

К ВОПРОСУ ОБ ОТВЕТСТВЕННОСТИ ВЛАДЕЛЬЦЕВ АГРЕГАТОРОВ ИНФОРМАЦИИ О ТУРИСТСКИХ УСЛУГАХ

Н.В. Сирик, А.С. Кусков

Смоленский филиал СГЮА, Смоленский филиал МЮИ, Россия

Аннотация. В работе исследуются правовое положение владельцев агрегаторов в сфере защиты прав потребителей и подходы к определению пределов их гражданско-правовой ответственности, выявляется специфика деятельности владельцев агрегаторов информации о туристских услугах, несения ими гражданско-правовой ответственности. Делаются выводы о необходимости дальнейшего реформирования законодательства о туризме с целью учета выявленных нами проблем в деятельности туристских агрегаторов.

Ключевые слова: владелец агрегатора, гражданско-правовая ответственность, маркетплейс, потребитель, турагентская деятельность, туристские услуги, туристский агрегатор, туроператорская деятельность.

В условиях цифровизации и информатизации всех сфер жизнедеятельности общества значительная доля отношений с участием потребителей по продаже товаров и реализации услуг переместилась в виртуальное пространство – прежде всего, в Интернет. Следствием этой тенденции стало появление различных электронных площадок, на которых аккумулируются предложения продавцов товаров и исполнителей, предлагающих широкий спектр услуг, и к которым относятся, например, сервисы подбора туров (travel.ru, travelata.ru, sletat.ru, farvater.travel, malpatravel), приобретения авиабилетов (aviasales.ru, skyscanner.com), бронирования номеров в отелях (booking.com, ostrovok.ru, hotels.ru).

Легальное определение владельца агрегатора, сформулированное в Законе РФ «О защите прав потребителей» (в Законе Республики Беларусь «О защите прав потребителей» понятие «владелец агрегатора» отсутствует), позволяет в первом приближении сделать вывод о том, что владелец агрегатора выполняет исключительно информационные функции, по сути, представляя свою площадку (маркетплейс) для встречи продавцов и исполнителей с потребителями и последующего информационного обмена между ними с целью продажи товаров и реализации услуг. Однако зачастую в реальной практике владельцы агрегаторов в одностороннем порядке расширяют свои полномочия до агентирования и даже до оказания потребителям отдельных услуг на основании возмездных договоров.

В связи с вышесказанным, особую остроту приобрел вопрос о пределах ответственности владельцев агрегаторов, который является одним из наиболее спорных в контексте обеспечения защиты прав потребителей в цифровой среде, что подтверждается практически полным отсутствием единообразия в судебной практике России, Республики Беларусь и других зарубежных стран. Целью нашего исследования является определение пределов ответственности владельцев агрегаторов применительно к правоотношениям в сфере туризма, которые бы наиболее отвечали интересам общества и государства, с одной стороны, гарантируя должный уровень защиты прав туристов, и с другой – не ограничили бы рынок цифровых платформ в сфере туризма и IT-индустрию в целом.

Материал и методы. Информационной базой являются нормативно-правовые акты РФ, регламентирующие деятельность владельцев агрегаторов, результаты доктринальных исследований и материалы правоприменительной практики. Теоретическая и методологическая основа исследования образована общенаучными методами анализа, синтеза, систематизации и классификации, отраслевыми методами сравнительно-правового (компаративного) анализа, которые применяются с целью обоснования выработки новых механизмов установления пределов гражданско-правовой ответственности туристских агрегаторов.

Ключевой гипотезой исследования является предположение о том, что пределы ответственности владельца агрегатора не должны ограничиваться одним лишь предоставлением потребителю всей необходимой информации о предлагаемых туристскими организациями услугах. Владелец агрегатора в определенных случаях должен отвечать за своих контрагентов, оказывающих потребителям отдельные туристские услуги, и, в частности, нести субсидиарную ответственность по договорным и иным обязательствам.

Результаты и их обсуждение. В 2019 году в Закон РФ «О защите прав потребителей» [1] внесены нормы, регулирующие деятельность владельцев агрегаторов информации о товарах и услугах. Владелец агрегатора по сути своей является маркетплейсом, площадкой, функцией которой является, прежде всего, распространение информации о товарах и услугах продавцов и исполнителей, предлагаемых на ней. Следовательно, законодатель предусмотрел в отношении владельцев агрегаторов, в первую очередь, ответственность за нарушение «информационных» прав потребителей, а именно обязанность возмещения убытков, возникших вследствие предоставления недостоверной или неполной информации об услуге и ее исполнителе, на основании которой заключены соответствующие договоры.

Как пишет К.К. Краулин, «судебной практикой выработаны следующие критерии оценивания соответствия информационных ресурсов, принадлежащих владельцу агрегатора, указанным требованиям: информация должна доводиться до сведения потребителя в наглядной и доступной форме, а также учитывать технические особенности определенных носителей, при этом под доступностью понимается отсутствие необходимости совершения каких-либо специальных действий (например, перехода по ссылке); у потребителя не должно возникать сомнения, что услуга будет оказана не агрегатором» [2, с. 30].

Это приводит нас к мысли о том, что сочетание легального и доктринального подходов к определению содержания правоотношений с участием владельцев агрегаторов позволяет выделить четыре ключевых признака таких правоотношений: 1) деятельность владельца агрегатора заключается в информационном посредничестве (например, в «знакомстве» потребителя с исполнителем туристских услуг); 2) вышеназванная деятельность для потребителя-туриста является безвозмездной (никакие договоры с владельцем агрегатора не заключаются); 3) договоры о приобретении товаров и услуг заключаются потребителем, соответственно, с продавцами и исполнителями как в рамках электронной площадки, так и за ее пределами; 4) оплата товаров и услуг может производиться

ся как напрямую, так и через владельцев агрегаторов. Указанные признаки как раз и определяют границы ответственности владельцев агрегаторов.

Проведенный анализ современных исследований о пределах гражданско-правовой ответственности владельцев агрегаторов позволяет сделать выводы о существовании как минимум трех доктринальных подходов.

1. Ответственность владельцев агрегаторов должна ограничиваться только нарушением прав потребителя на информацию. В связи с этим А. И. Бычков отмечает, что по законодательству РФ «главная задача владельца агрегатора заключается в корректном и своевременном раскрытии информации о себе, продавцах и исполнителях, предлагаемых ими товарах и услугах, ее обновлении и изменении», в связи с чем ответственность владельца агрегатора ограничивается только теми убытками, которые причинены потребителю нарушением его права на получение полной и достоверной информации по вине агрегатора» [3].

Такой же позиции придерживается Роспотребнадзор, многократно дававший официальные разъяснения потребителям о том, что существующее правовое регулирование деятельности владельцев агрегаторов является необходимым и достаточным для обеспечения должного уровня защищенности потребителей, в том числе и туристов. Л. В. Кузнецова, развивая такую точку зрения и видя тенденцию по возложению на владельцев агрегаторов более значительной ответственности по опосредуемым ими сделкам, указывает, что данная точка зрения является ошибочной и даже опасной [4, с. 60]. Автор делает вывод о том, что ответственность владельцев агрегаторов не может расширяться и должна ограничиваться исключительно их информационными обязанностями.

Однако отметим, что потребительским законодательством установлены лишь общие нормы, определяющие круг обязанностей и ответственности владельцев агрегаторов, но не учитывающие специфику деятельности таких субъектов в сфере туризма. Как известно, Федеральный закон «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» [5] не содержит понятие «владелец агрегатора информации о туристских услугах» и нормы, регламентирующие их деятельность и ответственность за нарушения прав потребителей.

К туристским агрегаторам относятся те сервисы, которые позволяют забронировать номера в отелях, заключить договор туристской перевозки, внести аванс за отдельные туристские услуги. Казалось бы, такие туристские агрегаторы сами не должны оказывать услуги размещения и перевозки, а также иные туристские услуги, в том числе и те, которые будут приводить к формированию туристского продукта. В соответствии с законодательством о защите прав потребителей агрегаторы должны доводить до потребителей все необходимые сведения, позволяющие определить потребительские свойства туристских услуг, например, о количестве звезд у гостиниц, классе мест в самолете и т.д.

Фактически же деятельность владельцев агрегаторов сопряжена с рядом проблем, снижающих уровень защищенности туристов и подрывающих их доверие к отрасли. Например, турагенты, имеющие на своем сайте модуль подбора туров и реализующие туристские путевки в онлайн-среде, уже являются «реальными продавцами услуг» и заключают с потребителями договоры. Такие

владельцы агрегаторов выступают уже в роли полноценного агента, а не «информационного посредника». Участились случаи предоставления владельцами агрегаторов отдельных туристских услуг, которые в совокупности образуют туристский продукт, приобретаемый потребителем без его обращения к туроператору или турагенту, что запрещено законодательством.

В результате можно говорить о том, что законодательный подход, ограничивающий ответственность владельцев агрегаторов информационными дефектами в обслуживании, уже не отвечает современным реалиям работы владельцев агрегаторов информации о туристских услугах. Названную проблему можно решить двумя путями – либо введением законодательного запрета на ведение владельцами агрегаторов деятельности по оказанию отдельных туристских услуг и их комплексов, либо расширением пределов гражданско-правовой ответственности владельцев агрегаторов с квалификацией их деятельности в качестве туроператорской или турагентской и последующим запуском в их отношении специального механизма гарантий защиты прав туристов.

2. Второй, более широкий подход к определению пределов ответственности владельцев агрегаторов основан на том, что закрепленная в Законе РФ «О защите прав потребителей» модель ограниченной ответственности владельцев агрегаторов видится несправедливой и нарушающей баланс интересов сторон. Освобождение владельцев агрегаторов от ответственности за действия исполнителей, реализующих услуги на таких площадках, противоречит существу экономических отношений сторон и не отвечает общественным интересам. Многие авторы пишут, что введение в договорные отношения с потребителями владельцев агрегаторов привело к усложнению взаимодействия, размыванию пределов ответственности каждой из сторон таких договоров. Следовательно, наиболее обоснованным будет установление субсидиарной ответственности владельцев агрегаторов по всем сделкам, совершаемым на их платформе [6, 7, 8].

Как метко отмечает А.А. Маркелова, «право должно отдавать приоритет жизни и здоровью потребителей перед имущественными интересами компаний» [9, с. 19]. Именно поэтому общий тренд в российской правовой доктрине (но не в судебной и административной практике) направлен на формирование мнения о необходимости расширения пределов ответственности владельцев агрегаторов как минимум до субсидиарной ответственности, в том числе не только за информационные нарушения, но и, к примеру, за нарушения прав потребителей на предоставление им услуг надлежащего качества.

3. Третий, более радикальный подход, предлагается специалистами, ратующими за введение норм о солидарной и даже полной ответственности владельца агрегатора как за свои действия (например, за предоставление потребителям недостоверной информации вследствие внесения изменений владельцем агрегатора в информацию, предоставляемую партнерами), так и за действия продавцов и исполнителей, предлагающих на площадке свои товары и услуги.

Существование такого подхода отчасти можно признать обоснованным, так как он аргументируется расширением сферы деятельности владельцев агрегаторов, уже самостоятельно выступающих в качестве субъектов договорных

отношений с потребителями, выполнением владельцами агрегаторов функций платежного агента по приему денежных средств потребителей, значительными свободами, предоставленными им продавцами и исполнителями в части изменения предоставляемой информации и условий договоров с потребителями.

Стимулирует к введению для владельцев агрегаторов полной гражданско-правовой ответственности проблема создания фейковых сайтов таких агрегаторов, где в ходе мошеннических действий собираются денежные средства с потребителей за отдельные услуги, а потом такой сайт блокируется его разработчиком, исчезающим вместе с деньгами потребителей. В этой связи целесообразно ввести два инструмента – реестр владельцев агрегаторов с обязательной маркировкой и учетом их сайтов, внесение изменений в Закон о туризме, предусматривающих установление запрета на реализацию владельцами агрегаторов отдельных туристских услуг и их комплексов.

Заключение. И так, существующее регулирование деятельности владельцев агрегаторов информации о туристских услугах общегражданскими нормами и нормами законодательства о защите прав потребителей является недостаточным, так как не учитывает специфику туристской отрасли и возможности владельцев агрегаторов вести туроператорскую и турагентскую деятельность без соответствующего финансового обеспечения ответственности. В связи с этим предлагается внести соответствующие изменения в Федеральный закон «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации», где определить понятие туристского агрегатора, ввести запрет на реализацию ими туристских услуг и установить в отношении таких агрегаторов специальную ответственность.

Список использованных источников

1. Закон РФ от 07.02.1992 г. № 2300-1 (в ред. от 05.12.2022 г. № 478-ФЗ) «О защите прав потребителей» // Ведомости СНД РФ и ВС РФ. – 1992. – № 15. – Ст. 766.
2. Краулин, К.К. Пределы гражданско-правовой ответственности владельцев маркетплейсов перед потребителями в РФ и США / К.К. Краулин // Цифровое право. – 2022. – № 3. – С. 20–42.
3. Бычков, А.И. Агрегаторы и маркетплейсы / А.И. Бычков // Экономико-правовой бюллетень. – 2019. – № 12. – 160 с.
4. Кузнецова, Л.В. Вопросы гражданско-правовой ответственности агрегаторов электронной коммерции / Л.В. Кузнецова // E-commerce и взаимосвязанные области (правовое регулирование): сборник статей. – М.: Статут, 2019. – С.39-65.
5. Федеральный Закон от 24.11.1996 г. № 132-ФЗ (в ред. от 28.05.2022 г. №148-ФЗ) «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» // Собрание законодательства РФ. – 1996. – № 49. – Ст. 5491.
6. Дерюгина, Т.В. Правовая природа договора, опосредующего возникновение правоотношений с участием агрегатора / Т.В. Дерюгина // Гражданское право. – 2018. – № 6. – С. 3–6.
7. Долгов, С.Г. Гражданско-правовая ответственность агрегаторов такси / С. Г. Долгов // Гражданское право. – 2021. – № 1. – С.3-7.
8. Подузова, Е.Б. Субъекты цифровых правоотношений: тенденции права и бизнеса / Е.Б. Подузова // Актуальные проблемы российского права. – 2021. – № 16. – С.55-60.
9. Маркелова, А.А. Гражданско-правовая ответственность агрегаторов такси: между договорным и деликтным правом / А.А. Маркелова // Цифровое право. – 2021. – № 2. – С. 8–19.