

Юридические исследования

Правильная ссылка на статью:

Сергиенко С.Ю. Трансформация правового понимания туристского продукта: от унификации к дифференцированному регулированию // Юридические исследования. 2025. № 12. DOI: 10.25136/2409-7136.2025.12.77381 EDN: RBEZVP URL: https://nbpublish.com/library_read_article.php?id=77381

Трансформация правового понимания туристского продукта: от унификации к дифференцированному регулированию

Сергиенко Сергей Юрьевич

ORCID: 0009-0008-9195-469X

аспирант, Московский финансово-промышленный университет "Синергия"
юрисконсульт, ООО "Гео"

660064, Россия, Красноярский край, г. Красноярск, Кировский р-н, пр-кт им.газеты "Красноярский рабочий", д. 150, офис 119

✉ 143417@mail.ru



[Статья из рубрики "Теория и философия права"](#)

DOI:

10.25136/2409-7136.2025.12.77381

EDN:

RBEZVP

Дата направления статьи в редакцию:

17-12-2025

Дата публикации:

24-12-2025

Аннотация: Целью настоящего исследования является методологический анализ законопроекта, изменяющего понятие «туристский продукт». В соответствии с выбранной целью поставлены следующие задачи: провести историко-правовой анализ становления и развития понятия «туристский продукт» и исследовать содержание законопроекта, направленного на дифференциацию понятия «туристский продукт». Объектом исследования является правовое регулирование туристской деятельности в Российской Федерации, в частности – нормативная база, определяющая понятие и содержание туристского продукта (включая Федеральный закон «Об основах туристской деятельности в РФ» от 1996г.), а также законопроект №918087 8. Предметом

исследования данной статьи является правовая природа понятия «туристский продукт», его эволюция, проблемные аспекты толкования и применения, а также предлагаемая дифференциация понятия применительно к различным видам туризма (выездной, внутренний, въездной) в контексте современных трансформационных процессов в отрасли. Методологическая основа исследования сформирована на базе общенаучных и специальных методов познания, включая историко – правовой, системный, формально-юридический, сравнительно-правовой, диалектический методы, а также метод правового моделирования. Научная новизна исследования подтверждается комплексным анализом правовой природы туристского продукта, разработкой методологии оценки эффективности дифференциации правового регулирования, выявлением потенциальных рисков при внедрении изменений, формированием модели совершенствования правового регулирования и разработкой практических рекомендаций по минимизации правовых рисков. Теоретическая значимость работы заключается в разработке новых подходов к пониманию правовой природы туристского продукта в условиях его дифференциации. Практическая значимость исследования состоит в определении направлений минимизации правовых рисков при внедрении дифференцированного подхода и создании методологической базы для дальнейшего исследования проблем правового регулирования туристской сферы. Результаты исследования могут быть использованы при разработке новых нормативно-правовых актов в сфере туризма, в правоприменительной практике органов государственной власти, в научно-исследовательской деятельности.

Ключевые слова:

Туристский продукт, Правовое регулирование, Дифференцированное регулирование, Туристическая отрасль, Законодательные новации, Турист, Туроператор, Туристская деятельность, Турагент, Туризм

Введение.

Понятие «туристский продукт» занимает центральное место в правовом регулировании туристической отрасли. Его нормативное закрепление произошло с принятием в 1996 году Федерального закона «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации». В условиях технологического прогресса, глобализации, развития туристической отрасли и усиления государственной поддержки туризма возникают новые вызовы, требующие актуализации нормативно-правовых актов в сфере туристской деятельности.

Научная литература содержит примеры исследования данного понятия, свидетельствующие о его неоднозначности и дискуссионном характере, на это обращали внимание такие исследователи как М. Б. Биржаков [\[3\]](#), С. Е. Кузахметова [\[6\]](#), Е. Л. Писаревский [\[8, с. 136\]](#), А. В. Радонова [\[10\]](#). Однако правовая природа термина «туристский продукт» требует методологического исследования с целью его актуализации, обусловленного законодательной новацией по изменению данного понятия.

В настоящее время инициативными группами предпринимаются попытки законодательно дифференцировать понятие «туристский продукт» применительно к различным видам туризма — выездному, внутреннему и въездному. Предлагаемые инициативы сужают перечень услуг, формирующих туристский продукт в сфере выездного туризма, и

одновременно расширяют его для внутреннего и въездного туризма. Из содержания интернет-портала «Профи трэвел» инициатива по изменению понятия «туристского продукта» изначально исходила от Российского союза туриндустрии (РСТ) («РСТ снова меняет понятие турпродукта, чтобы агентам не пришлось становиться туроператорами» // <https://profi.travel/news/62905/details> - дата обращения: 10.12.2025). Соответствующие предложения содержатся в законопроекте №918087¹⁸ «О внесении изменений в Федеральный закон «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» (в части совершенствования понятия «туристский продукт» и определения особенностей его формирования), который был принят в третьем чтении Государственной Думой Российской Федерации 16.12.2025.

Таким образом, исследование действующего понятия «туристский продукт», а также его предполагаемой дифференциации, предлагаемой в рамках указанного законопроекта, с учётом современных трансформационных процессов в туристской отрасли обуславливает актуальность данной темы.

Целью настоящего исследования является проведение методологического анализа изменений правового понятия „туристский продукт“ в контексте внедряемой законодательной новеллы, предусматривающей дифференциацию данного понятия применительно к различным видам туристской деятельности, с последующим выявлением правовых последствий таких изменений.

В соответствии с выбранной целью определены следующие задачи:

1. Провести историко-правовой анализ становления и развития понятия «туристский продукт» в российском законодательстве (с момента принятия ФЗ №132¹⁹ в 1996г. до настоящего времени).
2. Исследовать содержание законопроекта №918087¹⁸, направленного на дифференциацию понятия «туристский продукт» по видам туризма, и оценить его потенциальное влияние на правовое регулирование отрасли.

Объектом исследования является правовое регулирование туристской деятельности в Российской Федерации, в частности — нормативная база, определяющая понятие и содержание туристского продукта (включая Федеральный закон «Об основах туристской деятельности в РФ» от 1996 г.), а также законопроект № 918087¹⁸.

Предмет - правовая природа понятия «туристский продукт», его эволюция, проблемные аспекты толкования и применения, а также предлагаемая дифференциация понятия применительно к различным видам туризма (выездной, внутренний, въездной) в контексте современных трансформационных процессов в отрасли.

Теоретической базой исследования послужили нормативно-правовые акты, регулирующие туристскую деятельность, и научные труды, исследующие особенности правового регулирования. Методологическая основа исследования сформирована на базе общенаучных и специальных методов познания, включая историко-правовой, системный, формально-юридический, сравнительно-правовой, диалектический методы, а также метод правового моделирования.

Научная новизна исследования заключается в комплексном анализе понятия «туристский продукт» в контексте предлагаемой законодательной дифференциации с применением научного аппарата исследования.

Генезис понятия «туристский продукт»

Понятие «туристский продукт» получило свое законодательное определение в результате разработки и принятия в 1996 г. первого в истории России нормативного акта, регулирующего туристскую деятельность, Федеральный закон «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» (далее – Закон о туризме).

В первой редакции Закона о туризме были определены принципы государственной политики в сфере туризма, установлены правовые основы функционирования единого туристского рынка, регламентировано правовое регулирование права граждан на отдых, а также закреплён порядок рационального использования туристских ресурсов.

Согласно положениям данного нормативного акта, туристский продукт определялся как право на тур, при этом под туром понимался комплекс услуг, включающий размещение, перевозку, питание туристов, экскурсионное обслуживание, услуги гидов, переводчиков и иные сопутствующие услуги [\[2, с. 27\]](#).

Проведённый буквальный анализ законодательных формулировок позволяет констатировать отсутствие нормативно закреплённых критериев, определяющих минимальное количество услуг или их категориальный состав, достаточный для признания совокупности услуг туристским продуктом.

Указанная правовая неопределённость порождала двойственную ситуацию: с одной стороны, существовала возможность интерпретации услуг по размещению и питанию, традиционно оказываемых объектами размещения, в качестве полноценного туристского продукта; с другой — для признания комплекса услуг туристским продуктом могло требоваться наличие всех услуг, перечисленных в законе. Описанная коллизия свидетельствует о существенной неопределённости правового регулирования в данной сфере.

Данная редакция понятия «туристский продукт» действовала вплоть до 2007 года, после чего была обновлена. В актуальной редакции туристский продукт 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 (ст.1 ФЗ «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации»). Изменение определение «туристский продукт» было детерминировано массовым развитием выездного туризма, что требовало дополнительных гарантий для потребителей. Как правило, в то время, зарубежная перевозка осуществлялась чартерными авиакомпаниями, услуги которых фрахтовались туроператорами, что определило услугу перевозки как одну из ключевых услуг, которая определяла формирование туристского продукта.

Таким образом, первоначальная редакция нормы просуществовала около десяти лет, после чего в условиях интенсивного развития выездного туризма возникла объективная необходимость реформирования одного из ключевых понятий туристского законодательства. Новое определение гармонично вписалось в содержание Закона о туризме в соответствии с целями нормативного акта. Однако формулировки понятия носили неопределенный характер, что создавало трудности в правоприменении.

Практика правоприменения в отношении понятия «туристский продукт»: проблемы толкования и их последствия

Анализ правоприменительной практики в сфере регулирования туристской деятельности выявляет существенную проблематику, связанную с толкованием ключевого понятия «туристский продукт». Основная коллизия обусловлена недостаточной чёткостью

законодательных формулировок, в частности — неоднозначной трактовкой двух существенных признаков: услуги перевозки и договора о реализации туристского продукта.

Особую сложность представляет правовая неопределённость в отношении понятия «перевозка». Законодательство не содержит развёрнутой дефиниции данного термина в контексте туристского продукта, что порождает расхождения в правоприменении. Ранее Ростуризм допускал расширительное толкование, приравнивая к перевозке трансферные услуги. В настоящее время Минэкономразвития придерживается более строгой позиции, ограничивая понятие перевозки исключительно перемещением из страны проживания туриста в страну оказания услуг [\[12, с. 3\]](#).

Судебные инстанции, обладающие исключительным правом толкования норм права (в отличие от регуляторов), в своих решениях и определениях признавали реализацией туристского продукта отдельную услугу по размещению - при условии её оформления договором о реализации туристского продукта [\[11, с. 28\]](#).

Подобные выводы стали возможны благодаря целевому толкованию положений Закона о туризме, а также наличию в легальном определении туристского продукта прямого указания на договор о его реализации.

Таким образом, одним из определяющих признаков туристского продукта выступает оформление услуг посредством договора о реализации туристского продукта. Однако данный подход порождает правовую неопределённость при оценке соответствия комплекта услуг понятию «туристский продукт» в случаях, когда между сторонами заключается обычный договор возмездного оказания услуг, не содержащий признаков договора о реализации туристского продукта, предусмотренных действующим законодательством.

Недостатки в легальном определении понятия «туристский продукт» обострились в контексте предоставления туроператорам налоговых льгот. В частности, туроператоры, осуществляющие деятельность в сфере внутреннего и въездного туризма, были освобождены от уплаты налога на добавленную стоимость (НДС) [\[1, с. 89\]](#).

Внедрение государственной информационной системы «Электронная путёвка» (ГИС ЭП) в процесс реализации туристского продукта выявило существенные проблемы в понятийном аппарате законодательства. В соответствии с действующими нормативными положениями туроператор обязан вносить сведения о договорах по реализации туристского продукта в ГИС ЭП в строго установленные сроки [\[13, с. 573\]](#). Неопределённость дефиниции «туристский продукт», допускающая множественность толкований, создаёт существенные затруднения при функционировании ГИС ЭП. В частности, неоднозначность правового содержания данного понятия осложняет:

- корректную идентификацию объектов учёта;
- единообразное заполнение обязательных реквизитов в системе;
- контроль за своевременностью и полнотой внесения данных.

Таким образом, проведённый анализ позволяет констатировать наличие системных проблем в правовом регулировании туристского продукта, затрагивающих как правоприменительную практику, так и налоговое регулирование, а также цифровое управление отраслью. В этих условиях совершенствование понятийного аппарата

представляется не технической корректировкой, а необходимым условием обеспечения правовой определённости и повышения эффективности регулирования туристской деятельности в целом. Актуальность данной задачи усиливается в контексте трансформации туристической отрасли, требующей адекватного правового сопровождения.

Методологический анализ законодательной инициативы в части совершенствования понятия «туристский продукт»

Законодательная инициатива по совершенствованию понятия «туристский продукт» предлагает дифференцированный подход к его определению в зависимости от вида туризма. Для выездного туризма сохраняется требование об обязательном включении услуги перевозки — перемещения из страны постоянного проживания в страну временного пребывания. Для внутреннего и въездного туризма перевозка исключается из обязательных компонентов: туристский продукт формируется как комплекс из размещения и минимум одной дополнительной услуги (экскурсионное обслуживание, услуги гида, переводчика, инструктора, проводника и др.).

Анализ изменений для выездного туризма позволяет выделить как позитивные аспекты, так и проблемные зоны. К позитивным моментам относится конкретизация понятия «перевозка», устраняющая ряд неопределённостей в правоприменении. В то же время наблюдаются существенные ограничения: снижается гибкость формирования туристского продукта, сужается потребительский выбор из-за обязательного включения перевозки, растёт стоимость турпакета при наличии более экономичных альтернативных вариантов перемещения, снижается уровень защиты потребителей при самостоятельном приобретении отдельных услуг (например, трансфера в стране пребывания).

Историко-правовой контекст показывает, что требование об обязательной перевозке было оправдано на этапе становления выездного туризма, когда регулярные международные рейсы отсутствовали и туроператорам приходилось фрахтовать чартеры. Сегодня развитая сеть регулярных перевозок зачастую удовлетворяет потребности туристов без дополнительных издержек. Как отмечает Прохорова О.В., «в основе развития процесса туристской сферы лежит методика диалектических отрицаний старого новым», предполагающая сохранение в новой модели позитивных элементов предшествующей системы [\[9, с. 31\]](#). В этой связи обязательное включение перевозки в выездной тур может стать фактором стагнации отрасли.

В сегменте внутреннего и въездного туризма новации включают отмену требования об обязательной перевозке, расширение перечня допустимых компонентов туристского продукта (размещение плюс одна или несколько дополнительных услуг), а также возможность включения в договор иных услуг по усмотрению сторон. Особого внимания заслуживает норма, согласно которой отдельные договоры на услуги, входящие в туристский продукт (заключённые с одним поставщиком для одного лица и периода), приравниваются к туристскому продукту. Исключение составляют дополнительные услуги, оказываемые непосредственно поставщиком размещения.

Изменения приводят к усилению позиций туроператоров и ограничению возможностей турагентств. Так, турагент без туроператорского статуса не вправе продавать комплекс из перевозки и размещения — даже при наличии договоров с перевозчиком и отелем. Подобное ограничение вступает в противоречие с принципом публичных договоров, закреплённым в статье 426 ГК РФ.

Для всестороннего анализа инициативы применяются различные научные методы:

формально-юридический (изучение норм, терминологии, потенциальных коллизий), сравнительно-правовой (сопоставление регулирования для разных видов туризма), диалектический (выявление противоречий между инновациями и стабильностью системы), системный (анализ взаимосвязей с иными отраслями права) и метод правового моделирования (прогнозирование последствий внедрения норм).

Формально-юридический анализ выявляет как положительные, так и отрицательные стороны инициативы. К плюсам относится адаптация законодательства к современным рыночным практикам и уточнение перечня дополнительных услуг. Среди минусов — усложнение нормативной базы, отсутствие дифференциации требований для локальных и федеральных туроператоров, исключение из регулирования отдельных видов туризма (пешие походы, сплавы), где отсутствуют традиционные средства размещения, а также открытый перечень дополнительных услуг, создающий простор для произвольного толкования.

Диалектический анализ позволяет выявить ключевые противоречия: между гибкостью формирования продукта и защитой потребителей (возникают риски при самостоятельном приобретении перевозки) и между инновационным потенциалом цифровизации и угрозой дестабилизации рынка (рост числа туроператоров при сокращении турагентств). Для успешной реализации инициативы необходимы: поэтапное введение новаций с переходными периодами, дифференцированный подход к категориям операторов и регулярный мониторинг правоприменения.

Системный анализ обнаруживает ряд рисков, связанных с дифференциацией понятия «туристский продукт». Среди них — размывание базового определения туризма как временных выездов с постоянного места жительства, неоднозначность разграничения туристского продукта и набора отдельных услуг, неравные условия конкуренции между крупными и малыми участниками рынка, а также противоречия с требованиями к финансовому обеспечению, ориентированным на классическую модель продукта.

Проведённый анализ позволяет сделать несколько ключевых выводов. Во-первых, законопроект обладает значительным модернизационным потенциалом, но требует существенной доработки. Во-вторых, выделяются существенные риски: правовой хаос, нарушение баланса интересов субъектов рынка, рост издержек бизнеса и снижение защищённости туристов. В-третьих, успешная реализация инициативы возможна лишь при условии компромиссного урегулирования выявленных противоречий.

С учётом выявленных проблем можно сформулировать ряд рекомендаций по совершенствованию законопроекта. Необходимо уточнить критерии отнесения услуг к «дополнительным», разработать механизмы контроля качества для новых форматов туристских продуктов, ввести переходные положения для плавного внедрения изменений, предусмотреть дифференцированные требования к финансовым гарантиям для локальных и федеральных туроператоров. Также целесообразно расширить регулирование для видов туризма без традиционных средств размещения (палаточные лагеря, охотничьи избы и т.п.) и провести детальный финансовый анализ налоговых последствий расширения категории туроператоров.

В итоге предложенные изменения способны повысить гибкость регулирования туристской отрасли, однако их внедрение должно сопровождаться комплексными мерами по минимизации правовых и экономических рисков. Только такой подход позволит реализовать модернизационный потенциал инициативы без ущерба для стабильности рынка и защищённости его участников.

Заключение

Проблема дифференциации туристских услуг, обсуждаемая в профессиональном сообществе на протяжении ряда лет, сохраняет актуальность. Дифференциация предполагает расширение ассортимента предлагаемых услуг, что способно стимулировать рост продаж туристских продуктов [\[5, с. 63\]](#). Данный процесс имеет существенное значение как для развития туристской индустрии в целом, так и для повышения устойчивости туристского рынка.

Модернизация понятия «туристский продукт» имеет существенное значение для развития законодательства, регулирующего правоотношения в сфере туризма. «Туристский продукт» — одно из ключевых понятий правового регулирования данной сферы, определяющее особенности функционирования взаимосвязанных процессов.

При этом система правового регулирования туристской деятельности не образует самостоятельной отрасли права и носит комплексный характер, поскольку включает нормы различных отраслей законодательства [\[7, с. 97\]](#). В связи с этим при изменении ключевого понятия необходимо учитывать их взаимовлияние и системные последствия.

Более того, даже в рамках Закона о туризме законодательная новация, допускающая оценку туристского продукта как комплекса услуг, исключающего перевозку, вступает в противоречие с фундаментальным понятием «туризм», в содержание которого заложено временное перемещение с определённой целью [\[4, с. 32\]](#).

Разграничение нормативно-правового регулирования по направлениям (внутренний, въездной и выездной туризм) безусловно необходимо, что обусловлено потребностью в более детальном подходе к их регулированию. Однако такой процесс не должен осуществляться путём фрагментарных поправок.

Предложенная модернизация понятия «туристский продукт» сопряжена с определёнными рисками для устойчивости туристической индустрии. Равновесное состояние, достигнутое в рамках выработанной правовой доктрины в ответ на вызовы законодательных неопределённостей, имеет риски быть утраченным. Для выездного туризма это может проявиться в стагнации, обусловленной вероятным оттоком туристов из туроператорской сферы деятельности в сферу иных сервисов, возможно зарубежных, предлагающих размещение и трансферное обслуживание, что негативно скажется на правовой защите туристов.

Для внутреннего и въездного туризма существуют риски перераспределения турагентств в туроператорскую деятельность с последующим уходом с рынка ввиду невозможности конкурировать с крупными туроператорами, что может отразиться на качестве туристских услуг локального характера.

Таким образом, подобное существенное изменение необходимо сопровождать комплексным правовым анализом с учётом особенностей различных отраслей права и всех субъектов правоотношений. Анализ новации позволяет сделать вывод, что целью модернизации является получение определенных выгод для туроператоров. Для зарубежного туризма — в виде ограничения ответственности по комплексным реализуемым услугам, не содержащим услуги перевозки из страны проживания в страну временного пребывания, а для внутреннего туризма — в виде расширения комплекса услуг, в отношении которых предусмотрены государственные послабления.

Библиография

1. Алиева Э. Б., Назарова К. Ф. Проблемы применения налоговых льгот в сфере туризма в РФ // Право и государство: теория и практика. 2024. № 2(230). С. 88-91. DOI: 10.47643/1815-1337_2024_2_88. EDN: MRCEEM.
2. Барабанова П. С. Гражданско-правовое регулирование договорных отношений в сфере туризма в России и Англии: дис. к-та юр. наук. Москва: ФГАОУ ВО Московский государственный институт международных отношений (университет) МИД РФ, 2017. 210 с. EDN: PJXXDE.
3. Биржаков М. Б., Климин А. Н., Озиминова Л. А. Критика понятия "туристский продукт" // Общество. Среда. Развитие. 2017. № 3. С. 30-33. EDN: XCJUJJ.
4. Блинова Ю. В. Туризм: понятия и цели по российскому законодательству // Вестник Уфимского юридического института МВД России. 2022. № 1 (95). С. 31-36. EDN: YINPZX.
5. Еранцева Е. М. Дифференциация туристских услуг как условие их конкурентоспособности // Вестник Рмат. 2014. № 2. С. 61-64. EDN: TPHTQN.
6. Кузахметова С. Е. К вопросу о легальной дефиниции понятия "туристский продукт" // Актуальные проблемы российского законодательства. Сборник статей. 2014. № 8. С. 62-71. EDN: TJQKPP.
7. Михайленко Ю. А. Правовое регулирование туристской деятельности. [Электронный ресурс]. 2022. С. 97-100. EDN: NZFLXN.
8. Писаревский Е. Л., Бобкова А. Г., Кудреватых С. А., Бавельский А. Д. Правовое обеспечение туризма. Москва: Федеральное агентство по туризму, 2014. 336 с.
9. Прохорова О. В. Методика научных исследований в туризме // Проблемы и перспективы развития туризма в Российской Федерации. 2023. С. 29-32. EDN: PCKRBC.
10. Радонова А. В. Цивилистическая природа определения туристской услуги в законодательстве Российской Федерации // Актуальные проблемы гражданского права. 2019. № 3. С. 47-50.
11. Сергиенко С. Ю., Гриб В. Г. О некоторых проблемных аспектах в регулировании гражданско-правовых отношений на туристическом рынке // Туризм: право и экономика. 2024. № 2 (89). С. 27-30. DOI: 10.18572/1813-1212-2024-2-27-30. EDN: CWWGRZ.
12. Сергиенко С. Ю., Гриб В. Г. О туристском продукте в контексте современного туристского законодательства // Туризм: право и экономика. 2025. № 2. С. 2-4. DOI: 10.18572/1813-1212-2025-2-2-4. EDN: ODUDMF.
13. Сергиенко С. Ю. О некоторых аспектах цифровизации гражданско-правовых отношений участников туристической отрасли. [Электронный ресурс] // Сборник статей Международной научно-практической конференции Глобальные научные тенденции: интеграция и инновации. Симферополь: Общество с ограниченной ответственностью "Издательство Типография "Ариал", 2025. С. 570-576. EDN: ZKAZKW.

Результаты процедуры рецензирования статьи

Рецензия выполнена специалистами [Национального Института Научного Рецензирования](#) по заказу ООО "НБ-Медиа".

В связи с политикой двойного слепого рецензирования личность рецензента не раскрывается.

Со списком рецензентов можно ознакомиться [здесь](#).

Рецензия на статью «Трансформация правового понимания туристского продукта: от унификации к дифференцированному регулированию»

Предмет исследования определен четко в статье и соответствует заявленной теме. Автор фокусируется на правовой природе и эволюции ключевого понятия «туристский продукт» в российском законодательстве, а также на его предполагаемой

дифференциации в зависимости от вида туризма (выездной, внутренний, въездной) в рамках законопроекта №918087-8. Предмет включает в себя не только формально-юридический анализ норм, но и практические проблемы толкования, применения и системные последствия планируемых изменений.

Методология исследования

Методология четко и последовательно применяется. В статье использован комплекс общенаучных и специальных методов: историко-правовой (для анализа генезиса понятия), формально-юридический (для разбора текстов законов и законопроекта), сравнительно-правовой (для сопоставления регулирования разных видов туризма), системный (для оценки взаимосвязей с налоговым, гражданским правом), диалектический (для выявления противоречий) и метод правового моделирования (для прогнозирования последствий).

Актуальность исследования не вызывает сомнений. Работа выполнена на основе этапа законотворческой деятельности, анализируя законопроект, уже принятый в третьем чтении (по состоянию на дату в статье). Автор обоснованно связывает необходимость исследования с трансформациями в туристической индустрии (технологии, цифровизация ГИС «Электронная путевка», изменения потребительских практик) и с вызовами, порождаемыми действующей правовой неопределенностью. Проблема баланса между гибкостью регулирования, защитой прав потребителей и стабильностью рынка весьма актуальна.

Научная новизна заключается в проведении комплексного методологического анализа в контексте дифференциации понятия «туристский продукт», предложенной в конкретном законопроекте. Автор не ограничивается констатацией изменений, а выявляет их потенциальные правовые последствия для различных субъектов рынка (туроператоров, турагентств, потребителей), для смежных отраслей права (налоговые льготы) и для системы государственного контроля (ГИС ЭП). Новизна также проявляется в критическом прогнозе рисков, таких как стагнация выездного туризма, перераспределение рынка и противоречие с базовым определением туризма.

Стиль, структура, содержание

Статья написана научным языком и ясным стилем, соответствующим жанру юридического исследования. Структура логична и выдержана: от постановки проблемы и определения целей к историческому анализу, затем к рассмотрению практических проблем и, наконец, к детальному разбору законодательной инициативы и формулировке выводов. Содержание отличается глубиной и аргументированностью. Каждый тезис подкрепляется ссылками на нормативные акты, судебную практику или научные источники. Выводы в заключении хорошо обобщают результаты анализа.

Библиография

Список литературы соответствует предмету исследования, современен и отражает ключевые работы по теме (Биржаков, Писаревский и др.), а также включает новейшие публикации 2024-2025 годов, что указывает на знакомство автора с актуальными научными вопросами. Присутствуют ссылки на ведомственные позиции (Минэкономразвития) и отраслевые источники («Профи трэвел»). Это добавляет работе практической ценности. Формат оформления ссылок соответствует требованиям издательства.

Апелляция к оппонентам

Автор активно ведет дискуссию с потенциальными оппонентами, не занимая упрощенно-односторонней позиции. В работе признаются потенциальные позитивные стороны законопроекта (конкретизация, адаптация к рынку), но при этом последовательно, с опорой на правовые аргументы, вскрываются его слабые места и риски. Критикуется как излишняя жесткость подхода к выездному туризму, так и возможная избыточная либерализация для внутреннего. Сильной стороной аргументации является обращение автора к принципам системности права, защите потребителей и поддержанию конкурентного баланса.

Выводы, интерес читательской аудитории

Выводы статьи содержательны, носят рекомендательный характер и вытекают из проведенного анализа. Они ценны не только для научного сообщества, но и для практиков: законодателей (указание на необходимость доработки и переходных периодов), правоприменителей (Ростуризм, суды), а также для самих участников туристического рынка (туроператоров, турагентов), которые могут оценить для себя правовые и экономические последствия грядущих изменений. Статья отвечает на запрос на осмысление масштабных новаций законодательства. Статья вызовет высокий интерес со стороны профессиональной аудитории.