

АКТУАЛЬНЫЕ ТРЕНДЫ РЕФОРМИРОВАНИЯ СИСТЕМЫ ДОГОВОРОВ В СФЕРЕ ТУРИЗМА

Н. В. Сирик

*доцент кафедры гражданско-правовых дисциплин факультета истории и права
Смоленского государственного университета; доцент кафедры гражданского права
и процесса Смоленского филиала Международного юридического института,
кандидат юридических наук, доцент
nsirik@yandex.ru*

А. С. Кусков

*председатель Саратовской региональной общественной организации
«Центр правовой защиты потребителей»,
начальник департамента внутреннего мониторинга качества образования
Федерального ресурсного центра подготовки кадров для индустрии туризма
и гостеприимства при Российском государственном университете туризма и сервиса,
кандидат культурологии
askuskov@mail.ru*

В статье рассматриваются как договоры, опосредующие предоставление как комплекса услуг, образующих туристский продукт, так и иные договоры, заключаемые при оказании отдельных туристских услуг, а также особенности их регламентирования в законодательстве Российской Федерации. Используя компаративистский метод, авторы анализируют особенности туристского законодательства РФ и Республики Беларусь.

Ключевые слова: договор о реализации туристского продукта; туристская индустрия; туристский продукт; туроператор; владелец агрегатора информации о туристских услугах.

Наличие в туристской индустрии значительного количества субъектов (туроператоров, турагентов и контрагентов), а также, с другой стороны, туристов как потребителей туристских услуг, обуславливает широкое разнообразие заключаемых договоров. Данное обстоятельство затрудняет защиту прав и законных интересов туристов, в связи с чем существующая в Российской Федерации договорная система, особенно в условиях постоянной диверсификации туристских правоотношений, требует ее унификации и совершенствования. Согласно Федеральному закону от 24 ноября 1996 г. № 132-ФЗ «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» (далее – Закон «Об основах туристской деятельности в РФ») основным договором, затрагивающим интересы туриста и требующим особого регулирования, является договор о реализации туристского продукта. При этом отметим, что действующее российское законодательство о туризме не предусматривает заключения с туристами иных видов договоров.

Туроператор вправе заключать договоры с туристом как непосредственно, так и при посредничестве турагента. В зависимости от предмета договора – а это туристский продукт, либо отдельные туристские услуги, не формирующие туристский продукт, – заключается или договор о реализации туристского продукта, или договор возмездного оказания услуг (договор туристского обслуживания). Но Закон «Об основах

туристской деятельности в РФ» квалифицирует правоотношения в качестве туристских только через призму туристского продукта, а предоставление отдельных туристских услуг регламентируется правилами оказания отдельных туристских услуг (экскурсионных, ресторанных, гостиничных, транспортных и т. д.).

Определение юридической сущности и предмета договора о реализации туристского продукта требует анализа экономических отношений, которые он регулирует. Такое соглашение служит не только ключевым правовым механизмом для достижения конкретного результата, но и выполняет функцию гражданско-правового средства защиты прав и интересов туристов в процессе совершения путешествия, что определяет важность его тщательного исследования.

Анализируя объект правоотношения между туроператором и туристом, важно исходить из понятия объекта обязательственного правоотношения как блага, которое составляет непосредственный интерес для управомоченного субъекта, и по поводу которого субъекты правоотношения осуществляют деятельность в процессе реализации субъективных гражданских прав и обязанностей. Так, к отдельным туристским услугам могут относиться услуги по размещению, питанию, перевозке, экскурсионные услуги, услуги гидов-переводчиков и иные услуги, направленные на удовлетворение потребностей туристов в совершении ими путешествий. Таким образом, комплекс из вышеназванных услуг может являться и предметом договора о реализации туристского продукта – если речь идет о совокупности услуг размещения и перевозки, и предметом договора туристского обслуживания – в том случае, если речь не идет о комплексе услуг, не являющемся туристским продуктом.

Квалификация комплекса услуг, образующих туристский продукт, и совокупности туристских услуг, не образующих туристский продукт, важна для определения норм законодательства, которыми будут регулироваться данные правоотношения, и установления того, вносятся ли сведения в единую информационную систему электронных путевок. Актуализировался вопрос такого разграничения между туристскими продуктами и иными комплексами туристских услуг в последние годы в сфере внутреннего туризма, так как именно внутренние туры в большинстве своем не предусматривают предоставление туристам в пакете с услугами размещения услуг перевозки.

В 2024 г. для целей разграничения туристского продукта в сфере въездного и внутреннего туризма и туристского продукта в сфере выездного туризма был внесен проект Федерального закона № 918087-8 «О внесении изменений в Федеральный закон «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации», который уже успешно прошел первое чтение в Госдуме. В нем предлагается изменить понятие туристского продукта, которое в Законе о туризме сегодня определяется как «комплекс услуг по перевозке и размещению, оказываемых за общую цену (независимо от включения в общую цену стоимости экскурсионного обслуживания и (или) других услуг) по договору о реализации туристского продукта». Вместо этого определения предлагается разделить понятие туристского продукта для внутреннего и въездного туризма, заменив применительно к внутреннему и въездному туризму формулировку «перевозка и размещение» на «размещение и любая другая услуга» (например, трансфер или экскурсия и прочее).

Не все теоретики и практики в сфере туризма соглашаются с такими изменениями. Так, по мнению Ассоциации туроператоров России (АТОР) внесение изменения в определение туристского продукта в отраслевом законе может привести к росту случаев незаконного предпринимательства и оказания некачественных услуг в этой сфере, так как

резко расширит число субъектов предпринимательской деятельности, которые должны получать статус туроператора. Не согласны с таким неоднозначным подходом к определению туристского продукта и в другом отраслевом объединении – Альянсе туристических агентств (АТА), указывающем, в том числе, и на то, что при реализации данной новеллы будет снижена роль турагентов на рынке услуг.

Мы тоже не совсем согласны с внесенной законодательной инициативой по ряду причин: во-первых, внесенная дефиниция туристского продукта существенно «размывает» границы туризма и туристской деятельности, а ведь для того чтобы потребитель стал туристом его надо переместить в иное место временного пребывания – то есть оказать ему услугу перевозки, и разместить его в месте, являющемся целью поездки – то есть предоставить ему услугу размещения; во-вторых, первичной в туризме в целом и в туристском продукте в частности, является именно услуга перевозки, так как в законодательных определениях туризма и туриста «размещение» отнесено к вариативным признакам, тогда как приоритетным является признак нахождения туриста в месте временного пребывания более 24 часов; в-третьих, предложенное понятие, с одной стороны, «разрушает» туристский продукт в классическом его понимании, и, с другой стороны, в ряде случаев неоправданно расширяет субъектный состав туристской индустрии, включая в него средства размещения, санаторно-курортные организации, транспортные компании и даже турлидеров – физических лиц, предоставляющих отдельные туристские услуги. Как вывод, считаем, что такое определение туристского продукта не решит всего комплекса проблем, характерных, в том числе, и для внутреннего туризма.

В Беларуси наблюдается иной подход, который снимает многие из названных выше проблем – а именно, конечный результат путешествия декларируется через понятие услуги. Так, в ст. 1 Закона Республики Беларусь от 11 ноября 2021 г. № 129-З «О туризме» (далее – Закон о туризме) содержится понятие «туристическая услуга», включающая перевозку, размещение, экскурсионную и иную услугу, оказание которой в комплексе туристических услуг позволяет совершить туристическое путешествие, и понятие «комплекс туристических услуг» как совокупность двух и более названных туристических услуг. Такой «комплекс», согласно Закону о туризме, формируется исключительно туроператором. В настоящее время в связи с развитием новых видов туризма (промышленный, сельский, научно-популярный, патриотический, экологический туризм) появляются новые субъекты, предоставляющие комплексы туристских услуг, не являющиеся туристскими продуктами. Например, принятие указанного выше проекта Федерального закона в существующем виде потребует от фермерских хозяйств, оказывающих туристские услуги, получать статус туроператора, что для них неприемлемо в большинстве случаев. В Республике Беларусь договоры в сфере сельского туризма регламентированы типовой формой договора на оказание услуг агроэкотуристам, утвержденной Постановлением Совета Министров Республики Беларусь от 9 декабря 2022 г. № 860 «О реализации Указа Президента Республики Беларусь от 4 октября 2022 г. № 35».

В российском законодательстве какая-либо регламентация договорных отношений в этой сфере отсутствует, но при этом в ст. 1 Закона «Об основах туристской деятельности в РФ» представлено определение сельского туризма, из которого, опять-таки, вытекает обязанность субъектов сельского туризма становиться туроператорами и турагентами при формировании, продвижении и реализации туристских продуктов. Не теряет актуальности и вопрос о формировании и реализации комплексов из отдельных туристских услуг, не образующих в совокупности туристский продукт, или же,

в ряде случаев, подменяющих туристский продукт (в первую очередь, через аффилированность юридических лиц, либо через создание комплексов из услуг, приобретаемых у отдельных их исполнителей).

На наш взгляд, в ст. 1 Закона «Об основах туристской деятельности в РФ» необходимо ввести понятие нового субъекта туристской индустрии – организатора туризма, который сможет формировать и предоставлять комплексы из отдельных услуг, не образующих в совокупности туристский продукт. Соответственно, такие организаторы туризма будут заключать с туристами не договор о реализации туристского продукта, а договор на туристское обслуживание. Такой же договор могут заключать и туроператоры, которые будут формировать и реализовывать эти комплексы туристских услуг. По аналогии с договором о реализации туристского продукта важно установить ответственность организатора туризма за все услуги, входящие в комплекс туристских услуг, и такая же по своему объему ответственность будет предусмотрена Законом «Об основах туристской деятельности в РФ» и для туроператоров.

Еще одной проблемой является правовое регулирование единичных туристских услуг, которые не образуют в совокупности туристский продукт. Показателен в таком случае пример Беларуси, в законодательстве которой определены и регламентированы две договорные конструкции, в рамках которых реализуются либо услуги, связанные с организацией туристского обслуживания, либо комплекс услуг, состоящий из нескольких услуг (ст. 23 Закон о туризме). В России такими комплексными по своему характеру услугами являются услуги отпускного размещения, таймшера, клубного отдыха, а также так называемые программы наземного обслуживания, предлагаемые как российскими туроператорами, так и зарубежными туроператорами, ведущими деятельность по приему российских туристов.

В российской практике договоры на комплексное обслуживание наиболее часто заключаются в гостиничной сфере, а их предметом является предоставление не гостиничных услуг, а гостиничного продукта, зачастую включающего, наряду с услугами размещения, еще и услуги питания, анимационно-досуговые, трансферные и иные услуги.

С развитием цифровых технологий многие сферы жизнедеятельности переходят в интернет-пространство, когда, например, огромное количество договоров в сфере туризма заключается на агрегаторах и маркетплейсах, таких как МТС Travel, Травелата, Суточно, Левел-трэвел и т.д. Тем не менее, деятельность агрегаторов и маркетплейсов не регулируется отраслевыми нормами, которые распространяются на туристские компании. С одной стороны, они не проходят регистрацию как туроператоры, не обязаны предоставлять финансовые гарантии, вносить сведения в Единый федеральный реестр туроператоров или государственную информационную систему «Электронная путевка». Это позволяет таким платформам минимизировать издержки, связанные с соблюдением государственных требований, а на сформированные таким образом комплексные туры не распространяются и нормы туристского законодательства, касающиеся защиты прав туристов.

Продавец обязан заключить с клиентом договор, где исполнителем может быть только туроператор, включенный в Единый федеральный реестр туроператоров. Однако, если услуги по перевозке и размещению оказываются одним и тем же туристам на одинаковые даты, но от разных юридических лиц, такая схема может быть расценена как притворная сделка, направленная на реализацию туристского продукта без регистрации в реестре туроператоров (ЕФРТ). Это многократно уже разъясняли Верховный Суд РФ, Роспотребнадзор, Министерство экономического развития РФ.

Итак, можно сделать следующие важные выводы:

1) Существующая система туристских правоотношений в России постоянно диверсифицируется и углубляется, что сопровождается и значительным расширением субъектного состава туристской индустрии, в который постепенно «втягиваются», наряду с туроператорами и турагентами, также владельцы агрегаторов, цифровые площадки, исполнители отдельных услуг и их комплексов, отвечающие целям путешествий туристов. В этой связи законодательство о туризме должно оперативно реагировать соответствующими изменениями, приоритетным из которых, на наш взгляд, является расширение предмета регулирования – от только туристского продукта к иным комплексам туристских услуг и отдельным услугам, которые удовлетворяют потребности граждан в путешествиях;

2) в сфере внутреннего и въездного туризма более 80% туров не отвечают законодательным признакам туристского продукта, так как в их структуре отсутствуют услуги перевозки, приобретаемые самостоятельно. Для регулирования таких правоотношений считаем целесообразным: а) дополнить ст. 1 Закона «Об основах туристской деятельности в РФ» дефинициями «комплекс туристских услуг», «туристская услуга», «комплексная транспортно-туристская услуга» (применительно к организациям-перевозчикам, предоставляющим туристские услуги в процессе перевозки), б) изложить в иной редакции дефиницию понятия «туристский продукт»; в) законодательно определить перечень конкретных (а не любых и не всех подряд) туристских услуг, из которых могут быть сформированы комплексы туристских услуг;

3) действие Закона «Об основах туристской деятельности в РФ» необходимо распространить и на новых субъектов туристской индустрии: а) организаторов туризма, определить которых следует в ст. 1 вышеуказанного закона в качестве субъектов туристской индустрии, формирующих, продвигающих и реализующих комплексы туристских услуг, не являющиеся туристскими продуктами; б) владельцев агрегаторов информации о туристских услугах, в отношении которых должен быть установлен прямой запрет на формирование и реализацию туристских продуктов и комплексов туристских услуг; в) исполнителей отдельных туристских услуг (в первую очередь, экскурсионных, гостиничных и транспортных услуг), предусмотрев для них прямой запрет на формирование и реализацию туристских продуктов и комплексов туристских услуг;

4) Закон «Об основах туристской деятельности в РФ», учитывая предлагаемые выше к внесению в него новеллы, необходимо дополнить двумя новыми договорными конструкциями – договором на туристское обслуживание (предоставление комплекса туристских услуг), который могут заключать с туристами туроператоры и организаторы туризма, и договором возмездного оказания услуг (отдельных туристских услуг), заключаемым как туроператорами и организаторами туризма, так и иными субъектами туристской индустрии (средствами размещения, владельцами агрегаторов, самозанятыми экскурсоводами, предприятиями питания, транспорта и т. д.).