

OPPONENSI VÉLEMÉNY

Dr Keller Krisztina PhD. habilitációs pályázatáról.

Dr Keller Krisztina szakmai felkészültsége, oktatói tapasztalatai, tudományos munkában eddig végzett több évtizedes tevékenysége imponáló és kellő alapul szolgál, hogy a habilitációs eljárásban részt vehessen. A tudományos témájához kapcsolódó szakmai végzettséggel rendelkezik. Főiskolai tanulmányait a Kereskedelmi, Vendéglátóipari és Idegenforgalmi Főiskolán, egyetemi tanulmányait a Budapesti Közgazdaságtudományi Egyetem, Általános Társadalomtudományi Kar, Nemzetközi Kapcsolatok és Védelemgazdaság szakon sikeresen teljesítette, majd ezt követően 23 évvel ezelőtt PhD doktori címet szerzett a Budapesti Közgazdaságtudományi Egyetem, Nemzetközi Kapcsolatok szakon. Közben folyamatosan kutatott és publikált, valamint témájában a felsőoktatásban oktatott. Több alkalommal elnyert tudományos ösztöndíjat és a feladatokat vállalt kutatási projekteken.

Részleteiben:

A pályázó oktatási tevékenysége és számított pontjai 2020-2024 között:

1. Gyakorlat tartása (1 óra)	696
2. Előadás tartása (1 óra)	364
3. Doktori képzési kurzus (1 óra)	0
4. Megvédett szakdolgozat témavezetése magyar/idegen nyelven	275
5. TDK konzulensi tevékenység	
a. országos	0
b. egyetemi (kari)	80
6. Megvédett PhD (asp.) témavezetése magyar nyelven	15
7. Tantárgyi program készítése (programonként)	100

A jelölt egyetemi oktatói tevékenységét az elvárt színvonaltól lényegesen felül teljesítette. Ezen kívül a Budapesti Corvinus Egyetemen a Turizmusfejlesztés tantárgyfejlesztő tevékenysége révén több tantárgy felelőse és annak aktív alakítja fejlesztője.

A pályázó publikációs tevékenysége az MTMT alapján 2025.09.03-án:

Tudományos folyóirat cikkek: 56

Könyvek:6

Könyvrészlet: 35

Konferencia közlemények: 39

Közlemények összesen: 136

Absztrakt: 24

További tudományos művek 24

Összesen 184 tudományos művel rendelkezik, amelyre 396 független hivatkozás történt.

Dr Keller Krisztina független hivatkozások alapján 11-es Hirsch indexel, rendelkezik. A tudományos művek típusaiból is megállapítható, hogy a jelölt cselekvő tudományos közéleti szereplő. A konferenciákon nemcsak előad, hanem a konferencia kötetekben az előadás anyagait meg is jeleníti.

A publikációs tevékenysége is az írásainak hivatkozásai alapján a pontértéke: 930.

A jelölt a doktori képzés aktív résztvevője. A Budapesti Corvinus, Miskolci, valamint a Pannon Egyetemeken 15 alkalommal vett részt PhD védéseken a bizottságokban. Ezen kívül sikeres témavezetői munkájának köszönhetően Marton Zsuzsanna: „Magyarország turizmusbiztonsága a fogyasztói észlelések tükrében” c. disszertációja megvédésével PhD címet szerzett.

A jelölt tudományszervezői tevékenységét erősíti, hogy aktívan részt vett a TDK dolgozatok konzulensi és bírálói munkájában, valamint a TDK konferenciákon.

A jelölt több tudományos társaság, továbbá a Magyar Tudományos Akadémia több bizottságának tagja.

Számomra imponáló Dr Keller Krisztina nemzetközi projektekben való cselekvő részvétele, kapcsolatteremtő munkája és nemzetközi tudományos tevékenysége.

Habilitációs téziseiről:

A jelölt habilitációs értekezésének középpontjában három témakör áll, a turizmusbiztonság, ennek részeként a válságkommunikáció, valamint az okos turizmus. Mind három téma a

globalizáció következtében kiemelkedő szerepet tölt be a hazai és nemzetközi gazdaság és turizmus életében.

Turizmus biztonságról:

A jelölt jól érzékelt és jelenítette meg korunk egyik legfőbb kihívásnak a háttérét a turizmus biztonság lényegét. A vizsgált időszakban a turizmusbiztonság témakörében hat tanulmány társszerzője volt, amelyek közül a habilitációs értekezésben az alábbi publikációkat jelenítette meg.

- The emergence of safety and security in the tourism strategies of EU member states. GeoJournal of Tourism and Geosites,
- A külföldi állampolgárok/turisták viktimizációjának térbeli sajátosságai

A fent jelezett tanulmányokban a szerző kellő mélységben foglalkozott a turizmusbiztonság helyének meghatározásával az Európai Unió tagállamainak tervezési, fejlesztési és stratégiaalkotási gyakorlatában. Kiemelte továbbá azt, hogy napjainkban a biztonság mennyire fontos a nemzetállamok szintjén a turisztikai szektorban.

A kutatás végén az alábbi téziseket fogalmazta meg:

T1a: A vizsgált Európai Unió tagállamok turisztikai stratégiáiban megjelenik a turizmusbiztonság minden vizsgált dimenziója, így a közbiztonság, a műszaki biztonság, az egészségbiztonság, az eligazodás-biztonság és a fogyasztóbiztonság is. Az EU-s országok elsősorban a közbiztonságot értik a turizmus biztonsága alatt, ezen belül a bűnözés és a terrorizmus visszaszorításával kapcsolatosan fogalmaztak meg célokat. A műszaki biztonság kapcsán többnyire a digitális kommunikáció fejlesztését és az infrastrukturális beruházásokat nevesítették célként. Az egészségbiztonság leginkább az élelmiszerek kapcsán merült fel, a minőségi címkék és védjegyek bevezetése és a helyi termékek támogatása révén. Az eligazodás és a navigálás biztonságosabbá tételével kapcsolatban számos stratégia emelte ki célként a kitáblázottság javítását. A fogyasztóbiztonság tekintetében a stratégiák a megfelelő szolgáltatásminőség és fogyasztóvédelem mellett a szürke- és feketegazdaság visszaszorítását tartják kulcstényezőnek.

T1b: A tervezési-stratégiai dokumentumok többsége nem fordít nagy figyelmet a turizmusbiztonságra, Bulgária, Ciprus és Csehország tekinthető kivételnek. A turizmusbiztonsággal kapcsolatos kifejezések visszafogottan jelennek meg a stratégiákban, legnagyobb mértékben a biztonsággal és biztonságossággal kapcsolatos (safety, security, safe)

kifejezések fordultak elő, elsősorban a helyzetelemzési és a turisztikai fogyasztói trendeket ismertető fejezetekben. A kockázat (risk), a veszély (threat) és a terrorizmus (terrorism) elsősorban a fogyasztók utazási döntéseit befolyásoló tényezőként kerültek említésre. A béke/nyugalom (peace) kifejezést leginkább a marketingkommunikációval foglalkozó szakaszokban használták, mint potenciális hívószavakat.

T2a: A nemzetközi turistaérkezések nem minden esetben vannak egyenes arányban az áldozattá válás mértékével Budapesten. A magyar fővárosban a brit és a holland állampolgárok jóval a turistaérkezésük feletti arányban válnak sértetté, amely előbbiek esetében a turisztikai magatartással, a buliturizmussal, míg a holland utazók esetében a feljelentési hajlandósággal magyarázható.

T2b: A külföldi állampolgárságú sértettek Budapesten a legnagyobb számban a szálláshelyeken, a tömegközlekedési járműveken, a bárokban, valamint a lakott területen belüli parkolóknak és a járdákon, gyalogutakon viktimizálódnak.

Véleményem szerint a jelölt tézisei reális alapokon, kutatásokon áll. Mára egyértelművé vált, hogy az európai államok elsősorban a közbiztonságot értik a turizmus biztonsága alatt, és a tudományos kutatások is ezirányúak.

Válságkommunikáció a turizmusban:

A turizmus egyik legnagyobb visszatartó elemei a veszélyek és válságok. Mindez szorosan kötődik a turizmus biztonságához, amelyet a szerző jól felismert és a kutatásaira alapozva korábbi munkáiban és a habilitációs értekezésében is jól kidolgozott. A téma kifejtését az alábbi publikációira lapozta:

- Kaszás, N., & Keller, K. (2024). Crisis communication of national destination management organizations before and during the coronavirus pandemic. *Periodica Polytechnica Social and Management Sciences*, 32(1), pp. 37–46.
- Sirkó, M., Kaszás, N., & Keller, K. (2024). Tourism crisis communication in business hotels during the COVID-19 pandemic. *Academica Turistica –Tourism and Innovation Journal*, 17(1), 63–79.

Kutatásai végén megfogalmazott tézisei a következők:

T3a: Az európai uniós nemzeti TDMSZ-ek kommunikációjában a honlapok nem játszottak jelentős szerepet a COVID-19 előtt és közben. A koronavírus-járvány előtt elsősorban statikus tartalmak, blogbejegyzések voltak megtalálhatók az oldalakon, melyek leginkább a térség, az attrakciók és a rendezvények bemutatására épültek. A turizmusbiztonság különböző aspektusaival kevés weboldal foglalkozott, ezek is csak alapvető biztonsággal kapcsolatos információkat osztottak meg. A pandémia megjelenésével a TDMSZ-ek weboldalán strukturális változás nem volt tapasztalható. A honlapok elsősorban tájékoztatási célokat szolgáltattak a bevezetett korlátozások vagy tilalmak kapcsán, de kétirányú kommunikációra, az imázs megóvására nem voltak alkalmasak.

T3b: Az EU-s nemzeti TDMSZ-ek a közösségi média platformok közül a Facebook-ot, az Instagramot és a Twitteret használták nagy számban. A turizmusbiztonsággal kapcsolatos tartalmak a koronavírus-járványt megelőzően limitáltan jelentek meg, a közösségi média bejegyzések elsősorban az attrakciókra és a programokra fókuszáltak. A nemzeti TDMSZ-ek eltérő mértékben alkalmazták a közösségi média platformokat a koronavírus-járvány vizsgált időszaka alatt, és leginkább a Facebook-ot használták ezen hírek megosztására. A posztok témáit többnyire a járvánnyal összefüggő összefoglalók, a korlátozások ismertetése, a határzár hírek, a biztonságos utazással kapcsolatos tanácsok jelentették.

T3c: A koronavírus-járvánnyal kapcsolatos bejegyzések száma a válság első hónapjaiban kimagasló volt, ebben az időszakban az EU-s nemzeti Turisztikai Desztináció Menedzsment Szervezetek a kommunikációs csatornákat a turistákkal való kapcsolat és az imázs fenntartására használták. 2020. májustól októberig jelentősen csökkent a COVID-19-hez kapcsolódó bejegyzések száma, a TDMSZ-ek visszatértek a járvány előtti témákhoz. Habár a második hullám ismét visszavetette az utazásokat, s újra megjelentek a járvánnyal és a vakcinákkal kapcsolatos bejegyzések a közösségi médiában, a turizmusbiztonsággal kapcsolatos aktivitás mérsékelt maradt.

T4a: A hazai 4 csillagos üzleti szállodák az üzleti turistákat a koronavírus-járvány első és második hulláma alatt a partnereikkel való folyamatos kapcsolattartással, extra szolgáltatások nyújtásával, rugalmas foglalással és ingyenes lemondási feltételekkel, törzsvendégprogrammal, az árak csökkentésével, illetve a biztonságot és tisztaságot hangsúlyozó kommunikációval motiválták foglalásra.

T4b: A hazai 4 csillagos üzleti szállodák a koronavírus-járvány első két hulláma alatt az imázsukat folyamatos kommunikációval őrizték meg, kisfilmeket készítettek a munkatársakkal, valamint részt vettek különböző aktivitásokban, jótékonysági programokban.

T4c: A hazai 4 csillagos üzleti szállodák kommunikációjában a koronavírus-járvány során jelentős változások történtek a biztonság vonatkozásában. A krízis előtti időszakban az ország és a főváros biztonságát emelték ki a kommunikációjukban, a pandémia megjelenését követően a szálloda biztonsága állt a középpontban. A leggyakoribb üzenetük a következő volt: a vendég biztonságban van a szállodában, ahol betartják a szabályozásokat és az óvintézkedéseket, magas szinten odafigyelnek a tisztaságra, illetve a szálloda nyitva van és a vendég számíthat rájuk.

A jelölt téziseiben jól megfogalmazta a válságkezelésével elterjedt kommunikációs gyakorlatot. A COVID kapcsán a turizmusban kialakult krízis választóvonalnak bizonyult, amelyet a tézisekben is véleményem szerint nagyon helyesen megjelenített a szerző.

Okosturizmusról:

A jelölt véleményem szerint helyesen értelmezi az okos turizmust, amely alatt a következőt érti. Az okos turizmus kihasználja a digitális technológia előnyeit az okos turisztikai szolgáltatások/élmények létrehozásában, kezelésében és menedzselésében, valamint amelyet intenzív információmegosztás és értékteremtés jellemez. A téma feldolgozásához a következő publikációit használta fel: Pinke-Sziva, I., Keller, K., & Kovács, L. (2024). Smart positioning. *Journal of Heritage Tourism*, 19(5), 762–780.

A kutatásai végén megfogalmazott tézisei a következők:

T5a: A digitális technológiák az ezekkel kapcsolatos attitűdök alapján három csoportba oszthatóak a kisméretű örökségturisztikai desztinációk esetében: okos turisztikai programok (városi és rendezvény mobilapplikációk, digitális tematikus turisztikai útvonalak, digitális turisztikai kedvezménykártya-rendszer, digitális városnézés QR-kódokkal, digitális városi játék applikáció); okos attrakciók (fényművészeti tervezőjáték, épületek fényfestése, kirakós játék 3D fénykockákkal) és okos technológiával kapcsolatos kezdeményezések (okos gyalogátkelőhely, okos parkolás, okos padok, töltőpontok).

T5b: A turisták az okos technológiákat elsősorban tájékozódásra, a programokkal kapcsolatos

információk keresésére és a digitális városnézésre használják a kisméretű örökségturisztikai desztinációkban. Az elsősorban információgyűjtésre és turisztikai programok tervezésére használt okos eszközök a legfontosabb húzóerők, de az okos attrakciók és az okos infrastruktúra fejlesztése is fontos.

T5c: Az életkor minden korosztály esetében hatással van az okos turisztikai technológiák használatára. A fiatalabb szegmensek esetében az okos attrakciók és az okos technológiával kapcsolatos kezdeményezések valamivel erősebb hatást gyakorolnak, mint az általános modellben, míg az idősebb generációk esetében az okos turisztikai programok fontosabbak.

A globalizáció felhajtó ereje a digitalizáció és a nyertesek egyike a turizmus. Mindezt az okosturizmusra vonatkozólag a jelölt tézisiben alátámasztotta. Mára az okosturizmus eszközei, módszertana megkerülhetetlen azok számára, akik a turizmus piacon érvényesülni akarnak. A témakört kellő mélységű ismeretek birtokában a tézisekben imponálóan bemutatta a jelölt.

A jelölt által javasolt előadások alábbi témáinak bemutatását támogatom:

- 1.Válságmenedzsment a turizmusban: stratégiák és kihívások
- 2.Hatékony kríziskommunikációs stratégiák a turizmusban
- 3.Innovatív megközelítés az utazásban: az okos turizmus

Összegezve megállapítottam, hogy Dr Keller Krisztina PhD tudományos előélete, továbbá a habilitációs kérelmében beadott oktatási, kutatási és tudományos munkássága alapján *alkalmas a habilitált doktori cím odaítélésére.*

Budapest 2025. 09. 03.

Prof. Dr Sallai János egyetemi tanár

sk.

Rendészettudományi Doktori Iskola vezető-helyettese

