

Qabul qilindi: 16.06.2025

Chop etildi: 31.07.2025

UDK: 347:379.45

ПРАВОВОЙ СТАТУС ПОТРЕБИТЕЛЯ В СФЕРЕ ТУРИСТИЧЕСКИХ УСЛУГ

Реймбаева Гулдаулет Курбанбаевна,
докторант кафедры «Гражданское и бизнес право»
Каракалпакского государственного университета

TURIZM XIZMATINI KO'RSATISHDA ISTE'MOLCHINING HUQUQIY MAQOMI

Reymbayeva Guldaulet Kurbanbayevna,
Qoraqalpoq davlat universiteti «Fuqarolik va tadbirkorlik huquqi»
kafedrası doktoranti

LEGAL STATUS OF THE CONSUMER IN THE FIELD OF TOURISM SERVICES

Reymbayeva Guldaulet Kurbanbayevna,
Phd student of the Department of
«Civil and Business Law», Karakalpak State University



e-mail:
guldaulet62@gmail.
com

Аннотация: В данной работе рассматривается правовой статус потребителя в сфере туристических услуг как совокупность его прав, обязанностей и гарантий, закреплённых в национальном законодательстве. Особое внимание уделяется анализу норм гражданского законодательства, Закона Республики Узбекистан «О защите прав потребителей» и «О туризме». Описываются механизмы защиты прав потребителей в случае нарушения условий договора туристического обслуживания, ответственность туроператоров и турагентов, а также роль государственных и общественных институтов в обеспечении правовой защищённости туристов. Работа подчёркивает актуальность темы в условиях роста туристической активности и необходимости повышения правовой грамотности потребителей.

Ключевые слова: субъект правоотношений, потребитель, турист, турпродукт, правосубъектность.

Annotatsiya: Ushbu maqolada iste'molchining turizm xizmatlari sohasidagi huquqiy holati ularning milliy qonunchilikda mustahkamlangan huquqlari, majburiyatlari va kafolatlari majmui sifatida ko'rib chiqiladi. Fuqarolik qonunchiligi, O'zbekiston Respublikasining "Iste'molchilar huquqlarini himoya qilish to'g'risida"gi va "Turizm to'g'risida"gi qonunlarini tahlil qilishga alohida e'tibor qaratilmoqda. Maqolada turistlarga xizmat ko'rsatish shartnomasi shartlari buzilganda iste'molchilarning huquqlarini himoya qilish mexanizmlari, turoperatorlar va turagentlarning mas'uliyati hamda turistlarning huquqiy himoyasini ta'minlashda davlat va jamoat institutlarining o'рни haqida so'z boradi. Ishda turistik faollikning kuchayishi sharoitida mavzuning dolzarbligi va iste'molchilarning huquqiy savodxonligini oshirish zarurligi ta'kidlangan.

Kalit so'zlar: huquqiy munosabatlar subyekti, iste'molchi, turist, turistik mahsulot, huquq layoqati.

Abstract: This paper examines the legal status of the consumer in the field of tourism services as a set of their rights, obligations and guarantees enshrined in national legislation. Particular attention is paid to the analysis of civil legislation, the Law of the Republic of Uzbekistan "On Protection of Consumer Rights" and "On Tourism". The paper describes the mechanisms for protecting consumer rights in case of violation of the terms of the tourist service agreement, the responsibility of tour operators and travel agents, as well as the role of state and public institutions in ensuring the legal protection of tourists. The work emphasizes the relevance of the topic in the context of growing tourist activity and the need to improve the legal literacy of consumers.

Keywords: subject of legal relations, consumer, tourist, tourism product, legal capacity.

Введение. Правовой статус субъектов правоотношений включает совокупность их прав, обязанностей и ответственности. Он определяется нормами права, которые регулируют взаимоотношения между различными участниками правоотношений. В рамках законодательства Республики Узбекистан правовой статус граждан, юридических лиц, государства и иных участников правоотношений устанавливается Конституцией, гражданским законодательством и другими нормативными документами страны. Каждый субъект туристических правоотношений обладает определённым набором прав и обязанностей, вытекающих из характера заключённого договора и действующего законодательства. Нарушение этих обязанностей влечёт за собой юридическую ответственность в соответствии с установленными нормами.

Важным аспектом является то, что правовой статус субъекта может варьироваться в зависимости от вида правоотношений и конкретных правовых норм, регулирующих ту или иную ситуацию. Одно и то же лицо может выступать в разных ролях - как потребитель, заказчик или даже представитель другой стороны и, соответственно, нести различный объём прав и ответственности.

С самого рождения человек выступает в роли потребителя и остаётся таковым на протяжении всей жизни, приобретая товары и пользуясь услугами для удовлетворения личных и бытовых потребностей, не имеющих отношения к извлечению прибыли или предпринимательству.

В контексте туризма потребителем туристических услуг признаётся гражданин, оформивший договор на их предоставление и использующий эти услуги исключительно в личных целях.

Перед тем как рассматривать особенности прав и обязанностей в данной сфере, необходимо уточнить само понятие

«потребитель». В соответствии с действующим законодательством, потребителем является физическое лицо, приобретающее, заказывающее либо использующее товары, работы или услуги исключительно для личных, семейных, домашних нужд, не связанных с осуществлением предпринимательской деятельности.

Литература и методология. Ключевым участником правоотношений в сфере туристических услуг является потребитель, в чьих интересах обязаны действовать исполнители — туроператор или турагент, оформившие договор на оказание соответствующих услуг. Именно потребитель находится в центре правовой защиты, а туроператор и турагент обязаны обеспечить надлежащее исполнение обязательств по договору, соблюдая его права и законные интересы.

Впервые понятие «потребитель» в современном правовом и социально-экономическом контексте было чётко обозначено в Соединённых Штатах Америки. Во время своего обращения к Конгрессу 15 марта 1962 года президент Джон Кеннеди сформулировал ключевую идею, которая легла в основу глобального потребительского движения. Он заявил: что, «потребители – это крупнейший экономический слой, который воздействует почти на любое частное или государственное экономическое решение... Но это единственный голос, которого зачастую не слышно»¹.

Главным нормативным актом, регулирующим защиту прав потребителей в туристической сфере, является Закон Республики Узбекистан «О защите прав потребителей». Он наделяет туристов правом получать полную и достоверную информацию о предлагаемых услугах и условиях их предоставления.

Этот закон гарантирует, что потребитель может получить всю необходимую информацию, которая поможет ему сделать

¹ Послание Дж. Кеннеди Конгрессу США. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://ozpp.ru/poslanie-kennedy-kongressu-ssha/> (дата обращения 17.12.2019).

обоснованный выбор. В контексте туризма это может включать такие моменты, как:

- Описание услуг (туров, экскурсий, проживания, транспорта и т.д.), включая стоимость, условия и особенности.
- Политику по отмене или изменению условий тура, возврату средств в случае несоответствия заявленных услуг.
- Информацию о наличии и условиях страховки, ответственности туроператора за возможные неприятности во время путешествия.
- Правила и ограничения, связанные с использованием туристических услуг (например, требования к визам, прививкам, санитарным нормам).

Также, в случае если турист не получил требуемую информацию или услуги не соответствуют заявленным, закон обеспечивает механизм защиты прав потребителей, включая возможность подачи жалоб в органы, занимающиеся защитой прав потребителей, и в судебные инстанции. Закон защищает не только права туристов, но и регулирует обязательства туроператоров, включая предоставление достоверной информации о своих услугах. Это помогает избежать конфликтов между туристами и поставщиками услуг.

Согласно, ст. 1 ЗРУ «О защите прав потребителей» потребитель — гражданин (физическое лицо), приобретающий, заказывающий либо имеющий намерение приобрести или заказать товар или работу, услугу в целях личного потребления или иных целях, не связанных с извлечением прибыли².

Следовательно, потребителем туристических услуг признаётся физическое лицо, которое заказывает, приобретает или использует туристический продукт исключительно для личных нужд, не связанных с осуществлением предпринимательской деятельности.

Обсуждения. Турист как потребитель обладает рядом прав, которые защищаются законодательством. В частности, в ряде стран, в том числе в Узбекистане, существуют законы,

регулирующие защиту прав потребителей, в том числе в сфере туризма.

Потребитель туристических услуг обладает рядом характерных признаков:

1.это лицо, совершающее временную поездку в пределах своей страны или за её пределы;

2.обязательным условием признания туриста потребителем является пребывание в месте назначения не менее одной ночи;

3.туристические услуги приобретаются таким лицом с лечебно-оздоровительной, спортивной, познавательной, рекреационной, профессиональной или иной целью, не связанной с извлечением прибыли или предпринимательской деятельностью;

4.турист как потребитель подпадает под категорию лиц, определённых Законом «О защите прав потребителей», и его права защищаются законодательством Республики Узбекистан.

Основные права потребителя представлены в ст. 4 в Законе «О защите прав потребителей». Потребитель туристических услуг имеет все те же конституционные права, предписанные в законе. Потребители имеют право на: получение достоверной и полной информации о товаре (работе, услуге), а также изготовителе (исполнителе, продавце); свободный выбор товара (работы, услуги) и требование его надлежащего качества; требование безопасности товара (работы, услуги); требование возмещения в полном объеме материальных убытков, морального вреда, причиненных товаром (работой, услугой) с недостатками, опасными для жизни, здоровья и имущества, а также неправомерным действием (бездействием) изготовителя (исполнителя, продавца); обращение в суд, другие уполномоченные государственные органы за защитой нарушенных прав или охраняемых законом интересов; создание общественных объединений потребителей.

Потребитель туристических услуг обладает рядом характерных признаков,

² Закон Республики Узбекистан «О защите прав потребителей» от 26.04.1996 г. № 221-I, ст-1 <https://lex.uz/ru/docs/14643>

которые определяют его роль и поведение в туристической сфере. Вот основные из них:

1. Личное, некоммерческое использование услуг. Потребитель туристических услуг приобретает их для личных нужд, не связанных с ведением предпринимательской деятельности. Например, он покупает туры для отдыха, путешествий, образования или оздоровления.

2. Потребность в отдыхе или путешествиях. Основной движущей силой является желание путешествовать, отдыхать, познавать новые культуры, наслаждаться природой или улучшать здоровье. Это отражает важность туризма как средства удовлетворения личных потребностей.

3. Выбор и решение. Потребитель обладает правом самостоятельно выбирать туристический продукт, ориентируясь на свои предпочтения, бюджет и цели путешествия. Он может выбирать направление, тип отдыха (пляжный, экскурсионный, горнолыжный и т. д.), а также тип услуг (групповые или индивидуальные туры).

4. Право на получение качественных услуг. Туристический потребитель имеет право на получение услуг, соответствующих заявленным характеристикам, стандартам качества и безопасности. Он может ожидать, что услуги будут предоставляться в надлежащем виде, с соблюдением всех условий, оговоренных в договоре.

5. Зависимость от предложения на рынке. Потребитель ориентируется на ассортимент туристических услуг, предложенных различными операторами и агентами. Он выбирает из существующих вариантов, что делает его зависимым от состояния рынка (ценовые категории, доступность, качество услуг и т. д.).

6. Платежеспособность. Потребитель обладает достаточным уровнем дохода для приобретения туристических услуг. Это определяет его возможности выбирать те или иные варианты путешествий в зависимости от стоимости услуг.

7. Осведомленность и информированность. Современный потребитель туристических услуг, как правило, хорошо осведомлен о возможностях рынка, благодаря интернет-ресурсам, отзывам других путешественников,

специализированным сайтам и социальным сетям. Он может анализировать информацию и принимать более информированные решения о выборе тура.

8. Ожидания от туристических услуг. Потребитель, выбирая тур, формирует ожидания, связанные с качеством обслуживания, комфортом, уровнем безопасности, насыщенностью программы и другими аспектами. Его удовлетворение от путешествия зависит от того, насколько реальные услуги соответствуют этим ожиданиям.

9. Уязвимость перед некачественными услугами. Потребитель туристических услуг может оказаться уязвимым перед мошенничеством, недобросовестной рекламой или некачественным обслуживанием. Поэтому защита прав потребителей в туризме играет ключевую роль.

10. Индивидуальные предпочтения. Потребители различаются по своим предпочтениям — кто-то ищет экзотические приключения, другие предпочитают комфортный отдых с минимальными усилиями. Эти предпочтения определяют, какие именно туры или виды услуг они будут выбирать.

Эти признаки отражают важные аспекты, которые определяют поведение потребителей на рынке туристических услуг, а также объясняют, почему удовлетворение их потребностей — это приоритет для туристических операторов и компаний.

Существует определенная сложность в разграничении понятий «турист», «потребитель туристических услуг» и «заказчик турпродукта», поскольку все эти категории могут пересекаться, но имеют различные юридические и практические особенности.

Термин «турист» появился в начале XIX века и впервые был зафиксирован в печатных источниках около 1800 года. В это время в Великобритании вышла книга под названием «Анекдоты английского языка» (*Anecdotes of the English Language*), в которой человек, совершающий путешествие ради удовольствия или из личного интереса, впервые был назван туристом. Этот факт считается одним из первых документированных подтверждений появления

и закрепления нового термина в английском языке.³

Турист - это физическое лицо, которое совершает поездку с целью отдыха, познавательного туризма, лечения, паломничества или иной временной цели, не связанной с получением дохода в месте пребывания. Он непосредственно пользуется туристическими услугами и является активным потребителем туристического продукта, включающего в себя транспорт, проживание, экскурсионное обслуживание и другие компоненты.

Потребитель туристических услуг - это более широкое понятие, чем турист. Потребителем может выступать как лицо, непосредственно использующее туристические услуги, так и тот, кто их приобрел, но по различным причинам не смог ими воспользоваться.

Например, человек, купивший тур для себя, но не отправившийся в поездку из-за болезни, изменений в личных планах или форс-мажорных обстоятельств, по-прежнему считается потребителем. Несмотря на то что услуги фактически не были использованы, он имеет законное право на защиту своих интересов, в том числе на возврат средств или получение компенсации в случае нарушения условий договора.

Таким образом, даже если человек отменил поездку и не воспользовался туристическими услугами, он сохраняет статус потребителя, а его права подлежат защите в соответствии с законодательством о защите прав потребителей.

Заказчик туристического продукта - это лицо, приобретающее турпродукт в интересах третьего лица. Им может быть, как физическое, так и юридическое лицо, которое оформляет покупку тура, но само при этом не участвует в поездке.

Чаще всего заказчиком выступает человек или организация, организующая путешествие для других — например, родитель, приобретающий тур для ребенка, или компания, покупающая путевки для своих сотрудников.

Несмотря на то что заказчик не использует туристические услуги лично, он становится стороной договора с туристической компанией и несет ответственность за выполнение его условий.

В случае возникновения проблем с предоставлением услуг заказчик имеет право требовать возврат денежных средств или компенсацию, однако делает это в интересах лица, для которого был приобретен тур.

Действительно, разграничение понятий «турист», «потребитель» и «заказчик» не всегда однозначно, поскольку в конкретных ситуациях их роли могут пересекаться. На определение статуса каждой из сторон влияет ряд факторов, включая условия договора, фактическое использование услуг и источник оплаты.

Важно учитывать, что правовые последствия для туриста, потребителя и заказчика могут существенно различаться. Например, если турист по личным причинам или вследствие форс-мажорных обстоятельств не смог воспользоваться услугами, его права и возможные основания для возврата средств будут регулироваться иными нормами, чем те, что применимы к заказчику — лицу, заключившему договор и оплатившему тур.

Точное определение статуса каждой стороны имеет ключевое значение при разрешении споров и защите прав в рамках туристического законодательства.

Вопрос, кто именно является «потребителем» туристических услуг, часто зависит от того, кто заключил договор с туристической компанией. В некоторых случаях, например, когда тур покупает компания для своих сотрудников, компания может считаться заказчиком, а сотрудники — туристами или потребителями. В случае, если турист не смог воспользоваться услугой, он может требовать компенсацию, но для «заказчика» могут быть другие условия возврата средств, если тур был приобретен в интересах третьего лица. Зачастую важным моментом является доказательство того, кто является конечным пользователем услуг (например, в случае, если заказчик не может или не хочет

³ Наумова Р.Л. Ценность сравнительного правоведения: на примере законодательства о туризме // Публично-

правовые исследования (электронный журнал). - 2017. - № 3. - С. 63.

воспользоваться услугой), что может повлиять на возможность возврата средств или других претензий к туристической компании.

Результат. Таким образом, при организации и предоставлении туристических услуг важно четко разграничивать, кто является туристом, кто — потребителем, а кто — заказчиком. Несмотря на то, что эти понятия могут пересекаться, для каждой из категорий существуют свои особенности правового регулирования, что требует внимательного подхода к контрактам и условиям обслуживания.

Правосубъектность в туристических правоотношениях играет ключевую роль, поскольку определяет возможность и способность граждан или организаций участвовать в таких отношениях, быть стороной в договоре, приобретать права и нести обязанности, включая ответственность по обязательствам.

В юридической теории **правосубъектность** определяется как совокупность признаков, необходимых для признания лица субъектом права в конкретной правовой сфере. То есть лицо должно обладать определёнными юридическими качествами, чтобы быть участником туристических правоотношений и заключать договоры на оказание туристических услуг.

Гражданская правосубъектность — это основа участия в туристических отношениях и условие легитимности заключаемых сделок, особенно когда речь идет о несовершеннолетних, лицах с ограниченной дееспособностью или юридических лицах.

Согласно законодательству, правоспособность — это способность лица обладать гражданскими правами и нести обязанности (статья 17 Гражданского кодекса Республики Узбекистан). Гражданин приобретает правоспособность с момента рождения, а утрачивает её со смертью.

Дееспособность же означает способность гражданина своими действиями приобретать и реализовывать гражданские права, а также принимать на себя и исполнять гражданские обязанности. Полная дееспособность наступает с достижением совершеннолетия, то есть по исполнении восемнадцати лет.

Следует также отметить, что туристические услуги предоставляются лицам разных возрастных категорий, включая несовершеннолетних, что порождает особенности их правового статуса при заключении договоров.

Дети младше 14 лет являются полностью недееспособными в гражданско-правовом смысле. Все сделки от их имени совершаются родителями, усыновителями или опекунами. Соответственно, договор на оказание туристических услуг в их интересах заключается законными представителями.

Несовершеннолетние в возрасте от 14 до 18 лет обладают частичной дееспособностью и могут заключать сделки только с предварительного письменного согласия своих родителей, усыновителей или попечителей. Сделка также считается действительной, если она была позже подтверждена письменно законными представителями. Исключения составляют несовершеннолетние, признанные эмансипированными или состоящие в браке, которые обладают полной дееспособностью.

Лица с ограниченной дееспособностью, в том числе инвалиды, имеют право на отдых и туристические услуги. В их интересах договоры на оказание туристических услуг подписывают опекуны или попечители в пределах своих полномочий.

Правовой статус несовершеннолетних и лиц с ограниченной дееспособностью требует особого подхода при заключении договоров на туристическое обслуживание, с обязательным учетом норм гражданского законодательства.

Заключение. Таким образом, турист является потребителем туристических услуг, который реализует своё право на отдых на основе договора об оказании таких услуг. Турист — это временный посетитель населённого пункта, территории или страны, независимо от гражданства, национальности, пола, языка или религии, пребывающий в данном месте от 24 часов до 6 месяцев подряд, либо находящийся за пределами своего постоянного места жительства в своей стране и проводящий минимум одну ночь в коллективных или индивидуальных жилых условиях. Цели поездки могут быть медицинскими, образовательными,

спортивными, религиозными и иными, не связанными с профессиональной деятельностью, при этом расходы оплачиваются из местных источников.

Правовое регулирование сферы туристических услуг сталкивается с определёнными трудностями, главным образом из-за множества участников, вовлечённых в эти отношения. Как минимум, здесь присутствуют четыре стороны: туристическая компания (туроператор), сам турист (потребитель), государство и организации туристической индустрии (перевозчики, средства размещения, предприятия общественного питания и другие).

Сложность правового регулирования обусловлена необходимостью согласования интересов всех сторон, а также различиями в правовом статусе, обязанностях и ответственности каждого участника. Это нередко приводит к правовым пробелам и коллизиям, особенно в случае спорных или нестандартных ситуаций.

Потребитель туристических услуг действительно является ключевой фигурой в туристической индустрии. Его потребности,

ожидания и предпочтения являются основой для разработки и продвижения туристических продуктов и услуг. Туристические операторы, чтобы привлечь внимание потребителей, тщательно анализируют их поведение и тренды, а также учитывают различные внешние и внутренние факторы.

Использованная литература:

1. www.lex.uz/ Закон Республики Узбекистан «О туризме» от 18.07.2019 № ЗРУ-549
2. www.lex.uz/ Закон Республики Узбекистан «О защите прав потребителей» от 26.04.1996 г. № 221-I
3. Послание Дж. Кеннеди Конгрессу США. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://ozpp.ru/poslanie-kennedy-kongressu-ssha/> (дата обращения 17.12.2019).
4. Наумова Р.Л. Ценность сравнительного правоведения: на примере законодательства о туризме // Публично-правовые исследования (электронный журнал). - 2017. - № 3. - С. 63.
5. Научный журнал «Студенческий форум». № 25(76), часть 2, июль, 2019 г. 296-стр

