

Ефимова Маргарита Александровна
студентка
Санкт-Петербургский университет МВД России
Россия, г. Санкт-Петербург
e-mail: kostukov2007@rambler.ru

К ВОПРОСУ ОБ ЭФФЕКТИВНОСТИ МЕР ПРОТИВОДЕЙСТВИЯ АЛКОГОЛИЗАЦИИ НЕСОВЕРШЕННОЛЕТНИХ

***Аннотация:** Проблема продажи алкогольной продукции несовершеннолетним остается достаточно актуальной в современном обществе. Ограничительные меры в сфере розничной продажи алкогольной продукции несовершеннолетним направлены на защиту их здоровья и предотвращение негативных последствий употребления алкоголя в раннем возрасте. Эффективность таких мер достигается в результате комплексного воздействия. В статье анализируются различные подходы к мерам, направленным на противодействие алкоголизации несовершеннолетних, а также инициатива о повышении возраста, с которого будет разрешена продажа алкогольной продукции.*

Ключевые слова: алкоголь, несовершеннолетние, розничная продажа, меры противодействия, повышение возраста, профилактика.

Efimova Margarita Aleksandrovna
student
Saint Petersburg University of the Ministry of Internal Affairs of Russia
Russia, Saint Petersburg

ON THE QUESTION OF THE EFFECTIVENESS OF MEASURES TO COUNTER MINOR ALCOHOLIZATION

***Abstract:** The problem of selling alcoholic beverages to minors remains quite relevant in modern society. Restrictive measures in the sphere of retail sale of alcoholic beverages to minors are aimed at protecting their health and preventing the negative consequences of drinking alcohol at an early age. The effectiveness of such measures is achieved as a result of a comprehensive impact. The article analyzes various approaches to measures aimed at counteracting minor alcoholization, as well as the initiative to increase the age at which the sale of alcoholic beverages will be permitted.*

Key words: alcohol, minors, retail sales, countermeasures, increasing the age, prevention.

В настоящее время особенно актуальной является проблема злоупотребления алкоголем несовершеннолетними лицами. Действие алкоголя пагубно влияет на здоровье всех людей, а учитывая то, что подростковый организм еще находится в стадии формирования, ситуация значительно усугубляется, так как могут возникнуть более серьезные необратимые последствия. В российском законодательстве достаточно нормативно-правовых актов, которые определяют особенности реализации алкогольной продукции, а также запреты ее продажи несовершеннолетним лицам. Однако отмечается неэффективность некоторых нормативных положений относительно существующих проблем борьбы с розничной продажей алкогольной продукции лицам, не достигшим восемнадцатилетнего возраста.

Как мы знаем, различные социальные факторы, а также условия жизни человека значительным образом влияют на его отношение к употреблению алкоголя. В некоторых зарубежных странах применительно к рассматриваемой теме было разработано такое понятие как «neighborhood environment» (англ. «окружающая среда микрорайона»), под которым понимают взаимосвязь между пространством, расположенным в непосредственной близости к месту жительства человека, факторами окружающей среды, социальными характеристиками района, и его инфраструктурой, которые могут оказывать как положительное, так и негативное воздействие на здоровье человека и его влечение к употреблению алкоголя [4]. Подразумевается, что наличие благоустроенных городских зон отдыха, парков, спортивных площадок стимулирует у граждан физическую активность и желание заниматься спортом, наличие различных фермерских рынков, точек по продаже продуктов правильного питания повышает стремление к их употреблению и желание ввести здоровый образ жизни. Если же в среде проживания значительно распространено наличие торговых точек по продаже алкогольной продукции, как правило, расположенных на первых этажах многоквартирных домов, а также присутствуют круглосуточные магазины по продаже алкогольной и табачной продукции, отсутствуют благоустроенные зоны для прогулок и парки, это

негативным образом влияет на население и в той или иной степени побуждает к употреблению алкоголя, в частности увеличивает риск употребления алкогольной продукции несовершеннолетними, проживающими в таких районах.

Значительно высокая плотность торговых точек по продаже алкоголя увеличивает уровень потребления его как среди взрослого населения, так и среди подростков. Зачастую магазины по продаже алкогольной продукции имеют достаточно привлекательную наружную рекламу, а прилавки пестрят разнообразным ассортиментом алкогольной и спиртосодержащей продукции. Увеличение количества торговых точек по продаже алкогольной продукции в одном микрорайоне оказывает на их владельцев и продавцов значительное давление со стороны конкурентов, что зачастую приводит к игнорированию законодательных мер по запрету продажи алкоголя несовершеннолетним. Дети и подростки, видя в своем доме либо в непосредственной близости от него торговые точки по продаже алкогольной продукции, уже в раннем возрасте испытывают повышенный интерес к подобным магазинам и желание попробовать продукцию, продаваемую в них. В целях уменьшения доступности алкогольных напитков, завуалированных под яркой вывеской «алкомаркетов», в данном случае видится целесообразным принять меры по уменьшению либо полному запрету расположения торговых точек по продаже алкогольной продукции на первых этажах многоквартирных домов, а также в непосредственной близости дворов многоквартирных домов и детским площадкам.

Государство обеспокоено уровнем алкоголизации несовершеннолетних, что достаточно объяснимо тем, что помимо непосредственных негативных последствий для здоровья, алкоголь также порождает преступность среди несовершеннолетних. Находясь в нетрезвом состоянии, подросток может стать жертвой преступления либо сам совершить его. В связи с этим государством были выработаны меры, направленные на ограничение доступа несовершеннолетних к алкоголю, к числу которых можно отнести запрет на

розничную продажу алкогольной продукции несовершеннолетним под угрозой привлечения за подобное деяние к уголовной ответственности, ограничение времени продажи алкогольной продукции (с 08:00 до 23:00 ч.), а также установление достаточно высоких минимальных цен на алкогольную продукцию. Однако, данная система мер, направленная на снижение количества употребляемого несовершеннолетними лицами алкоголя, оказалась далека от «идеала» и требует дальнейшей разработки и усовершенствования.

Введенный в действие уголовно-правовой запрет на розничную продажу несовершеннолетним алкогольной продукции и привлечение к уголовной ответственности за повторное совершение подобного деяния обладает лишь сдерживающим фактором, но не устраняет самой проблемы употребления несовершеннолетними алкогольной продукции. Параллельно с ужесточением требований к реализации алкогольной продукции появилось множество альтернативных способов обойти данный запрет и приобрести соответствующий алкогольный напиток. В настоящее время алкогольную продукцию несовершеннолетние могут приобрести через специальные сообщества в социальных сетях, курьерские доставки, либо же посредством частных субъектов, реализующих алкогольную продукцию, что существенным образом снижает степень эффективности законодательного запрета на розничную продажу алкогольной продукции несовершеннолетним. Поэтому можно с уверенностью отметить, что в борьбе с алкоголизацией подрастающего поколения, достижении социальной эффективности установленного запрета, предусмотренного статьей 151.1 УК РФ, важную роль играют далеко не карательные меры ограничения.

По данным исследования «Трезвая Россия», доля молодых людей, в той или иной мере употребляющих алкоголь, составляет (по самооценке опрошенных) 85%, при этом 53% из них употребляют его регулярно. Молодые люди возрасте от 18 до 24 лет употребляют спиртные напитки чаще одного раза в месяц. Приобщение подростка к алкоголю стало распространенной формой девиантного поведения, а пивной алкоголизм – символом неформального

времяпровождения молодежи. Основными мотивами, побуждающими молодежь к употреблению алкогольных напитков, является их доступность (62%) и реклама (52%). Осознавая пагубное влияние алкоголя, более половины россиян (58%) высказываются за запрет его продажи лицам моложе 21 года, а 54% опрошенных поддерживают пропаганду безалкогольного образа жизни [3].

На протяжении последнего десятилетия неоднократно поднимался вопрос о повышении возраста продажи алкогольной продукции. В марте 2019 года был разработан и вынесен на рассмотрение проект Федерального закона «О внесении изменений в Федеральный закон «О государственном регулировании производства и оборота этилового спирта, алкогольной и спиртосодержащей продукции и об ограничении потребления (распития) алкогольной продукции» (в части уточнения порядка розничной продажи алкогольной продукции)». В тексте проекта отмечено, что в настоящее время законодательство РФ разрешает продажу алкогольных напитков (в том числе крепких) лицам, достигшим возраста 18 лет. Однако, по мнению авторов проекта, употребление алкогольных напитков небезопасно для нормального развития головного мозга. Головной мозг человека, его внутреннее строение и структурные элементы окончательно формируются только к 21 году. В период до этого возраста головной мозг более уязвим к различным внешним воздействиям и особенно химическим отравлениям (алкоголь, наркотики и другие психоактивные вещества, токсины). Употребление алкоголя в возрасте, когда некоторые отделы мозга еще находятся в процессе формирования, способствует снижению объемов и целостности критически важных отделов мозга и долгосрочному ухудшению когнитивных способностей. В связи с вышесказанным проектом «предлагается запрет на продажу алкогольной продукции с содержанием этилового спирта более 16,5 процента объема готовой продукции лицам, не достигшим возраста 21 года. В случае возникновения у продавца сомнения в достижении покупателем установленного возраста продавец вправе потребовать у него документ, позволяющий установить возраст покупателя» [2].

Кроме того, в сентябре 2023 года «Институтом развития социально-экономических проектов и инициатив» было направлено обращение в Министерство здравоохранения РФ, в котором авторы данного обращения указывали на то, что существующий в настоящее время агрессивный маркетинг алкоголя в магазинах и супермаркетах, позиционирование его в лучших торговых местах в открытом и прямом доступе, подталкивает к его приобретению даже в тех случаях, когда покупатель пришел в магазин вовсе не за алкогольными напитками, а за продуктами питания. Доступность алкоголя повышает уровень его потребления, что имеет достаточно негативные последствия. По мнению авторов, расположение алкогольной продукции на самых видных местах магазинов повышает уровень ее продажи на 23-46%. Если же алкоголь будет размещаться в супермаркетах и торговых помещениях в отдельных изолированных комнатах, то это может значительно повлиять на снижение его потребления, по аналогии с запретом открытых витрин при продаже табачной продукции. Подобная мера в первую очередь положительно скажется на ограничении потребления алкогольной продукции молодым поколением, которое больше всего подвержено воздействию подобного позиционирования алкоголя и его яркой рекламы. В качестве эффективных мер, направленных на сокращение употребления алкогольной продукции, в том числе несовершеннолетними лицами, авторами обращения предлагалось: «1. Запретить продажу алкоголя в свободном доступе в продуктовых супермаркетах, торговых точках. Продажу производить только в закрытых изолированных помещениях только в специализированных магазинах и на оборудовании с применением специальных ширм для ограничения доступа и саморекламы. В таких магазинах предлагаем уменьшить время работы по продаже алкоголя, например, с 11:00 до 19:00. 2. Установить камеры видеонаблюдения абсолютно во всех точках продаж алкогольной продукции. 3. Повысить возраст продажи алкоголя до 21 года»[10].

Во время расширенного заседания коллегии по результатам работы за 2024 год председатель следственного комитета Российской Федерации Александр

Бастрыкин выдвинул инициативу о запрете продажи алкогольной продукции людям младше 21 года []. Это в первую очередь связано с достаточно высоким уровнем преступности среди лиц в возрасте от 16 лет до 21 года, а также благоприятно повлияет на процесс предупреждения алкоголизации молодёжи.

Анализируя различные подходы к мерам, направленным на противодействие алкоголизации несовершеннолетних, мы поддерживаем инициативу о повышении возраста, с которого будет разрешена продажа алкогольной продукции. Однако только лишь одной такой мерой невозможно решить данную проблему. Профилактика и противодействие алкоголизации несовершеннолетних лиц и молодого поколения требует комплекса разнообразных мер, в число которых должны быть включены не только запрет продажи алкогольной продукции людям младше 21 года, но и активная противоалкогольная пропаганда, уменьшение количества «алкомаркетов» в жилых микрорайонах, либо полный запрет размещения торговых точек, реализующих алкогольную продукцию, в многоквартирных домах, а также сокращение времени продажи алкогольной продукции. Существенных положительных результатов в данной сфере можно достичь лишь путем комплексной профилактико-предупредительной работы с восприятием алкоголя со стороны несовершеннолетних и недопустимостью реализации указанного товара субъектами экономических отношений в нарушение требований действующего российского законодательства.

Список литературы:

1. Федеральный закон от 22 ноября 1995 г. № 171-ФЗ «О государственном регулировании производства и оборота этилового спирта, алкогольной и спиртосодержащей продукции и об ограничении потребления (распития) алкогольной продукции» // Справочно-правовая система «Консультант-Плюс».

2. Проект Федерального закона от 21.03.2019 года «О внесении изменений в Федеральный закон «О государственном регулировании

производства и оборота этилового спирта, алкогольной и спиртосодержащей продукции и об ограничении потребления (распития) алкогольной продукции» (в части уточнения порядка розничной продажи алкогольной продукции)» // Справочно-правовая система «Консультант-Плюс».

3. Алкоголизм и как с ним бороться / ВЦИОМ. [Электронный ресурс] // Режим доступа: URL: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/alkogolizm-i-kak-s-nim-borotsya> (дата обращения: 26.01.2025 г.).

4. Анциферова А.А. Neighborhood environment: влияние доступности точек по продаже алкоголя и табака на здоровье людей, проживающих на определенной территории. Кардиоваскулярная терапия и профилактика. [Электронный ресурс] // Режим доступа: URL: <https://doi.org/10.15829/1728-8800-2021-2959>. (дата обращения: 26.01.2025 г.).

5. Ашхотова Л.А. Актуальные проблемы борьбы с розничной продажей несовершеннолетним алкогольной продукции в России // Пробелы в российском законодательстве. 2021. Т. 14. № 3. С. 167-170.

6. Бастрыкин предложил запретить продажу любого алкоголя россиянам младше 21 года. [Электронный ресурс] // Режим доступа: URL: <https://www.business-gazeta.ru/news/662254> (дата обращения: 06.02.2025 г.).

7. Бормотова Т.М. Алкогольная ситуация в молодежной среде: факторы, механизмы анализа и способы управления // Социальная политика и социология. 2024. Т. 23. № 2 (151). С. 97-103.

8. Власова Н.В. Алкоголизация молодежи в регионах России: сравнительный анализ и эмпирические исследования // Межкультурная коммуникация в образовании и медицине. 2024. № 1. С. 10-27.

9. Еськова Л.К. Розничная продажа несовершеннолетним алкогольной продукции: несовершенства законодательства и направления их устранения // Modernscience. 2021. № 3-2. С. 191-194.

10. Институт развития социально-экономических проектов и инициатив «Обращение по изменению нормативов по продаже алкогольной продукции». [Электронный ресурс] // Режим доступа: URL: <https://irsepi.ru/obrashchenie-po>

izmeneniyu-normativov-po-prodazhe-alkogolnoj-produkcii-2/ (дата обращения:
01.02.2025 г.).