

ЦИФРОВИЗАЦИЯ В СФЕРЕ ТУРИЗМА: ПРАВОВЫЕ И ОРГАНИЗАЦИОННЫЕ АСПЕКТЫ

Н.В. Сирик, А.С. Кусков

Современный туризм представляет собой одну из наиболее динамично развивающихся сфер услуг в РФ, которую государство рассматривает как стратегически важную отрасль. Актуальной тенденцией развития отрасли выступает цифровизация, проявляющаяся, в том числе, в трансформации договорных отношений между туристскими организациями и туристами.

Цель исследования — комплексный анализ правовых и организационных аспектов цифровизации договорных отношений в туризме, включая исследование деятельности маркетплейсов и агрегаторов, а также оценку эффективности электронных форм договоров (click-wrap-соглашений) с позиции защиты прав потребителей.

Информационную базу работы образуют три основные группы источников. Во-первых, это нормативные правовые акты Российской Федерации, регламентирующие деятельность в сфере туризма и защиты прав потребителей, включая Гражданский кодекс РФ, Федеральный закон «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации», Закон РФ «О защите прав потребителей», а также подзаконные нормативные акты (Правила оказания услуг по реализации туристского продукта). Во-вторых, в работе проанализированы законопроекты, находящиеся на рассмотрении в Государственной Думе РФ, направленные на регламентацию функционирования туристических агрегаторов. В-третьих, эмпирическую базу составили материалы правоприменительной практики, включая судебные акты судов общей юрисдикции (в частности, апелляционные определения и определения кассационных судов), а также разъяснения Роспотребнадзора по вопросам применения электронных форм договоров. Существенное значение для формирования теоретической базы имели доктринальные источники, представленные в трудах отечественных и зарубежных исследователей в области цифровизации договорных отношений и правового статуса информационных посредников в туризме.

Методологическую основу составили общенаучные методы познания и частнонаучные: формально-юридический, сравнительно-правовой и анализа судебной практики.

Безусловно, цифровизация не может решить все проблемы туристической отрасли. Становление цифровой экономики следует оценивать в связи с другими трансформационными тенденциями, затрагивающими все области современного мира. Современные технологии и цифровизация активно трансформируют туристическую отрасль, создавая новые бизнес-модели и сервисы. Однако их внедрение требует адаптации правового регулирования.

Ключевыми инновациями в туризме следует считать деятельность цифровых платформ и агрегаторов (МТС Travel, Травелата, Суточно, Т-Банк и др.), основное преимущество которых заключается в объединении множества туристских услуг в одном месте, что позволяет потребителям сравнивать цены и качество.

Значительный массив научных публикаций, посвященных деятельности информационных посредников в туризме, отличается междисциплинарным характером. Экономическая наука исследует агрегаторов как эффективный инструмент снижения транзакционных издержек и оптимизации туристских потоков [1, с. 165; 2, с. 115]. Юридическая наука, в свою очередь, сосредоточена на анализе легальной дефиниции «владельца агрегатора» [3, с. 346; 4, с. 366]. Тем не менее констатируется наличие существенного научного пробела. При всей важности экономического анализа эффективности агрегаторов и точечных юридических комментариев, в современной доктрине отсутствует целостное исследование, посвященное правовому статусу и ответственности агрегаторов перед туристами.

На агрегаторы и маркетплейсы распространяются общие нормы ГК РФ о договоре комиссии и агентском договоре, а также Закон «О защите прав потребителей» от 07.02.1992 № 2300-1. Декретом Высшего Государственного Совета Союзного государства № 6 «О единых правилах в области защиты прав потребителей» (принятого в г. Минске 06.12.2024) расширена их ответственность: они обязаны обеспечивать соблюдение требований продавцами и создавать условия для предоставления полной информации о продукции.

Вместе с тем деятельность агрегаторов не подпадает под отраслевое туристское законодательство. Они не регистрируются как туроператоры, не имеют финансовых гарантий, не вносятся в Единый федеральный реестр туроператоров (ЕФРТ) и систему «Электронная путевка». Это позволяет им снижать издержки, а на сформированные комплексные туры не распространяются нормы о защите прав туристов. Туристские информационные агрегаторы фактически выполняют функции нового вида посреднических структур в системе отношений между туроператорами, турагентами и потребителями туристского продукта. Длительное отсутствие их легитимации в российском законодательстве породило существенную правовую неопределенность. В судебной практике это приводит к необходимости квалификации их деятельности по аналогии с деятельностью турагентов либо информационных посредников, что влечет за собой коллизии норм и затрудняет защиту прав участников правоотношений.

Отметим, что на рассмотрение Государственной Думы РФ представлен законопроект, направленный на регламентацию функционирования туристических агрегаторов. Инициатива предполагает инкорпорирование в Федеральный закон «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» ключевых дефиниций: «агрегатор информации о туристских продуктах

и (или) услугах» и «владелец агрегатора» [5]. Целью нововведений декларируется формирование прозрачных условий для потребителей, повышение уровня безопасности туристов, а также оптимизация механизмов урегулирования споров между хозяйствующими субъектами и путешественниками.

В соответствии с проектом, под агрегатором понимается программное обеспечение или интернет-ресурс, обеспечивающие доступ пользователей к информации о туристских продуктах и услугах, а также техническую возможность заключения договоров с туроператорами, турагентами или иными контрагентами, включая осуществление безналичных расчетов.

Владельцем агрегатора может быть исключительно юридическое лицо, зарегистрированное по законодательству Российской Федерации. Таким образом, исключается возможность контроля над российскими туристскими данными со стороны нерезидентов, за исключением случаев, специально разрешенных Правительством РФ.

Предлагаемая ст. 10.5 Федерального закона устанавливает специальный режим деятельности агрегаторов, включающий следующие нормативные элементы:

1. Закрепление возможности заключения договора с туристом посредством публичной оферты или пользовательского соглашения.
2. Императивное требование к владельцу агрегатора по информированию потребителя о механизмах досудебного урегулирования споров и способах защиты имущественных интересов (в частности, о страховании рисков).
3. Предоставление агрегатору права на односторонний отказ от договора с контрагентом при выявлении фактов недостоверной информации.
4. Обязанность обеспечения ссылок на данные государственных реестров при указании сведений о туроператорах, турагентах и средствах размещения.

Принципиальной новеллой является норма об освобождении владельца агрегатора от имущественной ответственности за недостатки услуг, оказываемых третьими лицами. Однако предложение потребителю услуг перевозки и размещения в отношении одного лица и периода квалифицируется как осуществление туроператорской деятельности, что влечет за собой включение в Единый федеральный реестр туроператоров и несение полного объема соответствующих обязанностей.

Введение специального правового статуса агрегаторов призвано обеспечить формирование прозрачных условий осуществления деятельности всех участников туристского рынка.

Для туроператоров и турагентов это означает внедрение новых стандартов информационного взаимодействия и ответственности. Агрегаторы, в свою очередь, обретают легальный статус, выходя за рамки неформализованной роли «информационной площадки».

Повышенное внимание в законопроекте уделено информированию потребителя, основанному на принципах Закона «О защите прав потребителей»,

направлено на профилактику правонарушений, характерных для цифровой среды, включая подмену поставщика услуг, несоответствие услуги описанию и отсутствие страхового покрытия.

Принятие рассматриваемых изменений будет способствовать формированию унифицированной правовой основы функционирования цифровых туристских платформ, в частности: повышению прозрачности сделок и, как следствие, росту доверия потребителей; снижению конфликтности и сокращению количества судебных споров; имплементации современных стандартов электронного документооборота в сфере туризма.

Активно развивается в доктрине и проблематика электронных договоров, однако работы Л.Ю. Василевской, Л.Г. Ефимовой и др. посвящены электронной коммерции в целом [6, с. 26; 7, с. 130]. В то же время следует отметить недостаточность исследований цифровизации договоров именно в сфере защиты прав потребителей туристских услуг. Дискуссионность вопросов подтверждается судебной практикой: с одной стороны, признается действительность электронных договоров (включая click-wrap), с другой — указывается на необходимость учета обстоятельств дела при рассмотрении споров о недействительности.

Законодательство допускает заключение договоров в электронной форме при соблюдении условий: составление в виде одного документа и подписание способами, предусмотренными ст. 160 и 434 ГК РФ. Возможность заключения договора о реализации турпродукта в электронной форме закреплена в ст. 10 Закона «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» [8] и п. 14 «Правил оказания услуг по реализации туристского продукта» [9].

Анализ норм и практики позволяет выделить следующие варианты заключения электронного договора о реализации турпродукта:

1. Click-wrap-договоры (присоединение к типовому формуляру через «проставление галочки»).
2. Обмен скан-копиями по электронной почте или в мессенджерах.
3. Загрузка скан-копии в личный кабинет туриста на сайте туроператора.
4. Подписание квалифицированной электронной подписью.

При квалификации туристских договоров как договоров присоединения широкое распространение получили click-wrap-соглашения, максимально упрощающие правоотношения. В американской доктрине это «соглашение, заключенное в онлайн-среде путем нажатия кнопки “Я согласен”». Можно выделить четыре признака таких соглашений: отсутствие офлайн-переговоров, заключение в виртуальной среде, наличие всех существенных условий в тексте, заключение путем конклюдентных действий (click-wrap) [10, p. 14; 11, p. 3–15].

В российской доктрине сформировалось несколько подходов к пониманию правовой природы click-wrap-соглашений: как договора, заключаемого

путем обмена электронными документами; как договора через конклюдентные действия; как договора присоединения (ст. 428 ГК РФ). Есть точка зрения о противоречии таких договоров законодательству, так как их форма прямо не предусмотрена.

Роспотребнадзор в информации «Об особенностях click-wrap-соглашений» указал на правомерность использования таких договоров, но с оговорками: потребитель должен получить полную информацию об услуге без необходимости переходов по ссылкам; иметь возможность ознакомиться с полным текстом договора на одной странице; а в веб-форме не должно быть заранее проставленных отметок, порождающих юридические последствия без ведома потребителя [12].

Заключение договоров способом «click-wrap» не лишено недостатков.

Во-первых, сложно достоверно установить принятие условий конкретным лицом. В практике используются дополнительные меры: прикрепление скан-копии паспорта, подтверждение через SMS, загрузка подписанного договора в личный кабинет. Однако это «размывает» правовой смысл click-wrap, отодвигая проставление галочки на второй план.

Во-вторых, формализация не позволяет с уверенностью установить добровольность волеизъявления, особенно при подписании многостраничных договоров, где требуется многократное проставление отметок.

В-третьих, будучи договорами присоединения, они лишают потребителя влиять на условия, включая навязывание дополнительных услуг, что противоречит п. 3 ст. 16 Закона «О защите прав потребителей» (запрет на обусловливание приобретения одних услуг обязательным приобретением других) и образует состав административного правонарушения (ст. 14.8 КоАП РФ) [13].

В-четвертых, технические и программные особенности (невозможность ознакомиться с полным текстом с мобильных устройств, всплывающие окна) приводят к дефектам заключения договора. Это вызывает иски о признании электронных договоров недействительными, что требует применения не только гражданского, но и информационного законодательства.

На указанные недостатки отреагировал законодатель. В новых «Правилах оказания услуг по реализации туристского продукта» (п. 14) закреплено, что электронный договор о реализации турпродукта считается заключенным с момента его оплаты потребителем. Это вводит своеобразный «период охлаждения» — право потребителя отказаться от договора до момента внесения оплаты без правовых последствий.

В судебной практике конклюдентные действия (клик) не квалифицируются как безусловное выражение воли. Бремя доказывания того, что проставление галочки было осознанным действием, лежит на ответчике. Суд оценивает достаточность преддоговорной информации, технические условия и отсутствие ущемляющих прав условий (например, Апелляционное определение Санкт-Петербургского городского суда от 02.06.2022 г.

№ 33-12592/2022, где переписка и оплата подтвердили согласование условий). Переписка через интернет-мессенджер признается надлежащим доказательством заключения дополнительного соглашения об изменении условий договора с туристом (Определение Шестого кассационного суда общей юрисдикции от 01.11.2021 г. по делу № 88-22917/2021).

Отметим, что Минэкономразвития РФ планирует расширить единую цифровую платформу в туризме, добавив инструменты для оформления электронных договоров и внедрения автоматизированного документооборота между туроператорами, туристами и гостиницами.

Исследуя вопрос цифровизации договорных отношений в туризме, нельзя не остановиться на электронной путевке, создание которой в России в качестве механизма контроля за движением средств, переданных туристом туроператору, началось еще в 2014 году. По мнению разработчиков, данный механизм призван обеспечить прозрачность рынка и выступить в качестве гаранта защиты прав туристов, так как внесение данных в систему являлось обязательным условием туроператорской деятельности.

Новая «электронная путевка» — это документ, сформированный в единой информационной системе электронных путевок, на основе сведений, содержащихся в договоре о реализации туристского продукта. Однако не следует соотносить электронную путевку, представляющую собой цифровую запись в информационной системе, зашифрованную в виде QR-кода, с туристской путевкой, которая является неотъемлемым элементом договора и выдается туристам на руки или предоставляется в форме электронного документа.

Цифровизация данных на платформе ГИС «Электронная путевка» позволит обезопасить туриста от приобретения нелегального туристского продукта и сформирует необходимые для развития туристского бизнеса базы данных, актуальную статистику и инструменты контроля. Кроме того, наличие такой «электронной путевки», на наш взгляд, заметно упростит процесс рассмотрения и разрешения судами споров с туристами о признании договоров, заключенных в форме электронного документа, недействительными или незаключенными.

Проведенное исследование позволяет сделать вывод о том, что цифровая трансформация туристской отрасли, являясь объективным и необратимым процессом, создает серьезные вызовы для правового регулирования. Активное внедрение инновационных бизнес-моделей, прежде всего в лице маркетплейсов, агрегаторов (таких как МТС Travel, Т-Банк и др.) и банковских экосистем, опережает развитие отраслевого законодательства. Это приводит к появлению «серых зон», где субъекты, фактически реализующие комплексный туристский продукт, не несут обязанностей туроператоров (отсутствие финансовых гарантий, регистрации в реестре), что ставит туристов в уязвимое положение и создает неравные конкурентные условия.

Представленный на рассмотрение Государственной Думы РФ законопроект, вводящий легальную дефиницию «туристического агрегатора»,

следует оценивать, как своевременную и необходимую меру. Институционализация правового статуса указанных субъектов позволит: а) распространить на них требования по обеспечению финансовых гарантий; б) установить четкие правила информационного обмена и ответственности перед потребителем; в) исключить возможность недобросовестной конкуренции с классическими туроператорами, включенными в Единый федеральный реестр. Принятие данного закона создаст прозрачные условия взаимодействия всех участников туристского рынка и снизит риски потребителей от приобретения нелегального туристского продукта.

Анализ показал, что использование электронных форм договоров, в особенности *click-wrap*-соглашений, прочно вошло в практику туристского бизнеса и в целом признается правомерным. Однако их применение сопряжено с рядом проблем: сложностью идентификации стороны, заключившей договор, сомнениями в добровольности волеизъявления потребителя, техническими ограничениями при ознакомлении с полным текстом договора, а также распространенной практикой включения условий, ущемляющих права потребителей (например, навязыванием дополнительных услуг). Хотя Роспотребнадзор и судебная практика вырабатывают определенные подходы к разрешению данных споров, сохраняется потребность в унификации правоприменительной практики и принятии разъяснений высших судов.

Таким образом, цифровизация туризма, предлагая новые удобные форматы взаимодействия, одновременно требует от законодателя и правоприменителя адекватных ответов на возникающие вызовы. Дальнейшее развитие отрасли должно быть направлено на достижение баланса между инновационными бизнес-моделями и гарантиями защиты прав потребителей, что возможно только при условии своевременного совершенствования нормативной правовой базы [14]. Проведенное исследование закономерно продолжает и развивает научные изыскания авторов в сфере правового регулирования туристской деятельности [15]. Ранее в коллективной монографии «Актуальные проблемы реформирования туристского законодательства: подходы к разработке проекта Федерального закона “О туризме”» были определены основные векторы совершенствования отраслевого законодательства, среди которых особое место заняла проблема легитимации агрегаторов информации [16, с. 91–97]. В статье «К вопросу об ответственности владельцев агрегаторов информации о туристских услугах» был осуществлен углубленный анализ разрабатываемых норм об ответственности указанных субъектов [17]. Настоящая работа, посвященная более широкому кругу вопросов цифровизации договорных отношений (включая электронную форму договора, *click-wrap*-соглашения и систему «Электронная путевка»), позволяет рассматривать проблематику агрегаторов как составную часть общего процесса цифровой трансформации туризма, что подтверждает системный и последовательный характер проводимых исследований.

Список использованных источников:

1. Панфилова, Е.А. Цифровизация сферы туризма и путешествий: тенденции, инструментарий, перспективы развития / Е.А. Панфилова // Модернизация экономики государств: отраслевой и региональный аспект, научно-технологическое и инновационное предпринимательство: материалы междунар. науч.-практ. конф. профессорско-преподавательского состава, молодых ученых и студентов, посвященной 75-летию факультета менеджмента и предпринимательства, Ростов-на-Дону, 9–14 дек. 2024 г. / Ростов. гос. экон. ун-т. — Ростов н/Д, 2024. — С. 164–167.
2. Курочкина, Е.А. Проблемы применения информационных технологий в сфере российского туризма / Е.А. Курочкина // Исследования и инновации: синергия знаний и практики: сб. ст. междунар. науч.-практ. конф., Москва, 20 февр. 2024 г. — М.: Изд-во Центра дополнительного профессионального образования «Цифровая академия», 2024. — С. 112–121.
3. Деханов, С.А. Агрегаторы на туристическом рынке: проблемные аспекты правового статуса онлайн-сервисов, оказывающих туристские услуги / С.А. Деханов, О.А. Смыкова // Образование и право. — 2025. — № 4. — С. 343–348.
4. Сирик, Н.В. Гражданско-правовые аспекты регулирования инноваций в сфере туризма / Н.В. Сирик // Донецкие чтения — 2025: образование, наука, инновации, культура и вызовы современности: материалы X Междунар. науч. конф., посвященной 60-летию создания Донецкого научного центра, Донецк, 5–7 нояб. 2025 г. / Донецк. гос. ун-т. — Донецк, 2025. — С. 365–368.
5. Паспорт проекта Федерального закона № 1023998-8 «О внесении изменений в Федеральный закон “Об основах туристской деятельности в Российской Федерации” (о регулировании деятельности агрегаторов информации о туристских продуктах и (или) услугах)» // СПС «Консультант плюс» (дата обращения: 27.02.2026).
6. Василевская, Л.Ю. Электронная форма сделок с недвижимостью: проблемы правоприменения в условиях цифровизации / Л.Ю. Василевская // Вестник Университета имени О.Е. Кутафина (МГЮА). — 2024. — № 1(11). — С. 25–34.
7. Ефимова, Л.Г. Еще раз о понятии и правовой природе электронной формы сделки / Л.Г. Ефимова // *Lex russica*. — 2019. — № 8. — С. 129–137.
8. Федеральный закон от 24.11.1996 г. № 132-ФЗ (ред. от 29.12.2025) «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» // Собрание законодательства РФ. — 1996. — № 49. — Ст. 5491.
9. Постановление Правительства РФ от 18.11.2020 г. № 1852 «Об утверждении Правил оказания услуг по реализации туристского продукта» (в ред. от 14.11.2022 г. № 1508) // Собрание законодательства РФ. — 2020. — № 47. — Ст. 7551.
10. Stein, L.D. Click to accept / L.D. Stein // *Web Techniques*. — 2001. — № 6. — P. 14.
11. Buono, F.M. Maximizing the Enforceability of Click-Wrap Agreements / F.M. Buono, J.A. Friedman // *Journal of Technology Law and Policy*. — 1999. — Vol. 4, iss. 3. — P. 3–15.
12. Информация Роспотребнадзора от 05.11.2020 г. «Об особенностях click-wrap-соглашений» (документ опубликован не был) // СПС «Консультант Плюс» (дата обращения: 27.02.2026).
13. Закон РФ от 07.02.1992 г. № 2300-1 (ред. от 28.12.2025, с изм. от 17.02.2026) «О защите прав потребителей» // Ведомости СНД РФ и ВС РФ. — 1992. — № 15. — Ст. 766.
14. Декрет Высшего Государственного Совета Союзного государства № 6 «О единых правилах в области защиты прав потребителей» (принят в г. Минске 06.12.2024) // СПС «Консультант плюс» (дата обращения: 27.02.2026).

15. Кусков, А.С. Цифровизация договорных отношений в туристском бизнесе / А.С. Кусков, Н.В. Сирик // Цифровые технологии и право: сб. науч. тр. I Междунар. науч.-практ. конф., Казань, 23 сент. 2022 г.: в 6 т. / под ред. И.Р. Бегишева [и др.]. — Казань: Издательство «Познание», 2022. — Т. 2. — С. 439–446.

16. Актуальные проблемы реформирования туристского законодательства: подходы к разработке проекта Федерального закона «О туризме»: коллективная монография / С.А. Тарбаев, М.А. Саранча, А.С. Кусков [и др.]. — М.: РГУТИС, КНОРУС, 2023. — 140 с.

17. Сирик, Н.В. К вопросу об ответственности владельцев агрегаторов информации о туристских услугах / Н.В. Сирик, А.С. Кусков // Право: теория и практика — 2023: сб. науч. ст. / Вит. гос. ун-т. — Витебск, 2023. — С. 92–96.

ПРОТИВОДЕЙСТВИЕ КОРРУПЦИИ В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВИЗАЦИИ ОБЩЕСТВА

А.А. Сухарев

В настоящее время социально-правовые явления неуклонно стремятся к новой научно-технологической парадигме цифровых логистических систем, сетевому принципу отношений между государством и гражданским обществом. Развитие данной тенденции происходит на фоне устойчивой живучести коррупции, которая достигла транснациональных масштабов и затрагивает экономику и общество всех стран. Коррупция в значительной степени снижает эффективность структуры государственного управления, подрывает доверие граждан к властным структурам, способствует нестабильности и повышению уровня неопределенности в обществе. Исследование способов профилактики коррупционной деятельности в условиях активного внедрения цифровых технологий в государственное управление и экономику позволит более эффективно противостоять данному негативному явлению.

Цель исследования — определение особенностей возникновения коррупционных устремлений в условиях реализации цифровых технологий и рассмотрение путей совершенствования профилактических мер. Материалом послужили нормативные правовые акты, регулирующие общественные отношения в сфере борьбы с коррупцией и определяющие основы оборота информации в государственных цифровых системах; научные публикации по теме работы. В качестве основных методов использовались общенаучные и частнонаучные (компаративистский и правового прогнозирования).

В 2021 году в рамках Программы ООН об использовании цифровых решений в области борьбы с коррупцией был опубликован доклад «Новые технологии для устойчивого развития: перспективы честности, доверия и борьбы с коррупцией». По мнению авторов доклада, цифровые технологии в противодействии коррупции можно использовать в двух направлениях:

– распространение принципов подотчетности и прозрачности в деятельности государственных институтов;