



UNIVERSITY OF PÉCS
Faculty of Business and Economics

V. NEMZETKÖZI TURIZMUSMARKETING
KONFERENCIA
5TH INTERNATIONAL TOURISM MARKETING
CONFERENCE

Pécs, 2023

A TURIZMUS KORSZAKVÁLTAJA – OKOS DESZTINÁCIÓK ÉS
OKOS MAGATARTÁS VÁLSÁGOK IDEJÉN

5TH INTERNATIONAL TOURISM MARKETING CONFERENCE A NEW ERA IN TOURISM -
SMART DESTINATIONS AND SMART BEHAVIOUR IN TIMES OF CRISES

ABSZTRAKTKÖTET
BOOK OF ABSTRACTS

V. Nemzetközi Turizmusmarketing Konferencia
A turizmus korszakváltása – Okos desztinációk és okos magatartás
válságok idején

5th International Tourism Marketing Conference
A new era in tourism - Smart destinations and smart behaviour in
times of crises

Felelős kiadó/Publisher

Pécsi Tudományegyetem Közgazdaságtudományi Kar

Szerkesztőség/Editorial Office

Copyright © Pécsi Tudományegyetem, Közgazdaságtudományi Kar,
Marketing és Turizmus Intézet

7622 Pécs, Rákóczi út 80.

Honlap: <https://ktk.pte.hu/hu/munkatarsak/intezet/marketing-es-turizmus-intezet>

Szerkesztők/Editors

Dr. Csóka László

Prof. Dr. Csapó János

A konferencia főszervezője/General Chair of the Conference

Prof. Dr. Csapó János

Szervezőbizottság/Organising Committee

Prof. Dr. Törőcsik Mária

Dr. Gonda Tibor

Dr. Csóka László

Végi Szabina

Mészáros Boglárka Ágnes

Wilhelm Kata

Wilhelm Réka

Tel: +36 72 501 599

e-mail: turizmusmarketing2023@ktk.pte.hu

Honlap: <https://ktk.pte.hu/hu/tudomany/tudomanyos-rendezyenyek/nemzetkozi-turizmusmarketing-konferencia>

Tudományos Bizottság elnökei/Chairs of the Scientific Committee

Prof. Dr. Csapó János – Prof. Dr. Törőcsik Mária

Tudományos Bizottság/Scientific Committee

Dr. Kiss Kornélia (Budapesti Gazdasági Egyetem)

Dr. Lőrincz Katalin (Pannon Egyetem)

Dr. Máté Andrea (Pécsi Tudományegyetem)

Prof. Dr. Michalkó Gábor (Pannon Egyetem)

Dr. Rátz Tamara (Kodolányi János Egyetem)

Prof. Dr. Kaposi Zoltán (Pécsi Tudományegyetem)

Dr. Gonda Tibor (Pécsi Tudományegyetem)

Dr. Raffay Zoltán (Pécsi Tudományegyetem)

Dr. Jászberényi Melinda (Budapesti Corvinus Egyetem)

Dr. Happ Éva (Széchenyi Egyetem)

Ivancsóné Dr. Horváth Zsuzsanna (Széchenyi Egyetem)

Támogatók/Supporting professional organisations

MTA PTB Turizmusföldrajzi Munkabizottság

Magyar Földrajzi Társaság - Dél-dunántúli Osztály

MTA Gazdálkodástudományi Bizottság Marketingtudományi Albizottság

MTA II. és IV. Osztály Agrártörténeti és Faluszociológiai Osztályközi Állandó Bizottsága

MTA PAB II. Osztály Gazdaság- és Társadalomtörténeti Munkabizottság

OTKA: „A 142571 számú projekt az Innovációs és Technológiai Minisztérium Nemzeti Kutatási Fejlesztési és Innovációs Alapból nyújtott támogatásával, az „OTKA” K_22 pályázati program finanszírozásában valósult meg.”



ISBN: 978-963-626-115-3

Kiadja a Pécsi Tudományegyetem Közgazdaságtudományi Kar
Marketing és Turizmus Intézete

Pécs, 2023



PÉCSI TUDOMÁNYEGYETEM
UNIVERSITY OF PÉCS

TARTALOMJEGYZÉK/TABLE OF CONTENTS

Előszó	9
Preface	11

I. SZEKCIÓ: KÖZÖSSÉGEK ÉS HÁLÓZATOK A TURIZMUSBAN

BÓDIS GÁBOR

A hálózatosodás, mint szervező elem a Dunamenti turizmusban	13
---	----

SZABÓ TÜNDE

Népszerű múzeumok, hatékony közösségi média? Jellegzetességek és szerep, amelyet betölthetnek a népszerű turisztikai desztinációk esetében.....	15
---	----

NAGY KATALIN

Társadalmi innováció az értékteremtésben a kulturális útvonalak példáján keresztül	17
--	----

NAGY GABRIELLA, MÓKUSNÉ PÁLFI ANDREA, AUBERT ANTAL

Turisztikai célú menedzsment szerveződések döntési folyamatainak vizsgálata SEM módszerrel.....	18
---	----

BUNDSÁG ÉVA SZABINA, TÖRÖK RÉKA SZABINA

Téged befolyásol mások utazási élménye? - A belföldi turisták hordaszerű magatartásának vizsgálata.....	20
---	----

II. SZEKCIÓ: ÚJ CÉLCSOPORTOK IGÉNYEINEK FELTÁRÁSA, A CÉLCSOPORTOK ELÉRÉSE – GENERÁCIÓK, SZCÉNÁK

BÍRÓ CSABA

A Magyarországra érkező német szenior turisták és a dunai szállodahajókról érkező látogatók profiljai	22
---	----

MÁTYÁS JUDIT

A nyelvtudás fontossága a turisztikai szakember számára	24
---	----

SZEIDL KLAUDIA, PETYKÓ CSILLA, NAGY ADRIENNE, MAGYAR MÁRTON

Budapest turisztikai vonzereje a Z generáció körében	26
--	----

VARGÁNÉ CSOBÁN KATALIN, MOLNÁR ANNA ERZSÉBET, KISS MARIETTA

A Z generáció fogyasztói elvárásai az örökségturizmusban.....	29
---	----

MARTON GERGELY, CSÓKA LÁSZLÓ, VARGA TAMÁS

A Spartan Race, mint piacvezető, atipikus sportturisztikai termék fogyasztói magatartásának vizsgálata.....	31
---	----

III. SZEKCIÓ: A TURIZMUS TÖRTÉNETI ASPEKTUSAI, TURIZMUSMARKETING TÖRTÉNET

JUHA MARIANN

A Ruhr-vidék transzformációja. Az ipari örökség szerepe a turizmusban 33

MÉSZÁROS BOGLÁRKA ÁGNES

Az arisztokrácia szerepe, mint kultusz és hagyomány a turizmusban 35

WILHELM RÉKA

A balatoni szezonális mértékének számszerűsítése és mérséklésének lehetséges eszközei Balatonboglár és Balatonlelle példáján 37

KAPOSI ZOLTÁN

A városi fürdőélet fejlődése a dél-dunántúli városokban (1867-1945) .. 38

VARGA PATRIK ZSOLT

A hagyományos vendégfogadótól a modern szállodáig. Az idegenforgalom és vendéglátás változásai Pécsen a 19. században 40

NAGY BENEDEK

Erdélyi fürdők az Osztrák-Magyar Monarchia idején 42

HORVÁTH ANNA

Az észak-alföldi határtérség járásainak fejlettségi tényezői és versenyképessége a turizmus tükrében 44

NYÁRI TAMÁS

A turizmus fejlesztése a párt- és kormányhatározatok tükrében (1955-1989) 46

HALÁSZ IMRE

Az első magyarországi marketingkutatás: a falusi tanítók belföldi utazási szokásai 48

IV. SZEKCIÓ: OKOS TURIZMUS, OKOS DESZTINÁCIÓK

GLÓZIK KLÁRA

A digitális technológiák felhasználásának, alkalmazási lehetőségeinek és igényeinek vizsgálata a falusi turizmusban 50

NAGY JÚLIA

I-DEST – egy, a fenntartható turizmust támogató desztinációmenedzsment szoftver fejlesztésének tapasztalatai 51

FARKAS JÁCINT, CSILLAG SÁRA, FEKETE-FROJIMOVICS ZSÓFIA

Okos megoldások a fogyatékkal élő emberek vendéglátásban foglalkoztatásában 53

IVÁNYI TAMÁS

Okosvárosok okostelefonon - digitális megoldások a Balaton körül 56

GROTTE JUDIT, BÉRES ILONA, MAGYAR TÍMEA, MARCELLNÉ SZILÁGYI ESZTER

A Z generáció digitális eszközhasználata szabadidős utazásaik során 58

IVANCSÓNÉ HORVÁTH ZSUZSA, HAPP ÉVA	
Digitalizáció a horgászturizmusban? Az új technológiák elfogadásának elméleti háttere	60
NAGY ÁKOS, GERDESICS VIKTÓRIA, SZŰCS KRISZTIÁN	
Virtuális turizmus 2.0 – korai vagy időszerű?	62
KISS KORNÉLIA, MIM KLAUDIA, BODON GYÖRGY	
„... és a végén még érmet is kapunk érte!” – A virtuális futóeseményeken való részvételhez kapcsolódó fogyasztói motivációk vizsgálata	64
V. SZEKCIÓ: FOGYASZTÓI MAGATARTÁSVÁLTOZÁSOK – ÖNÁLLÓSÁG, FELELŐSSÉG, TRENDEK	
PAPP ADRIENN, MARIEN ANITA	
A co-creation turisztikai megjelenésének fogyasztókra gyakorolt hatása	65
VERECKEI-POÓR BENCE	
Generációk és környezetbarát termékek – kik a legtudatosabb utazók Magyarországon?	67
HINEK MÁTYÁS	
„Témák és érzelmek” - Szállodai vendégvélemények vizsgálata témamodellezéssel és szentimentelemzéssel	69
WILHELM KATA	
Gondolatok a döntési keret és a fogyasztói magatartás összefüggéseiről a turizmusban.....	70
PAJROK ANDOR	
A stratégiai vezetői számvitel alkalmazásának hatása a fogyasztói értékelésekre a hazai szállodaiiparban a COVID-19 előtt, alatt és azt követően	71
ANGLER KINGA	
Utazási irodával vagy anélkül?	73
MÁTÉ ANDREA	
Fesztivál-látogatók a Covid előtt és után	75
VARGA TAMÁS, MARTON GERGELY	
A hazai kiemelt könnyűzenei fesztiválok fogyasztói magatartásának vizsgálata a különböző generációk körében	76
SOÓS GABRIELLA, LUGASI ANDREA	
A fogyasztók igényeinek változása az élelmiszer-hiperszenzitivás terjedése kapcsán	78
TÖRŐCSIK MÁRIA	
Fogyasztók a kontúrtalessé vált turizmus területén – elvesztettük a turistát, megnyertük az utazó embert	81

VÉGI SZABINA

Az új koronavírus (COVID-19) megjelenésének hatása a magyar lakosság turisztikai fogyasztói szokásaira: klaszterelemzés 83

VI. SZEKCIÓ: A TURISZTIKAI TERMÉKFEJLESZTÉS ÉS INNOVÁCIÓ ÚJ ASPEKTUSAI

KOVÁCS DEZSŐ

Új jelenségek a baranyai gasztronómiában – születőben a Mecsek-Völgyesség-Hegyhát gasztrotársaság? 85

JUHÁSZ ANDREA, SZAKÁLY ORSOLYA

Az influencer marketing szerepe a marketingstratégia kialakításában – a kínálati oldal szemszögéből 87

KOVÁCS GYÖNGYI

A Michelin Guide és a sajtturizmus kapcsolódási pontjai 89

WIRTH GÁBOR

Magyarország makettparkjai mint újszerű attrakciók a kulturális turizmusban 90

MERKL MÁRTA

Élményközpontú food design éttermi kontextusban 92

NAGY ADRIENNE, PETYKÓ CSILLA

A kreatív turizmus fenntartható megoldásai – a szabadulósobák példája Budapesten 94

BEHRINGER ZSUZSANNA, TEVELY TITANILLA

Hagyomány és/vagy innováció – avagy komplex turisztikai termékfejlesztési terv egy Balaton közeli kisváros példáján keresztül vizsgálva 96

KÁLDI EMESE, BEHRINGER ZSUZSANNA, KULCSÁR NOÉMI

Nézd más szemmel a világot! - attrakciófejlesztés a városi séták eszközével 98

SPIEGLER PATRÍCIA, NAGY DÁVID

Turisztikai trendek és a desztináció imázs változásai Villány példáján. 100

VII. SZEKCIÓ: FELELŐS TURIZMUS, REZILIENCIA, A TURISZTIKAI TEHERBÍRÓ KÉPESSÉG KÉRDÉSEI

BEHRINGER ZSUZSANNA, KULCSÁR NOÉMI, HINEK MÁTYÁS, ANNA PETRIK, TEVELY TITANILLA

Mennyire tudnak és akarnak felelősen viselkedni és környezettudatosan választani a magyar fogyasztók a turisztikai utazási döntéseik meghozatala során a világjárvány kitörésének és háborús válsággal is megterhelt időszakára? 102

NAGY DÁVID, SPIEGLER PATRÍCIA

A biztonság szerepe a dunai szállodahajózásban 105

JÁSZBERÉNYI MELINDA, CSAPODY BENCE, KÖKÉNY LÁSZLÓ	
Gasztronómiai fesztiválok elemzése a fenntarthatósági elvek tükrében	107
GÁSZNÉ BÓSZ BERNADETT, SCHULTZ ÉVA	
Hogyan tovább? Az örökségturisztikai attrakció-üzemeltetés válságkezelési tapasztalatai a dél-dunántúli várak példáján	109
BUDAI ELEONÓRA, DENICH ERVIN	
A magyar turisztikai vállalkozások számviteli rezilienciájának vizsgálata a Covid-19 járvány idején.....	111
FARKAS JÁCINT, RAFFAY ZOLTÁN	
Reziliencia = akadálymentesség? Vagy maradunk a „használatatlan” rámák keretei között? Ami reziliens, az akadálymentes is?	112
RAFFAY ZOLTÁN	
A látogatottság-csökkenés diszkrét bája: érzékeny természeti területek demarketing-tevékenysége.....	115
HEGEDÜS SÁRA, KISS KORNÉLIA, BOROS KITTI, PÁL ADRIENN LILIÁNA	
„A hozzáállás fontosabb, mint egy plecsni a falon” - A fenntarthatóság értelmezése és gyakorlata „Zöld szálloda” minősítéssel rendelkező és nem rendelkező szállodák esetében	117
DÖMÉNY BALÁZS	
Fogyasztói attitűdök vizsgálata a fenntartható turizmus területén	119
VIII. SEKCIÓ/SESSION 8: KEY DRIVERS OF COMPETITIVENESS IN THE TOURISM INDUSTRY	
AMAN, ELIYAS EBRAHIM; PAPP-VÁRY, ÁRPÁD FERENC	
Impact of tourism marketing on economic sustainability of destinations	121
SORIANO, MA. JOY G.	
On promoting local beach resorts in Davao region: from the lens of local beach resort owners	122
GANO-AN, JONATHAN C	
Forging a sustainable future through agritourism: a case of Davao region, philippines	123
MUSTAFIĆ, ERMINA; MUSTAFIĆ, AMIR	
Study of satisfaction in domestic and foreign tourists in Tuzla	124
PIZZERA, JUDITH; FISCHER, WOLFGANG	
Countering natural overuse - from Destination Marketing to Destination Demarketing Management	125
PUTZER, PETRA; POSZA, ALEXANDRA	
Environmental, Social and Governance (ESG) Factors in Tourism - A bibliometric Analysis	126

KUMMITHA, HARSHAVARDHAN REDDY

- Explore the residents' participation in tourism based social entrepreneurship organization: Evidence from tourism based social entrepreneurs cases in India 128

IX. SZEKCIÓ/SESSION 9: KEY DRIVERS OF COMPETITIVENESS IN THE TOURISM INDUSTRY II.

KUSUMANINGRUM, SITA DEWI

- Destination branding research: A topic modeling analysis 129

SANDRIESTER, JASMIN; HARFST, JÖRN; FISCHER, WOLFGANG

- A smart approach? Digitalization in the cultural heritage sector and its impacts on cultural tourism in peripheral regions 130

BETAK, NORBERT; GERGELYOVA, VIKTORIA; BIZIKOVA, VIKTORIA

- Tourism Students Perceptions on Intercultural Online Marketing 132

KANGAI, DEBORAH; PAPP-VÁRY, ÁRPÁD FERENC

- Country Branding as a tool for Tourism Destination Promotion in Kenya: Literature Review 134

CSAPÓ, JÁNOS; VÉGI, SZABINA

- Seasonality researches in the context of smart tourism – evidence for an empirical research gap 135

BOROS, KITTÍ; KELLER, KRISZTINA

- The Effects of Virtual Business Events on Attitudes and Behavioural Intentions of Generation Z 136

BEHRINGER, ZSUZSANNA; KULCSÁR, NOÉMI; HINEK, MÁTYÁS; PETRIK, ANNA;

TEVELY, TITANILLA

- Changes in tourist decisions in the shadow of the global crisis – or how travel preferences and consumer priorities evolved from the pre-Covid period through the restrictions, to economic recession 139

A HAGYOMÁNYOS VENDÉGFOGADÓKTÓL A MODERN SZÁLLODÁKIG. AZ IDEGENFORGALOM ÉS VENDÉGLÁTÁS VÁLTOZÁSAI PÉCSETT A 19. SZÁZADBAN

From the traditional taverns till the modern hotels. The changes of hospitality and catering of Pécs in the 19th century

VARGA PATRIK ZSOLT

BSc hallgató, Pécsi Tudományegyetem, Közgazdaságtudományi Kar

patrik.varga96@gmail.com

Előadásom célja a 19. századi pécsi vendéglátás és szállodaipar fejlődésének vizsgálata. A 36. OTDK keretében megvalósult kutatás során három fő kérdésre kerestem a választ gazdaságtörténeti áttekintésemben. Először is: hogyan és miért ment végbe az idegenforgalom látványos fejlődése a vizsgált időszakban? Másodszor: kik voltak a hotelépítés vállalkozói és milyen motivációkat láthatunk tevékenységük mögött? Végül: milyen változásokat lehet látni a 19–20. század fordulója körüli évtizedekben és hogyan tükröződik az átalakulás a hagyományos és a modern vendéglátás között? A kutatás során széles forrásbázist és ezeknek megfelelő feldolgozási módszereket használtam. Irodalomelemzés során a pécsi gazdaság alakulását vázoltam fel a 19. században, majd ezt leszűkítve a város vendéglátására fókuszáltam, bemutatva az egyes tevékenységeket és szálláshelyeket. Az MNL BaML intézményében végzett alapkutatásom révén a vállalkozók beadványaiból megismerhettem azok elképzeléseit, újtó szándékait, a városi szakvéleményekből pedig a valóság tükröződését. Különbféle statisztikai források révén bemutattam a vendéglátás helyét és szerepét a pécsi foglalkoztatási rendszerben. A sajtóforrások a vendéglátás mindennapjait segítették bemutatni, ugyanakkor összehasonlítást is végeztem, főleg Nagykanizsa kapcsán.

Az előadás végére megismerhetjük a pécsi vendéglátás fejlődését, hiszen a hagyományos vendégfogadók és a modern szállodaipar jól érzékelhetően változott a 19. század alatt. A régi „szállodásnak lenni” felfogás a századfordulóra új vállalkozói formává vált. A tőkés pécsi vállalkozók – rendszerint az iparból kikerülve – bérleti szerződésekkel passzív jövedelemre tettek szert szállodaépítéseik révén. A hotelépítések háttérében személyes céljaik is visszaköszöttek, mint pl. olyan látens igények kiszolgálása, amelyek jóval megelőzték korukat. A fejlődést az is mutatja, hogy az előadásban bemutatott fogadók és szállodák a mai pécsi látkép meghatározó remekei, és bár az 1920-as évek lakhatási problémái miatt néhány szálláshelyet bérlakássá alakítottak, akadnak olyanok, amelyekben mind a mai napig a vendéglátás a fő gazdasági tevékenység.

Kulcsszavak: gazdaságtörténet, 19–20. század, Pécs, vendéglátás fejlődése

The purpose of the presentation is to examine the improvement of the 19th century hospitality industry of Pécs. The presentation is based on my research of the 36th OTDK, in which I sought to answer three main questions. How, and why did hospitality grow so exponentially during the 19th century? Who were the hoteliers and what were their motivations? What changes occurred over the duration of the 19th century, and how did these changes differ between the traditional and modern hospitality in Pécs?

In my research, I cited a wide variety of sources and applied the appropriate processing methods. During the literary analysis, I outlined the economic development of Pécs in the 19th century. Upon completion, I focused on the catering and hospitality sector of the city which described the various entrepreneurial activities and ventures. Throughout the initial research of the MNL Baranya County Archives, I was able to unveil the motivations and innovative intentions of the local entrepreneurs. Moreover, I received an understanding of the requirements in place by the administration of the city. Using various statistical sources, I was able to identify the hospitality sector within the employment system of Pécs. The news publications from the 19th century helped me to understand their everyday life. Furthermore, I was able to briefly compare my findings to the economic history of Nagykanizsa.

By the end of the presentation, I emphasize the evolution of development within the hospitality industry of Pécs. The traditional hospitality evolved into the modern hoteling businesses over the 19th century. This was made possible by the economic opportunities of the era. By the end of the 19th century, the old notion of "being an innkeeper" became a new form of entrepreneurship. The wealthy entrepreneurs of Pécs (mainly from the industrial sectors) earned passive income as a result of their hoteling investments and rental contracts. The motivations and attitude of the entrepreneurs combined with their personal goals, such as meeting latent needs, were well ahead of their time. The defining masterpieces of present-day cityscape of Pécs are the adornment of inns and hotels presented and described in the presentation. Although many of the 19th century accommodations have been converted into condominiums, some remain functioning as hotels in present day Pécs.

Keywords: economic history, 19–20th century, Pécs, development of hospitality