje, oddelkovodje,...). Osebje, ki dela v prodajalni, je ves svoj delovni čas izpostavljeno skušnjavi, da si karkoli protipravno prilasti. Trgovcem predstavljajo največje tveganje, saj imajo le-ti stalen dostop do blaga v vseh fazah nabavnega in prodajnega procesa (Ivanovič & Habbe, 1998, str. 40).

- **Zaposleni:** sem uvrščamo tako prodajno osebje kot tudi čistilce, šoferje, skladiščnike, vzdrževalce,... Ponavadi jih odkrijemo šele po dolgem časovnem obdobju, saj bolj ali manj poznajo sistem varovanja in imajo dostop do izdelave, spreminjanja in shranjevanja tako nabavnih kot prodajnih dokumentov. Vzroki za tovrstne tatvine in nepripadnost delodajalcu so predvsem izrazi nezadovoljstva ali neurejenih delovnih razmer ter šibka socialna oz. moralna struktura zaposlenih. Največ tovrstnih organiziranih tatvin se ne dogaja v trgovini, temveč v skladiščnih prostorih prodajaln, tu so tudi nastale škode zelo visoke. Skladišče je precej svobodno, odprto in oddaljeno od oči delodajalca in je zato lahka naloga za morebitne tatove med zaposlenimi.
- **Dostavno osebje:** mednje sodijo predvsem dobavitelji, ki dostavljajo blago skladiščnim prostorom in imajo različne priložnosti za tatvine (ali ob dostavi, ali ob odpremi blaga). Včasih jim to omogoča malomarnost prodajalca, saj lahko npr. dostavi manjšo količino blaga, kot je navedena na dobavnici in jo skladiščnik kljub temu podpiše, včasih pa prevzemnik blaga pač ne želi kvariti njunega prijateljstva in podpiše dobavnico zaradi prijaznosti. Nekateri pa se celo med seboj dogovorijo in sklepajo dobičkonosne posle na nepošten način.

2.2 Najpogostejši načini delovanja tatov

Ivanovič in Habbe (1998, str. 81) pravita, da je vsaka tatvina za storilca nova izkušnja in več izkušenj kot imajo, bolj so iznajdljivi in nepredvidljivi. Tatovi v prodajalnah so izjemno drzni in domiselni, velikokrat tudi nesramni in brezobzirni. Načinov za neopazno odtujevanje blaga je toliko, kolikor imajo priložnosti in seveda domišljije, njihova pomembna lastnost pa je tudi uspešno prilagajanje varnostnim ukrepom. Glede na to, da sem v prejšnjem razdelku ločila zunanje tatvine od notranjih, je smiselno, da načine delovanja tatov prav tako ločimo na podlagi teh dveh kriterijev.

2.2.1 Najpogostejši načini delovanja zunanjih tatov

Zunanje tatvine so torej tatvine, ki jih storijo zunanji obiskovalci, kupci in sprehajalci v času odprtja in obiska trgovine. Najpogostejši načini delovanja tovrstnih tatov so:

- **Delovanje posameznikov:** posamezniki ponavadi zakrivajo poglede prodajnega osebja s telesom ali s plašči, skrivajo predmete pod svoja široka oblačila, pod suknjič ali plašč, ali pa jih skrivajo v vrečke, torbe ali ročno prtljago.
- **Delovanje v skupinah:** je delovanje najmanj dveh storilcev, ki se o načinu delovanja dogovorijo sproti – izbirajo ciljne prodajalne in blago, se dogovorijo o načinu obnašanja in si porazdelijo vloge (kdo bo zamotil prodajno osebje in kdo bo kradel). Ob vstopu v trgovino se največkrat obnašajo kot da se ne poznajo in se sporazumevajo z vnaprej dogovorjenimi znaki in kretnjami. Tisti, ki ima vlogo motenja prodajnega osebja, to ponavadi stori na takšen način, da ustvarja kakšno zmedo, ali z daljšim časovnim pomerjanjem oblačil, s pripombami na ceno, pretiranim zanimanjem za nakup, radovednostjo in podobnimi zvijačami.
- **Izkoriščanje različnih okoliščin:** kot so trenutna odsotnost prodajnega osebja iz prostora, oddaljitev od blagajne, puščanje blagajne brez nadzora, nepozornost ali angažiranost pri drugih opravilih (zlaganje na police, odhodi v skladišče, dostava blaga drugim strankam,...) pripomorejo tatovom pri krajah.
- **Izkoriščanje otrok:** nekateri starši pri tatvinah izkoriščajo svoje otroke npr. tako, da jim v roke potisnejo igračo in jih nagovarjajo, da prevzamejo krivdo nase, potem nekateri jim odvijejo čokolado ali odprejo vrečko bonbonov ter skušajo na takšen način prinesiti blago mimo blagajne, brez da bi plačali.
- **Skrivanje predmetov in uporabljanje pripomočkov:** kot sem že omenila, tatovi pogosto skrivajo predmete med širokimi oblačili, pod suknjiči, med ročno prtljago in podobno. Pogosto si v bundah in suknjičih naredijo velike žepe kamor uspešno skrijejo ukradeno blago, velikokrat pa so skrivališča tudi kapuce, nahrbtniki in zaprti dežniki. Nekateri celo kradejo revije tako, da jih skrijejo v časopis in plačajo samo tega, ali pa blago preprosto ne zložijo na blagajniški trak, temveč ga pustijo v vozičku in ga nato skupaj s plačanim blagom odnesejo iz prodajalne.
- **Pobeg iz prodajalne brez plačila:** je pogosta metoda tatvin v prodajalnah z nakitom, urami, očali, oblačili in celo tehničnih izdelkov. Njihov način je dokaj preprost, saj odigrajo vlogo poštenega kupca, ki pomerja npr. verižico, nato pa se nenadoma poženejo proti vratom in pobegnejo. Zelo pogosta tovrstna praksa tatov se odvija tudi na bencinskih črpalkah, kjer vozniki natočijo gorivo in se odpeljejo brez plačila. Črpalkarji so nad pogostostjo teh tatvin precej zaskrbljeni, saj s svojim početjem tudi ostalim vlivajo pogum in jih spodbujajo pri tovrstnih dejanjih.
- **»Zgodnji« in »pozni« tatovi:** so tatovi, ki se za določeno kaznivo dejanje odločijo in ga tudi izvedejo, ali takoj po odprtju trgovine, ali pa tik pred zaključkom delovnega časa. Nekateri so namreč spoznali, da je zjutraj prodajno osebje preveč zaposleno z jutranjimi opravili, zvečer pa preveč utrujeno in nestrpno pred odhodom domov, tako je njihova pozornost nad tatvinami precej manjša in površna.
- **Skladiščni tatovi:** vstopajo v skladišča skozi prodajalne, tovrstne ploščadi in pomožne ali skladiščne vhode in ponavadi povzročajo veliko količinsko in tudi premoženjsko škodo.
- **Pisarniški in garderobni tatovi:** v zadnjem času je opaziti tudi, da se tatovi usmerjajo na krajo osebne lastnine zaposlenih. Ponavadi se pretvarjajo, da iščejo poslovodjo ali znanca

in vstopajo v garderobo, izkoristijo odsotnost prodajnega osebja ter iz njihovih oblačil in torbic kradejo denarnice in druge osebne predmete.

2.2.3 Najpogostejši načini delovanja notranjih tatov

Podobno kot nepošteni kupci, imajo lahko tudi zaposleni v prodajalni nepoštene namene in zelo pogosto predstavljajo kar precejšen odstotek deleža tatvin. Njihovi najpogostejši načini delovanja so:

- ne obračunajo blaga na blagajni,
- obračunajo manjšo vrednost blaga od dejanske,
- prijateljem in znancem priznavajo posebne popuste,
- prodajalci iz različnih oddelkov si med seboj izmenjujejo blago,
- zamenjajo lastna oblačila z novimi brez plačila,
- goljufajo kupce in si prilaščajo ustvarjene viške gotovine,
- z zunanjimi pomagači se dogovorijo za krajo,
- kradejo iz skladišč,
- sprejemajo plačila z ukradenimi kreditnimi karticami,
- nepravilno vračajo denar (storno refundiranje),
- obračunajo blago po nižjih cenah pod pretvezo, da gre za poškodovano blago,
- napačno označujejo cene in podobno.

Po besedah B. in G. Oliphant (2001, str. 442) nekateri trgovci še vedno neradi verjamejo, da iz njihove »sklede« kradejo prav zaposleni. Namreč spoznanje, da so ljudje, ki so jih zaposlili, jim zaupali in verjeli, sposobni česa takšnega, je zelo težko in boleče. Mnogi zato namesto izraza tatvine zaposlenih uporabljajo izraze kot so inventurni manjko, okvara, pomanjkanje, neevidentirana izguba in drugo. To samo kaže na zatiskanje oči in zanikanje, da so krivci za njihove izgube in stroške prav tisti ljudje, ki se vsak dan gibljejo okoli njih. Spet drugi se problema dobro zavedajo in ga ne skrivajo za zaprtimi vrati, kar je tudi prav, saj jim tatvine zaposlenih povzročajo čedalje večje preglavice v smislu povečevanja stroškov inventurnih manjkov in zmanjševanja dobičkov. Trgovci, ki se tovrstnih tatvin zavedajo, že leta in leta opažajo, da pogostost tatvin med zaposlenimi narašča, zato se v boju proti notranjemu kriminalu spopadajo na ta način, da uvajajo notranjo kontrolo (organizacijske varnostne ukrepe) in izvajajo naključne inšpekcijske preglede. Na žalost so ti ukrepi zelo dragi in trgovcem skupaj s stroški tatvin predstavljajo kar zajeten zalogaj, ki so v preteklosti tudi terjali svoj davek. Po podatkih Mishre in Prasada (2006, str. 818) naj bi namreč kar 30% poslovnih propadov in stečajev bila posledica tatvin zaposlenih. Posledice notranjih tatvin se kažejo tudi v povečanih izgubah, odpuščanju zaposlenih, povišanju cen izdelkov in podobno.

2.3 Vzroki za tatvine

Vzroke za tatvine že desetletja proučujejo in iščejo odgovore številni psihologi in kriminologi po vsem svetu. Eden izmed svetovno znanih raziskovalcev, ki je iskal predvsem odgovore na vprašanja, zakaj zaposleni kradejo, je tudi Hollinger, katerega ugotovitve lahko uporabimo tudi za razumevanje obnašanja vseh vpletenih v tatvine v prodajalnah. Hollinger ugotavlja, da na krajo vplivajo trije pomembni dejavniki – vzpodbuda in opravičilo, priložnost in dostop ter majhno tveganje (Ivanovič & Habbe, 1998, str. 78).

2.3.1 Vzpodbuda in opravičilo

Kaj natančno vzpodbudi posameznika h kraji, je težko pojasniti, v veliki meri pa na vzpodbudo vplivajo različni dejavniki. Zanimivo je to, da tatove motivira neka potreba, ki vodi do kraje, hkrati pa to svojo tatvino opravičujejo z različnimi izgovori, ki naj bi jim zmanjšali občutke krivde. Pa si pogledajmo, katere so te vzpodbude in opravičila zanje (Ivanovič & Habbe, 1998, str. 79):

- **Privlačnost cilja:** blago v trgovini je izjemno privlačno zaradi svoje vrednosti ali uporabnosti in je zato vredno tatvine.
- **Vzpodbuda:** tatu vzpodbudi namišljena potreba, ki jo zadovolji s tem, da nek izdelek oz. blago ukrade. Ivanovič in Habbe (1998, str. 79) pri tem omenjata, da je večina raziskav pokazala, da vzroki tatvin največkrat niso ekonomske narave.
- **Pomanjkanje pripadnosti:** velikokrat zaposleni ne občutijo nobene pripadnosti in zvestobe do podjetja, kar se odraža predvsem v malomarnem in neodgovornem odnosu do njihovega premoženja.
- **Opravičilo dejanja:** Velikokrat zaposleni, ki kradejo, opravičujejo svoja dejanja in s tem zmanjšujejo občutek krivde na podlagi delovnih navad v določenem delovnem okolju in družbenih norm. Njihova najpogostejša opravičila so predvsem, da zanikajo odgovornost in pravijo, da so trgovci sami krivi, da jim stvari izginjajo, saj puščajo blago nezavarovano. Svoja dejanja večkrat opravičujejo tudi z izgovori, da stvari, ki jih vzamejo niso tako drage in velike, da bi jih kdo pogrešal. Pogosto zanikajo obtožbe, ker so prepričanja, da trgovina ustvari toliko zaslužka, da ji majhne kraje ne bodo nič škodile. Spet naslednje opravičilo vidijo kot nekakšno obsodbo, kjer opravičujejo svojo krajo, glede na to, koliko v tej trgovini kupujejo in zapravljajo denar, zato jim kakšna »nagrada« že pripada. Mnogi pa svojo tatvino zagovarjajo kot obrambo potreb, saj so določeno blago ukradli, ker so jo nujno potrebovali, kar je za njih sprejemljivo in opravičljivo.

Alstete (2006, str. 835) pojasnjuje, da večina zaposlenih, ki so kdajkoli kradli svojim nadrejenim, ne občuti nobene krivde ali slabe vesti za svoje dejanje. Nekateri naj bi se na ta način celo maščevali zaposlenim, ali pa si podeljevali zasluženo denarno nagrado. Pravi, da obstaja vsaj 7 dejavnikov, ki pripomorejo k tatvinam:

- tat ima nekakšno »ego« potrebo, ki mora po njegovem mnenju biti izpolnjena, ne glede na njegovo dejansko fizično potrebo ali stanje,
- tat svoje dejanje opravičuje na svoj način,
- tat ima zaradi napak ali okvare kontrolnega sistema dostop do tujega denarja ali premoženja,
- zunanji ekonomski pritiski, kot so pomanjkanje denarja, potreba po večji količini denarja,
- nizka stopnja morale, večinoma med mladimi zaposlenimi in
- želja po družbenem nadzoru.

Payne in Gainey (2004, str. 63) navajata naslednje vzroke, zakaj naj bi ljudje kradli: prepričanje, da je kraja upravičena, nizka stopnja samokontrole, osebnostne značilnosti, okolje in priložnost, nizek status oz. položaj zaposlenih in vznemirjenost oz. napetost ob zavedanju, da te lahko zalotijo.

2.3.2 Priložnost in dostop

Hollinger (v Ivanovič & Habbe, 1998, str. 79) navaja, da je eden izmed razlogov, zakaj ljudje kradejo, ponavadi tudi sama dostopnost do blaga, kar je obenem tudi dobra priložnost za tatvino. Tako kupci, kot zaposleni imajo različne možnosti, kako dostopati do blaga, zato so tudi različni načini, ki nudijo priložnost za tatove, pri čemer je pomembno varovanje blaga in omejenost prenosa oz. odtujitve blaga iz prodajalne. Dodaten motiv je seveda poznavanje tatinskih tehnik in spretnosti, torej, da so sposobni ohraniti svoj notranji psihološki mir v času kraje in pa izbira pravega trenutka. Tovrstni tatovi se ponavadi pred samo tatvino pripravijo tako, da izberejo pravilno orodje, ki jim bo pri kraji pomagal (npr. klešče, nož, škarje ipd.) in se pozanimajo o samem sistemu varovanja.

2.3.2 Majhno tveganje

Tretji dejavnik, ki vpliva na tatvino, in je na nek način tudi njen vzrok oz. motiv, je pravzaprav majhna tveganost, ki jo oseba, ki krade, občuti. Zaposleni ponavadi poznajo vse varnostne ukrepe in mehanizme, ki v prodajalnah potekajo, zato se zavedajo, da je tveganje, da bi jih zalotili pri kraji dokaj majhno, kar jih še dodatno motivira, da se te prakse še pogosteje poslužujejo. Obstaja sicer strah pred odkritjem in posledično kaznovanjem, ki pa bi morala biti vsaj toliko visoka, da bi storilce odvrnili od tega početja. Poznamo tudi veliko primerov, ko so trgovci zalotili storilce pri dejanju in se zaradi usmiljenja ali pa dolgotrajnih sodnih postopkov in negativnih rešenih primerov niso želeli spustiti v kazensko ovadbo in so na takšen način tatovom le še vlili pogum za nadaljnje početje. Dolgoročno se pretirano popuščanje pri prijetih tatovih, neprijavljanje dejanj policiji in opuščanje mehanizmov, ki evidentirajo povratnike, nikoli ne bodo obnesli v trgovčev prid (Ivanovič & Habbe, 1998, str. 79).

2.3.4 Spreminjanje moralnih vrednot

Drugi motivi, ki pa niso več v sklopu Hollingerjeve teorije, bi lahko bili tudi **spreminjanje moralnih vrednot** (Ivanovič & Habbe, 1998, str. 78). Slovenski psihologi namreč opažajo, da morala v družbi pada, da so socialne razlike poglobljene, in da med ljudmi naraščajo različne zasvojenosti. Po vseh novicah o gospodarskem in organiziranem kriminalu, ki jih lahko spremljamo dnevno preko medijskih poročil, pravzaprav ni nič nenavadnega, da se moralna stališča tako otrok kot tudi odraslih, spreminjajo. Včasih je bila sama vzgoja otrok veliko bolj strožja in je kraja veljala kot izjemno sramotno in nedopustno dejanje, ki je zaznamovala celotno družino za vedno. Danes temu ni več tako. Danes je junak tisti, ki mu uspe izmahniti blago, brez da bi ga pri tem zalotili. Priložnosti pa seveda zapeljejo tudi odrasle, ki nimajo jasno utrjenih moralnih vrednot. Velik dejavnik, ki vpliva na porast tatvin v prodajalnah predstavlja tudi **brezposelnost** in z njo povezana **socialna ogroženost** določenih slojev prebivalcev. Nekateri izmed njih namreč kradejo, da bi si zagotovili najbolj nujne in osnovne dobrine, ki jim omogočajo preživetje (npr. hrana, pijača, obleke,...). Zadnje čase trgovci opažajo kraje tudi pri ljudeh, ki niso socialno ogroženi in kradejo zgolj iz dolgočasje in želje po pustolovščini. Med tatovi se pojavljajo torej vsi, ne glede na spol, starost, poklic, položaj ali njihovo razmerje do prodajnih dobrin, kar le še otežuje predhodno prepoznavanje morebitnih tatov v prodajalnah.

3 TATVINE V PRODAJALNAH PO EVROPI IN PO SVETU

Leto 2009 je za trgovce po vsem svetu predstavljalo velik izziv v vseh pogledih. Poleg gospodarske krize, ki se je razvila na zahodu in se neverjetno hitro pojavila v Evropi ter se širila proti vzhodu, so se trgovci morali soočiti tudi v boju proti kriminalu. Poleg nižjih prihodkov so jih namreč spremljale tudi izgube, ki so jih povzročile tatvine, trgovci pa so se s tovrstnimi težavami spopadali na različne načine (Bamfield, 2009, str. 7).

3.1 Tatvine v prodajalnah po regijah in državah

Centre for Retail Research iz Velike Britanije že leta in leta spremlja in meri posledice tatvin v prodajalnah po celem svetu. V letu 2009 so namerili največjo porast tatvin v obdobju njihovega merjenja, ki so znašale skoraj 115 mrd. ameriških dolarjev (v nadaljevanju USD), kar predstavlja dobrih 1,43% celotnih prihodkov. V primerjavi z letom poprej to pomeni porast 10 mrd. USD, kar prikazuje trend naraščanja tatvin iz leta v leto. Podatki so seveda zaskrbljujoči in opozarjajo trgovce, da se morajo boja proti tatvinam lotiti na drugačen, bolj resen način. V raziskavi »Global Retail Theft Barometer 2009« (v nadaljevanju GRTB 2009, Bamfield, 2009, str. 7), ki je bila merjena v obdobju od 1. julija 2008 do 30. junija 2009, je sodelovalo 41 različnih držav po celem svetu, ki so jih razdelili med 5 različnih regij: **Severna Amerika** (Združene države Amerike in Kanada), **Južna Amerika** (Argentina,

Brazilija, Mehika), **Srednja in Vzhodna Afrika** (Maroko in Južna Afrika), **Azijsko-Pacifiške države** (Avstralija, Kitajska, Hong Kong, Indija, Japonska, Malezija, Singapur, Tajvan in Tajska) in **Evropa** (Avstrija, Belgija, Republika Češka, Danska, Estonija, Finska, Francija, Nemčija, Grčija, Madžarska, Irska, Italija, Latvija, Litva, Luksemburg, Nizozemska, Norveška, Poljska, Portugalska, Slovaška, Španija, Švedska, Švica, Turčija in Velika Britanija).

V primerjavi z raziskavo opravljeno v letu 2008, je vrednost tatvin porasla v 38 državah od skupno 41 raziskovanih. **Vrednost tatvin** (kot odstotek od prodaje) se je iz povprečja 1,35% premaknila na 1,43%, kar je **5,9% porast v enem letu**, povečala pa se je po posameznih regijah zelo različno. Iz Tabele 1 je razvidno, da se **z največjim odstotkom tatvin** srečuje Srednja in Vzhodna Afrika (1,72%), sledijo pa ji Južna in Severna Amerika, Evropa ter Azija in Pacifik. **Največjo porast tatvin** v primerjavi z letom 2008 je doživela Severna Amerika s kar 8,1%, takoj za njo pa je uvrščena Srednja in Vzhoda Afrika, sledijo Evropa, Južna Amerika in Azijsko pacifiške države.

Tabela 1: Tatvine v letu 2009 po različnih regijah po svetu

Regija	Vrednost tatvin (v mrd. USD)	Vrednost tatvin (kot odstotek od prodaje)	Porast tatvin v obdobju 2008 - 2009
Severna Amerika	45.991 USD	1,60%	+8,1%
Južna Amerika	6.074 USD	1,67%	+4,4%
Srednja in Vzhodna Afrika	0.820 USD	1,72%	+7,5%
Azija – Pacifik	17.892 USD	1,24%	+4,2%
Evropa	44.046 USD	1,33%	+4,7%
SVET	114.823 mrd. USD	1,43 %	+5,9%

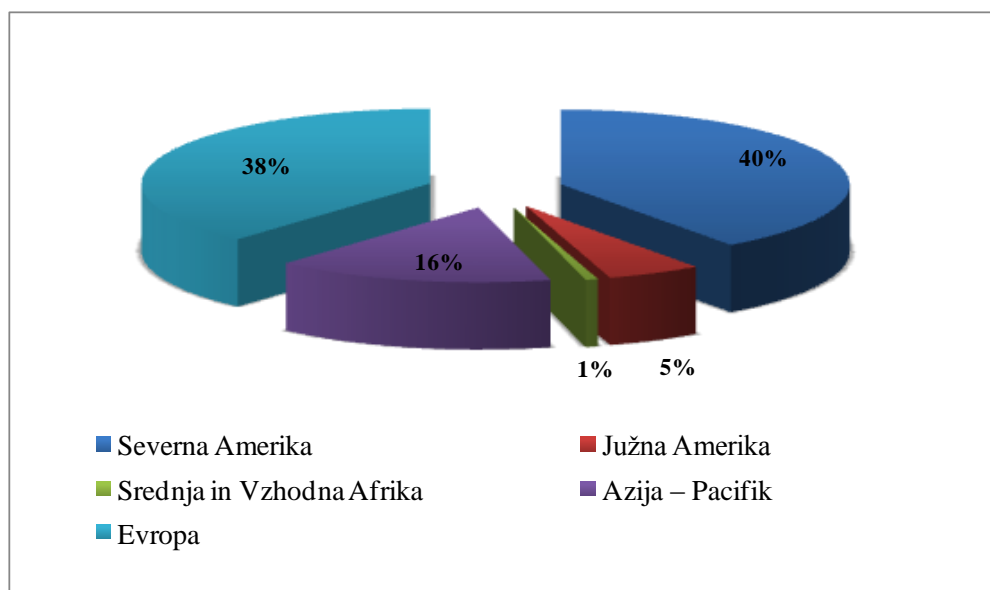
Vir: J. Bamfield, Global Retail Theft Barometer 2009, 2009, str. 18, tabela 1.2.

Vzroki za tako skokovito porast tatvin v prodajalnah niso le ugodne priložnosti za tatove, temveč je velik del tega doprinesla tudi gospodarska kriza. Gospodarska kriza je že tako ali tako udarila po žepu mnoge trgovce na ta način, da je zmanjšala njihove prihodke in dobiček. Trgovci so svoje izgube kompenzirali z zmanjševanjem stroškov na vseh področjih, na žalost tudi na področju varnosti in preprečevanja kaznivih dejanj. S tem ko so vlagali manj denarja v varnostne sisteme, pa so kvečjemu storili napako, saj so na nek način odprli vrata tatovom in jim tako olajšali delo. Spet drugi, malo bolj ozaveščeni trgovci, ki so svoj denar vseeno ali pa še bolj intenzivno vlagali v naprednejše varnostne sisteme, so svojo odločitev prepoznali kot pravilno. Raziskave so namreč pokazale, da so imeli manj izgub na področju tatvin kot tisti, ki so pri varnosti varčevali. S tem so jasno oblikovali sporočilo, da trgovci na splošno

premalo vlagajo v varnostne sisteme in, da se naraščajoč trend tatvin lahko obrne v pravo smer, če le ne skopiramo tam, kjer ne bi smeli.

Rezultati raziskave so prav tako pokazali, da največji delež tatvin po regijah pripada Severni Ameriki s kar 40,0% deležem, tesno pa ji sledi Evropa z 38,4%, Azijsko-Pacifiške države s 15,6%, Južna Amerika s 5,6% in Srednja ter Vzhodna Afrika z 0,7% deležem. Delež tatvin po regijah prikazuje Slika 1.

Slika 1: Delež tatvin po regijah v letu 2009



Vir: J. Bamfield, Global Retail Theft Barometer 2009, 2009, str. 18, slika 1.1.

In kako porast tatvin vpliva na vse, bolj ali manj poštene državljane? Kot sem že omenila, je skupna vrednost tatvin v letu 2009 znašala kar 114,8 mrd. USD, kar **povprečno znaša 69,16 USD na osebo v enem letu**. Povedano drugače – dejanske izgube inventurnih manjkov, ki so posledica kaznivih dejanj v trgovinah, slej kot prej doletijo vse nas. Posredno namreč vplivajo tako na politiko podjetij ter računovodska pravila, kot tudi na davčne predpise. Trgovci cene dobrin določajo na podlagi stroškov, ki jih imajo s proizvodom, med stroške pa spadajo tudi stroški inventurnega manjka. Večja kot bo vrednost tatvin v prodajalnah, večje stroške bodo imeli trgovci in večje cene bodo ti določali.

3.2 Tatvine v prodajalnah glede na vrsto trgovin in njihovo klasifikacijo

Tatvine v prodajalnah se med seboj razlikujejo po posameznih regijah in državah, prav tako pa se razlikujejo glede na vrsto trgovin in njihovo klasifikacijo. Rezultati raziskave GRTB 2009 (v Bamfield, 2009, str. 21) so pokazali, da se največ tatvin pojavlja v trgovinah z oblačili in modnimi dodatki (1,84%), trgovinah z avtomobilskimi deli, strojno opremo in gradbenim materialom (1,83%), sledijo jim trgovine s kozmetičnimi, lepurnimi in

zdravstvenimi pripomočki ter parfumi (1,77%), trgovine z gospodinjskimi pripomočki in živili (1,61%), na sedmem mestu pa so trgovine s programsko opremo (1,45%). Najmanjši odstotek tatvin so namerili v trgovinah z alkoholnimi in žganimi pijačami (0,79%), trgovinah z obuvali in športnimi izdelki (0,82%) ter v trgovinah z igračkami, igricami in izdelki za prosti čas (0,90%). Več podatkov si lahko ogledate pod Prilogo 2. Zgornja raziskava je bila opravljena na podlagi trgovinske klasifikacije, ki so jo opredelili v Hoover's Inc.

Vendar Bamfield (2009, str. 22) opozarja, da je pri tovrstnih primerjavah in raziskavah dodatna previdnost zaželeno, saj se veliko trgovin in trgovcev lahko klasificira pod več kot le eno trgovinsko klasifikacijo oz. kategorijo. Zgornji rezultati raziskave prikazujejo odstotek tatvin od prodaje v specializiranih prodajalnah, torej glede na trgovinsko klasifikacijo. Če bi tatvine v prodajalnah merili na podlagi ukradenih predmetov (in ne na podlagi trgovinske klasifikacije), bi raziskava pokazala povsem drugačno sliko in drugačne rezultate. Samo za primer – če so v trgovinah z alkoholnimi in žganimi pijačami (po klasifikaciji trgovin) namerili najmanjši odstotek tatvin (0,79%), pa bom v nadaljevanju prikazala, da so alkoholne pijače glede na proizvod pod kategorijo »trgovine z živili« dosegle večji delež tatvin, ki je znašal kar 2,42%.

3.2.1 Najpogosteje ukradeni predmeti

Trgovci prigovarjajo, da je lahko prav vsako blago ukradeno, vendar pa se tatovi po večini osredotočajo na majhne, lažje dostopne in dragocene predmete, ki imajo v družbi nek pomen in so »popularni«. Ti izdelki so namreč tudi najlažje prodajni. Iz tabele, ki jo najdete v Prilogi 3, kjer so prikazani najpogosteje ukradeni predmeti po različnih kategorijah lahko povzamem najbolj priljubljene izdelke za tatove; britvice in izdelke za britje, kozmetiko oz. kreme za obraz, parfume, alkohol in žgane pijače, sveže meso in dragocene prehranske izdelke, dodatke za dojenčke, DVD-je in CD-je, elektronske igrice, mobilne telefone, ure in ostalo.

Pobudniki raziskave »Global Retail Theft Barometer 2009« so se osredotočili na dve vrsti trgovinske dejavnosti in poskušali odkriti, kateri so najbolj pogosti predmeti odtujevanja v teh dveh kategorijah – v trgovinah z oblačili in modnimi dodatki ter v trgovinah z živilskimi izdelki.

3.2.1.1 Trgovine z živilskimi izdelki

V trgovinah z živilskimi izdelki dolgoprstneži največkrat posežejo po svežem mesu (3,38%) kar je kar 2 in pol krat več kot je pokazal skupen odstotek tatvin v supermarketih, hipermarketih in velikih trgovinah z živilskimi izdelki, glede na vrsto trgovin (1,36%), nato sledi slastno kuhano meso (2,72%), sir (2,71%), alkohol in žgane pijače (2,42%), sladkarije,

slaščice in čokolade (2,41%), dodatki za dojenčke (2,14%), visokokakovostna morska hrana (2,11%) in na zadnjem mestu začimbe (1,97%). Pri ugotovljenih rezultatih velja poudariti še 3 stvari: tatvine v trgovinah z živilskimi izdelki se med posameznimi regijami močno razlikujejo; na primer v Južni Ameriki se je odstotek tatvin svežega mesa povzpел na kar 6,49%, medtem ko je v Severni Ameriki znašal 5,3% in le 1,46% v Azijsko-Pacifiških državah. Močne razlike so se pokazale tudi med samimi trgovci, saj so nekateri poročali tudi o 10% izgubah v nekaterih kategorijah izdelkov. Tretji dejavnik, ki ga prav tako moramo upoštevati je, da se odstotek odtujenih izdelkov prav tako razlikuje med trgovci, kar je odvisno od njihovega načina postrežbe (postavitve izdelkov) in tudi ukrepov za preprečevanje tatvin.

Tabela 2: Odstotek tatvin v trgovinah z živilskimi izdelki v letu 2009

	SVET	Severna Amerika	Južna Amerika	Azija - Pacifik	Evropa
Sveže meso	3,38%	5,30%	6,49%	1,46%	2,21%
Prestižno kuhano meso	2,72%	2,74%	3,96%	1,48%	3,10%
Sir	2,71%	2,91%	3,85%	1,25%	3,06%
Alkohol in žgane pijače	2,42%	2,90%	3,40%	1,33%	2,38%
Sladkarije, slaščice in čokolade	2,41%	3,40%	2,86%	1,32%	1,98%
Dodatki za dojenčke	2,14%	3,10%	2,97%	1,20%	1,64%
Visokokakovostna morska hrana	2,11%	1,92%	2,23%	2,13%	2,26%
Začimbe	1,97%	1,83%	2,60%	1,37%	2,30%

Vir: J. Bamfield, Global Retail Theft Barometer 2009, 2009, str. 22, tabela 1.4.

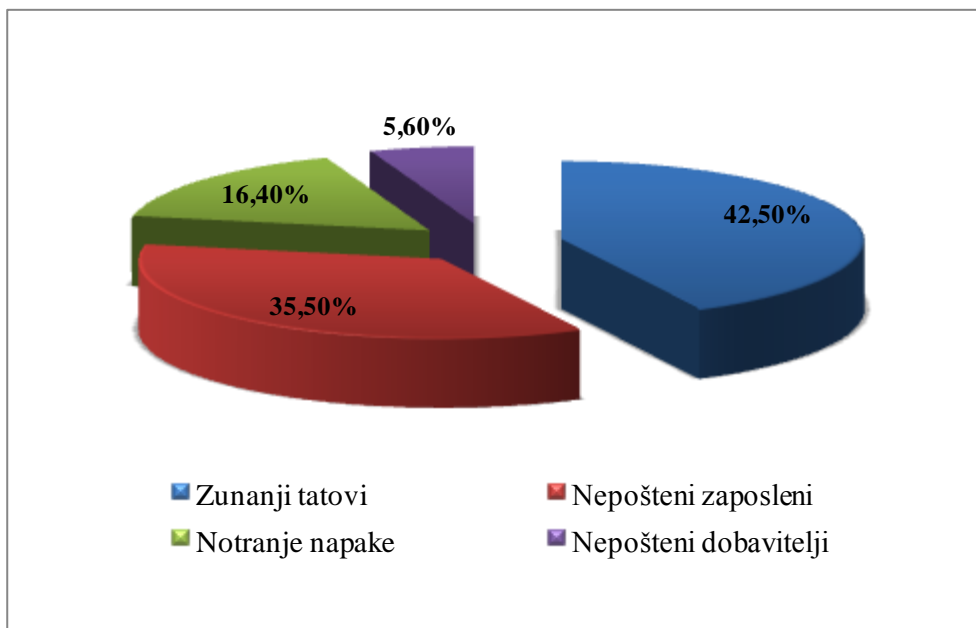
3.2.1.2 Trgovine z oblačili in modnimi dodatki

V trgovinah z oblačili in modnimi dodatki tatovi največkrat posežejo po modnih dodatkih (3,85%) in oblačilih visoke mode (3,64%). Na tretjem mestu so otroška oblačila (2,71%), sledijo pa še puloverji (2,58%), spodnje perilo in kopalke (2,57%), vrhnja oblačila (2,25%), hlače in krila (1,91%) ter na zadnjem mestu obuvala (1,42%). Več si lahko ogledate pod Prilogo 4.

3.3 Povzročitelji tatvin v prodajalnah

Na vprašanje, v kolikšni meri tatvine povzročajo zunanji tatovi in v kolikšni meri nepošteni zaposleni, je nemogoče odgovoriti. Obseg posameznih tatvin je večinoma nezanesljiv, prav tako so storilci večkrat tudi nepoznani. To kar bom prikazala v nadaljevanju so pravzaprav izsledki raziskav in temeljijo na trgovčevih mnenjih, sumih ter domnevah in ne na podlagi dokazov. Kljub temu je njihovo mnenje, da so v letu 2009 vrednosti tatvin, ki so jih povzročili **zunanji tatovi** znašale 48,9 mrd USD, kar je 42,5% od skupne vrednosti tatvin in kar 41,2% več kot leto poprej (leto 2008). **Nepošteni zaposleni** naj bi bili odgovorni kar za 40,7 mrd USD (oz. 35,5%), kar je v primerjavi z letom 2008 manj za kar 36,5%. Preostalih 18,8 mrd USD (16,4% tatvin) naj bi pripadalo **internim napakam** (napake v cenah, računovodske napake, napake v sistemih) in 6,4 mrd USD tatvinam in goljufijam, ki jih povzročijo **dobavitelji** (5,6% tatvin).

Slika 2: Povzročitelji tatvin v letu 2009



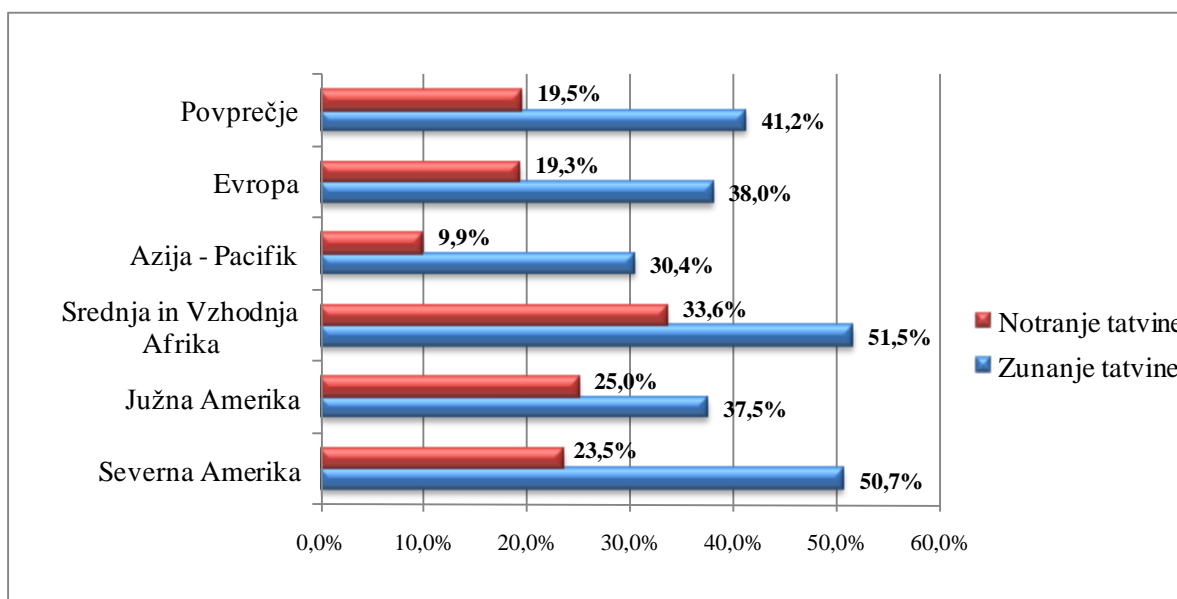
Vir: J. Bamfield, *Global Retail Theft Barometer 2009*, 2009, str. 24, slika 1.5.

Delež zunanjih tatvin so ocenili, da je kar za 20% višji od tatvin, ki jih povzročijo notranji udeleženci, kljub temu pa je potrebno poudariti, da se te ocene razlikujejo od trgovca do trgovca, prav tako od države do države in od regije do regije. Zanimiv podatek je, da se v Severni in Južni Ameriki najbolj soočajo s tatvinami, ki jih storijo zaposleni (44,2% in 42,8% delež tatvin), medtem ko so v Azijsko-Pacifiških državah in v Evropi daleč v ospredju tatvine zunanjih obiskovalcev (51,5% in 47,5%). Več podatkov najdete v Prilogi 5.

3.4 Vpliv gospodarske krize na povečanje tatvin v prodajalnah

Današnje prepričanje je, da je gospodarska kriza pripomogla k porasti tatvin v prodajalnah. V številnih državah poročajo o pogostejših tatvinah, novih metodah tatvin in o tako-imenovanih tatvinah »srednjega sloja«. Obstaja nekaj kriminalističnih dokazov, da kriminal narašča v sorazmerju z nezaposlenostjo, vendar, ali obstajajo tudi dokazi, da je gospodarska kriza vplivala na porast tatvin v letu 2009? Trgovci so sicer mnenja, da je temu tako, vendar pa na tem področju niso strokovnjaki, da bi lahko ocenjevali vpliv gospodarske krize na povečanje tatvin v prodajalnah. Dejstvo pa je, da so trgovci postali bolj občutljivi in bolj spremljajo ter zaznavajo tatvine v času recesije, kot pa so to počeli dve ali celo tri leta nazaj, v času gospodarskega vzpona. Prav tako so lahko na zmanjšanje prihodkov vplivali tudi drugi dejavniki kot samo tatvine, na primer porast napak v sistemih in interne napake, ki ne izvirajo iz kriminalnih dejanj. Avtorji raziskave GRTB 2009 so zato trgovcem zastavili vprašanje, ali občutijo povečano porast poskusa tatvin in dejanskih tatvin s strani zunanjih nepoštenih obiskovalcev, kot tudi nepoštenih zaposlenih. V Sliki 3 prikazujem odstotek trgovcev, ki so v letu 2009 občutili porast tovrstnih tatvin:

Slika 3: Odstotek trgovcev, ki so v letu 2009 občutili porast tatvin



Vir: J. Bamfield, *Global Retail Theft Barometer 2009*, 2009, str. 26, slika 1.7.

V Severni Ameriki se je kar 50,7% trgovcev soočalo s porastom kriminala zunanjih obiskovalcev in kar 23,5% trgovcev s porastom tatvin, ki so jih izvedli nepošteni zaposleni. Skupna ocena trgovcev po svetu je, da je **41,2% trgovcev občutilo porast zunanjih tatvin, 19,5% trgovcev pa se je soočalo s porastjo notranjih tatvin**. Velja poudariti, da odkritje tatvin s strani nepoštenih zaposlenih traja dlje, saj le ti poznajo notranje procese dela in imajo obenem več časa, da za seboj prekrijejo sledi, zato je lahko v prihodnosti pride do odstopanj od rezultatov, prikazanih v Sliki 3.

Obstaja veliko razlogov, zakaj bi lahko gospodarska kriza vplivala na številnejša kazniva dejanja v prodajalnah. Nekateri povzročitelji se resnično soočajo s hudimi življenjskimi stiskami in težavami. Ljudje, katerih skupni družinski proračun se je zmanjšal zaradi nezaposlenosti ali skrajšanega delovnega časa prav v času krize, se pogosteje zatečejo k tatvinam ravno z razlogom, ohraniti dotedanji način življenja. Veliko ljudi se v tem času sooča z negotovo prihodnostjo, kar jih večkrat lahko premami k nelegitimnim načinom prisvajanja različnih stvari. K temu sta pripomogla tudi neuspeh tako finančnega kot tudi političnega sistema, ki dajeta občutek, da gre zaupati samo samemu sebi in poskrbeti sam zase, čeprav na nelegalen način.

Trgovci so v tem obdobju prav tako opazili spremembo določenih vzorcev tatvin – povečalo se je število tatov »amaterjev« in profesionalnih tatov, prav tako so opazili spremenjen trend tatvin proizvodov. Tatovi pogosteje posegajo po splošnih izdelkih za osebno uporabo, kar je bolj značilno za zunanje tatove in ne toliko za zaposlene. Trgovci torej krivdo za zmanjšanje njihovih prihodkov pripisujejo gospodarski krizi (Bamfield, 2009, str. 25). Vendar pa se mi zdi zelo zanimivo to, da tatovi ravno v času krize posegajo po ne tako nujnih potrebščinah, ki ne pripomorejo k osnovnemu preživetju. Eden izmed vodij večjega trgovskega središča v Sloveniji pravi, da kruha, ali moke, ali sladkorja ni ukradel še nihče in da kradejo kozmetiko, telefone, usnjene izdelke ter pršut (Kruha ni še nihče ukradel, 2010). Prav tako pravi, da se je v svoji karieri soočil že s številnimi različnimi situacijami (krize, stečaji ter velika odpuščanja) in na podlagi njegovih izkušenj zagotavlja, da se zaradi tega število kraj ne povečuje. To samo pojasnjuje, da gre za različno populacijo in različne motive, kot so zasvojenost z alkoholom, kleptomanijo, izzivanje in okoriščanje, še najmanj pa za resnične, življenjsko nujne potrebe. Na spletnem portalu Finance (Britanski trgovci zaradi kraj ob 1,1 mrd. funtov, 2010) so objavljene besede prvega moža združenja, ki se zavzema za ostrejšše kazni, Stephena Robertsona, ki je prepričan, da povišanja kriminalnih dejanj v času recesije ne moremo upravičiti s tem, da ljudje kradejo iz nuje in ne pohlepa. Kakršenkoli naj bi že bil vzrok tatvine, ta naj nikoli ne bi bila sprejemljiva. Prav tako pravi, da stroške kraje na koncu nosijo pošteni potrošniki in delavci v trgovinah, ki morajo ravno zaradi tatvin plačevati več kot bi sicer.

3.5 Prijetje tatov

Trgovci so v letu 2009 prijeli kar 5,8 milijonov tatov, kar je v primerjavi z letom 2008 kar 500.000 več. Pri tem velja poudariti, **da so to prijetja s strani trgovcev in ne nujno s strani policije**, saj velik del tatvin sploh ni prijavljenih policiji (razloge za to sem že navedla v prvem poglavju). Večina prijetih je bilo zunanjih tatičev (4,96 milijona ali 85,6%), medtem ko je število prijetih zaposlenih tatov znašalo 837.650 ali 14,4%. **Povprečna vrednost odtujenega blaga** zunanjih obiskovalcev je znašala 225,90 USD, povprečna vrednost odtujene tatvine, ki jo je zakrivil nepošteni zaposleni pa je znašala 1.889,02 USD. Število prijetih tatov v Evropi močno izstopa od ostalih regij, saj so na tej celini prijeli več kot 3 milijone tatov, povprečna vrednost odtujenega blaga, ki so jih izmaknili nepošteni zaposleni

pa je znašala kar 2.535,32 USD in to pomeni za kar tretjino več od svetovnega povprečja (Bamfield, 2009, str. 29).

Tabela 3: Število prijatih tatov s strani trgovcev v letu 2009

	ZUNANJI TATOVI		NOTRANJI TATOVI		Skupno št. prijatih
	Število prijatih	Vrednost tatvin	Število prijatih	Vrednost tatvin	
Severna Amerika	1.635.162	436,21 USD	697.325	1.876,26 USD	2.322.487
Južna Amerika	153.863	68,73 USD	16.751	299,97 USD	170.614
Srednja / Vzhodna Afrika	30.614	42,79 USD	1.532	720,33 USD	32.146
Azija- Pacifik	133.956	69,27 USD	19.254	376,15 USD	153.210
Evropa	3.006.983	128,41 USD	102.788	2.535,32 USD	3.109.771
Skupaj	4.960.578	225,90 USD	837.650	1.899,02 USD	5.798.228
Odstotek	85,6%		14,4%		100,0%

Vir: J. Bamfield, Global Retail Theft Barometer 2009, 2009, str. 30, tabela 1.6.

4 VARNOSTNA FUNKCIJA – KAKO ZAVAROVATI BLAGO PRED TATVINAMI

Tatvine v prodajalnah so dejstvo, ki se ga zaveda vsak izkušeni trgovec. Popolnoma jih ni mogoče nikoli preprečiti, lahko pa jih zmanjšamo ali omejimo. Podobno kot so znani načini delovanja tatov, so znane tudi metode za preprečevanje njihovega delovanja, ki jih sestavljajo različni organizacijski in tehnični varnostni ukrepi. Sodoben sistem varovanja si danes težko predstavljamo brez uporabe varnostne tehnike, pri kateri imamo predvsem v mislih kombinacijo varovanja človeka in tehnike. Človek kot varnostno osebje nadzoruje delovanje sistema varovanja, spremlja delovanje varnostnih naprav in po potrebi ukrepa, naprave pa človeku omogočajo nadzorovanje velikih površin na daljavo, brez stalne fizične prisotnosti na varovanem območju. V času obratovanja prodajaln največjo oviro za tatove predstavlja prodajno osebje, zato tudi trgovci v njih vidijo veliko podporo in občutek zanesljivosti (Ivanovič & Habbe, 1998, str. 77). Kot pa smo lahko ugotovili iz rezultatov raziskav GRTB 2009, pa velik del tatvin v prodajalnah predstavljajo prav ti. Da bi torej zavarovali in preprečili notranje ter zunanje tatvine, moramo zaposliti poštene uslužbence, poskrbeti za

ustrezno varnostno tehniko in fizično varovanje ter premisliti o organizacijskih varnostnih ukrepih (Ivanovič & Habbe, 1998, str. 46).

Alstete (2006, str. 838) poudarja, da bi lahko zmanjšali tatvine zaposlenih že z zvišanjem njihovih plač, podarjanjem blaga, ki ga prodajajo, ali pa z uporabo »zvonca« nad tistim, ki krade. Avtor kot eno izmed tehnik odkrivanja nepoštenih zaposlenih omenja tudi »skrivnostne« oz. »naključne« kupce. Skrivnostni kupec poskuša odkrivati morebitne goljufije in nepravilnosti kot so npr. podeljevanje dodatnih popustov prodajalčevim znancem, prijateljem in sorodnikom ter druge podobne naloge za odkrivanje nepoštenih zaposlenih.

Čas in Juršnik (2008) pravita, da obstaja mnogo sistemov tehnične zaščite, ki so obenem prepričevalno sredstvo in sredstvo za zalotitev tatov. Tehnična zaščita pa je po njunem mnenju neučinkovita, če z njo ne upravlja dobro izurjeno in usposobljeno varnostno osebje, ki zaloti in na koncu tudi obravnava tatove v prodajalnah.

4.1 Kadrovska struktura zaposlenih kot način varovanja pred tatvinami

Prodajno in drugo osebje, med katere prištevamo vse zaposlene, ki se vključujejo v delovne procese, ima v sodobni trgovini poleg prodajnih nalog tudi vse več varnostnih nalog. To so na primer opazovanje prodajnih prostorov, izvajanje postopkov za preprečevanje tatvin pri dobavi blaga, pomerjanju oblačil ali kraji izkupička iz blagajn. Potrebno je tudi natančno preverjanje negotovinskih plačilnih sredstev, nadzor nad delovanjem varnostnih naprav in zaustavitev nepoštenega kupca. Gre za zahtevna opravila, s katerimi morajo biti zaposleni ustrezno seznanjeni ter tudi primerno usposobljeni (Ivanovič & Habbe 1998, str. 47).

4.1.1 Kadrovanje

Pri zaposlovanju v trgovini je vedno priporočljivo izbirati ljudi, ki so ustrezno usposobljeni, imajo primerne osebne sposobnosti, jasne moralne vrednote in veselje do dela v trgovini (Ivanovič & Habbe, 1998, str. 98). Kako privabiti zares sposobne ljudi, ki bodo vredni zaupanja in bodo pripomogli k boljšemu poslovanju podjetja? Ponuditi jim je treba zanimive in vabljive pogoje dela v najširšem pomenu besede. Ivanovič in Habbe (1998, str. 98) sta prav tako mnenja, da je potrebno poskrbeti tudi za nadaljnje usposabljanje in izobraževanje zaposlenih. To je ena izmed temeljnih oblik nagrajevanja zaposlenih, ki jih izvajajo v obliki predavanj, seminarjev in dodeljevanja ter pošiljanj na različne oddelke.

4.1.2 Motivacija

Motivirani ljudje delujejo usklajeno za doseganje skupnih ciljev, ob izpolnitvi cilja podjetja pa seveda pričakujejo neko nagrado (višina plače, dodatki, denarne nagrade, priznanja,

pohvale,...). Nagrade jih spodbujajo in motivirajo, da so pri delu učinkoviti, zato lahko zaposlene motiviramo na različne načine: zaposlenim damo občutek pomembnosti ter odgovornosti njihovega opravljanja dela, opazimo in nagradimo uspehe pri delu, smo zgledni in zavzeti vodje, ne skoparimo s priznanji in pohvalami, če si to tudi zaslužijo (Ivanovič & Habbe, 1998, str. 100).

4.1.3 Usposabljanje

Pri goljufijah, ropih in vlomih je pomembno, da si prodajalci natančno zapomnijo storilca in poskušajo podati čim bolj natančen opis ali oris ter ga nato posredovati policiji. To so določene izkušnje, pravila in priporočila, s katerimi se zaposleni lahko seznanijo pri kakovostnem usposabljanju. Pri tem se moramo zavedati, da bo usposabljanje dolgoročno učinkovito le, če ga bomo redno, vsaj enkrat letno, ponavljali. (Ivanovič & Habbe, 1998, str. 100). Na spletni strani podjetja Varnost Maribor d.d. (Preprečevanje tatvin v prodajalnah, 2010) pravijo, da so poleg primerne usposobljenosti, prakse in izkušenj, pomembne tudi druge lastnosti kot so npr. ostro in izurjeno oko, potrpežljivost, vztrajnost, pozornost, samoiniciativnost, samozavestnost, hkrati pa tudi samokritičnost, poštenost, veselje do dela, dober spomin, sposobnost biti neopazen, iznajdljivost, pretkanost, fizična pripravljenost itd. Te lastnosti so po njihovem mnenju nepogrešljive za zaposlene, ki želijo biti pri odkrivanju tatov uspešni.

4.1.4 Nagrada ali kazen?

Veliko slovenskih podjetij vzpodbuja sodelovanje zaposlenih pri preprečevanju tatvin s kaznovalno politiko. Vse manjkajoče blago in gotovino morajo zaposleni poravnati iz svojega žepa. S tem naj bi postali bolj vestni pri delu, hkrati pa bodo iz kolektiva sami izločali morebitne tatove, zaradi katerih posledice trpijo vsi. Izkušnje iz tujine pa kažejo, da je najučinkovitejša spodbuda zaposlenih za preprečevanje tatvin, denarna nagrada. Na ta način spodbujajo prodajno osebje k večji pozornosti nad morebitnimi tatvinami in jih obenem od tatvin tudi odvračajo. Pri tem Ivanovič in Habbe (1998, str. 105) nagovarjata, da naj nagrade ne bodo podeljene le za neposredno ustavitev nepoštenega kupca ali razkritje nepoštenega zaposlenega, temveč naj bodo podeljene tudi za odkrivanje šibkih točk v poslovanju in dajanje koristnih predlogov za izboljševanje varnosti.

4.2 Varnostna tehnika in sistemi v prodajalnah

Ivanovič in Habbe (1998, str. 49) ter Čas in Juršnik (2008, str. 3) so varnostno tehniko v prodajalnah razdelili na dve osnovni skupini: mehansko in elektronsko.

4.2.1 Mehanska varnostna tehnika

Mehanska varnostna tehnika je namenjena predvsem preprečevanju ali vsaj čim daljšemu časovnemu zadrževanju vstopa oz. dostopa do varovanih objektov ali predmetov. Za preprečevanje tatvin v prodajalnah običajno uporabljamo sredstva, kot so: verige, jeklene vrvi, razstavne omare, ogledala, obeske s črnilom, ipd. Za zaščito steklenih površin, oken in vrat uporabljamo razne ograje, rolete, rešetke, varnostne folije ter cilindrične ključavnice. Za zaščito pred vlomom pa uporabljamo sefe, kovinske stoječe blagajne, zidne in pohištvene trezorje ter druga hranišča gotovine in dokumentov ali izkupička od prodaje.

4.2.2 Elektronska varnostna tehnika

Elektronske varnostne tehnike so v današnjem sodobnem času zelo pogosta in tudi učinkovita tehnika v prodajalnah. Zakaj učinkovita? Zato, ker vidno nameščene varnostne naprave odvrtačajo kupce od nepoštenih namenov, prav tako pa v večini primerov nevarnost zaznajo in na to tudi opozorijo. Elektronski varnostni sistemi obenem omogočajo nadzor velikih površin in spremljanje dogajanja na daljavo, brez stalne prisotnosti ljudi. Prav tako opravljajo in samodejno nadzirajo določene delovne postopke, ki jih je v preteklosti opravljal in beležil človek. Poznamo 5 različnih elektronskih varnostnih tehnik (Ivanovič & Habbe, 1998, str. 54):

- **Elektronski sistemi za zaščito prodajnega blaga:** preventivno delujejo na nepoštene kupce in opozarjajo prodajno osebje, da kupec zapušča trgovino z varovanim blagom.
- **TV nadzorni sistemi:** omogočajo tekoče opazovanje in nadzor ter kasnejšo analizo dogajanja v varovanih območjih.
- **Alarmne naprave:** uporabljamo za javljanje vloma, ropa, požara in drugih nevarnosti.
- **Sistemi za omejitev in nadzor sistema:** so namenjeni preprečevanju vstopa v posamezne prostore posebnega pomena, kamor ljudje v določenem času nimajo dostopa (npr. v pisarne poslovodij, skladišča, upravne prostore,...). Sistemi temeljijo na uporabi električnih ključavnic, čitalcev in identifikacijskih kartic ter drugo.
- **Integralni elektronski sistemi varovanja trgovinskih objektov:** so namenjeni varovanju večjih trgovinskih kompleksov, nakupovalnih centrov, skladišč in podobno. Mednje sodijo varnostne ograje, elektronske naprave za odkrivanje premagovanja ograje, TV nadzor zunanosti objektov, sistemi za odkrivanje in javljanje požara, ropa in vloma ter razni notranji TV nadzori.

4.3 Organizacijski varnostni ukrepi v prodajalnah

Kot smo lahko opazili, imamo na razpolago številne varnostne sisteme, ki naj bi pomagale pri preprečevanju in odkrivanju tatvin v prodajalnah. Na žalost se zaradi njihovih drobnih pomanjkljivosti tatvine vseeno lahko pojavljajo (v sicer precej manjšem obsegu). Popolne varnosti namreč ne moremo doseči, vseeno pa izkušnje dokazujejo, da lahko s preišljenim

sistemom varovanja izgube v prodajalnah zmanjšamo tudi za 80%, kar dosegamo s skladnim izvajanjem organizacijskih in tehničnih varnostnih ukrepov (Ivanovič & Habbe, 1998, str. 71). Kombinacija človeka in tehnike sama po sebi ni dovolj, če njuno delovanje ne povezujejo premišljeni postopki, ki v posameznih okoliščinah opozarjajo na nevarnost tatvin in osebju omogočajo preprečitev nastanka škod in izgub. Organizacijskih ukrepov, ki so namenjeni vzpodbujanju zaposlenih pri preprečevanju tatvin in pri krepitvi poštenosti zaposlenih, je več. Omenila bom samo nekaj najpogostejših organizacijskih ukrepov; postopki za preprečevanje zlorabe kreditnih kartic, nadzorovanje kabin za pomerjanje oblačil, spodbujanje poštenosti zaposlenih, redne predstavitve varnostne problematike in posveti v zvezi z varnostjo v podjetju, ponazoritev problematike s slikovnim gradivom in s posnetki, stenski napisi in plakati, redna srečanja poslovođij, in drugo. Alstete (2006, str. 836) k tem organizacijskim ukrepom dodaja še računalniške varnostne ukrepe, ki zahtevajo vpisovanje gesel in tako nadzor nad aktivnostmi zaposlenih.

4.4 Varnostna služba

Varnostna služba so poklicni varnostniki, ki s stalno prisotnostjo ali s pomočjo varnostnih naprav v delovnem času nadzorujejo prodajne in skladiščne površine, prostore za prevzem in dobavo blaga ter izvajajo druge naloge pri preprečevanju tatvin. Pred zapiranjem prodajal spremljajo ali odnašajo dnevni izkupiček trgovcev v varna hranišča. Interventna skupina pa posređuje ob sprožitvi alarma v prodajalnah, varovanih z alarmnimi sistemi. (Čas & Juršnik, 2008).

SKLEP

Živimo v času potrošniške družbe, kjer pravzaprav nikomur ni lahko. Trgovci ves čas iščejo rešitve kako bi čim bolj približali svoje izdelke kupcem in jih prepričali, da izberejo prav njihove izdelke in ne tistih iz sosednje trgovine. V ta namen ustvarjajo mamljive ponudbe, skrbijo za privlačne izložbe, domiselne razporeditve, vključujejo igre vonjav, barv in raznih ugodnosti – vse to, da bi spodbudili potrebo po nakupu. Na drugi strani pa smo tukaj potrošniki, obdani s številnimi ponudbami, ki nemalokrat vzpodbudijo željo po nečem, česar si ne moremo privoščiti. Marsikateri se svojim željam ne morejo upreti in si jih zato prilastijo na nezakonit, predvsem pa nemoralen način. Številni podatki pričajo, da se trgovci s kaznivimi dejanji tatvin, ropov in goljufij srečujejo iz dneva v dan, ki se kažejo v zmanjšanju njihovih prihodkov. Trgovci posledično zvišujejo cene izdelkov, kar pomeni, da kazni doletijo vse nas – potrošnike.

Storilci kaznivih dejanj so lahko prav vsi, ne glede na spol, starost, poklic ali položaj. Tatovi so lahko zunanji obiskovalci, zaposleni v prodajalni, skladiščniki ali dostavljavci blaga, ob tem pa so pri svojem početju čedalje bolj spretni in iznajdljivi. Najbolj presenetljivo spoznanje je bilo to, da tatovi pravzaprav ne posegajo po nujnih življenjskih potrebščinah,

temveč se osredotočijo na majhne, lažje dostopne in dragocene predmete, ki imajo v družbi nek pomen in so »popularni« ter s tem tudi lažje prodajni. To samo pojasnjuje, da gre za različno populacijo in različne motive, kot so zasvojenost z alkoholom, kleptomanijo, izzivanje in okoriščanje, še najmanj pa za resnične, življenjsko nujne potrebe. Tatvine v prodajalnah so torej dejstvo, ki se ga zaveda vsak trgovec. Popolnoma jih ni mogoče nikoli preprečiti, lahko pa jih vsaj zmanjšamo ali omejimo. Znani so namreč načini delovanja tatov, zato so tudi metode, sistemi in tehnike za preprečevanje in odkrivanje tatvin prilagojeni prav za ta namen.

Lahko bi rekli, da skoraj za vsako tatvino v prodajalni obstaja rešitev. To rešitev predstavlja varnostna funkcija, ki vključuje tako človeka kot tehnologijo. Skozi strokovno nalogo smo lahko spoznali, da je zaposlovanje primerne kadra ključno pri odkrivanju in tudi preprečevanju tatvin. Pri zaposlovanju v trgovini je vedno priporočljivo izbirati ljudi, ki so ustrezno usposobljeni, imajo primerne osebne sposobnosti, jasne moralne vrednote in veselje do dela v trgovini. Takšni ljudje bodo delovali v dobro trgovcev, zato pa jih je potrebno motivirati, redno usposablјati in jih tudi ustrezno nagraditi. Da bi torej zavarovali in preprečili notranje ter zunanje tatvine, moramo zaposliti poštene uslužbence, poskrbeti za ustrezno varnostno tehniko in fizično varovanje ter premisliti o učinkovitih organizacijskih varnostnih ukrepih. Ko govorimo o ustrezni varnostni tehniki mislimo predvsem na najbolj priljubljene in učinkovite sisteme, kot so videonadzori, alarmne naprave in podobno. Pri tem je potrebno poudariti, da mogoče rezultati ne bodo vidni čez noč, da pa se dolgoročno tovrstna praksa vsekakor obrestuje, zato je potrebna predvsem potrpežljivost in vztrajnost. Ob tem naj še omenim, da naj se vsaka zasačena tatvina tudi prijavi policiji, saj s tem ko tatu ne ovadimo pristojnim službam, jim le dodatno vlivamo pogum za nadaljnje podvige ter občutek njihove premoči nad trgovci.

LITERATURA IN VIRI

1. Alstete, J. (2006). Inside advice on educating managers for preventing employee theft. *International Journal of Retail & Distribution Management*, 34 (11), 833-844.
2. Bamfield, J. (2009). *Global Retail Theft Barometer 2009* (1st ed.). New Jersey: The Centre for Retail Research.
3. *Britanski trgovci zaradi kraj ob 1,1 milijarde funtov*. Najdeno 15. junija 2010 na spletnem portalu <http://mojevro.finance.si/268752>
4. Čas, T., & Juršnik, A. (2008, 6. junij). Vloga varnostnikov pri preprečevanju tatvin v samopostrežnih in drugih trgovinah. *Fakulteta za varnostne vede*. Najdeno 7. septembra 2010 na spletnem naslovu <http://www.fvv.uni-mb.si/dv2008/zbornik/clanki/Cas-Jursnik.pdf>
5. Dolinar, K., & Knop, S. (2000). *Leksikon Cankarjeve založbe*. Tretja izdaja, drugi dopolnjeni natis. Ljubljana: Cankarjeva založba.
6. Ivanovič, Ž., & Habbe, J. (1998). *Kako preprečiti tatvine v prodajalnah*. Ljubljana: Lisac & Lisac d.o.o., Lisac & Lisac.
7. Kazenski zakonik. *Uradni list RS* št. 63/1994, 70/1994 popr., 23/1999, 60/1999; Odl.US: U-I-226/95, 40/2004, 95/2004-UPB1, 37/2005; Odl.US: U-I-335/02-20, 17/2006; Odl.US: U-I-192/04-16, 55/2008, 66/2008 popr., 89/2008; Odl.US: U-I-25/07-43, 5/2009; Odl.US: U-I-88/07-17.
8. *Kleptomanija – bolezen ali želja po kraji*. Najdeno 15. junija 2010 na spletnem portalu http://arhiv.njena.si/zdravje/medicina/kleptomanija_-_bolezen_ali_zelja_po_kraji/menu_id_53.html
9. *Kruha ni še nihče ukradel*. Najdeno 3. junija 2010 na spletnem portalu http://www.dnevnik.si/tiskane_izdaje/nedeljski/1042273037
10. Mishra, B., & Prasad, A. (2006). Minimizing retail shrinkage due to employee theft. *International Journal of Retail & Distribution Management*, 34 (11), 817-832.
11. Oliphant, B., & Oliphant, G. (2001). Using a behavior – based method to identify and reduce employee theft. *International Journal of Retail & Distribution Management*, 29 (10), 442-451.
12. Payne, B., & Gainey, R. (2004). Ancillary consequences of employee theft. *Journal of Criminal Justice*, 32 (January 2004), 63-73.
13. *Preprečevanje tatvin v prodajalnah*. Najdeno 7. oktobra 2010 na spletnem portalu http://www.varnost.si/preprecevanje_tatvin_v_prodejalah-s95
14. Šalamon, G. (2002). *Tatvine v prodajalnah in njihov vpliv na poslovanje* (diplomska naloga). Ljubljana: Ekonomska fakulteta.
15. Zakon o trgovini. *Uradni list RS* št. 18/1993, 36/2000-ZPDZC, 62/2001; Odl.US: U-I-16/98-32, 96/2002, 7/2003-UPB1, 22/2004, 69/2004-UPB2, 50/2005; Odl.US: U-I-131/04-28, 7/2006, 17/2006 Skl.US: U-I-343/05-6, 30/2006-UPB3, 118/2006, 139/2006 Skl.US: U-I-343/05-16, 2/2007-UPB4, 24/2008-ZT-1.

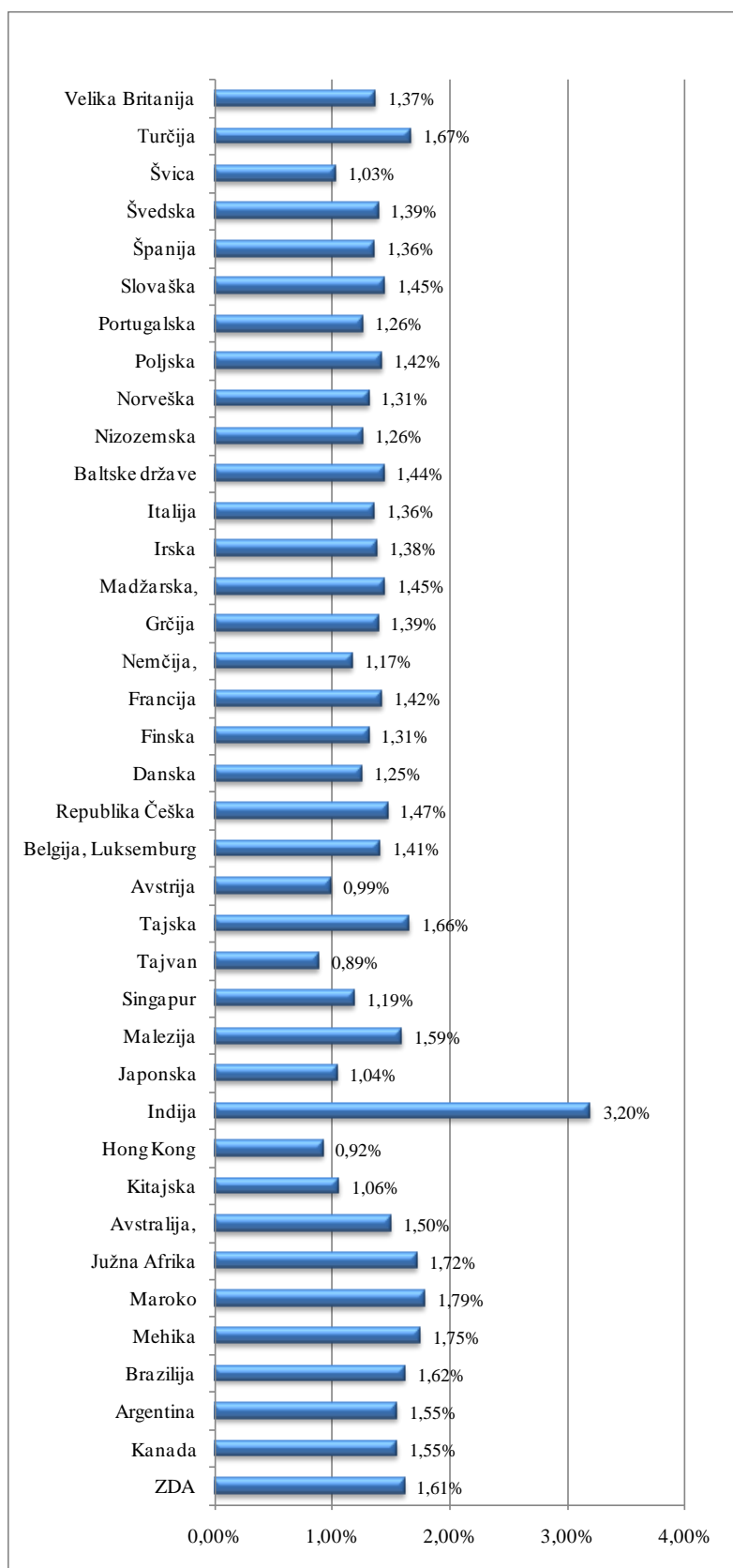
PRILOGE

KAZALO PRILOG

PRILOGA 1: Delež tatvin (kot odstotek od prodaje) po državah v letu 2009.....	1
PRILOGA 2: Delež tatvin glede na vrsto trgovin in trgovinsko klasifikacijo.....	2
PRILOGA 3: Najpogosteje ukradeni predmeti.....	3
PRILOGA 4: Odstotek tatvin v trgovinah z oblačili in modnimi dodatki v letu 2009.....	4
PRILOGA 5: Povzročitelji tatvin v letu 2009 po regijah	5

PRILOGA 1: Delež tatvin (kot odstotek od prodaje) po državah v letu 2009

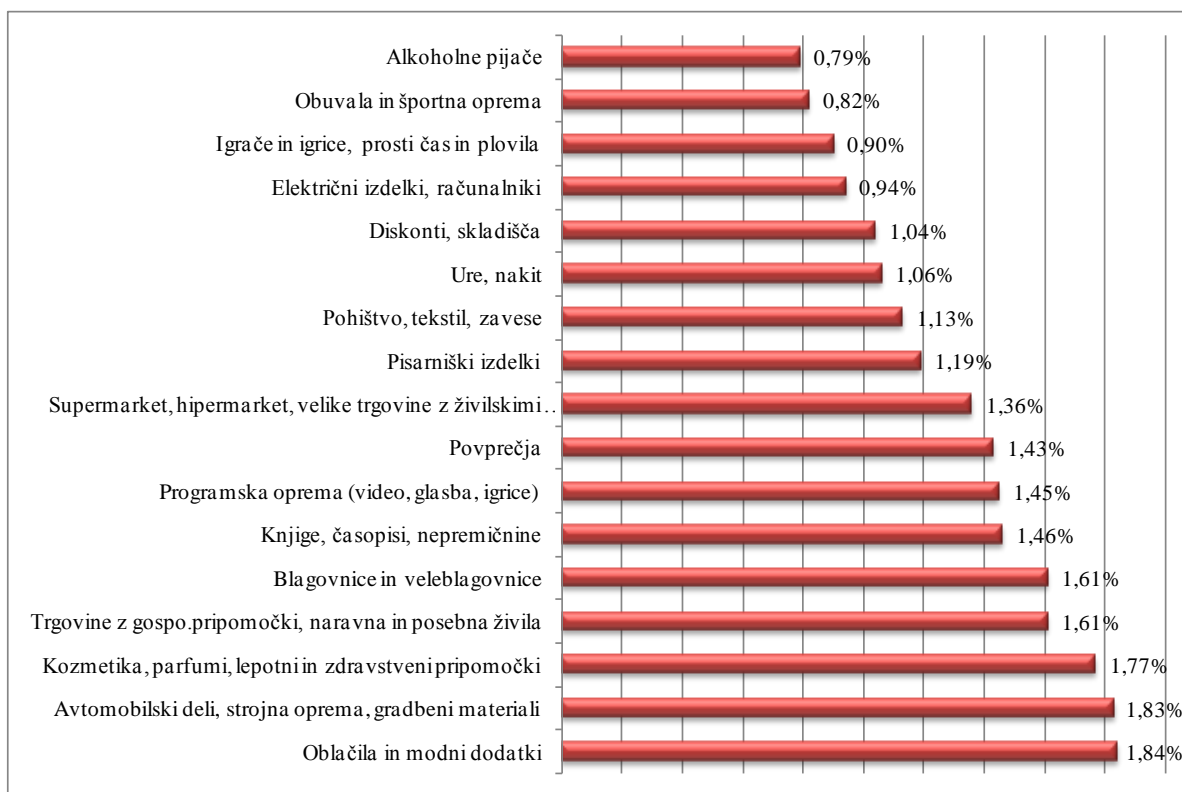
Slika 1: Delež tatvin po državah v letu 2009



Vir: J. Bamfield, *Global Retail Theft Barometer 2009*, 2009, str. 19, slika 1.2.

PRILOGA 2: Delež tatvin glede na vrsto trgovin in trgovinsko klasifikacijo

Slika 2: Delež tatvin glede na vrsto trgovin in trgovinsko klasifikacijo



Vir: J. Bamfield, *Global Retail Theft Barometer 2009, 2009*, str. 21, Slika 1.3.

PRILOGA 3: Najpogosteje ukradeni predmeti

Tabela 1: Najpogosteje ukradeni predmeti

Razred	1	2	3	4	5	6
Knjige, časopisi, pisalne potrebščine	Elektronske igrače	DVD-ji, CD-ji, pakirani kompleti	iPod-i, SD kartice	Revije in brezplačni dodatki	Pisala in ure	Referenčne knjige, zemljevidi, turistični vodiči
Oblačila in obuvala	Modni dodatki, karkoli z blagovno znamko	Obleke	Majjice, nogometne majjice	Fino žensko perilo	Usnjeni izdelki	škornji
Potrošniška elektronika	»Wii« igrice, ostale igrice	Digitalne kamere, mobilni telefoni	Prezračevalne naprave	iPodi, satelitska navigacija	Prenosni računalniki	Plazma, TV ekrani
Veleblagovnice in velike blagovnice	Parfumi in obrazne kreme	Oblačila blagovnih znamk	Priznani ali usnjeni modni dodatki	Ure	Mobilni telefoni	Ročne torbice
Zabava, glasba, igre	»Wii« igrice, ostale igrice	DVD-ji, pakirani kompleti	CD-ji, pakirani kompleti	SD kartice	iPodi in njegovi pripomočki, dodatki	Ostale elektronske naprave
Zdravje in lepota, parfumi	Kozmetika, šminke, obrazne kreme, losijoni za telo	Parfumi	Britvice, izdelki za britje	Elektr. zobne krtačke, elektronski medicinski pripomočki	Deodoranti	»OTC« zdravila
Oprema in orodje za dom, strojna oprema, »DIY«	Električna orodja	Ročna orodja	Baterije	Ključavnice	Avtomatsko vodene naprave za dom	Zavoječki vijakov, podložkov,...
Nakit	Ure priznanih blagovnih znamk	Prstani	Uhani	Priznani modni dodatki	Zlato	
Sveže meso, dragi prehranski izdelki	Dodatki za dojenčke, kava, »OTC« medicinski pripomočki	DVD-ji in CD-ji	Majjice in oblačila	Vrtni izdelki	Priključne naprave, adapterji, kabli	Satelitska navigacija
Supermarketi, hipermarketi in hrana	Britvice, zdravstveni in lepotni pripomočki	Alkohol, žgane pijače in cigareti				

Vir: J. Bamfield, *Global Retail Theft Barometer 2009, 2009*, str. 35, tabela 1.12.

PRILOGA 4: Odstotek tatvin v trgovinah z oblačili in modnimi dodatki v letu 2009

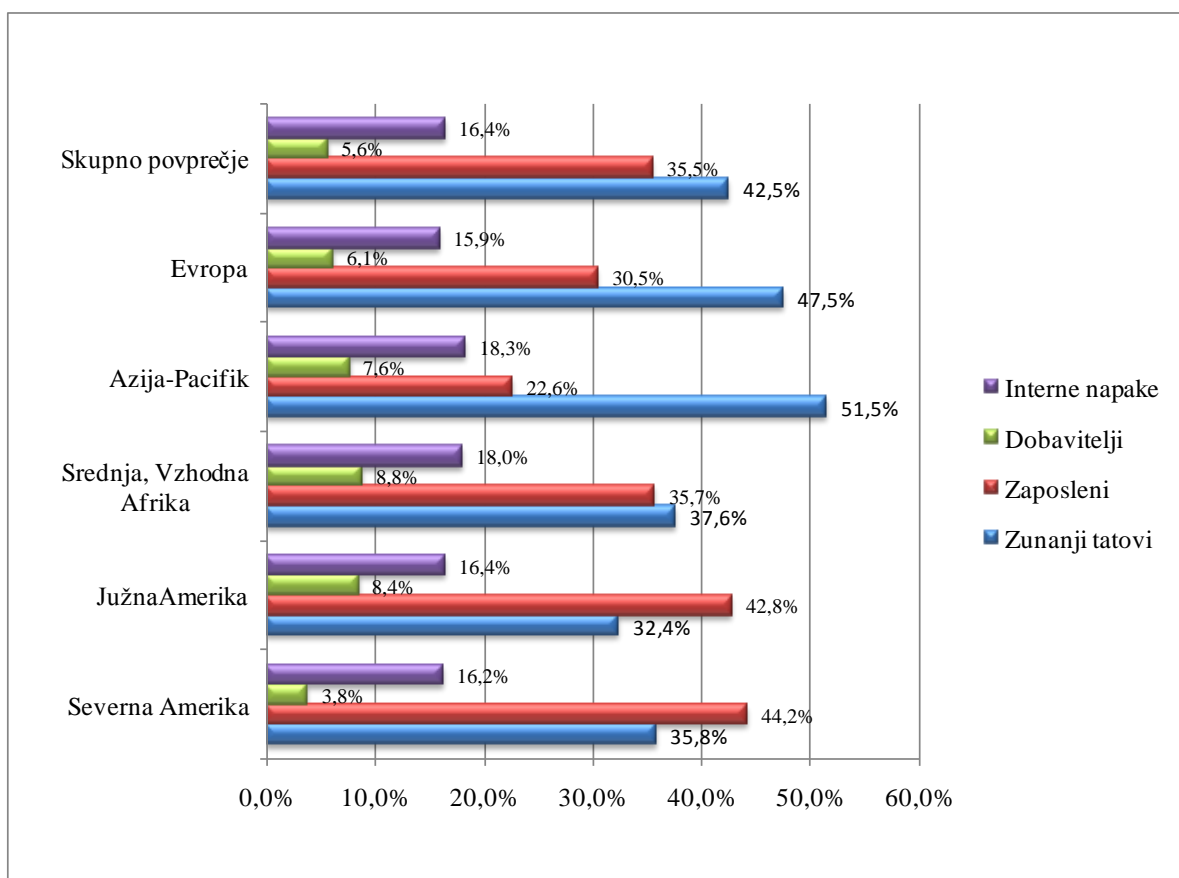
Tabela 2: Odstotek tatvin v trgovinah z oblačili in modnimi dodatki

	SVET	Severna Amerika	Latinska Amerika	Azija - Pacifik	Evropa
Modni dodatki	3,85%	5,41%	3,31%	1,42%	3,62%
Oblačila visoke mode	3,64%	4,02%	3,83%	2,18%	3,94%
Otroška oblačila	2,71%	4,16%	1,97%	1,27%	2,17%
Puloverji/zgornji deli oblačil	2,58%	3,71%	2,69%	1,43%	2,09%
Spodnje perilo/kopalke	2,57%	2,87%	1,86%	1,36%	2,91%
Vrhnja oblačila	2,25%	3,34%	2,18%	0,93%	1,88%
Hlače/krila	1,91%	2,36%	1,65%	1,02%	1,93%
Obuvala	1,42%	1,63%	1,47%	1,61%	1,15%

Vir: J. Bamfield, Global Retail Theft Barometer 2009, 2009, str. 23, tabela 1.5.

PRILOGA 5: Povzročitelji tatvin v letu 2009 po regijah

Slika 3: Povzročitelji tatvin po regijah



Vir: J. Bamfield, *Global Retail Theft Barometer 2009*, 2009, str. 25, slika 1.6.