

A fogyasztás biztonsága a turizmusban

A turista olyan kiszolgáltatott helyzetben lévő fogyasztónak tekinthető, aki az otthonától, sok esetben a hazájától távol vesz igénybe szolgáltatásokat. Az, hogy mennyire bánnak vele tisztességesen, alapvetően meghatározza az utazás élményét, sőt a desztinációról alkotott véleményét is. Nem túlzás azt állítani, hogy a korrekt, vendégszerető bánásmódnak imázsformáló ereje van. Így kiemelkedően fontos a turista védelme a tisztességtelen turisztikai szolgáltatókkal szemben, amit egy meglehetősen komplex jogi szabályozás biztosít. Azonban mindez nem elég, szükséges az is, hogy maga a turista is megfelelő körültekintéssel járjon el, és ne engedje azt, hogy a turizmus területén tevékenykedő tisztességtelen szolgáltatók, hiénák áldozatává váljon.

1. A turista mint fogyasztó

„A kíváncsi turista olyan, mint a szerelmes férj. Mindent elhisz, és semmit sem lát” – írta Rejtő Jenő a *Bradley Tamás visszaüt* című művében. Nem kétséges, hogy a turistát fogyasztónak kell tekintenünk, aki számos esetben kiszolgáltatott(abb) helyzetben van. A fogyasztóvédelmi törvény¹⁸ 2. § a) pontja alapján fogyasztónak minősül az „az önálló foglalkozásán és gazdasági tevékenységén kívül eső célok érdekében eljáró természetes személy, aki árut vesz, rendel, kap, használ, igénybe vesz vagy az áruval kapcsolatos kereskedelmi kommunikáció, ajánlat címzettje”.¹⁹

A turista sok mindent fogyaszt: utazásszervezési, szálláshely-, vendéglátóipari szolgáltatásokat, utazik, szórakozási lehetőségeket, strandokat vesz igénybe, szuveníreket vásárol, és még végeláthatatlanul folytathatnánk az érintett területek felsorolását. Ráadásul mindezt az otthonától távol teszi, azaz számára ismeretlen környezetben és közegben, sok esetben nem is a saját hazájában, hanem egy idegen, messzi országban, ahol nemcsak, hogy a nyelvet nem ismeri, de ugyanígy sokszor nincs tisztában a helyi szokásokkal, szolgáltatási kultúrával, árakkal és módszerekkel sem. Ezzel szemben a másik oldalon lévő szolgáltató rendelkezik a megfelelő ismerettel, szaktudással, infrastruktúrával, információs hálózattal, érdekvédelemmel és eszközzel, ez a fogyasztóra általában kevésbé igaz. Így viszont a fogyasztó gyengébb, kiszolgáltatottabb helyzetben van, mint a szolgáltató (SALAMON 2009).

¹⁸ A továbbiakban: Fgy. tv.

¹⁹ Az egyéb törvények is hasonló módon fogalmazzák. A Polgári törvénykönyv megfogalmazása szerint a fogyasztó a szakmája, önálló foglalkozása vagy üzleti tevékenysége körén kívül eljáró természetes személy. [Ptk. 8:1. § (1) bekezdés 3. pont] A tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmáról szóló 2008. évi XLVII. törvény 2. § a) pontja az önálló foglalkozásán és gazdasági tevékenységén kívül eső célok érdekében eljáró természetes személyt tekinti fogyasztónak.

Ehhez még hozzá kell számítanunk azt a tényt, hogy az utazás a legtöbb embernek a pihe-
nésről szól, amikor egyrészt jóval többet hajlandó költeni, másrészt óvatlanabb, mint a hét-
köznapokban. Ráadásul a turizmus iparága nagyon sok embernek jelenti a napi betevőt,
sokan élnek belőle, és nagyon is jól akarnak élni belőle, és sajnos mindig voltak, vannak
és lesznek is olyanok, akik mindezt nem tisztességes módon akarják elérni, hanem a rájuk,
a működésükre irányadó szabályok megszegésével kívánják a profitot megszerezni.

A fentiek miatt kiemelkedő fontossággal bír a fogyasztóvédelem ezen a nem elha-
nyagolható gazdasági jelentőségű területen, és az előbbi példák is igazolják, hogy miért
részeseíti a jog a fogyasztót – ebben az esetben az utazót, a turistát, a vendéget – nagyobb
jogvédelemben: az eladó és a vevő közötti egyensúlytalanságot próbálja ellensúlyozni.
Ráadásul az egyes országok számára egyáltalán nem mindegy, hogy milyen érzéssel megy
haza az utazó a nyaralás, utazás végén: úgy, hogy egy korrekt, tisztességes vagy egy olyan
ország képét viszi magával, ahol ott csapják be a turistát, ahol csak tudják; hiszen ennek
megfelelően fogja majd „reklámozni” az adott desztinációt; így a tisztességes bánásmódnak
imázsformáló ereje is van.

Azt kell megérteni és tenni érte – ha a turizmushoz kapcsolódó ágazatokban szeret-
nének jövedelmezően vállalkozni –, hogy a vendég akkor tér vissza, ha a desztináció tu-
risztikai vonzereje mellett becsülettel bánnak vele, és a szíves fogadást követően jó szívvel
várják vissza (PÉTER–KELLER 2011).

2. A turistát mint fogyasztót védő jogi szabályozás rendszere

2.1. Az uniós fogyasztóvédelmi szabályozás alapjai

Az Európai Unió az Alapjogi Chartájában fejezi ki elkötelezettségét a fogyasztóvédelem
mellett: „Az Unió hozzájárul a fogyasztók egészségének, biztonságának és gazdasági érde-
keinek védelméhez, valamint a tájékoztatáshoz, oktatáshoz és az érdekeik védelmét célzó
önszerveződéshez való jogaik megerősítéséhez.”²⁰

Az Európai Unió fogyasztóvédelmi politikájának legfontosabb célkitűzései a következők:

- az élethez, egészséghez, biztonsághoz való jog;
- a tájékoztatáshoz való jog;
- a fogyasztók számára biztosítsák a jogérvényesítési lehetőségeket, amelyek gyors,
hatékony megoldást nyújtanak;
- a kereskedők, szolgáltatók mindig tartsák szem előtt a fogyasztók jogait;
- a fogyasztók jogainak fejlődése tartson lépést a gazdasági és a társadalmi változá-
sokkal (*Fogyasztóvédelem* 2017).

²⁰ A fenti elkötelezettség különféle normák megalkotásában testesül meg, és meglehetősen tágan védi a fogyasz-
tók érdekeit: például tisztességtelen üzleti gyakorlatokra, megtévesztő, összehasonlító reklámokra, tisztességtel-
en szerződési feltételekre, távértékesítésre, üdülési jogra, szervezett turistautakra, utazási csomagokra, utazá-
sokon részt vevő utasok jogaira vonatkozó európai uniós normákat fogalmaz meg (*Fogyasztóvédelem* 2017).

A fogyasztó életének, testi épségének védelme az egyik legfontosabb alapjog. Csak olyan terméket lehet forgalomba hozni, illetve szolgáltatást lehet kínálni, amely megfelel ennek az alapvető kívánalomnak. Így például az étteremben felkínált étel az egészségre nem lehet ártalmas, romlott. De a strand csúszdájának is biztonságosnak kell lennie, és ugyanez vonatkozik a szálláshely berendezéseire is. A fogyasztók – ebben az esetben a turisták – tájékoztatása elengedhetetlen annak érdekében, hogy öntudatos fogyasztókként jelenjenek meg, hiszen információ hiányában a tudatosság elképzelhetetlen, továbbá enélkül nem tudnák a jogaikat sem érvényesíteni. Az elmúlt években számos intenzív felvilágosító program indult annak érdekében, hogy az utazók sokkal tudatosabban keljenek útra, tisztában legyenek azzal, hogy milyen jogok illetik meg őket.

De nem csak az utasokat kell tájékoztatni a jogaikról, a cégvezetőknek saját alkalmazottaikat is képezniük kell(ene) a fogyasztóvédelem alapjaiból. Erre hangsúlyt kell(ene) fektetni – különös tekintettel arra a tendenciára, hogy a vendégek, utasok is egyre tudatosabbá válnak, és „nem fogják igénybe venni azon nem »fogyasztóbarát« vállalkozások szolgáltatásait, akik a szabályokat nem tartják be. Ezért a fogyasztóbarát üzletpolitika a versenyelőny egyik lényeges elemévé válik” (STARK 2004, 45–46.).

2.2. A magyar fogyasztóvédelmi jogi szabályozás fundamentumai

David Byrne²¹ szerint „[a] preventív fogyasztóvédelem sokkal hasznosabb, mint bármilyen szankció”, ezt kellene minden esetben szem előtt tartani. Magyarországon alkotmányos védelem garantálja a gazdasági verseny tisztességét és a fogyasztók védelmét, hiszen az Alaptörvény *M)* cikk (2) bekezdése kimondja: „Magyarország biztosítja a tisztességes gazdasági verseny feltételeit. Magyarország fellép az erőfölénnyel való visszaéléssel szemben, és védi a fogyasztók jogait.”

A fogyasztók védelmét csak összetett módon lehet megvalósítani: – a jogon kívüli feltételek megteremtése mellett – a jogi biztosítékok komplex megközelítésű kiépítése szükséges (HÁMORI 2003, 11.). Számos jogág, jogterület garantálja a fogyasztói jogok oltalmát: így többek között a szűkebb értelemben vett fogyasztóvédelmi jog, a polgári jog, a versenyjog, a reklámjog, a szellemi alkotások joga, de még a büntetőjog is szerepet kap a fogyasztók védelmében.

- A szűkebb értelemben vett fogyasztóvédelmi jog érdemel először említést. A fogyasztókkal szemben alkalmazott kereskedelmi gyakorlatokra vonatkozó szabályok közül két törvényt emelünk ki: a fogyasztóvédelmi törvényt, amely egyfajta keretjogszabályként funkcionál, valamint a fogyasztókkal szembeni tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmáról szóló 2008. évi XLVII. törvényt.²²

²¹ Idézi STARK 2004, 45.

²² A törvény hármas védvonalat épített ki: egyrészt egy generálklauzula segítségével megtilt minden tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatot; majd külön kiemeli a megtévesztő és agresszív kereskedelmi gyakorlat tilalmát. Végezetül egy feketelistát is tartalmaz, amelyben 31 konkrét elkövetési magatartás tilalmát írja elő (Fttv.).

- A polgári jog számos szabálya jut kiemelt szerephez a turizmus területén a fogyasztás biztonságával kapcsolatban. Így a polgári jogi alapelvek, amelyeket valamennyi polgári jogi viszonyban alkalmazni kell; a szerződési jog, hiszen rendkívül sok és sokféle szerződés születik a turizmus világában; a felelősségi jog vagy akár a személyhez fűződő jogok kérdésköre.
- A versenyjog mindkét ága, azaz a tisztességtelen versennyel szembeni védelem, valamint a versenykorlátozások joga is szerephez jut ezen a területen. Ugyan ez a jogterület elsősorban a versenytársakat védi, de áttételesen a vendég érdeke is az többek között, hogy a szolgáltatók a versenytársuk jó hírnevét, hitelképességét ne rontsák, azaz a gazdasági tevékenységet tisztességes módon folytassák az üzleti vállalkozások, a fogyasztói döntéseket ilyen módon ne manipulálják. Ugyanez elmondható azzal kapcsolatban is, hogy ne tömörüljenek kartellekbe a szolgáltatók, hogy ezáltal a gazdasági versenyt torzítsák, illetve teljesen kizárják (1996. évi LVII. törvény a tisztességtelen piaci magatartás és a versenykorlátozás tilalmáról).
- Reklámjog: a reklámjogi szabályok a fogyasztóknak a sajátos reklámozási technikákkal szembeni fokozott védelmét, valamint a szabad, manipulációtól mentes fogyasztói döntés védelmét hivatottak szolgálni, azaz a reklámok nem lehetnek félrevezetők vagy megtévesztők.
- A szellemi alkotások joga: a szellemi alkotások közül a védjegyek, valamint a földrajzi árujelzők a turizmus, a turisták szempontjából is kiemelkedő jelentőséggel bírnak. „Földrajzi árujelzőként általában részesülhet a kereskedelmi forgalomban a termék földrajzi származásának feltüntetésére használt földrajzi jelzés és eredetmegjelölés” (Vt. 103. §).²³ A turisták által keresett, sok esetben akár ajándékként is jellemző „olyan – nemzetközi szinten is elismert – megjelölések, mint például a szegedi paprika, a gyulai kolbász, a makói hagyma, a tokaji bor vagy az egri bikavér nem csupán a származási országról kialakított kép színezéséhez járulnak hozzá, hanem – a termékek minőségi követelményeinek fenntartásán túl – a kollektív jogosultság formájában megjelenő oltalom révén komoly hozzáadott piaci értéket is jelentenek” (*Mi az a földrajzi árujelző?* 2017). Védjegyoltalomban pedig bármilyen grafikai ábrázolható megjelölés részesülhet, „amely alkalmas arra, hogy valamely árut vagy szolgáltatást megkülönböztessen mások áruitól vagy szolgáltatásaitól” [Vt. 1. § (1) bekezdés]. Előfordulhat, hogy silány minőségű, nem az adott földrajzi térségből származó termékeket adnak el a fenti földrajzi árujelzők hírnevének segítségével, vagy ugyanez történhet jogosulatlan védjegyhasználat esetén.
- A büntetőjog: súlyosabb, a társadalomra veszélyes cselekmények esetén a büntetőjog is szerephez juthat. Így például különös figyelmet érdemelnek a szellemi tulajdonjog elleni bűncselekmények, a fogyasztók érdekeit és a gazdasági verseny tisztaságát sértő bűncselekmények; a rossz minőségű termék forgalomba hozatala (Btk. 415. §); a megfelelőség hamis tanúsítása (Btk. 416. §); a fogyasztók megtévesztése (Btk. 417. §); a versenytárs utánzása (Btk. 419. §).

²³ Földrajzi jelzés lehet táj, tájegység, kivételesen egy ország megnevezése, amelyet „az e helyről származó – a meghatározott földrajzi területen termelt, feldolgozott, illetve előállított – olyan termék megjelölésére használnak, amelynek különleges minősége, hírneve vagy egyéb jellemzője kizárólag vagy lényegében az adott földrajzi környezet, az arra jellemző természeti és emberi tényezők következménye” (Vt. 103. §).

A fentieken túl és mindezek mellett szükség van a jogérvényesítéshez eljárási normákra, az azok alapján lefolytatható eljárásokra, amelyek hatékony eszközként gyorsan segítik a fogyasztói jogsérelmek orvoslását. Emellett az igazgatási jellegű normák közül számos garantálja azt, hogy biztonságosan, rendeltetésüknek megfelelően lehessen használni az egyes árukat, és a szolgáltatások is megfeleljenek ezeknek a követelményeknek.

A fent leírtak alapján egyértelmű, hogy mind az uniós normák, mind a magyar jogi szabályok kiemelten fontos helyen kezelik a fogyasztók jogainak védelmét. Jelen fejezet így nem vállalkozik többre, mint hogy erről a rendkívül változatos, összetett jogterületről egyfajta keresztmetszetet adjon a turizmus szemszögéből nézve.

3. Tipikus problémák a turisztikai szolgáltatásokban

Az utas – ha repülővel, vonattal, hajóval, autóbusszal indul útnak – a közlekedési vállalattal mint szolgáltatóval kerül az elsők között kapcsolatba az útja során, ez pedig rányomja a bélyegét utazása kezdetére. Ezenkívül a vágyott utazási célpontban is közlekedni kell, így taxiba ül, tömegközlekedési eszközre száll. Az utasok közül sajnos sokan még mind a mai napig nincsenek tisztában azzal, hogy milyen jogok illetik meg őket ebben a minőségükben, pedig mind a nemzetközi jogi normák, mind az európai uniós szabályok védelmet biztosítanak számukra. Az utazási szolgáltatók, közlekedési vállalatok felelnek az utas életéért, testi épségéért; de ugyanígy felelősséggel tartoznak a poggyászkárokért, az elveszett vagy késve megérkező csomagokért. Felelősséggel tartoznak a késésért, a visszautasított beszállásért, az alacsonyabb osztályon történő utaztatásért. Ugyan az elmúlt pár évben kampányok keretében próbálták felhívni a figyelmet az utasjogokra (például az EU figyelemfelhívó kampánya), még mindig sok a teendő ezzel kapcsolatban. A leggyakoribb, vitára okot adó esetek közé tartoznak a légi járat törlése miatti kártérítési, ellátási kötelezettség elmulasztása, a beszállás visszautasítása, de azok az esetek is, amelyekben az utas mulasztotta el megismerni a légitársaság általános szerződési feltételeit (*Gyakori, vitára okot adó esetek a légiszállítás területéről* 2016).

Bárhova érkezünk, sok esetben a tömegközlekedést vagy a helybeli taxisok szolgáltatásait sem tudjuk elkerülni. Sok városban híressé váltak a „taxis hiénák”, ezek közé tartozott sokáig Budapest is. „A taxisok a visszaélések kapcsán a fuvarért jogosan járó díjon felül pluszjövedelmet szeretnének nyerni, így a legkülönbözőbb trükköket alkalmazzák, amelyek a figyelmetlen, nem elég óvatos külföldiek számára kivédhetetlenek” (MICHALKÓ et al. 2006, 42.). A taxis szolgáltatás működési mechanizmusa hű tükre a főváros turisztikai szempontú biztonságának, Budapest társadalmi, gazdasági és széles értelemben vett kulturális fejlettségének. Michalkó és kutatótársai végeztek ezzel kapcsolatosan kutatást a magyar fővárosban, és megállapították, hogy mivel már egyetlen negatív esemény is romba döntheti „Budapest turisztikai imázsát, különösen fontos a taxitársaságokkal való kommunikáció, és indítványozták a taxisofőrök nyelvi és kommunikációs képzését, valamint a szakmán belüli társadalmi marketinget” (MICHALKÓ et al. 2006, 43.).

Nagyon fontos az utazóknak arra figyelniük, hogy mit rendelnek meg a szolgáltatótól, hiszen értelemszerűen ezeknek a teljesítését követelhetik meg. Meg kell győződni arról, hogy pontosan mit tartalmaz a szerződés. Így nagyon körültekintően kell eljárnia az utazónak, és rögzíteni kell azt is, ha speciális étkezést kér (például glutén-, laktózmentes, vegán), ha a házi kedvencét is szeretné elszállásoltatni, de ugyanígy kell eljárni minden egyedi kívánsága esetén.

A leggyakoribb panaszok közé az ételek, az étkeztetés színvonalával, a szobák minőségével, felszereltségével, fekvésével (tengerre nézzen a szoba), adott kiegészítő szolgáltatások hiányosságával (wellness-szolgáltatások, úszómedence) kapcsolatos kifogások tartoznak (*Érdekességek és tanulságok az uniós békéltető honlap eseteiből* 2017).

Sajnálatos módon az éttermi átveréseknek is meglehetősen gazdag tárháza van: 2017 nyarán borzolta a kedélyeket a hír, miszerint a rendőrség felfedte, hogy Budapesten, az V. kerületben, egy Váci utcai pubban és étteremben turistákat csaptak be tömegesen megdöbbentő módszereket alkalmazva: a túlszámlázás mellett az alkalmazottak fenyegetően léptek fel a számla láttán habozó vendégekkel szemben; a vendégek megkárosításában beszerezett hölgyek is aktívan közreműködtek (SZILÁGYI 2017). Az ilyen súlyos csalások szerencsére nem gyakoriak, de egyéb módon megvalósított tisztességtelen gyakorlatok annál inkább. Hamisítványnak minősült az a 139 évesnek kikiáltott, James Bond kedvenceként hírnévre szert tett skót whisky is, amelyért egy kínai turista a St. Moritz-i Waldhaus am See szállodában rendkívül magas összeget, 10 ezer svájci frankot fizetett, holott csak egy kortyot ivott belőle. Az oxfordi egyetemen szénizotópos vizsgálatnak vetették alá az italt, amelyről kiderült, hogy mindössze 45–47 éves lehet, a szálloda elfogadta az eredményt, és az árát visszafizették a vendégnek (PÁNDI 2017).

A szállások kapcsán sok panasz érkezik azzal kapcsolatban is, hogy a szállodák neve mellett feltüntetett csillagok száma megtévesztő, hiszen egyáltalán nem ugyanazt a színvonalat, hanem sokkal rosszabbat kapnak bizonyos országokban az itthonihoz képest. Az Egyesült Királyságban egy fogyasztóvédelemmel foglalkozó szervezet (Competition and Markets Authority) online szállásközvetítő portálokkal, így egyebek mellett a Booking.commal szemben indított eljárást tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat gyanúja miatt, ugyanis felmerült annak a veszélye, hogy azok félrevezetik az utazókat. Több szempont szerint vizsgálják a portálok működését: többek között ellenőrzik azt, hogy valóban a legolcsóbb szállásokat ajánlják-e, ha valaki erre keresett rá. A foglalókat érintő nyomás („Már csak egy szoba maradt”, „Utolsó szoba”, „Jelenleg x-en nézik a szálláshelyet.”), hogy vásárlásba kényszerítsék őket, szintén a vizsgálat fókuszában áll. Az „akciós” árak hitelességét, valamint a rejtett költségeket is ellenőrzik (*CMA launches consumer law investigation into hotel booking sites* 2017).

A turisták programjában a szabadidős kiskereskedelmi vásárlások egyre fontosabb szerephez jutnak az életszínvonal növekedésével, valamint azzal párhuzamosan, hogy ezek a vásárlások a mindennapi életben is szórakozásként jelennek meg. Michalkó szerint „a vásárlások nem csupán egyszerű árubeszerzésként, hanem az élmény forrását képező szabadidős tevékenységként is értelmezhetők. A szuvenírek megvásárlásával tulajdonképpen az adott kultúrába való visszatérés illúziójának költségét váltjuk meg” (MICHALKÓ 2002, 23.). Arról sem szabad megfeledkezni, hogy a turisták által megvett áruk szimbolikus jelentőséggel is bírnak, hiszen a magyar tradíciókról, jelenbeli körülményekről is tanúskodnak, egyfajta bizonyítványt állítanak ki az országról, amelynek meghatározó befolyása lehet a jövőbeli visszatérés, a desztináció másoknak történő ajánlása során. Így nagy felelőssége van a kiskereskedelmi szektornak is a rólunk formált kép kialakításában, árnyalásában: abban, hogy jó minőségű, autentikus termékeket kínálnak, tisztességesen bánjanak a vásárlóval (MICHALKÓ 2002; WEISZ–PÉTER 2011). Ne fordulhasson elő az, hogy hamis termékeket árulnak, az „akciós” termékek pedig csak névleg azok, és a következő sarkon fél áron találkozik a turista ugyanazzal az áruval: ezek a jelenségek mind hiteltelenítik nemcsak a kereskedőt, de magát az országot is, hiszen ezzel az attitűddel azonosítani fogja az utazó azt a helyet, ahol ezt tapasztalta. Ennek elkerülése érdekében a kiskereskedelmi egységek ellenőrzése a fogyaszt-

tóvédelmi feladatokat ellátó hatóságok részéről természetesen elengedhetetlen. Az alábbi esettanulmány igazolja, hogy se szeri, se száma a turisták átverését célzó trükköknek.

Tipikus turistaátverések gyűjteménye – példák

A Just the Flight weboldala összegyűjtött számos, a turisták becsapását célzó, tipikus átverést, amelyekre azért hívja fel a figyelmet, hogy el lehessen őket kerülni. Az elkövetési magatartás mellett azt is közreadja, mely városokban találkozhatunk a leggyakrabban velük. Ezek közül szeretnénk párat bemutatni. Forrásként többek között a Lonely Planet, a Wikitravel, az Egyesült Királyság és az USA kormányzati honlapját, valamint a CNN Travel weboldalát használták fel.

- „Az éjszakai busz”: nagyon olcsó éjszakai, busszal történő utazási lehetőséget ajánlanak fel; azonban végeredményben nagyon drágává válik az utazás, mert a csomagokból sok értékes dolgot tüntetnek el az út során.
- „Leejtés és csere”: a pincérek, taxisoőrök, árusok „véletlenül leejtik” a visszajáró pénzt, majd hasonló kinézetű, de kevesebbet érő érméket adnak vissza.
- „A gyors taxisoőr”: a szállodához érve a taxisoőr nagyon készségesen segít kiemelni az autóból a csomagokat, majd hirtelen nagyon sietős lesz a „dolga”, és „véletlenül” benn felejt pár csomagot a taxiban, amivel elhajt.
- „A lassú számolás”: a boltban a pénztáros rendkívül lassan számolja a visszajárót abban a reményben, hogy a turista megunja a várakozást, és otthagyja az aprót.
- „A bezárt hotel”: a taxisoőr azt állítja, hogy a hotel éppen bezárt, ahova az utas szállást foglalt, és elviszi egy másik szállodába, amely rendkívül túlárazott. De olyan is előfordult már, hogy ismert hotelek nevét írták ki a szálláshely épületére, és azt állították, hogy a weboldalon levő fotók voltak a hamisak.

Részlet a *40 Tourist Scams to Avoid This Summer* című cikkből

Elérhető: www.justtheflight.co.uk/blog/16-40-tourist-scams-to-avoid-this-summer.html

(A letöltés ideje: 2018. 05. 26.)

4. Fogyasztói jogviták rendezése

A fogyasztói jogviták rendezése kapcsán az első lépés mindig az, hogy közvetlenül a szerződéses partnerével közli a kifogást a panaszos (esetünkben a turista). A vállalkozásnak eleve tájékoztatnia kell a fogyasztót a panasz benyújtásának, kezelésének módjáról, lehetőségeiről (1997. évi CLV. törvény a fogyasztóvédelemről 17/A §). A szóbeli panaszt lehetőség szerint azonnal orvosolni kell; amennyiben ez nem lehetséges, vagy a vállalkozás nem ért azzal egyet, jegyzőkönyvet kell felvenni a panaszról [Fgy. tv. 17/A § (3) bekezdés].²⁴ Nagyon fontos, hogy minden bizonyító dokumentumot, számlát, fényképet megőrizzen az utas, a vendég, hogy majd egy esetleges későbbi eljárásban azok bizonyítékuul szolgálhassanak. Egy vitás esetben azt sérelmezték a légi utasok, hogy annak ellenére, hogy a légi járatukat törölték, nem részesültek semmilyen ellátásban, holott ezt előírja az európai uniós rendelet. Ők maguk vásároltak maguknak ételmezt, frissítőket a repülőtéri büfében meglehetősen borsos áron,

²⁴ Az utazási szerződés kötelező tartalmi elemeként is megjelenik az erre való figyelemfelhívás; az utasnak pedig haladéktalanul közölnie kell a kifogást az utaskísérővel vagy a helyi szolgáltatóval.

majd kártérítést követeltek a légitársaságtól, azonban elutasították kérésüket. Ezután az uniós békéltető honlapon online eljárást kezdeményeztek, ezt követően pedig kiderült, hogy azért nem részesültek kártérítésben, mert nem csatolták az ezt alátámasztó, bizonyító számlákat. Miután ezt az eljárásban pótolták, a légitársaság megfizette kárukat (*Gyakori vitára okot adó esetek a légiszállítás területéről* 2016). A cél elsősorban minden esetben az, hogy békés módon, a problémát megbeszélve sikerüljön kompromisszumra jutniuk a feleknek.

Hibás teljesítés esetén, azaz ha „a szolgáltatás a teljesítés időpontjában nem felel meg a szerződésben vagy jogszabályban megállapított minőségi követelményeknek” [Ptk. 6:157. § (1) bekezdés], az utas szavatossági igénytel léphet fel a Polgári törvénykönyv szabályainak megfelelően közvetlenül a szerződéses partnerével szemben (Ptk. 6:159. §). Ha nem sikerül a panaszt közvetlenül rendezni a szerződéses partnerrel, az ilyen esetekben van lehetőség peren kívüli vitarendezésre is. Az alternatív vitarendezési eljárások előnye a gyorsaság, az egyszerűség és a költséghatékonyság. Ennek egyik formájaként közvetítést lehet igénybe venni. Ez egy olyan, a felek megállapodása alapján a vitában nem érintett harmadik személy, a közvetítő bevonása mellett folyó „sajátos permegelőző vagy bírósági, illetve hatósági eljárás befejezését elősegítő, egyeztető, konfliktuskezelő, vitarendező eljárás, amelynek célja a felek közötti vita rendezésének megoldását tartalmazó írásbeli megállapodás létrehozása” (2002. évi LV. törvény a közvetítői tevékenységről 2. §). Ez a megállapodás nem zárja ki azt, hogy a felek a későbbiek során bírósághoz vagy választottbírósághoz forduljanak az adott ügyben, és úgy érvényesítsék jogait [2002. évi LV. törvény 36. § (1) bekezdés].

Az utazók, a vendégek békéltető testülethez is fordulhatnak. A békéltető testületek a fogyasztói jogviták²⁵ bírósági eljáráson kívüli rendezésére adnak szintén lehetőséget. A testület célja a fogyasztó és a vállalkozások közötti vitás ügyekben egyezség létrehozatala; amennyiben ez nem sikerül, a testület az ügyben döntést hoz. A békéltető testületek a megyei (fővárosi) kereskedelmi és iparkamara mellett működnek, függetlenek [Fgy. tv. 18. § (2) bekezdés]. Egyezség hiányában a testületek kötelező döntést hozhatnak, és ajánlást is tehetnek annak függvényében, hogy a vállalkozás elismerte-e magára nézve kötelezőnek a békéltető testület határozatát [Fgy. tv. 32. § a)–b) pont] (*Fogyasztói viták peren kívüli rendezése* 2017).

A fogyasztóvédelmi hatóság ellenőrzi többek között a szolgáltatással, panaszkezeléssel kapcsolatos szabályok betartását, és eljár azok megsértése esetén, ugyancsak eljárhat a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokkal kapcsolatos ügyekben (például a „csak ma, csak önnek ajánlatok” esetén, amikor ez nem bizonyul igaznak). Versenyfelügyeleti eljárás kezdeményezésére is sor kerülhet. Így ha a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat a gazdasági verseny érdemi befolyásolására alkalmas, akkor a Gazdasági Versenyhivatal jár el. De az üzletfelek megtévesztése, erőfölénnyel való visszaélés, versenykorlátozó megállapodás és kartell esetén is ez a hivatal jár el. Peres eljárást is kezdeményezhet az utas, a turista, ha nem sikerül közvetlenül rendezni a vitát a szolgáltatóval. (Ebben az esetben többek között akár kártérítést is követelhet az őt ért kár – legyen az vagyoni vagy nem vagyoni – miatt.) Büntetőeljárás indítására is van lehetősége a bűncselekmény áldozatának.

²⁵ „A fogyasztó és a vállalkozás közötti adásvételi vagy szolgáltatási szerződés megkötésével és teljesítésével kapcsolatos vitás ügy, valamint a fogyasztó és a vállalkozás között külön megkötésre kerülő adásvételi vagy szolgáltatási szerződés hiányában a termék minőségével, biztonságosságával, a termékfelelősségi szabályok alkalmazásával, a szolgáltatás minőségével összefüggő vitás ügy” [Fgy. tv. 2. § s) pont].

A fentiekén túl meg kell említeni az Európai Unió online vitarendezési portáljának működését is. Az ügyet, a vitát akkor lehet a portál elé vinni, ha az egy olyan terméket vagy szolgáltatást érint, amelyet egy európai uniós tagállamban székhellyel rendelkező vállalkozótól online vásároltak. Ebben az esetben a panaszos és a vállalkozás együttesen választja ki az alternatív vitarendezési fórumot, de előzetesen mindenképpen megpróbálják egymás között rendezni a vitát (*Fogyasztói viták peren kívüli rendezése* 2017). Ki kell emelni az Európai Fogyasztói Központok Hálózatát, amelynek minden uniós tagállamban van szervezete. Feladata, hogy egyrészt tájékoztatást tudjanak nyújtani fogyasztóvédelemmel kapcsolatos kérdésekben, másrészt ingyenesen segítséget nyújtsanak a határon átnyúló panaszok, jogviták kezelésében (*Milyen egyéb más tevékenységet végez az Európai Fogyasztói Központ?* 2018).

5. Javaslatok a turista panaszainak elkerülésére

„Akinek nyerő kártyái vannak, mindig tisztességesen játszik” – írja Oscar Wilde *Az eszményi férj* című művében. A minőség és a minőségmenedzsment a turizmusban napjainkban rendkívül nagy jelentőséggel bír. A turista a megspórolt, szabadon elkölthető pénz, a szűkös szabadidő és a számára elérhető turisztikai kínálat keretei közt egyensúlyozva minőségi élményre vágyik. A vendéggel, utazóval való tisztességtelen bánásmód mélyreható károkat okoz, és nem csak az adott szolgáltatónak. A turista a negatív élményéből további következtetéseket von le, és ezt az érzést kiterjeszti az egész szektorra, városra, de még az országra is. Ezt a későbbiekben másokkal is megosztja, így egy rossz élmény sokkal több negatív véleményt jelent. Ez pedig napjainkban, amikor online értékelik a vendégek, turisták az egyes szolgáltatókat, és osztják meg tapasztalataikat, korábban soha nem tapasztalt mértékű tovaggyűrűző hatást eredményezhet.

Az egyik legfontosabb teendő, amely kialakulásához hosszabb időre van szükség: a szemléletmód, mentalitás kialakítása a fogyasztóvédelem területén. Minden szolgáltatónak, vállalkozásnak tudatosítania kell önmaga számára is, hogy a tisztességes vendégfogadás is egy márka lehet; egy olyan brand, amely mindennek az alapja. Tudatosítani kell azt is, hogy ez egyben a vállalkozás érdeke, mivel versenyelőnyhöz juttathatja a vendégekért folyó kielezett harcban. A fogyasztói tudatosság növekedésével ez a tényező pedig egyre fontosabbá is válik (STARK 2004).

A vállalkozások vezetői mellett az idegenforgalmi szektorban dolgozók számára fontos lenne a fogyasztóvédelmi oktatás, a kommunikációs képességeik, valamint a nyelvismeretük fejlesztése. Létfontosságú lenne azt is egyértelművé tenni, hogy milyen módon oldják meg a vendégek panaszait, hogyan kezeljék azokat udvariasan, elegánsan. Természetesen az utasnak, a vendégnek is van felelőssége: elvárható, hogy ő maga is megfelelő gondossággal járjon el, tájékozódjon, mielőtt útra kel; óvatos, megfontolt és kellően elővigyázatos legyen ebben a szerepében az utazás valamennyi szakaszában. Már az elutazása előtt is vannak kötelezettségei: tájékozódnia kell arról, hogy milyen kultúrájú az idegen desztináció, ahova utazik, mire kell különös figyelmet fordítania.²⁶ Ellenőrizze, hogy kivel köt

²⁶ Az elutazás előtti tájékozódás egyik forrása lehet a Konzuli Szolgálat honlapja, amely információkat tartalmaz többek között a szükséges úti okmányokról, utazásról, az utazásra nem ajánlott vagy fokozott biztonsági kockázatot magukban hordozó térségekről, biztosításokról, egészségügyi kockázatokról, a konzuli védelem lehetőségeiről, valamint a magyar külképviselet, nagykövetségek, konzulátusok elérhetőségéről (*Konzuli tájékoztatás* 2017).

utazási szerződést, és legyen tisztában azzal is, milyen jogok illetik meg abban az esetben, ha a szolgáltató nem azt nyújtja, amire a szerződésben kötelezettséget vállalt. Ha az útra előzetesen valamennyi utas felkészülne, szintén sok vitás ügyet lehetne megelőzni.

Mindig szem előtt kell tartani, hogy a legjobb megoldás mindig a vendég, utas panaszának lehetőség szerinti azonnali orvoslása, a legtöbb esetben személyesen a legegyszerűbb a panaszokat feloldani. Hiszen a legjobb válasz a panaszokra mindig az azonnali, így sokat tehet még probléma esetén is a szolgáltató a saját jó hírneve megőrzése érdekében. Ha a szállodát túlfoglalják, a szálloda gondoskodik egy másik, legalább ugyanolyan színvonalú, szintű szállodai elhelyezésről; ha az utas nem kapott meg egy ígért szolgáltatást, azonnal kárpótolják valami mással, vagy leszállítják az árat. Nagyon sok peres eljárást meg lehetne spórolni ezzel az attitűddel, sok pénz, idő és jó hírnév maradna meg ennek követése esetén. Az alábbi esettanulmány a fogyasztásbiztonság tudatosabb átgondolására hívja fel a figyelmet.

Fogyasztói, vállalkozói fogyasztóvédelmi tudatosság növelése: a Budapesti Békéltető Testület 1/2017. számú ajánlása az utazási szolgáltatások kapcsán elvárható fogyasztói és vállalkozói magatartásról (részletek)

I. A fogyasztók számára

1. Merjenek hangot adni a fogyasztók az igénybe vett utazási szolgáltatással kapcsolatos kifogásuknak!
2. A bel- és külföldi utazásoknál a fogyasztók haladéktalanul közöljék az utaskísérővel a felmerült panaszt, és ragaszkodjanak ahhoz, hogy jegyzőkönyvet vegyen fel, ez az utaskísérő kötelessége.
3. A fogyasztók az írásban megtett panaszról mindig készítsenek másolatot a hatékony jogorvoslat érdekében!
4. Az online megrendelt utazásoknál a fogyasztók minden esetben őrizzék meg a megrendelésről szóló elektronikus levelezést, továbbá az utazási iroda vagy a szálláshely-szolgáltatással foglalkozó vállalkozás reklámját, egyéb írásos tájékoztatásait az utazás részletes feltételeivel kapcsolatban!

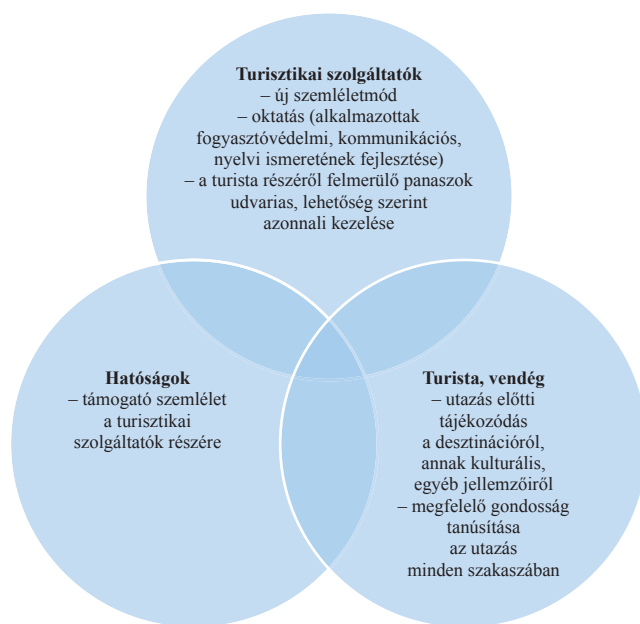
II. A vállalkozások számára

1. Személyesen közölt szóbeli panasz esetében törekedjenek érdemben az ügy megoldására, ne utasítsák azt el minden indoklás nélkül! Ha mégsem oldódik meg azonnal a vita, vagy bonyolult megítélésű, úgy teljesítsék jegyzőkönyvfelvételi kötelezettségüket, és annak egy példányát adják át a fogyasztók számára!
2. Próbálják meg az utazásszervezővel megbeszélve rendezni a problémát, adott esetben egy helyettesítő szolgáltatást ajánlanak fel, és ne utasítsák el a fogyasztók jegyzőkönyvfelvételeire irányuló kérését a helyszínen felmerült problémák közlésekor!
3. Az utazási szerződés megkötése előtt a vállalkozások a webportáljaikon, e-mailben, írásban, valamint szóban alkalmazottjuk útján részletesen tájékoztassák a fogyasztókat az utazás feltételeiről vagy az utazási csomag pontos tartalmáról!
4. A vállalkozások törekedjenek a vita békés megoldására, és ne akadályozzák a fogyasztói jogok gyakorlását!

Részlet a *Fogyasztói, vállalkozói fogyasztóvédelmi tudatosság növelése: a Budapesti Békéltető Testület 1/2017. számú ajánlása az utazási szolgáltatások kapcsán elvárható fogyasztói és vállalkozói magatartásról* című tanulmányból

Forrás: Budapesti Békéltető Testület 1/2017a. ajánlása. Elérhető: http://bekeltet.hu/container/container_attachments/download/bbt_ajanlas_1-2015.pdf
(A letöltés ideje: 2019. 12. 29.)

Nem elhanyagolható jelentőségű a hatóságok részéről tanúsított támogató szemlélet sem. Fontos, hogy mindig megfelelő felvilágosítást, tájékoztatást adjanak a vállalkozások számára. „Sokkal inkább el lehet várni egy vállalkozótól a feltárt hiányosság pótlását, valamint a további hiányosságok korrigálását, megelőzését, ha a hatóság partnerként kezel, segíti a jogszabályok megismerésében, a helyes alkalmazásban, felhívja a figyelmet a hiányosságokra, azok megszüntetésének módjára és lehetőségére, s csak azt követően bírságol, ha a tanácsok ellenére nem tartják be a jogszabályokat” (STARK 2004, 45.). Ahogy az élet egyéb területein is egyre fontosabb szerephez jutnak a civil szervezetek (a fogyasztóvédelmet is idesorolhatjuk), működésükkel elősegíthetik a nagyobb fogyasztói tudatosságot: kiadványokat jelentethetnek meg, kampányokat vezényelhetnek le (STARK 2004). Az 1. ábra az egyes szereplők tárgyalt témakör kapcsán kirajzolódó fontosabb feladatait szemlélteti.



1. ábra

„Fogyasztóvédelmi” javaslatok az idegenforgalom területén az egyes szereplőknek

Forrás: STARK 2004 alapján a szerző szerkesztése

A turizmus robbanásszerű növekedése, a változó turistaszokások miatt egyre fontosabb a turisták mint fogyasztók védelme, ami a jövőben még fontosabbá válhat; emellett globális szinten is mind intenzívebb együttműködésre van szükség a közigazgatási, valamint a bírói szervek között egyaránt (MARQUES 2017).

Zárógondolatként Rejtő Jenő *A fehér folt* című művét idézve leszögezhetjük, hogy a legfontosabb hozzávaló a turistákkal szembeni tisztességes bánásmódhoz minden esetben a becsület, a tisztesség megléte, az ebben a szellemben való lét maga, hiszen „két ember becsülete és tisztasága sohasem azon a helyzeten múlik, amibe kerülnek, hanem a lelkvilágukon”.

Felhasznált irodalom

- A Budapesti Békéltető Testület 1/2017. számú ajánlása az utazási szolgáltatások kapcsán elvárható fogyasztói és vállalkozói magatartásról* (2017): Budapest, Budapesti Békéltető Testület. Elérhető: <http://bekeltet.hu/wp-content/uploads/2017/03/BBT-1-2017.-sz.-Ajanlas-Utazas.pdf> (A letöltés ideje: 2019. 12. 29.)
- CMA launches consumer law investigation into hotel booking sites* (2017): Government of the UK, Competition and Markets Authority. Elérhető: www.gov.uk/government/news/cma-launches-consumer-law-investigation-into-hotel-booking-sites (A letöltés ideje: 2019. 12. 29.)
- Érdekességek és tanulságok az uniós békéltető honlap eseteiből (2017): Budapest, Budapesti Békéltető Testület. Elérhető: www.bekeltetes.hu/ (A letöltés ideje: 2019. 12. 29.)
- Fogyasztói viták peren kívüli rendezése* (2017): Európai Unió. Elérhető: http://europa.eu/youreurope/citizens/consumers/consumers-dispute-resolution/out-of-court-procedures/index_hu.htm (A letöltés ideje: 2019. 12. 29.)
- Fogyasztói vitarendezés másként* (2017): Budapest, békéltető testületek. Elérhető: www.bekeltetes.hu (A letöltés ideje: 2019. 12. 29.)
- Fogyasztóvédelem* (2017): Európai Unió. Elérhető: https://europa.eu/european-union/topics/consumers_hu (A letöltés ideje: 2019. 12. 29.)
- Gyakori, vitára okot adó esetek a légiszállítás területéről* (2016): Budapest, Budapesti Békéltető Testület. Elérhető: <http://bekeltet.hu/hirek/gyakori-vitara-okot-ado-esetek-a-legi-szemelyszallitas-teruleterol> (A letöltés ideje: 2019. 12. 29.)
- HÁMORI Antal (2003): *A vendéglátás fogyasztóvédelmi jogi szabályozása*. Budapest, Budapesti Gazdasági Főiskola.
- Konzuli tájékoztatás* (2017): Budapest, Külgazdasági és Külügyminisztérium Konzuli Szolgálat. Elérhető: <http://konzuliszolgalat.kormany.hu/gyors-tippek-mielott-utra-kelne> (A letöltés ideje: 2019. 12. 29.)
- MARQUES, Claudia Lima (2017): Relations Between International Law and Consumer Law in the Globalized World: Challenges and Prospects. In MARQUES, Claudia Lima – WEI, Dan eds.: *Consumer Law and Socioeconomic Development, National and International Dimensions*. Cham, Springer International Publishing AG. 211–239. DOI: https://doi.org/10.1007/978-3-319-55624-6_16
- Mi az a földrajzi árujelző?* (2017): Budapest, Szellemi Tulajdon Nemzeti Hivatala. Elérhető: www.sztnh.gov.hu/hu/szakmai-oldalak/foldrajzi-arujelzo (A letöltés ideje: 2019. 12. 29.)
- MICHALKÓ Gábor (2002): Országkép és kiskereskedelem – A külföldi turisták szabadidős vásárlásai a magyarországi idegenvezetők szemével. *Turizmus Bulletin*, 6. évf. 3. sz. 22–29.
- MICHALKÓ Gábor – HINEK Mátyás – JUSZTIN Márta – VÁRADI Zsuzsanna – VÍZI István (2006): Taxi és turizmus: a taxiközlekedés szerepe Budapest nemzetközi vendégforgalmában. *Turizmus Bulletin*, 10. évf. 3. sz. 36–43.
- Milyen egyéb más tevékenységet végez az Európai Fogyasztói Központ?* (2018): Magyarország, Európai Fogyasztói Központ. Elérhető: <http://magyarefk.hu> (A letöltés ideje: 2019. 12. 29.)
- PÁNDI Balázs (2017): *10 ezer svájci frankot fizetett egy korty, 139 évesnek hazudott whisky-ért*. Elérhető: http://index.hu/kulfold/2017/11/02/10_ezer_svajci_franksot_fizetett_egy_korty_139_evesnek_hazudott_whisky-ert (A letöltés ideje: 2017. 10. 20.)
- PÉTER, Erzsébet – KELLER, Krisztina (2011): Träumt schön! Klein- und Mittelunternehmen am Balaton. In BALÁZS Judit – SZÉKELY Csaba szerk.: *Változó környezet – Innovatív Stratégiák*

- Nemzetközi Tudományos Konferencia a Magyar Tudomány Ünnepe alkalmából.* Sopron, Nyugat-magyarországi Egyetem Közgazdaságtudományi Kar. 693–701.
- REJTŐ Jenő (2014a): *A fehér folt.* Kistarcsa, Csengőkert.
- REJTŐ Jenő (2014b): *A szőke ciklon.* Kistarcsa, Csengőkert.
- REJTŐ Jenő (2015): *Bradley Tamás visszaüt.* Kistarcsa, Csengőkert.
- SALAMON András (2009): *Fogyasztóvédelem és turizmus. A szolgáltatók és fogyasztók jogi kapcsolatrendszere a turizmusban.* Budapest, Tudatos Vásárlók Egyesülete.
- STARK Viktória (2004): A turizmus fogyasztóbarát szabályozása az Európai Unióban és Magyarországon. *Turizmus Bulletin*, 8. évf. 3. sz. 38–46.
- SZILÁGYI Attila (2017): *Belvárosi végelszámolás.* Elérhető: www.police.hu/hu/hirek-es-informaciok/legfrissebb-hireink/zsaru-magazin/belvarosi-vegelszamolas (A letöltés ideje: 2017. 11. 20.)
- WEISZ, Miklós – PÉTER, Erzsébet (2011): Hungarian agricultural and retail trade in a competitive environment. *International Journal of Agriculture and Biology*, Vol. 1, No. 3. 133–137.
- WILDE, Oscar (1926): *Az eszményi férj.* Budapest, Genius.
- 40 Tourist Scams to Avoid This Summer (2014): Just The Flight, Mark. Elérhető: www.justtheflight.co.uk/blog/16-40-tourist-scams-to-avoid-this-summer.html (A letöltés ideje: 2019. 12. 29.)

Felhasznált jogszabályok

- Magyarország Alaptörvénye, 2011. április 25.
1996. évi LVII. törvény a tisztességtelen piaci magatartás és a versenykorlátozás tilalmáról
1997. évi XI. törvény a védjegyek és a földrajzi árujelzők oltalmáról
1997. évi CLV. törvény a fogyasztóvédelemről
2002. évi LV. törvény a közvetítői tevékenységről
2008. évi XLVII. törvény a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmáról
2012. évi C. törvény a Büntető Törvénykönyvről
2013. évi V. törvény a Polgári Törvénykönyvről
- 281/2008. (XI. 28.) Korm. rendelet az utazási szerződésről