

Вестник Восточно-Сибирского института МВД России. 2024. № 1 (108). С. 260–267.
Vestnik of the East Siberian Institute of the Ministry of Internal Affairs of Russia. 2024.
No. 1 (108). P. 260–267.

**5.1.4. Уголовно-правовые науки
(юридические науки)**

Научная статья

УДК 343.985.2

DOI: 10.55001/2312-3184.2024.20.98.022

**К ВОПРОСУ ОБ ОРГАНИЗАЦИИ ПРОКУРОРСКОГО НАДЗОРА
ЗА ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ МАРКЕТПЛЕЙСОВ**

**Сергеев Сергей Михайлович¹, Напханенко Игорь Павлович²,
Родионова Ольга Рениславовна³**

¹Восточно-Сибирский институт МВД России, Иркутск, Россия, ssmirk@mail.ru

²Ростовский государственный университет путей сообщения, Ростов, Россия,
nip1966@yandex.ru

³Самарский юридический институт Федеральной службы исполнения наказаний, Самара,
Россия, olya.rodionov.75@mail.ru

Введение. В связи с ростом розничной интернет-торговли в России возникло множество интернет-ресурсов по продаже товаров и услуг – маркетплейсы. Их деятельность связана с участием множества субъектов правоотношений, что приводит к правовым проблемам в их регулировании. Отсутствие специального правового регулирования отношений между продавцами и маркетплейсами и диспозитивность гражданского права создают возможности для широкой автономии маркетплейса по установлению прав и обязанностей работников, продавцов и предпринимателей. Это приводит к необоснованным штрафам при работе с маркетплейсами, что может негативно отразиться на развитии предпринимательства в России. В связи этим, авторы призывают к введению специального правового регулирования деятельности маркетплейсов, а также к осуществлению и усилению прокурорского надзора за их деятельностью, направленного на защиту интересов мелких предпринимателей и работников от злоупотреблений со стороны маркетплейсов. Авторами выдвигается позиция, что деятельность маркетплейсов может быть объектом различных направлений прокурорского надзора. Авторы указывают на необходимость более строгого регулирования деятельности маркетплейсов и к усилению прокурорского надзора за ними, чтобы защитить законные интересы всех участников правоотношений и обеспечить развитие предпринимательства в России.

Материалы и методы. Сбор, анализ, обработка теоретического и эмпирического материала осуществлялись на законах диалектического материализма с использованием общенаучных методов научного познания и эмпирического исследования, таких как анализ, обобщение, систематизация, формализация, описание, сравнение, методов и правил формальной логики и др., а также методов познания правовой действительности и анализ законодательства.

Результаты исследования. Сформулированы выводы, направленные на необходимость регулирования деятельности маркетплейсов, а также на повышение эффективности прокурорского надзора и защиты законных интересов всех участников правоотношений.

Выводы и заключения. Специфика деятельности маркетплейсов, защита прав предпринимателей (продавцов) и потребителей, потребность в разработке правовых основ организации устанавливающие императивные нормы для взаимодействия маркетплейсов.

Ключевые слова: прокурорский надзор, маркетплейс, нарушение прав работников, защита интересов предпринимателей, соблюдение законодательства, направления прокурорского надзора, специальные знания

Для цитирования: Сергеев С. М., Напханенко И. П., Родионова О. Р.

К вопросу об организации прокурорского надзора за деятельностью маркетплейсов. Вестник Восточно-Сибирского института МВД России : науч.-практ. журн. Иркутск : DOI: 10.55001/2312-3184.2024.20.98.022

5.1.4. Criminal Law Sciences (legal sciences)

Original article

ON THE ORGANISATION OF PROSECUTORIAL OVERSIGHT OF MARKETPLACES

Sergey M. Sergeev ¹, Igor P. Naphanenko ², Olga R. Rodionova ³

¹East Siberian Institute of the Ministry of Internal Affairs of Russia, Russia, Irkutsk

²Rostov State University of Railway Engineering, Rostov, Russia, Rostov

³FKOU IN the Federal Penitentiary Service of Russia, Russia, Samara

¹ ssmirk@mail.ru

² nip1966@yandex.ru

³ olya.rodionov.75@mail.ru

Introduction: Due to the growth of online retail trade in Russia, many online resources for the sale of goods and services - marketplaces - have emerged. Their activity is associated with the participation of many subjects of legal relations, which leads to legal problems in their regulation. Absence of special legal regulation of relations between sellers and marketplaces and dispositive nature of civil law create opportunities for wide autonomy of marketplaces to establish rights and obligations of employees, sellers and entrepreneurs. This leads to unreasonable penalties when dealing with marketplaces, which may negatively affect the development of entrepreneurship in Russia. In this regard, the authors call for the introduction of special legal regulation of the activities of marketplaces, as well as the implementation and strengthening of prosecutorial supervision over their activities, aimed at protecting the interests of small entrepreneurs and workers from abuse by marketplaces. The authors put forward the position that the activities of marketplaces can be the object of different directions of prosecutor's supervision. The authors point to the need for stricter regulation of the activities of marketplaces and to strengthen the prosecutor's supervision over them in order to protect the legitimate interests of all participants of legal relations and to ensure the development of entrepreneurship in Russia.

Materials and Methods: collection, analysis, processing of theoretical and empirical material was carried out on the laws of dialectical materialism with the use of general scientific methods of scientific cognition and empirical research, such as analysis, generalisation, systematisation, formalisation, description, comparison, methods and rules of formal logic, etc., as well as methods of cognition of legal reality and analysis of legislation.

The Results of the Study: the conclusions aimed at the necessity of regulating the activities of marketplaces, as well as at increasing the effectiveness of prosecutorial supervision and protection of the legitimate interests of all participants of legal relations are formulated.

Findings and Conclusions: Specificity of activity of marketplaces, protection of the rights of entrepreneurs (sellers) and consumers, necessity in development of legal bases of the organisation establishing imperative norms for interaction of marketplaces.

Keywords: prosecutorial supervision, marketplace, violation of the rights of employees, protection of the interests of entrepreneurs, compliance with legislation, areas of prosecutorial supervision, special knowledge

For citation: Sergeev S.M., Naphanenko I.P., Rodionova O.R. K voprosu ob organizacii prokurorskogo nadzora za dejatel'nost'ju marketplejsov [On the issue of the Organization of prosecutorial Supervision of the activities of Marketplaces]. Vestnik Vostochno-Sibirskogo instituta MVD Rossii – Vestnik of the East Siberian Institute of the Ministry of Internal Affairs of Russia. 2024, no. 1 (108), pp. 260–267.

DOI: 10.55001/2312-3184.2024.20.98.022

Развитие цифровой экономики привело к буму розничной интернет-торговли, вследствие этого в российском сегменте Интернета появилось большое количество интернет-ресурсов по продаже товаров и услуг (интернет-магазины).

Сейчас цифровые платформы могут образовывать цифровые экосистемы, под которыми в науке подразумевается целая группа тесно связанных информационных ресурсов, выполняющих разные функции, но функционирующие на общей технической или юридической составляющей.

Например, в рамках одной экосистемы пользователи могут пользоваться услугами такси, покупать бытовую технику, одежду и необходимые предметы быта, забирая их из пунктов выдачи недалеко от своего дома или получая от курьера, не выходя из своей квартиры.

Таким образом, можно говорить о том, что деятельность цифровых экосистем связана с участием большого количества субъектов правоотношений (продавцы товаров, потребители, водители такси, владельцы пунктов выдачи заказов, торговых точек, технические специалисты и иной персонал, обеспечивающий работу цифровой экосистемы), вследствие чего их деятельность сопряжена с целым рядом существующих норм права. В то же время, учитывая, что деятельность экосистем осуществляется в Интернете, можно говорить о большом количестве правовых пробелов в их регулировании, которые могут использоваться для различного рода злоупотреблений со стороны правообладателей экосистем или иных лиц, которые используют цифровые сервисы.

Вышеуказанное говорит о необходимости направления прокурорского надзора в информационное пространство. Особое внимание следует обратить на деятельность цифровых платформ в целях выявления и пресечения нарушения законодательства, защиты прав и законных интересов физических лиц и организаций, различной организационно-правовой формы.

По нашему мнению, наиболее интересным и проблемным вопросом надзорной деятельности цифровых экосистем является функционирование маркетплейсов. В правовом поле нет самостоятельного определения маркетплейса, однако Закон о защите прав потребителей через определение «владелец агрегатора информации о товарах (услугах)» указывает на основные черты маркетплейса – является ресурсом в сети-интернет, интернет-ресурс позволяет ознакомиться с предложением покупателя приобрести товар, получить информацию о товаре, а также заключить договор на его покупку и произвести оплату за товар путем перечисления денежных средств владельцу маркетплейса. Таким образом, под маркетплейсом нами подразумевается торговая

площадка в сети Интернет, которая позволяет приобрести товары и услуги разных продавцов посредством сети Интернет.

Главное отличие маркетплейсов с правовой точки зрения, в сравнении с «классическими интернет-магазинами», заключается в том, что в правоотношениях между покупателями и потребителями возникает новый субъект – маркетплейс, который берет на себя большинство обязанностей по взаимодействию с потребителем. С этой целью маркетплейс вводит большое количество «локального» регулирования в виде внутренних правил и порядков осуществления деятельности, которые распространяются прежде всего на продавцов. Отсутствие специального правового регулирования отношений между продавцами и маркетплейсами и принцип свободы договора из гражданского права создают возможности для широкой автономии маркетплейса по выработке обязанностей продавцов товара, вследствие чего Н. В. Козинец отмечает, что на практике значительное количество малых и средний предпринимателей сталкивается с ошибками, сбоями, блокировками, необоснованными штрафами при работе с маркетплейсами, что может негативно отражаться на развитие предпринимательства в России [1, с. 30]. По нашему мнению, требуется не просто введения специального правового регулирования в этой сфере, например, дополнение к правилам розничной торговли, но и осуществление прокурорского надзора, направленного на защиту интересов мелких предпринимателей от злоупотреблений со стороны маркетплейсов.

Отметим, что маркетплейс может быть объектом различных направлений прокурорского надзора. Также считаем необходимым указать, что надзор осуществляется не только за самими маркетплейсом, но и за продавцами, которые реализуют свои товары, а также другими контрагентами маркетплейса. Специфика маркетплейса предполагает, что на нем размещаются предложения о покупке большого количества товаров, поэтому недобросовестные продавцы могут размещать на них предложения покупки товаров, оборот которых ограничен или запрещен в Российской Федерации. Так, ст. 6 Федерального закона «Об оперативно-розыскной деятельности» устанавливает ряд ограничений на оборот специальных средств, предназначенных для негласного получения информации, например, ввоз и реализация таких средств возможно только при получении соответствующей лицензии. Ст. 138.1 УК РФ устанавливает уголовную ответственность за сбыт и приобретение специальных технических средств.

Таким образом, мы видим, что российское законодательство устанавливает ряд запретов и мер ответственности за ввоз, покупку и продажу технических средств, которые позволяют негласно получить информацию. В то же время, для простых людей, в том числе модераторов маркетплейсов, которые принимают решение о возможности разместить товар на маркетплейсе вышеуказанные нормы законодательства могут быть неизвестны. Дополнительно усложняют ситуацию критерии отнесения того или иного предмета к средствам, предназначенным для негласного получения информации. Так, примечание 2 к ст. 138 УК РФ указывает, что к ним не относятся находящиеся в свободном обороте предметы, если на них есть маркировки или элементы индикации, которые позволяют определить их функциональное обозначение. В то же время, проверив несколько маркетплейсов, мы смогли найти предложения от продавцов, предлагающих купить товар, который, по нашему мнению, можно использовать для негласного получения конфиденциальной информации. Так, на одном из маркетплейсов было выявлено объявление «мини ручка-диктофон 2в1». Согласно описанию товара при нажатии на кнопку сверху ручки начинается аудиозапись, при этом отсутствуют сведения о том, что в момент записи есть индикация или звук, который позволяет собеседнику узнать о ведение записи. Также в сети интернет можно найти публикации о том, что на маркетплейсах некоторые продавцы под видом семян обычных растений или «элитного кофе», растворителей для красок фактически продаются наркотические вещества. Может быть, к таким публикациям и стоит относиться критически, но это не отменяет

гипотетической возможности скрытной реализации наркотических средств через маркетплейсы, когда продавец вводит администрацию, модераторов маркетплейса в заблуждение. Указанные риски, по нашему мнению, требуют осуществления надзора за деятельностью маркетплейсов. Очевидно, что выявить нарушения законодательства в части продажи товаров, оборот которых ограничен, без использования специальных знаний может быть затруднительно, поэтому надзорные мероприятия в этой сфере должны проходить с привлечением специалистов из федеральной антимонопольной службы, представителей общественных объединений, который ориентируются в деятельности маркетплейсов, и в том, как злоумышленники «прячут» запрещенные к продаже товары. В случае выявления нарушений работник прокуратуры может внести представление об устранении нарушений закона правообладателю маркетплейса, продавцу, который реализует свой товар на торговой площадке с требованием удалить карточку товара из поисковой выдачи маркетплейса или требованием продавца прекратить продажу товара, также в случае необходимости направлять материалы проверки в следственный орган или орган дознания для решения вопроса о возбуждении уголовного дела по фактам выявленных нарушений.

Учитывая, что сейчас маркетплейсы активно завоевывают рынок розничной торговли, мы считаем, что в среднесрочной и долгосрочной перспективе может появиться необходимость осуществлять надзор за исполнением законодательства в сфере ценообразования на социально-значимые продовольственные товары, а также лекарственные средства. В данном случае прокурорским работникам необходимо будет учитывать особенности ценообразования при реализации товаров через маркетплейс, так как для большинства товаров маркетплейсом устанавливается комиссия за продажу, логистику и хранение товара, которая закладывается продавцом в стоимость товара. В ходе осуществления надзора за нарушением ценообразования на социально-значимые товары, которые размещены на маркетплейсах, необходимо также учитывать, есть ли у покупателей возможность приобрести вышеуказанную категорию товаров без комиссий маркетплейсов непосредственно у продавца. Таким образом, особенности функционирования маркетплейса и продавцов зачастую напрямую затрагивают права потребителей.

Отдельно стоит выделить особенности надзора за соблюдением законодательства в сфере защиты прав потребителей. В контексте маркетплейсов наиболее проблемными являются вопросы возврата некачественного товара, правах и обязанностях покупателя, продавца и маркетплейса при отказе от товара потребителем на других основаниях.

Отметим, что особенности деятельности маркетплейсов создают возможности для нарушения законодательства Российской Федерации, так как в правоотношениях между продавцом и покупателем участвует большое количество людей. От этапа отправки товара продавцом, до получения его покупателем имеются возможности для мошенничества и других видов хищения. Большинство маркетплейсов предполагает наличие своих механизмов по урегулированию претензий между покупателем, продавцом и маркетплейсом, что обуславливается сложностью правоотношений в этой сфере. А. В. Габов отмечает следующие особенности, которые затрудняют использование традиционных способов защиты нарушенных прав, применительно к маркетплейсам:

– трансграничный характер деятельности платформы; и если получить положительное решение в суде, может быть, будет еще не сложно (особенно если это будет спор из потребительских отношений), то вот с исполнением соответствующего решения могут возникнуть сложности;

– сумма транзакции может быть столь незначительна, что обращение к привычным способам защиты нарушенного права, например, обращение в суд, обойдется дороже, чем стоимость товара [2, с. 212].

Таким образом, урегулирование претензий со стороны покупателя на инфраструктуре маркетплейса зачастую является наиболее оптимальным способом для потребителя, так как не требует от него дополнительной отправки документов по почте, а спор может быть разрешен в течение дня. В то же время, как правило, при такой процедуре урегулирования конфликта сложно обеспечить объективность его урегулирования, так как вначале решение по претензии покупателя может принимать продавец, который заинтересован в минимизации убытков, а в случае, если покупатель не согласен с предложением продавца по урегулированию спора, то решение по спору будет принимать уже представитель маркетплейса, который заинтересован в сохранении клиента, вследствие чего может принять решение в пользу потребителя без достаточной проверки доказательств, представленных покупателем. Поэтому покупатели могут злоупотреблять доверием маркетплейса, например, при помощи фена заменять товар в посылке с оригинального на более дешевый аналог, после чего вскрыть его на видео и предъявить претензию через маркетплейс. Дополнительно маркетплейс может скрывать данные покупателя для продавца, что затрудняет предъявлять претензии покупателю во внесудебном или судебном порядке. Таким образом, существующая модель урегулирования споров может наносить ущерб небольшим продавцам, что оказывает негативное влияние на экономику, потребительский спрос из-за необходимости продавца закладывать в цену товара риски, связанные с потребительским экстремизмом.

Необходимо осуществлять контроль и надзор за деятельностью маркетплейсов по установлению санкций и штрафов для потребителей. Так, Закон о защите прав потребителей устанавливает, что если покупатель возвращает товар, т. к. он не подошел ему по размеру, фасону и т. д., то продавец вправе удержать с потребителя стоимость доставки, однако возможна ситуация для злоупотреблений со стороны маркетплейса, который и осуществляет логистику товара между покупателем и продавцом, например, он может устанавливать фиксированную стоимость за возврат товара, превышающей не только фактическую стоимость доставки, но и превышать стоимость товара или соответствовать большей ее части.

Таким образом, работники прокуратуры при надзоре за маркетплейсами, например, в случае поступления многочисленных жалоб со стороны потребителей, должны проверять, насколько удерживаемые с потребителей денежные средства за возврат качественного товара соответствуют примерной стоимости доставки обратно продавцу, носят ли они фиксированный характер вне зависимости от габаритов товара, его свойств, размера. В случае обнаружения нарушения прав потребителей прокурор должен либо вынести предписание об устранении нарушения закона, либо направить материалы проверки в уполномоченный орган.

Важную роль в деятельности маркетплейсов играет обеспечение логистики товара от продавца к покупателю. Для решения данной задачи маркетплейсы организуют ряд логистических цепочек со своими складами, работниками, но конечным звеном логистики является пункт выдачи заказов (далее – ПВЗ). Самостоятельное развитие ПВЗ требует большого количества инвестиций, поэтому маркетплейсы привлекают к сотрудничеству предпринимателей, который самостоятельно и при поддержке маркетплейса открывают ПВЗ и получают вознаграждения за выданные покупателям товары. [3, с. 97]. В то же время продажа и доставка товаров всегда будет сопряжена с определенными рисками, например, товар может оказаться бракован или повредиться во время транспортировки или же быть похищен, присвоен работником склада, службы доставки, пункта выдачи заказов. В связи с вышесказанным маркетплейс при организации сотрудничества с работниками, предпринимателями вынужден устанавливать материальные санкции за пропажи, повреждение товара и пр. В то же время система санкций может существенно ущемлять права владельцев пунктов выдачи, работников, сотрудничающих с маркетплейсами через заключение трудовых и гражданско-правовых договоров. Так. можно найти публикации о

крупных штрафах для владельцев ПВЗ и работников – маркетплейс может оштрафовать их по причине недовольства покупателя упаковкой, обслуживанием в ПВЗ, или при отсутствии понятных и прозрачных для работников, предпринимателей механизмов расследования таких случаев [4]. В связи с этим требуется проведение совместных проверочных мероприятий в этой сфере, направленных на проверку соблюдения трудового законодательства в деятельности маркетплейсов.

Таким образом, мы считаем возможным выделить следующие направления прокурорского надзора за деятельностью маркетплейсов: 1) соблюдение законодательства в сфере объектов гражданских прав, оборот которых ограничен на территории России; 2) соблюдение законодательства в сфере защиты прав потребителей; 3) соблюдение законодательства в сфере образования цен на социально-значимые товары; 4) защита интересов субъектов малого и среднего предпринимательства при взаимодействии с маркетплейсами; 5) соблюдение трудовых прав граждан. Отметим, что каждое направление предполагает необходимость тесного сотрудничества со специалистами и экспертами других государственных структур, организаций (Ромкомнадзор, Роспотребнадзор, ФАС, Федеральная инспекция труда).

Учитывая специфику деятельности экосистем, в том числе маркетплейсов, а также необходимость защиты прав предпринимателей (продавцов) и потребителей, мы видим потребность в разработке правовых основ организации взаимодействия маркетплейсов, продавцов и владельцев пунктов выдачи. Это возможно как на уровне Правительства России, например, дополнив Постановление Правительства Российской Федерации от 31.12.2020 № 2463 новыми положениями, устанавливающими императивные нормы для взаимодействия маркетплейсов, продавцов товаров и владельцев пунктов выдачи, так и на уровне федерального законодательства (Закон Российской Федерации «О защите прав потребителей», Гражданский кодекс Российской Федерации).

Также возможна разработка проекта приказа Генпрокуратуры Российской Федерации, регламентирующего надзор за деятельностью маркетплейсов, тем самым выделив прокурорский надзор за их деятельностью в новое направления деятельности прокуратуры. Вместо приказа можно издать Указание Генпрокуратуры России «Об усилении прокурорского надзора за исполнением законодательства, соблюдением прав потребителей, работников, субъектов предпринимательской деятельности в сфере деятельности агрегаторов товаров и услуг (маркетплейсов)». В то же время, учитывая, что надзор за их деятельностью предполагает проверку законности в различных сферах, считаем допустимым дополнить уже существующие приказы, например, Приказ Генпрокуратуры России от 15.03.2019 № 196 «Об организации прокурорского надзора за соблюдением трудовых прав граждан», Приказ Генпрокуратуры России от 07.12.2007 № 195 «Об организации прокурорского надзора за исполнением законов, соблюдением прав и свобод человека и гражданина» специальными нормами, посвященными специфике осуществления надзора за деятельностью маркетплейсов.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. Козинец, Н. В. Правовое регулирование деятельности маркетплейсов: актуальные проблемы // Закон и власть : науч. журн. Москва : ООО «Русайнс». 2023. №. 1. С. 29–31.

2. Габов, А. В. Онлайн-урегулирование споров участников цифровых платформ (экосистем) // Вестник гражданского процесса : науч. журн. М. : Изд. дом В.Ема. 2022. Т. 12. №. 1. С. 208–235.

3. Дедков, Д. Роль логистики в экосистемах маркетплейсов // Международный журнал гуманитарных и естественных наук : науч. журн. Новосибирск : ООО «Капитал». 2022. №. 5–4. С. 93–98.

4. Откровения сотрудников Wildberries о массовых забастовка: Мы получаем штрафы до 50 тысяч рублей даже за свои высказывания [Электронный ресурс] // Комсомольская правда. URL: <https://www.kp.ru/daily/27478/4733866/> (дата обращения: 02.04.2023).

REFERENCES

1. Kozinets N. V. Pravovoe regulirovanie deyatel'nosti marketpleisov: aktual'nye problem [Legal regulation of the activities of marketplaces: current issues]. *Zakon i vlast' – Law and power*. 2023, no. 1, pp. 29–31 [In Russian].

2. Gabov A. V. Onlain-uregulirovanie sporov uchastnikov tsifrovyykh platform (ekosistem) [Online settlement of disputes between participants of digital platforms (ecosystems)]. *Vestnik grazhdanskogo protsessa – Vestnik of the Civil Process*. 2022, vol. 12, no. 1, pp. 208–235 [In Russian].

3. Dedkov D. Rol' logistiki v ekosistemakh marketpleisov [The role of logistics in marketplace ecosystems]. *Mezhdunarodnyi zhurnal gumanitarnykh i estestvennykh nauk – International Journal of Humanities and Natural Sciences*. 2022, no. 5–4, pp. 93–98.

4. Otkroveniya sotrudnikov Wildberries o massovykh zabastovka: My poluchaem shtrafy do 50 tysyach rublei dazhe za svoi vyskazyvaniya [Revelations of Wildberries employees about the mass strike: We receive fines of up to 50 thousand rubles even for our statements] [Elektronnyi resurs]. *Komsomol'skaya Pravda* // <https://www.kp.ru/daily/27478/4733866/> (Accessed 02.04.2023) [In Russian].

ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРАХ

Сергеев Сергей Михайлович, кандидат экономических наук, доцент, начальник кафедры криминалистики. Восточно-Сибирский институт Министерства внутренних дел Российской Федерации. 664074, г. Иркутск, ул. Лермонтова, 110.

Напханенко Игорь Павлович, кандидат юридических наук, доцент, заведующий кафедрой Административное право и уголовно-правовые дисциплины. Ростовский государственный университет путей сообщения. 344038, Ростовская область, г. Ростов-на-Дону, площадь Ростовского Стрелкового Полка Народного Ополчения, д. 2.

Родионова Ольга Рениславовна, старший преподаватель кафедры профессиональных дисциплин. Самарский юридический институт Федеральной службы исполнения наказаний. 443022, Самарская область, город Самара, Рыльская ул., д.24 "в".

INFORMATION ON AUTHORS

Sergeev Sergey Mikhailovich, PhD in Economics, Associate Professor, Head of the Department of Criminology of the East Siberian Institute of the Ministry of Internal Affairs of the Russian Federation. East Siberian Institute of the Ministry of Internal Affairs of the Russian Federation. 664074, Irkutsk, Lermontov str., 110.

Naphanenko Igor Pavlovich, Candidate of Law, Associate Professor, Head of the Department of Administrative Law and Criminal Law Disciplines of the Rostov State University of Railway Engineering. 344038, Rostov region, Rostov-on-Don, square of the Rostov Rifle Regiment of the People's Militia, no. 2.

Rodionova Olga Renislavovna, senior lecturer at the Department of Professional Disciplines, Samara Law Institute of the Federal Penitentiary Service. 443022, Samara region, Samara city, Rylskaya st., 24 "v".

Статья поступила в редакцию 01.12.2023; одобрена после рецензирования 08.12.2023; принята к публикации 01.03.2024.

The article was submitted 01.12.2023; approved after reviewing 08.12.2023; accepted for publication 01.03.2024.