

Bács-Kiskun Vármegye Önkormányzata Közgyűlésének
47/2026. (IX.25.) számú határozatának melléklete

Bács-Kiskun Megye Turizmusfejlesztési Stratégiája és Operatív Terve 2026-2040

TOP_Plusz-3.1.1-21-BK1-2022-00001

Készítette:

Ex Ante Tanácsadó Iroda Kft.

2026. szeptember 25.

TARTALOMJEGYZÉK

1 VEZETŐI ÖSSZEFOGLALÓ	11
1.1 A STRATÉGIA CÉLJA ÉS KERETE	11
1.1.1. A DOKUMENTUM HÁTTERE	11
1.1.2. A STRATÉGIA INDOKOLTSÁGA	11
1.2 A HELYZETELEMZÉS FŐBB MEGÁLLAPÍTÁSAI	11
1.2.1. GAZDASÁGI ÉS ÁGAZATI KONTEXTUS.....	11
1.2.2. VENDÉGFORGALOM ÉS SZÁLLÁSHELY-PIAC	12
1.2.3. A KÍNÁLAT SZERKEZETE ÉS TERÜLETI JELLEMZŐI	12
1.2.4. HELYZETÉRTÉKELÉS – SWOT	12
1.2.5. TERMÉKSZINTŰ HELYZETÉRTÉKELÉS	13
1.3 JÖVŐKÉP.....	13
1.4 STRATÉGIAI KERETRENDSZER: TERMÉKPILLÉREK ÉS HORIZONTÁLIS TERÜLETEK	13
1.4.1. HÁROM TERMÉKPILLÉR (HÚZÓTERMÉKEK)	13
1.4.2. KIEGÉSZÍTŐ HORIZONTÁLIS TURISZTIKAI KÍNÁLAT	14
1.4.3. HORIZONTÁLIS STRATÉGIAI FELTÉTELEK.....	14
1.5 CÉLRENDSZER ÉS ÁTFOGÓ CÉL	15
1.6 FEJLESZTÉSI BEAVATKOZÁSOK.....	15
1.7 OPERATÍV TERV ÉS VÉGREHAJTÁS.....	16
1.8 KIEMELT PROJEKTPORTFÓLIÓ (TOP 10).....	16
1.9 FINANSZÍROZÁS	17
1.10 MONITORING ÉS FELÜLVIZSGÁLAT.....	17
1.11 A STRATÉGIA ÖT ALAPELVE	18
 2 HELYZETELEMZÉS	 19
2.1 BÁCS-KISKUN MEGYE GAZDASÁGI, TÁRSADALMI, KÖRNYEZETI ELEMZÉSE	19
2.1.1. GAZDASÁGI KÖRNYEZET ÉS ÁGAZATI SZERKEZET	20
2.1.2. VÁLLALKOZÁSI STRUKTÚRA, KONCENTRÁCIÓ ÉS A TURIZMUS HELYE.....	21
2.1.3. MUNKAERŐPIAC ÉS JÖVEDELMI VISZONYOK.....	21
2.1.4. TÁRSADALMI ÉS HUMÁN ERŐFORRÁS TÉNYEZŐK	22
2.1.5. VÁLLALKOZÁSI KÖRNYEZET, KISKERESKEDELEM ÉS VENDÉGLÁTÁS.....	22
2.1.6. BÁCS-KISKUN MEGYE MEZŐGAZDASÁGI JELENTŐSÉGE ÉS ANNAK TURISZTIKAI ÖSSZEFÜGGÉSEI AZ ELMÚLT ÉVEK GAZDASÁGI TRENDJEI ALAPJÁN	23
2.2 BÁCS-KISKUN MEGYE TURISZTIKAI HELYZETÉNEK ELEMZÉSE	25
2.2.1. A MEGYE TURIZMUSA A STATISZTIKÁK TÜKRÉBEN	25
2.2.2. A MEGYE TURISZTIKAI KÍNÁLATA – SZAKMAPOLITIKAI ÁTTEKINTÉS	30
2.2.3. A MEGYE SZÁLLÁSKÍNÁLATA.....	36

2.2.4. A MEGYE KÍNÁLATÁT MEGHATÁROZÓ ATTRAKCIÓK.....	39
2.2.5. TURISZTIKAI INTÉZMÉNYEK, SZERVEZETEK	44
2.2.6. TURISZTIKAI INFRASTRUKTÚRA	46
2.2.7. A 2015-TŐL MEGVALÓSULT ÉS FOLYAMATBAN LÉVŐ TURISZTIKAI BERUHÁZÁSOK BEMUTATÁSA	51
2.2.8. A MEGYE DESZTINÁCIÓINAK BEMUTATÁSA ÉS POZICIONÁLÁSA	56
2.2.9. A MEGYE TEMATIKUS TURISZTIKAI KÍNÁLATÁNAK A BEMUTATÁSA, POZICIONÁLÁSA.....	63
2.2.10. A JELENLEGI TURISZTIKAI TERMÉKEK ÉLETCIKLUSBAN ELFOGLALT HELYE ÉS ANNAK VÁRHATÓ VÁLTOZÁSA 2040-IG.....	67
2.2.11. A BÁCS-KISKUN MEGYE TURIZMUSFEJLESZTÉSI TERVE 2016-2020 CÍMŰ DOKUMENTUMBAN FOGLALT CÉLOK ELÉRÉSÉNEK ÉS A CSELEKVÉSI TERV VÉGREHAJTÁSÁNAK VIZSGÁLATA.....	71
2.2.12. DUNA BORÚT LÉTREHOZATALA ÉS POZÍCIONÁLÁSA TURISZTIKAI ÉS KULTURÁLIS MÁRKAKÉNT A HATÁR-MENTI RÉGIÓBAN - KÖZÖS FEJLESZTÉSI ÉS MARKETING STRATÉGIA CÍMŰ DOKUMENTUMBAN FOGLALT CÉLOK ELÉRÉSÉNEK VIZSGÁLATA.....	71
2.2.13. A STRATÉGIAI JAVASLAT BÁCS-KISKUN MEGYE EGÉSZSÉGTURIZMUSÁNAK FEJLESZTÉSÉRE CÍMŰ DOKUMENTUMBAN FOGLALT CÉLOK ELÉRÉSÉNEK ELEMZÉSE	72
2.2.14. AZ EUROVELO 13 NEMZETKÖZI KERÉKPÁROS ÚTVONAL BÁCS-KISKUN MEGYEI SZAKASZÁNAK FEJLESZTÉSI STRATÉGIÁJÁBAN FOGLALT CÉLOK ELÉRÉSÉNEK VIZSGÁLATA	73
2.2.15. A BÁCS-KISKUN MEGYEI KERÉKPÁROS STRATÉGIA - MEGYEI KERÉKPÁRFORGALMI FŐHÁLÓZATI TERV STRATÉGIÁJA CÍMŰ DOKUMENTUMBAN FOGLALT CÉLOK ELÉRÉSÉNEK ELEMZÉSE	73
2.3 VERSENYTÁRSÁK ELEMZÉSE	74
2.3.1. VERSENYTÁRSÁK TEMATIKUS TURISZTIKAI KÍNÁLAT SZERINTI CSOPORTOSÍTÁSA	74
2.3.2. HAZAI JÓ GYAKORLATOK	76
2.3.3. NEMZETKÖZI JÓ GYAKORLATOK.....	77
2.4 A PIACI TRENDEK ELEMZÉSE.....	80
2.4.1. DEMOGRÁFIAI VÁLTOZÁSOK A TURIZMUSBAN	80
2.4.2. INKLUZÍV TURIZMUS - NEMZETKÖZI TRENDEK, BÁCS-KISKUN MEGYEI VÁLASZOK	81
2.4.3. GAZDASÁGI TÉNYEZŐK - JÖVEDELMEK, MUNKANÉLKÜLISÉG, INFLÁCIÓ ÉS ÁRFOLYAMOK SZEREPE	82
2.4.4. DIGITÁLIS TRANSZFORMÁCIÓ, MINT MEGHATÁROZÓ MEGATREND A TURIZMUSBAN	83
2.4.5. ADATVEZÉRELT TURIZMUS	84
2.4.6. KÖRNYEZETI ÉS FENNTARTHATÓSÁGI SZEMPONTOK	85
2.4.7. KULTURÁLIS ÉS TÁRSADALMI VÁLTOZÁSOK – A KULTURÁLIS ÉRDEKLŐDÉS ÁTALAKULÁSA ÉS A HELYI KÖZÖSSÉGEK SZEREPE	87
2.4.8. EGÉSZSÉGÜGYI ÉS BIZTONSÁGI TÉNYEZŐK – NEMZETKÖZI TRENDEK ÉS BÁCS-KISKUN MEGYE SZEMPONTJAI.....	88
2.4.9. UTAZÁSI SZOKÁSOK ÉS PREFERENCIÁK – NEMZETKÖZI TRENDEK ÉS BÁCS-KISKUN MEGYEI HATÁSOK.....	90
2.4.10. PIACI SZEGMENTÁCIÓ – NEMZETKÖZI TRENDEK ÉS BÁCS-KISKUN MEGYE SZEMPONTJAI	90
2.4.11. MARKETING ÉS PROMÓCIÓS TRENDEK	92
2.5 A MEGYE TURIZMUSFEJLESZTÉSÉT MEGHATÁROZÓ TERVEK ÉS PROGRAMOK	93
2.5.1. NEMZETI FEJLESZTÉS 2030 - ORSZÁGOS FEJLESZTÉSI ÉS TERÜLETFEJLESZTÉSI KONCEPCIÓ	93
2.5.2. BÁCS-KISKUN MEGYE TERÜLETFEJLESZTÉSI KONCEPCIÓJA ÉS PROGRAMJA.....	94

2.5.3. NEMZETI TURIZMUSFEJLESZTÉSI STRATÉGIA 2030 – TURIZMUSFEJLESZTÉS 2.0	94
2.5.4. NEMZETI KERÉKPÁROS STRATÉGIA.....	94
2.5.5. NEMZETI AKTÍV TURISZTIKAI STRATÉGIA 2030.....	95
2.5.6. NEMZETI VÍZITURISZTIKAI STRATÉGIA	95
2.5.7. NEMZETI HORGÁSZTURISZTIKAI STRATÉGIA.....	96
2.5.8. A FEJLESZTÉSI FORRÁSOKAT BIZTOSÍTÓ PROGRAMOK (2021-2027)	97
2.6 HELYZETÉRTÉKELÉS.....	98
2.6.1. MEGYEI SZINTŰ HELYZETÉRTÉKELÉS	99
2.6.2. TERMÉKSZINTŰ HELYZETÉRTÉKELÉS – TEMATIKUS TURISZTIKAI PILLÉREK SZERINT	100
 3 STRATÉGIAI TERV.....	 102
 3.1 ALAPELVEK.....	 102
3.2 JÖVŐKÉP.....	109
3.2.1. A JÖVŐKÉP HÁROM STRATÉGIAI DIMENZIÓJA	110
3.2.2. A HÁROM TERMÉKPILLÉR A JÖVŐKÉPBEN	111
3.2.3. HORIZONTÁLIS CÉLOK A JÖVŐKÉPBEN	112
3.2.4. A JÖVŐKÉP MÉRFÖLDKÖVEI: 2026–2040	113
3.2.5. A JÖVŐKÉP ÉS A STRATÉGIA TÖBBI ELEMÉNEK KAPCSOLATA	115
3.3 CÉLOK ÉS PRIORITÁSOK.....	115
3.3.1. AZ ÁTFOGÓ CÉL	116
3.3.2. A SMART CÉLOK MÓDSZERTANA.....	117
3.3.3. PRIORITÁSMÁTRIX – A CÉLOK MEGVALÓSÍTÁSI SORRENDJE	126
3.3.4. A CÉLRENDSZER ÖSSZEFOGLALÁSA	128
3.4 CÉLCSOPORTOK	129
3.4.1. A CÉLCSOPORT-ELEMZÉS CÉLJA ÉS MÓDSZERTANI KERETE	129
3.4.2. A STRATÉGIA TERMÉKLOGIKÁJA ÉS A CÉLCSOPORTI FÓKUSZ.....	129
3.4.3. A SZEGMENTÁCIÓ MÓDSZERTANI RENDSZERE	130
3.4.4. A CÉLCSOPORTOK PRIORIZÁLÁSA	132
3.4.5. RÉSZLETES CÉLCSOPORTSZEGMENSEK	132
3.4.6. PERSZÓNÁK	136
3.4.7. CÉLCSOPORTOK TERÜLETI ÉS SZEZONÁLIS LEKÉPEZÉSE.....	137
3.4.8. CÉLCSOPORTONKÉNTI KOMMUNIKÁCIÓS FÓKUSZOK.....	138
3.4.9. KERESZTMETSZETI SZEMPONTOK: KÖLTSÉGVETÉS, LOJALITÁS, SPECIÁLIS IGÉNYEK	140
3.4.10. MARKETING- ÉS FEJLESZTÉSI KÖVETKEZTETÉSEK.....	141
3.5 POZICIONÁLÁSI STRATÉGIA	141
3.5.1. VERSENYELŐNYÖK ÉS EGYEDI TULAJDONSÁGOK (USP)	141
3.5.2. A CÉLCSOPORTOK STRUKTÚRÁJA ÉS PRIORITÁSAI	143
3.5.3. CÉLCSOPORTOK IGÉNYEI ÉS A MEGYEI KÍNÁLAT ÁLTAL NYÚJTOTT MEGOLDÁSOK.....	144
3.5.4. A POZICIONÁLÁS.....	146
3.5.5. KULCSÜZENETEK KIEMELT CÉLCSOPORTONKÉNT	146
3.5.6. STRATÉGIAI PERSZÓNÁK	148
3.5.7. KOMMUNIKÁCIÓS CSATORNÁK.....	150

3.6 FEJLESZTÉSI IGÉNYEK ÉS BEAVATKOZÁSOK	152
3.6.1. A FEJLESZTÉSI IGÉNYEK RENDSZEREZÉSE – ÁTTEKINTŐ TÁBLÁZAT	152
3.6.2. A BEAVATKOZÁSI RENDSZER ÖSSZEFOGLALÁSA.....	176
3.7 EREDMÉNYESSÉG MÉRÉSE.....	176
3.7.1. ÖSSZESÍTŐ KPI-ÁTTEKINTŐ TÁBLÁZAT	176
3.7.2. A MONITORING RENDSZER ÖSSZEFOGLALÁSA	201
3.8 ERŐFORRÁS TERV	202
3.8.1. PÉNZÜGYI ERŐFORRÁSOK.....	202
3.8.2. SZAKMAI ERŐFORRÁSOK	204
3.8.3. SZERVEZETI KERETEK.....	205
3.8.4. JAVASOLT EGYÜTTMŰKÖDÉSEK	206
3.8.5. A MEGVALÓSÍTÁSBAN ÉRINTETT SZERVEZETEK ÉS SZEREPLŐK	207
3.8.6. KRITIKUS SIKERTÉNYEZŐK.....	208
 4 OPERATÍV TERV	 210
 4.1 AZ OPERATÍV TERV RENDELTETÉSE ÉS HASZNÁLATA	 210
4.1.1. TERVEZÉSI ALAPFELTEVÉSEK ÉS IDŐBELI KIINDULÓPONT	212
4.2 VÉGREHAJTÁSI ÉS MŰKÖDÉSI MODELL	213
4.2.1. FELELŐSSÉGI RENDSZER.....	213
4.2.2. A DMO-FUNKCIÓ LÉTREHOZÁSÁNAK DÖNTÉSI ELŐFELTÉTELEI	214
4.2.3. PARTNERSÉGI FÓRUMOK.....	214
4.3 PROJEKT- ÉS FEJLESZTÉSI PORTFÓLIÓ	214
4.3.1. PROJEKTPRIORITÁSI RENDSZER.....	215
4.3.2. KIEMELT MEGYEI PROJEKTPORTFÓLIÓ	215
4.3.3. ELŐKÉSZÍTENDŐ PROJEKTC SOMAGOK.....	218
4.3.4. A 2028 – 2034 KÖZÖTTI UNIÓS PÉNZÜGYI CIKLUSRA ELŐKÉSZÍTENDŐ PROJEKTPORTFÓLIÓ...	219
4.4 PROGRAMOK TERMÉKPILLÉRENKÉNT	220
4.4.1. EGÉSZSÉG- ÉS FÜRDŐTURIZMUS	221
4.4.2. AKTÍV ÉS ÖKOTURIZMUS.....	221
4.4.3. KULTURÁLIS ÉS ÖRÖKSÉGTURIZMUS	222
4.4.4. BOR- ÉS GASZTROURIZMUS	222
4.5 TERÜLETI PROGRAMOK	223
4.6 MARKETING ÉS MÁRKAÉPÍTÉS	224
4.7 HUMÁNERŐFORRÁS-FEJLESZTÉS	225
4.8 FINANSZÍROZÁSI, FORRÁSBEVONÁSI ÉS 2028 UTÁNI UNIÓS PÉNZÜGYI CIKLUSRA FELKÉSZÍTŐ	
TERV	225
4.8.1. INDIKATÍV FORRÁSBEVONÁSI TERV.....	226
4.8.2. MEGYEI LOBBI- ÉS FORRÁSBEVONÁSI TERV.....	228
4.8.3. ELŐKÉSZÍTÉSI FELADATOK.....	229
4.8.4. INDIKATÍV FORRÁSIGÉNY	229
4.9 ÜTEMTERV	231
4.9.1. KIEMELT PROJEKTELŐKÉSZÍTÉSI ÉS FORRÁSBEVONÁSI FELADATOK 2026–2034	232

4.10 MONITORING RENDSZER.....	233
4.10.1. A KPI-K BÁZISÉRTÉKEI ÉS MÉRFÖLDKÖVEI.....	233
4.10.2. A KPI-K ADATGAZDÁI ÉS MÉRÉSI MÓDJAI.....	235
4.11 KOCKÁZATOK ÉS KORREKCIÓS MECHANIZMUSOK	235
4.12 FELÜLVIZSGÁLATI MECHANIZMUS	236
4.13 PROJEKTPORTFOLIÓ - TOP 10 KIEMELT PROJEKT ÉS TOP 20 ELŐKÉSZÍTENDŐ PROJEKT	237
4.13.1. TOP 10 KIEMELT PROJEKT	237
4.13.2. TOP 20 ELŐKÉSZÍTENDŐ PROJEKT	248
4.13.3. EGYSÉGES PROJEKTADATLAP-SABLON A 2027. ÉVI PROJEKTGYŰJTÉSHEZ	250

MELLÉKLETEK..... 251

1. SZÁMÚ MELLÉKLET – BÁCS-KISKUN MEGYE VONZERŐLELTÁRA	251
2. SZÁMÚ MELLÉKLET – A 2015-TŐL MEGVALÓSULT ÉS FOLYAMATBAN LÉVŐ TURISZTIKAI PÁLYÁZATOK ÖSSZEFOGLALÁSA	251
3. SZÁMÚ MELLÉKLET – RÉSZLETES HELYZETELEMZÉS	251
4. SZÁMÚ MELLÉKLET – MINŐSÉGMENEDZSMENT	251
5. SZÁMÚ MELLÉKLET - BÁCS-KISKUN MEGYE GSTC-MEGFELELÉSI MÁTRIX.....	251

ÁBRAJEGYZÉK

1. ábra - Bács-Kiskun megye adatai országos összehasonlításban	20
2. ábra - Kormányrendeletben nevesített turisztikai térségek	25
3. ábra - Bács-Kiskun megye részesedése az országos szálláshely kínálatból (2025).....	26
4. ábra - Szálláshely kínálat alakulása Bács-Kiskun megyében 2021-2025	26
5. ábra - TOP6 járás szállásférőhely-kapacitása és növekménye 2025 (2021-hez képest).....	27
6. ábra - Szezonáltság változásai Bács-Kiskun megyében	27
7. ábra - Teljesítmény különbségek	28
8. ábra - Vendégforgalom Bács-Kiskun megyében	28
9. ábra – Kereskedelmi szálláshelyek bevétele (2024)	29
10. ábra - Hatékonysági mutatók	29
11. ábra - Összefoglaló a szálláshely kínálat és kereslet alakulásáról	29
12. ábra - Bács-Kiskun megye turisztikai kínálatának pillérei	30
13. ábra - Egészség és fürdőturizmus. Zászlóshajók és szakmapolitikai irányok	30
14. ábra - Aktív- és ökoturizmus. Természeti adottságok és szakmapolitikai irányok.....	31
15. ábra - Kulturális és városi turizmus	32
16. ábra - Bor- és gasztroturizmus	33
17. ábra - Falusi- /tanyasi, valamint fesztiválturizmus	34
18. ábra - Horgászturizmus	35
19. ábra - Horizontális szakmai kihívások a hét termékpilléren	36
20. ábra - Vonzerő értékelési módszertan.....	39
21. ábra - 20 legmagasabb értékelésű attrakció	40
22. ábra - Attrakciók területi koncentrációja	41
23. ábra - Szezonáltsági minta	42
24. ábra - Desztinációs termékmagok.....	43
25. ábra - EuroVelo 6, 11 és 13 útvonalak Bács-Kiskun megyében.....	47
26. ábra - Bács-Kiskun megye támogatott TOP Plusz projektjei térképen.....	54
27. ábra - Bács-Kiskun megye támogatott TOP-1.2.1 projektjei térképen.....	55
28. ábra - Bács-Kiskun megye policentrikus desztinációs szerkezete	57
29. ábra - A megye három vezető turisztikai pólusa.....	58
30. ábra - Tematikus erőterek	59
31. ábra - Természet-, aktív és határmenti turisztikai térségek.....	61
32. ábra - A megye turisztikai térségeinek pozicionálási összefoglalója.....	62
33. ábra - A megye tematikus portfóliójának három fő pillére.....	64
34. ábra - Kvalitatív pozicionálási mátrix a legfontosabb tematikákhoz.....	65
35. ábra - Legfontosabb turisztikai helyszínek a tematikus kínálat mögött.....	66
36. ábra - A termékek időbeli logikája és a szezonkiegyenlítés fő irányai.....	67
37. ábra - Életciklus-pályák 2025 és 2040 között	68
38. ábra - Portfólió-mátrix: jelenlegi érettség és 2040-es stratégiai érték	69
39. ábra - Megújítandó és felskálázható termékek 2040-ig	70
40. ábra - Megújulási kényszer a klímaváltozás miatt	70
41. ábra - Demográfiai trendtérkép	80
42. ábra - Az inkluzív turizmus szolgáltatási lánc	81

43. ábra - Gazdasági nyomások és turisztikai válaszok	82
44. ábra - Digitális ügyfélút a turizmusban	83
45. ábra - Adatvezérelt turizmus	85
46. ábra - Megyei szintű megfelelés a GSTC desztinációs standardjainak (nem vizsgálva a településeket és a szolgáltatókat)	86
47. ábra - Turisztikai sérülékenység a klímaváltozás hatásai miatt	87
48. ábra - Kulturális kereslet alakulása	88
49. ábra - Egészség és biztonság, mint bizalmi tényező	89
50. ábra - Utazási szokások és preferenciák	90
51. ábra - Piaci szegmentáció	91
52. ábra - Marketing és kommunikációs trendek	92
53. ábra - Bács-Kiskun megye turisztikai SWOT analízise, legfontosabb megállapítások	99
54. ábra - A három termékpillér helyzete a jelenlegi érettség és a 2040-ig becsült fejlesztési potenciál tengelyein	100
55. ábra - Fejlesztési fókuszok intenzitása termékpillérenként	100
56. ábra - Az 5 alapelv keretrendszere – Bács-Kiskun megye turizmusfejlesztési stratégiája 2026–2040	102
57. ábra - Az alapelvek dimenziói és kapcsolatuk a stratégiai célokkal	103
58. ábra - Az alapelvek érvényesítésének felelősei szereplők szerint	106
59. ábra - A jövőkép három stratégiai dimenziója	110
60. ábra - A turizmusfejlesztési jövőkép mérföldkövei 2026–2040	114
61. ábra - A SMART célmeghatározási módszertan alkalmazása a turizmusfejlesztési célokban	116
62. ábra - A turizmusfejlesztési stratégia célhierarchiája – átfogó cél és a 9 célterület	117
63. ábra - A 9 célterület prioritásmátrixa (hatás és megvalósítási horizont szerint)	127
64. ábra - A célterületek főbb mérföldkövei 2026–2040	128
65. ábra - A 9 célterület SMART mutatói	128
66. ábra - Bács-Kiskun megye turisztikai versenyelőnyei (USP-kerék)	142
67. ábra - Bács-Kiskun megye pozicionálása a hazai versenytérképen (ár × kínálat komplexitása)	143
68. ábra - Célcsoport × Kulcsüzenet relevanciamátrix	147
69. ábra - Stratégiai perszónák áttekintése (egészség-, aktív és kulturális turizmus + jövőépítő szegmens)	149
70. ábra - Kommunikációs csatornatérkép (digitális, tartalom, PR és B2B)	151
71. ábra - A stratégiai célrendszer és az operatív végrehajtás kapcsolata	210
72. ábra - Egyenrangú termékpillér-háromszög a 2040-es célállapot eléréséhez	212
73. ábra - Forrásbevonási logika 2026–2040 között	227

TÁBLÁZATOK JEGYZÉKE

1. táblázat – Három termékpillér	13
2. táblázat – Horizontális kiegészítő kínálat	14
3. táblázat – Horizontális stratégiai feltételek.....	14
4. táblázat - Célszisztem.....	15
5. táblázat - Végrehajtás időhorizontjai	16
6. táblázat – TOP 10 projektcsomag	16
7. táblázat – Összesített indikatív forrásigény	17
8. táblázat - Alapelvek	18
9. táblázat - Bács-Kiskun megye tematikus termékínálatának és versenytársainak összefoglaló táblázata	75
10. táblázat - A turizmusfejlesztési stratégia alapelveinek összefoglalása	108
11. táblázat - Horizontális célok - mit jelent 2040-re?.....	113
12. táblázat - C1-hez rendelt SMART kritériumok	117
13. táblázat - C2-höz rendelt SMART kritériumok	118
14. táblázat - C3-hoz rendelt SMART kritériumok	119
15. táblázat - C4-hez rendelt SMART kritériumok	120
16. táblázat - C5-höz rendelt SMART kritériumok	121
17. táblázat - C6-hoz rendelt SMART kritériumok	122
18. táblázat - C7-hez rendelt SMART kritériumok	123
19. táblázat - C8-hoz rendelt SMART kritériumok	124
20. táblázatok - C9-hez rendelt SMART kritériumok	125
21. táblázat - Húzótermékek	130
22. táblázat - A horizontális kiegészítő termékek szerepe	130
23. táblázat - A legfontosabb szegmentációs dimenziók	131
24. táblázat - Prioritási csoportok	132
25. táblázat - Kiegészítő szegmensek	136
26. táblázat - Kiemelt munkaperszónák.....	136
27. táblázat - Területi fókuszok és szezonális mintázatok	137
28. táblázat - Javasolt kommunikációs fókuszok.....	139
29. táblázat - A legfontosabb keresztmetszeti tényezők	140
30. táblázat - Célcsoport struktúra	143
31. táblázat - Célcsoportok igényei és Bács-Kiskun által nyújtott megoldások (E=Elsődleges, E*=Kiemelt növekedési, M=Másodlagos, J=Jövőépítő)	144
32. táblázat - Kulcsüzenetek és kommunikációs tónusok célcsoportonként	147
33. táblázat - Fejlesztési igények rendszerezése	152
34. táblázat - B1 Kerékpárúthálózat hiányzó elemeinek pótlása és összefüggő EuroVelo- hálózat kialakítása	155
35. táblázat - B2 Víziturisztikai kikötő- és megállóhely-lánc fejlesztése a Duna és Tisza mentén.....	157
36. táblázat - B3 - Egészségturisztikai szálláshelyek minőségfejlesztése és komplex termékcsomag-kialakítás.....	158
37. táblázat - B4 Akadálymentesítési beavatkozások a top-30 turisztikai attrakcióban	159

38. táblázat - B5 Egészségturizmus komplex termék- és csomagfejlesztés a három gyógyhelyen.....	161
39. táblázat - B6 Aktív turisztikai tematikus csomagok fejlesztése (kerékpáros és víziturisztikai szegmens).....	162
40. táblázat - B7 Kulturális és örökségi tematikus útvonalak fejlesztése (3 piacképes útvonal)	163
41. táblázat - B8 Bugac és a nemzeti örökség élményalapú fejlesztése.....	164
42. táblázat - B9 Bor- és gasztronómiai termékfejlesztés és hálózatosítás	165
43. táblázat - B10 Bács-Kiskun Megyei Turisztikai Desztinációmenedzsment Szervezet (DMO) létrehozása.....	166
44. táblázat - B11 Turisztikai monitoring- és adatinfrastruktúra kiépítése.....	167
45. táblázat - B12 Egységes, többnyelvű desztinációs digitális platform fejlesztése	168
46. táblázat - B13 Szegmentált belföldi és határmenti külföldi marketingkampányok	169
47. táblázat - B14 AI-alapú tartalommenedzsment és digitális kompetenciafejlesztés a szolgáltatóknál	170
48. táblázat - B15 Turisztikai humán erőforrás-fejlesztési program.....	172
49. táblázat - B16 GSTC-keretrendszer bevezetése és fenntartható minőségbiztosítás.....	173
50. táblázat - B17 Kiskunsági Nemzeti Park látogatóterhelés-menedzsment rendszer kialakítása	174
51. táblázat - B18 Klímaadaptációs fejlesztések a turisztikai infrastruktúrában	175
52. táblázat - KPI-ok összefoglaló táblázata.....	177
53. táblázat - K1.1 · Vendégéjszakák száma a kereskedelmi szálláshelyeken	179
54. táblázat - K1.2 · Kereskedelmi szálláshelyek átlagos RevPAR-mutatója	180
55. táblázat - IFA-bevételek éves összege (idegenforgalmi adó)	181
56. táblázat - K2.1 · EuroVelo-kerékpárúthálózat lefedettségi aránya Bács-Kiskun területén	182
57. táblázat - K2.2 · Vízitúra-megállóhelyek száma a Duna és Tisza mentén	183
58. táblázat - K2.3 · Kereskedelmi szálláshelyek éves szobakapacitás-kihasználtsága	184
59. táblázat - K3.1 · Piacra vitt kulturális és örökségi tematikus útvonalak száma.....	185
60. táblázat - K3.2 · Kulturális tematikus útvonalak összesített éves látogatószáma.....	186
61. táblázat - K4.1 · GSTC-keretrendszer szerinti értékelésen átesett fejlesztések aránya .	187
62. táblázat - K4.2 · Látogatói kapacitáskorláttal rendelkező érzékeny természeti területek száma.....	188
63. táblázat - K4.3 · Turisztikai infrastruktúra energiaszolgáltatásának csökkentése	189
64. táblázat - K5.1 · Megyei Desztinációmenedzsment Szervezet (DMO) működőképessége	190
65. táblázat - K5.2 · Éves turisztikai konzultációs fórum résztvevőinek száma.....	191
66. táblázat - K5.3 · Déli járásokban megvalósuló turisztikai fejlesztések aránya.....	192
67. táblázat - K6.1 · Vendégelégedettségi index (Net Promoter Score – NPS).....	193
68. táblázat - K6.2 · Piacra vitt, foglalható komplex turisztikai csomagok száma.....	194
69. táblázat - K7.1 · Külföldi vendégéjszakák száma a kereskedelmi szálláshelyeken	195
70. táblázat - K7.2 · Desztinációs digitális platform havi egyedi látogatóinak száma	196
71. táblázat - K8.1 · Vendégek átlagos tartózkodási ideje (éjszaka/vendég).....	197
72. táblázat - K8.2 · Komplex turisztikai csomagokra épülő vendégéjszakák aránya	198

73. táblázat - K9.1 · Akadálymentesítési audittal rendelkező top-30 attrakció aránya	199
74. táblázat - K9.2 · Turisztikai kríziskommunikációs rendszer működőképessége	200
75. táblázat - Monitoring szint és felelősök	201
76. táblázat - Időhorizonthoz rendelt feladatok	210
77. táblázat - Az operatív terv kapcsolódása a stratégiai célrendszerhez	211
78. táblázat - Tervezési kérdések és operatív következmények	212
79. táblázat - Felelősségi rendszer	213
80. táblázat - A DMO létrehozásának döntései feltételei	214
81. táblázat - Projektprioritások - döntési logika	215
82. táblázat - Kiemelt megyei projektportfólió	215
83. táblázat - Felelősök és források a kiemelt portfólióhoz	217
84. táblázat - Projektcsomagok és döntési pontok	218
85. táblázat - 2028 végéig terjedő feladatok	219
86. táblázat – Operatív tartalom – Egészség- és fürdőturizmus	221
87. táblázat - Operatív tartalom – Aktív és ökoturizmus	221
88. táblázat – Operatív tartalom – Kerékpáros, vízi- és természetturizmus	221
89. táblázat - Operatív tartalom – Kulturális és örökségturizmus	222
90. táblázat - Operatív tartalom - Petőfi-örökség, Bugac, vallási örökség	222
91. táblázat - Operatív tartalom – Bor- és gasztroturizmus	223
92. táblázat - Operatív tartalom – Borutak, helyi termékek, gasztronómiai rendezvények ...	223
93. táblázat - Területi tervezés	223
94. táblázat - Marketing tervezés	224
95. táblázat - Kapacitásfejlesztés	225
96. táblázat - Potenciális forrásbevonási lehetőségek	226
97. táblázat - Forráscsoportok	227
98. táblázat - 2028-tól kezdődő EU-s ciklus projektjeinek tervezési ütemterve	228
99. táblázat - EU-s forráselőkészítés feladatai	229
100. táblázat - Indikatív forrásigény termékpillérek szerint	229
101. táblázat - Forrásbevonás ütemezése	230
102. táblázat - Forrástípusok	230
103. táblázat - Ütemterv	231
104. táblázat - Kiemelt projektelőkészítési feladatok	232
105. táblázat - KPI-ok	233
106. táblázat - KPI adatgazdák	235
107. táblázat - Monitoring gyakorisága	235
108. táblázat - Kockázatok	236
109. táblázat - Felülvizsgálat	236
110. táblázat - TOP10 kiemelt projekt összefoglalás	238
111. táblázat - TOP 20 előkészítendő projekt	248
112. táblázat - Projektbekerő sablon	250

1 Vezetői összefoglaló

1.1 A stratégia célja és kerete

1.1.1. A dokumentum háttere

A jelen dokumentum a Bács-Kiskun Vármegye Önkormányzata megbízásából, a TOP_PLUSZ-3.1.1-21-BK1-2022-00001 azonosítószámú, Bács-Kiskun megyei Paktum Plusz című projekt keretében készült. A projekt finanszírozása az Európai Regionális Fejlesztési Alap és Magyarország költségvetésének társfinanszírozásában valósul meg, A stratégia kidolgozását az Ex Ante Tanácsadó Iroda Kft. végezte az 5011-331/2025. számú szerződés alapján.

A projekt célja, hogy Bács-Kiskun megye számára egységes, adatvezérelt és végrehajtható turizmusfejlesztési stratégiát és operatív tervet hozzon létre a 2026–2040 közötti időszakra. A dokumentum a helyzetelemzésre, a piaci és versenytárs-elemzésre, a szervezeti és finanszírozási feltételek felmérésére, valamint a széleskörű társadalmasítás eredményeire épül, és három fő részből áll: helyzetelemzés, stratégiai terv (jövőkép, célrendszer, célcsoportok, pozicionálás, beavatkozások), valamint operatív terv (végrehajtási ütemterv, projektportfólió, finanszírozás, monitoring).

1.1.2. A stratégia indokoltsága

Bács-Kiskun megye – az ország legnagyobb területű megyéje – gazdag természeti, kulturális és gyógyászati erőforrásokkal rendelkezik, turizmusa azonban mind vendégforgalmában, mind márkaismertségében elmarad a potenciáljától. A korábbi fejlesztési ciklusok pontszerű beavatkozásai látható eredményeket hoztak egyes ágazatokban, de a megye egésze nem vált felismerhető, önálló turisztikai márkává az országos vagy nemzetközi piacon. A 2016–2020-as megyei turizmusfejlesztési terv érvényessége lejárt, a korábbi stratégiákban megfogalmazott célok – különösen a szervezeti koordináció, az egységes márkáépítés és a monitoring terén – csak részben teljesültek. A turizmusfejlesztési stratégia és operatív terv ezt a hiányt kívánja pótolni: egységes, 2026–2040 közötti időszakra szóló stratégiai és végrehajtási keretrendszer ad a megye turizmusának fejlesztéséhez, összhangban a Nemzeti Turizmusfejlesztési Stratégia 2030 céljaival és a 2028–2034-es EU-s ciklus várható lehetőségeivel.

1.2 A helyzetelemzés főbb megállapításai

1.2.1. Gazdasági és ágazati kontextus

Bács-Kiskun az ország legnagyobb területű megyéje, gazdasága 2010 után dinamikusan fejlődött: 2022-ben az ország GDP-jének 10,6%-át adta. A növekedés motorja a feldolgozóipar (kiemelten az autóipar Kecskemét térségében), a logisztika és a mezőgazdaság. A turizmus súlya ugyanakkor szerény: a szálláshely-szolgáltatás és vendéglátás a versenyszféra

foglalkoztatottjainak mindössze 5,3%-át adja. A gazdaságfejlesztés térben erősen koncentrált – Kecskemét és környéke dinamikusan fejlődik, míg a déli és nyugati járások tartósan lemaradnak.

1.2.2. Vendégforgalom és szálláshely-piac

A vendégek száma 2022 óta stagnál (2024: 384 115 fő), míg a vendégéjszakák száma 894 915-re emelkedett, 5%-kal meghaladva a 2022-es szintet. Kiemelkedően pozitív, hogy a külföldi vendégéjszakák száma 2024-ben 27%-kal nőtt (280 408 éjszaka), a belföldi kereslet viszont stagnál. Az átlagos tartózkodási idő 2,2–2,3 éjszaka. A szálláshelyek kapacitáskihasználtsága 2024-re 41,6%-ra emelkedett, de az országos átlagot még nem közelíti meg. A RevPAR (7 611 Ft) 45%-kal, az átlagos szobaár 28%-kal marad el az országos átlagtól, ami a minőségi szintugrás szükségességét jelzi. A kínálat döntően apartman- és vendégház-domináns, összhangban a vidékies településszerkezettel. A szezonális mérséklődik: 2024-ben már nyolc hónapban haladta meg a kihasználtság a 40%-ot.

1.2.3. A kínálat szerkezete és területi jellemzői

A megye turisztikai kínálatát a 4. számú melléklet 2026. szeptemberi kontrollfrissítése alapján 131 értékelt attrakció alkotja, amelyek három fő termékpillérbe sorolhatók: az egészségturizmus (18 attrakció, a digitálisan legérettebb szegmens), a kulturális és örökségturizmus (75 attrakció), valamint az aktív és ökoturizmus (31 attrakció, a legnagyobb növekedési potenciállal). Ehhez társul a bor-, gasztro- és agroturizmus horizontális szegmense (7 attrakció). A kínálat néhány kulcsterület köré szerveződik: Kecskemét (22 attrakció), Baja (13), Kiskunhalas és Kiskunfélegyháza (10-10), Kalocsa (9), Lakitelek (7). A pozicionálási kép kiegyensúlyozott területi lefedettséget mutat, de a fejlettségben jelentős különbségek vannak a központi-északi és a déli-határmenti térségek között.

1.2.4. Helyzetértékelés – SWOT

A megye turisztikai karaktere sokrétű: egyszerre épít a termál- és gyógyvízkinszre, a Duna–Tisza térség vízi és aktív turisztikai lehetőségeire, a kulturális örökségre, valamint a gasztronómiai és borturisztikai identitásra. A legfőbb erősségek a természeti és kulturális erőforrások bősége, a három minősített gyógyhely, a növekvő szálláskapacitás, a fejlődő EuroVelo kerékpáros infrastruktúra és a jó közúti elérhetőség (Budapest M5-ön 70 perc). A fő szerkezeti problémák nem az attrakciók hiányából, hanem a kínálati elemek összekapcsolásának elmulasztásából adódnak: nincs stabil megyei koordináció, a márkaépítés nem elég erős, a monitoring és adatbázis-háttér korlátozott. A legnagyobb lehetőségek a természetközeli, egészséghez kapcsolódó és élményalapú utazási trendekhez illeszkedésben, a digitális átállásban és a tematikus hálózatok kiépítésében rejlenek. A legfőbb kockázatokat a klímaváltozás, a vízgazdálkodási bizonytalanság, az árzékeny belföldi kereslet és az erős hazai verseny jelenti.

1.2.5. Termékszintű helyzetértékelés

Az egészségturisztikai pillér a leginkább működőképes alapkínálat (gyógy- és termálvíz, három gyógyhely, fürdőturisztikai bázis), de a márkaismertség gyenge, a medical wellness és az egészséfejlesztéshez kapcsolódó termékek hiányoznak, az OEP finanszírozásra jogosult gyógyászati fejlesztések elengedhetetlenek. A kulturális-örökségi pillér identitásépítő szempontból kiemelkedő (hungarikumok, nemzetiségi örökség, gasztronómia), de a kínálat sok helyen statikus és digitálisan alulinterpretált. Az aktív és ökoturisztikai pillér rendelkezik a legerősebb növekedési potenciállal (EuroVelo csomópont, Kiskunsági Nemzeti Park, tanyavilág), ugyanakkor a szolgáltatási háttér és az intézményi keretek megerősítés igényelnek. A korábbi fejlesztési ciklusok tapasztalata egyértelműen mutatja, hogy a szervezeti koordináció hiánya az egyik legfőbb gátja volt a rendszerszemléletű turizmusfejlesztésnek.

1.3 Jövőkép

2040-re Bács-Kiskun megye a Duna–Tisza közének egyedi, fenntartható és versenyképes turisztikai desztinációja – ahol a gyógyító vizek, az alföldi táj és kulturális örökség komplex élménnyé válik, a helyi közösségek életminőségét és a természeti értékek megőrzését egyaránt szolgálva.

A jövőkép három stratégiai dimenzió köré szerveződik: **egyediség** (a Duna–Tisza köze összetéveszthetetlen desztinációs karaktere), **fenntarthatóság** (a természeti és társadalmi értékek megőrzése) és **versenyképesség** (mérhető gazdasági eredmények és piaci pozíció). A stratégia három mérőldkövet jelöl ki a jövőkép eléréséhez: 2030-ra az intézményi és infrastrukturális alapok megteremtését, 2035-re a rendszerszintű kiteljesedést és a területi kiterjesztést, 2040-re pedig a teljes célállapot elérését.

1.4 Stratégiai keretrendszer: termékpillérek és horizontális területek

A stratégia kínálati rendszere három egymást erősítő húzótermékre (termékpillérre), egy kiegészítő horizontális turisztikai kínálatra, valamint négy horizontális stratégiai feltételre épül. Ezek együttesen alkotják az integrált stratégiai keretrendszert – a pillérek nem önmagukban, hanem a horizontális elemekkel együtt értelmezhetők.

1.4.1. Három termékpillér (húzótermékek)

1. táblázat – Három termékpillér

Termékpillér	Fő tartalom	Kiemelt célcsoportok
Egészségturizmus	Termál-, gyógy- és wellnesskínálat; rekreáció; négyévszakos forgalom; fürdőfejlesztések	Családok, seniorok, közeli külföldi autós vendégek

Termékpillér	Fő tartalom	Kiemelt célcsoportok
Aktív turizmus (ezen belül víziturizmus)	Kerékpáros (EuroVelo 6, 11, 13), vízi, horgász, természetjáró, lovas turizmus	Aktív párok, baráti társaságok, kerékpáros és vízi turisták
Kulturális és örökségturizmus	Tematikus útvonalak, Kodály- és Petőfi-örökség, sváb kultúra, Bugac, vallási turizmus	Kulturális-örökségi látogatók, iskolai csoportok, külföldi vendégek

Forrás: Saját szerkesztés

1.4.2. Kiegészítő horizontális turisztikai kínálat

A bor-, gasztro- és agroturizmus a stratégia szintjén nem önálló pillér, hanem mindhárom húzótermékhez hozzárendelhető, azokat komplex termékke alakító kiegészítő kínálat. Stratégiai szerepe a költségnövelés, a szezonszélesítés és a helyi gazdasági beágyazottság erősítése.

2. táblázat – Horizontális kiegészítő kínálat

Horizontális kiegészítő	Stratégiai szerep
Agroturizmus	Tanyás, vidéki és termelői élmények; családok, slow és aktív szegmenseknél kapcsolt érték
Bor- és gasztroturizmus	Költségnövelő és szezonszélesítő termék, különösen kulturális és aktív utakon (Hajós-Bajai borvidék, bajai halászlé, kalocsai paprika)
Helyi termékek	A helyi gazdasági beágyazottság eszköze; a vendégköltség helyben tartásának egyik legfontosabb csatornája

Forrás: Saját szerkesztés

1.4.3. Horizontális stratégiai feltételek

A teljes turisztikai rendszer működésére vonatkozó, minden pilléren átívelő feltételek, amelyek nem önálló kínálati elemek, hanem a desztináció versenyképességét integráló és stabilizáló tényezők.

3. táblázat – Horizontális stratégiai feltételek

Horizontális feltétel	Tartalom
Fenntarthatóság	GSTC-alapú minőségi és működési keretrendszer; erőforrás-használat, helyi közösségek bevonása, környezeti hatások kezelése
Klímaadaptáció	Kockázatkezelés és reziliencia – a turisztikai termék minden eleme alkalmazkodik a változó környezeti feltételekhez
Hozzáférhetőség	Akadálymentesítés, többnyelvűség – a különböző célcsoportok (idősek, családok, fogyatékkal élők, külföldi vendégek) számára elérhető kínálat
Digitalizáció	A desztináció összekötő infrastruktúrája: értékesítés, információszolgáltatás, adatgyűjtés, adatvezérelt döntéshozatal, online láthatóság

Forrás: Saját szerkesztés

1.5 Célrendszer és átfogó cél

2030-ra a vendégforgalom legalább 30%-kal, a turisztikai bevételek legalább 35%-kal növekednek a 2024-es bázishoz képest, miközben az újonnan létrejövő valamennyi fejlesztés a GSTC fenntarthatósági sztenderdekre épül. 2040-re a megye elismert, egyedi arculatú és fenntartható turisztikai desztinációvá válik.

A stratégia kilenc SMART célterületet határoz meg, amelyek lefedik a gazdasági, infrastrukturális, kulturális, fenntarthatósági, szervezeti, versenyképességi, marketing-, élmény- és biztonsági dimenziókat. A célok egymást erősítő rendszert alkotnak.

4. táblázat - Célrendszer

Célkód	Célterület	Kiemelt tartalom
C1	Gazdasági növekedés	Vendégéjszakák +30% (2030); RevPAR 11 000 Ft (2024. évi árszinten, a monitoring során inflációval korrigálva); IFA-bevétel +25%
C2	Infrastruktúra fejlesztése	EuroVelo lefedettség 100% (2028); 15 vízitúra-megállóhely; kapacitáskihasználtság 50%+
C3	Kulturális örökség	3 tematikus útvonal; 50 000 fő/év kulturális látogató 2035-re
C4	Fenntarthatóság	GSTC-értékelés 100% (új fejlesztéseknél); 5 kapacitáskorlátozott terület; energia –20%
C5	Közösségi bevonás	Megyei DMO létrehozása 2027-ig; partnerségi rendszer működtetése
C6	Versenyképesség	Egységes megyei turisztikai márka; innovatív termékek; cross-szektor kapcsolatok
C7	Marketing és promóció	Többnyelvű digitális platform; célzott belföldi és határmenti kampányok
C8	Élmények gazdagítása	Komplex, foglalható, többnapos élménycsomagok a három pillér összekapcsolásával
C9	Biztonság és inkluzivitás	Top-30 attrakció akadálymentesítési auditja 100% (2028); kríziskommunikáció

Forrás: Saját szerkesztés

1.6 Fejlesztési beavatkozások

A stratégia 18 beavatkozást (B1–B18) definiál hat intézkedési területen: (I) infrastruktúra, (II) termékfejlesztés, (III) desztinációmenedzsment, (IV) digitális és marketing, (V) képzés és kapacitásépítés, (VI) fenntarthatóság és klímaadaptáció. A beavatkozások között nemcsak beruházási jellegű fejlesztések, hanem szervezetfejlesztési, képzési és monitoringintézkedések is szerepelnek. Kiemelt beavatkozások: az EuroVelo kerékpárút-hálózat teljessé tétele (B1), a víziturisztikai megállóhely-lánc kiépítése (B2), az egészségturisztikai csomagfejlesztés (B5), a megyei DMO létrehozása (B10), az egységes desztinációs digitális platform (B12), valamint a GSTC fenntarthatósági keretrendszer bevezetése (B17).

1.7 Operatív terv és végrehajtás

Az operatív terv a stratégiát végrehajtható cselekvési programmá alakítja. Három időhorizontot különít el:

5. táblázat - Végrehajtás időhorizontjai

Időhorizont	Időszak	Fő feladat
Rövid táv	2026. okt. – 2028	Projekt-előkészítés, DMO-előkészítés, koordinációs rendszer, monitoring, első gyors fejlesztések
Középtáv	2029–2034	Nagyobb infrastruktúra- és termékfejlesztések; 2028 utáni EU-s forrásbevonás; márká- és piacépítés
Hosszú táv	2035–2040	Minőségi megújítás, fenntarthatósági konszolidáció, nemzetközi pozíció, új ciklus előkészítése

Forrás: Saját szerkesztés

A végrehajtás szervezeti keretét a Bács-Kiskun Vármegye Önkormányzata által létrehozandó Megyei Desztinációmenedzsment Szervezet (DMO) biztosítja, amelynek feladata a koordináció, a minőségbiztosítás, az adatvezérelt döntéshozatal és a marketing.

1.8 Kiemelt projektportfólió (TOP 10)

A stratégia tíz kiemelt projektcsomagot azonosít, amelyek a célrendszer teljesülését közvetlenül befolyásoló, nagy hatású, több térséget és több horizontális célt érintő beavatkozások.

6. táblázat – TOP 10 projektcsomag

Ssz.	Projekt	Forrásigény (Mrd Ft)
1.	Megyei turisztikai programiroda és DMO-előkészítés	0,15
2.	EuroVelo 13 és megyei kerékpáros kapcsolatok	5,50
3.	Duna–Tisza–Vajas-fok víziturisztikai hálózat	1,80
4.	Egészség- és fürdőturisztikai versenyképességi csomag	7,90
5.	Bugac élményalapú fejlesztése	0,80
6.	Kulturális és örökségturisztikai útvonalcsomag	1,20
7.	Déli felzárkózó térségek turisztikai csomagja	területi allokáció
8.	Homokhátsági öko- és klímaadaptációs csomag	1,10
9.	Egységes digitális desztinációs és monitoring rendszer	0,46

Ssz.	Projekt	Forrásigény (Mrd Ft)
10.	Bor-, gasztro- és helyi termék-hálózat	0,50

Forrás: Saját szerkesztés

1.9 Finanszírozás

A stratégia indikatív összesített forrásigénye mintegy 20,9 milliárd forint a teljes 2026–2040-es időszakra. A finanszírozás többcsatornás forrásbevonásra épül: a fő forrásirányokat a 2028–2034-es EU kohéziós ciklus, hazai szakpolitikai források, önkormányzati és projektgazdai források, magánforrások, hitel- és partnerségi konstrukciók, valamint határmenti és transznacionális programok együttesen adják.

7. táblázat – Összesített indikatív forrásigény

Fejlesztési csomag	Indikatív forrásigény
Egészség- és fürdőturizmus (B3, B5)	7 900 MFt
Aktív és ökoturizmus (B1, B2, B6, B17)	7 600 MFt
Kulturális és örökségturizmus (B7, B8, B9)	2 500 MFt
Horizontális: koordináció, digitális, marketing, képzés	2 140 MFt
Klímaadaptációs és fenntartási tartalék (B18)	800 MFt
Összesen	20 940 MFt

Forrás: Saját szerkesztés

1.10 Monitoring és felülvizsgálat

A stratégia végrehajtását 22 kulcsfontosságú teljesítménymutató (KPI) méri, amelyek az adatvezérelt döntéshozatal alapjául szolgálnak. A monitoringrendszer négy szintje: negyedéves projektmonitoring, éves turisztikai jelentés (minden év márciusáig), 2033-as közbenső stratégiai felülvizsgálat, és 2040-es záróértékelés. A felülvizsgálati mechanizmus a gördülő tervezés elvét követi: évente frissül az operatív feladatlista, a projektportfólió és a finanszírozási státusz.

A kockázatkezelés tíz azonosított kockázatot kezel (intézményi, pénzügyi, piaci, környezeti, humán), mindegyikhez korrekciós mechanizmust rendelve. A legfontosabb kockázat a DMO időben történő létrehozása, amelyre átmeneti programirodai modellt irányoz elő a stratégia.

1.11 A stratégia öt alapelve

8. táblázat - Alapelvek

Alapelv	Tartalom
1. Térségi, integrált tervezés	A megye turisztikai rendszerének egységes, hálózatos fejlesztése a szétagolt, pontszerű beavatkozások helyett
2. Jogi és szervezeti átláthatóság	Egyértelmű felelősségi körök, GSTC-keret, fenntarthatósági sztenderdek
3. Hálózati gondolkodás	Szereplők és termékek tudatos összekötése – EuroVelo, borút, Tourinform hálózatok
4. Környezeti fenntarthatóság	Ökoszisztéma-megőrzés, klímaadaptáció, látogatóterhelés-menedzsment
5. Esélyegyenlőség és inkluzivitás	Területi kiegyenlítés (déli járások), akadálymentesítés, munkavállalói méltányosság

Forrás: Saját szerkesztés

A stratégia **egyedi pozicionálási ereje** hat versenyelőnyre épül: a gyógyító vizek és alföldi táj kombinációjára, az EuroVelo 6+11+13 egyedülálló csomóponti találkozására, a két nagy folyó (Duna és Tisza) egyetlen desztinációban való jelenlétére, a hungarikumok kiemelkedő koncentrációjára, a kulturális és etnikai sokszínűségre, valamint Budapest egynapos elérhetőségére kedvező ár-érték arány mellett.

2 Helyzetelemzés

2.1 Bács-Kiskun megye gazdasági, társadalmi, környezeti elemzése

Bács-Kiskun az ország legnagyobb területű megyéje. A megye gazdasága 2010. után dinamikusan fejlődött, míg 2009-ben az ország GDP-jéhez való hozzájárulásban a 15. helyen állt, 2018-ra már a 6. helyre ugrott. 2022-ben az ország GDP-jének 10,6%-át termelte meg a megye, viszont a növekedés üteme 2020-tól elmarad mind az országos, mind a régiós átlagtól. (Ez összefügg a COVID utáni újraindulás adta nehézségekkel, az autóiipari, illetve az építőipari konjunktúra csökkenésével.)

A megye kiemelkedő iparága, az autóiipar, ahol az értékesítés 96%-a exportra kerül. Ugyancsak jelentős az építőipari szektor. Ha a foglalkoztatottak számát nézzük 2025. I. negyedévében a feldolgozóiparban (lényegében az autóiipari gazdasági ökoszisztémában) foglalkoztatott munkavállalók száma 42.933 fő volt, ami az ipari foglalkoztatottak 95%-a. Ha a teljes versenyszféra vonatkozásában nézzük, akkor az autóiipar a munkavállalók 37%-át foglalkoztatta. A szálláshely szolgáltatás, vendéglátásban foglalkoztatottak száma ugyanebben az időszakban 6.240 fő volt, a versenyszférában foglalkoztatott munkavállalók 5,29%-a. (Kása, 2024)

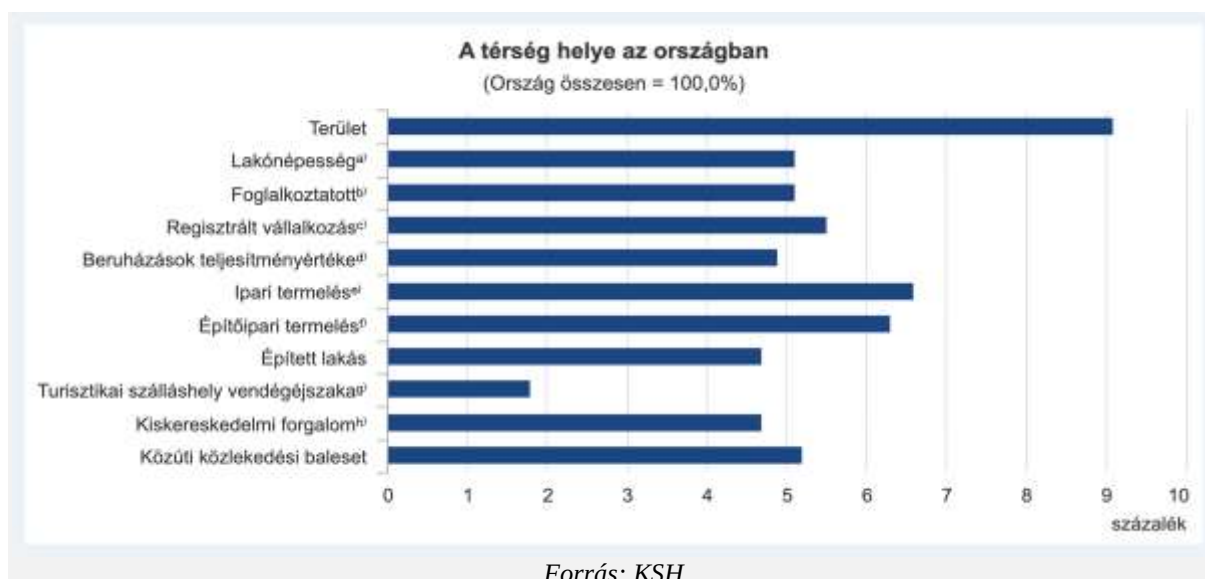
Ha a beruházások volumenét nézzük, 2025. I. félévben a feldolgozóipari beruházások volumene 164.847 millió Ft volt (77,8%-kal magasabb, mint 2024 hasonló időszaka), a szálláshely szolgáltatás vendéglátás vonatkozásában 1.234 millió Ft, ami 20%-kal haladta meg az előző év hasonló időszakát.

A gazdasági növekedés motorja a feldolgozóipar (kiemelten az autóiipar és beszállítói hálózata Kecskemét térségében), a logisztika, illetve a mezőgazdaság és az élelmiszeripar.

A 2014–2020-as ciklusban a megye az országban a legtöbb EU-s pályázatot nyújtotta be (30.083 db), a Széchenyi 2020 keretében megítélt támogatás meghaladta a 464 milliárd forintot, a TOP-forrásokból közel 100 milliárd forint jutott a megyére.

A gazdaságfejlesztés súlypontja ugyanakkor térben erősen koncentrált: Kecskemét és környéke, valamint néhány ipari park (7 ipari park, több iparterület-fejlesztés) látványosan fejlődött, míg a déli és nyugati járások (különösen a komplex programmal fejlesztendő déli járások) lemaradása tartós.

1. ábra - Bács-Kiskun megye adatai országos összehasonlításban



A megyei területfejlesztési program 2021–2027-re hét prioritást határoz meg; ezek közül a gazdaság- és foglalkoztatás-élénkítés, a vidéki térségek fejlesztése, az erőforrások megőrzése, valamint a digitális és kreatív megye és a térségmarketing a turizmus szempontjából is kulcsfontosságúak. (Kása, 2024)

2.1.1. Gazdasági környezet és ágazati szerkezet

A Bács-Kiskun Megyei Kereskedelmi és Iparkamara (BKVKIK) minden évben megjelenteti a megye gazdasági helyzetéről szóló riportját. Az évről évre kiadott jelentés egységes képet rajzol Bács-Kiskun megye gazdasági szerkezetéről, egyben rávilágít a gazdasági trendekre is: a megye gazdaságának motorját egyértelműen az ipar, ezen belül a járműipar és az élelmiszeripar adja, kiegészülve a kereskedelemmel és az építőiparral (Bács-Kiskun Megyei Kereskedelmi és Iparkamara, 2024, 2025). A járműipari beruházások és a hozzájuk kapcsolódó beszállítói hálózat stratégiai szereplővé tették a vármegyét a hazai és a nemzetközi ellátási láncokban. A gazdasági helyzetértékelés kiemeli, hogy a megye kibocsátásának jelentős része exportra termel, így a gazdasági kilátásokat döntően a külső kereslet, a német és más európai piacok állapota, illetve a globális konjunktúra határozza meg (Bács-Kiskun Megyei Kereskedelmi és Iparkamara, 2024).

A TOP 100-as rangsor alapján a legnagyobb árbevételű cégek több mint fele a feldolgozóiparban tevékenykedik, a második legnagyobb csoportot a kereskedelem, a harmadikat az építőipar adja (Bács-Kiskun Megyei Kereskedelmi és Iparkamara, 2025). A szálláshely-szolgáltatás és vendéglátás, mint klasszikus turisztikai ágazat, nem jelenik meg a száz legnagyobb vállalkozás között, ami jól mutatja, hogy a turizmus nem a megye gazdasági élvonalának fő húzóereje, hanem elsősorban kis- és középvállalkozásokra épülő, szétagoltabb szolgáltatási szektor. A turizmusfejlesztés szempontjából ez azt jelenti, hogy a stratégia nem egy domináns turisztikai „iparág” köré épül, hanem a meglévő ipari és kereskedelmi struktúrával szoros együttműködésben, sok kisebb szereplőre támaszkodva kell megfogalmazni a célokat.

2.1.2. Vállalkozási struktúra, koncentráció és a turizmus helye

A kiadványok részletesen bemutatják a TOP 100-as vállalkozások foglalkoztatási és tulajdonosi struktúráját. A vállalatok jelentős része belföldi tulajdonban van, ugyanakkor az exportárbevétel túlnyomó részét néhány, jellemzően külföldi tulajdonú nagyvállalat adja (Bács-Kiskun Megyei Kereskedelmi és Iparkamara, 2024). Ezen cégek gazdasági súlya meghatározó a megye életében: a TOP 100 vállalkozás több tízezer munkavállalót foglalkoztat, és a megye teljes vállalati árbevételének jelentős részéért felel.

Ágazati bontásban a foglalkoztatás döntő hányadát a feldolgozóipar adja, a foglalkoztatottak közel kétharmada ebben a szektorban dolgozik (Bács-Kiskun Megyei Kereskedelmi és Iparkamara, 2025). A kereskedelem és a logisztika szintén fontos szereplők, amelyek a mindennapi ellátás mellett a termelés kiszolgálásában is kulcsfontosságúak. Ezzel szemben a turizmushoz közvetlenül kapcsolódó szálláshely- és vendéglátó ágazat nem jelenik meg a legnagyobb foglalkoztatók között, ami arra utal, hogy a turisztikai szolgáltatók túlnyomó része a TOP 100-on kívüli mikro-, kis- és középvállalkozás.

A területi eloszlás tekintetében erős koncentráció figyelhető meg: a TOP 100 vállalkozások által foglalkoztatottak döntő hányada a Kecskeméti járásban dolgozik, amely a megye ipari, logisztikai és szolgáltatási központja (Bács-Kiskun Megyei Kereskedelmi és Iparkamara, 2025). Ez a koncentráció turisztikai szempontból azt jelenti, hogy az üzleti turizmus, a konferenciák, a tréningek és a rövid városi tartózkodások elsősorban Kecskemét és környéke köré szerveződnek, míg a periférikusabb járásokban a turisztikai fejlesztés inkább a mezőgazdaságra, a természeti és kulturális erőforrásokra, illetve a kisebb léptékű szolgáltatásokra épülhet.

2.1.3. Munkaerőpiac és jövedelmi viszonyok

A munkaerőpiac Bács-Kiskun megyében viszonylag feszes, a foglalkoztatási mutatók kedvezőek, ugyanakkor a munkaképes korú népesség stagnálása vagy lassú csökkenése hosszabb távon kínálati korlátokat jelez. A kiadványok rámutatnak, hogy az aktivitási ráta javult, a foglalkoztatottak száma stabil, miközben a nyilvántartott álláskeresők létszáma csökkenő tendenciát mutat (Bács-Kiskun Megyei Kereskedelmi és Iparkamara, 2025). Mindez azt eredményezi, hogy a vállalkozások egyre nehezebben találhatnak megfelelő munkaerőt, különösen a szakképzett fizikai dolgozók és a speciális szakmai tudást igénylő munkakörök esetében.

A bérek szintje Bács-Kiskunban tartósan az országos átlag alatt marad. A teljes munkaidőben foglalkoztatottak bruttó átlagkeresete mindkét vizsgált évben emelkedett, ugyanakkor a bérszakadék a nemzeti átlaghoz képest nem csökkent érdemben (Bács-Kiskun Megyei Kereskedelmi és Iparkamara, 2024, 2025). A NAV adatok alapján készült elemzés külön hangsúlyozza, hogy az ágazatok között jelentős bérkülönbségek vannak: a feldolgozóiparban és a pénzügyi szektorban az egy főre jutó éves bérköltség kiemelkedően magas, míg a szálláshely-szolgáltatás és vendéglátás ágazatban jóval alacsonyabb, mindössze nagyjából a megyei átlag felét-kétharmadát éri el (Bács-Kiskun Megyei Kereskedelmi és Iparkamara, 2025).

Turizmusfejlesztési szempontból ez a bérstruktúra kiemelt szereppel bír. A vendéglátás és a szálláshely-szolgáltatás alacsonyabb bérszintje miatt a turisztikai ágazat éles versenyben van a

nagyiparral és más, jobban fizető szolgáltatási szektorokkal a munkaerőért. Ez tartós munkaerőhiányhoz, magas fluktuációhoz és a szolgáltatások minőségét érintő kockázatokhoz vezethet, különösen a szezonális csúcsidőszakokban. Ugyanakkor a gazdasági szerkezetből adódóan a turizmus számára adott az a lehetőség, hogy az ipari nagyvállalatokkal való kooperáción keresztül üzleti, tréning- és incentív turisztikai termékeket hozzon létre, amelyek magasabb hozzáadott értékű, részben jobban fizetett szolgáltatási munkahelyeket generálhatnak.

2.1.4. Társadalmi és humán erőforrás tényezők

A TOP 100 kiadványok hangsúlyozzák a generációk együttműködésének és a humán tőke tudatos fejlesztésének fontosságát. Az interjúk és elemzések rámutatnak, hogy a több generációt foglalkoztató vállalatok versenyelőnye abból fakad, hogy a tapasztaltabb munkavállalók stabilitást és szakmai rutint, a fiatalabbak pedig digitális nyitottságot, rugalmasságot és innovatív gondolkodást hoznak a szervezetbe (Bács-Kiskun Megyei Kereskedelmi és Iparkamara, 2024). A sikeres generációs együttműködés feltétele a tudatos vezetői szerepvállalás és a belső kommunikáció erősítése.

A digitalizáció munkaerőpiacra gyakorolt hatásáról szóló elemzések azt hangsúlyozzák, hogy az automatizáció és az Ipar 4.0 technológiák nem egyszerűen munkahelyeket szüntetnek meg, hanem új – magasabb hozzáadott értékű, kreatív és digitális készségeket igénylő – munkaköröket hoznak létre (Bács-Kiskun Megyei Kereskedelmi és Iparkamara, 2024). A munkáltatók részéről egyre erősebb az igény olyan speciális kompetenciákra, mint a nagy adathalmazok értelmezése, a kiberbiztonsági tudatosság vagy az alapvető programozási ismeretek.

Bács-Kiskun oktatási és képzési rendszere mindehhez fontos háttérrel biztosít. A Neumann János Egyetem és a szakképző intézmények szoros együttműködése révén a megye az egyik vezető szereplője a duális képzésnek Magyarországon (Bács-Kiskun Megyei Kereskedelmi és Iparkamara, 2025). Ez a háttér a turizmus szempontjából is stratégiai erőforrás: lehetőséget ad turizmus- és vendéglátás-orientált képzések, gyakorlatorientált programok, nyelvi és digitális kompetenciafejlesztés kialakítására, amelyek a minőségi turisztikai szolgáltatások elengedhetetlen feltételei.

2.1.5. Vállalkozási környezet, kiskereskedelem és vendéglátás

A kiskereskedelem és a vendéglátás a turizmus közvetlen háttér-infrastruktúráját adja, még ha nem is kizárólag turisztikai motivációjú forgalomra épül. A kiadványok adatai szerint a kiskereskedelmi forgalom volumene a vizsgált időszakban mérsékelt növekedést mutatott Bács-Kiskunban, amely elmarad az országos átlagtól, ugyanakkor továbbra is stabil belső fogyasztást jelez (Bács-Kiskun Megyei Kereskedelmi és Iparkamara, 2025).

A kiskereskedelmi üzletek száma csökkenő tendenciát mutat, egy év alatt több száz bolt szűnt meg, különösen a kisebb településeken, miközben a megmaradó egységek jelentős részét egyéni vállalkozók üzemeltetik (Bács-Kiskun Megyei Kereskedelmi és Iparkamara, 2024). A vendéglátóhelyek száma szintén mérsékelt csökkenést mutat; a megye vendéglátó-szektorának nagy része kis, gyakran családi tulajdonú egységekből áll (Bács-Kiskun Megyei Kereskedelmi és Iparkamara, 2025).

Turizmusfejlesztési szempontból ez a kép egyszerre jelent kockázatot és lehetőséget.

2.1.6. Bács-Kiskun megye mezőgazdasági jelentősége és annak turisztikai összefüggései az elmúlt évek gazdasági trendjei alapján

A klímaváltozás, a vízhiány és a mezőgazdasági szerkezetváltozás következtében az agrár-, falusi, helyi termék- és természetalapú turizmus kiegészítő jövedelmi és gazdaságdiverzifikációs lehetőséget jelenthet a vidéki térségekben. A turisztikai kereslet közvetlen piacot teremthet helyi és speciális mezőgazdasági termékek számára; ezért a vendéglátás, a helyi termelők és a turizmus közötti rövid ellátási láncok erősítése önálló gazdaságfejlesztési szempont. A tájrehabilitáció, gyepesítés, erdősítés és vizes élőhelyek helyreállítása – ahol azt az ágazati és természetvédelmi tervezés indokolja – új öko- és aktív turisztikai lehetőségeket is teremthet.

Bács-Kiskun megye gazdasági szerkezetében a mezőgazdaság történetileg és jelenleg is meghatározó szerepet tölt be. A megye az Alföld egyik legjelentősebb agrártérsége, ahol a mezőgazdasági termelés nem csupán önálló ágazatként értelmezhető, hanem az élelmiszeriparral, a feldolgozással, a logisztikával, valamint a vidéki térségek társadalmi és foglalkoztatási szerkezetével szoros kölcsönhatásban működik. Ez a komplex szerep a turizmus szempontjából is releváns, mivel az agrártáj, a helyi termékek és a vidéki életforma közvetlenül befolyásolják a megye turisztikai karakterét és fejlesztési lehetőségeit.

2.1.6.1. A mezőgazdasági területhasználat és a táj szerepe

A megye területének több mint fele mezőgazdasági művelés alatt áll, ami országos összehasonlításban is kiemelkedő arányt jelent. A 2000. és 2019. közötti időszak adatai alapján a mezőgazdasági területek aránya ugyan mérsékelten csökkent, de továbbra is meghaladja az 58 százalékot, ami tartósan agrárjellegű térszerkezetet jelez (Bács-Kiskun Vármegye Önkormányzata, 2020). A változás mögött elsősorban a földhasználat szerkezeti átalakulása és a termelés hatékonyságának növelése áll, nem pedig a mezőgazdasági funkció visszaszorulása.

A Központi Statisztikai Hivatal adatai szerint 2022-ben a megye mezőgazdasági területe meghaladta az 1 millió hektárt, amelyen belül a szántóterületek dominanciája egyértelmű (KSH, 2023a). Ez a táji karakter alapvetően meghatározza a megye turisztikai arculatát is: a nyílt alföldi táj, a tanyás térségek és a mezőgazdasági mozaikok olyan vizuális és kulturális környezetet teremtenek, amely elsősorban a vidéki, aktív és tematikus turizmus iránt érdeklődő látogatók számára vonzó.

2.1.6.2. Termelési szerkezet és agrárspecializáció

Bács-Kiskun mezőgazdaságát kettős termelési szerkezet jellemzi. Egyrészt jelentős a szántóföldi növénytermesztés, különösen a gabonafélék és az olajnövények termesztése, amelyek a nagy területű, jól gépesített gazdaságokra épülnek. Másrészt a megye országos szinten is meghatározó szereplője a kertészeti és ültetvényes kultúráknak, így a gyümölcs termesztésnek és a szőlőnek. A fűszerpaprika és a kajsziparack termesztése nemcsak gazdasági, hanem kulturális és identitásképző jelentőséggel is bír. (Bács-Kiskun Vármegye Önkormányzata, 2020)

Ez a specializáció a turizmus számára is kiaknázatlan potenciált hordoz. A helyi termékekre épülő gasztronómiai kínálat, a bor- és gyümölcskultúrák bemutatása, valamint a feldolgozáshoz kapcsolódó látogatható gazdaságok és rendezvények (fesztiválok, szüreti események) hozzájárulhatnak a turisztikai szezon meghosszabbításához és a látogatók költségének növeléséhez. Ugyanakkor a kertészeti kultúrák időjárési érzékenysége közvetetten a turizmust is befolyásolhatja, mivel a termelési bizonytalanság a helyi termékekre épülő turisztikai élményeket is sérülékennyé teszi.

2.1.6.3. Gazdaságszerkezet, vállalkozások és vidéki térségek

Az elmúlt évek egyik legmarkánsabb folyamata a mezőgazdasági gazdaságok számának csökkenése. A 2020. és 2023. közötti időszakban országos szinten és Bács-Kiskun megyében is mérséklődött a működő mezőgazdasági gazdaságok száma, ugyanakkor a megye továbbra is az egyik legnagyobb gazdaságszámmal rendelkező térség Magyarországon (KSH, 2023b). Ez elsősorban a kisebb, alacsony jövedelemtermelő képességű gazdaságok megszűnését jelenti, miközben a tőkeerősebb, piaci alapon működő üzemek szerepe erősödik.

A vállalkozásdemográfiai adatok szerint 2023. és 2024. között a mezőgazdaságban volt tapasztalható az egyik legnagyobb arányú vállalkozásszám-csökkenés a megyében (KSH, 2024). Ez a folyamat a turizmus szempontjából kettős hatású. Egyrészt csökkenhet azoknak a kisebb gazdaságoknak a száma, amelyek közvetlenül bekapcsolódhatnak az agrár- és vidéki turizmusba. Másrészt a nagyobb, professzionálisabb gazdaságok számára lehetőség nyílt komplexebb, minőségbiztosított turisztikai szolgáltatások (pl. látogatóközpontok, tematikus túrák) kialakítására, amennyiben ehhez megfelelő ösztönzők és partnerségek társulnak.

2.1.6.4. Állattenyésztés és kapcsolódó turisztikai értékek

A növénytermesztés mellett az állattenyésztés is hagyományosan fontos része a megye mezőgazdaságának. Az elérhető adatok szerint a szarvasmarha-állomány az elmúlt években stabil vagy enyhén növekvő tendenciát mutatott, különösen a tehénlétszám tekintetében (Bács-Kiskun Vármegye Önkormányzata, 2020). Ugyanakkor az állattartó gazdaságok számának csökkenése és a termelés koncentrációja itt is érzékelhető.

Turisztikai szempontból az állattenyésztés elsősorban az autentikus vidéki élményekhez, a hagyományos gazdálkodási formák bemutatásához és a helyi gasztronómiához kapcsolódik. Az állattartás visszaszorulása csökkentheti az ilyen jellegű élmények elérhetőségét, ami hosszabb távon gyengítheti a vidéki és agrárturizmus kínálati sokszínűségét.

2.1.6.5. Klímaváltozás, vízgazdálkodás és a turizmus sérülékenysége

Bács-Kiskun megye mezőgazdasági versenyképességének egyik legnagyobb kihívása az éghajlatváltozás és a vízhiány. A Homokhátság térsége különösen érzékeny az aszályos időszakokra, ami közvetlenül befolyásolja a terméshozamokat és a gazdaságok jövedelmességét (Bács-Kiskun Vármegye Önkormányzata, 2020). Az öntözés egyre inkább strukturális kérdéssé válik, miközben a talajvízkészletek csökkenése hosszú távú fenntarthatósági kockázatot jelent.

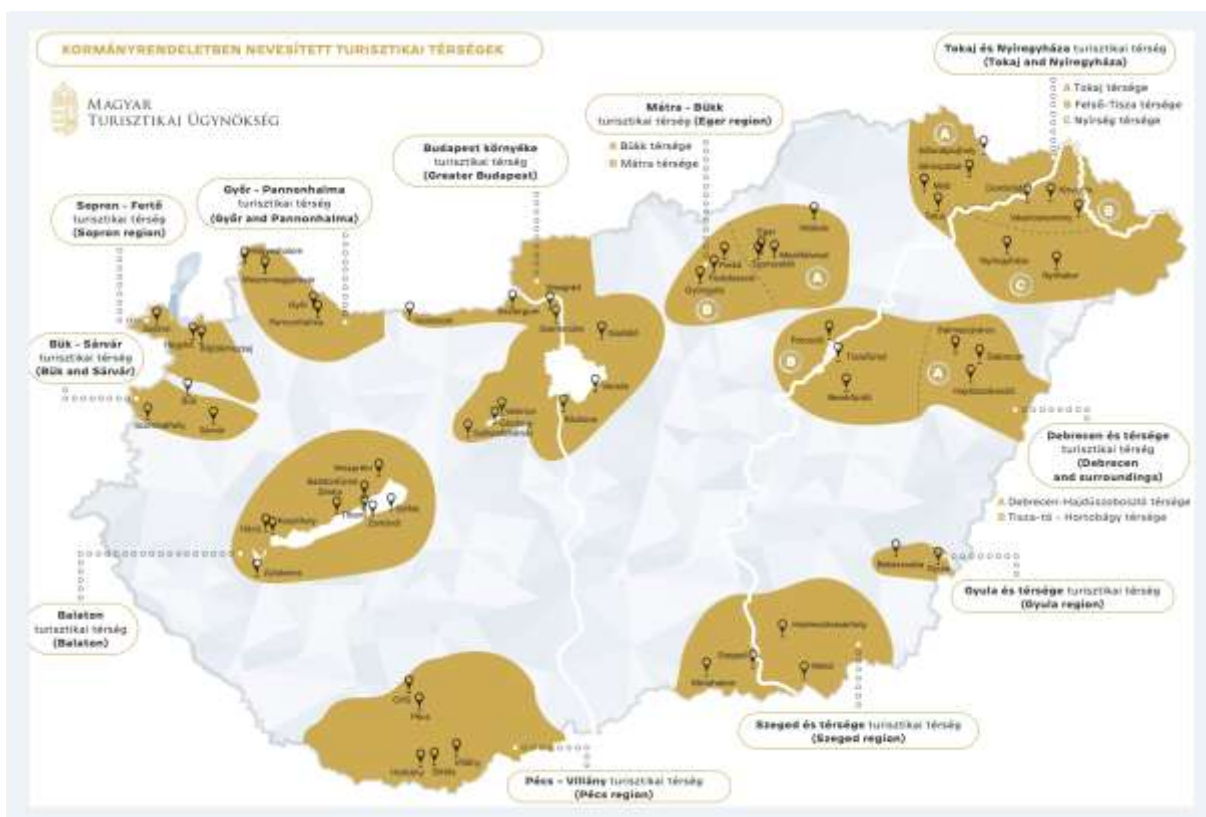
Ezek a folyamatok a turizmusra is hatással vannak. A táj kiszáradása, a mezőgazdasági mozaikok eltűnése és a termelési bizonytalanság rontja a tájképi minőséget, amely az aktív és

élményalapú turizmus egyik alapfeltétele. Ugyanakkor a vízgazdálkodási és klímaadaptációs beavatkozások - például tájrehabilitáció, vizes élőhelyek visszaállítása - egyszerre szolgálhatják a mezőgazdaság és a természetalapú turizmus hosszú távú érdekeit.

2.2 Bács-Kiskun megye turisztikai helyzetének elemzése

A turisztikai térségek meghatározásáról szóló 429/2020. (IX. 14.) Korm. rendelet határozza meg Magyarország kiemelt turisztikai térségeit. Bács-Kiskun megye, illetve a megye települései ebben a lehatárolásban nem szerepelnek. Ez nem jelenti azt, hogy a megyében ne lennének olyan vonzerők, amelyek turisztikai szempontból nem relevánsak vagy ne lenne indokolt kisebb-nagyobb mértékű turisztikai célú fejlesztéseket végrehajtani. Országos, gazdasági, stratégiai szinten ugyanakkor ez a terület turisztikai szempontból sem teljesítményében, sem pedig a növekedési potenciáljában jelenleg nem meghatározó.

2. ábra - Kormányrendeletben nevesített turisztikai térségek



Forrás: Magyar Turisztikai Ügynökség

2.2.1. A megye turizmusa a statisztikák tükrében

Szálláshely-kínálat

Bács-Kiskun megye az országos szálláshely-kínálat 1,8%-át adja, a szobák és férőhelyek vonatkozásában a részesedés 2,6–2,8%. 2021. és 2025. között a szálláshelyek száma 26%-kal,

a szobák száma 27%-kal, a férőhelyek száma 36%-kal bővült, a legdinamikusabb növekedés 2023-ban zajlott. 2024–2025-ben a férőhelyszám stagnál, ami változatlan piaci feltételek mellett további stagnálást vetít előre.

3. ábra - Bács-Kiskun megye részesedése az országos szálláshely kínálatból (2025)



Forrás: KSH alapján saját szerkesztés

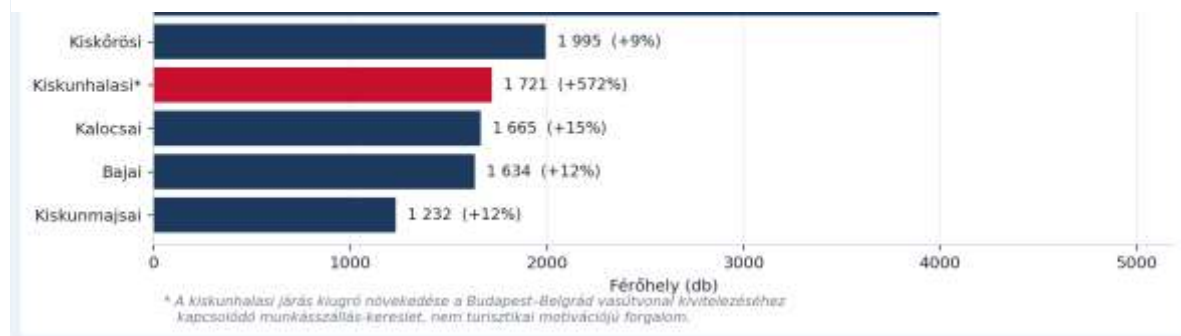
4. ábra - Szálláshely kínálat alakulása Bács-Kiskun megyében 2021-2025



Forrás: KSH alapján saját szerkesztés

A TOP 6 turisztikailag frekventált járás (Kecskeméti, Kiskőrösi, Bajai, Kiskunhalasi, Kalocsai, Kiskunmajsai) 1.000 feletti férőhellyel rendelkezik. A kecskeméti járás kínálata stabil növekedést mutat, a többiek stagnáló vagy enyhén csökkenő pályán vannak. A kiskunhalasi járás kiugró, 572%-os növekedése a Budapest–Belgrád vasútvonal kivitelezéséhez kapcsolódó munkásszállás-igényt tükrözi: nem turisztikai vonzerőből fakadó, hanem projekthatású kereslet.

5. ábra - TOP6 járás szállásférőhely-kapacitása és növekménye 2025 (2021-hez képest)



Forrás: KSH alapján saját szerkesztés

Kapacitáskihasználtság

Egy háromcsillagos szálloda 40-50%-os kihasználtság mellett nullszaldós. A megyei átlag 2021-2023 között e szint alatt maradt, 2024-re 41,6%-ra emelkedett. A szezonális mérséklődik: 2023-ban négy, 2024-ben nyolc hónapban haladta meg a kihasználtság a 40%-ot - a minőségi szolgáltatást kínáló szálláshelyek növekvő versenyképességét jelezve.

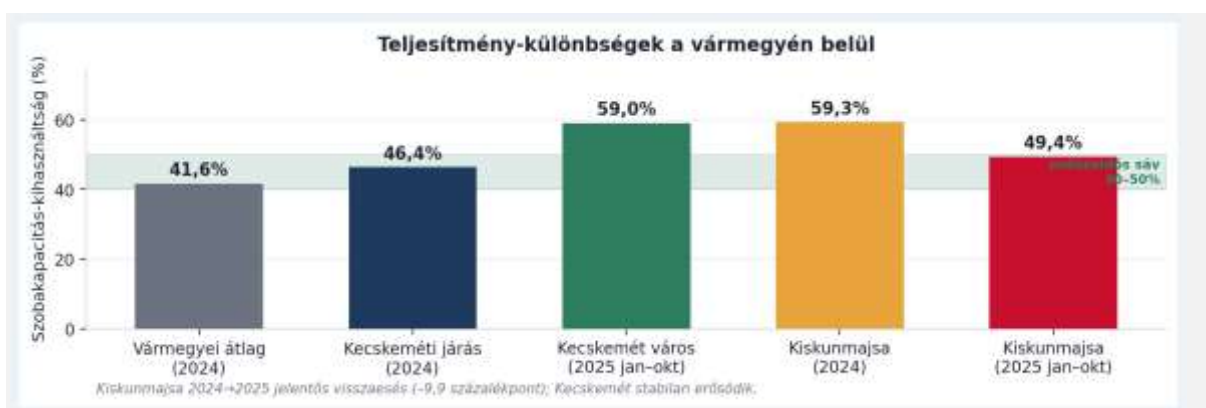
6. ábra - Szezonális változásai Bács-Kiskun megyében



Forrás: KSH alapján saját szerkesztés

A megyei átlag fölött teljesít a Kecskeméti járás, élen Kecskemét városával. A fürdőtelepüléseken erős a szezonális: Kiskunmajsán 2025-ben (10 hónapos adat alapján) közel 10 százalékpontos visszaesés tapasztalható, ami már releváns változás.

7. ábra - Teljesítmény különbségek

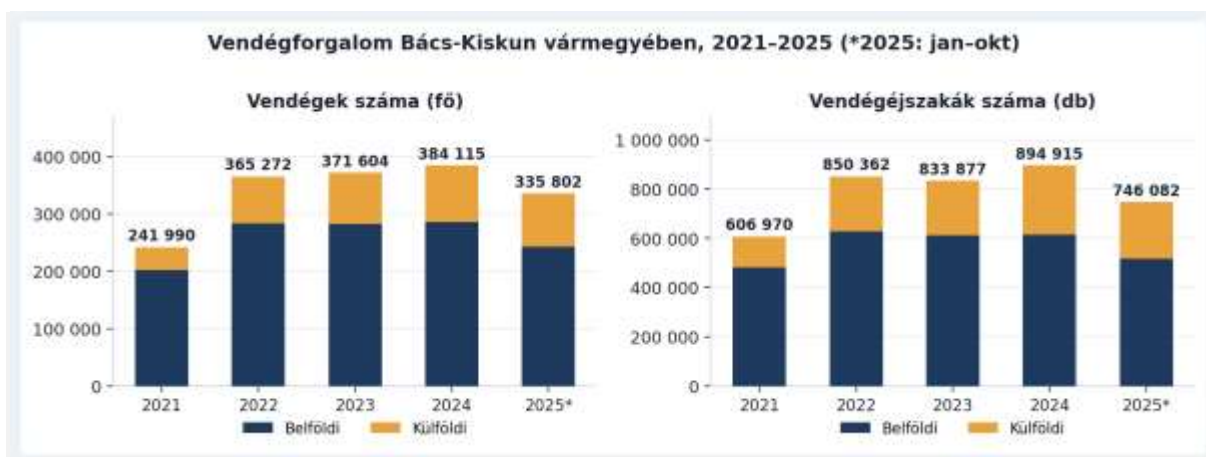


Forrás: KSH alapján saját szerkesztés

Vendégforgalom

A vendégek száma 2022. óta gyakorlatilag stagnál (2024: 384.115 fő). A vendégéjszakák száma 2024-re 894.915-re emelkedett, 5%-kal meghaladva a 2022-es szintet. Kiemelkedően pozitív, hogy a külföldi vendégéjszakák száma 2024-ben 27%-kal nőtt, a belföldi éjszakák az országos trendhez hasonlóan stagnálnak. Az átlagos tartózkodási idő 2,2-2,3 éjszaka; a külföldiek 0,5-0,7 éjszakával hosszabban maradnak.

8. ábra - Vendégforgalom Bács-Kiskun megyében



Forrás: KSH alapján saját szerkesztés

Bevételek és hatékonyság

2024-ben a kereskedelmi szálláshelyek összes bevétele 15,2 milliárd forint volt. A bevételi szerkezet ($\approx 2/3$ szállásdíj, $1/3$ vendéglátás és egyéb) az iparági sztenderdnek megfelel. A 21%-os éves bevétel-növekedés ugyan meghaladta az átlagos inflációt, de az élelmiszer- és energiainflációval számolva reálértéken inkább csökkenés történt. A hatékonysági mutatók

országos összevetésben kedvezőtlenek: a RevPAR 45%-kal, az átlagos szobaár 28%-kal marad el az országos átlagtól.

9. ábra – Kereskedelmi szálláshelyek bevétele (2024)



Forrás: KSH alapján saját szerkesztés

10. ábra - Hatékonysági mutatók



Forrás: KSH alapján saját szerkesztés

11. ábra - Összefoglaló a szálláshely kínálat és kereslet alakulásáról



Forrás: Saját szerkesztés

2.2.2. A megye turisztikai kínálata – szakmapolitikai áttekintés

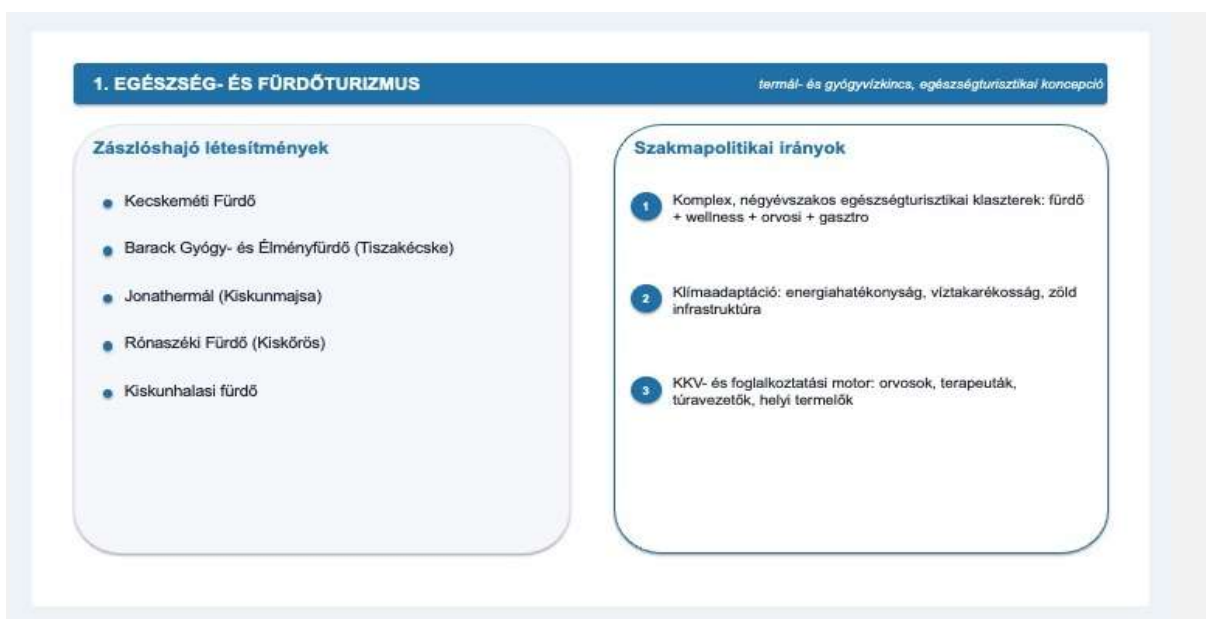
A megye turisztikai kínálata hét termékpillérre épül. Mindegyik pillér eltérő erőforrásokra, földrajzi adottságokra és piaci célcsoportokra támaszkodik; a jövőbeni stratégiai fókusz azonban közös elemekre is építhet, elsősorban a klímaadaptációra, a KKV- és foglalkoztatási hatásra, a területi kiegyenlítésre, valamint a hálózatos, tematikus kínálatszervezésre.

12. ábra - Bács-Kiskun megye turisztikai kínálatának pillérei



Forrás: Saját szerkesztés

13. ábra - Egészség és fürdőturizmus. Zászlóshajók és szakmapolitikai irányok



Forrás: Saját szerkesztés

A megye rendelkezik a legkomplexebb egészségturisztikai alapkínálattal: a termál- és gyógyvízkincs, a minősített gyógyhelyek és a zászlóshajó fürdők köré építhetők olyan négyévszakos klaszterek, amelyek a gyógyászati, wellness-, rekreációs és gasztronómiai szolgáltatásokat egyetlen termékcsomagba szervezik. A fejlesztések iránya nem pusztán infrastrukturális, hanem szolgáltatás-, termék- és márkaszintű megújítás, amelyhez nélkülözhetetlen a klímaadaptív üzemeltetés és a helyi ökoszisztéma (orvosok, terapeuták, termelők, vendéglátók) erősítése.

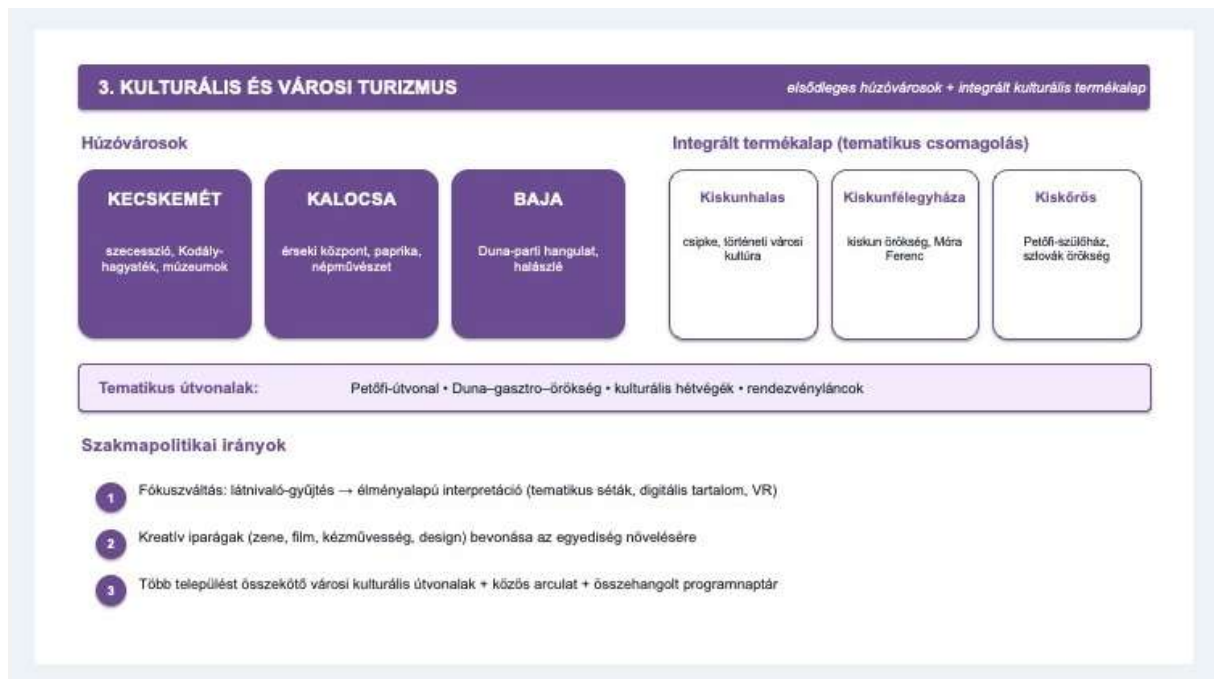
14. ábra - Aktív- és ökoturizmus. Természeti adottságok és szakmapolitikai irányok



Forrás: Saját szerkesztés

Az aktív- és ökoturizmus Bács-Kiskun esetében szorosan összefonódik: a Kiskunsági Nemzeti Park Igazgatóság működési területének mozaikos élőhelyei és szikes tavai, valamint a Duna–Dráva Nemzeti Park Igazgatósághoz kapcsolódó Duna menti természetvédelmi és ökoturisztikai térségek egyaránt kínálnak természetvédelmi értéket és aktív rekreációs lehetőségeket. A Duna–Dráva Nemzeti Park Igazgatóság a megye nyugati, Duna menti kapcsolódásaiban, különösen a Baja–Gemenc térség természetvédelmi, látogatómenedzsment- és ökoturisztikai együttműködéseiben releváns partner. A kínálat szervezeti hátterét a két nemzeti park igazgatóság mellett a megye két működő natúrparkja, a Felső-Bácska–Homokhát Natúrpark és az Órjeg és Szőlőhegyei Natúrpark is erősíti; ezek már meglévő települési, civil, helyi termék- és szolgáltatói hálózatokra építenek. A TOP Plusz aktív turisztikai forrásai elsősorban vízi- és kerékpáros fejlesztésekhez kapcsolódnak. A szakpolitikai fókusz a területi kiegyenlítés és a környezetvédelmi terhelésmenedzsment együttes érvényesítése, valamint az, hogy a támogatás ne kizárólag infrastruktúrát, hanem működő szolgáltatói és partnerségi rendszert is létrehozson.

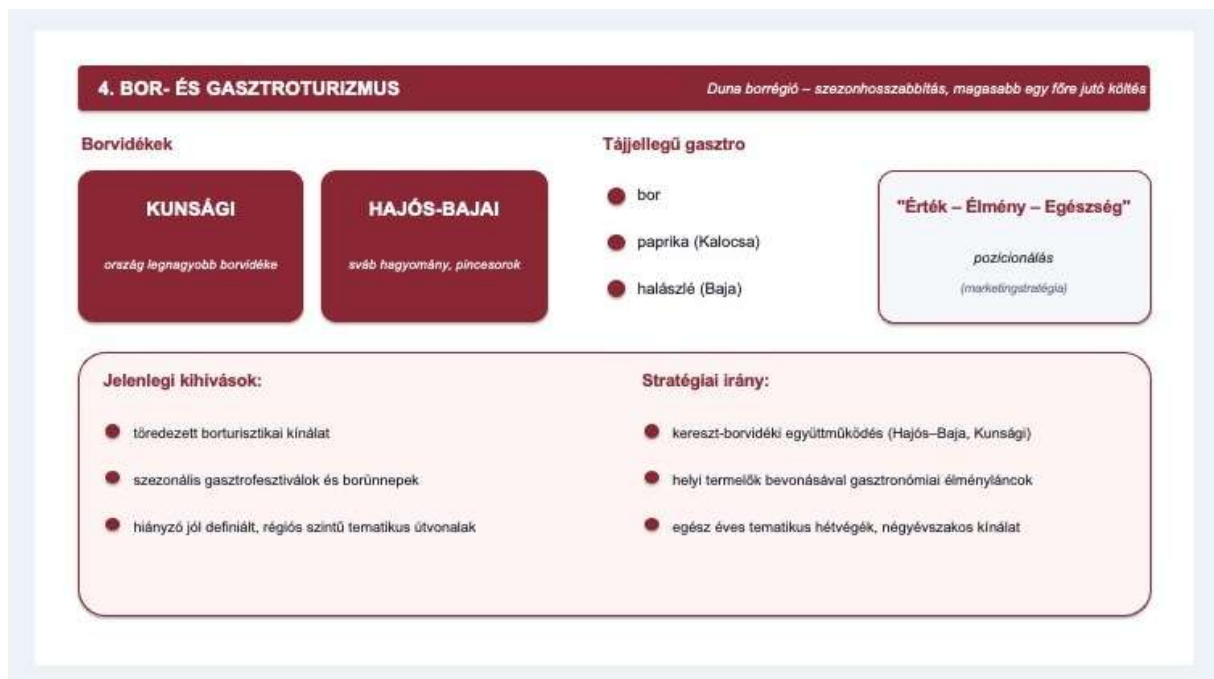
15. ábra - Kulturális és városi turizmus



Forrás: Saját szerkesztés

A kulturális és városi turizmus három húzóváros (Kecskemét, Kalocsa, Baja) köré szerveződik, amelyek markáns, piacképes narratívával rendelkeznek: Kecskemét szecessziós öröksége és Kodály-hagyaték city-break desztinációt épít, különösen, ha a fürdő- és aktív kínálattal csomagban jelenik meg. Kalocsa az érseki központra, a paprikára és a népművészetre, Baja pedig a Duna-parti kisvárosi hangulatra és a halászlére épít. A második vonal (Kiskunhalas, Kiskunfélegyháza, Kiskőrös) önállóan nem húzó attrakció, de tematikus útvonalakba - például a Petőfi-útvonalba - kapcsolva többnapos kulturális élménylánccá szervezhető.

16. ábra - Bor- és gasztroturizmus



Forrás: Saját szerkesztés

A bor- és gasztroturizmus két borvidékre (Kunsági és Hajós-Bajai) és a tájjellegű gasztronómia felismerhető elemeire (bor, paprika, halászlé) épül, és az „Érték - Élmény - Egészség” pozicionálásba illeszkedik. A szezonhosszabbítás és a magasabb egy főre jutó költség szempontjából ez az egyik legnagyobb potenciálú termék. Realizálásához azonban szükség van a töredezett kínálat hálózatosá alakítására, a kereszt-borvidéki együttműködésekre (pl. Hajós-Baja-Kunsági tengely) és a jól definiált, régiós szintű tematikus útvonalakra.

17. ábra - Falusi- /tanyasi, valamint fesztiválturizmus

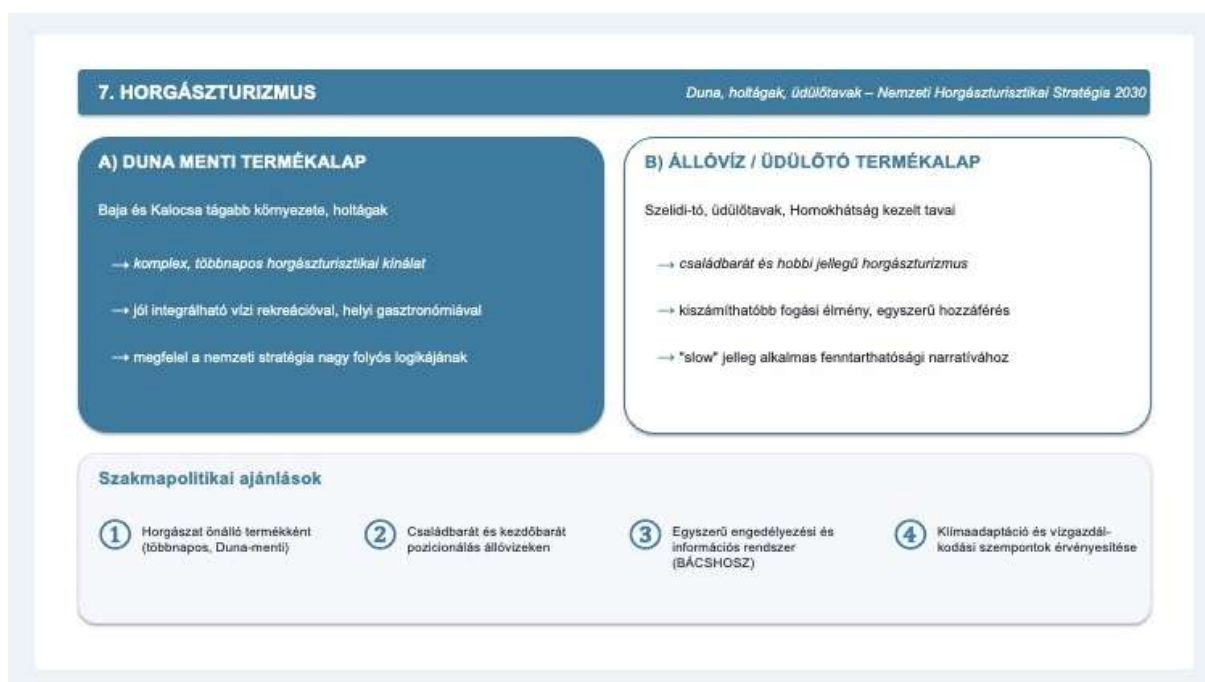


Forrás: Saját szerkesztés

A falusi és tanyasi turizmus a megye területi kiegyenlítésének egyik kulcseszköze: olyan alternatívát kínál, amely a húzóterületektől elkülönülve, mégis azokhoz kapcsolódva építhet hálózatot. Önállóan ritkán elég utazási motiváció, kombinációban - különösen bor-, gasztró- vagy aktív turisztikai elemekkel - viszont erős termék.

A rendezvény- és fesztiválturizmus jelentős gazdasági multiplikátor (kiemelten a Bajai Halfőző Fesztivál), a kunfehértói Fehértone Fesztivál, illetve a hagyományőrző Kurultaj, ugyanakkor a mennyiségi szemléletről érdemes elmozdulni a minőségi felé: a nagyrendezvények támogatását fenntarthatósági feltételekhez (hulladék, közlekedés, lakossági elégedettség) kell kötni, és párhuzamosan erősíteni a kisebb, helyi értékekre építő fesztiválokat is.

18. ábra - Horgászturizmus



Forrás: Saját szerkesztés

A horgászturizmus Bács-Kiskunban jelenleg elsősorban rekreációs tevékenységként jelenik meg, turisztikai termékként még alulhasznosított. Két markáns termék alap építhető: a Duna menti térségek (Baja, Kalocsa és környékük, Szelidi-tó), a tiszai holtágak alkalmasak komplex, többnapos kínálatra, míg az állóvizek és üdülőtavak - köztük a Homokhátság kezelt tavai - a családbarát, kezdőbarát, „slow” jellegű horgászturizmusnak adnak otthont. A BÁCSHOSZ egységesített területi engedélye és horgászrendje olyan intézményi keretet ad, amely a nem helyi vendégek számára is egyszerű belépést biztosít - a fejlesztés egyik legfontosabb alapja.

Horizontális szakmapolitikai prioritások

A hét termékpillér stratégiai irányai több ponton is közös elemekre építenek. A mátrix azt mutatja, hogy melyik horizontális dimenzióban (klímaadaptáció, KKV- és foglalkoztatási hatás, területi kiegyenlítés, minőség- és minősítéspolitika, tematikus hálózatosítás) mennyire kiemelt az adott pillér szerepe. A mátrix stratégiai tervezési eszközként is használható: a sorok a termékfejlesztési irányokat, az oszlopok a horizontális támogatáspolitikai prioritásokat adják.

19. ábra - Horizontális szakmai kihívások a hét termékpilléren

Horizontális szakmapolitikai prioritások a 7 termékpilléren					
	Klíma-adaptáció	KKV / foglalkoztatás	Terület-kiegyenlítés	Minőség / minősítés	Tematikus hálózat
Egészség & fürdő	magas	magas	közepes	magas	közepes
Aktív & öko	magas	közepes	magas	közepes	magas
Kulturális	–	közepes	közepes	magas	magas
Bor & gasztró	közepes	magas	magas	közepes	magas
Falusi & tanyai	közepes	magas	magas	magas	magas
Rendezvény	közepes	közepes	közepes	magas	közepes
Horgász	magas	közepes	magas	közepes	közepes

Forrás: Saját szerkesztés

Főbb megállapítások

- Az egészség-, aktív- és horgászturizmus erőforrás-alapú, erős adottságokkal rendelkező pillérek, ahol a klímaadaptáció és a fenntarthatósági szempontok közvetlenül befolyásolják a gazdasági életképességet.
- A kulturális, bor-gasztró és falusi turizmus a minőségi pozicionálás, a közös márka és a tematikus útvonalak révén válhat többnapos, magasabb költségű kínálattá. Jelenleg mindháromban a hálózatosodás a gyenge láncszem.
- A rendezvényturizmus fenntarthatósági szempontból a legkényesebb pillér: a fejlesztési forrásoknak a terhelésmenedzsmentet és a minőségi eseményeket kell előnyben részesíteniük.
- A KKV-k és a helyi foglalkoztatás szempontjából az egészség-, bor-gasztró- és falusi turizmus a legnagyobb hatású pillér, ezek a fejlesztési támogatások elsődleges csatornái.
- A területi kiegyenlítés kulcspillérei az aktív, a bor-gasztró, a falusi és a horgászturizmus: ezek képesek a kisebb településeket is turisztikai vérkeringésbe kapcsolni.

2.2.3. A megye szálláskínálata

A szálláshelykapacitás kérdéskörével részletesen foglalkoztunk a megye statisztikai adatai kapcsán. Az alábbiakban azt vizsgáljuk, hogy hogyan jelenik mindez meg a gyakorlatban - mit lát a turista, ha a megye szálláshely kínálatában böngészik.

Bács-Kiskun megye szálláshely-kínálata mind a Booking.com, mind a Szállás.hu adatai alapján egy sokszínű, alapvetően kisebb léptékű, mégis erős minőségi jegyeket mutató

turisztikai struktúrát rajzol ki. A két platform eltérő lefedettsége miatt jelentős különbség látszik a regisztrált szálláshelyek számában: míg a Booking.com egy adott időszakra (2024. december 14–16.) 224 szabad kapacitással rendelkező szálláshelyet listáz, addig a Szállás.hu ugyanerre az időszakra 508 egységet jelenít meg. Ez jól mutatja a digitális jelenlét, a csatornaválasztás és a kapacitáskihasználtság különbségeit, és megerősíti: a Booking-adatbázis nem a teljes kínálatot, hanem csak az aktívan foglalható, adott időpontra szabad szobákkal rendelkező szolgáltatókat mutatja.

A kínálat alapvetően apartman- és vendégház-domináns. A Booking.com-on az elérhető kapacitás mintegy kétharmadát apartmanok és vendégházak adják (97 apartman és 34 vendégház), míg a Szállás.hu-n 160 apartman és 221 vendégház szerepel. A klasszikus szállodai kínálat ennél jóval kisebb volumenű: a Szállás.hu 31 hotel, a Booking.com 34 szállodát mutat, a panziók aránya pedig mérsékelt (Booking: 21, Szállás.hu: 37). Mindez egyértelműen jelzi, hogy a megye turisztikai arculatát nem a nagy kapacitású városi szállodák, hanem a családi működtetésű, kisebb infrastruktúrájú szálláshelyek határozzák meg, összhangban a vidékies, decentralizált településszerkezettel.

A Szállás.hu településszintű adatai jól kirajzolják a megye turisztikai „csomópontjait”. A legnépszerűbb desztinációk között szerepel Kecskemét (66 szálláshely), Kiskunmajsa (52), Baja (51), Tiszakécske (49), továbbá Kiskunhalas (29), Kiskőrös (23), Soltvadkert (21), Kalocsa (17), Lakitelek (14) és Kiskunfélegyháza (13). Ezek a települések egyértelműen két fő turisztikai tengelyt rajzolnak ki: egyrészt a megyei központ (Kecskemét) és a nagyobb városok kulturális-kongresszusi, üzleti és városi szabadidős kínálatát, másrészt a fürdő- és víziturizmusra, illetve a természetközeli rekreációra építő települések láncolatát (Kiskunmajsa, Tiszakécske, Kiskunhalas, Soltvadkert, Baja, Lakitelek). A hotelszintű adatok is megerősítik, hogy a 31 hotelből 13 Kecskeméten található, a fennmaradó hotelek pedig elszórtan, kisebb csoportokban jelennek meg Lakiteleken, Baján, Tiszakécskén, Lajosmizsén, Kalocsán, Kerekegyházán és Érsekcsanádön. A szállodai kapacitás így erősen koncentrálódik a megyei központban és néhány fürdő- illetve átmenőforgalmi csomópontban, míg a vidéki térségekben túlnyomóan apartmanok, vendégházak és kisebb panziók adják a kínálat gerincét.

A minőségi mutatók kifejezetten erősek. A Booking.com szerint a foglalható szálláshelyek mintegy 64%-a 9 pont feletti vendégértékeléssel rendelkezik, és a kínálat mintegy 90%-a saját fürdőszobát biztosít. Ez arra utal, hogy a kisebb léptékű szálláshelyek jelentős része is stabil, a vendégek által elismert szolgáltatási színvonalat nyújt. A Szállás.hu adatai alapján 344 szálláshelyen érhető el online fizetés, ami a digitalizációs alkalmazkodás és a foglalási folyamatok professzionalizálódásának jó indikátora. A SZÉP-kártya elfogadás szintén jelentős: 209 OTP, 131 MBH/MKB és 152 K&H elfogadóhely segíti a belföldi vendégkör költségét, ami különösen a szezonhosszabbítás és a hétköznapi forgalom szempontjából fontos.

A kínálat turisztikai profilja erőteljesen a természetközeli és aktív élmények felé mutat. A Booking.com adatai szerint a szálláshelyek közül 90 kínál horgászatot, 78 túrázási, 70 kerékpározási lehetőséget, és 57 helyen biztosított a kerékpárkölesőzés. Ez jól illeszkedik Bács-Kiskun alföldi, holtágakkal, tavakkal, ártéri erdőkkel és kerékpárutakkal átszőtt környezetéhez, és erős alapot ad a horgászturizmus, a kerékpáros turizmus, valamint a természetjáró csomagok tematikus fejlesztéséhez. A wellness iránti igényt a pezsgőfürdővel rendelkező szálláshelyek (56 egység) jelzik, ami a kisebb léptékű, „vidéki wellness” jellegű kínálat bővülését mutatja.

A hozzáférhető és akadálymentes turizmus területén vegyes, összességében fejlesztendő kép rajzolódik ki. A Booking.com szerint 69, a Szállás.hu adatai alapján pedig 61 szálláshely rendelkezik valamilyen akadálymentes szolgáltatással vagy szobával. Ugyanakkor az Access4You minősítési adatbázisa alapján Bács-Kiskun megyében jelenleg nincs egyetlen turisztikai célú, minősített akadálymentes szolgáltató sem, és csupán egy minősített akadálymentes rendezvény azonosítható (AgroFood). Ez különösen kritikus a gyógy- és termálturizmus szempontjából: a kiskunmajsai, tiszakécskei, kiskunhalasi és kecskeméti fürdők vonzerejének jelentős részét éppen a gyógyászati és rehabilitációs szolgáltatások adják, miközben célcsoportjaik (az idősebb vendégek, mozgásszervi problémákkal élők) fokozottan igénylik a valóban akadálymentes környezetet. A minősítések hiánya nem feltétlenül jelenti, hogy a szolgáltatások ténylegesen elérhetetlenek lennének, sokkal inkább azt, hogy hiányzik az átlátható, ellenőrzött és nemzetközileg is érthető kommunikáció. Ez pedig versenyhátrányt okoz a magas minősítési szinttel rendelkező régiókkal szemben.

A családbarát kínálat a nemzetközi trendekhez illeszkedően erős potenciált képvisel, de a pozicionálás még nem egységes. A Booking.com különböző időpontokra készített lekérdezései alapján a megye mintegy 240 elérhető szálláshelyéből körülbelül 100 rendelkezik valamilyen jellegű családbarát szolgáltatással, ami nagyjából 40%-os aránynak felel meg. Ez nem alacsony, ugyanakkor arra utal, hogy a szolgáltatók jelentős része még nem építi tudatosan a családos és többgenerációs célcsoportok igényeire szabott termékcsomagokat, pedig a fürdők, strandok, kerékpáros útvonalak és kulturális attrakciók kifejezetten alkalmasak a tartózkodási idő növelésére és a visszatérő vendégkör megerősítésére.

Az állatbarát/ kutyabarát szolgáltatások területén szintén kettős kép látszik. A Szállás.hu adatai szerint 134 szálláshely szerepel állatbarátként, a Booking.com-on 98 fogad kisállatot, ami azt jelzi, hogy a háziállattal utazó vendégek fogadása a gyakorlatban egyre elterjedtebb. Ugyanakkor a formális, minősített kutyabarát szálláshelyek száma jelenleg mindössze három, ami azt mutatja, hogy a szolgáltatók részéről még nem alakult ki átgondolt, üzleti stratégiaként is értelmezhető kutyabarát pozicionálás, holott a nemzetközi trendek szerint ez az egyik leggyorsabban bővülő piaci szegmens.

A digitális foglalási rendszerek adatai és a hozzáférhető turizmusra vonatkozó információk alapján Bács-Kiskun megye turisztikai kínálata erős alapokkal rendelkezik: széles, városi és vidéki településhálózatra épülő szálláshely-kínálat, magas vendégelégedettség, családbarát és természetközeli élmények, valamint jelentős arányú online és SZEP-kártyás fizetési lehetőség jellemzi. Ugyanakkor az inkluzív, élethelyzet-alapú turizmus (az akadálymentesség, az idősbárát szolgáltatások, a kutyabarát kínálat és a nemzetközileg elismert minősítések) jelenleg még szigetszerűen, alulkommunikált formában jelenik meg. A jövőbeni fejlesztések egyik kulcsterülete ezért az egységesített, hiteles minősítési rendszerekhez való csatlakozás, az akadálymentes és családbarát infrastruktúra minőségi fejlesztése, a települési szintű erősségek (fürdővárosok, városi központok, vízparti települések) tudatosabb kiemelése, valamint a kutyabarát és aktív turisztikai termékek professzionális kialakítása lehet. A megye adottságai, különös tekintettel a gyógy- és termálfürdők, a kiterjedt alföldi tájak, a városi-kulturális központok és a kistépülési hálózat, erős alapot kínálnak ahhoz, hogy Bács-Kiskun megye a fenntartható, hozzáférhető és élményalapú turizmus egyik meghatározó hazai desztinációjává váljon.

2.2.4. A megye kínálatát meghatározó attrakciók

20. ábra - Vonzerő értékelési módszertan



Forrás: Saját értékelési modell (A 20 + B 35 + C 30 + D 15 = 100 pont)

Az attrakciók vizsgálatához összeállt a megye vonzerőleltára, és kialakításra került egy rangsorolási modell annak érdekében, hogy a különböző attrakciók összehasonlíthatók, értékelhetőek legyenek. A 4. számú melléklet 2026. szeptemberi kontrollfrissítése alapján a leltár 131 attrakciót és 40 települést fed le. Az 1. számú mellékletben foglaltak bővítése a társadalmi egyeztetés során jelzett, szakmailag indokolt hiányok pótlását is tartalmazza. A részletes, attrakciónkénti értékelést a dokumentumhoz csatolt melléklet tartalmazza.

2.2.4.1. Vonzerők láthatóságának értékelése

A turisztikai attrakciók rangsorolása egy objektív, kizárólag nyilvánosan elérhető online adatokra épülő módszertan alapján történt. A modell célja nem az egyes helyszínek kulturális, természeti vagy élményértékének minősítése, hanem annak vizsgálata, hogy az attrakciók mennyire láthatók, elérhetők és értelmezhetők a digitális térben, illetve mennyiben alkalmasak a turisztikai kínálatba való hatékony integrációra. A módszertan négy fő dimenzió mentén értékeli:

- (A) kereslet és érdeklődés,
- (B) honlap és saját online felületek,
- (C) platformjelenlét és aktivitás, valamint
- (D) kapcsolattartás és információ-elérés.

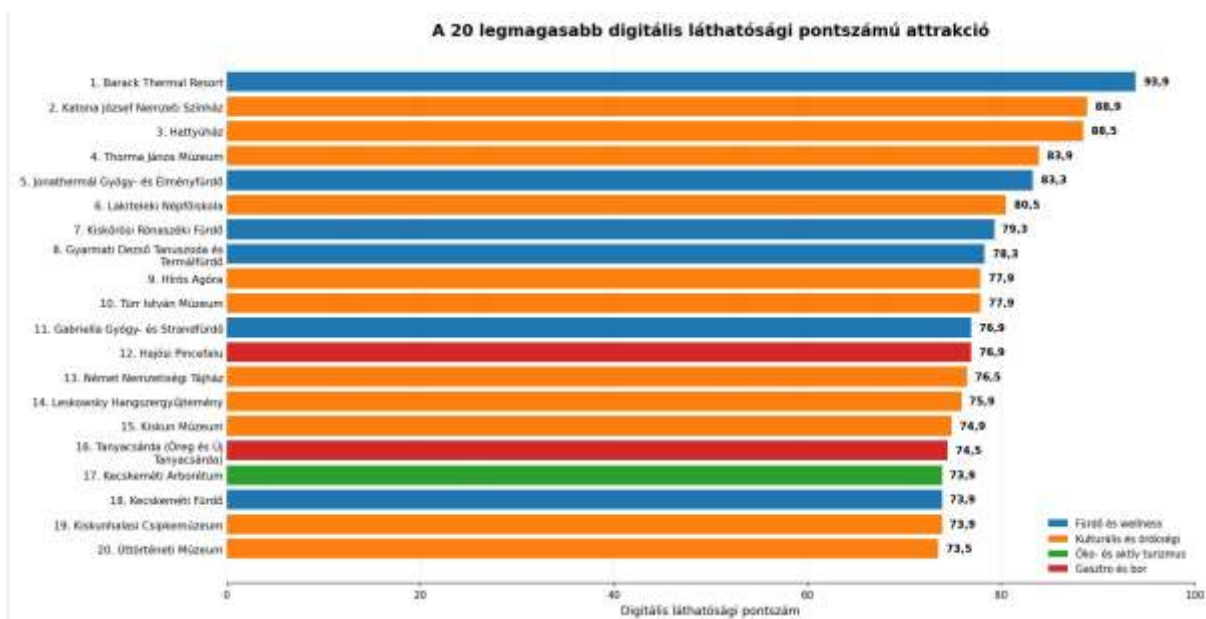
A részletes számítási módszertan és a számítási képlet a 1. számú mellékletben részletesen bemutatásra kerül.

Az egyes dimenziók súlyozottan kerültek beszámításra, az összesített pontszám maximuma 100 pont. A 2026. szeptember 11-i állapot szerint a 131 attrakció összesített átlagpontszáma 59,5/100. A rangsor élén a Barack Thermal Resort (Tiszaekéske) áll 93,9 ponttal.

2.2.4.2. A megye élmezőnye – 20 legmagasabb pontszámú attrakció

A teljeskörűen feldolgozott 131 attrakció alapján 29 helyszín érte el vagy haladta meg a 70 pontos digitális láthatósági küszöböt. A 21. ábra a 20 legmagasabb pontszámú attrakciót mutatja be. Az élmezőnyt a fürdők és a nagy kulturális intézmények uralják: a Barack Thermal Resort (93,9 pont), a kecskeméti Katona József Nemzeti Színház (88,9) és a kiskunfélegyházi Hattyúház (88,5) a három legmagasabb pontszámú attrakció.

21. ábra - 20 legmagasabb értékelésű attrakció



Forrás: Saját értékelés, 2026. szeptember 11.; a teljes rangsort az 1. számú melléklet tartalmazza

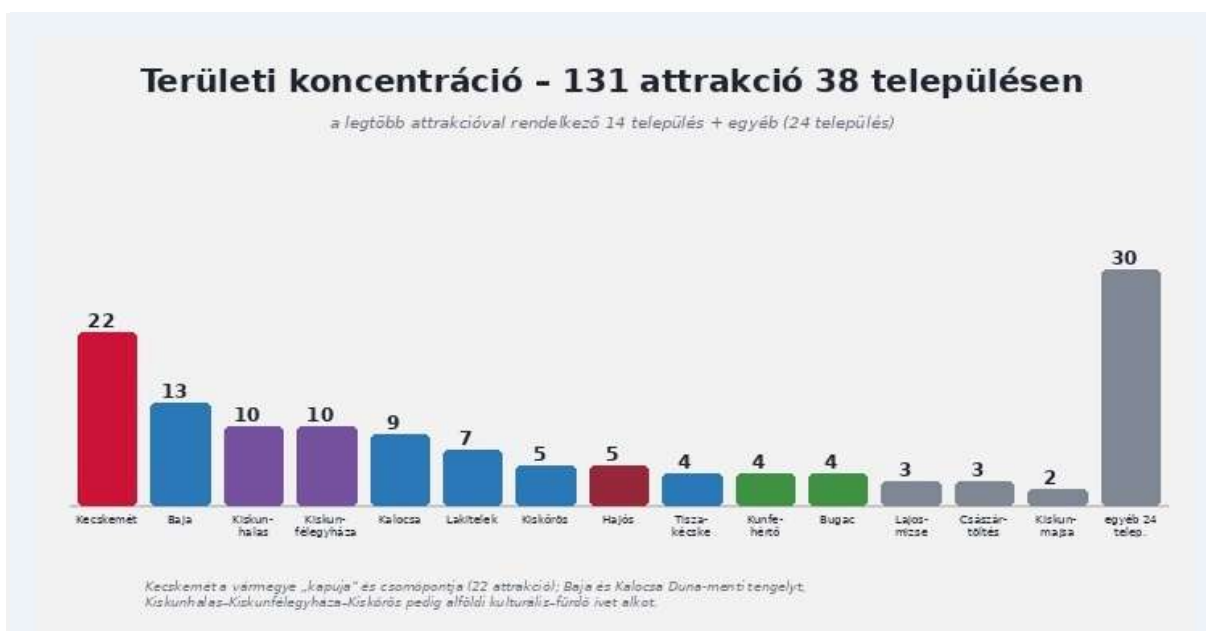
A 131 attrakció mindegyike hozzárendelhető a Bács-Kiskun megyei turizmusfejlesztési stratégia 2027-2040 célrendszerének egy-egy szegmenséhez. A stratégia három fő pilléren és egy horizontális fejlesztési területen alapul:

- az egészségturizmus (18 attrakció, átlag 67,6/100) a digitálisan legérettebb;
- a kulturális és örökségi turizmus (75 attrakció, átlag 59,5/100) a legnagyobb szegmens, a megye tartalmi gerincét adja;
- az öko-, aktív- és víziturizmus (31 attrakció, átlag 54,3/100) a legkiterjedtebb területi háló, de intézményi megerősítést igényel;
- a bor-, gasztro- és agroturizmus (7 attrakció, átlag 60,5/100) horizontális szegmensként a Hajós–Bajai és Kunsági borvidékre, a tanyasi gasztronómiára és a hungarikum-vonalra épül.

2.2.4.3. Területi koncentrációk

A településszintű megoszlás jól mutatja, hogy a kínálat nem szétterül, hanem néhány kulcsterület köré szerveződik. A 131 attrakcióból 22 Kecskeméthez kötődik, 13 Bajához, 10-10 Kiskunhalashoz és Kiskunfélegyházához, 9 Kalocsához, 7 Lakitelekhez, 5 Kisköröshöz és Hajóshoz, 4-4 Tiszakécskéhez, Kunfehértóhoz és Bugachoz. Lajosmizse a kontrollfrissítés után 3 értékelt attrakcióval jelenik meg, Kiskunmajsa 2 értékelt kulturális/fürdős elem szerepel; a fennmaradó kínálat további települések között oszlik meg.

22. ábra - Attrakciók területi koncentrációja



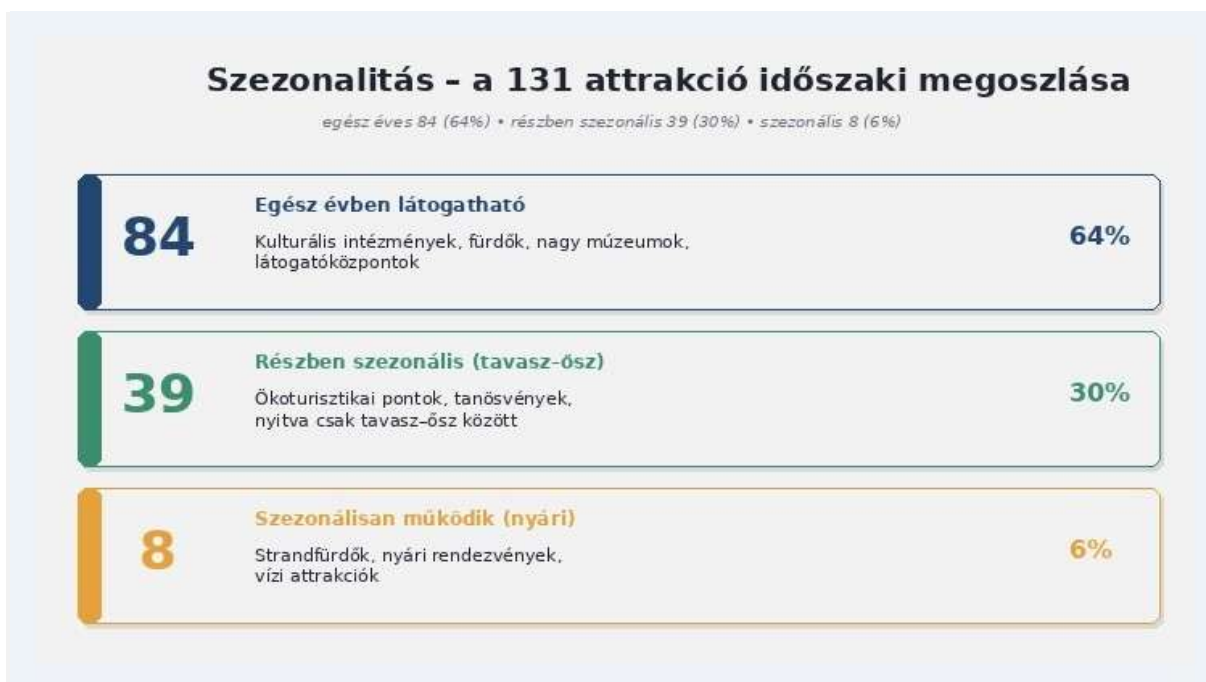
Forrás: Saját értékelés, 131 attrakció településszintű megoszlása (2026. szeptemberi kontrollfrissítés)

Kecskemét kiemelt szerepe egyértelmű: 22 attrakcióval a megye „kapuja” és legfontosabb csomópontja, ahonnan más térségek felé is könnyű élményláncokat építeni. Baja és Kalocsa együtt a Duna-menti kulturális–gasztronómiai tengelyt alkotja (22 attrakció), a Türr István Múzeumtól a kalocsai érseki székesegyházig. Kiskunhalas–Kiskunfélegyháza–Kiskörös hármas az alföldi városi kulturális gerincet adja (25 attrakció a Petőfi-örökséggel, a Thorma János Múzeummal, a Csipkével és a Hattyúházzal). Lakitelek és Tiszakécske a Tisza-menti wellness, konferencia- és örökségturizmus koncentrációja. Hajós, Nemesnádudvar és Császártöltés a Hajós–Bajai borvidék magja. Bugac pedig négy attrakcióval, a Kurultáj révén már országos és nemzetközi ismertségű fesztiválhelyként is funkcionál. Ezek köré szervesen épülhetnek a kisebb attrakciók, programhelyek, szolgáltatók kínálatai, amelyek együttesen már desztinációs szinten versenyképesek.

2.2.4.4. Szezonálítási minta

A 2026. szeptemberi kontrollfrissítést követően a 131 attrakció közül 84 egész évben látogatható (64%), 39 részben szezonális, azaz döntően tavasz–ősz jellegű (30%), 8 pedig szigorúan szezonálisan, főként a nyári időszakban működik (6%). Ez a megoszlás első ránézésre kiegyensúlyozottnak tűnik, de igazán akkor érthető, ha mellé tesszük, hogy mely terméktípusok melyik szezonban dominálnak.

23. ábra - Szezonálítási minta



Forrás: Saját értékelés, 131 attrakció szezonálítási adata alapján (2026. szeptemberi kontrollfrissítés)

Az egész évben elérhető attrakciók között nagy arányban vannak a kulturális–örökségi helyszínek (múzeumok, emlékhelyek, belvárosi attrakciók), a nagyobb fürdők (Barack Thermal Resort, Kecskeméti Fürdő, Jonathermál), valamint a kiemelt intézményi háttérű látogatóközpontok. Ez azt jelenti, hogy Bács-Kiskun kínálata télen is releváns: a városi kultúra, a gyógy- és wellness-szolgáltatások, a rendezvény- és konferencia-kapacitás együttesen biztosítják a téli és kora tavaszi hónapok forgalmát is.

A részben szezonális (tavasz-ősz) kategóriába eső attrakciók döntően ökoturisztikai és természetközeli helyszínek, tanösvények, vízi turisztikai pontok és aktív szabadidős terek. Szezonjuk sokszor március végétől október végéig nyújtható, így turizmus-stratégiai szempontból a megye a tavaszi és őszi időszakban is versenyképes kínálattal rendelkezik, feltéve, hogy a termékcsoportok és a kommunikáció is rásegítenek. A nyolc kifejezetten nyári attrakció a nagy fesztiválokat és néhány szigorúan nyári tóparti, vízi helyszínt foglalja magába. Ezek jellemzően rövid időszakokra koncentrált csúcsforgalmat hoznak, ezért a fő kérdés nem a kereslet megteremtése, hanem az, hogyan vehetők rá a látogatók arra, hogy egy nappal előbb érkezzenek vagy egy nappal tovább maradjanak, és közben kapcsolatba kerüljenek a megye más attrakcióival is.

A szezonális minta azt jelzi, hogy a megye alapvetően alkalmas négyévszakos termékportfólió kialakítására: a téli időszakban a városi kultúra és a fürdők, tavasszal, ősszel az öko-, aktív- és borturizmussal, nyáron az aktív turizmus és a fesztiválokkal egészül ki a termálvízre és a (városi) kulturális értékekre épülő kínálat.

2.2.4.5. Hogyan lesz ebből desztinációs termék?

A 131 attrakció listája értelmezhető úgy is, mint egy potenciális desztinációs termékstruktúra térképe. Nemcsak önmagukban fontosak az egyes elemek, hanem abban az értelemben, hogy milyen élményláncokba, termékekbe rendezhetők. Az alábbi öt térségi termékmag a megye attrakciós koncentrációira és a stratégiai célrendszerre egyaránt épít.

24. ábra - Desztinációs termékmagok

Desztinációs termékmagok - a 131 attrakció alapján azonosított 5 térségi élmény-tengely	
KECSKEMET - HOMOKHÁTSÁG 22 attr. Kulcsattrakciók: városi örökség + Kecskeméti Fürdő + Vadaskert + Arborétum + Kodály Intézet Célcsoport: családbarát, kulturális-egészség fókusz 2-3 napos időalapú csomagok	DUNA-MENTE (Baja-Kalocsa-Hajós) 27 attr. Kulcsattrakciók: Türr István Múzeum + érseki örökség + Hajósi Pincefalu + Cabernet Látogatóközpont + Szelidi-tó Célcsoport: gasztroturisták, borbarátok, családok
TISZA-MENTE (Tiszakécske-Lakitelek) 11 attr. Kulcsattrakciók: Barack Thermal Resort + Hungarikum Liget + Lakiteleki Népfőiskola + Gyarmati Tanuszoda + Tósfürdő Célcsoport: wellness, konferencia, rekreáció	DÉLI FÜRDŐZÓNA 18 attr. Kulcsattrakciók: Jonathernál + Halasthermál + Halasi Csipke + Thorma Múzeum + Kunfehértó Tófürdő + Holdruta erdő Célcsoport: gyógy- és strandturizmus, szeniorok, fesztiválközönség
BUGAC - NARRATÍV BRAND 4 attr. Kulcsattrakciók: Bugaci pusztá + Páztormúzeum + Aranymonostor + Karikás Csárda Narratíva: országosan ismert pusztai-örökségi zászlóshajó, amelyet a Kurultáj erősít Célcsoport: pusztai élmények, hagyományörzés és eseményturizmus iránt érdeklődők	

Forrás: Saját szerkesztés a 131 attrakció területi megoszlása és szegmensi besorolása alapján

A Kecskemét-Homokhátság tengelyen (22 attrakció) a városi örökség, a fürdő, a Vadaskert, az Arborétum és a Kodály Intézet együttese könnyen alakítható két-három napos, családbarát, kulturális-egészség tematikájú csomaggá. A Duna-menti tengely (Baja-Kalocsa-Hajós, együtt 27 attrakció) olyan vízi-gasztro-bor-örökség csomagokat tesz lehetővé, amelyek egyaránt megszólítják a családosokat, a gasztroturistákat, a bort kedvelő közönséget és az örökségturistákat. Ebben a tekintetben elsősorban a Hajósi Pincefalu, a Cabernet Látogatóközpont és a kalocsai érseki örökség a meghatározók. A Tisza-mente (Tiszakécske-Lakitelek, 11 attrakció) a wellness-, gyógy- és konferenciaturizmus terepe a Barack Thermal Resort és a Hungarikum Liget kombinációjával. A déli fürdőzóna (Kiskunhalas-Kiskunmajsa-Kunfehértó, 18 attrakció) hagyományos gyógy- és strandturisztikai régióként értelmezhető, a Halasi Csipke kézműves-örökségi tartalmával kiegészítve. Bugac pedig különleges helyet foglal el a rendszerben: négy attrakcióval egyszerre öko-, kulturális- és fesztiválturisztikai termék alap, amely a Kurultáj révén önmagában képes tömegeket megmozgatni.

A 131 attrakció képe azt mutatja, hogy Bács-Kiskun megye turizmusa nem mennyiségi, hanem minőségi értelemben komplex: sokféle, egymásba fűzhető termék alap, több markáns térségi magterület, és a szezonalitást tekintve is jól strukturálható kínálat áll rendelkezésre. A stratégiai kérdés innentől nem az, hogy van-e elég attrakció, hanem az, hogyan kapcsoljuk össze őket olyan élményláncokká, amelyek világos célcsoportokra pozícionáltak, jól csomagoltak, és képesek a vendégeket a fesztiváloktól és zászlóshajó eseményektől elindítva a megye teljes kínálatán végig vezetni.

2.2.5. Turisztikai intézmények, szervezetek

2.2.5.1. Megyei szintű koordináció hiánya

A turizmusfejlesztés, ezen belül a turisztikai termékkínálat kialakítását és piacra vitelét leginkább az akadályozza, hogy nincs olyan, megyei szinten működő, dedikált koordináló szervezet, amely a teljes megyére kiterjedően, térségi logika mentén látná el a turisztikai termékfejlesztés, a közös marketing és a szemléletformálás feladatait. A korábban működő megyei turisztikai nonprofit társaság megszűnésével gyakorlatilag szétaprózódott az a szerep, amely a térségi szintű gondolkodásért, hálózatépítésért és a települési szintet meghaladó desztinációs termékek összehangolásáért felelt volna. Jelenleg az egyes városokhoz, kistérségekhez, önkormányzatokhoz, illetve különböző helyi nonprofit szervezetekhez kötődnek a turizmusfejlesztési és marketing feladatok, így a megye egészére kiterjedő, egységes márkaépítés, a térségek közötti kohézió és a nagyobb léptékű termékcsoportok koordinációja csak részben, eseti együttműködésekben valósul meg. Ez a helyzet különösen azért jelent kihívást, mert a vármegyében számos olyan turisztikai termék, például a Duna-menti, Tisza-menti, homokhátsági vagy fürdő- és borturisztikai kínálat, eleve több települést, sőt, több kistérséget kapcsol össze, így természetes módon igényelné a megyehatáron belüli, térségi szintű koordinációt.

Tovább nehezíti a helyzetet, hogy Bács-Kiskun Vármegye Önkormányzata nem tudja a jelen humán erőforrás keretein belül vállalni ezt a típusú koordinációs és termékfejlesztési feladatot, a lehetőségei jelenleg kimerülnek a stratégiai irányok kijelölésében, a forrásszerzésben, pályázati írásban és az új fejlesztések katalizálásában. Ezért lenne ideális, ha létrejönne egy saját DMO (desztinációmenedzsment-szervezet).

2.2.5.2. A Tourinform-hálózat szerepe és feladatai

Bács-Kiskun megyében jelenleg öt Tourinform iroda működik: **Baja, Kecskemét, Kiskőrös, Kiskunfélegyháza és Kiskunmajska.**

Ezek az irodák a megye turizmusának „kapuszereplői”, hiszen a látogatókkal való közvetlen kapcsolatot, az információszolgáltatást és az első benyomások kialakítását valós időben ők biztosítják.

A Tourinform irodák működésére egységes szakmai és minőségbiztosítási keretrendszer vonatkozik: a Magyar Turisztikai Ügynökség (MTÜ) által meghatározott névhasználati és arculati kézikönyv, valamint a Tourinform-hálózat működési sztenderdjei. Ennek köszönhetően a hálózat minden tagja egységes minőségű, sztenderdizált szolgáltatásokat nyújt: ugyanaz a folyamatminőség, protokoll és vendégkezelési rendszer érvényes Baján, mint Kiskunmajsán vagy Kecskeméten.

A Tourinform irodák alapfeladata az információszolgáltatás a településről és a térségről: látnivalók, programok, kulturális események, szálláshelyek, vendéglátóhelyek, közlekedési kapcsolatok és helyi szolgáltatók aktuális kínálatának bemutatása. A mindennapi működés meghatározó eleme a komplex, folyamatosan frissített turisztikai adatbázisok fenntartása, amelyek lefedik az adott város és környék teljes turisztikai ökoszisztémáját.

A Tourinform irodák ugyanakkor már régen túlléptek azon a funkción, hogy csupán információs pontként működjenek. Egyre több településen látnak el olyan feladatokat is, mint a városnéző séták közvetítése, jegyértékesítés, tematikus túrák szervezése, ajándéktárgyak forgalmazása, kiadványterjesztés, vagy akár kerékpár- és turisztikai eszközkölcshözjárás. A gyakorlatban így vendégkapu, turisztikai szolgáltató, adatgazda és részben termékfejlesztési partner szerepét is betöltik.

A Tourinform-hálózat azonban települési szinten működik. Ebben a formájában nem alkalmas arra, hogy desztinációmenedzsment feladatokat lásson el, a térségi/ tájegységi, illetve megyei szintű koordináció hiányzik.

2.2.5.3. Városi és térségi turisztikai szervezetek – mozaikszerű desztinációmenedzsment rendszer

A megye turizmusirányításának másik pillérét a különböző városi és térségi szintű turisztikai szervezetek adják, amelyek formálisan vagy informálisan kvázi desztinációmenedzsment-szervezetként próbálnak működni. Ezek a szervezetek jellemzően önkormányzati tulajdonú vagy erősen önkormányzati kötődésű nonprofit társaságok, illetve önkormányzati osztályok, amelyek a helyi turizmusfejlesztés, marketing és termékfejlesztés feladatait fogják össze. Közös bennük, hogy tevékenységük fókuszja elsősorban a saját településükre vagy szűkebb térségekre irányul, nincsenek megyei hatáskörrel bíró, horizontális koordinációs eszközeik.

Baján a városi turizmus koordinációjában a helyi turisztikai nonprofit társaság játszik meghatározó szerepet, amely egyaránt felel a település turisztikai marketingjéért, az online és offline megjelenésekért, a város kártyarendszerének működtetéséért, a Baját és térségét érintő kiadványok és kampányok összehangolásáért, valamint a Tourinform iroda szakmai háttéréért. A szervezet tevékenysége a Duna-menti turisztikai termékek (víziturizmus, gasztronómia, rendezvények) integrálását célozza, de mandátuma és fókuszja alapvetően városi szintű.

Kecskeméten a turisztikai feladatok döntően az önkormányzat és a Tourinform iroda együttműködésében valósulnak meg. A város turisztikai arculatának formálása, a kulturális és fesztiválkínálat marketingje, a városnéző séták és csomagok kidolgozása, illetve a kiadványok és online felületek működtetése olyan feladat, amely a klasszikus TDM-funkciók jelentős részét lefedi. Mindez azonban nem egy önálló, megyei kitekintésű desztinációmenedzsment-szervezeten keresztül, hanem városi szinten, önkormányzati háttérrel zajlik, elsősorban Kecskemétre koncentrálva.

Kiskunmajsán a fürdő- és családbarát turizmusra épülő desztináció háttérét a JONATHERMÁL Gyógyüdülő és Idegenforgalmi Zrt. biztosítja, amely több közszolgáltatási terület mellett a turizmust is gondozza. A Jonathermál köré szerveződő kínálat, a családi üdülés, a helyi rendezvények és a környék településeihez kapcsolódó attrakciók integrálása itt is egyfajta térségi logikát mutat, ám a szervezet mégsem tölt be megyei szintű, kiterjesztett koordinációs szerepet, hanem elsősorban a közvetlen vonzáskörzetre fókuszál.

Kiskőrösön, Kiskunfélegyházán és más kisebb városokban a turizmus fejlesztése és marketingje jellemzően erősen integrálódik az önkormányzati struktúrákba, illetve a kulturális intézményekhez és a Tourinform irodákhoz kapcsolódik. Ezekben a településekben a turizmusirányítás nem külön szervezeti formában, hanem a kulturális és közösségi feladatokkal összevonva jelenik meg, így a turizmus sokszor egy a sok feladat közül, még ha stratégiai jelentősége magas is.

A városi és térségi szervezetek rendszere a megyében mozaikszerű, településközpontú desztinációmenedzsment-struktúrát eredményez. A helyi szinten elvégzett munka (turisztikai marketing, termékfejlesztés, szolgáltatói együttműködések) sok esetben magas színvonalú és példaértékű, ugyanakkor a megyei szintű, horizontális koordináció hiánya miatt a különálló desztinációk ritkán kapcsolódnak egységes, megyei márkarendszerbe. Részben ennek az eredménye, hogy a profi menedzsment mellett is több helyen alacsonyok maradnak a vendégéjszaka számok, hiszen a működés mellett épp a koordinált marketingmunkára és a hálózatos termékfejlesztésekre nincs megfelelő kapacitás. A stratégiai kihívás éppen az, hogy az erős helyi és városi szintek mellé kialakuljon egy olyan megyei szintű keret vagy platform, amely összefogja a települési szereplőket, támogatja a térségi termékek fejlesztését, és egységesen képviseli a megye turisztikai érdekeit a hazai és nemzetközi piacon.

2.2.6. Turisztikai infrastruktúra

A megye turisztikai infrastruktúrája alapvetően kedvező kiindulópontból indul: két nagy folyó (Duna, Tisza) közé ékelődve, erős országos közúti és vasúti kapcsolatokkal, valamint folyamatosan fejlődő gyalogos és kerékpáros hálózattal rendelkezik. Ugyanakkor az infrastruktúra, különösen a minősített kerékpárosbarát pontok, akadálymentes és digitálisan jól feltérképezett hálózat, még mozaikszerű, így a meglévő elemeket tudatos termékfejlesztéssel kell összekapcsolni.

2.2.6.1. Gyalogos és természetjáró infrastruktúra

Bács-Kiskun megye gyalogos turisztikai gerincét az Alföldi Kéktúra (AK) adja, amely Szekszárdtól Sátoraljaújhelyig húzódik, és hosszú szakaszon keresztülhalad a vármegyén, bemutatva a Homokhátság, a Duna-mente és az alföldi falvak jellegzetes tájait. A megyei önkormányzat kommunikációja is kiemeli, hogy az Alföldi Kéktúra hazánk második leghosszabb gyalogos turistaútja (850 km), és legmeghatározóbb tájegységünk, az Alföld csaknem minden jellegzetességét felvonultatja.

A formális, jelzett útvonal mellett a gátkoronák (Duna, Tisza), a Kiskunsági Nemzeti Park tanösvényei, a Bugac, Fülöpháza, Kolon-tó, Szelidi-tó környéki sétányok és tanösvények adják a gyalogos infrastruktúra második rétegét. Ezek többsége rövid, fél-egynapos programokra alkalmas, családbarát útvonal, amely különösen alkalmas lenne idősebb és inkluzív, „lassú turizmus” csomagok kialakítására is, feltéve, hogy a jelzés, a pihenőhelyek és az információs táblák minősége egységes szintre kerül.

2.2.6.2. Kerékpáros infrastruktúra: EuroVelo, országos és helyi útvonalak

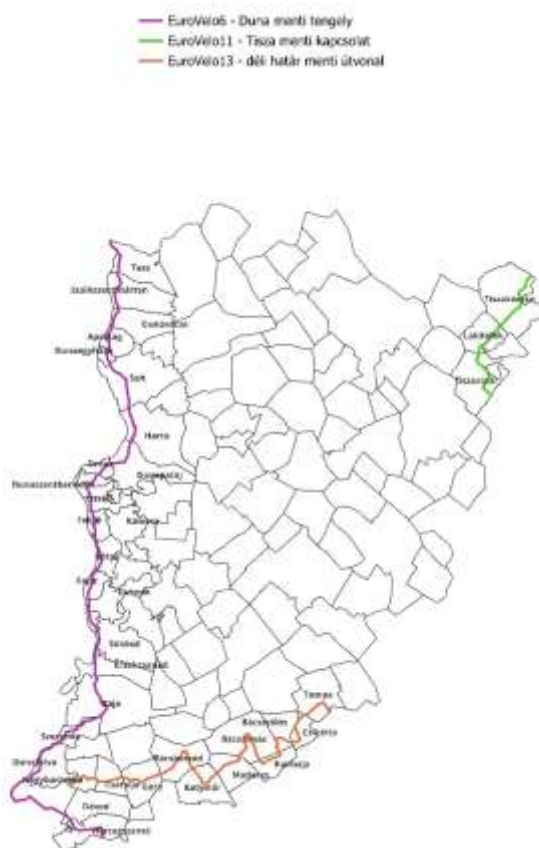
A megye kerékpáros szempontból országos léptékben is erős pozícióban van, három európai főhálózati útvonal találkozik a térségben.

EuroVelo 6 - Duna-menti útvonal: Az EV6 (Atlanti-óceán - Fekete-tenger) magyarországi szakasza végig a Duna mentén halad, és érinti a Dunapataj-Kalocsa-Baja térséget, amelyet a helyi TDM szervezetek is kifejezetten az EuroVelo-útvonal népszerűsítésével kapcsolnak össze (pl. Kalocsa-Dunapataj-Kalocsa túrák). A Duna-parti gátkorona, a szelidi-tavi körök és a Baja környéki útvonalak együtt egy jól kommunikálható, vízparti aktív turisztikai zónát rajzolnak ki.

EuroVelo 11 - Kelet-Európai kerékpárút: Bács-Kiskun megyét az északkeleti peremén érinti, elsősorban a Tisza menti térségekhez kapcsolódva. A nyomvonal a Tisza-völgy természeti értékeire, árterekre és vízhez kötődő tájképi elemekre épít, így jól illeszkedik a természetközeli és aktív turizmus kínálatához. A megyei szakasz jelenleg elsősorban átmenő jellegű, ugyanakkor megfelelő infrastruktúra- és szolgáltatásfejlesztéssel alkalmas lehet arra, hogy bekapcsolódjon a térségi kerékpáros és vízi élményláncokba. Az EuroVelo 11 hosszabb távon a Tisza menti települések elérhetőségét és turisztikai láthatóságát is erősítheti.

EuroVelo 13 - Vasfüggöny útvonal: Az EV13 a magyar-szerb határ mentén, a Nagybaracska-Baja-Hercegszántó-Tompa térségben lép be és halad át Bács-Kiskunon. A 2024-2026 között futó OPTI-BIKE 3 Interreg-projekt kifejezetten ezt a szakaszt célozza, a leírás szerint az útvonal „Nagybaracskánál lép be Bács-Kiskun megyébe, és Tompaig húzódik”, kerékpáros pihenőpontokkal, információs táblákkal, szervizpontokkal és közös márkáépítéssel. Ez azt jelenti, hogy a megye déli peremén, a határ menti, ma turisztikai szempontból alulhasznosított térségekben, európai léptékű bringás terméképítés zajlik.

25. ábra - EuroVelo 6, 11 és 13 útvonalak Bács-Kiskun megyében



Forrás: Saját szerkesztés

Megyei és helyi kerékpárutak: A megye kerékpárutas kínálatáról szóló friss szakmai és sajtóanyagok (pl. a „10 legszebb kerékpárút Bács-Kiskunban” válogatás) kifejezetten sokszínű, ám jellemzően szakaszos hálózatról számolnak be: Kecskemét környéki utak, Bugac és a Kiskunsági Nemzeti Park homokpusztás tájai, a Tisza menti szakaszok Tiszakécskénél, valamint a Dunához és a Szelidi-tóhoz kapcsolódó körök jelennek meg a kínálatban. A TOP-Plusz pályázatoknak köszönhetően az úthálózat tovább bővül a következő időszakban.

A gyakorlatban a hálózat vegyes képet mutat:

- egyes szakaszokon önálló, burkolt kerékpárutak,
- máshol alacsony forgalmú mellékutak, illetve
- a gátkoronán vezetett kerékpáros nyomvonalak szolgálnak alapul.

Kerékpárosbarát szolgáltatások: Országos szinten a MAKETUSZ által működtetett Kerékpárosbarát Szolgáltatói Hálózat fogja össze a bringásbarát szálláshelyeket, vendéglátóhelyeket és attrakciókat, a térképen szervizoszlopok, pihenőhelyek, e-bike töltők is megjelennek. Bács-Kiskunban ezek jelen vannak, de a térképi lefedettség alapján inkább a főbb útvonalak (Duna, Tisza, Kiskunsági NP környezete) mentén koncentrálódnak, míg a megye belső, „homokhátsági” térségeiben mozaikszerűek.

A korábban elemzett booking.com-adatok szerint a lekérdezett 224 szálláshely közül 70 kínál kerékpározási lehetőséget (kb. 31%), 57 pedig kerékpárkölcsönzést is (kb. 25%). Ez arra utal, hogy a szolgáltatók egy része már felismerte a kerékpáros turizmusban rejlő potenciált, ugyanakkor a minősített, hálózatos kerékpárosbarát kínálat még nem nőtt fel a fizikai infrastruktúra és a táji adottságok szintjéhez.

Jelentőség kerékpáros szempontból: Infrastrukturálisan a megye erős, (két EuroVelo-útvonal, országos túramozgalmak, egyre bővülő helyi hálózat) de a szolgáltatási háttér, a kerékpárosbarát minősítés és a célcsoport-specifikus terméképítés (csomagajánlatok, tematikus útvonalak, kombinált fürdő+bringa, bor+bringa csomagok) még fejlesztendő. A legnagyobb potenciál a Duna-menti (EV6), a határ menti (EV13) és a Kiskunsági Nemzeti Parkra felfűzött bringás termékekben rejlik.

2.2.6.3. Lovasturizmus

A lovasturizmus a megye több térségében jelen lévő, az aktív, falusi/tanyasi és kulturális örökségi kínálatot összekapcsoló termék. Kiemelt értéke a pusztai lovas hagyomány, a lovaglás és lovasoktatás, a bemutatók, valamint a lovas rendezvények és szolgáltatók hálózatosíthatósága. A fejlesztésnél nem egyetlen szolgáltatóra, hanem a térségenként egymást kiegészítő lovasudvarok, szálláshelyek, csárdák, túraútvonalak és hagyományőrző programok együttműködésére kell építeni.

Lajosmizse–Felsőlajos esetében a lovasturisztikai kínálat a tanyasi/pusztai, gasztronómiai, kézműves, családi és örökségi programelemekkel együtt többnapos élménycsomaggá fejleszthető. A konkrét útvonalak, szolgáltatói kör és értékesítési konstrukció kidolgozása a stratégia végrehajtási szakaszának feladata, a minőségi, állatjóléti és biztonsági követelmények egységes érvényesítésével.

2.2.6.4. Vízi turisztikai infrastruktúra

Bács-Kiskun vízi turisztikai infrastruktúrája elsősorban a Duna menti helyszínekre, a Tisza-völgy peremén található vízfelületekhez kapcsolódó bázisokra, valamint az állóvizek rekreációs hasznosítását támogató létesítményekre épül. A megye kínálata jelenleg hálózatos jellegű: a vízre szállási pontok, megállóhelyek, csónakházak és kölcsönzők több ponton érhetők el, ugyanakkor a fejlesztések színvonala és a szolgáltatási szint területileg differenciált, ezért a vízi turizmus sok esetben inkább kiegészítő terméként jelenik meg a természetjárás, a kerékpározás és a vízparti rekreáció mellett (Magyarország Kormánya, 2024).

A megye víziturisztikai infrastruktúrájának hiányzó elemei, különösen a biztonságos ki- és beszállóhelyek, átemelési pontok és pihenőhelyek a csatornákon jelenleg három, egymással tartalmilag összefüggő TOP Plusz (TOP_PLUSZ-6.1.4-23-BK2) fejlesztéssel kerülnek célzottan pótlásra.

A Vajas-fok aktív víziturizmusának fejlesztésével a Kalocsa-Érsekcsanád közötti szakaszon több helyszínen (pl. zsilipkikerülésekhez kapcsolódó ki- és beszállópontok, pihenőhelyek) kerül kialakításra infrastruktúra, kiegészítve információs táblákkal és a túraszervezést támogató elemekkel, valamint logisztikai/üzemeltetési háttérrel. A Duna-völgyi főcsatorna (a továbbiakban: DVCS) alsó szakaszán megvalósuló Duna-völgyi kalandozások Dél-Bácsban című projekt, amely keretében Császártöltéstől Bajáig tervezett vízre szálló helyek és átemelési pontok, továbbá több településen pihenőhelyek kialakítása. A megvalósítás részeként marketing-kommunikációs szolgáltatásokat is nevesít, ami kifejezetten a „láthatóság erősítése” célhoz illeszkedik. A DVCS felső szakaszán a Vízre a Homokháton - Lapátos kalandok című projekt Szabadszállás-Kecel között hoz létre vízre szálló helyeket és pihenőpontokat, valamint a keceli duzzasztónál biztonságos átemelési pontot. A projektek a Bejárható Magyarország arculati elveihez igazodó tájékoztató- és útjelző táblák kihelyezését is tartalmazzák, ami az online és helyszíni tájékozódást egyaránt támogatja. A három projekt együtt így nem csupán pontszerű fejlesztésként értelmezhető, hanem egy olyan, víziturisztikai termékbe szervezhető hálózat alapinfrastruktúrájaként, amely összhangban áll a hazai víziturisztikai fejlesztési irányokkal (különösen a vízre szálló helyek és megállópontok hálózatos fejlesztésének elvével).

A Duna a megye vízi turisztikai gerince, ahol a vízitúrázás és a kishajós-evezős aktivitások infrastrukturális háttere elsősorban a kijelölt megállóhelyekre és városi vízisport-bázisokra támaszkodik. Baja térségében a Sugovica és a Duna közvetlen elérése, a vízre szállási lehetőségek, valamint a szervezett túrák és eszközköölcsönzés olyan szolgáltatási csomagot alkot, amely turisztikai szempontból is értelmezhető bázisként működik (Evezz itthon!, n.d.-a; Kajak-Kenu Pont Baja, n.d.). Kalocsa térségében a Meszesi Duna-parti vízitúra megállóhely a Duna-parti megközelíthetőséget, a pihenést és a programok indítását támogatja, és kifejezetten integrálható kerékpáros kapcsolatokkal is, ami az aktív turisztikai termékcsomagolás tipikus iránya (Bács-Kiskun Vármegye Önkormányzata, n.d.). A Duna menti megállóhely-hálózat fejlesztése országos programlogikába is illeszkedik, amely több helyszínen a helyi lakossági használat és a turisztikai fogadás együttes kiszolgálására épít (Baja Megyei Jogú Város Önkormányzata, n.d.; Magyarország Kormánya, 2024).

A megye északkeleti peremén a Tisza menti kapcsolódásokat és a holtágakhoz kötődő vízi aktivitásokat olyan bázisok és megállóhelyek erősítik, amelyek a vízitúrázás alapinfrastruktúráját (stég, vizesblokk, közösségi tér, kölcsönzés) biztosítják. Tiszakécskén a vízitúra megállóhely kifejezetten túraindítási pontként jelenik meg, és szolgáltatási elemei

alapján alkalmas a többnapos, eszköz- és logisztikaigényes vízi programok fogadására is (Evezd itthon!, n.d.-b). A természetközeli vízi programok kínálati oldala a védett vagy érzékeny élőhelyek térségeiben jellemzően szervezett formában jelenik meg; erre jó példa a Töserdőben meghirdetett holt-tiszai vízitúra, amely a vízi élményt a természetvédelmi interpretációval és kontrollált látogatásszervezéssel kapcsolja össze (Kiskunsági Nemzeti Park Igazgatóság, 2024).

Az állóvizekhez kapcsolódó infrastruktúra Bács-Kiskunban döntően üdülési-rekreációs orientációjú. A Szelidi-tó térségében a vízparti rekreációt és a kisléptékű vízi élményeket szolgáltatások (például szervezett csónakázás, eszközhasználat) támogatják, ami a családi és „soft” aktív turizmus irányába bővíti a klasszikus strandfunkciót (Szelidinyár, 2024). A Vadkerti-tónál a vízijármű-kölcsönzés (kenu, kajak, csónak, SUP, vízibicikli) strukturált szolgáltatási elemként jelenik meg, és a tóparti tartózkodás időtartamát, illetve a vízhez kötődő programválasztékot is növeli (Vadkerti-tó, n.d.). Ezeken a helyszíneken a vízi infrastruktúra jellemzően szezonális csúcsidőszakra optimalizált, és kevésbé a vízitúra-hálózati logikát, inkább a helyben igénybe vehető rekreációt erősíti.

A természetvédelmi és bemutatóhelyi térségekben a vízhez kapcsolódó infrastruktúra tudatosan visszafogott, mert a kezelési célok elsődlegesen az élőhelyek megőrzésére és a látogatói terhelés kontrolljára irányulnak. A Kolon-tó esetében a terület jellemzően benádasodott, a nyílt vízfelületek mesterségesen kialakítottak, és a látogatás hangsúlya a tanösvényi megközelítésen, a kilátópontokon és az interpretáción van, ami a vízi turizmus „csendes”, természetmegfigyelő jellegű integrációját támogatja (Kiskunsági Nemzeti Park Igazgatóság, n.d.-a; Kiskunsági Nemzeti Park Igazgatóság, n.d.-b). Ez a megközelítés összhangban áll azzal az országos szakpolitikai iránnyal, amely a vízitúrázás fejlesztését a környezeti terhelhetőség, a szabályozott hozzáférés és a minőségi megállóhelyi infrastruktúra hármasára építi (Magyarország Kormánya, 2024).

A megye vízi turisztikai infrastruktúrája erős természeti adottságokra és több ponton már létező szolgáltatási magokra épül, ugyanakkor a turisztikai termékként való működéshez a hálózati kapcsolatok (vízre szállás–kiszállás–logisztika), a szezonon kívüli használhatóság, valamint az aktív turisztikai csomagolás (kerékpár, természetjárás, interpretáció) további erősítése adhat érdemi hozzáadott értéket (Magyarország Kormánya, 2024).

2.2.6.5. Közúti megközelíthetőség

Bács-Kiskun megye a magyar gyorsforgalmi és főúthálózat egyik csomópontja. A megye „gerince” az M5-ös autópálya, amely Budapestet köti össze Kecskeméttel, Kiskunfélegyházával és Szegeddel, majd a szerb határon Röszkénél lép át Szerbiába, és folytatódik az A1-es autópályaként.

A megyei matricainformációk alapján a megye területén az M5 mellett az M44-es gyorsforgalmi út is elérhető (Kecskemét-észak csomópont), amely kelet-nyugati irányban erősíti a kapcsolatrendszeret. A főúthálózat magját az 5-ös főút alkotja, amely történetileg is a Kiskunság egyik legfontosabb közlekedési tengelye Budapest és Szeged között, Kecskeméten és Kiskunfélegyházán keresztül, kiegészülve a 52-es, 53-as, 54-es és 55-ös főutakkal, amelyek a Duna- és Tisza-menti desztinációkat (Kalocsa, Solt, Baja, Szekszárd irányába) kapcsolják a

megyeszékhelyhez és az országos hálózathoz. Fontos kiemelni, hogy az 51, 52 illetve az 54-es út felújításra szorul, ennek elmaradása a turizmus szempontjából is versenyhátrány.

Az elmúlt évek beruházásai közvetlen turisztikai hatással is járnak. A Soltvadkertet keletről elkerülő új útszakasz több körforgalommal és új vasúti felüljáróval tehermentesíti a város belterületét a kamionforgalomtól, és biztonságosabbá teszi a Vadkerti-tó, mint kiemelt üdülő- és fürdődesztináció megközelítését. Hasonló elkerülő és kapacitásbővítő fejlesztések a jövőben más turisztikai csomópontok (pl. Kiskunmajsa, Tiszakécske, Kiskunhalas) elérését is javíthatják.

2.2.6.6. Vasúti és légi elérhetőség

Vasút

A megye vasúti infrastruktúrája két fő vonalra épül:

- a Cegléd-Szeged (MÁV 140) vonal, amely a Dél-Alföld egyik fő, villamosított fővonala, és a Kiskunsági löszös hátat észak-déli irányban szeli át.
- a Budapest-Kunszentmiklós-Tass-Kelebia (MÁV 150) vonal, amely a X. számú páneurópai vasúti korridor része, és Belgrád-Athén irányába folytatódik.

Kecskemét közlekedési szempontból kulcsszereplő: a város az M5-ös autópálya mentén fekszik, és a Budapest-Szeged vasútvonal fontos állomása; Budapest Nyugati pályaudvar felől mintegy 70-80 perc alatt érhető el InterCity-vel. A Budapest-Belgrád vasútvonal és a hozzá kapcsolódó fejlesztések (Szeged-Subotica, nagysebességű szakaszok) a teljes régió nemzetközi elérhetőségét javítják, amelyből közvetett módon Bács-Kiskun déli térségei is profitálnak.

Légi közlekedés

A vármegye nem rendelkezik nemzetközi repülőtérrel; a fő légi kapu Budapest Liszt Ferenc Nemzetközi Repülőtere, amely Kecskeméttől megközelítőleg 80-90 km-re található, közúton nagyjából egyórás elérési idővel. A Jakabszálláson működő Jakab-Csík sportrepülőtér (LHJK) Kecskeméttől kb. 15 km-re fekszik, sétarepülésre, kisgépes közlekedésre alkalmas, és kiegészítő élményként, tematikus programként illeszthető be a turisztikai kínálatba.

A vasúti és légi elérhetőség összességében azt jelenti, hogy a megye:

- **Budapest felől** gyorsan elérhető autópályán és IC vonattal;
- **Szerbia felől** az M5-ös és a Kelebia-Röszke irányú határátkelőkön, valamint a Budapest-Belgrád vasútvonal fejlesztése révén;
- **a régió belülről** pedig a fő- és mellékvonalak (pl. Kiskunfélegyháza, Kiskunhalas, Baja) hálózataán keresztül kapcsolódik.

2.2.7. A 2015-től megvalósult és folyamatban lévő turisztikai beruházások bemutatása

A pályázatokról készült részletes összefoglaló táblázat a 2. számú mellékletben található.

A 2014-2020-as költségvetési ciklusban a TOP-1.2.1-16-BK konstrukcióban 9 projekt részesült támogatásban összesen 3.525.671.539 Ft értékben, a TOP-1.2.1-16-BK1 konstrukcióban 16 projekt 2.601.304.704 Ft értékben, a TOP-1.2.1-16-BK2 felhívás keretében 3 projekt részesült 383.084.460 Ft támogatásban. Az uniós forrásokon túl a Lakiteleki Népfőiskola jelentős hazai támogatásban részesült, amely Lakiteleken egy komplex turisztikai szempontból is meghatározó infrastruktúrát hozott létre.

Általánosságban elmondható, hogy alig néhány fejlesztés kivételével - pl. Felső-Bácska-Homokhát Natúrpark fejlesztése, borút, kulturális út vagy a kerékpárút fejlesztések - pontszerű beavatkozások valósultak meg. Ugyancsak általános jellemző, hogy az egyes projektek alacsony költségvetésűek voltak. Kivétel a bugaci Arany Monostor látogatóközpont, melynek fejlesztése TOP forrásból kezdődött el, és folytatódott a TOP Plusz keretén belül, mintegy 1,5 milliárd Ft értékben. Az elkészült fejlesztés színvonala, illetve a további tervezett beruházások, nevezetesen egy ökoturisztikai látogatóközpont létrehozása egy olyan szinergikus kínálat létrejöttét körvonalazza, amely megfelelő látogatómenedzsment rendszer kialakítása és egy hatékony marketingtevékenység mellett akár nemzetközi szinten is versenyképes. Azonban az attrakció digitális láthatósága alacsony: az Aranymonostor Látogatóközpont keresőszóra a Bugaci Ménesbirtok és Csárda honlapjának az aloldalára jutunk, a Wikipédián van szerkesztői lapja, informatív tartalommal, de nincs befejezve, illetve publikálva, a saját honlap csak magyar nyelven elérhető, az „Aranymonostor Látogatóközpont” elnevezés szép, de tartalmában megfoghatatlan. Integrált szolgáltatásokkal (puszta, ménes, csárda, látogatóközponti kínálat, rendezvények) egy egységes márkaernyő alatt akár önálló utazási motivációt is generálhat.

Jelentősebb hálózatos aktív turisztikai fejlesztés kevés valósult meg a ciklusban, kiemelt a Solt-Dunatetőten-Akasztó turisztikai célú kerékpárút fejlesztését 1 milliárd Ft-os támogatásból. A Magyar Kajak Kenu szövetség A Felső- és Alsó-Duna vízi turizmusának komplex fejlesztése GINOP forrásból megvalósult 350 millió Ft-os fejlesztése hiánypótló. Emellett borútfejlesztésre is sor került a Sváb Sarokban, valamint kialakításra került a Petőfi tematikus útvonal.

A megye egyik meghatározó vonzereje a gyógyvizekben rejlik. Az uniós források fürdőfejlesztést gyakorlatilag nem tesznek lehetővé. A kiskunhalasi Halasthermál Gyógyhely komplex turisztikai fejlesztése c. egymilliárd forintnyi GINOP forrásból megvalósult projektből kiegészítő szolgáltatások, a fürdő környezetének megújítása valósulhatott meg. Ugyanakkor a gyógyfürdők energetikai korszerűsítésének támogatása (Kalocsa, Kiskőrös, Lakitelek-Tősfürdő) jelentős mértékben hozzájárul a fürdők gazdaságos működtetéséhez.

A kulturális és ökoturisztikai fejlesztésekről megállapítható, hogy az építési, felújítási tevékenységek túlsúlya és a korlátozott támogatási keret nem teszi lehetővé nagyobb volumenű interpretációs eszköz, élményszerű kiállítás, élménytér létrehozását, melynek révén valóban XXI. századi, nemzetközileg is versenyképes attrakciók jöhetnének létre. (Ehhez gyakran a megfelelő szakértelem sem áll rendelkezésre.) Példa erre Tőserdő Ökoturisztikai Központ fejlesztése Lakiteleken, ahol létrejött egy nagyon igényes, látványos épület, ugyanakkor erősen hiányos az élményszerű tartalom, időszaki kiállítások várják a látogatókat, ami nem baj, csak turisztikai szempontból nem értelmezhető. Más esetben a fizikai keretek szűkösek, pl. Tiszaparti kisvasút Tiszakécskén egy jól sikerült, jól kommunikálható, működő projekt, azonban itt is érvényes az, hogy (a méreténél, korlátozott szolgáltatási portfóliójánál fogva) önmagában nem fog önálló utazási motivációt generálni.

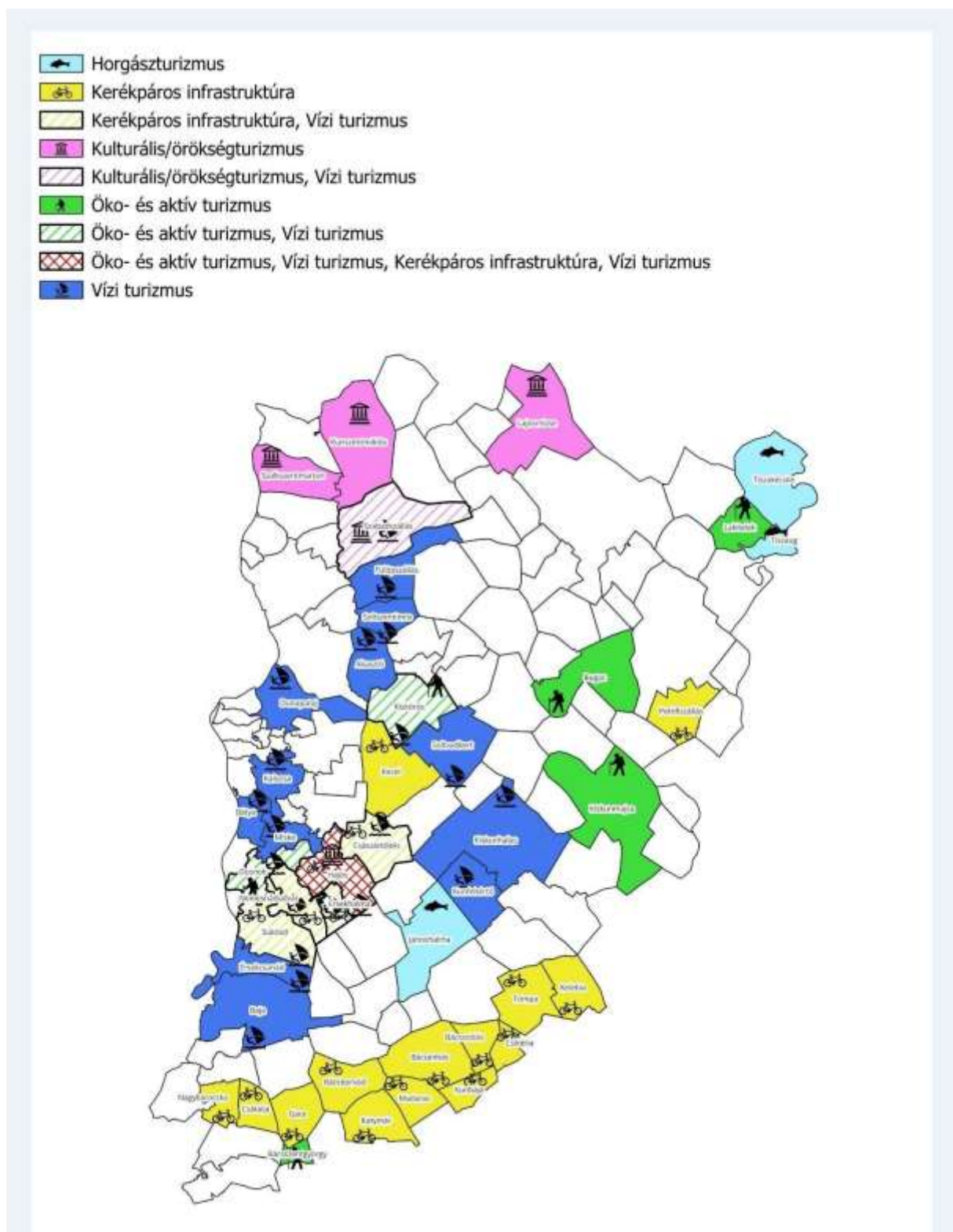
A 2014-20-as ciklus projektjeinek kötelező fenntartási ideje már lejárt vagy a közeljövőben fog lejárni, így a nehezen fenntartható fejlesztések további üzemeltetése bizonytalanná válik. Ráadásul a bezárt látogatóközpontok, hozzáférhetetlen attrakciók nagyon rossz üzenetet hordoznak. Intő példa a kunszentmiklósi Virágh Kúria, amely egy ideje nem látogatható.

A projektek eredményeképpen a megye kínálata színesedett, ugyanakkor egyetlen olyan fejlesztés sem valósult meg, amely önmagában véve jelentős turisztikai keresletet generálhatna.

2021-27-es ciklusban a TOP_PLUSZ-1.1.3 keretében 23 projekt részesült támogatásban, a projektek összköltsége 9.530.815.576 Ft Ezek közül a legnagyobb támogatásban Érsekhalma - Nemesnádudvar - Sükösd Bács-Kiskun Megyei kiemelt kerékpárút megvalósítása (2,2 milliárd Ft) illetve a Turisztikai célú kerékpárút kialakítása Kecel és Császártöltés között (1,6 milliárd Ft) projektek részesültek. A fejlesztési célokból kirajzolódik, hogy a megye aktív turisztikai infrastruktúrája jelentősen javul, ha ehhez hozzátesszük a TOP_PLUSZ-6.1.4 konstrukcióból támogatott aktív és ökoturisztikai fejlesztéseket a meglévő adottságokra épülően egy erős, hálózatos kínálat jön létre elsődlegesen a kerékpáros, de egyre erősebben a víziturisztikai kínálat jelentős növekedésével. A megyei önkormányzat erre a célra 4 projekt keretében 2.629.976.636 Ft támogatásban részesült. Ezen felül Bugacon létesül ökoturisztikai látogatóközpont 500 millió Ft támogatásból.

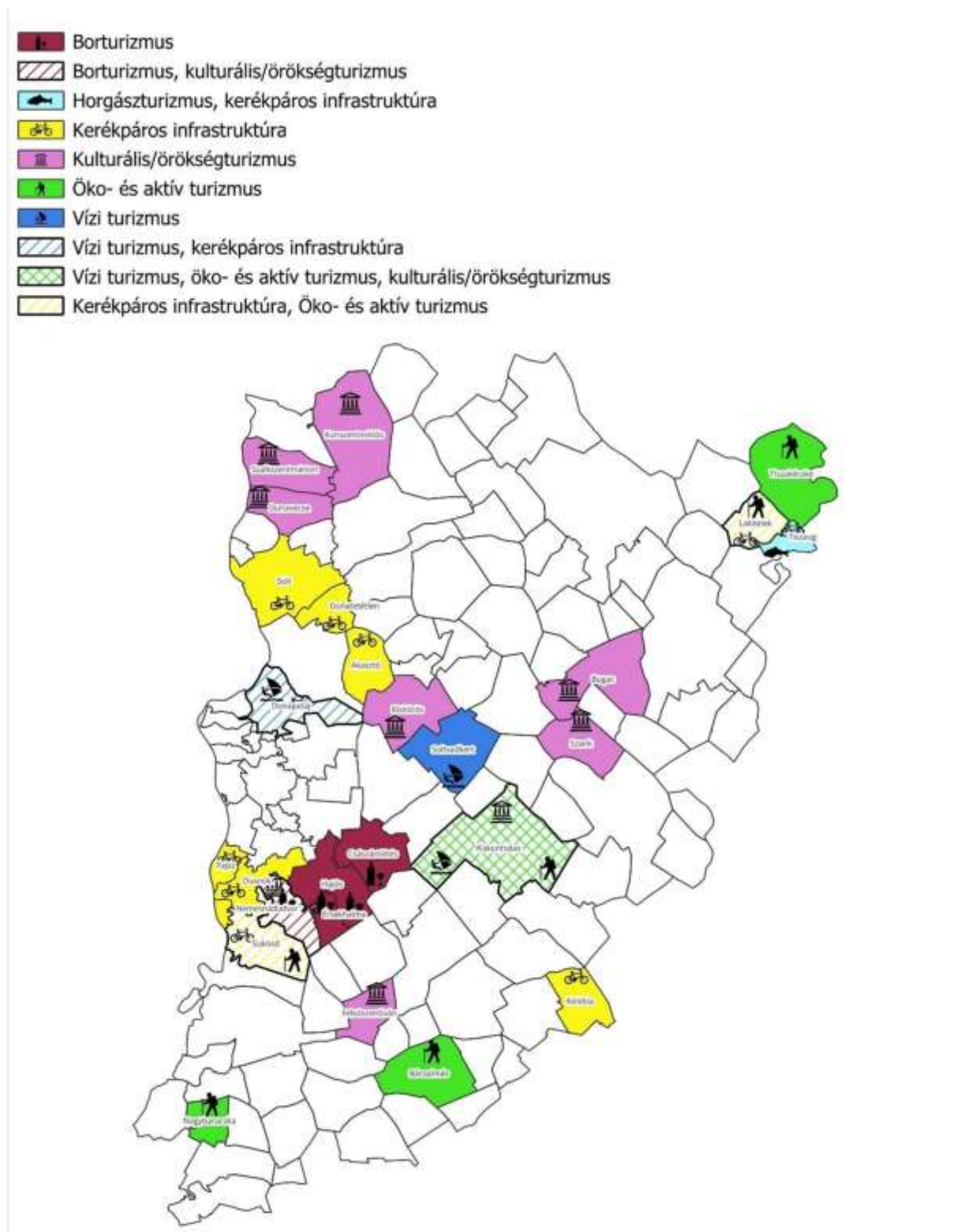
A 2. sz. mellékletben részletezett TOP és TOP Plusz nyertes projektekről ad áttekintést az alábbi két térkép, a fejlesztési helyszínek megjelenítése és a fejlesztések tipizálásának segítségével:

26. ábra - Bács-Kiskun megye támogatott TOP Plusz projektjei térképen



Forrás: Saját szerkesztés

27. ábra - Bács-Kiskun megye támogatott TOP-1.2.1 projektjei térképen



Forrás: Saját szerkesztés

A 2014-2020-as költségvetési ciklus fontosabb Magyarország-Szerbia Interreg program legfontosabb projektjei:

- Egészségturizmus - jó turizmus egészségturisztikai stratégia kialakítása
- Baja–Sombor Greenways - ökoturisztikai desztinációfejlesztés kerékpáros és víziturisztikai szolgáltatópontok kiépítése Baján, vízitúra-eszközbeszerzés, mobilapplikáció, képzések, sport- és turisztikai események, tematikus útvonalak kialakítása.
- Tourism4All - akadálymentes turizmus Baja (akadálymentes fürdőhely, látogatóközpont, tematikus útvonalak)
- Duna Borút létrehozatala és pozicionálása turisztikai és kulturális márkaként a határ menti régióban

A projekt megvalósítási időszaka lezárult; a projekt 2019-ben befejeződött. A jelen stratégia ezért annak eredményeit és továbbépíthető partnerségeit előzményként értékeli, nem folyamatban lévő fejlesztésként.

A 2021-27-es költségvetési ciklus eddig ismert projektjei közül a legjelentősebb a Tompa Város Önkormányzata részvételével megvalósuló aktív turisztikai projekt, amely a határon átnyúló kerékpáros turizmus komplex fejlesztését célozza. A hangsúly nemcsak az infrastruktúrán, hanem az útvonaltervezésen, szolgáltatásfejlesztésen, információszolgáltatáson és marketingen van. (OPTI-BIKE 3 - Joint development of cross-border cycling tourism (HUSRB/23R/22/067).

A bajai Türr István Múzeum és Kulturális Központ két projektben is részt vesz, mindkettő kulturális és örökségturizmus területésre és a határon átnyúló kulturális együttműködésekre fókuszál. (NOBORDER - Border that unites us (HUSRB/23R/22/018) és TIMSUM2 - Shared values - Cultural cooperation in the cross-border region (HUSRB/23R/22/044).

A Hírös Agóra Kulturális és Ifjúsági Központ Nonprofit Kft. (Kecskemét) projektje a filmművészetre és a vizuális kultúrára fókuszál, színesíti a megye rendezvényturisztikai vonzerejét (FAFA - Film art for all HUSRB/23R/22/091).

2.2.8. A megye desztinációinak bemutatása és pozicionálása

Bács-Kiskun megye turisztikai kínálata sokszínű, földrajzi és kulturális értelemben is tagolt rendszer, amely az elmúlt évtized fejlesztéseinek köszönhetően jelentősen megerősödött. A különböző térségekben megvalósult beruházások - fürdőfejlesztések, attrakció-rekonstrukciók, infrastruktúrafejlesztések, kerékpárutak, látogatóközpontok, eseményhelyszínek - együttesen olyan turisztikai mikrotérségi hálózatot hoztak létre, amely jól értelmezhető termékcsomagokra és egyedi profilú desztinációkra tagolja a megyét.

Policentrikus desztinációs szerkezet – négy egymást kiegészítő klaszter

A megye nem egyetlen központú turisztikai tér, hanem policentrikus, többpólusú rendszer, amelyben a desztinációk eltérő funkciókat töltenek be, ugyanakkor kölcsönösen kiegészítik

egymást. A látogatók számára ez a sokszínűség széles választási lehetőséget biztosít, a döntéshozók számára pedig lehetőséget ad arra, hogy a fejlesztések ne koncentrálódjanak egy-egy helyszínre, hanem kiegyensúlyozott, tematikusan tagolt megyei kínálat alakuljon ki.

28. ábra - Bács-Kiskun megye policentrikus desztinációs szerkezete



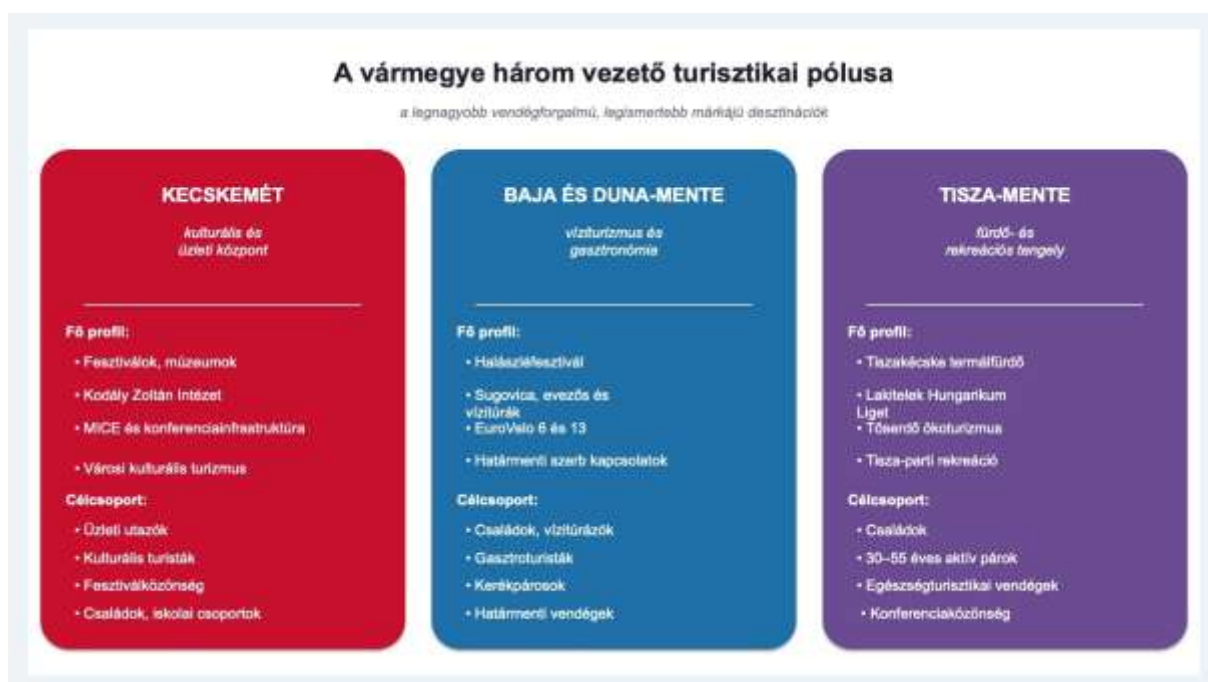
Forrás: Saját szerkesztés a megye desztinációs elemzése alapján

A desztinációs szerkezet egészét vizsgálva megállapítható, hogy a megye turizmusa jelentős mértékben a termékek sokféleségére épül. A fürdő- és víziturizmus, a kulturális és örökségturizmus, a borturizmus, az ökoturisztikai élmények és az aktív programok mind jelen vannak, így a megye képes többféle célcsoport számára releváns ajánlatokat kínálni. Ez a sokszínűség egyben a stratégiai tervezés egyik erőssége is: az eltérő termékek eltérő piacokat érnek el, így csökkenthető a turizmus szezonális és földrajzi koncentrációja. A fejlesztések eredményeként a kínálat fokozatosan hálózatosodik - a kerékpárutak, tanösvények, borturisztikai útvonalak, kulturális tematikák és vízparti rekreációs helyszínek összekapcsolódása lehetőséget teremt komplex turistautak és tematikus élményláncok kialakítására.

A megye három vezető turisztikai pólusa

A megye turizmusát három meghatározó, nagyobb vonzáskörzetű desztináció szervezi. Ezek a térségek rendelkeznek a legnagyobb vendégforgalommal, a legerősebb márkaismertséggel, valamint a legkomplexebb szolgáltatáskínálattal – együtt ők alkotják a megye turizmusának szerkezeti gerincét.

29. ábra - A megye három vezető turisztikai pólusa



Forrás: Saját szerkesztés

Kecskemét nemcsak közigazgatási, hanem turisztikai csomópont is: a város sokoldalú kulturális kínálata, fesztiváljai, múzeumai, a Kodály Zoltán Intézet nemzetközi kisugárzása, valamint a bővülő konferencia- és rendezvénykapacitások hosszú távon biztosítják vezető szerepét. Közlekedési kapcsolatai révén a város kapu a megye egészéhez, és gyakran kiindulópontja vagy kiegészítő állomása a környező desztinációkat felfűző utazásoknak.

Baja a megye déli részének dinamizáló ereje. A Duna és a Sugovica közelsége, az evezős és vízitourisztikai programok, valamint az országos ismertségű halászléfesztivál erős turisztikai identitást biztosít. A térség a természetközeli, aktív és gasztronómiai turizmus találkozási pontja, amely az EuroVelo 6 és 13 útvonalak, valamint a szerb kapcsolatok révén nemzetközi kitekintéssel is bír.

A Tisza-menti tengelyen Tiszakécske fejlődött a legdinamikusabban: termál- és élményfürdője egész éves turisztikai vonzerővé vált. Lakitelek a Hungarikum Liget révén az ország egyik legmarkánsabb tematikus kínálatát hozta létre, míg a Töserdő és a Holt-Tisza térsége az ökoturisztikai élmények sorát gazdagítja. A két település közötti kapcsolat ma már funkcionális fürdő–kultúra–öko tengelyt alkot.

Tiszakécske fejlesztési logikájában a gyógy- és wellnesskínálatot, a Tisza-parti rekreációt, a kerékpáros és vízitourisztikai programokat, valamint a szálláskínálatot egységes terméknek kell kezelni. A Barack Thermal Resort és más jelentős helyi szolgáltatók a komplex egészségturisztikai–aktív csomagok, a válszezonon medical wellness/senior ajánlatok és a vízitourisztikai tartózkodást meghosszabbító programok kialakításában kiemelt szakmai partnerek. A megyei digitális platformnak az információszolgáltatás mellett a közvetlen ajánlat- és foglalási kapcsolódás lehetőségét is támogatnia kell.

Tematikus erőterek, országos szinten karakteres desztinációk

A vezető pólusok mellett több olyan térség is található, amely egyedi kulturális, gasztronómiai vagy egészségturisztikai profiljával válik meghatározóvá. Ezek a desztinációk különösen fontosak a megye turisztikai identitásának formálásában.

30. ábra - Tematikus erőterek



Forrás: Saját szerkesztés

Kalocsa a hungarikum értékekre (elsősorban a népművészetre és a fűszerpaprikára) épülő identitása miatt országosan ismert kulturális turisztikai célpont. Az érsekségi központ, a múzeumi és rendezvényi kínálat stabil kulturális infrastruktúrát ad, miközben a térség termálvíz-adottságai a rekreációs motivációkat is bevonják, diverzifikált kínálatot eredményezve.

Kalocsa térségi kínálatában a kulturális és vallási örökség mellett a Csajda Gyógyfürdő egészségturisztikai fejlesztési lehetőségeit, a Meszesi-Duna-part aktív és vízparti rekreációs szerepét, valamint a Szelidi-tó–Dunapataj–Kalocsa–Duna menti kapcsolatrendszerrel is együtt kell kezelni. A területi program célja e pontok többnapos, közlekedési és szolgáltatási kapcsolatokkal összekötött terméké szervezése.

A Hajósi Pincefalu Európa legnagyobb pincefaluja, ma már ikonikus vonzerő. A környező Sváb Sarok települései (Hajós, Császártöltés, Érsekhalma, Nemesnádudvar) összefüggő kulturális tájat alkotnak, amelynek identitása (sváb hagyományörzés, gasztronómia, kézművesség, bortermelés) erős turisztikai pozicionálási lehetőséget jelent, a térség a megye egyik legkarakteresebb márkája lehet.

A Hajós–Császártöltés–Őrjeg térség pozicionálását az Őrjeg és Szőlőhegyei Natúrpark tovább erősíti: a borvidéki és sváb kulturális kínálat mellett a natúrparki táj, a természeti értékek, a

gyalogos és kerékpáros lehetőségek, valamint a helyi termékek együtt komplex, slow és ökoturisztikai élménylánc alapját adják. A natúrpark meglévő hálózata a fejlesztések partnerségi és működtetési háttereként is értelmezendő.

Kiskőrös Petőfi-kultusza, múzeumi fejlesztései és borvidéki identitása országos szintű vonzerőt jelent. Soltvadkert a Vadkerti-tó köré szerveződő, elsősorban nyári üdülést célzó turizmust szolgálja; a két település egymást kiegészítve alakít ki kulturális-gasztronómiai-rekreációs tengelyt a Kunság szívében.

A Kiskőrös–Soltvadkert térséget a kulturális, bor- és gasztronómiai, valamint rekreációs kínálat összekapcsolásával önálló térségi élményláncként kell fejleszteni. A Petőfi-tematikus útvonal fejlesztéséhez szálláshelyi, vendéglátási, borászati, aktív és rendezvényprogramokat is kapcsolni kell annak érdekében, hogy a kulturális látogatás többnapos tartózkodássá és nagyobb helyi költéssé alakuljon. A Petőfi-, Kalocsa–Baja és bor-gasztronómiai fejlesztéseket egymást kiegészítő projektsomagként kell előkészíteni, az átfedések elkerülésével.

Kiskunhalas turisztikai profiljának központi eleme a nemzetközi hírű kézműves örökség, a Halasi Csipke, amelyhez fokozatosan épülő termálrekreációs kínálat és borvidéki háttér csatlakozik.

Kiskunmajsa a Jonathermál Gyógy- és Élményfürdővel és a csúszdaparkkal a családos belföldi vendégek egyik kedvelt célpontja, különösen a nyári időszakban. A társadalmi egyeztetés nyomán a település kulturális kínálatának bemutatása kiegészül a Konecsni György Helytörténeti Gyűjteménnyel, amely a 4. számú melléklet kontrollértékelésébe is bekerült. A térség kun örökségi kínálatát erősíti a szanki Kiskun Emlékhely, amely szintén bekerült a frissített leltárba.

Természet- és aktív turisztikai térségek, határmenti lehetőségek

A megye jelentős részét természeti védettség alatt álló vagy természetközeli területek alkotják. Ezek a desztinációk különösen fontosak a lassú, fenntartható és aktív pihenésre vágyók számára.

31. ábra - Természet-, aktív és határmenti turisztikai térségek



Forrás: Saját szerkesztés

A Kiskunsági Nemzeti Park és a Homokhátság települései: Bugac, Orgovány, Jakabszállás, megőrizték a magyar puszták, a homokbuckák és erdős sztyeppék hangulatát. A lovas turizmus, a természetjárás, a tanösvények, a fotó- és ökoturizmus erős jelenléte egy sajátos, csendes, lassulásra alkalmas élménytér kialakulását eredményezi. Bugac, mint turisztikai központ, kiemelkedő múlttal rendelkezik; a jelenlegi kínálat megújítása után az attrakciók bevezetése a köztudatba, a fiatalabb generációk számára is vonzóvá tétele kulcsfontosságú. A térség emellett a megye kerékpározásra legalkalmasabb része. A természeti USP-k között a homokbuckák táj önálló, karakteres megkülönböztető elemként kezelendő.

A Homokhátság északi-középső részén Lajosmizse és Felsőlajos különösen jó példája annak, hogy a tanyai-pusztai karakter, a lovas kultúra, a gasztronómia, a kézműves és kulturális örökség egymást erősítő kínálattá szervezhető. A térség meghatározó elemei közé tartozik a Tanyacsárda (Öreg és Új Tanyacsárda), a lajosmizsei Pusztatemplom és a Szent Lajos-templom; a társadalmi egyeztetésben jelzett kézműves és gasztronómiai szereplők pedig a térségi élménylánc kiegészítő elemei lehetnek.

A kerékpározhatóságot a stratégia nem teljes térségek általános tulajdonságaként, hanem útvonalszinten kezeli: a burkolat, a közlekedésbiztonság, a forgalom, a hálózati folytonosság és a kapcsolódó turisztikai szolgáltatások együttes értékelésével. Az aktív turizmus ennek megfelelően nem kizárólag a Homokhátsághoz kötődik, hanem a Duna és a Tisza mentén, Hajós és a Sváb Sarok térségében, valamint a megye más, biztonságosan bejárható hálózati elemein is fejlesztendő.

A vízparti üdülő- és rekreációs térségek: a Szelidi-tó és a Vadkerti-tó környéke, erős szezonális vendégforgalmat generálnak, és az elmúlt évek szolgáltatásfejlesztéseinek köszönhetően egyre nagyobb hangsúlyt kapnak a családi turizmuson túl az aktív vízi programok, a horgászat és a

természetközeli rekreáció is. A Duna-Bács-Kiskun megyei szakasza önálló természet- és aktív turisztikai térségként értelmezhető: a vízitúrázás, az evezős sportok, a horgászat és a természetmegfigyelés kiegészül a töltéseken vezetett kerékpáros és gyalogos túrákkal, a Gemenci erdő pedig országos jelentőségű ökoturisztikai célpont Baja környezetében.

A megye déli részének határmenti térségei, Bácsalmás, Bácsbokod, Csikéria és társtelepüléseik, különleges helyzetben vannak: bár jelenleg alacsony vendégforgalmú térségek, az EuroVelo 13 nemzetközi kerékpáros útvonal, valamint a natúrparki és ökoturisztikai fejlesztések révén új típusú látogatócsoportok megjelenése várható. E térségek jövőbeni szerepe a fenntartható, lassú és határmenti kapcsolódásokra épülő turizmusban körvonalazódik. Kunszentmiklós és a Felső-Kiskunság pedig a szikes puszta ökoturizmusával és kisvárosi kulturális örökségével egy északi kaput képvisel a megye irányába.

Pozicionálási összefoglaló – 13 kiemelt desztináció

Az alábbi összefoglaló a megye turisztikai térségeit mutatja be a pozicionálás, a meghatározó célcsoportok és a látogatottság időbeli alakulása szerint. A célja, hogy összehasonlítható képet adjon a térségek eltérő turisztikai szerepéről, erősségeiről és szezonáltsági sajátosságairól. A szintjelölés (1–4) a bevezető fejezetben ismertetett klaszter-szerkezetet tükrözi: vezető pólusok, tematikus erőterek, természet- és aktív turisztikai térségek, valamint határmenti és kiegészítő térségek.

32. ábra - A megye turisztikai térségeinek pozicionálási összefoglalója

Desztináció / térség (szintjel 1–4)	Célcsoport	Szezonáltság
1 Kécskemét Egyszerű és csodálatos, kikapcsoló	üzleti, kulturális, családi	egész év
1 Baja és térsége Dunamenti városok: gasztronómia	család, víz, gasztró, kerékpár	tavasz–ősz
1 Tisza-menti (Tiszafücsök–Laktóka)	család, egészség, konferencia	egész év
1 Kalocsa és térsége Tisza és Hortobágy	kulturális, vallás, színház	egész év
2 Hajós és Sváb Barok pincefalu, evés-kultúra	bőr, gasztró, termékek	tavasz–ősz
2 Kiskőrös–Götvadkert Pavlovskij, bor, család	kulturális, borkezelés, család	egész év
2 Kiskunhalas Vitézi Csapka, termékegyetemes	kulturális, látvány, helyi	egész év
2 Kiskunmajsa gyógyfürdő, család, alvás	család, falai, csoport	egész év
2 Kacsa Kecskemét–Tisza–Hortobágy–Kiskunhalas–Kiskunmajsa	termékek, fesztivál, kulturális élmények	egész év
3 Bugac és KNP-puszták Kiskunhalas–Baja, család	termékegyetemes, öko, iskolai	tavasz–ősz
3 Tóhalászi (Borsodi–Vadkerti-tó) család, alvás, gasztró	család, horgászat, nyaralás	egész év
3 Duna-menti aktív tengely víz és természet	evezős, kerékpáros, lovás	tavasz–ősz
4 Kunszentmiklós + Felső-Kiskunság Kunszentmiklós + Felső-Kiskunság	színház, helyi termék, állatok	egész év
4 Bácsalmás–Bácsbokod–Csikéria Duna-Tisza közének határmenti térsége	kerékpáros, lovás, természet (erdő)	tavasz–ősz

Forrás: Saját szerkesztés

A pozicionálási kép jól mutatja, hogy a megye turisztikai kínálata területileg kiegyensúlyozott, ugyanakkor a fejlettségben jelentős különbségek vannak. A központi és északi térségek fejlettebb infrastruktúrával és erősebb szolgáltatói háttérrel bírnak, míg a déli, határmenti

területek fejlesztési tartalékokkal rendelkeznek. Ezek célzott fejlesztése a turisztikai rendszer kiegyensúlyozásához és a megye egészének versenyképességéhez járulhat hozzá. Szezonálitási szempontból a kínálat fele (Kecskemét, a Tisza-mente, Kalocsa, Kiskőrös-Soltvadkert, Kiskunhalas, Kunszentmiklós) egész éves forgalmat képes biztosítani, míg az ökoturisztikai és tavas üdülési térségek tavaszi-őszi, a strandfürdős és tóparti központok pedig kifejezetten nyári csúcsokkal dolgoznak. Stratégiai szempontból ez azt jelenti, hogy a megye egyszerre képes négyévszakos portfóliót kínálni és koncentrált csúcsidőszakokat generálni, feltéve, hogy a térségek kínálata tematikusan és kommunikációs síkon is összhangolt.

2.2.9. A megye tematikus turisztikai kínálatának a bemutatása, pozicionálása

Bács-Kiskun megye turisztikai kínálata nem elszigetelt vonzerőkre, hanem jól azonosítható tematikus termékcsoportokra épül. Ezek részben az elmúlt évek fejlesztéseinek eredményei, részben a térség hagyományos erőforrásaiból, a gyógyvizekből, folyókból, tavakból, pusztai tájakból, kulturális örökségből, borból és helyi gasztronómiából nőnek ki.

Az egészségturisztikai és vízhez kötődő termékek, a kulturális-örökségi-vallási-gasztro-bor kínálat, valamint az aktív, öko- és falusi turizmus hármas szerkezete önmagában is fontos stratégiai üzenet, mert arra utal, hogy a megye akkor lehet versenyképes, ha ezeket nem különálló kategóriákként, hanem egymásra épülő élményláncokként fejleszti.

A termál-, gyógy- és wellness turizmus a megye egyik legerősebb, egész éves keresletet biztosító pillére. Tiszakécske, Kiskunmajsa és Kiskunhalas a szegmens zászlóshajói, mellettük több kisebb fürdő és strand egészíti ki a kínálatot. A fejezet értelmezése szerint Bács-Kiskun nem a magyar gyógyfürdő-piac élmezőnyébe tartozik, de a családbarát, elérhető árú, hosszú hétvégés termál- és wellness pihenés kategóriájában jól pozicionálható. A vízparti üdülés és a víziturizmus ehhez kapcsolódóan másik markáns termékkört alkot: a Duna, a Tisza, a holtágak, a Szelidi-tó és a Vadkerti-tó mellett a csatornahálózatra épülő, lassúbb, természetközeli vízi élmények is külön pozicionálási lehetőséget adnak. A megye ebből a szempontból nem a tömeges vízparti nyaralás piacán lehet erős, hanem a családi, kevésbé zsúfolt, nyugodtabb vízi élmények alternatívájaként.

A legnagyobb növekedési potenciált az aktív és kerékpáros turizmus, valamint az ökoturizmus képviseli. A síkvidéki adottságok, a mindennapi kerékpározás magas aránya, a több mint 400 kilométeres megépült kerékpárút-hálózat és a három EuroVelo-útvonal kedvező alapot teremtenek. Ehhez társul a Kiskunsági Nemzeti Park, a Homokhátság, Bugac, a szikes puszták és a Duna menti élőhelyek ökoturisztikai kínálata. A fejezetből az következik, hogy ez a tematika országos trendekhez és nemzetközi utazói elvárásokhoz is jól illeszkedik: fenntartható, lassú, élményközpontú, hálózatosan fejleszthető. Stratégiai értelemben ezért a megye egyik legígéretesebb hosszú távú iránya az, hogy a kerékpáros, gyalogos, lovas, vízi és természetjáró kínálatot közös kommunikációval, egységes szolgáltatási minimumokkal és térségi útvonalakkal szervezze össze. Jelentős előrelépés lesz megye aktív turisztikai kínálatában TOP_PLUSZ 6.1.4 forrásból (mintegy 2,63 milliárd Ft) megvalósuló négy projekt, amelyből három víziturisztikai (a Szabadszállást, Fülöpszállást, Soltszentimrét, Akasztót, Kiskőröst, Kecelt érintő víziturisztikai hálózat fejlesztése, a Vajas-foki aktív víziturizmus fejlesztés, valamint a Császártöltést, Hajóst, Érsekalmát, Nemesnádudvart, Sükösdöt,

Érsekcsanád, Baját érintő hálózatfejlesztés), egy pedig kerékpáros fókuszú (EuroVelo 13 kerékpáros útvonal, valamint az erre felfűzött 3 túraútvonal-hálózat fejlesztése).

33. ábra - A megye tematikus portfóliójának három fő pillére



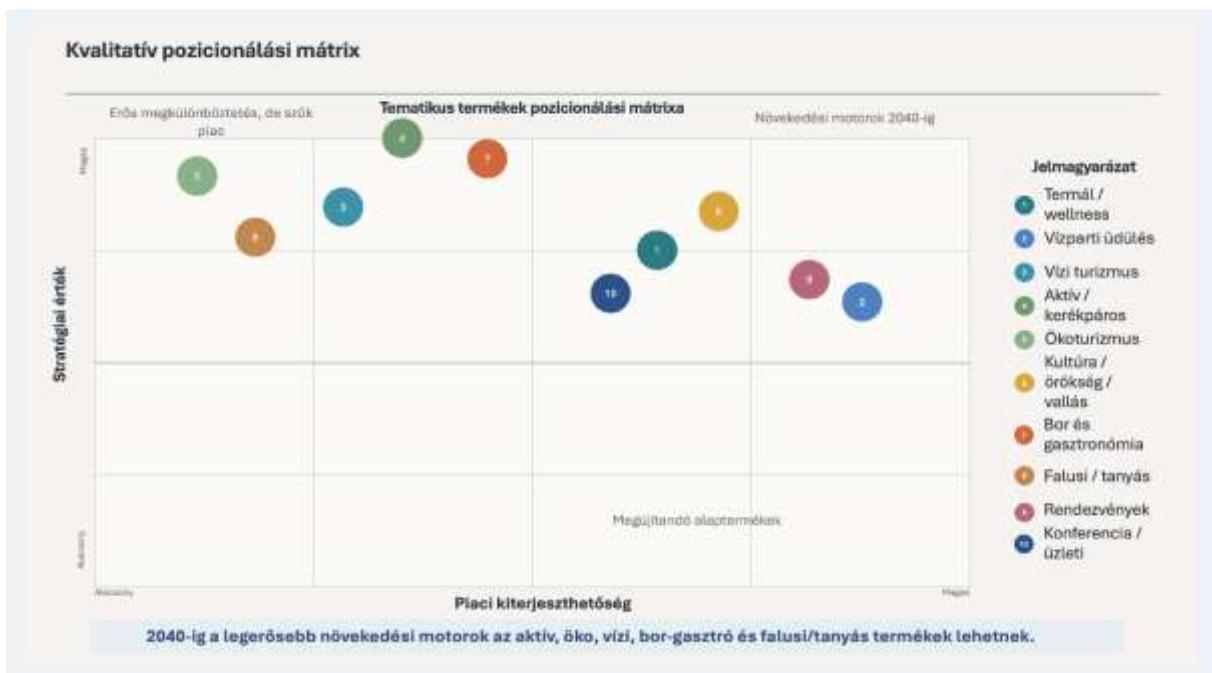
Forrás: Saját szerkesztés

A kulturális és örökségturizmus a megye identitásképző rétege. Kecskemét kulturális intézményrendszere és fesztiváljai, Kalocsa egyházi és népművészeti öröksége, Kiskőrös Petőfi-kultusza, Kiskunhalas csipkehágyománya, valamint Hajós és a Sváb Sarok nemzetiségi világa több, erős márkaértékű szigetként jelenik meg a kínálatban. Ezek hálózatba szervezése tematikus útvonalakkal és közös kommunikációval a márkaépítés fontos eszköze lehet. Ezzel párhuzamosan a borturizmus és a gasztronómia szintén a megye karakteres erőforrása: a Hajós–Bajai és a Kunsági borvidék, a pincefalu-kultúra, a bajai halászlé, a kalocsai paprika, a sváb és kun konyha, valamint a kézműves termékek olyan kínálatot adnak, amely régiós szinten már stabil, országos szinten pedig jól fejleszthető. A gasztronómiai hagyományörzéshez kapcsolódó szakmai-közösségi jelenlét részeként megemlíthető Benke László neve és a Fehérasztal Lovagrend is.

A falusi turizmus, a tanyás élményvilág, a vidéki életmód és az élménygazdaságok inkább kisebb léptékű, de magas hozzáadott értékű termékek. Ezek a slow tourism és a fenntartható utazás iránti kereslethez illeszkednek, és különösen a Homokhátság, a Felső-Kiskunság, a Sváb Sarok és a nemzeti park környezete számára jelenthetnek megkülönböztető előnyt. A rendezvény- és fesztiválturizmus ezzel szemben erős imázsépítő és forgalomgeneráló szerepet tölt be: Baja, Kecskemét, Kalocsa, Hajós és Kiskőrös eseményei időszakosan látványosan növelik a látogatószámot, de a szezonális koncentráció miatt önmagukban nem jelentenek kiegyensúlyozott terméket. A vallás- és zarándokturizmus szintén jelen van, különösen Kalocsa, Pálösszentkút, Hercegszántó és a Magyar Zarándokút révén, de akkor lehet igazán erős, ha az aktív, kulturális és gasztronómiai kínálattal együtt jelenik meg.

Lajosmizse–Felsőlajos térségében már jelenleg is rendelkezésre állnak egymással összekapcsolható tanyasi, lovas, gasztronómiai, kulturális, rendezvény- és családi programelemek. A fejlesztési irány ezért elsősorban nem új, elszigetelt attrakciók létrehozása, hanem a meglévő kínálat csomagolása, közös kommunikációja és többnapos, foglalható programokká szervezése. Ebben a Tanyacsárda, a kulturális és egyházi örökségi helyszínnek, valamint a helyi kézműves és gasztronómiai szolgáltatók hálózati kapcsolata lehet meghatározó.

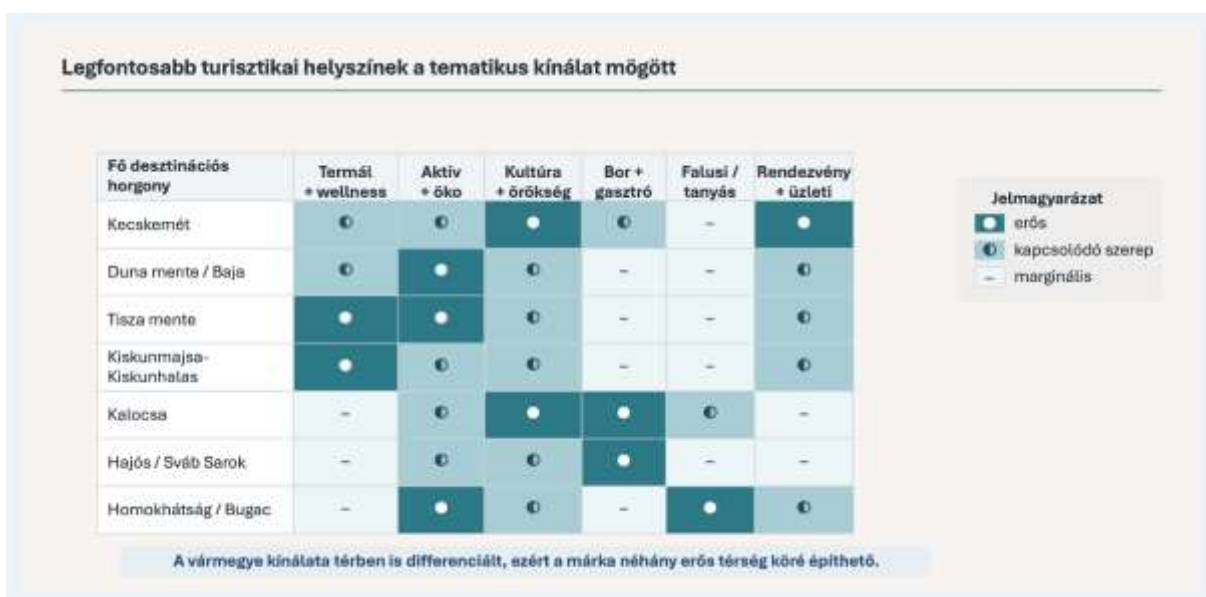
34. ábra - Kvalitatív pozicionálási mátrix a legfontosabb tematikákhoz



Forrás: Saját szerkesztés

A pozicionálás logikája alapján nem minden terméknek ugyanaz a szerepe. A termál- és wellness kínálat szélesebb piacot képes elérni, de önmagában kevésbé megkülönböztető. Az aktív és kerékpáros turizmus, az ökoturizmus, valamint a bor-gasztronómia egyszerre mutat jó piaci kiterjeszthetőséget és magasabb megkülönböztető erőt, ezért ezek tekinthetők a következő időszak stratégiai növekedési zónáinak. A falusi és tanyás élmények, illetve a vallási turizmus kisebb, specializáltabb közönséget vonzanak, de erős hitelességet adnak a márkának. A konferencia- és üzleti turizmus ezzel szemben térben koncentrált, döntően Kecskeméthez kötődik; jelentősége nem a tömeges forgalomban, hanem a magasabb költségben és a szezonkiegészítő szerepben áll.

35. ábra - Legfontosabb turisztikai helyszínek a tematikus kínálat mögött



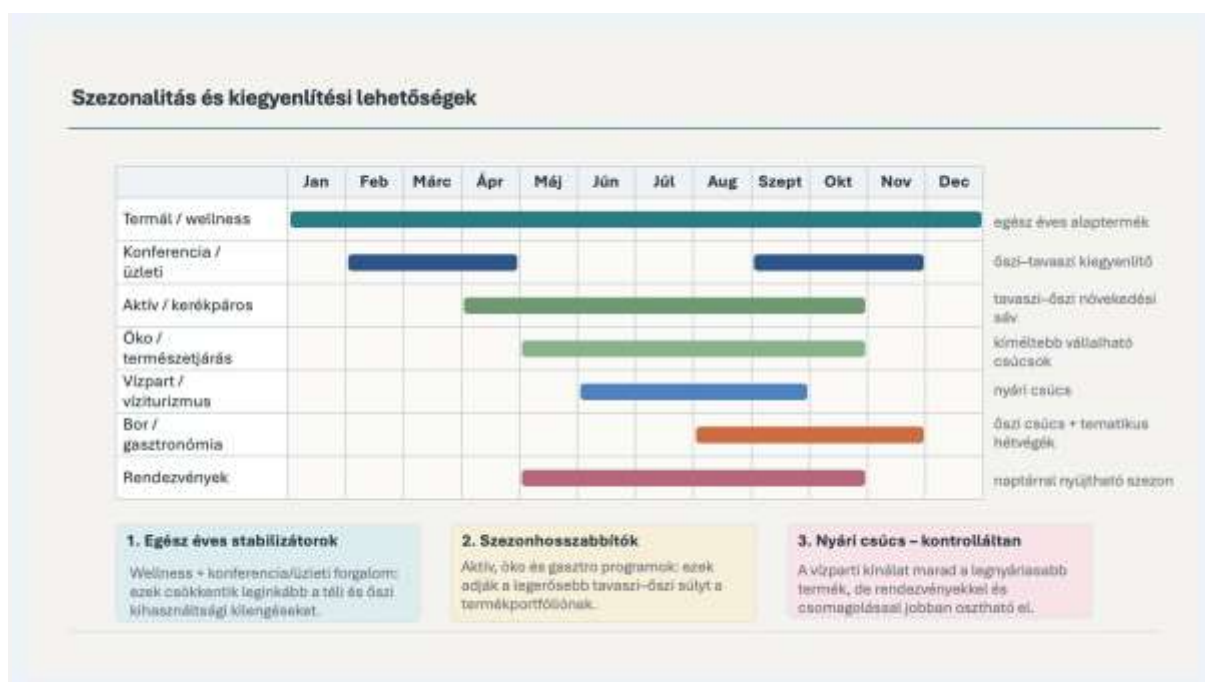
Forrás: Saját szerkesztés

- Kecskemét a kulturális és üzleti kínálat központja;
- a Duna mente és Baja a vízi, öko- és rendezvényturizmus egyik legfontosabb kapuja;
- a Tisza mente a termál és vízhez kötődő pihenés fő tere;
- Kiskunmajsa és Kiskunhalas a fürdő- és rekreációs zóna részei;
- Kalocsa a kulturális–egyházi–gasztronómiai tengely meghatározó pontja;
- Hajós és a Sváb Sarok a bor, a nemzetiségi örökség és a rendezvények erős terepe;
- a Homokhátság, ezen belül hangsúlyosan a Kiskunság pedig az aktív, öko- és tanyás kínálat számára nyújt sajátos alapot.

A helyzetelemzés egyik fontos következtetése éppen az, hogy a megye nem egyetlen központból működő desztináció, hanem több részpiacból és alrégiós terméktérből álló rendszer.

Mindez a szezonálisban is visszaköszön. A vízparti üdülés és a rendezvényturizmus erősen nyári csúcsú, a bor-gasztronómia és a zarándokturizmus inkább tavaszi-őszi erősödést mutat. Az aktív és az ökoturisztikai termékeket ugyanakkor nem célszerű azonos szezonális logikával kezelni: az aktív programok egy része a nyári hőterhelés miatt inkább tavaszi és őszi időszakban versenyképes, míg az ökoturisztikai kínálat hozzáférhetőségét a természetvédelmi korlátozások, az élőhelyek érzékenysége és az időjárási szélsőségek is befolyásolják. A termál- és wellness kínálat, illetve részben az üzleti turizmus egész éves támaszt jelenthet. A stratégiai feladat ezért nem pusztán új attrakciók létrehozása, hanem a szezonhosszabbítás és a terheléshez igazított időbeli kínálatszervezés.

36. ábra - A termékek időbeli logikája és a szezonkiegyenlítés fő irányai



Forrás: Saját szerkesztés

2.2.10. A jelenlegi turisztikai termékek életciklusban elfoglalt helye és annak várható változása 2040-ig

Bács-Kiskun megye turisztikai kínálata nem egységes érettségű: egymás mellett vannak stabil, de megújítandó alaptermékek, valamint olyan termékcsoporthoz, amelyek még kifejezetten növekedési pályán állnak. A 2040-ig tartó időszak ezért nem egyszerű kapacitásbővítést, hanem tudatos portfóliómenedzsmentet igényel.

A termékéletciklus logika alapján a megye sikerének kulcsa kettős. Egyrészt minőségben kell megújítani azokat a termékeket, amelyek már ma is ismertek és forgalmat hoznak. Másrészt fel kell gyorsítani azoknak a kínálatoknak a fejlesztését, amelyek 2040-re a megye legerősebb megkülönböztető elemeivé válhatnak.

37. ábra - Életciklus-pályák 2025 és 2040 között



Forrás: Saját szerkesztés

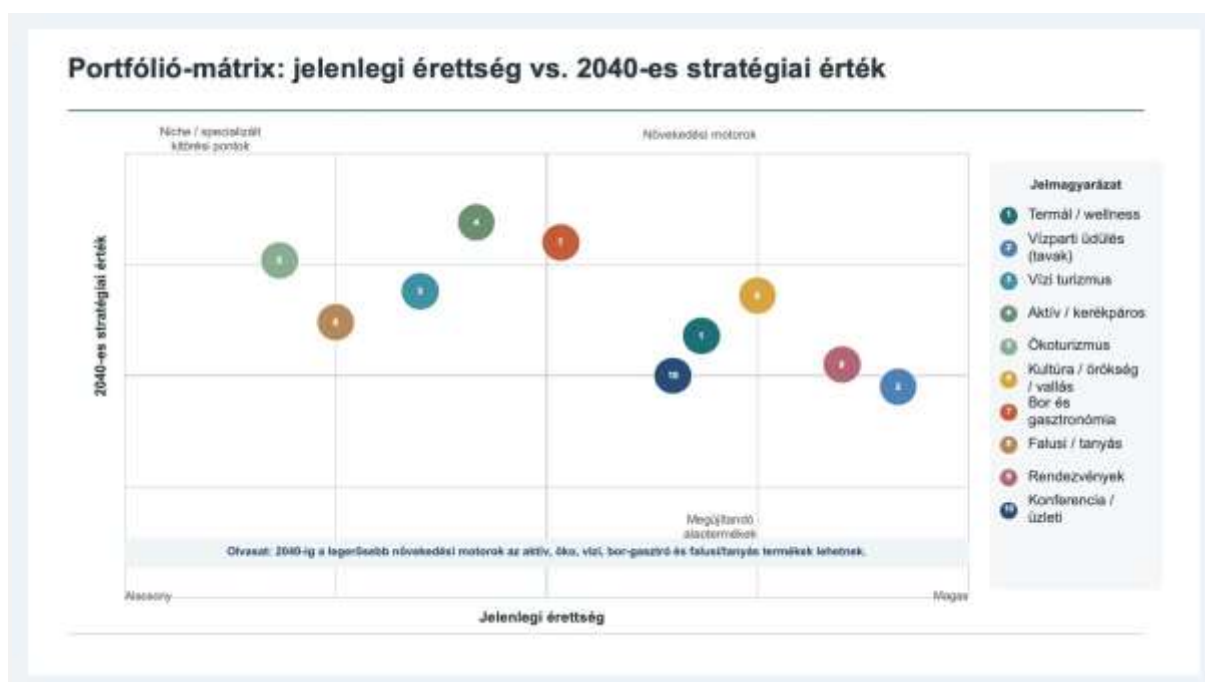
2.2.10.1. A termékportfólió két nagy csoportja

Megújítandó, érett vagy telítődés-közel termékek: Ide tartozik a termál- és wellness turizmus, a tavakra épülő vízparti üdülés, a kulturális-örökségi kínálat, a rendezvények és részben a konferencia-üzleti turizmus. Ezeknél a 2040-es versenyképességet már nem a pusztán jelenlét, hanem a specializáció, az élménygazdagítás, a digitális interpretáció, valamint a szolgáltatási minőség határozza meg.

Növekedési motorok: Az aktív és kerékpáros turizmus, az ökoturizmus, a Duna és Tisza vízi turizmusa, a bor- és gasztrókínálat, valamint a falusi és tanyás élmények ma még kevésbé telítettek. Ezek illeszkednek legerősebben a lassú, fenntartható, helyi identitásra építő utazási trendekhez, ezért 2040-ig ezekből épülhet fel a megye legkarakteresebb növekedési portfóliója.

A klímaváltozás minden termékpályát módosít. A vízparti és fürdőalapú kínálatnál a hőhullámok, a vízminőség és a vízutánpótlás kérdése erősödik fel; az aktív és különösen az ökoturisztikai termékeknek az aszály, a vízhiány, az élőhelyek állapotváltozása, a növényzet kiszáradása és a szélsőséges időjárás közvetlen kínálati kockázatot jelent. A kulturális és üzleti termékeknek inkább a megújulás elmaradása jelent kockázatot. Ezért a klímaadaptáció, a természet alapú megoldások és a szolgáltatásinnováció egyszerre válik alapkövetelménnyé.

38. ábra - Portfólió-mátrix: jelenlegi érettség és 2040-es stratégiai érték



Forrás: Saját szerkesztés

2.2.10.2. Feladatok 2040-ig

1. Minőségi megújítás az érett termékekben: A termál, kulturális, rendezvény- és üzleti termékeknel a következő másfél évtized fő kérdése a specializáció, a szolgáltatási színvonal és az élménycsomagolás lesz.

2. Tudatos skálázás a növekedési termékekben: Az aktív, öko, vízi, bor-gasztró és falusi kínálat csak akkor válik valódi húzóerővé, ha az infrastruktúra mellé piacképes szolgáltatás, tematizálás és márkaépítés társul.

3. Élményláncok kialakítása: A megye versenyelőnye várhatóan nem egyetlen zászlóshajó termékből, hanem kombinálható csomagokból adódik: például wellness + kultúra + gasztronómia, illetve kerékpár + öko + falusi élmény.

4. Klíma- és fenntarthatósági alkalmazkodás: A zöld infrastruktúra, a víztakarékos üzemeltetés, az árnyékolás, a rugalmas programkínálat és a négyévszakos működés 2040-re minden fontos terméknel versenyképességi tényező lesz.

39. ábra - Megújítandó és felskálázható termékek 2040-ig



Forrás: Saját szerkesztés

40. ábra - Megújulási kényszer a klímaváltozás miatt



Forrás: Saját szerkesztés

2.2.11. A Bács-Kiskun megye turizmusfejlesztési terve 2016-2020 című dokumentumban foglalt célok elérésének és a cselekvési terv végrehajtásának vizsgálata

A 2016–2020-as terv irányai alapvetően helyesek voltak, de az eredmények kettős képet mutatnak. A fejlesztések, különösen a fürdők, egyes attrakciók, a kerékpáros és közlekedési infrastruktúra, jelentős előrelépést mutatnak, miközben a versenyképes, összehangolt megyei turizmushoz szükséges elemek, így a márkaépítés, a koordináció, a monitoring és a szolgáltatói hálózatosodás csak részben valósult meg.

A turizmusfejlesztési tervben megfogalmazott Cselekvési terv végrehajtásának vizsgálata

A kutatás és a vonzerőleltár terén részleges teljesülés látható: statisztikai és stratégiai alapanyagok készültek, de nem jött létre folyamatosan frissülő, mély piaci információkra épülő megyei tudásrendszer. A termékfejlesztés vegyes képet mutat: az egészségturizmus és az aktív turizmus erősödött, a kulturális, vallási, falusi és gasztronómiai kínálat megyei szintű csomagolása viszont elmaradt. A fogadóképesség és infrastruktúra javult, a marketing és a képzési rendszer csak részben épült ki, a fenntarthatóság és akadálymentesítés pedig többnyire projektszintű maradt. A legfontosabb hiányosság az, hogy a megyei TDM/DMO ernyőszervezet nem jött létre tartósan, ezért a terv több eleme intézményi háttér nélkül maradt.

2.2.12. Duna borút létrehozatala és pozícionálása turisztikai és kulturális márkaként a határ-menti régióban - Közös fejlesztési és marketing stratégia című dokumentumban foglalt célok elérésének vizsgálata

A Duna Borút-stratégia a négy vizsgált dokumentum közül az egyik legerősebben megvalósult kezdeményezés. A borturisztikai alaptermék ténylegesen létrejött, a magyar–szerb együttműködés kézzelfoghatóvá vált, ugyanakkor a hosszú távú márkaerő, az egységes digitális jelenlét és a védjegy- illetve monitoringrendszer csak részben teljesült.

- **Tematikus borút és borturisztikai termékfejlesztés:** Nagymértékben teljesült: a Duna Borút működő, azonosítható terméké vált, és Bács-Kiskun - különösen a Hajós–Bajai térség - meghatározó helyet foglal el benne.
- **Klaszter, menedzsment és partnerségi háló:** Nagyrészt teljesült, de projektfüggő maradt: az együttműködés a projektidőszakban erős volt, a stabil, önfenntartó menedzsmentstruktúra viszont kevésbé bizonyított.
- **Márkaépítés és kommunikáció:** Részben teljesült: a név, arculat és alapkiadványok létrejöttek, de a digitális jelenlét széttartó, a közös fogyasztói márka országos és nemzetközi súlya korlátozott.
- **Programok, rendezvények, élményportfólió:** Részben, helyenként nagymértékben teljesült: a Bormustra, a kóstolók és boros események létrejöttek, de az egységesen foglalható, folyamatos borút-élményportfólió nem állt össze teljes rendszerként.

- **Határmenti együttműködés és szinergiák:** Nagymértékben teljesült: a Duna Borút a magyar–szerb turisztikai együttműködés egyik mintaprojektjévé vált, és beépült a későbbi stratégiai gondolkodásba is.
- **Minősítési, védjegy- és monitorozási rendszer:** Korlátozottan teljesült: egyes indikátorok mentén történt visszamérés, de az önálló, látható piaci védjegyrendszer és a tartós monitoring nem épült ki.
- **Összegző értékelés Bács-Kiskun megye szempontjából:** Bács-Kiskun szempontjából a Duna Borút sikeres termékfejlesztési és hálózatépítési projekt volt, de a következő időszak fő feladata a márka üzleti megerősítése, a szolgáltatói minőség egységesítése és a digitális jelenlét rendbetétele.

2.2.13. A Stratégiai javaslat Bács-Kiskun megye egészségturizmusának fejlesztésére című dokumentumban foglalt célok elérésének elemzése

Az egészségturisztikai stratégiai javaslat irányai ma is érvényesek, és a megye tényleges fejlődése jól mutatja, hogy a dokumentum jó helyre tette a hangsúlyokat. A fő fürdős desztinációk fejlődtek, de a megye egészének egészségturisztikai régióként való felépítése még nem történt meg.

- **Átfogó célok - mit akart a megye elérni?:** A cél az volt, hogy a termál- és gyógyvizes adottságokból komplex, magasabb hozzáadott értékű és fenntartható egészségturisztikai kínálat jöjjön létre. Ebből a tengely kialakult, de a teljes potenciál kibontása még nem történt meg.
- **Első stratégiai cél: a megye egészségturisztikai vonzerejének javítása:** Részben teljesült - több helyen létrejöttek komplexebb fürdő- és szálláslapú termékek, de az egységes megyei csomagrendszer, közös marketing és intézményesült övezeti együttműködés még hiányos.
- **Második stratégiai cél: fenntartható egészségturisztikai működés:** Részben teljesült - gazdasági és energetikai szempontból látszanak pozitív lépések, de a társadalmi fenntarthatóság, a biotermelők rendszerszintű bekapcsolása és a közös „zöld” keretrendszer nem épült ki megyei szinten.
- **Harmadik stratégiai cél: a minőségi egészségturizmus feltételeinek megteremtése:** Részben teljesült - az infrastruktúra javult, a szakmai tudás bővült, de a humán erőforrás-fejlesztés, a minősítési logika és a folyamatos adatvezérelt monitoring inkább projektalapú maradt.
- **Mit ért el a stratégiai javaslat a gyakorlatban?:** A dokumentum legerősebb eredménye, hogy stratégiai irányt adott a már működő fürdős térségek fejlesztésének. A következő időszakban nem új koncepcióra, hanem a már meglévő desztinációk összekapcsolására, megyei márkára, standardokra és digitális monitoringra van szükség.

2.2.14. Az EuroVelo 13 nemzetközi kerékpáros útvonal Bács-Kiskun megyei szakaszának fejlesztési stratégiájában foglalt célok elérésének vizsgálata

Az EuroVelo 13 stratégia értékelését indokolt egyben kezelni az eredetileg hibásan külön számozott 1.2.15–1.2.17 tartalmával. Összességében a gerinchálózat kijelölése, a natúrparki és fogadóhelyi fejlesztések, valamint a projektszintű fenntartás előrehaladt; a szolgáltatói hálózat, a marketing, a multimodalitás és a dedikált útvonalmenedzsment viszont csak részben épült ki.

- **Összefüggő, biztonságos kerékpárhálózat:** Jelentős részben teljesült - a megyei EV13-nyomvonal kijelölt és bejárható, a kritikus szakaszokra is születtek beavatkozások, de a végig egységes komfort és teljes forgalmi elválasztás nem valósult meg.
- **Kerékpárosbarát szolgáltatási rendszer és a Natúrpark szerepe:** Részben teljesül - a kulcshelyszínekhez kapcsolódó látogató- és fogadóinfrastruktúra létrejött, a Felső-Bácska-Homokhát Natúrpark pedig betölti az ökoturisztikai keret szerepét, de a teljes szolgáltatói hálózat még töredezett.
- **Információ, útirányjelzés, marketing:** Részben teljesült - az útvonal láthatóbb lett, felkerült a nemzetközi felületekre, ugyanakkor az egységes, többnyelvű és szolgáltatókat is integráló „EV13 Bács-Kiskun” márka még nem épült ki teljesen.
- **Kapcsolódó hálózat, túraútvonalak, multimodális megközelíthetőség:** Tervezési szinten jól teljesült, gyakorlati szinten részben: a hálózati gondolkodás megjelent a megyei stratégiában, de a kerékpárszállítás, csomóponti szolgáltatások és jól kommunikált körtúrák rendszere még nem egységes.
- **Fenntartás, szervezeti háttér:** Formálisan teljesül - a projektfenntartási kötelezettségekhez szükséges szervezeti háttér működik, de a hosszú távú, külön az útvonalat menedzselő „route manager” struktúra a nyilvános források alapján nem azonosítható egyértelműen.

2.2.15. A Bács-Kiskun megyei kerékpáros stratégia - Megyei kerékpárforgalmi főhálózati terv stratégiája című dokumentumban foglalt célok elérésének elemzése

Ez a dokumentum erős módszertani és tervezési alapot ad, társadalmilag legitimált, és több támogatott projekt számára már közvetlen hivatkozási keret lett, de a teljes hálózati és szolgáltatási vízió megvalósítása még folyamatban van.

- **Mindennapi kerékpározás - elindult, de még nem teljes:** Részben teljesült - a hiányzó szakaszok és prioritások azonosítása megtörtént, több fejlesztés elindult, de a folyamatos és egységesen biztonságos főhálózat még nem áll rendelkezésre.

- **Kerékpáros turizmus - jelenlét a térképen, de még formálódó márka:** Részben teljesült - Bács-Kiskun felkerült a kerékpáros turizmus térképére, különösen az EuroVelo-vonalak és a Duna–Tisza menti kapcsolatok révén, de az önálló, erős megyei kerékpáros márka még kialakulóban van.
- **Infrastruktúra, szolgáltatások és társadalmazás:** A stratégia egyik erőssége a széles társadalmazás és a helyi legitimáció. A fizikai infrastruktúra és a kapcsolódó szolgáltatások azonban továbbra is egyenetlenek, ezért a következő időszak kulcsa az egységes minőségi szint és a szolgáltatói oldal megerősítése lesz.

2.3 Versenytársak elemzése

Bács-Kiskun megye turisztikai kínálata több termékcsoportban is versenyképes (termál- és gyógyturizmus, aktív- és ökoturizmus, kulturális és gasztroturizmus, falusi–tanya turizmus). Ezek a termékek azonban országos és nemzetközi piacon már bejáratott, erős márkákkal versenyeznek, elsősorban más magyarországi megyékkel és néhány, a határhoz közeli külföldi térséggel.

A versenytársak azonosításánál az alábbi szempontokat vesszük figyelembe:

- hasonló természeti és kulturális adottságok,
- hasonló fő turisztikai termék (pl. gyógyfürdő, aktív vízpart, bor- és gasztroturizmus),
- hasonló vagy magasabb ismertség,
- olyan fejlesztési és menedzsmentgyakorlatok, amelyek jó példaként szolgálhatnak Bács-Kiskun számára.

2.3.1. Versenytársak tematikus turisztikai kínálat szerinti csoportosítása

Az alábbi táblázat a tematikus turisztikai termékek mentén mutatja be Bács-Kiskun megye kínálatát, összevetve azt a meghatározó hazai versenytárs térségekkel és releváns nemzetközi referenciákkal. Az összehasonlítás célja, hogy rávilágítson a megye piaci pozíciójára, valamint azokra a területekre, ahol a versenyelőny vagy a fejlesztési potenciál leginkább megjelenik.

9. táblázat - Bács-Kiskun megye tematikus termékkínálatának és versenytársainak összefoglaló táblázata

Tematikus termék	Bács-Kiskun fő kínálata	Fő hazai versenytárs térségek / desztinációk	Nemzetközi referenciák (hasonló profil)
Termál-, gyógy- és wellness turizmus	Kecskemét, Tiszakécske, Kiskunmajsa, Kiskunhalas, Baja/Dávod termálfürdői; jó geotermikus adottságok, de országosan kevésbé ismert márkák.	Hajdú-Bihar (Hajdúszoboszló, Debrecen – Hungarospa, Aquaticum); Békés (Gyula, Gyopárosfürdő); Csongrád-Csanád (Szeged, Mórahalom, Makó); Jász-Nagykun-Szolnok (Berekfürdő, Tisza-tó fürdői).	Szlovénia – Pomurje régió, Moravske Toplice / Terme 3000 integrált gyógy- és wellness desztinációként
Aktív- és ökoturizmus (kerékpár, vízi, természetjárás)	Duna és Tisza menti, valamint a holtágakhoz és csatornákhöz kapcsolódó víziturizmus, Kiskunsági Nemzeti Park, Bugacpuszta, homokhátsági kerékpározás, horgászturizmus.	Tisza-tó térsége (JNSZ, Heves, BAZ – kerékpárút-hálózat, vízisportok, ökoturisztikai központok); Körösök-völgye (Békés – vízi és kerékpáros turizmus); Hortobágy (pusztai ökoturizmus).	Neusiedler-tó (Burgenland, Ausztria – kerékpározás + bor + világörökség)
Kulturális, városlátogató és fesztiválturizmus	Kecskemét szecessziós belvárosa, Kalocsa (érseki központ, paprika), Baja (Duna-part, halászlé), Kiskőrös (Petőfi), vidéki fesztiválok.	Budapest; Pécs; Szeged; Debrecen; Eger – mind nagyobb országos ismertséggel és erősebb kulturális márkával.	Közele városi desztinációk: Pozsony, Pécshez hasonlóan Graz, Maribor – kulturális város, bor- és gasztrokapcsolatokkal.
Falusi-, tanya-, bor- és gasztroturizmus	Egyedi tanyavilág, csárdakultúra, helyi termelők, Hajós-Bajai és Kunsági borvidék (Duna Borrégió).	Tokaj-Zemplén (világörökségi borvidék); Villány-Siklós (első magyar borút, erős borturisztikai kínálat); Szekszárd; Balaton-borrégió (Balaton-felvidék, Badacsony).	Neusiedler See–Burgenland (Ausztria – bor + kerékpár + gasztró); Őrség (Szlovénia–Ausztria határvidékéhez kapcsolódó slow és gasztroturizmus).
Hivatás- és vallási turizmus	Kecskemét, mint regionális konferenciaközpont-potenciál; Kalocsa érseki	Budapest (nemzetközi MICE); Debrecen, Szeged (regionális konferenciahelyszínek);	Bécs, Ljubljana – közele fővárosok kialakult konferenciapiacal; Csíksomlyó, Mariazell

Forrás: Saját szerkesztés

Tematikus termék	Bács-Kiskun fő kínálata	Fő hazai versenytárs térségek / desztinációk	Nemzetközi referenciák (hasonló profil)
	központként vallási turizmusra alkalmas.	Máriapócs (országos zárandokhely).	vallási turizmus szempontból.

2.3.2. Hazai jó gyakorlatok

Észak-alföldi gyógy- és termálturisztikai térség

Miért versenytárs?

Hajdú-Bihar, Jász-Nagykun-Szolnok

Az Észak-Alföld több megyére kiterjedő gyógy- és termálturisztikai térsége komplex egészségturisztikai kínálatot épít a gyógyvizekre: gyógy- és élményfürdők, aquaparkok, gyógyászati szolgáltatások, szállodák és kiegészítő programok (városnézés, kulturális események) jelennek meg egységes régiós kommunikációban.

Jó gyakorlat Bács-Kiskun számára:

- a fürdővárosok (Kecskemét, Tiszakécske, Kiskunmajsa, Kiskunhalas, Baja/Dávod) térségi szintű „termálrégióvá” szervezése,
- közös márka és online jelenlét, egységes arculat,
- gyógyászati, élmény- és aktív turisztikai elemek csomagajánlatokba rendezése.

Tisza-tó – aktív- és ökoturisztikai desztinációs modell

Miért versenytárs?

A Tisza-tó Magyarország második legnagyobb tava, amely ma az ország egyik legismertebb aktív és ökoturisztikai desztinációja. A tó és környezete a Hortobágyi Nemzeti Park része, gazdag madárvilággal, tanösvényekkel, vízi útvonalakkal.

Jó gyakorlat elemei:

- Integrált aktív kínálat: kiépített kerékpárút a tó körül, vízi eszköz-bérlés (kajak, kenu, SUP, kis motorcsónak), szervezett túrák, horgászati lehetőségek.
- Ökoturisztikai központok: Poroszlón a Tisza-tavi Ökocentrum látogató- és élményközpontként fogja össze a természetismereti, családi és digitális élményeket.

- Családbarát pozicionálás: a kommunikáció tudatosan a családokra, aktív pihenést kereső hazai vendégekre épít.

Átvehető tanulság Bács-Kiskun számára:

- a Duna, a Tisza és a Kiskunsági Nemzeti Park összekapcsolása egy „aktív élménytérként”,
- egységes brand (pl. „Duna–Tisza Aktív Régió”), központi információs pont(ok), térképek, digitális útvonaltervezők,
- kerékpáros és vízi szolgáltatók bevonása egy közös szolgáltatói hálózatba.

Villány–Siklós Borút – borturisztikai hálózatépítés

Miért versenytárs?

A Villányi borvidék a hazai borturizmus egyik legismertebb célterülete, ahol a Villány–Siklói Borút az ország első borút-szerveződésének tekinthető. A borvidék ereje nemcsak a bor minőségében, hanem a borturizmus köré épülő szolgáltatáscsomagokban rejlik: pincelátogatások, gasztronómia, minőségi szálláshelyek, programok.

Jó gyakorlat elemei:

- Szervezett borút-egyesület: a borászatok, szálláshelyek, éttermek közös menedzsment és marketing alá szervezése.
- Minőségbiztosítás: eredetvédelmi rendszer, kategóriák (classicus–premium–super premium), egységes kommunikáció.
- Tematikus programok: fesztiválok, borkóstolók, gasztronómiai rendezvények, szezonhosszabbító események.

Átvehető tanulság Bács-Kiskun számára:

- közös program- és eseménynaptár létrehozása,
- a bor, a helyi ételek (halászlé, paprika, tanya-gasztró) és a szálláshelyek integrált csomagként való értékesítése.

2.3.3. Nemzetközi jó gyakorlatok

Neusiedler See – Burgenland (Ausztria): kerékpár + bor + természet integrációja

Profil és relevancia:

A Fertő/Neusiedler See térsége UNESCO világörökségi kultúrtáj, amely Burgenland egyik legfontosabb turisztikai régiója. A desztináció kerékpáros, bor- és víziturizmusát rendkívül sikeresen kapcsolja össze: több mint 1.000 km kijelölt kerékpárút, tókerülő túrák, borteraszok és pincefalvak, madármegfigyelés, nemzeti park.

Jó gyakorlat elemei:

- Magas szintű infrastruktúra: sűrű kerékpáros szolgáltatói háló (kölsönzők, szervizek, kerékpárbarát szállások), jól jelzett útvonalak, digitális térképek.
- Tematikus útvonalak: bor- és kultúra tematikájú túrák, családi programok, vízparti pihenőhelyek.
- Nemzetközi marketing: több nyelvű honlap, kampányok, összehangolt márka („Pannon öröm”, „wine & bike”).

Tanulság Bács-Kiskun számára:

- a Duna és Tisza menti kerékpárutak és a Duna Borrégió összekapcsolása hasonló „bike & wine” élménylánccá,
- kerékpárbarát minősítés, szolgáltatói háló és egységes brand kialakítása,
- határon átnyúló, közös csomagok a szerb és horvát Duna-menti térségekkel.

Pomurje régió – Szlovénia: termál- és vidéki turizmus integrált fejlesztése

Profil és relevancia:

Szlovénia északkeleti részén, a Mura folyó mentén fekvő Pomurje régió a termálturizmus és vidéki élményturizmus egyik mintapéldája. A Moravske Toplice körül kialakított Terme 3000 komplexum 28 medencével, gyógyászati és wellness szolgáltatásokkal, élményparkkal működik, a kommunikációban pedig hangsúlyos a helyi (prekmurjei) konyha és hagyomány.

Jó gyakorlat elemei:

- Egységes régiós márka: Pomurje, mint „nyugodt, a tömegturizmustól távoli” termálrégió, ahol a fürdők a környező falusi szálláshelyekkel és termelőkkel egytt jelennek meg.
- Helyi gasztronómia integrálása: a termálfürdők kommunikációja tudatosan kapcsolja a szolgáltatásokat a helyi ételekhez, alapanyagokhoz (pl. tökmagolaj, helyi borok).
- Élményalapú gyógyturizmus: a gyógyhatás és a „slow” vidéki életérzés összekapcsolása.

Tanulság Bács-Kiskun számára:

- a fürdővárosok (Kecskemét, Tiszaújváros, Kiskunhalas stb.) és a környező tanyasi szálláshelyek, helyi termelők tudatos összekötése közös termálrégiós márka alatt,
- a gyógy- és wellness élmény mellé alföldi tanyasi, bor- és gasztro-élmények szervezése,
- az „elvonulós, nyugodt Alföld” üzenet erősítése a fővárosi, illetve külföldi közönség irányába.

Észak-bácskai turisztikai térség – Szabadka–Palić

(Vajdaság, Szerbia – Pannon-alföldi táj)

Profil és relevancia:

Az észak-bácskai térség sík, mezőgazdasági jellegű alföldi táj; központjai Szabadka és a közeli Palić-tó. A tóparti üdülés, a fürdőkultúra, a szecessziós városközpont, a borászatok és a helyi gasztronómia mellett a madármegfigyelés és a természetvédelmi kínálat is fontos térségi elem, amely erősíti a Bács-Kiskunnal való ökoturisztikai összehasonlíthatóságot.

Jó gyakorlat Bács-Kiskun számára:

- példa arra, hogyan lehet alföldi tó + város + borvidék elemeket egy kompakt, könnyen kommunikálható térségi termékbe integrálni,
- inspiráció egy lehetséges határon átnyúló Pannon-alföldi útvonalhoz (pl. Szeged–Baja–Bács-Kiskun tanyavilág–Szabadka–Palić),
- párhuzamként használható Kecskemét–Baja–Tiszaújváros tengely pozicionálásához.

A fenti versenytársbemutatás alapján Bács-Kiskun megye számára egyértelmű, hogy:

- **termál- és gyógyturizmusban** a hazai élmezőnyhöz (Hajdúszoboszló, Gyula, Tisza-tó fürdői) való felzárkózást a fürdők hálózatba szervezése és a komplex csomagok kialakítása segítheti;
- **aktív- és ökoturizmusban** a Tisza-tó és a Neusiedler See mintájára a Duna–Tisza közötti összefüggő „aktív élménytér” létrehozása a cél;
- **bor- és gasztroturizmusban** a Villány–Siklós Borút és Burgenland jó gyakorlatai mutatják, hogy a szolgáltatók összefogása, a minőségbiztosítás és a tematikus programok kulcsfontosságúak;
- **falusi- és tanyaturizmusban** Pomurje példája igazolja, hogy a termál- és vidéki élmények integrációja erős, egyedi márkát hozhat létre.

Ezekre a tapasztalatokra építve a stratégia következő fejezeteiben már konkrét pozicionálási irányokat, fejlesztési prioritásokat és marketingüzeneteket lehet meghatározni Bács-Kiskun megye számára.

2.4 A piaci trendek elemzése

2.4.1. Demográfiai változások a turizmusban

A demográfiai szerkezet átalakulása a kereslet összetételét, az utazási motivációkat és a szolgáltatások kialakítását egyszerre befolyásolja. Bács-Kiskun számára ez elsősorban a senior, a családi és a rövid tartózkodású, belföldi célcsoportok felértékelődését jelenti.

41. ábra - Demográfiai trendtérkép



Forrás: Saját szerkesztés

Stratégiai következtetés: Bács-Kiskun számára a seniorbarát, családbarát és rövid, digitálisan könnyen elérhető élménycsomagok együttes fejlesztése lehet a legerősebb válasz a demográfiai átrendeződésre.

Idősödő társadalmak és a senior turizmus

Az idősödő társadalmakban nő a senior korosztály utazási súlya, különösen az egészségmegőrző, biztonságos és jól tervezhető utazások iránt. Bács-Kiskun termál- és wellnesskínálata jó alapot ad ehhez, de az akadálymentesítés, a szezonon kívüli ajánlatok és a könnyű megközelíthetőség kulcskérdés marad.

Fiatal generációk: milleniálok és Z generáció

A fiatalabb vendégkör mobilról tájékozódik, gyorsabban dönt, és erősen reagál a vizuális, megosztható, élményalapú ajánlatokra. A megye aktív, vízparti, fesztivál- és gasztrotermekei számukra akkor versenyképesek, ha digitálisan láthatók, könnyen foglalhatók és egyértelmű történetet közvetítenek.

Nemek szerinti különbségek és a nők szerepe

A turisztikai döntésekben sok esetben meghatározó a nők szerepe, különösen családi és rövid szabadidős utaknál. Ez növeli a biztonságos, kényelmes, jól informált és érzelmileg is vonzó termécsomagok jelentőségét, ami Bács-Kiskunban a wellness-, kulturális és családbarát ajánlatok fejlesztését erősíti.

Családi állapot, háztartásszerkezet és utazási szokások

A családi és többgenerációs utazások aránya nő, miközben a rövid, 1–3 éjszakás utak továbbra is erősek. A megye számára ebből az következik, hogy a fürdők, városi attrakciók, vízpartok és könnyen kombinálható programcsomagok kínálatát családbarát, kiszámítható és jó ár-érték arányú formában kell erősíteni.

Bács-Kiskun megye demográfiai helyzete és turisztikai következményei

A megye és fő belföldi küldőpiacai szintén öregedő szerkezetet mutatnak, miközben a lakosság jelentős része árérzékeny. Emiatt a seniorbarát egészségturizmus, a családbarát belföldi kínálat és a rövid, élménygazdag utak maradnak a legfontosabb keresleti alapok.

2.4.2. Inkluzív turizmus - nemzetközi trendek, Bács-Kiskun megyei válaszok

Az inkluzív turizmus ma már nem szűk akadálymentesítési kérdés, hanem univerzális, élethelyzet-alapú megközelítés. A fizikai, digitális és kommunikációs hozzáférhetőség, valamint a család-, senior-, kerékpáros- és háziállatbarát szemlélet egyre inkább versenyképességi feltétel.

42. ábra - Az inkluzív turizmus szolgáltatási lánc



Forrás: Saját szerkesztés

Stratégiai következtetés: az inkluzív turizmus nem külön termék, hanem minőségi alapkövetelmény, amely egyszerre javítja a használhatóságot, a reputációt és a piaci elérhetőséget.

Bács-Kiskun adottságai - fürdők, természetközeli terek, kiterjedt vidéki hálózat, családi programok - kedveznek az inkluzív fejlesztéseknek, de a formális minősítések és az egységes kommunikáció még hiányosak. A következő időszakban nemcsak a tényleges hozzáférhetőséget, hanem annak hiteles, ellenőrizhető bemutatását is erősíteni kell.

2.4.3. Gazdasági tényezők - jövedelmek, munkanélküliség, infláció és árfolyamok szerepe

A turizmus erősen függ a jövedelmektől, a fogyasztói bizalomtól, az áraktól és az árfolyamoktól. A 2020-as évek tapasztalata alapján nem a kereslet eltűnése, hanem annak árérzékenyebb, rövidebb és tudatosabban tervezett formája vált jellemzővé.

43. ábra - Gazdasági nyomások és turisztikai válaszok



Forrás: Saját szerkesztés

Stratégiai következtetés: a gazdasági bizonytalanság idején a megye a jó ár-élmény arányú, közeli, rövid és kombinált utazások piacán erősödhet.

2.4.3.1. A makrogazdasági környezet és a jövedelmek alakulása

A nemzetközi és európai gazdaság mérsékelt növekedése fennmaradó turisztikai keresletet tart fenn, de a háztartások költségtudatosabbá váltak. A magyar piacon ez a belföldi utazások esetében is rövidebb tartózkodást és erősebb ár-összehasonlítást eredményez.

2.4.3.2. Munkanélküliség, foglalkoztatás és turizmus

Az alacsony munkanélküliség keresleti oldalon kedvező, mert stabilabb jövedelmeket jelent, kínálati oldalon viszont munkaerőhiányt okozhat. A megye turisztikai szolgáltatóinál ez bérnyomást, fluktuációt és minőségi kockázatot eredményezhet, ezért a termelékenységjavítás és a képzés kulcsfontosságú.

2.4.3.3. Infláció és a „megélhetési válság” hatása az utazási döntésekre

A magas infláció a háztartásokat rövidebb, közeli és kedvezményes utazások felé terelte. Bács-Kiskun ebből akkor profitálhat, ha a rövid, jól csomagolt belföldi ajánlatok, a dinamikus árképzés és a családi, illetve szezonon kívüli csomagok hangsúlyosabbá válnak.

2.4.3.4. Devizaárfolyamok és árverseny-képesség

A gyengébb forint javíthatja a beutazó kereslet árverseny-képességét, különösen a közeli küldőpiacok felé. Ugyanakkor az importköltségek, az infláció és a beruházási bizonytalanság ezt részben ellensúlyozzák, így az olcsóság önmagában nem lesz elég versenyelőny.

2.4.3.5. Következmények Bács-Kiskun megye turizmusára

A megye közepes fejlettsége és relatíve kedvező árszintje jó ár-élmény arányt adhat, különösen a belföldi, szerb, román és német nyelvterületi vendégkör számára. A legfontosabb válasz a rövid utakra optimalizált, jól pozicionált és hatékonyan működtethető termékstruktúra.

2.4.4. Digitális transzformáció, mint meghatározó megatrend a turizmusban

A digitális jelenlét már nem kiegészítő elem, hanem a piacra jutás alapfeltétele. A keresés, az összehasonlítás, a foglalás, az élménykövetés és az utólagos értékelés egyetlen, folyamatos online folyamatba kapcsolódott össze.

44. ábra - Digitális ügyfélút a turizmusban



Forrás: Saját szerkesztés

Stratégiai következtetés: a digitális láthatóság, a foglalhatóság és az online reputáció ma már a piacra jutás feltétele, nem csupán marketingeszköz.

2.4.4.1. Digitális eszközök és „smart” megoldások a turisztikai termékekben

A digitális eszközök a tájékozódást, a foglalhatóságot, a helyszíni interpretációt és a személyre szabott ajánlatadást egyszerre támogatják. Bács-Kiskunban a smart megoldásoknak elsősorban a látogatói tájékoztatást, a csomagolhatóságot és a kisebb attrakciók láthatóságát kell javítaniuk.

2.4.4.2. Platformgazdaság és online foglalórendszerek

Az OTA-k, a Google-profilok és a térképes szolgáltatások a kereslet jelentős részének kapuőrei. Aki ezeken a felületeken hiányos, elavult vagy gyenge minőségű jelenléttel szerepel, az a gyakorlatban láthatósági hátrányba kerül.

2.4.4.3. Közösségi média, mint inspirációs és információs tér

A közösségi média különösen a fiatalabb célcsoportoknál a desztinációválasztás egyik elsődleges inspirációs tere. A megye vizuális erősségei, mint a vízpartok, pusztai táj, fürdők, gasztronómia, örökség, jól alakíthatók közösségimédia-alapú élménykommunikációvá.

2.4.4.4. Online vélemények és értékelések szerepe a turisták döntéseiben

Az online értékelések a bizalomépítés és a konverzió szempontjából kritikusak. A szolgáltatásminőség és az online reputáció közvetlenül összekapcsolódik, ezért a visszajelzések figyelése és kezelése ma már menedzsmentfeladat.

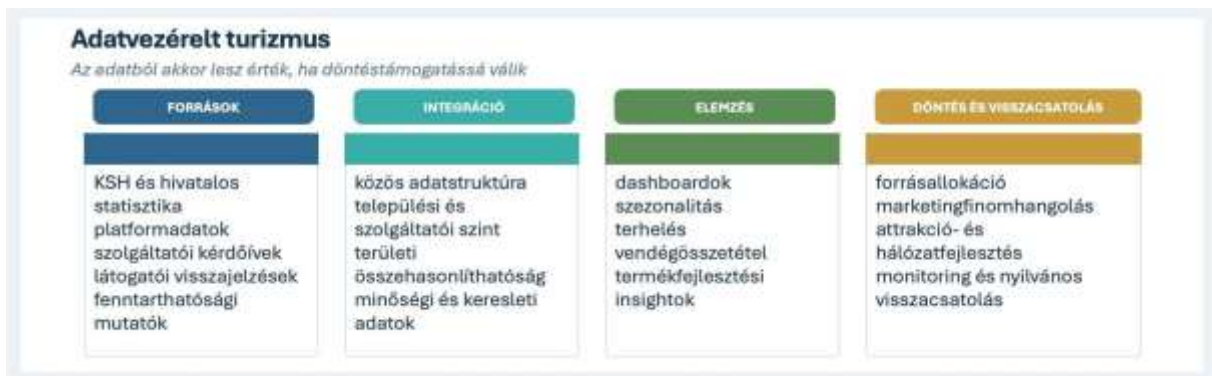
2.4.4.5. Bács-Kiskun megye illeszkedése a technológiai trendekhez

A megyében a digitális érettség egyenetlen: vannak jó példák, de sok kisebb szereplőnél hiányos az egységes, többnyelvű és naprakész online jelenlét. A következő szakasz egyik kulcskérdése a szolgáltatói és desztinációs adatok egységesítése.

2.4.5. Adatvezérelt turizmus

Az adatvezérelt turizmus lényege, hogy a desztináció nem pusztán statisztikát gyűjt, hanem több forrásból származó információt használ döntéstámogatásra. A kereslet, a vendégélmény, a mobilitás, a fenntarthatóság és a marketing hatékonysága ugyanannak az adatarcitektúrának a része.

45. ábra - Adatvezérelt turizmus



Forrás: Saját szerkesztés

Stratégiai következtetés: a stratégia végrehajtásához szükség van egy egységes, megyei adatarchitektúrára, amely egyszerre szolgálja a marketinget, a fejlesztést és a monitoringot.

2.4.5.1. Az adatvezérelt turizmushoz vezető út Bács-Kiskun megyében

A megye jelenleg inkább töredezett adatképpel rendelkezik: vannak statisztikai, projektszintű és platformszintű adatok, de ezek ritkán állnak össze egységes irányítási rendszerbe. A stratégiai előrelépés iránya az összehangolt indikátorrendszer és a rendszeres döntéstámogató riportolás.

2.4.5.2. A megyei adatarchitektúra lehetséges irányai

A jövőbeli rendszernek egyszerre kell kezelnie a desztinációs, szolgáltatói és látogatói adatokat, beleértve a fenntarthatósági és minőségi mutatókat is. Ebben a logikában a kérdőívek, értékelések, eseményadatok, foglalási minták és helyi monitoring egy platformra szervezhetők.

2.4.6. Környezeti és fenntarthatósági szempontok

2.4.6.1. Globális keretek: a turizmus „zöld fordulata”

A fenntarthatóság a turizmusban már nem kommunikációs extra, hanem szabályozási, piaci és reputációs alapkövetelmény. A desztinációk versenye egyre inkább arról szól, képesek-e hitelesen összekapcsolni az élményt, a helyi gazdaságot és a környezeti felelősséget.

Stratégiai következtetés: a fenntarthatósági szempontoknál a fő kitörési pont nem az értékalap hiánya, hanem a koordináció, a standardizált mérés és a nyilvános visszacsatolás megerősítése.

2.4.6.2. Utazói attitűdök: magas környezeti tudatosság, cselekvési szakadékkal

A keresletben erősödik a környezeti tudatosság, de a tényleges döntésekben továbbra is gyakran az ár, a kényelem és a hozzáférhetőség dominál. Emiatt a fenntartható ajánlatokat nem

külön termékként, hanem jobb minőségű és könnyebben választható megoldásként kell pozicionálni.

2.4.6.3. Fizetési hajlandóság és az „ár-élmény-fenntarthatóság” dilemmája

A látogatók jellemzően csak akkor hajlandók többet fizetni, ha a fenntarthatósági többlet valós, érthető és élményben is érzékelhető. A hitelesítés, az átlátható kommunikáció és a kézzelfogható előnyök hiánya gyorsan greenwashing-kockázatot teremt.

2.4.6.4. Fenntarthatósági standardok és minősítések szerepe (GSTC, tanúsítványok)

A standardok és tanúsítások segítenek összehasonlíthatóvá és ellenőrizhetővé tenni a fenntarthatósági állításokat. A megye szempontjából a GSTC-logika különösen fontos, mert a jövőbeli desztinációmenedzsment, monitoring és szolgáltatói fejlesztés közös keretét adhatja.

46. ábra - Megyei szintű megfelelés a GSTC desztinációs standardjainak (nem vizsgálva a településeket és a szolgáltatókat)



Forrás: Saját szerkesztés

A 5. számú mellékletben szereplő, desk research alapú GSTC-mátrix alapján Bács-Kiskun megye összesített megfelelése 51,3%. A legerősebb témakör a kulturális fenntarthatóság (64,3%), a leggyengébb a fenntartható menedzsment (36,4%); a 38 kritériumból 5 teljesült, 29 részben, 4 pedig nem teljesült. A fő hiányok az intézményi koordináció, a nyilvános monitoring, a vállalkozói tanúsítás és a látogatói visszajelzés rendszerében azonosíthatók.

2.4.6.5. A klímaváltozás globális és helyi hatásai

A klímaváltozás a turizmusban egyszerre keresleti és kínálati kérdés: módosítja a szezonalitást, a vízhez kötődő keresletet és a kültéri programok kockázatait. A Homokhátság különösen

sérülékeny az aszályal, tartós vízhiánnyal, a növényzet kiszáradásával és a növekvő tűzveszéllyel szemben; ezek a folyamatok közvetlenül befolyásolják az öko-, aktív, falusi és tanyasi turizmus működési feltételeit. A turisztikai alkalmazkodásban ezért a vízmegtartás, a tájrehabilitáció, a gyepesítés és erdősítés, a vizes élőhelyek helyreállítása, a mikroklíma javítása és más természetalapú megoldások is releváns fejlesztési irányok.

47. ábra - Turisztikai sérülékenységi a klímaváltozás hatásai miatt



Forrás: Saját szerkesztés

Bács-Kiskun megyében várhatóan felértékelődnek a vízparti, árnyékos, hőstresszt csökkentő helyszínek, miközben az érzékeny természeti területek terhelése nőhet. A kültéri rendezvények, a tájképi minőség, az agrár- és gasztroturizmus, valamint a nyári szezon működése egyaránt klímadaptációs válaszokat igényel.

2.4.7. Kulturális és társadalmi változások – a kulturális érdeklődés átalakulása és a helyi közösségek szerepe

A kulturális kereslet ma egyre ritkábban különálló városnézés vagy műemléklátogatás formájában jelenik meg, hanem összekapcsolódik a helyi életmóddal, gasztronómiával és részvételi élményekkel. Ez Bács-Kiskun számára kedvező, mert a térség kulturális kínálata eleve erősen beágyazott a mindennapi helyi identitásba.

48. ábra - Kulturális kereslet alakulása



Forrás: Saját szerkesztés

Stratégiai következtetés: a kulturális turizmus akkor lesz versenyképesebb, ha a helyi közösségek, a történetek és a részvételi élmények hangsúlyosabban jelennek meg a terméksomagokban.

A nemzetközi trend az élményalapú és részvételi kulturális turizmus felé mozdul, ahol a látogatók nemcsak nézni, hanem átélni és kipróbálni szeretnék a helyi kultúrát. Ez a hagyomány, kézművesség, zene, gasztronómia és események felértékelődését hozza.

A kulturális turizmus akkor fenntartható, ha a helyi közösség nem pusztán díszlet, hanem a tartalom alakítója és hasznélvezője is. Bács-Kiskunban ez különösen fontos a nemzetiségi, vallási, kézműves és örökségi tartalmak esetében, ahol a hitelesség és a közösségi kontroll megőrzendő érték.

A megyében a kulturális vonzerők akkor lesznek igazán versenyképesek, ha az örökség, a helyi termékek, a rendezvények és a természetközeli élmények együttesen jelennek meg. A kockázatot a túlzott leegyszerűsítés és a folklorizálódás jelenti, ezért a közösségi részvételt erősíteni kell.

2.4.8. Egészségügyi és biztonsági tényezők – nemzetközi trendek és Bács-Kiskun megye szempontjai

2.4.8.1. Egészségügyi kockázatok és járványhelyzet a turizmusban

A járványtapasztalatok után az egészségügyi felkészültség, a higiénia, a rugalmas működés és a válságkezelés a turizmus alapvető minőségi tényezőivé váltak. Ezzel párhuzamosan a wellness, a regeneráció és a mentális jóllét iránti kereslet is erősödött.

49. ábra - Egészség és biztonság, mint bizalmi tényező



Forrás: Saját szerkesztés

Stratégiai következtetés: az egészség és a biztonság alapvetően bizalmi kérdés, a felkészültséget láthatóvá és kommunikálhatóvá kell tenni.

2.4.8.2. Biztonság, kockázatterzékelés és utazási döntések

A biztonság az utazási döntés egyik elsődleges szempontja, és ma már nemcsak a bűnözésre, hanem az egészségügyi, közlekedési és válságkezelési kiszámíthatóságra is kiterjed. A desztinációk versenyében a biztonságos és megbízható imázs önálló versenyelőny.

2.4.8.3. Egészség és biztonság a magyar és regionális kontextusban

Magyarország összességében biztonságos desztinációnak számít, de a határ menti térségek esetében a percepció tényezők önmagukban is befolyásolhatják a keresletet. Bács-Kiskunban ezért a tényleges biztonság mellett a hiteles kommunikáció is fontos.

2.4.8.4. Az egészségügyi és biztonsági trendek hatása Bács-Kiskun megye turizmusára

A megye számára a termál- és gyógyturizmus, a lassú, természetközeli rekreáció és a családbarát kínálat kifejezetten jó válasz az egészségtudatos és kockázatterülő keresletre. Ugyanakkor a fürdők, rendezvények és szabadtéri helyszínek esetében válságkezelési protokollra, egyértelmű látogatói tájékoztatásra és biztonsági márkaépítésre is szükség van.

2.4.9. Utazási szokások és preferenciák – nemzetközi trendek és Bács-Kiskun megyei hatások

2.4.9.1. Nemzetközi trendek az utazási magatartásban

A nemzetközi keresletben erősödik a természetközeli, vízparti, aktív és slow turizmus, miközben rövidül a foglalási ablak és nő az impulzív döntések aránya. Az utazók kevésbé általános látnivalókat, inkább összekapcsolható, intenzív élményláncokat keresnek.

50. ábra - Utazási szokások és preferenciák



Forrás: Saját szerkesztés

Stratégiai következtetés: a rövidebb, rugalmasabb és motivációban kombinált utazások felértékelik a könnyen csomagolható, egymásra épülő megyei kínálatot.

2.4.9.2. Az utazási szokások változásainak hatásai Bács-Kiskun megye turizmusára

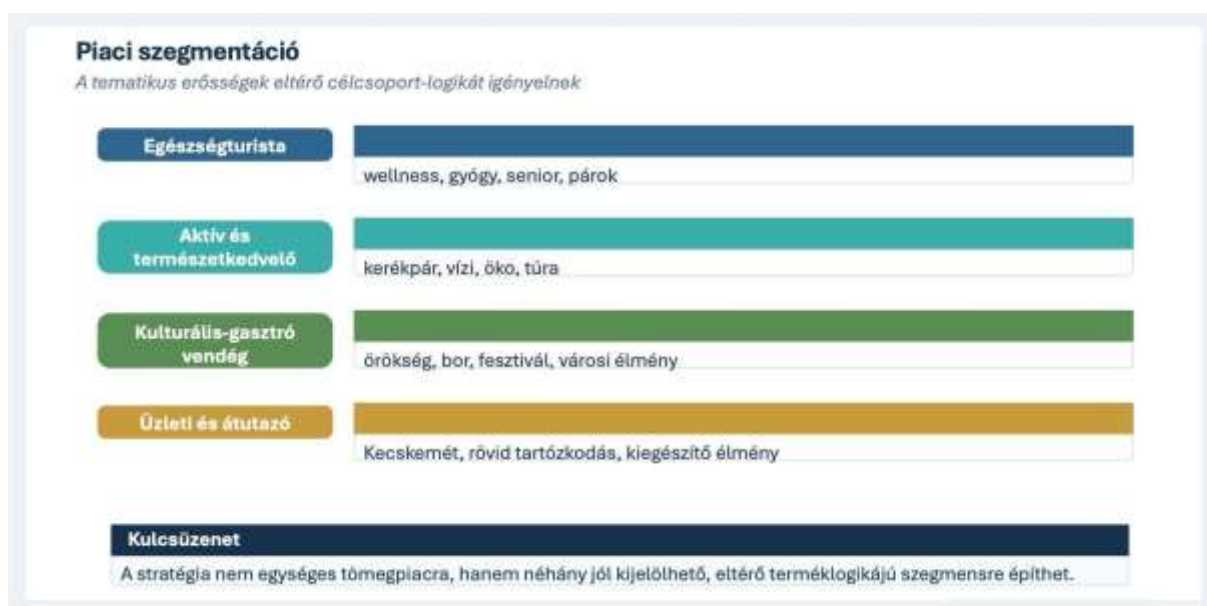
Bács-Kiskun jól illeszkedik az aktív, vízparti és rövid, élményalapú utak erősödő trendjéhez, különösen a Duna, a Tisza, a tavak, csatornák, holtágak, a nemzeti park és a fürdők révén. A digitális információk naprakészsége, a gyors reagálás és a terheléskezelés azonban sokkal fontosabbá válik, mint korábban.

2.4.10. Piaci szegmentáció – nemzetközi trendek és Bács-Kiskun megye szempontjai

2.4.10.1. A turisztikai piaci szegmentáció szerepe

A szegmentáció célja, hogy a nagyon eltérő motivációjú vendégkörök számára külön ajánlatlogika épüljön. A termékfejlesztés, a marketing és az infrastruktúra akkor lesz hatékony, ha nem „általános turistában”, hanem világos célcsoportokban gondolkodik.

51. ábra - Piaci szegmentáció



Forrás: Saját szerkesztés

Stratégiai következtetés: a megye nem egységes célpiacra, hanem néhány világosan megkülönböztethető, eltérő terméklogikájú szegmensre építhet sikerebben.

2.4.10.2. Fő szegmensek nemzetközi kontextusban

Nemzetközi szinten továbbra is a szabadidős szegmens a legerősebb, ezen belül a wellness-, aktív-, kulturális- és természetalapú utak különösen fontosak. Emellett az üzleti/MICE, a VFR és a speciális célú utak is relevánsak, de eltérő elvárásokat támasztanak a desztinációval szemben.

2.4.10.3. Piaci szegmensek Bács-Kiskun megyében

A megye fő szegmensei a belföldi családi wellness- és rövid szabadidős utak, az aktív és természetközeli látogatók, a kulturális-gasztronómiai érdeklődésű vendégek, a senior egészségturisztikai közönség, a közeli küldőpiacokról érkező autós vendégek, valamint Kecskeméten az üzleti és konferenciaturizmus. A stratégiai fókusz nem az összes szegmens egyforma erősítésén, hanem a három fő termékpilléren és azokhoz illeszkedő célcsoportokon kell, hogy legyen.

2.4.11. Marketing és promóciós trendek

A turisztikai marketing a tömeges üzenetküldésből adatvezérelt, többcsatornás és személyre szabott működés felé mozdult el. A következő években a digitális láthatóság, az AI-kompatibilis tartalom és a reputációmenedzsment együtt határozza meg a desztinációk versenyképességét.

52. ábra - Marketing és kommunikációs trendek



Forrás: Saját szerkesztés

Stratégiai következtetés: a jövő marketingje a tartalom, a célzás, a reputáció és az adatalapú optimalizálás összekapcsolására épül; ebben a kisebb szolgáltatók támogatása kulcskérdés.

2.4.11.1. Digitális marketingcsatornák és hatékonyságuk

A desztinációs honlap, a keresőfelületek, a Google Business-profilok, az OTA-k és a hírlevélrendszerek ma együtt alkotják a minimális piaci jelenlétet. Ezek hatékonyságát már nemcsak elérésben, hanem tényleges konverzióban és kampányszintű mérhetőségben kell értelmezni.

2.4.11.2. Közösségi média, tartalom- és influencers-marketing

A közösségi média különösen a fiatalabb célcsoportok számára az inspiráció elsődleges közege, ezért a vizuális, történetalapú és megosztható tartalom stratégiai jelentőségű. Bács-Kiskun kínálata erős alapot ad ehhez, de következetes márkanyelvre és tartalmi ritmusra van szükség.

2.4.11.3. A mesterséges intelligencia és a generatív AI térnyerése

Az AI-alapú utazástervezés gyorsan beépül a döntési folyamatokba, ezért a strukturált, naprakész és többnyelvű online tartalom már nemcsak a felhasználók, hanem az AI-rendszerek

számára is kritikus. Ez új versenypályát nyit, ahol a láthatóság egy része a generatív keresőkben dől el.

2.4.11.4. Célzott és személyre szabott marketing

A személyre szabott ajánlatadás ma már elvárás, nem prémiumszolgáltatás. A családi, wellness-, aktív, kulturális vagy üzleti célcsoportok eltérő üzeneteket, csatornákat és ajánlatlogikát igényelnek, amit a kampányoknak is követniük kell.

2.4.11.5. A marketingtrendek gyors változásainak hatásai Bács-Kiskun megye turizmusára

A megye számára a legfontosabb feladat az egységes, többnyelvű és adatvezérelt online jelenlét kialakítása, a termékpillérekhez rendelt célcsoport-kampányok erősítése, valamint a szolgáltatói digitális fegyelem javítása. A jövőben nemcsak jelen lenni kell a digitális térben, hanem strukturáltan, mérhetően és AI-kompatibilis módon kell jelen lenni.

2.5 A megye turizmusfejlesztését meghatározó tervek és programok

Bács-Kiskun megye turizmusfejlesztési stratégiája olyan keretrendszerbe illeszkedik, amelyet egyrészt az országos fejlesztéspolitikai dokumentumok, másrészt a megye saját területfejlesztési koncepciója és programja, harmadrészt pedig a turizmus, az aktív turizmus és a kerékpározás ágazati stratégiái határoznak meg. A stratégia jövőbeli megvalósításának pénzügyi alapját elsősorban a 2021-2027-es uniós programozási időszak operatív programjai, valamint a hazai turisztikai források adják.

2.5.1. Nemzeti Fejlesztés 2030 - Országos Fejlesztési és Területfejlesztési Koncepció

A Nemzeti Fejlesztés 2030 - Országos Fejlesztési és Területfejlesztési Koncepció (OFTK) Magyarország hosszú távú, 2030-ig tartó fejlesztéspolitikai keretdokumentuma, amely az ország társadalmi, gazdasági és területi fejlesztési szükségleteiből kiindulva határozza meg a jövőképet és a fő fejlesztési célokat. A Koncepció célrendszere kiemelten foglalkozik a területi különbségek mérséklésével, a vidéki térségek népességmegtartó erejének növelésével, a fenntartható erőforrás-gazdálkodással és a határ menti együttműködések erősítésével.

A turizmus az OFTK-ban horizontális szerepet tölt be: egyszerre jelenik meg gazdaságfejlesztési, vidékfejlesztési, környezetvédelmi és kulturális fejlesztési eszközként.

A dokumentum a Duna- és Tisza-völgyet, a nemzeti parkokat és a vízparti, valamint ökoturisztikai térségeket olyan fejlesztési területként azonosítja, ahol a természeti és kulturális örökség fenntartható turisztikai hasznosítása kiemelt jelentőségű.

Bács-Kiskun megye szempontjából ez azt jelenti, hogy a jövőbeli turizmusfejlesztés akkor illeszkedik az országos keretekhez, ha egyszerre erősíti a Duna- és Tisza-menti aktív és

víziturizmust, a termál- és gyógyturizmusra épülő egészségturizmust, valamint a kulturális és örökségturizmust, mindezt a határ menti együttműködésekre (Szerbia, Románia) is építve.

2.5.2. Bács-Kiskun megye területfejlesztési koncepciója és programja

A „Bács-Kiskun 2030” megyei területfejlesztési koncepció és program az OFTK elveire és az uniós programozási keretre építve határozza meg a megye jövőképét és fejlesztési prioritásait. A dokumentum Bács-Kiskunt olyan, a **Duna és a Tisza közötti térségként** értelmezi, amelynek **kiemelkedő természeti és táji adottságai, gyógy- és termálvizei, agrárgazdasági hagyományai és kulturális öröksége jelentős turisztikai potenciált hordoznak.**

A megyei koncepció és program a turizmust nem önálló, szigetszerű ágazatként, hanem a gazdaságfejlesztés, a vidékfejlesztés, az élhető településkörnyezet és a környezeti fenntarthatóság metszetében értelmezi. A dokumentum hangsúlyozza, hogy **a kerékpáros és gyalogos infrastruktúra, a vízparti és ökoturisztikai helyszínek, a gyógy- és termálfürdők, valamint a kulturális attrakciók és rendezvények fejlesztése együttesen járulnak hozzá a megye versenyképességéhez és vonzerejéhez.** A frissített megyei kerékpáros stratégia ehhez illeszkedve rögzíti, hogy a megye területét több nemzetközi és országos jelentőségű kerékpáros útvonal, mint az EuroVelo-hálózat szakaszai is érintik, ami hosszú távon az aktív turizmus egyik fő pillérévé teszi a kerékpározást.

A most készülő turizmusfejlesztési stratégia közvetlenül erre a megyei koncepcionális alapra támaszkodik: a kijelölt turisztikai termékcsoporthoz (aktív- és ökoturizmus, egészségturizmus, kulturális- és örökségturizmus, gasztronómia és helyi termékek) a megye területfejlesztési céljaival szoros összhangban kerülnek kijelölésre.

2.5.3. Nemzeti Turizmusfejlesztési Stratégia 2030 – Turizmusfejlesztés 2.0

A Nemzeti Turizmusfejlesztési Stratégia 2030 - Turizmus 2.0 a magyar turizmus 2030-ig tartó átfogó stratégiája, amely paradigmaváltást hirdet: a korábbi, egyedi attrakciókra fókuszáló szemlélet helyett a turisztikai térségekben való gondolkodást állítja középpontba, és az adatalapú, márka- és élményorientált fejlesztéseket hangsúlyozza.

A stratégia kiemelt célja, hogy a turizmus egyszerre járuljon hozzá a nemzetgazdaság teljesítményéhez, a helyi közösségek jólétéhez és a természeti-kulturális örökség megőrzéséhez. Ennek érdekében erősíti a tematikus turisztikai termékfejlesztést (például egészségturizmus, aktív turizmus, gasztronómia, kulturális turizmus), a minőségi, magas hozzáadott értékű szolgáltatásokat és a desztinációs szintű, professzionális menedzsmentet.

Bács-Kiskun megye szempontjából különösen fontos, hogy a Nemzeti Turizmusfejlesztési Stratégia önálló súlyt ad az aktív turizmusnak, ezen belül a kerékpáros és vízitourizmusnak, a gyógy- és termálvízkezelésre épülő egészségturizmusnak, valamint a gasztronómiának és a helyi termékeknek. A megye turizmusfejlesztési stratégiája ezt a logikát követi, amikor a Duna-Tisza közti tájra, a gyógy- és termálfürdők hálózatára, a gasztronómiai kínálatra és a kulturális örökségre építve kíván komplex, többnapos turisztikai kínálatot kialakítani.

2.5.4. Nemzeti Kerékpáros Stratégia

A Nemzeti Kerékpáros Stratégia 2030 a kerékpározást, mint közlekedési módot és mint szabadidős, illetve turisztikai tevékenységet, átfogóan keretező dokumentum. Jövőképe szerint Magyarország 2030-ra kerékpárosbarát országgént működik, ahol a városokban és a vidéki térségekben egyaránt kiépült, biztonságos, jól kapcsolódó kerékpárút- és kerékpáros útvonalhálózat áll rendelkezésre, és ahol a kerékpározás a mindennapi mobilitás és az aktív turizmus meghatározó formája.

A stratégia többek között a fő országos kerékpárforgalmi tengelyek, az EuroVelo-hálózat magyarországi szakaszainak, valamint a térségi kerékpáros útvonalak fejlesztését, továbbá a szolgáltatások (pihenőhelyek, szervizpontok, kerékpárosbarát szálláshelyek) és a kapcsolódó információszolgáltatás fejlesztését irányozza elő. A dokumentum kifejezett célja, hogy Magyarország a régió egyik vezető kerékpáros desztinációjává váljon, különös tekintettel a vidéki térségek, beleértve a folyóvölgyek és alföldi tájakat is, kerékpáros turisztikai fejlesztésére.

Bács-Kiskun megye tervezett turizmusfejlesztése szoros kapcsolatban áll ezzel az országos kerettel. A Duna és a Tisza menti kerékpáros útvonalak, az EuroVelo-vonalakhoz kapcsolódó térségi hálózatok kiépítése, valamint a kerékpárosbarát szolgáltatások fejlesztése közvetlenül a Nemzeti Kerékpáros Stratégia céljainak megvalósítását szolgálja, és az aktív turizmus egyik legfontosabb pillérét jelenti a megyében.

2.5.5. Nemzeti Aktív Turisztikai Stratégia 2030

A Nemzeti Aktív Turisztikai Stratégia 2030 a magyarországi aktív turizmus átfogó fejlesztési dokumentuma, amely a gyalogos természetjárás, a kerékpáros, a vízi, a sí-, a vitorlás és a lovas turizmus, valamint egyéb kisebb bázisú tevékenységek fejlesztésére fókuszál. A stratégia célja, hogy egységes iránymutatást adjon az aktív turizmus infrastrukturális, szolgáltatási, kommunikációs és szervezeti fejlesztéséhez, és szinergiát teremtsen a különböző ágazatok és szereplők között.

A dokumentum jövőképe szerint Magyarországon 2030-ra egy olyan országos aktív turisztikai kínálat jön létre, amelyben több, jól körülhatárolt aktív turisztikai térség kínál komplex, többnapos vagy rövidebb, 1-2 napos programokat. Ezek a térségek az országos és nemzetközi útvonalhálózatra felfűzve, magas minőségű infrastruktúrával és szolgáltatásokkal, valamint összehangolt kommunikációval jelennek meg a piacon.

Bács-Kiskun megyét ebben a rendszerben elsősorban a Duna-mente és a kapcsolódó alföldi aktív turisztikai térségek érintik. A megye turizmusfejlesztési stratégiája ezért kiemelten kezeli a kerékpáros, vízi és természetjáró turizmust, a lovasturizmust, valamint az ezekhez kapcsolódó szolgáltatások (szálláshelyek, vendéglátás, kölcsönzők, túraszervezők) fejlesztését. A cél az, hogy a megye az aktív turizmus terén is jól azonosítható, egyedi arculattal rendelkező desztinációként jelenjen meg a hazai és nemzetközi piacon.

2.5.6. Nemzeti Víziturisztikai Stratégia

A Nemzeti Víziturisztikai Stratégia általános irányai – a hálózatos fejlesztés, a természetközelség, az új célcsoportok bevonása, az aktív turisztikai termékek összekapcsolása és a fenntarthatóság – szakmai keretet adnak a megyei tervezéshez. A Bács-Kiskun megye víziturisztikai szerepére, fejlesztési lehetőségeire, valamint a Duna és a Tisza jövőbeli

pozíciójára vonatkozó konkrét megállapítások ugyanakkor a jelen stratégia tervezői következtetései, nem a nemzeti stratégia Bács-Kiskunra vonatkozó tételes előírásai. A Duna fejlesztésénél a nemzetközi víziturisztikai kapcsolódások erősítése is irányadó.

A dokumentum kiemelten kezeli a Duna menti vízitúrázás fejlesztését, amelynek részeként Bács-Kiskun megye a Baja–Kalocsa térséghez kapcsolódó megállóhely-hálózat, vízre szállási pontok és pihenőhelyek fejlesztésében kap szerepet. A stratégia jövőképe szerint a Duna menti szakaszok nem önálló attrakcióként, hanem többnapos, láncolt vízitúrák részeként működnek, ahol a vízi élmény kiegészül kerékpáros, természetjáró és kulturális programokkal. Ebben az értelmezésben Bács-Kiskun megye vízi turisztikai funkciója átmenő és befogadó jellegű, amelynek elsődleges célja a vízitúrázók megállítása, kiszolgálása és a tartózkodási idő növelése (Magyarország Kormánya, 2024).

A stratégia külön hangsúlyozza a csendes mellékvizek és holtágak szerepét az élményalapú, fenntartható vízi turizmusban. Ez a megközelítés jól illeszkedik Bács-Kiskun megye adottságaihoz, ahol a holtágak, állóvizek és kisebb vízfolyások, például a Vajas, a Duna-völgyi főcsatorna és a Tisza menti kapcsolódó vizek, nem tömeges használatra, hanem rövid szakaszú, vezetett vagy rekreációs vízi programokra alkalmasak. A stratégia szerint ezek a vízterek elsősorban a kezdő, családbarát és élményorientált vízitúrázás belépési pontjaiként értelmezhetők, szoros összhangban a természetvédelmi kezelési szempontokkal (Magyarország Kormánya, 2024).

Az állóvizek (üdülőtavak, horgászvizek) kapcsán a Nemzeti Víziturisztikai Stratégia nem klasszikus vízitúra-fejlesztési irányt jelöl ki, hanem a vízhez kötődő rekreáció és kiegészítő vízi élmények (csónakázás, kajak-kenu, könnyű vízi eszközök) szerepét hangsúlyozza. Bács-Kiskun megye esetében ez azt jelenti, hogy a Szelidi-tóhoz, Vadkerti-tóhoz és más hasonló helyszínekhez kapcsolódó fejlesztések elsősorban a helyben tartózkodás minőségét és időtartamát javítják, nem pedig országos vízitúra-desztinációvá emelik a térséget (Magyarország Kormánya, 2024).

A jelen stratégia a Nemzeti Víziturisztikai Stratégia általános fejlesztési elveire építve Bács-Kiskun víziturisztikai szerepét integrált, hálózatos és fenntartható módon kívánja erősíteni. A fejlesztési hangsúly a meglévő vízi útvonalak, megállóhelyek, part menti szolgáltatások és kapcsolódó kerékpáros, kulturális és gasztronómiai kínálat összehangolásán van.

2.5.7. Nemzeti Horgászturisztikai Stratégia

A Nemzeti Horgászturisztikai Stratégia Bács-Kiskun megyét országos összevetésben kiemelt horgászbázisként, ugyanakkor nem egypólusú, ikonikus desztinációként, hanem kiterjedt, sokféle víztípusra épülő horgászturisztikai térként értelmezi. A stratégia szerint a megye erőssége nem egyetlen kiemelt horgász helyben, hanem a Duna menti folyami szakaszok, a holtágak, valamint az állóvizek és kezelt horgásztavak nagy számában és változatosságában rejlik, ami lehetővé teszi a különböző célcsoportok (hobby-, családi, rekreációs és részben sporthorgászok) párhuzamos kiszolgálását (Magyarország Kormánya, 2021).

A stratégia jövőképe szerint Bács-Kiskun megye horgászturisztikai szerepe elsősorban a belföldi és a közeli külföldi piacokra épül, ahol a könnyű megközelíthetőség, a jó vízkezelési gyakorlat és a kiszámítható halfogási élmény meghatározó. A Duna menti térségek esetében a

dokumentum a folyami és mellékági horgászat fejlesztését ösztönzi, különös tekintettel a holtágak rehabilitációjára, a partszakaszok kezelhetőbbé tételére és a horgászati infrastruktúra (megközelítés, parkolás, pihenőhelyek) minőségi javítására. A stratégia itt nem tömeges nemzetközi versenyhorgászatban, hanem élményalapú, természetközeli horgászturizmusban látja a megye hosszú távú lehetőségeit (Magyarország Kormánya, 2021).

Az állóvizek és mesterséges tavak vonatkozásában a stratégia Bács-Kiskun megyét referenciatérséggént kezeli a családbarát és rekreációs horgászat területén. A dokumentum hangsúlyozza, hogy az ilyen típusú vizek alkalmasak a kezdő és alkalmi horgászok bevonására, valamint a horgászat és más szabadidős tevékenységek (fürdőzés, vízparti pihenés, vendéglátás) összekapcsolására. A megyei adottságok ebben az értelemben jól illeszkednek ahhoz a stratégiai célhoz, amely a horgászturizmust nem elszigetelt sporttevékenységként, hanem komplex rekreációs termékként kezeli (Magyarország Kormánya, 2021).

A stratégia külön kiemeli a fenntartható halgazdálkodás és a turizmus kapcsolatát, amely Bács-Kiskun esetében különösen hangsúlyos, tekintettel a klímaváltozás, a vízjárás-ingadozás és az aszály hatásaira. A dokumentum jövőképe szerint a megye horgászturisztikai versenyképessége hosszú távon azon múlik, hogy a vízkezelés, a telepítési gyakorlat és a horgászturisztikai szolgáltatások összehangolt módon működjenek, és a látogatói élmény ne menjen a természeti erőforrások rovására (Magyarország Kormánya, 2021).

A Nemzeti Horgászturisztikai Stratégia nem a nemzetközi horgászcélponttá válást célozza, hanem azt, hogy a megye a jó minőségű vizekre, a szervezett horgászrendszerre és a kapcsolódó turisztikai szolgáltatásokra építve hosszú távon is kiszámítható és gazdaságilag fenntartható szereplő maradjon.

2.5.8. A fejlesztési forrásokat biztosító programok (2021-2027)

A stratégiai dokumentumokban megfogalmazott célok megvalósításához elengedhetetlen a megfelelő finanszírozási háttér. Bács-Kiskun megye turizmusfejlesztésének jövőbeli lehetőségeit alapvetően a 2021-2027-es uniós programozási időszak operatív programjai, valamint a hazai turisztikai források határozzák meg, hiszen ezek a források, illetve az ezekből elkészülő új turisztikai attrakciók és vonalas fejlesztések adják a következő időszakra szóló stratégiai irányok alapjait, figyelembe véve, hogy a következő EU-s ciklusban turisztikai fejlesztési forrásokra kevésbé lehet számítani.

A Terület- és Településfejlesztési Operatív Program Plusz (TOP Plusz) az ország területi operatív programja, amely integrált fejlesztéseket támogat a helyi gazdaságfejlesztés, a település- és infrastruktúra-fejlesztés, valamint a turizmus területén. A program keretében a megye számára különösen fontosak azok a felhívások, amelyek aktív- és ökoturisztikai hálózatok, zöld városi terek, vízparti és rekreációs területek, belvárosi közterek, kerékpár- és gyalogos kapcsolatok, illetve kulturális és természeti örökség turisztikai célú hasznosítását támogatják.

A Gazdaságfejlesztési és Innovációs Operatív Program Plusz (GINOP Plusz) a turisztikai vállalkozások (különösen a mikro-, kis- és középvállalkozások) versenyképességét, kapacitás- és minőségfejlesztését, digitalizációját és energiahatékonysági beruházásait segítheti elő. A turisztikai szolgáltatók számára ez a program jelentheti a szálláshelyek, vendéglátó egységek, attrakciók szolgáltatásszínvonalának és fenntarthatóságának javítását célzó beruházások egyik fő forrását.

A Környezeti és Energiahatékonysági Operatív Program Plusz (KEHOP Plusz) a természeti erőforrások védelmét, a klímaadaptációt és az energiahatékonyságot támogató intézkedésekkel közvetve az ökoturizmus és a víziturizmus feltételeit erősíti. A vizes élőhelyek, árterek, védett területek rehabilitációja, a látogatómenedzsment fejlesztése és a szemléletformáló beruházások mind olyan beavatkozások, amelyekre a turisztikai termékfejlesztés később közvetlenül építhet.

A Digitális Megújulás Operatív Program Plusz (DIMOP Plusz) a digitális turizmusfejlesztés kulcsprogramja: a desztinációs digitális kártyarendszerek, mobilalkalmazások, online foglalási és információs rendszerek, adatvezérelt látogatómenedzsment-megoldások és a turisztikai szereplők digitális kompetenciáinak fejlesztése ezen a programon keresztül kaphat támogatást. Ez közvetlenül összefügg a megye turizmusfejlesztési törekvéseivel, hiszen a versenyképes desztinációk működésében a digitális jelenlét és az adatvezérelt tervezés ma már alapkövetelmény.

A Közös Agrárpolitika (KAP) Stratégiai Terv keretében megnyíló vidékfejlesztési források - különösen a LEADER helyi akciócsoportok által kezelt eszközök - továbbra is fontos szerepet töltenek be a falusi turizmus, a helyi termékekre és gasztronómiára épülő kínálat, valamint a kisebb léptékű turisztikai szolgáltatások fejlesztésében. Ezek a források elsősorban a kisebb települések, tanyás térségek, agrárturisztikai kezdeményezések számára jelentenek lehetőséget.

A határon átnyúló együttműködési programok (Interreg, különösen a Magyarország-Szerbia, Magyarország-Románia és Magyarország-Horvátország határmenti programok) a közös turisztikai termékfejlesztés, tematikus útvonalak (kerékpáros, vízi, kulturális), közös marketing és desztinációmenedzsment terén kínálnak potenciált Bács-Kiskun számára, figyelembe véve a megye déli és keleti határmenti fekvését. A stratégiaalkotást követő operatív projekt-előkészítési szakaszban a korábbi és jelenlegi határmenti együttműködések körét nem kizárólag néhány kiemelt példára kell majd szűkíteni. A bajai, hercegszántói, garai és más releváns Interreg-projektek eredményeit, partnerségeit és továbbépíthető módszereit a konkrét projektsomagok előkészítésekor tételesen át kell tekinteni.

A fenti uniós forrásokat egészítik ki a Magyar Turisztikai Ügynökség által meghirdetett hazai turisztikai támogatási programok (pl. Kisfaludy Hitelprogram), amelyek a szálláshelyek és attrakciók fejlesztését, a rendezvényturizmust, valamint a desztinációs marketing- és márkáépítési tevékenységeket finanszírozhatják.

2.6 Helyzetértékelés

Bács-Kiskun megye turizmusának legfontosabb erőssége a sokszínű erőforrás-bázis és a policentrikus kínálat, legnagyobb gyengesége a töredezett irányítás és a gyenge egységes márká, legnagyobb lehetősége a tematikus hálózatok és az aktív-egészség-gasztró kapcsolások erősítése, fő kockázata pedig a klímaváltozás, az árérzékeny kereslet és az erős verseny.

2.6.1. Megyei szintű helyzetértékelés

53. ábra - Bács-Kiskun megye turisztikai SWOT analízise, legfontosabb megállapítások



A megyei szintű értékelés alapján **Bács-Kiskun turisztikai karaktere sokrétű**: egyszerre épít a termál- és gyógyvízkincsre, a Duna-Tisza térség vízi és aktív turisztikai lehetőségeire, a kulturális örökségre, valamint a gasztronómiai és borturisztikai identitásra. A szerkezet egyik legfontosabb előnye, hogy nem egyetlen központra vagy egyetlen termékre támaszkodik, hanem több, saját profillal rendelkező térségből áll össze.

A **legerősebb pozitívumok** a természeti és kulturális erőforrások bősége, a gyógyhelyek jelenléte, a növekvő szálláskapacitás, valamint a jó közúti elérhetőség. Ezekhez társul a fejlődő kerékpáros infrastruktúra és az a tény, hogy a megye több jól elkülöníthető turisztikai szerepkörrel rendelkező központtal rendelkezik, például Kecskemét, Baja, Kalocsa, Tiszakécske vagy Kiskunmajsa térségében.

A **fő szerkezeti problémák** ugyanakkor nem elsősorban az attrakciók hiányából, hanem az összerendezés hiányából fakadnak. A helyzetelemzés szerint nincs stabil, egységes megyei koordináció, a márkaépítés nem elég erős, a fenntarthatóság és a hozzáférhetőség csak részben jelenik meg rendszerszinten, és korlátozott a monitoringra, adatbázis-építésre és visszamérésre alkalmas intézményi háttér.

A **fejlesztési szempontból** a legnagyobb lehetőségek azokban a trendekben rejlenek, amelyek a természetközeli, egészséghez kapcsolódó, lassabb tempójú és élményalapú utazások felé mutatnak. Ehhez jól illeszkedik a megye gyógyvízkincse, rurális környezete és EuroVelo-kapcsolata. Ugyancsak fontos lehetőség a digitális átállás, az egységes desztinációs platformok és a tematikus hálózatok kiépítése.

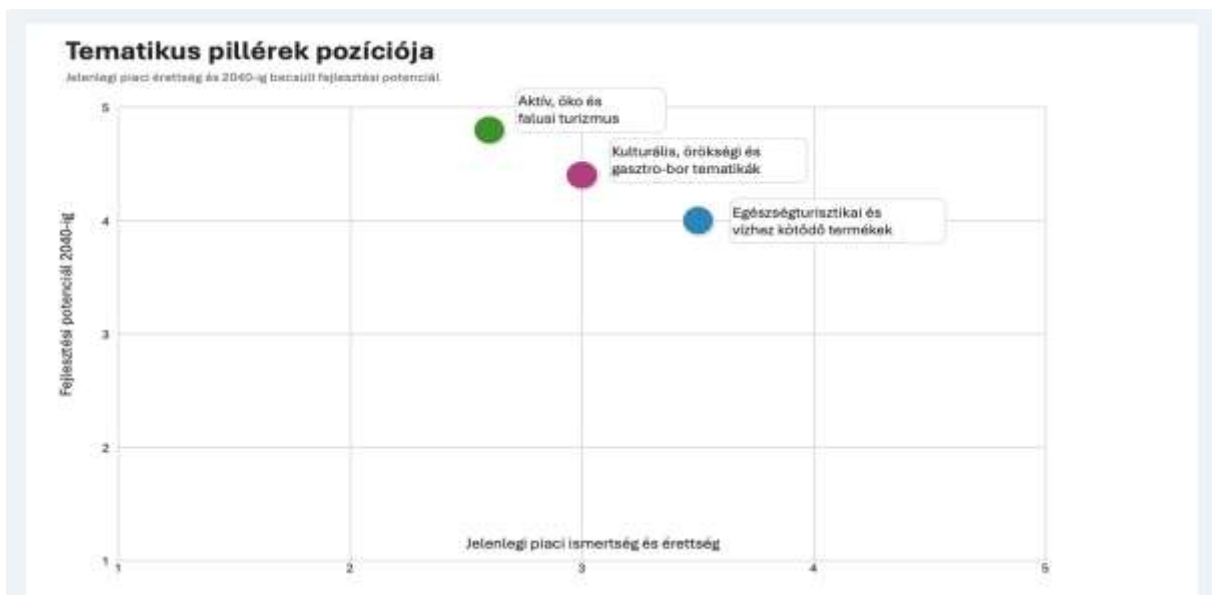
A **legfőbb veszélyek** közé tartozik a klímaváltozás, a vízgazdálkodási bizonytalanság, az érzékeny belföldi kereslet, az erős hazai és nemzetközi verseny, valamint a demográfiai és

munkaerőpiaci nyomás. Ezek különösen akkor válnak kritikussá, ha az érettebb termékek – például a fürdőturizmus vagy a rendezvénykínálat – nem tudnak minőségben és élményben megújulni.

2.6.2. Termékszintű helyzetértékelés – tematikus turisztikai pillérek szerint

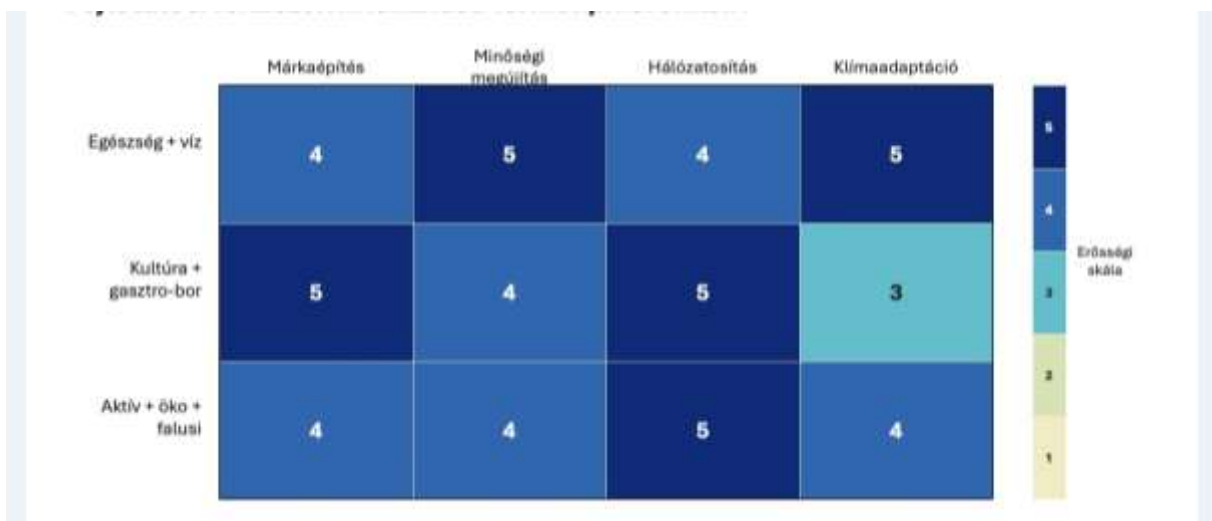
Három nagy termékpillért különíthetünk el: **egészségturisztikai és vízhez kötődő termékek, kulturális-örökségi-gasztro-bor tematikák, valamint aktív-öko-falusi turizmus**. A három pillér nem azonos érettségi szinten áll, de együtt alkotják a megye legfontosabb kínálati magját.

54. ábra - A három termékpillér helyzete a jelenlegi érettség és a 2040-ig becsült fejlesztési potenciál tengelyein



Forrás: Saját szerkesztés

55. ábra - Fejlesztési fókuszok intenzitása termékpillérenként



Forrás: Saját szerkesztés az eredeti SWOT-elemek kvalitatív összegzéseként

2.6.2.1. Egészségturisztikai és vízhez kötődő termékek

Ez a pillér jelenleg a leginkább kézzelfogható és leginkább működőképes alapkínálatot jelenti. **Erőssége** a gyógy- és termálvízkinccs, a három minősített gyógyhely, a kialakult fürdőturisztikai bázis és a Duna, a Tisza, valamint a tavak vízparti és horgászturisztikai potenciálja. **Gyengesége** ugyanakkor a gyenge országos márkaismertség, az egyes szolgáltatáselemek elavulása, a medical wellness és prevenció termékek hiánya, valamint az egyszezonos vízparti működés. **Fejlesztési iránya** ezért a komplexebb csomagképzés, a gyógyhelyi arculat erősítése, az aktív és gasztronómiai kapcsolódások kiépítése, illetve a vízi és horgászturisztikai infrastruktúra fejlesztése lehet. **Legnagyobb kockázata** a klímaváltozáshoz kapcsolódó vízgazdálkodási bizonytalanság, az energiaköltségek növekedése és az erős fürdőturisztikai verseny.

2.6.2.2. Kulturális, örökségi és gasztro-bor tematikák

A második pillér identitásépítő szempontból kiemelkedő. **Erőssége** a hungarikumokra, nemzetiségi örökségre, történeti városmagokra, egyházi értékekre, valamint az erős gasztronómiai és borvidéki karakterre épülő sokszínű tartalom. **Gyengesége** elsősorban az, hogy a kínálat több helyen statikus, kevésbé élményalapú, digitálisan gyengén interpretált, és kevés az egységesen felépített tematikus útvonal vagy csomag. **A fő lehetőség** az élményalapú megújításban, az interaktív interpretációban, valamint a kulturális, gasztronómiai és vidéki termékek összekapcsolásában rejlik. **Legfontosabb veszélye** a fesztiválpiaci telítődés, a generációváltásból fakadó tudásvesztés és az, hogy megújulás nélkül a kínálat közönsége elöregszik.

2.6.2.3. Aktív, öko- és falusi turizmus

A harmadik pillér a legerősebb növekedési potenciállal rendelkező terület. **Erőssége** az alföldi táj egyedisége, a Kiskunsági Nemzeti Park és a kapcsolódó élőhelyek, a fejlődő kerékpáros infrastruktúra, valamint a tanyás településszerkezetből eredő autentikus slow-turisztikai közeg. **Gyengesége** a szolgáltatási háttér hiányossága, a falusi és tanyasi kínálat széttagoaltsága, az eltérő minőség és a gyenge digitális jelenlét. **Lehetősége** az e-bike és családi termékek, a vasút+kerékpár kapcsolások, a tematikus túrák, valamint a helyi termékekre épülő élménygazdaságok fejlesztése. **Veszélye** a klímaváltozásból fakadó terhelési korlát, a hálózati hiányosságok fennmaradása és az, hogy szakmai támogatás hiányában a termék niche-szinten marad.

3 Stratégiai terv

3.1 Alapelvek

A Bács-Kiskun megye turizmusfejlesztési stratégiájának megalapozásához elvégzett részletes helyzetelemzés – amely a gazdasági, társadalmi, környezeti és turisztikai viszonyokat egyaránt vizsgálta – egyértelműen meghatározta azokat a strukturális feltételeket, amelyekre a 2026–2040-es időszakra szóló fejlesztési tervnek támaszkodnia kell. E feltételek ismeretében az alábbi fejezet azokat az alapelveket fogalmazza meg, amelyek a turizmusfejlesztési terv reális megvalósíthatóságát biztosítják, és amelyek a tervezéstől a végrehajtáson át a monitoringig minden szinten érvényesítendőek.

Az öt alapelv nem egymást kizáró, sorrendbe állított követelmény, hanem egymást kölcsönösen erősítő, párhuzamosan alkalmazandó keretrendszert alkot. Együttes érvényesítésük teremti meg azt az intézményi és szakmai közeget, amelyben a stratégia céljai megvalósíthatók, a beavatkozások fenntartható hatást képesek kifejteni, és a megye egésze – nem csupán egyes kiemelt desztinációi – részesül a turizmusfejlesztés hasznaiból.

56. ábra - Az 5 alapelv keretrendszere – Bács-Kiskun megye turizmusfejlesztési stratégiája 2026–2040



Forrás: Saját szerkesztés

57. ábra - Az alapelvek dimenziói és kapcsolatuk a stratégiai célokkal



Forrás: Saját szerkesztés

1. alapelv – Térségi, integrált és komplex tervezés

A helyzetelemzés Bács-Kiskun megye turisztikai fejlesztésének egyik legmarkánsabb hiányosságaként azonosította, hogy a korábban megvalósult beavatkozások döntő többsége pontszerű maradt: az egyes projektek önállóan, egymástól és a tágabb desztinációs rendszertől elszakadva valósultak meg. Ennek következménye, hogy a megye rendkívül gazdag, egymást kiegészítő turisztikai erőforrásai – gyógyvizek, természeti területek, kulturális örökség, borvidékek – nem alkotnak koherens, piacképes kínálati rendszert.

Az integrált és komplex tervezés alapelve azt követeli meg, hogy a stratégia a megye egészét egységes desztinációs rendszerként kezelje, amelyen belül a három fő termékpillér: **egészségturizmus, kulturális és örökségturizmus, aktív és ökoturizmus** tudatosan kapcsolódik egymáshoz, a fejlesztések hálózatos logikát követnek, és a kisebb, periférikusabb térségek is szerves részeit képezik a fejlesztési rendszernek.

A térségi szemlélet emellett azt is megköveteli, hogy a tervezés a különböző fejlesztési szintek - az uniós programok, a nemzeti szintű turisztikai stratégia, a megyei területfejlesztési program és a helyi önkormányzati fejlesztések - összehangolt rendszerében működjön. A korábban azonosított fejlesztési sikerek, mint például az EuroVelo-útvonalak megjelenése, a Petőfi tematikus útvonal kialakítása vagy a Felső-Bácska-Homokhát Natúrpark fejlesztése, éppen azt bizonyítják, hogy a hálózatosan tervezett, több szereplőt és helyszínt összekötő fejlesztések képesek tartós turisztikai értéket teremteni. Ez az alapelv az ilyen beavatkozások rendszerszintű általánosítását célozza.

Érvényesítési irányok

A termékpillérek közötti szinergiák tudatos kialakítása: a fejlesztéseket úgy kell megtervezni, hogy azok a három fő pillér kínálatát kölcsönösen erősítsék.

- **Területi kiegyenlítés:** a déli és határmenti járások, valamint a homokhátság aprófalvas térsége nem maradhat ki a turisztikai fejlesztések hatóköréből.
- **Tematikus útvonalak és desztinációs zónák összehangolása:** a meglévő és tervezett útvonalak egységes narratívába és közös marketingbe illeszkedjenek.
- Az EU-s fejlesztési ciklusokkal összehangolt, **hosszú távú beruházás-tervezés**, amely elkerüli a korábbi pontszerű beavatkozások szétforgácsoltságát.

2. alapelv – Jogi és szervezeti átláthatóság

A helyzetelemzés egyik legfontosabb megállapítása, hogy Bács-Kiskun megye turizmusában hiányzik a megyei szintű, egységes koordináció: a desztinációmenedzsment rendszer mozaikszerű, a Tourinform-hálózat alulfinanszírozott, az önkormányzati és a magánszektoros szereplők között ritkán jön létre tartós, intézményesített együttműködés. Ennek folyománya, hogy a korábban megvalósult fejlesztések egy része fenntartás nélkül maradt (bezárt látogatóközpontok, hozzáférhetetlen attrakciók), ami nemcsak gazdasági veszteséget jelent, hanem negatív desztinációs üzenetet is hordoz.

A jogi és szervezeti átláthatóság alapelve azt kívánja meg, hogy a stratégia végrehajtásának intézményi kerete egyértelmű legyen: minden fejlesztési beavatkozásnál előre definiált legyen a felelős szervezet, a döntési mechanizmus, a fenntartási kötelezettség és a teljesítménykövetés módja. Ez nemcsak a közpénzek hatékony felhasználásának feltétele, hanem a magánszektor bizalmának elnyeréséhez is elengedhetetlen: a befektetők és a szolgáltatók csak akkor hajlandók hosszú távú elköteleződésre, ha a fejlesztési környezet kiszámítható és átlátható.

Az átláthatóság horizontálisan is értelmezendő: a GSTC (Global Sustainable Tourism Criteria) sztenderdek alkalmazása egységes minőségi és fenntarthatósági keretrendszert teremt a különböző fejlesztési beavatkozások számára, megakadályozva, hogy az egyes projektek ellentmondásos minőségi és működési elvek szerint valósuljanak meg.

A GSTC-keret alkalmazása ugyanakkor nem önálló megyei védjegy vagy minősítési rendszer létrehozását jelenti. A GSTC kritériumrendszere szabadon hozzáférhető szakmai viszonyítási alap; a fejlesztések esetében a releváns kritériumok szerinti dokumentált megfelelés vizsgálata szükséges. Külső tanúsítás vagy minősítés az új projektek esetében alapelvárás, a most futó programoknál csak ott elvárt, ahol annak felkészítési, fejlesztési és tanúsítási költségeit a projekt költségvetésében előre lehetett tervezni.

Érvényesítési irányok

- Megyei turisztikai koordinációs szervezet létrehozása vagy megerősítése, egyértelmű hatáskörrel és finanszírozással.
- Minden támogatott fejlesztésnél kötelező fenntartási terv és kijelölt fenntartási felelős.
- GSTC-alapú minőségi és fenntarthatósági keretrendszer bevezetése a fejlesztések tervezésétől az üzemeltetésig.

- Átlátható pályázati és döntéshozatali rendszer, amely csökkenti a fejlesztési tervek bizonytalanságát a magánszektoros szereplők számára.

3. alapelv – Hálózati gondolkodás

A helyzetelemzés több olyan sikeres hálózatos modellt azonosított a megye területén, amelyek bizonyítják a hálózatépítés turisztikai értékteremtő erejét: az EuroVelo 6, 11 és 13 útvonalak találkozása, a Tourinform-hálózat országos rendszere, a borvidéki együttműködések és a Kiskunsági Nemzeti Park természetvédelmi hálózata egyaránt olyan kereteket biztosítanak, amelyek önmagukban jóval nagyobb vonzerővel bírnak, mint az egyes elemek külön-külön. Ugyanakkor a helyzetelemzés azt is megállapította, hogy ezek a hálózatok jellemzően fragmentáltan működnek, és ritkán kapcsolódnak egymáshoz szervesen.

A hálózati gondolkodás alapelve azt a szemléletmódot írja elő, amelyben a stratégia nem elszigetelt attrakciók fejlesztésében gondolkodik, hanem a szereplők - önkormányzatok, magánszolgáltatók, civil szervezetek, természetvédelmi szervek, határon túli partnerek - közötti kapcsolatrendszer tudatos erősítésében. Ez a szemlélet felismeri, hogy a turisztikai értékteremtés alapvetően hálózatos folyamat: az egyedi vonzerők csak akkor válnak komplex turisztikai terméké, ha a körük szerveződő szolgáltatási, közlekedési, marketing- és desztinációmenedzsment hálózat is megfelelően működik.

A hálózati megközelítés az EuroVelo-kapcsolatokon túl kiterjed a vízi és más aktív turisztikai hálózatokra, a tematikus útvonalakra, valamint az attrakciók és szolgáltatók összekapcsolására. A cél nem csupán fizikai nyomvonalak létrehozása, hanem a kapcsolódó szolgáltatások, programok, információs rendszerek és foglalható ajánlatok egységes terméké szervezése.

Érvényesítési irányok

- A termékpillérek közötti **horizontális kapcsolatok erősítése**: az egészségturisztikai kínálat aktív és kulturális elemekkel való kombinálása, csomagolása.
- **Határokon átnyúló hálózatok** megerősítése: a Duna-mente, a Vajdasággal való határmenti turisztikai együttműködés és az EuroVelo-hálózat teljes kiaknázása.
- **Adatvezérelt desztinációmenedzsment**: az egységes monitoring- és adatgyűjtési rendszer lehetővé teszi a hálózat egészére kiterjedő, valós idejű döntéshozatalt.

58. ábra - Az alapelvek érvényesítésének felelősei szereplők szerint

	EU / Nemzet	Vármegyei énkorm.	Helyi énkorm.	Magán-szolg.	Civil / Nemzetk.
1. Térségi tervezés	Elsődleges	Elsődleges	Másodlagos	Támogató	Támogató
2. Ingi átláthatóság	Másodlagos	Elsődleges	Elsődleges	Másodlagos	Támogató
3. Hálózati gondolk.	Támogató	Elsődleges	Elsődleges	Elsődleges	Másodlagos
4. Fenntartási hatóság	Elsődleges	Elsődleges	Másodlagos	Másodlagos	Elsődleges
5. Együttműködés	Másodlagos	Másodlagos	Elsődleges	Másodlagos	Másodlagos
	Elsődleges felelős	Másodlagos szereplő		Támogató szerep	

Forrás: Saját szerkesztés

4. alapelv – Környezeti fenntarthatóság

A helyzetelemzés részletesen feltárta, hogy Bács-Kiskun megye természeti rendszerei - a Kiskunsági Nemzeti Park Igazgatóság működési területének mozaikos élőhelyei, a Homokhátság szikes területei, a Duna és a Tisza árterei, a tavi ökoszisztémák – egyszerre adják a turisztikai vonzerő alapját és hordozzák a klímaváltozással összefüggő legsúlyosabb kockázatokat. A Homokhátság aszályérzékenysége, a talajvízkészletek csökkenése, a hőhullámok és az egyre szélsőségesebb időjárás nemcsak a mezőgazdaságot, hanem a turisztikai kínálat fenntarthatóságát is közvetlenül veszélyezteti.

A környezeti fenntarthatóság alapelve az, hogy a turizmusfejlesztés nem lehet ellentétes azoknak az ökoszisztéma-szolgáltatásoknak a megőrzésével, amelyekre maga is épül. Ez egyrészt a természeti erőforrások kíméletes használatát (látogatóterhelés-menedzsment, természetkímélő infrastruktúra), másrészt a klímaváltozáshoz való aktív alkalmazkodást (rezilienciaalapú fejlesztések, vízgazdálkodási integráció), harmadrészt a GSTC-sztenderdek szerinti minőségi keret érvényesítését jelenti. A fenntarthatóság nem öncél, hanem a versenyképesség hosszú távú biztosításának feltétele: a természeti értékek degradálódása közvetlenül csökkentené a megye turisztikai vonzerejét.

A fenntarthatóságot a GSTC nemzetközi szabványainak megfelelően minden új turisztikai projekt előkészítésekor számonkérhető szakmai feltételekre kell lefordítani: erőforrás- és energiahatékonyság, vízhasználat, klímaalkalmazkodás, természet- és tájvédelem, hozzáférhetőség, helyi gazdasági kapcsolódás, közösségi bevonás és hosszú távú üzemeltethetőség szerint. Ezek a szempontok a projektértékelési és monitoring rendszer részét képezik.

A 2030-as és 2040-es célállapotok meghatározásakor figyelembe kell venni, hogy az ökoturisztikai termékek, a víziturizmus és az aktív turisztikai kínálat – amelyek a

helyzetelemzés szerint a legdinamikusabb növekedési pályán mozognak – csak akkor tudnak tartósan versenyképesek maradni, ha az ökológiai alapjuk is megmarad.

Érvényesítési irányok

- GSTC-sztenderdek szerinti értékelési és minősítési rendszer bevezetése minden turisztikai fejlesztésre.
- Klímaadaptációs intézkedések integrálása: szárazságtűrő tájrendezés, árnyékolás, vízgazdálkodási szempontok a fejlesztési tervekben.
- Látogatóterhelés-menedzsment rendszer kialakítása a Kiskunsági Nemzeti Park területén és a kiemelt természeti attrakcióknál.
- Zöld infrastruktúra és ökoszisztéma-szolgáltatások védelme a fejlesztési döntéshozatalban.

5. alapelv – Esélyegyenlőség és inkluzivitás

A helyzetelemzés markáns területi és társadalmi egyenlőtlenségeket tárt fel a megyén belül. A turisztikai fejlesztések és a vendégforgalom koncentrálódása elsősorban Kecskemét és agglomerációja, Kiskunmajsa és Kiskunhalas fürdőterületeire, valamint a Duna menti térségre jellemző; a déli és határmenti járások, a homokhátság aprófalvai és a tanyás térségek tartósan kimaradnak a fejlesztések hasznaiból. Emellett az alacsony bérszínvonal a turisztikai szektorban, a munkaerőhiány és a képzési lehetőségek szűkössége strukturális munkaerőpiaci egyenlőtlenségekre utal.

Az esélyegyenlőség és inkluzivitás alapelve két dimenzióban érvényesítendő. Területi dimenzióban azt jelenti, hogy a stratégia célzottan törekszik a turisztikai fejlesztések hatáskörének kiterjesztésére a leszakadó térségekre: ezek számára speciális fejlesztési ösztönzők, hálózati integráció és marketingtámogatás szükséges. Célcsoport-dimenzióban azt jelenti, hogy a turisztikai kínálat a lehető legszélesebb felhasználói kör számára legyen hozzáférhető: az idősek, a mozgáskorlátozott személyek, a gyermekes családok, a külföldi látogatók és a kerékpáros turisták egyaránt megtalálják a szükséges infrastrukturális és szolgáltatási feltételeket.

A horizontális szempontok figyelembevétele turizmusfejlesztés nemcsak etikai követelmény, hanem a területi kohézió és a hosszú távú versenyképesség szempontjából is indokolt: a jelenleg alulhasznosított természeti és kulturális erőforrások bevonása szélesíti a kínálatot, csökkenti a szezonalitást, és új célcsoportokat nyit meg a megye számára.

Érvényesítési irányok

- Területi kiegyenlítési célok beépítése a fejlesztési prioritásokba: célzott ösztönzők a déli és határmenti járások számára.
- Akadálymentesítési előírások minden turisztikai fejlesztésre – infrastruktúra, tájékoztatás, digitális felületek egyaránt.
- Munkavállalói méltányosság: a stratégia ösztönzi a turisztikai szektorban foglalkoztatottak bér- és képzési feltételeinek javítását.

- Digitális hozzáférhetőség és többnyelvű tájékoztatás, mint alapkövetelmény minden desztinációs kommunikációban.

Az alapelvek összefoglalása

Az öt alapelv együttesen alkotja azt a tervezési, intézményi és értékbeli keretet, amelyen belül a stratégia céljai megvalósíthatók. Az alábbi táblázat összefoglalja az egyes alapelvek fő tartalmát, a helyzetelemzésből levezetett indokát és a stratégia többi elemével való kapcsolatát.

10. táblázat - A turizmusfejlesztési stratégia alapelveinek összefoglalása

Alapelv	Tartalom	Helyzetelemzési alap	Kapcsolat a stratégiával
1. Térségi, integrált és komplex tervezés	A megye turisztikai rendszerének egységes, hálózatos fejlesztése	Széttagolt, pontszerű fejlesztések; területi koncentrációk	Beavatkozási logika, területi célok
2. Jogi és szervezeti átláthatóság	Egyértelmű felelősségi körök, GSTC-keret, fenntarthatóság	Hiányzó megyei koordináció; bezárt attrakciók	Szervezeti keret, monitoring
3. Hálózati gondolkodás	Szereplők és termékek tudatos összekötése	Fragmentált EuroVelo és megyén belüli kerékpárút hálózat, borút, Tourinform hálózatok	Együttműködők köre, horizontális célok
4. Környezeti fenntarthatóság	Ökoszisztéma-megőrzés, klímaadaptáció, GSTC	KNP terhelés, Homokhátság aszály, klímakockázatok	Horizontális célok, fenntarthatósági indikátorok
5. Esélyegyenlőség és inkluzivitás	Területi kiegyenlítés, akadálymentesítés, célcsoportok	Déli járások lemaradása; bérolló a turizmusban	Célcsoportok, területi célok

Forrás: Saját szerkesztés

Az alapelvek jelen fejezetben rögzített rendszere irányadó a stratégia minden további elemére: a jövőkép megalkotásától a célok és célcsoportok meghatározásán át az egyes beavatkozásokig és a kulcsfontosságú mutatók kiválasztásáig. Az alapelvektől való eltérés kizárólag kivételes, indokolt esetben és dokumentált döntéssel lehetséges.

3.2 Jövőkép

A turizmusfejlesztési stratégia jövőképe azt a kívánatos állapotot írja le, amelyet Bács-Kiskun megyének 2040-re el kell érnie ahhoz, hogy turizmusa tartósan versenyképes, gazdaságilag fenntartható és a helyi közösségek számára értéket teremtő ágazattá váljon. A jövőkép a helyzetelemzés megállapításain, a megye valós adottságain és a stratégiai alapelveken alapul, ezért reális, de egyúttal kellően ambiciózus irányvonalat jelöl ki.

A turizmus gazdasági és társadalmi szerepe túlmutat a szálláshely-szolgáltatáson és vendéglátáson: hozzájárulhat a települések élhetőségéhez, a kulturális és közösségi szolgáltatások fennmaradásához, a helyi rekreációhoz, a civil aktivitáshoz és a vidéki gazdaság diverzifikációjához. Különösen a nagyiparral kevésbé rendelkező periférikus térségekben lehet jelentős kiegészítő jövedelem- és foglalkoztatási szerepe.

A jövőkép feladata kettős. Egyrészt irányt és célt ad a stratégiai tervezésnek, azonosítja azt a jövőbeli állapotot, amelyhez a fejlesztési célok, a beavatkozások és az együttműködések összehangolódnak. Másrészt inspirálja és motiválja a megvalósításban részt vevő szereplőket – önkormányzatokat, magánszolgáltatókat, civil szervezeteket és az érintett állami intézményeket –, közös narratívát adva az egyébként sokszereplős és sok irányból érkező fejlesztési erőfeszítéseknek.

A jövőkép megalkotásakor a helyzetelemzés három meghatározó tapasztalatát vettük figyelembe. Először: a megye rendkívül gazdag természeti és kulturális erőforrásokkal rendelkezik (gyógy- és termálvizekkel, a Kiskunsági Nemzeti Park egyedülálló ökoszisztémájával, a Duna és a Tisza menti tájjal, mély kulturális és gasztronómiai örökséggel), amelyek eddig nem szerveződtek egységes, piacképes desztinációs terméké. Másodsor: a korábbi fejlesztési ciklusok pontszerű beavatkozásai látható eredményeket hoztak egyes ágazatokban (egészségturizmus, kerékpáros infrastruktúra), de a megye egésze nem vált felismerhető, önálló turisztikai márkává az országos vagy nemzetközi piacon. Harmadsor: a helyzetelemzés olyan strukturális kihívásokat azonosított (klímaváltozás, területi egyenlőtlenségek, koordinációhiány), amelyekkel szemben csak hosszú távú, integrált szemléletű fejlesztési stratégia tud hatékonyan fellépni.

A jövőkép

2040-re Bács-Kiskun megye a Duna–Tisza közének egyedi, fenntartható és versenyképes turisztikai desztinációja –

ahol a gyógyító vizek, az alföldi táj és kulturális örökség komplex élménnyé válik,

a helyi közösségek életminőségét és a természeti értékek megőrzését egyaránt szolgálva.

Ez a jövőkép-mondat három szempontot vesz figyelembe. Az **egyediség** arra utal, hogy Bács-Kiskun turizmusának nem az a célja, hogy egy általános, bármely alföldi térségre ráhúzható

kínálatot nyújtson, hanem hogy a Duna–Tisza köze saját, összetéveszthetetlen karakterét – a gyógyító vizeket, az alföldi pusztá örökségét, a folyók menti tájat, a hungarikumokat és a népi kultúrát – felismerhető és megkülönböztethető, egyben jól pozicionálható turisztikai termékekben jelenítse meg.

A **fenntarthatóság** azt jelenti, hogy a fejlesztések nem merítenek ki és nem degradálnak olyan természeti és társadalmi értékeket, amelyekre maga a turizmus is épül.

A **versenyképesség** pedig azt, hogy a kínálat minőségben, szolgáltatási szintben és piaci láthatóságban eléri azt a szintet, amelyen a hazai és a releváns külföldi turisták ténylegesen felé fordulnak.

3.2.1. A jövőkép három stratégiai dimenziója

A stratégiai keretrendszer az átfogó jövőképet három egymással összefüggő dimenzió mentén bontja ki. E három dimenzió – piaci láthatóság, kínálati megkülönböztethetőség és működési versenyképesség – egyszerre írja le azt, amit a vendég tapasztal, azt, amit a piac lát, és azt, ami a háttérben a sikeres működés feltételeit biztosítja.

59. ábra - A jövőkép három stratégiai dimenziója



Forrás: Saját szerkesztés

3.2.1.1. Piaci láthatóság

A helyzetelemzés egyértelműen megmutatta, hogy Bács-Kiskun megye - gazdag adottságai ellenére – nem rendelkezik erős, önálló turisztikai márkával sem a belföldi, sem a nemzetközi piacon. A fürdők, a Kiskunsági Nemzeti Park, Kecskemét vagy a Bajai Halfőző Fesztivál egyenként ismertek, de nem alkotnak egységes, felismerhető desztinációs narratívát. 2040-re a jövőkép azt feltételezi, hogy Bács-Kiskun, mint a Duna–Tisza közének gyógyhelye és

természeti élményközpontja jelenik meg a köztudatban: egységes márkával, célzott digitális jelenléttel és határ menti piacokra is kiterjedő kommunikációval.

3.2.1.2. Kínálati megkülönböztethetőség

A megkülönböztethetőség a jövőkép tartalmi lényege. Bács-Kiskun turizmusa pontosan azért nem tud kitörni a közepes láthatóság szintjéről, mert a meglévő kínálati elemek, bár önmagukban értékesek, nem szerveződnek egyedi, márkás termékekké. A jövőkép szerint 2040-re a három fő termékpillér (egészségturizmus, kulturális és örökségturizmus, aktív és víziturizmus) olyan komplex, tematizált élménycsomagokban jelenik meg, amelyeket a versenytárs desztinációk nem tudnak lemásolni: a gyógyítás, a táj és a kultúra összefonódásában rejlik a megye egyedi ereje.

3.2.1.3. Működési versenyképesség

A legjobb kínálat is kudarcra van ítélve, ha a mögöttes intézményi és szervezeti háttér nem működik. A helyzetelemzés kulcsproblémájaként azonosított koordinációhiányt, a fenntartás nélkül maradó fejlesztéseket és a szétaprózott desztinációmenedzsmentet a jövőkép úgy orvosolja, hogy 2040-re egy stabil, adatvezérelt megyei DMO koordinálja a fejlesztéseket, a GSTC-alapú minőségi keret egységes standardokat teremt, és a finanszírozási struktúra biztosítja az eredmények hosszú távú fenntarthatóságát.

3.2.2. A három termékpillér a jövőképben

A jövőkép konkrét tartalma a három fő turisztikai termékpilléren keresztül válik értelmezhetővé. Ezek nem egymástól elszigetelt fejlesztési területek, hanem a jövőkép egyetlen, összetéveszthetetlen karakterű desztinációjának komplementer alkotóelemei.

3.2.2.1. Egészségturizmus – a pozicionáló termék

A helyzetelemzés megerősítette, hogy a megye 18 gyógyvízforrása, három minősített gyógyhelye (Kiskunhalas, Kiskunmajsa, Tiszakécske) és a negyedikként előkészítés alatt álló Lakitelek az ország egyik legjelentősebb gyógyturisztikai erőforrás-bázisát alkotják. Ugyanakkor a jelenlegi kínálat nem tükrözi ezt a potenciált: a márkaismertség alacsony, a medical wellness kínálat hiányos, és a gyógyfürdők nem épülnek be tematikus, többnapos turisztikai termékekbe.

2040-re a jövőkép szerint az egészségturizmus Bács-Kiskun legfőbb pozicionáló terméke: a gyógyhelyek a prevenciós és életmód-medicina szemléletében újulnak meg, a wellness és a medical wellness kínálat bővül, és a gyógyfürdőket tematikus csomagok kötik össze a borvidékekkel, a Kiskunsági Nemzeti Parkkal és a kulturális útvonalakkal. A „gyógyulás és élmény a Duna–Tisza közén” narratíva a megye egységes márkájának magja.

Az egészségturizmushoz kapcsolódó prevenciós és életmódprogramok részeként az aktív turizmus kíméletes formái is szerepet kapnak, például a vezetett gyaloglás, a nordic walking, a könnyebb kerékpározás és az egészségi állapothoz igazított mozgásprogramok. Az evezős,

kajak-kenu és más emberi erővel végzett vízitúrázás az aktív turizmus része; ettől elkülönítve kezelendő a személyhajózás, a kikötői szolgáltatás és a vízparti rekreáció.

3.2.2.2. Kulturális és örökségturizmus – a mélység és az azonosság

Bács-Kiskun kulturális öröksége rendkívül gazdag és sokrétű: a kalocsai hímzés és a Petőfi-hagyaték hungarikumszintű értékeket képvisel, Baja gasztronómiai és folyami öröksége, Kiskunhalas csipkekészítése, a sváb pincefalu Hajóson, a Kiskunság pusztai lovas hagyományai mind egyedülálló turisztikai nyersanyagok. A helyzetelemzés kritikája azonban az volt, hogy ezek statikus, egymástól elszigetelt attrakciókként működnek, élménybeli és digitális megújulás nélkül.

2040-re a jövőkép a kulturális és örökségturizmust élményalapú, narratívavezérelt termékrendszerként látja: tematikus útvonalak (Petőfi-útvonal, Duna–gasztró–örökség körút, sváb kulturális útvonal), interaktív látogatói élmények, közös programnaplók és egységes arculat kötik össze az egyébként szétszórta értékeket. A kulturális turizmus nem önmagában áll, hanem bővíti és mélyíti az egészségturisztikai és aktív turisztikai tartózkodásokat.

3.2.2.3. Aktív turizmus (ezen belül víziturizmus) – a növekedés motorja

A helyzetelemzés az aktív és víziturizmus termékeit azonosította a legdinamikusabb növekedési pályán lévő pilléreként: az EuroVelo-útvonalak találkozása, a Duna és a Tisza menti vízitúra-infrastruktúra fejlesztése, a Kiskunsági Nemzeti Park Igazgatóság tanösvényei és egyéb kijelölt túraútvonalai, valamint a Duna–Dráva Nemzeti Park Igazgatósághoz kapcsolódó Duna menti természetvédelmi és ökoturisztikai területek és a bugaci lovas- és tanyai programok mind erős turisztikai potenciállal bírnak. A 2021–2027-es uniós ciklusban megvalósuló kerékpárút-fejlesztések és víziturisztikai beruházások erre az alapra építenek.

2040-re az aktív és víziturizmus a megye egész területén érzékelhető, hálózatos kínálatot alkot: az EuroVelo 6, 11 és 13 teljes, szolgáltatásgazdag útvonalat jelent a megyén át, a Duna és a Tisza menti kikötőlánc lehetővé teszi a többnapos vízitúrákat, és a Kiskunsági Nemzeti Park ösvényhálózata fenntartható terhelésmentességgel fogadja az öko- és természetjáró turistákat.

3.2.3. Horizontális célok a jövőképben

A három termékpillér mellé a jövőkép **négy horizontális célt** rendel, amelyek nem egyetlen termékre, hanem a teljes turisztikai rendszer működésére vonatkoznak. Ezek a célok az alapelvek fejezetből következnek, és közvetlen tartalmat adnak a jövőkép megvalósításához.

11. táblázat - Horizontális célok - mit jelent 2040-re?

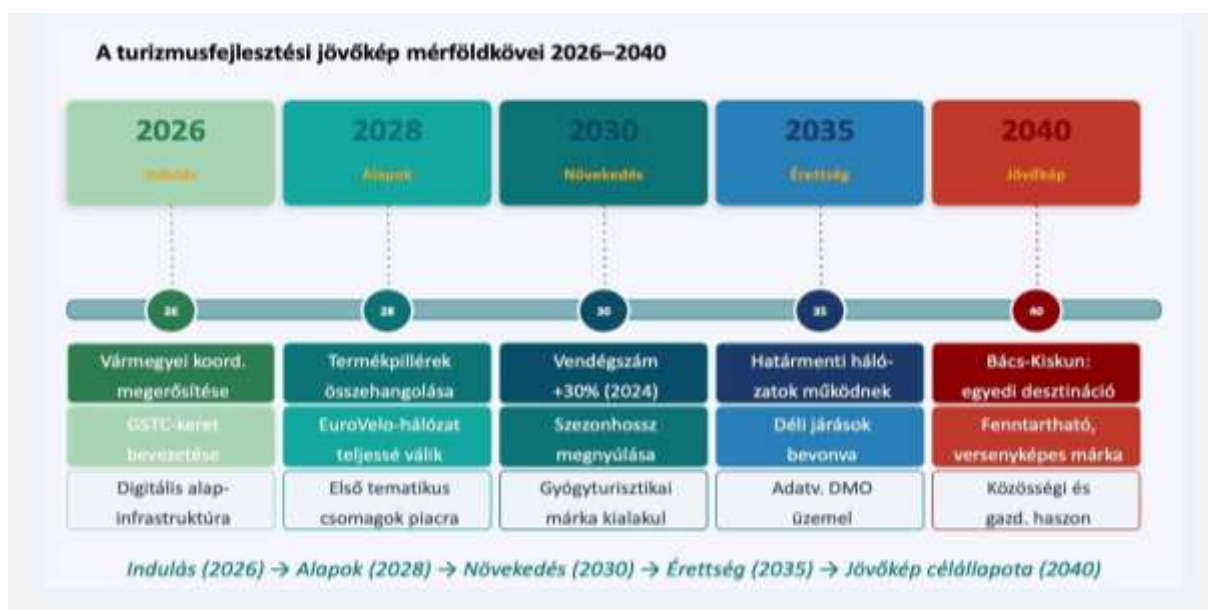
Horizontális cél	Mit jelent 2040-re?
Fenntarthatóság & klímaadaptáció	A turisztikai kínálat alapja nem degradálódott: a Kiskunsági Nemzeti Park természeti értékei, a gyógy- és termálvizek és a folyók menti tájak terheléssel arányos fejlesztési politikán alapuló megőrzésének köszönhetően megmaradtak és éltetik a turisztikai vonzerőt.
Hálózatos szereplők	A megye turisztikai szereplői – önkormányzatok, magánszolgáltatók, civil szervezetek, természetvédelmi szervek és határon túli partnerek – intézményesített, adatvezérelt együttműködési rendszerben dolgoznak a közös desztinációs célokért.
Esélyegyenlőség & inkluzivitás	A turisztikai fejlesztések hatása a teljes megyére kiterjed: a déli és határmenti járárok is élnek a turizmus gazdasági hasznaiból, a kínálat akadálymentes és többnyelvű, a helyi foglalkoztatás minőségi javulása érezhető.
Digitalizáció & innováció	A megye egységes digitális desztinációs platformmal rendelkezik, a szálláshelyek és attrakciók professzionálisan jelen vannak az online térben, és az adatvezérelt döntéshozatal a tervezéstől a monitoringig végigkíséri a stratégia megvalósítását.

Forrás: Saját szerkesztés

3.2.4. A jövőkép mérföldkövei: 2026–2040

A jövőkép nem egyetlen ugrásban érhető el: a stratégia időhorizontján belül három meghatározó mérföldkövet célszerű kitűzni. A 2030-as cél az alapok lerakása és az első mérhető eredmények elérése; a 2035-ös cél a rendszerszintű kiteljesedés; a 2040-es cél pedig maga a jövőkép célállapota. Az egyes mérföldkövek konkrét tartalma a stratégia célrendszerének és indikátorainak kidolgozásakor kerül részletezésre.

60. ábra - A turizmusfejlesztési jövőkép mérföldkövei 2026–2040



Forrás: Saját szerkesztés

2030 – Az alapok megerősítése

Az első időszak (2026-2030) feladata az intézményi és infrastrukturális alapok megteremtése: a megyei koordinációs szervezet létrehozása és megerősítése, a GSTC-keretrendszer bevezetése, az EuroVelo-hálózat teljessé válása, az első komplex tematikus csomagok piacra kerülése és a digitális jelenlét egységesítése. Ebben az időszakban a hangsúly a kínálati integráción és az intézményrendszer megerősítésén van. A 2030-as célállapot mérőszáma: a vendégszám legalább 25–30%-os növekedése a 2024-es bázishoz képest, a szezonhossz érdemi megnyúlása, és a megyei turisztikai márka első, mérhető piaci megjelenése.

2035 – Rendszerszintű kiteljesedés

A második időszakban (2031–2035) a figyelme az érettség és a területi kiterjedés felé fordul: a déli és határmenti járások turisztikai bevonása megtörténik, a határokon átnyúló hálózatok (Magyarország–Szerbia) aktívan működnek, a gyógyturisztikai márka kialakul és felismerhető, az adatvezérelt DMO teljeskörűen üzemel. Az egészségturizmus, a kulturális és az aktív turisztikai pillérek közötti kereszt-termékek piacképessé válnak.

2040 – A jövőkép célállapota

2040-re Bács-Kiskun megye elérte azt az állapotot, amelyet a jövőkép leír: egyedi desztinációs karakterrel, fenntartható kínálattal és versenyképes működéssel rendelkezik. A turizmus érzékelhető gazdasági és közösségi hasznot hoz a teljes megyének (nemcsak az egyes kiemelkedő desztinációknak), és az ágazat hozzájárul a helyi közösségek életminőségének javításához, a természeti értékek megőrzéséhez és a területi kohézió erősítéséhez.

3.2.5. A jövőkép és a stratégia többi elemének kapcsolata

A jövőkép nem önálló fejezet, hanem a stratégia egész rendszerének gravitációs pontja: minden célkitűzés, beavatkozás és indikátor arra kell irányuljon, hogy hozzájáruljon a jövőkép megvalósításához. Az alapelvek fejezet meghatározta azokat a tervezési és értékbeli kereteket, amelyek mentén a jövőkép elérhető. A következő fejezetek, célok és célcsoportok, beavatkozások, együttműködők, kulcsmutatók, a jövőkép tartalmi kibontásaként értelmezendők: azokat az intézkedéseket és szereplőket azonosítják, amelyek ténylegesen eljuttatják a megyét a leírt 2040-es állapothoz.

A jövőkép két szempontból is kötelező erejű iránymutató. A fejlesztési döntéseknél mindig megkérdendő: ez a beavatkozás közelebb visz a jövőképhez, vagy sem? Az értékelési és monitoringrendszerben pedig minden fontosabb stratégiai mutató visszavezethető a jövőkép három dimenziójára: láthatóság, megkülönböztethetőség, versenyképesség, amelyek mentén a stratégia előrehaladása nyomon követhető.

3.3 Célok és prioritások

A helyzetelemzés megállapításaira és a 3.2. fejezetben rögzített jövőképre támaszkodva a stratégia ebben a fejezetben határozza meg azokat a konkrét célokat, amelyek megvalósítása 2040-re elvezet a kívánt desztinációs állapothoz. A célrendszer **egy átfogó célt és kilenc tematikus célterületet foglal magában**, amelyek lefedik a gazdasági, infrastrukturális, kulturális, fenntarthatósági, közösségi, versenyképességi, marketing-, élmény- és biztonsági dimenziókat.

A célok meghatározása a **SMART-modell** alkalmazásával történt, amely biztosítja, hogy minden cél konkrét, mérhető, elérhető, releváns és időhöz kötött legyen. Ez a megközelítés teszi lehetővé, hogy a stratégia célrendszere ne csupán szándéknyilatkozat, hanem valóban racionalizálható, teljesítményértékeléssel alátámasztott fejlesztési keretrendszer legyen.

61. ábra - A SMART célmeghatározási módszertan alkalmazása a turizmusfejlesztési célokban



Forrás: Saját szerkesztés

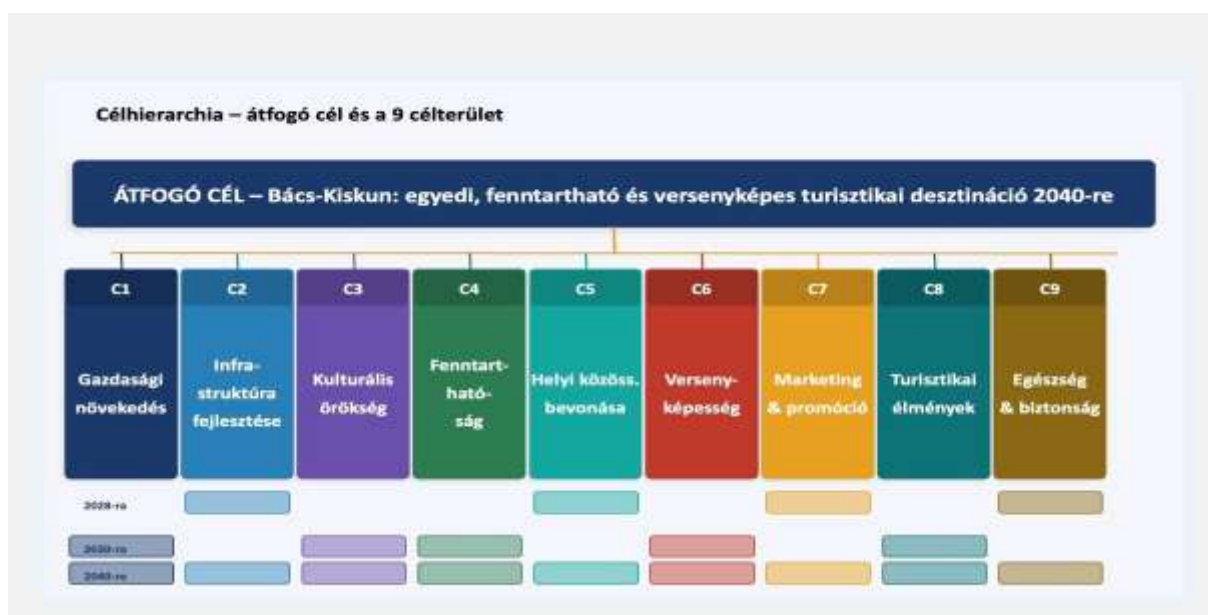
3.3.1. Az átfogó cél

A stratégia átfogó célja a jövőkép operatív megfelelője: a kívánatos 2040-es állapotot a beavatkozások és a mérhető eredmények irányába fordítja.

2030-ra Bács-Kiskun megye turizmusának vendégforgalma legalább 30%-kal, turisztikai bevételei legalább 35%-kal növekednek a 2024-es bázishoz képest, miközben az újonnan létrejövő valamennyi fejlesztés a GSTC fenntarthatósági sztenderdekre épül.

2040-re a megye elismert, egyedi arculatú és fenntartható turisztikai desztinációvá válik a Duna–Tisza között.

62. ábra - A turizmusfejlesztési stratégia célhierarchiája – átfogó cél és a 9 célterület



Forrás: Saját szerkesztés

3.3.2. A SMART célok módszertana

A SMART-modell alkalmazása biztosítja, hogy minden egyes célterület esetében pontosan meghatározhatók legyenek: a beavatkozás tárgya és hatóköre (Konkrét), a teljesülés értékelésének alapjául szolgáló mutatószámok (Mérhető), a realitást alátámasztó eszközök és kapacitások (Elérhető), a jövőképpel és az alapelvekkel való összhang (Releváns), valamint a felelősségi és teljesítési határidők (Időhöz kötött). Az egyes célterületek SMART-táblázatai az alábbiakban kerülnek kifejtésre.

C1	Gazdasági növekedés A helyi gazdaság élénkítése, diverzifikálása, vállalkozói bevételek növelése a turizmus révén.
----	---

A helyzetelemzés megmutatta, hogy Bács-Kiskun turizmusa kis- és középvállalkozásokra épül, az ágazat részesedése a megye GDP-jéből és foglalkoztatásában elmarad a potenciáltól. A korábbi stratégia vendégforgalmi céljai részben teljesültek, de a tartós gazdasági haszon – különösen a déli térségekben – korlátozott maradt. A C1 cél az ágazati bevételek és a foglalkoztatás érzékelhető növelését tűzi ki, ösztönzi a szektorok közötti együttműködéseket (ipari turizmus, incentív, MICE) és a helyi terméklánc erősítését.

12. táblázat - C1-hez rendelt SMART kritériumok

SMART kritérium	Tartalom	Megfogalmazás / Mutató
-----------------	----------	------------------------

S – Konkrét	Turisztikai bevételek és munkahelyek	A turizmushoz kapcsolódó vendégforgalmi bevételek és a turisztikai szektorbeli foglalkoztatás növelése a teljes megyében, különös tekintettel a déli járásokra.
M – Mérhető	Vendégéjszakák, foglalkoztatás, IFA	Kereskedelmi szálláshelyeken eltöltött vendégéjszakák: +30% (2030-ra, 2024-es bázis). IFA-bevételek: +25% (2028-ra).
A – Elérhető	TOP Plusz, Kisfaludy Program	A 2021–2027-es ciklus turisztikai és vidékfejlesztési forrásai, a Kisfaludy Hitelprogram és az üzleti turizmus ösztönzése reális alapot biztosít a célok eléréséhez.
R – Releváns	Jövőkép, gazdasági kiegyenlítés	Közvetlenül kapcsolódik a jövőkép „gazdasági és közösségi haszon” dimenziójához és a területi kiegyenlítés alapelveihez.
T – Időhöz kötött	2028 / 2030 / 2040	IFA-növekedés: 2028-ra. Vendégéjszakák +30%, 2030-ra. Tartós, kiegyensúlyozott növekedés: 2040-re.

Forrás: Saját szerkesztés

C2	Infrastruktúra fejlesztése Turisztikai infrastruktúra minőségének és lefedettségének javítása, közlekedési elérhetőség és akadálymentesítés.
-----------	---

Az EuroVelo-hálózat meglévő szakaszai és a TOP Plusz aktív turisztikai fejlesztések jó alapot adnak, de a szálláshely-kapacitás és -minőség, a kerékpárút-összeköttetés hiányos szakaszai, és az akadálymentesítési elvárások teljesítése még komoly feladatot jelent. A hiányok felszámolását jelenti az EUROVELO 13-hoz kapcsolódó hálózatfejlesztés. A víziturisztikai kikötőlánc kiépítése szintén sürgető infrastrukturális elvárás, ezt három folyamatban lévő, összesen mintegy 1,8 milliárd Ft-nyi fejlesztés segíti. (A fejlesztések rövid bemutatását lásd a Helyzetelemzésben.)

13. táblázat - C2-höz rendelt SMART kritériumok

SMART kritérium	Tartalom	Megfogalmazás / Mutató
-----------------	----------	------------------------

S – Konkrét	Kerékpárút, szálláshely, akadályment., vízi turizmus infrastrukturális fejlesztése	Az EuroVelo-hálózat hiányzó szakaszainak kiépítése, a szálláshelyminőség javítása, akadálymentesítési auditok elvégzése és korrekciók megvalósítása a kiemelt attrakcióknál. Mindemellett az EV13 mentén pihenőpontok fejlesztése, vízi turisztikai infrastruktúra fejlesztése
M – Mérhető	%-os lefedettség, audit	Akadálymentesítési audit elvégzése a top-30 attrakcióban: 100% (2028-ra). Szálláshelyek kapacitáskihasználtsága: éves átlag 50% felé (2030-ra).
A – Elérhető	TOP_PLUSZ-6.1.3, KEHOP Plusz, Kiszaludó Hitelprogram	Folyamatban lévő kerékpárút-fejlesztések (9,5 Mrd Ft), aktív turisztikai TOP Plusz projektek és KEHOP Plusz természeti infrastruktúra-fejlesztések reális végrehajtást tesznek lehetővé.
R – Releváns	Aktív turizmus, esélyegyenlőség	Közvetlenül kapcsolódik a 4. és 5. alapelvhez (esélyegyenlőség, hálózati gondolkodás), és az aktív turisztikai termékpillér versenyképességéhez.
T – Időhöz kötött	2028 / 2030	EuroVelo és akadálymentesítési audit: 2029-re. Szálláshelyek kapacitáskihasználtsági cél: 2030-ra.

Forrás: Saját szerkesztés

C3	Kulturális örökség megőrzése és népszerűsítése Komplex tematikus útvonalak, élményalapú kulturális termékek és a helyi hagyományok fenntartható hasznosítása.
-----------	--

A helyzetelemzés a kulturális és örökségturizmusban egyedülálló erőforrásokat (kalocsai hímzés, halasi csipke, Petőfi-örökség, hajósi pincefalu, bajai halászlé) azonosított, amelyek eddig elszigetelten működnek. A komplex tematikus útvonalak hiánya akadályozza, hogy a szétszórt értékek valódi desztinációs terméké váljanak.

14. táblázat - C3-hoz rendelt SMART kritériumok

SMART kritérium	Tartalom	Megfogalmazás / Mutató
-----------------	----------	------------------------

S – Konkrét	Tematikus útvonalak, élményinterpretáció	Legalább 3 komplex, piacképes kulturális tematikus útvonal kialakítása és aktív marketingje; kulturális attrakciók élményalapú interpretációjának fejlesztése.
M – Mérhető	Útvonalak, látogatók, digitális tartalom	3 komplex útvonal piacra kerülése (Petőfi-útvonal, Duna–gasztro–örökség, sváb kulturális körút); 2030-ra. Kiemelten fejlesztett útvonalak: min. 50.000 látogató/év 2035-re. Minden kiemelt attrakció: legalább 2 nyelvű digitális tartalom 2030-ra.
A – Elérhető	TOP Plusz kulturális projektek	A folyamatban lévő és tervezett TOP Plusz kulturális és örökségturisztikai beruházások, az Interreg határmenti programok és a meglévő Petőfi-útvonal alapra épített fejlesztés reális kereteket ad.
R – Releváns	Kulturális termékpillér, megkülönböztethetőség	A stratégiai keretrendszer kulturális pillérének közvetlen operatív célja; erősíti a kínálati megkülönböztethetőség dimenzióját.
T – Időhöz kötött	2030 / 2035	3 komplex útvonal piacra: 2030-ra. 50.000 látogató/útvonal/év: 2035-re.

Forrás: Saját szerkesztés

C4	Fenntarthatóság és környezetvédelem GSTC-keretrendszer bevezetése, klímaadaptáció, látogatóterhelés-menedzsment, természeti értékek megőrzése.
-----------	---

A Kiskunsági Nemzeti Park Igazgatóság működési területének látogatói terhelési kockázatai, a Homokhátság aszályérzékenysége és a klímaváltozás fokozódó hatásai szükségessé teszik, hogy a fenntarthatóság ne csak elvi követelmény, hanem operatív tervezési feltétel legyen. A GSTC-sztenderdek bevezetése egységes keretet ad a fejlesztések értékeléséhez.

15. táblázat - C4-hez rendelt SMART kritériumok

SMART kritérium	Tartalom	Megfogalmazás / Mutató
-----------------	----------	------------------------

S – Konkrét	GSTC, látogatómenedzsment, klímaadaptáció	Minden új turisztikai fejlesztés GSTC-kritériumok szerinti értékelése; látogatóterhelés-menedzsment rendszer a KNP-ben és a kiemelt természeti területeken; klímaadaptációs intézkedések integrálása a fejlesztési döntésekbe.
M – Mérhető	GSTC arány, kapacitáskorlátok	GSTC-értékelés: 100% az összes támogatásból finanszírozott fejlesztésnél (2030-tól), legalább 80%-os megfeleléssel. Látogatói kapacitáskorlátok bevezetése legalább 5 természeti területen (2030-ra). Szén-dioxid-kibocsátás csökkentése a turisztikai infrastruktúrában: mérhető (2035-re).
A – Elérhető	KEHOP Plusz, GSTC tanúsítás	A KEHOP Plusz természetvédelmi és klímaadaptációs forrásai, a GSTC tanúsítási eljárás és a meglévő KNP monitoring rendszer biztosítja a megvalósítás feltételeit.
R – Releváns	Fenntarthatóság alapelve, 4. dimenzió	A stratégia 4. alapelvének (fenntarthatóság) közvetlen operatív megvalósítása; védi a turisztikai vonzerő ökológiai alapját.
T – Időhöz kötött	2030 / 2035	GSTC-kötelezettség: 2030-tól. Kapacitáskorlátok: 2030-ra. Mérhető klímaadaptációs eredmény: 2035-re.

Forrás: Saját szerkesztés

C5	Helyi közösségek bevonása és támogatása Megyei DMO létrehozása, döntéshozatali bevonás, területi kiegyenlítés, igazságos haszonmegosztás.
-----------	--

A helyzetelemzés a megyei szintű koordináció teljes hiányát azonosította az egyik legkritikusabb strukturális problémaként. A mozaikszerű desztinációmenedzsment rendszer miatt a helyi szereplők nem tudnak érdemi súllyal részt venni a fejlesztési döntésekben, a turizmus hasznai pedig koncentrálnak a nagyobb desztinációkban.

16. táblázat - C5-höz rendelt SMART kritériumok

SMART kritérium	Tartalom	Megfogalmazás / Mutató
-----------------	----------	------------------------

S – Konkrét	DMO, participáció, területi arány	Megyei turisztikai koordinációs szervezet (DMO) létrehozása; minden fejlesztési döntéshozatali folyamatba helyi önkormányzatok és civil szervezetek bevonása; a fejlesztési forrásokból dedikált keret biztosítása a turisztikai potenciállal rendelkező, de jelenleg alulhasznosított a déli és határmenti járásokba.
M – Mérhető	DMO felállás, déli arány	Megyei DMO: 2028-ra felállt és működik. Fejlesztési forrásokból déli és határmenti járásokba, illetve a Kiskunságba (kiemelten a kunszentmiklósi járásba) jutó arány: legalább 35% (2030-ra). Éves konzultációs fórum: minden évben, min. 30 helyi szereplő részvételével.
A – Elérhető	Megyei önkormányzat, MTÜ	A Bács-Kiskun Vármegye Önkormányzata koordináló szerepe, a Magyar Turisztikai Ügynökség regionális partnerségi keretei és az uniós partnerségi előírások reális alapot adnak.
R – Releváns	Esélyegyenlőség, hálózati alapelv	A 3. (hálózati gondolkodás) és 5. (esélyegyenlőség) alapelv közvetlen operacionalizálása; a jövőkép területi kiegyenlítési dimenziójának megvalósítása.
T – Időhöz kötött	2028 / 2030 / 2035	DMO felállás: 2028-ra. Határmenti hálózatok aktívan működnek: 2035-re.

Forrás: Saját szerkesztés

C6	Versenyképesség növelése Egységes megyei turisztikai márka, innovatív termékek, kreatív turizmus, gamifikáció, cross-szektor termékek.
-----------	---

A helyzetelemzés megállapította, hogy a megye nem rendelkezik egységes, felismerhető turisztikai márkával. Az egyes desztinációk (Kiskunmajsa, Kecskemét, Baja) ismertek lokálisan, de a megye egésze láthatatlan. Az innováció – kreatív turizmus, digitális élmények, gamifikáció – a kínálat megkülönböztethetőségének kulcseleme lehet.

17. táblázat - C6-hoz rendelt SMART kritériumok

SMART kritérium	Tartalom	Megfogalmazás / Mutató
-----------------	----------	------------------------

S – Konkrét	Márka, innovatív termékek, EU-piacra lépés	Egységes megyei turisztikai márka kialakítása és aktív kommunikációja; legalább 2 innovatív, digitális/gamifikációs eleme turisztikai termék fejlesztése; a megye megjelenése az MTÜ kiemelt kommunikációjában.
M – Mérhető	Márka megjelenés, vendégelégedettség	Egységes márka piacra kerülése: 2030-ra. Vendégelégedettség növelése (2035-re). A megye megjelenése a Nemzeti Turizmusfejlesztési Stratégia kiemelt desztinációi között: 2030-ra.
A – Elérhető	MTÜ partnerség, DIMOP Plusz	A Digitális Megújulás Operatív Program Plusz (DIMOP Plusz) digitális turizmusfejlesztési forrásai, az MTÜ desztinációs marketing partnersége és a meglévő márkaértékek (gyógyhelyek, puszta, borvidékek) valós alapot adnak.
R – Releváns	Piaci láthatóság, megkülönböztethetőség	A jövőkép piaci láthatóság és kínálati megkülönböztethetőség dimenzióinak operatív megvalósítása.
T – Időhöz kötött	2030 / 2035	Egységes márka: 2030-ra. vendégelégedettség növelés 2035-re. Tartós, kiegyensúlyozott márkakommunikáció: 2040-re.

Forrás: Saját szerkesztés

C7	Marketing és promóció Egységes digitális desztinációs platform, célzott belföldi és külföldi kampányok, ismertsége növelése.
-----------	---

A helyzetelemzés a digitális jelenlét szempontjából kritikusan alacsony értékelést adott a legtöbb turisztikai attrakciónak. Nincs egységes többnyelvű platform, a social media aktivitás szétforgácsolt, és a megye nem szerepel a határ menti küldőpiacok (Szerbia, Szlovákia, Ausztria) prioritásos céllistáján.

18. táblázat - C7-hez rendelt SMART kritériumok

SMART kritérium	Tartalom	Megfogalmazás / Mutató
-----------------	----------	------------------------

S – Konkrét	Digitális platform, külföldi arány	Egységes megyei turisztikai webportál és desztinációs mobilalkalmazás fejlesztése; célzott külföldi marketing Szerbia, Ausztria és Németország irányába; a szálláshely-foglalások külföldi aránya növelése.
M – Mérhető	Platform, külföldi vendég %	Egységes, többnyelvű digitális platform: 2028. Külföldi vendégéjszakák aránya: +15% (2030-ra, 2024-es bázis). Social media aktív jelenléte minden kiemelt attrakcióban: 2028-ra.
A – Elérhető	DIMOP Plusz, Interreg	A DIMOP Plusz digitális turizmusfejlesztési és az Interreg határon átnyúló marketing-forrásai, az MTÜ digitális infrastruktúrája biztosítja a megvalósítás feltételeit.
R – Releváns	Piaci láthatóság, digitalizáció	A jövőkép piaci láthatóság dimenziójának és a 4. horizontális cél (digitalizáció) közvetlen megvalósítása.
T – Időhöz kötött	2028 / 2030	Platform: 2028-ra. Külföldi arány +15%: 2030-ra.

Forrás: Saját szerkesztés

C8	Turisztikai élmények gazdagítása Komplex, piacképes élménycsomagok, tematikus programok, minőségi élmény az egész tartózkodás alatt.
-----------	---

A helyzetelemzés megmutatta, hogy a jelenlegi kínálat elsősorban egynapos, pontszerű élményekre épül; kevés a komplex, többnapos termék, amely a három termékpillér elemeit összekapcsolja. A vendégelégedettség javítása és az egy főre jutó vendégköltség növelése csak élménybeli megújulással érhető el.

19. táblázat - C8-hoz rendelt SMART kritériumok

SMART kritérium	Tartalom	Megfogalmazás / Mutató
-----------------	----------	------------------------

S – Konkrét	Komplex csomagok, vendégelégedettség	Legalább 5 komplex, többnapos turisztikai élménycsomag piacra vitele, amelyek a három fő termékpillér elemeit ötvözik; a vendégelégedettségi mutatók rendszeres mérése és javítása.
M – Mérhető	Csomagszám, NPS, tartózkodási idő	5 komplex csomag piacra: 2030-ra. vendégelégedettség mértékének növelése (2035-re). Átlagos tartózkodási idő: +0,5 éj (2030-ra, 2024-es bázis).
A – Elérhető	TOP Plusz termékfejlesztés, DMO	A folyamatban lévő termékfejlesztési projektek, az egészségturisztikai kínálat és az aktív turisztikai infrastruktúra kombinálása reális alapot ad.
R – Releváns	Megkülönböztethetőség, versenyképesség	A jövőkép megkülönböztethetőség dimenziójának és a versenyképességi célnak közvetlen megvalósítása.
T – Időhöz kötött	2030 / 2035	5 csomag piacra: 2030-ra. vendégelégedettség növelése: 2035-re. Tartózkodási idő +0,5 éj: 2030-ra.

Forrás: Saját szerkesztés

C9	Egészségügyi és biztonsági szempontok Turistabiztonság, akadálymentesítés, egészségügyi infrastruktúra, fogyatékkal élők teljes körű kiszolgálása.
-----------	---

A helyzetelemzés az akadálymentesítést az egyik legkevésbé teljesített korábbi stratégiai követelményként azonosította. Az egészségügyi infrastruktúra – különösen a tájékoztatás, az elsősegélynyújtás és a kríziskommunikáció – fejlesztése a turisztikai minőség alapfeltétele, egyben az esélyegyenlőség elvének közvetlen érvényesítése.

20. táblázatok - C9-hez rendelt SMART kritériumok

SMART kritérium	Tartalom	Megfogalmazás / Mutató
S – Konkrét	Audit, akadálymentesítés, kríziskommunikáció	Akadálymentesítési audit elvégzése minden, évi legalább 10.000 látogatót vonzó attrakcióban és szálláshelyen; az auditok alapján

		szükséges korrekciók elvégzése; egységes turisztikai kríziskommunikációs rendszer kialakítása.
M – Mérhető	Audit %, akadályment.	Akadálymentesítési auditok: 100% (top-30 attrakció, 2028-ra). Szükséges korrekciók elvégzése: 80% (2030-ra). Egységes turisztikai biztonsági kommunikációs rendszer: 2028-ra.
A – Elérhető	A jövőben megvalósuló fejlesztések részeként megvalósuló akadálymentesség	A fejlesztésekhez kapcsolódó akadálymentes beavatkozások, a Neumann János Egyetem szakmai kapacitásai és a meglévő önkormányzati infrastruktúra reális alapot nyújt.
R – Releváns	Esélyegyenlőség, minőség alapelv	A 2. alapelv (jogi átláthatóság, GSTC-keret) és az 5. alapelv (esélyegyenlőség) közvetlen operatív megvalósítása.
T – Időhöz kötött	2028 / 2030	Auditok 100%: 2028-ra. Korrekciók 80%: 2030-ra.

Forrás: Saját szerkesztés

3.3.3. Prioritásmátrix – a célok megvalósítási sorrendje

A kilenc célterület nem egyforma sürgőséggel és egyforma hatással bír. A prioritásmátrix a célokat a várható hatásuk nagysága és a megvalósítás időhorizontja alapján rendezi el, ezzel megteremtve a beavatkozások és fejlesztési döntések logikai sorrendjét.

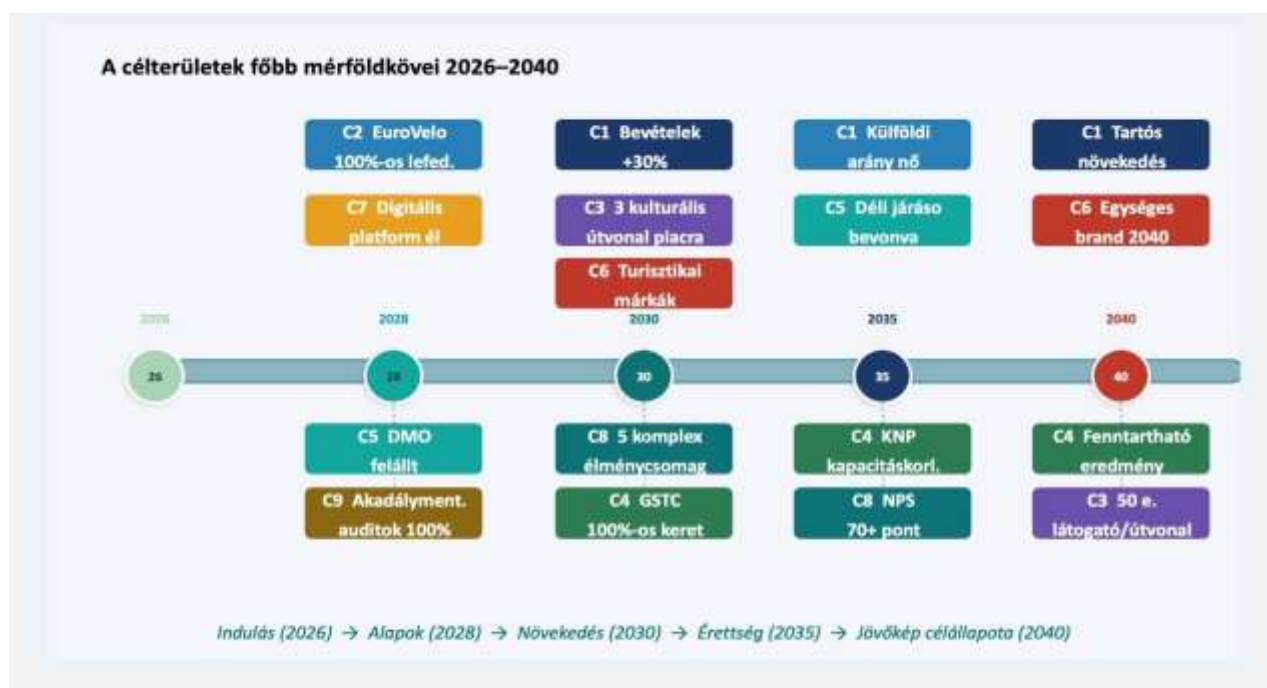
63. ábra - A 9 célterület prioritásmátrixa (hatás és megvalósítási horizont szerint)



Forrás: Saját szerkesztés

A prioritásmátrix alapján a stratégia megvalósítási sorrendje a következő: az első időszakban (2026–2028) a rövid távú, nagy hatású célok (C2 infrastruktúra, C5 DMO, C7 marketing platform, C9 akadálymentesítés) kerülnek előtérbe, ezek biztosítják az alapokat a hatékony fejlesztési rendszerhez. A 2028–2030-as időszakban a komplex, integrált célok (C1 gazdasági növekedés, C3 kulturális örökség, C6 versenyképesség, C8 élmények) kerülnek megvalósítás alá, míg a C4 fenntarthatóság hosszú távú keretrendszerként végigkíséri az egész stratégiai időszakot.

64. ábra - A célterületek főbb mérföldkövei 2026–2040



Forrás: Saját szerkesztés

3.3.4. A célrendszer összefoglalása

65. ábra - A 9 célterület SMART mutatói

Célterület	Konkrét cél / Mért mutatók	SMART mérőszám / Céltérték	Határidő
C1 Gazdasági növekedés	Vendégejzszakák +30%, IFA-bev. +25%	✓ Vendégejzszakák +30%, IFA-bev. +25%	2030
C2 Infrastruktúra	EuroVelo 100%, 50% kapacitáskihasználtság, akadályment. audit	✓ EuroVelo 100%, 50% kapacitáskihasználtság, akadályment. audit	2028/30
C3 Kulturális örökség	3 útvonal piacra, 50.000 látogató/útvonal/év	✓ 3 útvonal piacra, 50.000 látogató/útvonal/év	2030/35
C4 Fenntarthatóság	GSTC 100%, 5 kapacitáskorl., CO ₂ csökkentés mérhető	✓ GSTC 100%, 5 kapacitáskorl., CO ₂ csökkentés mérhető	2030/35
C5 Helyi közösségek	DMO felállít, déli arány 35%, éves fórum 30+ szereplő	✓ DMO felállít, déli arány 35%, éves fórum 30+ szereplő	2028/30
C6 Versenyképesség	Egységes márka, MTÜ kiemelt desztináció, NPS 70+	✓ Egységes márka, MTÜ kiemelt desztináció, NPS 70+	2030/35
C7 Marketing & promóció	Digitális platform 3 nyelven, külföldi arány +15%	✓ Digitális platform 3 nyelven, külföldi arány +15%	2028/30
C8 Turisztikai élmények	5 komplex csomag, tartózkodási idő +0,5 éj, NPS 70+	✓ 5 komplex csomag, tartózkodási idő +0,5 éj, NPS 70+	2030/35
C9 Egészség & biztonság	Audit 100% (top-30), korrekció 80%, krízisrendszer	✓ Audit 100% (top-30), korrekció 80%, krízisrendszer	2028/30

Forrás: Saját szerkesztés

A kilenc SMART célterület együttesen lefedi a turisztikai stratégia gazdasági, infrastrukturális, kulturális, fenntarthatósági, szervezeti, versenyképességi, marketing-, élmény- és biztonsági dimenzióit. A célok egymást erősítő rendszert alkotnak: az infrastruktúra-fejlesztés (C2) feltétele a versenyképes élmények (C8) megvalósításának; a DMO létrehozása (C5) alapja a hatékony marketingnek (C7); a GSTC-keretrendszer (C4) minden fejlesztés minőségi szűrője.

A célrendszer megvalósíthatóságának és monitoringjának biztosítása érdekében a stratégia kulcsfontosságú mutatórendszert határoz meg, amelyet a koordinációs szervezet (DMO) éves rendszerességgel értékel és nyilvánosságra hoz. A célok felülvizsgálatának lehetősége, különösen a 2030-as félidős értékelés kapcsán, beépített rugalmassági elemet biztosít a stratégia megvalósítási rendszerében.

3.4 Célcsoportok

3.4.1. A célcsoport-elemzés célja és módszertani kerete

A célcsoport-elemzés feladata annak meghatározása, hogy Bács-Kiskun megye 2040-ig mely látogatói szegmensekre építheti legerősebben turizmusfejlesztési stratégiáját, hogyan érthetők meg ezek igényei, preferenciái és viselkedési mintázatai, valamint milyen fejlesztési és kommunikációs logikával szólíthatók meg eredményesen.

A műszaki leírás alapján az elemzésnek túl kell lépnie a hagyományos, pusztán demográfiai kategorizáláson. Ezért a célcsoportokat földrajzi, pszichográfiai, viselkedési, motivációs, generációs, életciklus-, aktivitás-, lojalitás-, speciális igény-, költségvetési és környezettudatossági dimenziók metszetében értelmezzük. A szegmensek tehát nem merev dobozok, hanem egymással kombinálható mintázatok.

Az elemzés kiindulópontja, hogy a megye turisztikai kínálata nem egyetlen domináns termékre épül, hanem három, egymást kiegészítő húzótermékre: az egészségturizmusra, az aktív turizmusra és a kulturális turizmusra. Ezeket horizontális, értéknövelő kiegészítő termékek (agroturizmus, bor- és gasztroturizmus, valamint a fenntarthatóság és az akadálymentesség) erősítik.

3.4.2. A stratégia terméklogikája és a célcsoporti fókusz

A stratégia három húzótermékre épül. Ezek nem elszigetelt fejlesztési területek, hanem egymást erősítő kínálati rendszerek, amelyekhez eltérő, de részben átfedő keresleti szegmensek kapcsolódnak.

21. táblázat - Húzótermékek

Húzótermék	Tartalmi fókusz	Leginkább releváns célcsoportok
Egészségturizmus	Termál-, gyógy- és wellnesskínálat; rekreáció; válszezon forgalom; gyógyfürdő-fejlesztések	Családok, seniorok, közeli külföldi autós vendégek, részben üzleti vendégek
Aktív turizmus	Kerékpáros, vízi, horgász, természetjáró és rövid aktív hétvégi kínálat	Aktív párok, baráti társaságok, kerékpáros turisták, vízi és horgászturisták, fiatalok
Kulturális turizmus	Kulturális útvonalak, Kodály- és Petőfi-örökség, vallási turizmus, Bugac, nemzetiségi (sváb) kultúra.	Kulturális-örökségi látogatók, történelmi élménykeresők, iskolai csoportok, részben külföldi vendégek

Forrás: Saját szerkesztés

A három húzóterméket minden esetben horizontális elemek támogatják. Ezek közül a legfontosabbak az agroturizmus, a bor- és gasztroturizmus, továbbá a fenntarthatóság és az akadálymentesség, mint minőségi és versenyképességi követelmények.

22. táblázat - A horizontális kiegészítő termékek szerepe

Horizontális elem	Stratégiai szerep
Agroturizmus	Tanyás, vidéki és termelői élmények; családok, slow és aktív szegmenseknél kapcsolt érték
Bor- és gasztroturizmus	Költésnövelő és szezonszélesítő horizontális termék, különösen kulturális és aktív utaknál
Fenntarthatóság és akadálymentesség	Nem külön szegmens, hanem minden húzóterméknél elvárt versenyképességi feltétel

Forrás: Saját szerkesztés

3.4.3. A szegmentáció módszertani rendszere

A célcsoportok meghatározása többdimenziós. A stratégiai gyakorlat szempontjából a következő szegmentációs síkok bírnak a legnagyobb jelentőséggel.

23. táblázat - A legfontosabb szegmentációs dimenziók

Dimenzió	Mit ír le?	Miért fontos a stratégiában?
Földrajzi	Belföldi közeli piacok, regionális autós küldőterületek, szomszédos országok	A megye rövid elérhetőségre épülő pozicionálása miatt döntő.
Pszichográfiai	Biztonságot kereső családostok, nyugodt seniorok, élményorientált aktív utazók, autentikusságot kereső fiatalok	Segíti a kommunikációs üzenetek differenciálását.
Viselkedési	Rövid hétvégi utak, válszezoni tartózkodás, online foglalás, autós megközelítés, útvonalalapú mozgás	Közvetlenül befolyásolja a termékcsomagolást és az értékesítést.
Motivációs	Gyógyulás, pihenés, mozgás, vízparti szabadság, kulturális élmény, helyi identitás	A húzótermékekhez való kapcsolódás alapja.
Generációs és életciklus	Fiatalkorúak, családalapítás előtt állók, kisgyermekesek, seniorok	2040-ig különösen fontos a mostani fiatalok jövőbeni megtartása.
Aktivitásalapú	Füüdővendég, kerékpáros, vízi turista, horgász, kulturális városlátogató	A termékfejlesztés közvetlen bemenete.
Lojalitásalapú	Visszatérő füüdővendégek, törzsvendég-szerű senior szegmensek	Primer kutatással pontosítandó, de a termálkínálatnál kiemelt.
Speciális igények szerinti	Akadálymentes, családbarát, többgenerációs, nyelvi és információs hozzáférési igények	Horizontális versenyképességi feltétel.

Dimenzió	Mit ír le?	Miért fontos a stratégiában?
Költségvetési	Árérzékeny rövid utak, közepes költségű rekreációs utak, magasabb hozzáadott értékű kulturális és boros utak	A megye value-for-money pozíciója miatt lényeges.
Környezettudatossági	Fenntartható és hiteles helyi élményt kereső rétegek	A jövőbeni termékminőség és márkaérték fontos része.

Forrás: Saját szerkesztés

3.4.4. A célcsoportok priorizálása

A priorizálás négy szempont együttes mérlegelésével készült: (1) illeszkedés a három húzótermékhez, (2) várható keresleti volumen és növekedési potenciál 2040-ig, (3) a szezonális mérsékléséhez való hozzájárulás, valamint (4) a megye márkaépítési és területfejlesztési céljaihoz való kapcsolódás.

24. táblázat - Prioritási csoportok

Prioritási szint	Ide tartozó fő szegmensek	Indoklás
Elsődleges célcsoportok	Belföldi családok; senior egészségtudatos vendégek; aktív párok és baráti társaságok; kerékpáros turisták; vízi és horgászturisták; közeli külföldi autós vendégek	Stabil vagy növekvő kereslet, jó illeszkedés a húzótermékekhez, rövid-középtávon is hasznosítható potenciál
Másodlagos, magas hozzáadott értékű célcsoportok	Kulturális és örökségi látogatók; Bugac-élménykeresők; gasztró-, bor- és agroturisztikai slow utazók; iskolai és edutainment csoportok; üzleti és bleisure vendégek	Márkaépítés, költségnövelés, szezonszélesítés, identitáserősítés
Jövőépítő célcsoport	Fiatal, digitális élménykeresők	A későbbi törzsvendégkör és a digitális láthatóság szempontjából kiemelt

Forrás: Saját szerkesztés

3.4.5. Részletes célcsoportszegmensek

A következő szegmenskártyák a stratégia számára legfontosabb látogatói csoportokat mutatják be. Az egyes leírások a fő motivációkra, a tipikus utazási viselkedésre, a húzótermékekhez való kapcsolódásra és a 2040-ig fennálló relevanciára összpontosítanak.

Belföldi családok és többgenerációs utazók

Elsődleges célcsoport. E szegmens fő motivációja a biztonságos, könnyen szervezhető, rövid utazási idővel is elérhető pihenés. A döntésben a családbarát infrastruktúra, a fürdőzés, a gyerekeknek is kínált élmények, a kiszámítható minőség és a jó ár–érték arány játssza a fő szerepet. Jellemzően rövid, 2–3 éjszakai utakat választanak, autóval érkeznek, és sokszor egyetlen csomagban szeretnék látni a szállást, a fürdőt és a kiegészítő programokat.

Számukra elsődlegesen az egészségturizmus a vonzó, de a könnyű aktív elemek – rövid kerékpárút, állatközei vagy természetközeli program, tóparti séta – erősen növelik a tartózkodás minőségét. A kulturális kínálat akkor releváns, ha élményszerű és családbarát. 2040-ig ez a szegmens a megye egyik legfontosabb belföldi keresleti bázisa marad, ugyanakkor egyre inkább négyévszakos, minőségi és akadálymentes családi ajánlatokat fog keresni.

Senior, egészségtudatos vendégek

Elsődleges célcsoport. A senior piac alapvető motivációja a regeneráció, a gyógyulás, a komfort, a nyugodt környezet és a válszezon, tömegmentes utazás. A biztonságérzet, az egészségügyi háttér, a kényelmes közlekedés, az egyszerű tájékoztatás és az akadálymentes használhatóság számukra meghatározóbb, mint a gyorsan fogyasztható attrakciók vagy az erősen élménycentrikus programok.

A terméknitottság középpontjában az egészségturizmus áll, különösen a termál-, gyógy- és rekreációs szolgáltatások. Erős a nyitottságuk a vallási, kulturális és örökségi elemek iránt is, amennyiben azok kényelmes tempóban, jól értelmezhető formában hozzáférhetők. 2040-ig a szegmens jelentősége demográfiai okokból tovább erősödik, ezért a megye számára stratégiai kulcskérdés a hozzáférhetőség, a bizalom és a válszezon ajánlatépítés.

Aktív párok és baráti társaságok

Elsődleges célcsoport. Ez a csoport rövid, intenzív, élménylánc-szerű utakat keres. A motiváció középpontjában a mozgás, a természetközelség, a szabadságélmény, a jó hangulat és a gasztronómiával vagy wellness-szel összekapcsolható hétvégi program áll. Nem egyetlen attrakcióért érkeznek, hanem összekapcsolható programelemeket keresnek: kerékpár, víz, bor, vacsora, fürdő vagy kisvárosi kulturális kitérő. Fontos számukra a tevékenységükhöz kapcsolódóan a kiépített, gyorsan és könnyen elérhető infrastruktúra, a szükséges eszközök bérletének lehetősége (pl. kerékpár, elektromos kerékpár, sisak stb.)

Elsődlegesen az aktív turizmus iránt nyitottak, de másodlagosan erős kapcsolatuk van a wellness-jellegű egészségturizmushoz és az élményszerű kulturális tartalmakhoz is. A szegmens 2040-ig az egyik legerősebb növekedési bázis lehet, különösen akkor, ha a megye rövid, 2–3 napos, vizuálisan és digitálisan is jól kommunikálható mikroutakat kínál.

Kerékpáros turisták

Elsődleges, kiemelt növekedési szegmens. A kerékpáros turista nem egyetlen helyszínben, hanem hálózatban gondolkodik. Fontos számára az összefüggő és biztonságos útvonal, a táblázás, a kerékpárosbarát szállás, a pihenő- és szervizpont, a csomagszállítás lehetősége, valamint az, hogy az útvonalhoz vonzó megállók – települések, attrakciók, vendéglátóhelyek – kapcsolódjanak. Jellemzően tudatosan tervez, ugyanakkor gyorsan reagál a jól látható, útvonalalapú ajánlatokra.

Elsődleges húzóterméke az aktív turizmus, de erősen nyitott a kulturális útvonalakra és a bor- vagy gasztronómiai megállókra is. A termál- és wellnesskínálat számukra regenerációs kiegészítőként lehet fontos. 2040-ig ez a piac a megye egyik legnagyobb potenciállal bíró szegmense, különösen a Duna-, Tisza- és EuroVelo-kapcsolatok miatt.

Vízi és horgászturisták

Elsődleges, kiemelt növekedési szegmens. E szegmens alapvető motivációja a vízről megélt tájélmény, a természetközelség, a szabadság és a saját tempójú tartózkodás. A vízitúrázók számára a vízre szállás, a megállóhelyek, a vízparti logisztika és a kombinálhatóság fontos; a horgászoknál a nyugalom, a hozzáférés, a szabályozás áttekinthetősége és a partközeli szolgáltatások dominálnak.

A Bács-Kiskun megyébe érkező horgászok számára a legfontosabb a jól megközelíthető, rendezett és biztonságos vízpart, a naprakész információ az engedélyekről, szabályokról és halfogási lehetőségekről, valamint az alapvető kényelmi infrastruktúra. A Duna, a Tisza, a tavak és holtágak adottságai miatt különösen értékes lehet a horgászat összekapcsolása családi pihenéssel, vízparti rekreációval és természetközeli élményekkel.

Elsődlegesen az aktív turizmushoz tartoznak, de a helyi gasztronómia és a vízparti rekreációs-elemekkel bővített egészségturizmus növelheti tartózkodási idejüket. A kulturális elemek másodlagosak, mégis fontosak lehetnek a többnapos utaknál. 2040-ig ez a szegmens a megye egyik leginkább megkülönböztethető aktív termékirányát adhatja.

Közele külföldi autós vendégek

Elsődleges célcsoport. A szomszédos és közeli küldőterületekről érkező autós vendégek rövid, kényelmes és jó ár-érték arányú pihenést keresnek. Döntésükben kiemelt szerepe van a megközelíthetőségnek, a parkolási komfortnak, a többnyelvű információnak és annak, hogy a kínálat rövid idő alatt is teljes értékű élményt nyújtson.

Terméknyitottságuk középpontjában az egészségturizmus áll, de rövid kulturális programokra, városi sétára, vízpartra és könnyű aktív elemekre is nyitottak. 2040-ig ez a regionális piac a külföldi kereslet egyik legstabilabb rétege marad, különösen akkor, ha a megye erősíti többnyelvű online jelenlétét és egyszerű, jól értelmezhető weekend-ajánlatokat kínál.

Kulturális és örökségi érdeklődésű látogatók

Másodlagos, magas hozzáadott értékű célcsoport. Számukra az utazás elsősorban érték- és jelentéskeresés. A hiteles interpretáció, a történetmesélés, az örökségi terek minősége, a rendezett városi környezet, a kapcsolódó gasztronómia és a tematikus útvonalak mind fontos

tényezők. A csoport jellemzően tudatos, információalapú döntéshozó, és kevésbé érzékeny, ha a kínálat valóban minőségi.

Elsődlegesen a kulturális turizmushoz kapcsolódik – Kodály, Petőfi, Kalocsa, vallási helyszínek, helyi identitás és örökségi narratívák révén –, de a bor- és gasztrokínálat erősen növeli vonzerejét. 2040-ig ez a szegmens magas hozzáadott értékű és márkáépítő marad, amennyiben a kulturális kínálat digitális, többnyelvű és élményszerű formában újul meg.

Történelmi élményeket keresők

Másodlagos, erős márkáépítő célcsoport. Ez a szegmens átélhető múltélményt, identitást és karakteres pusztai atmoszférát keres. Nem feltétlenül nagy volumenű piac, de erős érzelmi és imázsértéket hordoz. A történelmi programok, hagyományörző bemutatók, lovas és pusztai élmények, az élő történelem és a helyi történelmi narratíva együttesen hatnak rájuk.

Elsődlegesen a kulturális turizmushoz kapcsolódnak, de a könnyű aktív elemek – gyalogos, lovas, természetközeli útvonalak – jelentősen erősítik a terméket. 2040-ig a fő jelentőségük nem a tömegforgalomban, hanem a megye megkülönböztető, ikonikus örökségi pozicionálásában rejlik.

Gasztro-, bor- és agroturisztikai slow utazók

Másodlagos, magas értékű célcsoport. A minőségi, helyi, személyes és nyugodt élményeket keresik. Számukra a helyi termelő, a borászat, a táj, a piac, a pincefal, az asztalra kerülő történet és az autentikus vendéglátás fontosabb, mint a tömegélmény. Jellemzően páros vagy kisebb baráti utakat tesznek, és nyitottak a magasabb egységköltségre, ha a kínálat hiteles és jól szerkesztett.

A kulturális turizmus horizontális kiegészítőjeként különösen erősek, de az aktív turizmus slow, kerékpáros és tájélményalapú formáihoz is jól kapcsolhatók. 2040-ig ez a szegmens a tartózkodási idő, a költségi szint és a karakteres márkáépítés szempontjából marad fontos.

Fiatál, digitális élménykeresők

Jövőépítő, kiemelt célcsoport. Ez a csoport rövid, gyorsan szervezhető, vizuálisan erős és közösségi élményeket keres. A digitális láthatóság, a mobiltól könnyű tájékozódás, az események, a vízpart, a kerékpár, az esti hangulat, a rövid videókban is jól megjeleníthető helyszínek és az autentikus helyi atmoszféra különösen fontos számukra. Az értékelésekre és a közösségi médiában látott tartalmakra erősen reagálnak.

Elsődlegesen az aktív turizmushoz kötődnek, éppen ezért fontos lehet számukra a jármódváltási lehetőségek bővítése, de élményalapú kulturális tartalmak – fesztiválok, kreatív örökségi programok, történetmesélő helyszínek – iránt is nyitottak. Az egészségturizmus náluk inkább lifestyle-wellnessként jelenhet meg. 2040-ig a szegmens jövőépítő szerepe kiemelt, mert a mostani fiatal utazó a stratégia végére a jövő családos és magasabb költségű visszatérő vendégévé válhat.

Kiegészítő, de stratégiaileg fontos szegmensek

A teljes célcsoport-rendszerhez két olyan kiegészítő piac is kapcsolódik, amelyek közvetlen volumene kisebb, de a stratégia társadalmi és gazdasági céljai szempontjából mégis fontosak.

25. táblázat - Kiegészítő szegmensek

Szegmens	Kapcsolódó termékek	Stratégiai szerep
Iskolai és edutainment csoportok	Kulturális örökség, nemzeti parki és identitásalapú tanulási programok	Stabil, szervezett piac; jövőbeni kötődés kialakítása
Üzleti, konferencia- és bleisure vendégek	Kecskemét és részben Baja/Lakitelek üzleti infrastruktúrája	Magasabb költség, szezonális mérséklése, kiegészítő kulturális és rekreációs programok

Forrás: Saját szerkesztés

3.4.6. Perszónák

A következő perszónák stratégiai munkaperszónák: nem statisztikai pontosságú személyleírások, hanem a priorizált szegmensek tipikus döntési mintáit sűrítő karakterek.

26. táblázat - Kiemelt munkaperszónák

Perszóna	Kapcsolódó szegmens	Fő motiváció	Terméknyitottság	Fő döntési trigger
Réka és András	Családos termálvendég	Biztonságos, rövid családi feltöltődés	Fürdő + szállás + egyszerű programcsomag	Valóban családbarát, áttekinthető ajánlat
Katalin és István	Senior rekreációs vendég	Gyógyulás, nyugalom, válszezon	Termál, medical wellness, kulturális kiegészítők	Biztonság, akadálymentes információ, megbízhatóság
Dóra és Bence	Aktív hétvégi pár	Mozgás, táj, gasztronómia, rövid út	Kerékpár/víz + wellness + vacsora	Élménylánc és egyszerű foglalhatóság
Ákos	Kerékpáros felfedező	Útvonalélmény és bejárhatóság	Kerékpárosbarát hálózat és megállópontok	Biztonságos, jól látható infrastruktúra

Perszóna	Kapcsolódó szegmens	Fő motiváció	Terméknyitottság	Fő döntési trigger
Tamás	Vízi és horgász élménykereső	Nyugalom, vízpart, saját ritmus	Megállóhely, partközeli szolgáltatás, helyi ízek	Könnyű hozzáférés és egyértelmű információ
Erika és Péter	Kulturális city-break látogató	Történet, minőség, helyi identitás	Kodály, Petőfi, vallási és örökségi útvonalak	Hiteles interpretáció és kulturális csomagolás
Milica és Radu	Közele külföldi autós vendég	Kétnapos pihenés, könnyű elérés	Wellness + rövid kulturális kitérő	Többnyelvűség és egyszerű hétvégi ajánlat
Nóra	Fiatal digitális élménykereső	Közösségi, vizuális és spontán élmények	Vízpart, kerékpár, események, hangulat	Erős online jelenlét és megosztható élmények

Forrás: Saját szerkesztés

3.4.7. Célcsoportok területi és szezonális leképezése

A megye célcsoportjai nem homogén módon oszlanak el a térben. A területi fókuszok azért lényegesek, mert a pozicionálás, az infrastruktúra-fejlesztés, a csomagépítés és a kampányok célzása csak akkor lehet hatékony, ha világos, mely térségek mely szegmensek számára bírnak elsődleges relevanciával.

27. táblázat - Területi fókuszok és szezonális mintázatok

Térség	Leginkább releváns szegmensek	Jellemző használati időszak
Kecskemét és térsége	Kulturális-örökségi látogatók; üzleti és bleisure vendégek; közeli külföldi autós piac	Egész éves, a tavaszi–ősz időszakban különösen erős
Tisza-mente (Tisza-écske, Lakitelek)	Családosok; seniorok; vízi és rekreációs vendégek; aktív hétvégi párok	Nyár és vallszezon

Térség	Leginkább releváns szegmensek	Jellemző használati időszak
Déli fürdő- és rekreációs zóna (Kiskunmajsa, Kiskunhalas)	Családos és senior egészségturisztikai piac; közeli külföldi autós vendégek	Egész éves, erős nyári csúccsal
Duna-mente és Baja	Vízi turisták; horgászok; aktív párok; kulturális és gasztronómiai érdeklődésűek	Tavasztól őszig erős, de rendezvényekkel szélesíthető
Kalocsa és kulturális tengelye	Kulturális, vallási és örökségi látogatók; iskolai csoportok	Egész éves, de programalapú kereslettel
Hajós és a borturisztikai zóna	Slow gasztro-, bor- és agroturisztikai utazók; aktív párok	Tavaszi-ősz, rendezvényekhez erősen kötődően
Homokhátság és Bugac	Bugaci-kun élménykeresők; természetközeli és aktív látogatók; fiatal élménykeresők	Tavaszi-ősz, részben eseményekkel és tematikus programokkal
Határmenti térségek	Autós külföldi vendégek; kerékpárosok; lassú, felfedező piacok	Rövid utakra épülő, fokozatosan bővíthető szezon

Forrás: Saját szerkesztés

A területi leképezés azt is jelzi, hogy a megye desztinációs kommunikációja nem épülhet egyetlen homogén üzenetre. Más kommunikációs és csomagolási logika szükséges Kecskemét kulturális-üzleti központi szerepéhez, a Tisza- és Duna-menti vízhez kötődő terekhez, a déli fürdőzónához vagy éppen Bugac örökségi karakteréhez.

3.4.8. Célcsoportonkénti kommunikációs fókuszok

Kiegészítő célpiacot jelentenek a szomszédos desztinációkban már tartózkodó turisták is, akik egynapos vagy rövid kiegészítő programokra megszólíthatók. Különösen a Duna mentén indokolt a megyehatáron átnyúló közös programcsomagok, keresztmarketing és összekapcsolt útvonalak kialakítása.

A marketinghatékonyság szempontjából nem elegendő a célcsoportok leírása; minden prioritást élvező szegmenshez kapcsolni kell a fő értékajánlatot és a domináns kommunikációs csatornákat is. Ez különösen fontos a rövid utakat választó, digitális döntéshozatalú piacokon.

28. táblázat - Javasolt kommunikációs fókuszok

Célcsoport	Fő értékígéret	Fő csatornák
Családosok	Könnyen elérhető, biztonságos családi feltöltődés	Google, Booking, családi portálok, Facebook
Seniorok	Nyugodt gyógyulás és kényelmes rekreáció	Kereső, közvetlen honlap, telefon, nyomtatott/partnerségi csatornák
Aktív párok	Rövid hétvége sokrétegű élményekkel	Instagram, Google, térképes és foglaló felületek
Kerékpárosok	Bejárható hálózat és élménydús megállópontok	Komoot, Strava, szakmai oldalak, Google Maps
Vízi és horgász piac	Nyugodt vízparti aktivitás és egyszerű hozzáférés	Tematikus csoportok, Google, speciális portálok
Kulturális piac	Értelmezhető történetek és minőségi kulturális élmény	Programoldalak, kulturális portálok, kereső
Közele külföldi autós piac	Rövid út, teljes értékű pihenés	Többnyelvű honlap, Google, régiós Facebook-közösségek
Fiatalok	Laza, vizuális, spontán és megosztható élmények	Instagram, TikTok, Google Maps, UGC-tartalmak

Forrás: Saját szerkesztés

A csatornaválasztásnál különösen fontos, hogy a fiatalabb és aktív szegmenseknél a vizuális, útvonal- és élményalapú kommunikáció domináljon, míg a senior és kulturális piacoknál az átlátható, bizalmat építő, információgazdag formátumok maradjanak hangsúlyosak.

3.4.9. Keresztmetszeti szempontok: költségvetés, lojalitás, speciális igények

A szegmentációs szempontok között több olyan keresztmetszet szerepel, amely minden fő célcsoportnál jelen van, mégis ritkán jelenik meg önálló stratégiai értelmezésként. Ilyen a költségvetési helyzet, a lojalitás, a speciális igények, a környezettudatosság és a digitális használhatóság kérdése. Ezek azért fontosak, mert a termékek végső piacképességét jelentős részben ezek a rejtettebb döntési tényezők határozzák meg.

29. táblázat - A legfontosabb keresztmetszeti tényezők

Tényező	Mit jelez?	Fejlesztési és marketinges következmény
Költségvetési szempont	A családos és közeli autós piac erősen ár-élmény érzékeny, míg a kulturális és slow gasztro szegmens magasabb egységköltségre is nyitott.	Többszintű ajánlatépítés: belépő, közép és prémium csomagok.
Lojalitás	A termál- és senior piacban magas a visszatérés lehetősége, míg a fiatal és aktív szegmenseknél inkább a kipróbálás és újrafelfedezés dominál.	Törzsvendég-logika az egészségturizmusban, tematikus megújítás az aktív és fiatal piacoknál.
Speciális igények	Az akadálymentes, családbarát, többgenerációs és egyszerűen értelmezhető szolgáltatások a kereslet szélesítésének alapfeltételei.	Akadálymentes információ, univerzális tervezés, egyértelmű jelölések, inkluzív szolgáltatásfejlesztés.
Környezettudatosság	A tényleges fizetési hajlandóság változó, de a hiteles, helyi és fenntartható működés egyre inkább elvárássá válik.	A fenntarthatóságot ne külön üzenetként, hanem látható működési minőségként kell kommunikálni.
Digitális használhatóság	Szinte minden szegmensnél nő az online tájékozódás súlya, de a fiatal és aktív piacnál ez domináns, a senioroknál pedig bizalomépítő funkciójú.	Mobilbarát felületek, többnyelvűség, értékelések, térképes és útvonalas tartalom.

Forrás: Saját szerkesztés

3.4.10. Marketing- és fejlesztési következtetések

A megye legstabilabb keresleti bázisát 2040-ig az egészségturizmushoz kapcsolódó családok és senior piac adja. Ez a két szegmens biztosítja a leginkább tervezhető belföldi keresletet, különösen akkor, ha a termál- és fürdőkínálat minőségben, kényelmi szinten és négyévszakos csomagolásban is fejlődik.

Az aktív turizmus a stratégia legfontosabb növekedési terepe. A kerékpáros, vízi és horgászturisztikai szegmensek nem pusztán kiegészítő kínálatot jelentenek, hanem önálló terméklogikát igényelnek. A hálózatos fejlesztés, a megállóhelyek, a szolgáltatói minőség és a digitális láthatóság itt kulcstényező.

A kulturális turizmusban a megye megkülönböztető erejét nem az attrakciók pusztá felsorolása, hanem a Kodály-, Petőfi-, vallási és bugaci puszták imázsából felépített, élményalapú narratívák adják. A gasztró-, bor- és agroturisztikai elemek ezt nem helyettesítik, hanem rétegezik és növelik a tartózkodási időt, illetve a költséget.

A fiatal, digitális élménykereső szegmens rövid távon nem feltétlenül a legnagyobb forgalmat adja, de hosszú távon meghatározza a megye láthatóságát és jövőbeni törzsvendégbázisát. E célcsoport elérése ezért nem mellékes marketingkérdés, hanem 2040-ig ható stratégiai beruházás a márkába.

3.5 Pozicionálási stratégia

A pozicionálási stratégia célja, hogy meghatározza: hogyan kívánja Bács-Kiskun megye elhelyezni magát a turisztikai piacon, és hogyan kívánja megkülönböztetni magát a versenytársaktól. A jövőkép és a célrendszer operatív vetületeként a pozicionálás azt a képet formálja meg, amelyet a megye a célcsoportokban el kíván helyezni. A fejezet a célcsoport-elemzés eredményeire támaszkodik, amelyek részletesen feltárták az egyes szegmensek motivációit, igényeit, digitális viselkedését és a megyei kínálatához való nyitottságát.

A helyzetelemzés a versenytérképen belül pontosan azonosította Bács-Kiskun jelenlegi pozícióját: a megye megfizethető, gazdag természeti és kulturális erőforrásokkal rendelkező, de alacsony márkaismertségű desztináció.

3.5.1. Versenyelőnyök és egyedi tulajdonságok (USP)

A pozicionálási stratégia alapját a helyzetelemzés és a célcsoport-elemzés alapján azonosított hat versenyelőny adja, amelyek nem külön-külön, hanem együttesen teremtik meg Bács-Kiskun megye megkülönböztető erejét. Mivel egyetlen más magyarországi térség sem rendelkezik ezekkel az adottságokkal ilyen kombinációban, szükséges egy egységes, könnyen kommunikálható ernyőnarratíva kialakítása, amely a különböző turisztikai termékeket közös élménykeretbe rendezi. Ennek központi eleme az alföldi táj karaktere, a víz és a szárazföld találkozása, valamint a szabadságélmény lehet, amely természetes módon kapcsolja össze az aktív, kulturális és gasztronómiai kínálatot. Az ernyőnarratíva így nem csupán a kommunikáció egységesítését szolgálja, hanem a termékfejlesztés stratégiai irányait is kijelöli.

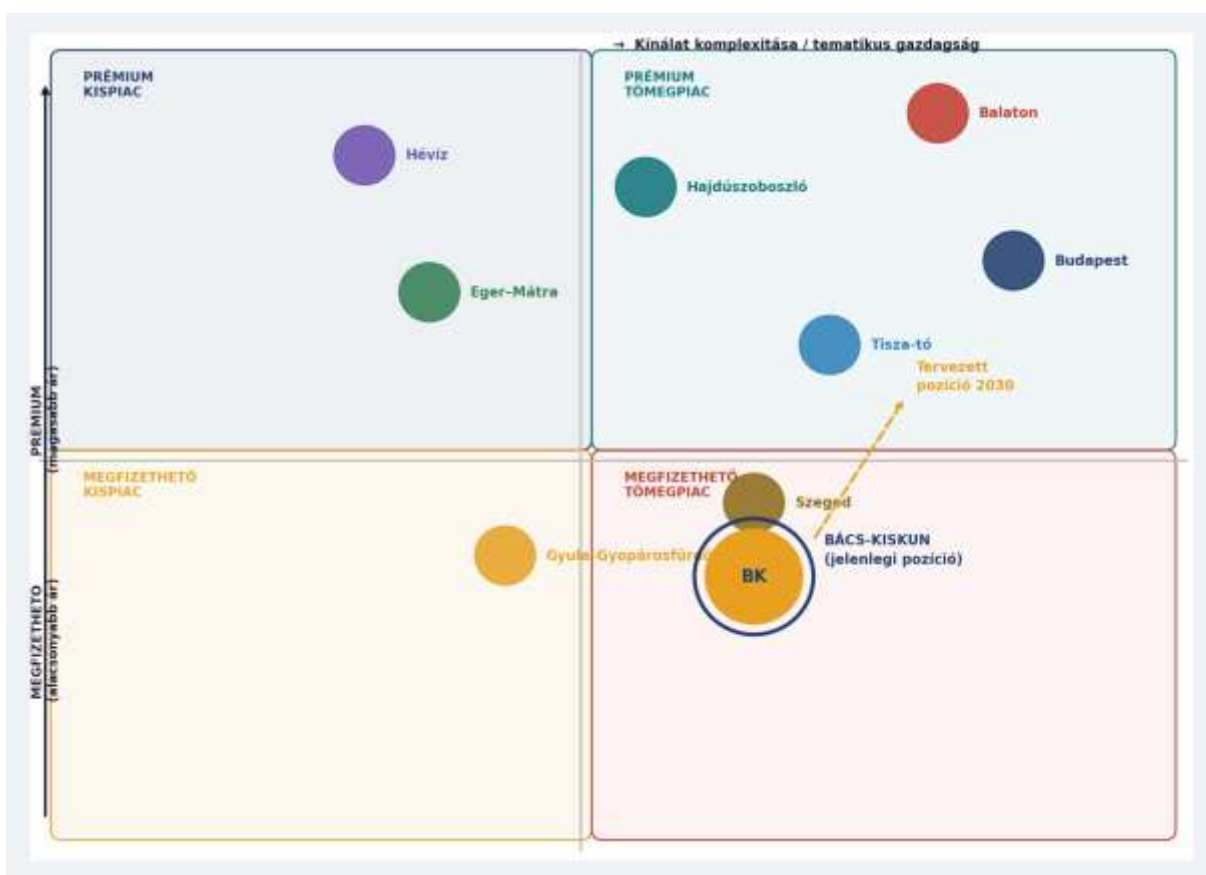
66. ábra - Bács-Kiskun megye turisztikai versenyelőnyei (USP-kerék)



Forrás: Saját szerkesztés

- Gyógyító vizek és alföldi táj egyedülálló kombinációja – 3 minősített gyógyhely, 18 gyógyvízforrás, természeti és kulturális kontextusban
- EuroVelo 6+11+13 útvonalak találkozása – az ország egyetlen ilyen kerékpáros csomópontja, erős külföldi vonzerővel
- Duna ÉS Tisza – két nagy folyó egyetlen desztinációban, illetve csatornák, holtágak víziturisztikai és ökológiai értékkel
- Hungarikumok kiemelkedő koncentrációja pl. kalocsai hímzés, halasi csipke, bajai halászlé, bugaci puszták, Kodály-módszer egy megyén belül
- Kulturális, etnikai és tájképi sokszínűség – sváb örökség, alföldi puszták, folyómenti táj, multikulturális tradíciók
- Budapest egynapos elérhetősége és kedvező ár-érték arány – az M5-ön 70 perc, szignifikánsan alacsonyabb árak a versenyképes desztinációkhoz képest

67. ábra - Bács-Kiskun megye pozicionálása a hazai versenytérképen (ár × kínálat komplexitása)



Forrás: Saját szerkesztés

3.5.2. A célcsoportok struktúrája és prioritásai

A célcsoport-elemzés eredményei alapján Bács-Kiskun megye turisztikai célcsoportjai három prioritási szintbe sorolhatók. Ez a prioritásbeosztás a célcsoportok jelenlegi illeszkedése a megye kínálatához, a rövid-középtávú növekedési potenciál és a 2040-ig várható keresletdinamika alapján készült.

30. táblázat - Célcsoport struktúra

ELSŐDLEGES	Belföldi családok és többgenerációs utazók · Senior, egészségtudatos vendégek · Aktív párok és baráti társaságok · Kerékpáros turisták (kiemelt növekedési szegmens) · Vízi és horgászturisták (kiemelt növekedési szegmens) · Közeli külföldi autós vendégek
MÁSODLAGOS magas értékű	Kulturális és örökségi érdeklődésű középkorú és idősebb látogatók · Történelmi élmények, és Bugac – puszta iránt érdeklődők · Gasztro- és borturisták · Iskolai csoportok és edutainment látogatók

JÖVŐÉPÍTŐ

Fiatal felnőttek (18–35 év, Z generáció és fiatal milleniálok) – nem azért, mert ma a legnagyobb forgalmat hozzák, hanem mert 2040-ig belőlük lesz a megye jövőbeli középkorú, magasabb költségű törzsvendégköre.

Forrás: Saját szerkesztés

A célcsoport-elemzés kiemelt megállapítása, hogy a kerékpáros turisták és a vízi és horgászturisták a hagyományos elsődleges szegmenseken belül külön, „kiemelt növekedési szegmens” minősítést kapnak. Mindkét csoport jelenleg a bevezetés–növekedés szakaszában van a megyei kínálatban, de a helyzetelemzés és a vonatkozó nemzeti stratégiák alapján 2040-re a megye legdinamikusabb turisztikai termékeivé válhatnak, ha a szükséges infrastrukturális és szolgáltatásfejlesztések megvalósulnak.

A fiatal felnőttek jövőépítő besorolása stratégiai döntés: ez a generáció nem feltétlenül jelenti ma a legnagyobb forgalmat, de digitális viselkedése révén formálja a desztináció online láthatóságát és általános vonzerejét. Ha a megye most nem kerül fel ennek a generációnak a mentális térképére, akkor a 2035-2040-es időszak kulcsvásárlói, a családok, magasabb jövedelmű, visszatérő vendégek, sem automatikusan itt fognak nyaralni.

3.5.3. Célcsoportok igényei és a megyei kínálat által nyújtott megoldások

A pozicionálás csak akkor hatékony, ha a versenyelőnyök szorosan igazodnak a célcsoportok valódi, azonosított igényeihez. Az alábbi táblázat a célcsoport-elemzés eredményei alapján foglalja össze a prioritizált szegmensek fő motivációit és azt, hogy Bács-Kiskun ezekre milyen konkrét választ tud adni.

31. táblázat - Célcsoportok igényei és Bács-Kiskun által nyújtott megoldások (E=Elsődleges, E*=Kiemelt növekedési, M=Másodlagos, J=Jövőépítő)

Célcsoport	Prior.	Igény / megoldatlan probléma	Amit Bács-Kiskun nyújt
Belföldi családok	E	Biztonságos, könnyen elérhető pihenés; közös élmények minden korosztálynak; jó ár–érték arány; gyerekbarát környezet	Termál- és élményfürdők, vízparti üdülés, pusztai lovas- és állatközeli programok, EuroVelo kerékpáros utak, négygenerációs csomagajánlatok
Senior egészségtudatos	E	Regeneráció, gyógyulás, nyugodt környezet, válszezoni utazás, akadálymentesítés, komfort, kiszámítható minőség	Minősített gyógyhelyek (Kiskunhalas, Kiskunmajsa, Tiszakécske), medical wellness, kíméletes természetjárás, kulturális kirándulások

Célcsoport	Prior.	Igény / megoldatlan probléma	Amit Bács-Kiskun nyújt
Aktív párok & baráti társ.	E	Rövid, intenzív hétfégi kikapcsolódás; aktív élmények; természet + gasztronómia + wellness kombinációja	Tisza-Écske, Duna-Tisza aktív zónák, EuroVelo kerékpározás, bor + bringa csomagok, Homokhátság, borvidéki térségek
Kerékpáros turisták	E*	Összefüggő, jól jelzett útvonalak; kerékpárosbarát szállások; szervizpontok; digitális útvonaltervező; tematikus megállók	EuroVelo 6+11+13 találkozója, Duna- és Tisza-menti kerékpárutak, Bejárható Bács-Kiskun, Felső-Bácska-Homokhát Natúrpark, Homokhátság
Vízi & horgász turisták	E*	Vízre szállási pontok, megállóhelyek, csomagszállítás; vízitúra-útvonalak; horgász-engedélyezés egyszerűsítése	Duna, Tisza, Vajas-fok, holtágak, Tóserdő, kombinált vízi + kerékpáros + természetjáró csomagok
Közelkülföldi autós vendégek	E	Jól elérhető, kedvező árú pihenés; többnyelvű kommunikáció; rövid wellness-, családi vagy kulturális út	M5-ös, közvetlen elérhetőség Szerbia/Románia irányából, termálfürdők, rövid hétfégi csomagok, gasztronómia
Kulturális örökségi érd.	M	Autentikus örökség, élményszerű interpretáció, tematikus útvonalak, jó minőségű kulturális tartalom	Kecskemét, Kalocsa, Kiskőrös (Petőfi), Kiskunhalas (csipke), vallási helyszínek, hungarikumok
Bugac	M	Pusztai múltélmény, autentikus lovas/pásztorkultúra, élő történelem, nem elvont múzeumi tartalom	Bugac, Aranymonostor, Pásztormúzeum, Pusztai Kapuja, pusztai lovas bemutatók
Gasztró- & borturisták	M	Minőségi kóstolás, helyi termékek, hangulat, párokban/kiscsoportban, helyi identitáshoz kötődő élmény	Hajós pincefal, Sváb Sarok, Baja-Hajósi és Kunsági borvidék, bajai halászlé, paprika-gasztronómia, tematikus útvonalak

Célcsoport	Prior.	Igény / megoldatlan probléma	Amit Bács-Kiskun nyújt
Iskolai csop. edutainment	M	Csoportlogisztika, pedagógiai program, élményalapú tanulás, természet- és identitásismeret	Kiskunsági Nemzeti Park Igazgatóság környezeti nevelési foglalkozásai és szakvezetési túrái, hungarikumok, Petőfi-örökség, Kalocsa, Lakitelek, múzeumpedagógia
Fiatal felnőttek	J	Autentikus, spontán élmények; mobilos foglалás; közösségi médiában megosztható helyszínek; fenntarthatóság	Fesztiválok, vízparti hangulat, kerékpározás, street food, borvidéki fiatalos programok, digitálisan jól látható kínálat

Forrás: Saját szerkesztés

3.5.4. A pozicionálás

A pozicionálás a gyógyító víz, az egyedi természet és gazdag kultúra egyediségére épít, amelyet kiegészítenek az agroturisztikai, bor- és gasztroturisztikai kínálati szerepek.

3.5.5. Kulcsüzenetek kiemelt célcsoportonként

A célcsoport-elemzés minden szegmenshez azonosított egy konkrét, szó szerint is alkalmazható marketingüzenetet. Ezek az üzenetek a szegmens fő motivációjára és a Bács-Kiskun által nyújtott megoldásra épülnek, és egységes desztinációs márkanarratívába illeszkednek.

68. ábra - Célcsoport × Kulcsüzenet relevanciamátrix

	Gyógyulás és pihenés	Kaland + családi élm.	Aktív szab. + vízparti lét	Örökség + autenticitás	Ízek és borok különlegessége	Elérhetőség + jó ár-érték	Természet és lassulás
Egészségtudatos senior	*** Erős	* Gyenge	* Gyenge	** Közepes	* Gyenge	** Közepes	* Gyenge
Gyermekek családok	** Közepes	*** Erős	** Közepes	* Gyenge	* Gyenge	** Közepes	* Gyenge
Aktív párok & baráti társ.	* Gyenge	* Gyenge	*** Erős	* Gyenge	** Közepes	** Közepes	** Közepes
Kulturális örökségi érdeklők	* Gyenge	* Gyenge	* Gyenge	*** Erős	** Közepes	** Közepes	* Gyenge
Gasztró- & borturisták	* Gyenge	* Gyenge	** Közepes	** Közepes	*** Erős	** Közepes	* Gyenge
Határmenti külföldi vendégek	** Közepes	** Közepes	** Közepes	** Közepes	** Közepes	*** Erős	* Gyenge
Természetközeli öko-turisták	* Gyenge	* Gyenge	** Közepes	** Közepes	* Gyenge	* Gyenge	*** Erős

Forrás: Saját szerkesztés

32. táblázat - Kulcsüzenetek és kommunikációs tónusok célcsoportonként

Célcsoport	Prior.	Kulcsüzenet	Kommunikációs tónus
Belföldi családok	E	Közel van, könnyen tervezhető, és minden korosztály talál benne élményt.	Barátságos, megbízható, befogadó; vízparti és természetes képi világ
Senior egészségtudatos	E	Itt a feltöltődés, a kényelem és a nyugodt élmény egyszerre adott.	Méltóságteljes, gondoskodó, szakmai hitelesség
Aktív párok & baráti társ.	E	Egy hétvége alatt is sokféle, jól kombinálható alföldi élmény érhető el.	Dinamikus, élményfókuszú, kombinációs szabadság
Kerékpáros turisták	E*	Bács-Kiskun az a hely, ahol az Alföld kerékpárral válik igazán átélhetővé.	Útvonal-orientált, felfedező, természetközeli, autonóm

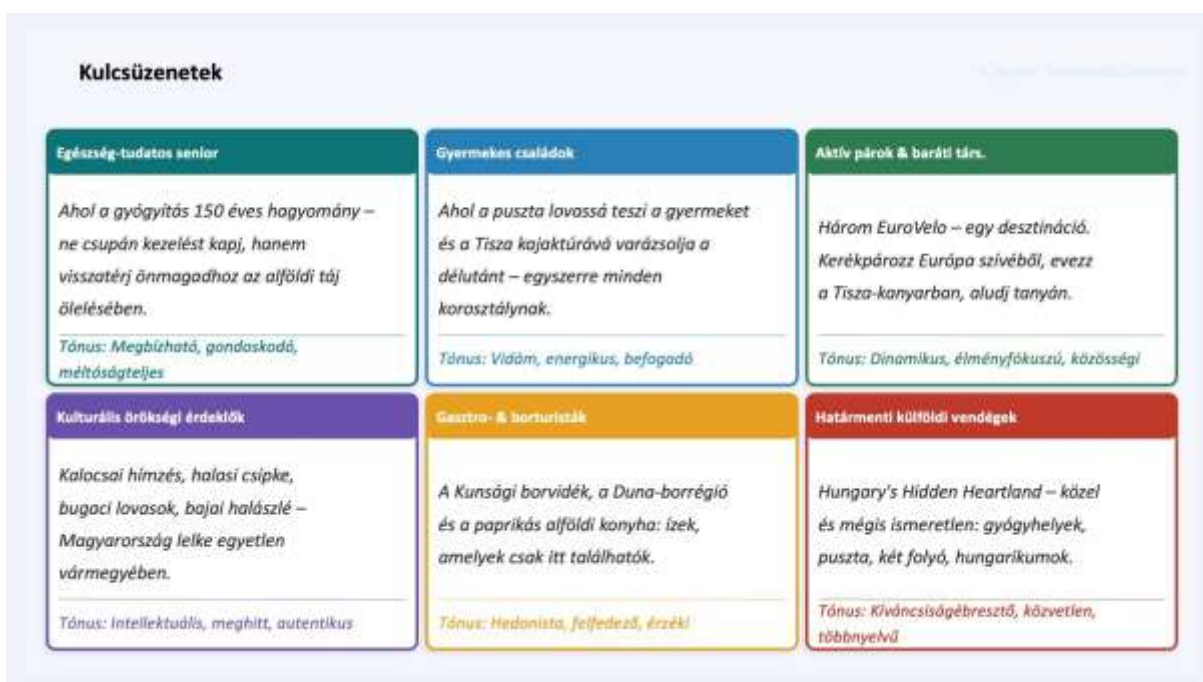
Célcsoport	Prior.	Kulcsüzenet	Kommunikációs tónus
Vízi & horgász turisták	E*	<i>Fedezd fel az Alföldet vízről: lassan, közelről, élményszerűen.</i>	Természetközeli, szelíd, szabadságérzet, hiteles felfedezés
Közele külföldi autós vendégek	E	<i>Rövid úttal is teljes értékű pihenés érhető el Bács-Kiskunban.</i>	Praktikus, közvetlen, többnyelvű, ár-élmény tudatos
Kulturális örökség iránt érdeklődők	M	<i>Nemcsak látnivalókat, hanem történeteket és identitást kínálunk.</i>	Intellektuális, mélyítő, autentikus, örökségi mélység
Gasztro- & borturisták	M	<i>Az Alföld íze és hangulata itt valódi helyi történetként élhető át.</i>	Hedonista, minőségkereső, helyi identitás, hangulat
Iskolai csop. edutainment	M	<i>A Kiskunságban a tanulás nem tanterem, hanem megélt élmény.</i>	Edukatív, élményalapú, csoportbarát, inspiráló
Fiatalkorúak	J	<i>Bács-Kiskun elsőre is laza, élhető és jól megosztható élmény.</i>	Fiatalkorú, digitális, autentikus, spontán, vizuálisan erős

Forrás: Saját szerkesztés

3.5.6. Stratégiai perszónák

A célcsoport-elemzés 10 stratégiai munkaperszónát azonosított, amelyek a prioritizált szegmensek tipikus képviselőit írják le. A perszónák segítségével a termékfejlesztési, kommunikációs és csatornastratégiai döntések a valódi látogatói motivációk és viselkedési minták alapján hozhatók meg.

69. ábra - Stratégiai perszónák áttekintése (egészség-, aktív és kulturális turizmus + jövőépítő szegmens)



Forrás: Saját szerkesztés

Egészségturizmushoz kötődő perszónák

Réka és András (35–45 év, Elsődleges): Budapest–Pest megye agglomerációjából érkező, gyermeket középosztálybeli pár. Motivációjuk a biztonság, közel elérhető, gyerekbarát termálfürdős hétvége jó ár–érték arányban. Digitálisan aktívak (Google, Booking, Szallas.hu), 2–3 éjszakát töltenek, autóval érkeznek. Akadályuk a széttagolt kínálat és a nem egyértelmű csomagkommunikáció.

Katalin és István (58–74 év, Elsődleges): Nyugdíjas vagy részmunkaidős pár, vallszezon (főszezon és az utószezon/előszezon közötti időszak) utazással. Egészségmegőrzés, kényelmes regeneráció, akadálymentesítés a prioritásuk. Visszatérő vendégek, telefonon vagy közvetlen foglalással erősítik döntésüket. A medical wellness kínálat hiánya és a bizonytalan szállásminőség jelenti számukra a fő akadályt.

Milica és Radu (35–55 év, Elsődleges): Közeli külföldi (szerb, román) autós vendégpár. Rövid, 2–3 éjszakai wellness- és termálpihenőt tervez, ár–élmény érzékenyen. A többnyelvű kommunikáció hiánya és a nehezen átlátható online kínálat a fő korlát.

Aktív turizmushoz kötődő perszónák

Dóra és Bence (28–40 év, Elsődleges): Városi, gyermektelen aktív pár, aki rövid, intenzív hétvégi kikapcsolódásokat keres. Természet + gasztronómia + wellness kombinációját igényli, Instagram- és Google Maps-alapú döntéshozóként. Az összecsomagolt, jól kommunikált „bács-kiskuni aktív hétvége” termék lehetne számukra az elsődleges belépési pont.

Ákos (35–55 év, Elsődleges –kiemelt növekedési szegmens): Kerékpáros felfedező, aki útvonalakban és hálózatban gondolkodik. Komoot, Strava, kerékpáros fórumok alapján dönt. A hiányzó hálózati elemek, a nem eléggé látható kerékpárosbarát szolgáltatói kör és a kevés csomagtermék akadályozza a megye teljes kiaknázását.

Tamás (35–60 év, Elsődleges –kiemelt növekedési szegmens): Vízi és horgász élménykereső, aki természetközeli, lassabb tempójú pihenést, saját ritmust és vízhez való közvetlen hozzáférést igényel. Tematikus Facebook-csoportok és horgász-oldalak alapján tájékozódik. A széttagolt információ és a bonyolult engedélyezés a fő akadály.

Kulturális turizmushoz kötődő perszónák

Erika és Péter (45–65 év, Másodlagos): Magasan kvalifikált kulturális city-break utazók, akik értéket, történetet és minőségi élményt keresnek. Kecskemét, Kodály-örökség, Petőfi-kultusz, Kalocsa vonzzák őket; a töredezett kulturális útvonalak és a hiányos élményinterpretáció jelenti a fő akadályt.

Zoltán (35–55 év, Másodlagos, erős márkaépítő): pusztai programok iránt érdeklődő látogató, aki pusztai múltélményt, lovas és pásztorkultúrát, „élő történelmet” keres. A statikus bemutatás és a gyenge egységes márka akadályozza a mélyebb elköteleződést.

Júlia és Gergő (35–55 év, Másodlagos): Bor- és gasztroturista pár, aki helyi ízeket, termelőkkel való találkozást és slow utazási élményt keres. Hajós, Kunsági borvidék és a bajai halászlé vonzza őket; a széttagolt kínálat és a kevés előre foglalható prémium útvonal a fő akadály.

Jövőépítő perszóna

Nóra (22–32 év, Jövőépítő): Digitálisan natív, Instagram- és TikTok-alapú döntéshozó, aki autentikus, laza és megosztható élményeket keres. Fesztiválok, vízparti hangulat, kerékpározás, helyi street food érdekli. A gyenge online láthatóság és a túl hagyományos kommunikáció akadályozza a megye megjelenését az ő térképén.

A 10 stratégiai perszóna a tervezési és termékfejlesztési döntések minőségi mércéje: minden fejlesztésnél megkérdendő, hogy az adott beavatkozás javítja-e Réka és András, Ákos, Milica és Radu, vagy Nóra desztinációs élményét. A pozicionálás sikerének kulcsa a következetesség: az egységes desztinációs narratíva minden érintkezési ponton – weboldaltól a Tourinformig, OTA-profilban és szálláshely-kommunikációban egyaránt – azonos értékvilágot kell képviseljen. Ennek koordinációja a megyei DMO egyik legsürgetőbb feladata.

3.5.7. Kommunikációs csatornák

A kulcsüzenetek csak akkor érik el a célcsoportokat, ha a megfelelő csatornákon jutnak el hozzájuk. A célcsoport-elemzés részletesen feltárta az egyes szegmensek digitális viselkedését és információszerzési mintáit, amelyek meghatározzák a csatornastratégiát.

70. ábra - Kommunikációs csatornatérkép (digitális, tartalom, PR és B2B)



Forrás: Saját szerkesztés

Szegmensenként prioritásos csatornák

A célcsoport-elemzés alapján az egyes szegmensek eltérő csatornákon érhetők el leghatékonyabban:

- Belföldi családok és senior vendégek: Google keresés, Booking.com / Szallas.hu, Facebook (célzott hirdetés), Tourinform
- Aktív párok és baráti társaságok: Instagram, Google Maps, OTA platformok, Komoot (kerékpáros), vállalati szezoni e-mail kampányok
- Kerékpáros turisták: Komoot, Strava, EuroVelo weboldalak, kerékpáros fórumok, route manager platformok, Interreg marketing
- Vízi és horgász turisták: tematikus Facebook-csoportok, horgász-portálok, vízitúra-oldalak, helyi sportszövetségek
- Közelkülföldi autós vendégek: szerb és román nyelvű médiafelületek, Booking.com többnyelvű ajánlatok, Interreg határmenti marketing, Google Ads RO/SRB célzással
- Kulturális és örökségi érdeklődők: kulturális portálok, MTÜ kiadványok, múzeumi és örökségi platformok, tematikus programajánlók
- Gasztró- és borturisták: bor- és gasztroportálok, lifestyle oldalak, Instagram, direkt foglalás, tematikus útvonal-weboldalak

- Fiatal felnőttek: TikTok, Instagram Reels, YouTube (vlog és influenszer), közösségi médiarendezvények, fesztiválkommunikáció

A digitális jelenlét prioritásai

A célcsoport-elemzés megállapítja, hogy a megye marketinggyakorlatában jelenleg kevésbé érvényesül a szegmensenként eltérő, célzott ajánlatkommunikáció. A versenyképes pozícionálás alapfeltételei: egységes, naprakész desztinációs webportál legalább 5 nyelven (HU/EN/DE/RO/SR); következetes Google Business- és OTA-profilok; AI-alapú, szegmensenként személyre szabható tartalom; desztinációs digitális kártya és mobilalkalmazás; valamint mérhető, szegmensenként tervezett online hirdetési kampányok.

3.6 Fejlesztési igények és beavatkozások

A fejlesztési igények és beavatkozások fejezete a stratégiai célok operatív megvalósításának keretrendszerét rögzíti. A fejezetben bemutatott 18 beavatkozás hat intézkedési terület köré szervezett, és lefedi a turisztikai infrastruktúra, a termék- és élményfejlesztés, a desztinációmenedzsment, a digitális és marketing, a képzés és kapacitásépítés, valamint a fenntarthatóság és klímaadaptáció területeit.

A turisztikai infrastruktúra és szolgáltatások fejlesztésénél a látogatói kereslet mellett a helyi és térségi lakosság használata is értékelendő. Az egész évben hasznosítható, helyiek számára is hozzáférhető aktív, kulturális, rekreációs és közösségi infrastruktúra erősíti a beruházások gazdasági és társadalmi fenntarthatóságát.

A beavatkozások meghatározásánál a helyzetelemzés fejlesztési deficitjei, a célrendszer prioritásai és a célcsoport-elemzés igényei együttesen adják az alapot. A beavatkozások nem kizárólag beruházási jellegűek: a szoftverfejlesztések, képzési programok, szervezetfejlesztési intézkedések és monitoring rendszerek ugyanolyan hangsúlyt kapnak, mint az infrastrukturális fejlesztések.

3.6.1. A fejlesztési igények rendszerezése – áttekintő táblázat

33. táblázat - Fejlesztési igények rendszerezése

Kód	Intézkedési terület	Beavatkozás neve	Ütemezés
B1	I. Infrastruktúra	Kerékpárúthálózat hiányzó elemeinek pótlása és EuroVelo összekötés	2026–2028
B2	I. Infrastruktúra	Víziturisztikai kikötő- és megállóhely-lánc (Duna, Tisza)	2026–2030

Kód	Intézkedési terület	Beavatkozás neve	Ütemezés
B3	I. Infrastruktúra	Egészségturisztikai szálláshelyek minőségfejlesztése	2026–2030
B4	I. Infrastruktúra	Akadálymentesítési beavatkozások a minimum 10.000 fő látogatót vonzó attrakciók esetében	2027–2035
B5	II. Termékfejl.	Egészségturizmus komplex termék- és csomagfejlesztés	2027–2030
B6	II. Termékfejl.	Aktív turisztikai tematikus csomagok (kerékpáros, vízi, gyalogos)	2027–2030
B7	II. Termékfejl.	Kulturális és örökségi tematikus útvonalak (3 útvonal)	2027–2030
B8	II. Termékfejl.	Bugac és a kun/nemzetiségi örökség élményalapú fejlesztése, a Puszta Kapuja Információs Központ integrációjával A fejlesztési tartalom része a Pásztormúzeum látogatói és interpretációs megújítása, valamint integrálása a komplex bugaci márka- és élményrendszerbe.	2026–2029
B9	II. Termékfejl.	Bor- és gasztronómiai termékfejlesztés és hálózatosítás	2027–2030
B10	III. DMO	Megyei DMO létrehozása és működtetése	2026–2028+
B11	III. DMO	Turisztikai monitoring- és adatinfrastruktúra kiépítése	2026–2028
B12	IV. Digitális	Egységes, többnyelvű desztinációs digitális platform	2026–2028
B13	IV. Digitális	Szegmentált belföldi és külföldi marketingkampányok	2028–2035
B14	IV. Digitális	AI-alapú tartalommenedzsment és digitális kompetenciák	2026–2029

Kód	Intézkedési terület	Beavatkozás neve	Ütemezés
B15	V. Képzés	Turisztikai humánerőforrás-fejlesztési program	2026–2030
B16	V. Képzés	GSTC-keretrendszer bevezetése és minőségbiztosítás	2026–2030
B17	VI. Fenntarthat.	Látogatóterhelés-menedzsment rendszer az érzékeny természeti területeken, nemzeti parki és natúrparki partnerséggel A vizsgálati területeket konkrét, földrajzilag és természetvédelmi szempontból értelmezhető egységek szerint kell kijelölni; a Kiskunsági Nemzeti Park nem egyetlen homogén terület, hanem több különálló nemzeti parki egységből, továbbá az Igazgatóság működési területéhez tartozó más védett és Natura 2000 területekből áll.	2026–2030
B18	VI. Fenntarthat.	Klímaadaptációs fejlesztések a turisztikai infrastruktúrában	2027–2032

Forrás: Saját szerkesztés

Az infrastrukturális beavatkozások teremtik meg a termékfejlesztés, a minőségi vendégélmény és a versenyképes desztinációs működés alapjait. A korábbi ciklusban megindult fejlesztések (EuroVelo, kerékpárutak, víziturisztikai beruházások) folytatást és hálózatos összekötést igényelnek; a szálláshelyek és fürdők minőségfejlesztése a jelenlegi piaci lemaradás ledolgozásának kulcsa.

34. táblázat - B1 | Kerékpárúthálózat hiányzó elemeinek pótlása és összefüggő EuroVelo-hálózat kialakítása

B1 Kerékpárúthálózat hiányzó elemeinek pótlása és összefüggő EuroVelo-hálózat kialakítása	
Szöveges bemutatás	Az EuroVelo 6, 11 és 13 nyomvonalak és a turisztikai célú, kerékpározásra alkalmas útvonalak Bács-Kiskun területén több kritikus hiányzó vagy közúton vezető szakaszt tartalmaznak, amelyek megakadályozzák az összefüggő, biztonságos és „családbarát” kerékpáros élmény megteremtését. A beavatkozás célja a hálózati szakadási pontok felszámolása, a meglévő útvonalak minőségi fejlesztése, valamint a kerékpárosbarát fogadóhelyek (szervizpontok, pihenők, csomópontjelzések) egységes rendszerének kiépítése. A fejlesztési igényeket szakaszonként kell meghatározni. Alacsony forgalmú, biztonságosan kerékpározható közutakon nem cél automatikusan önálló kerékpárút építése; kijelölés, kitáblázás, burkolatjavítás vagy kisebb közlekedésbiztonsági beavatkozás is megfelelő lehet. A prioritásokat az EV6, EV11 és EV13, a belső és tematikus kapcsolatok, a hálózati hiányok, a turisztikai kereslet és az előkészítettség egységes értékelése alapján kell kijelölni. Külön vizsgálandó a Kecskemét–Nyárlőrinc, a Baja–Érsekcsanád–Sükösd, a Solt–Kiskőrös–Kalocsa, a Kalocsa–Hajós–Kecel, valamint a Hajós/Sváb Sarok–EuroVelo 6 kapcsolatok fejlesztési szükséglete. Az EuroVelo 6-ot nem pusztán infrastruktúraként, hanem nemzetközi turisztikai termékként kell kezelni, szolgáltatói hálózattal, csomagajánlatokkal, kerékpárbarát szállásokkal, információval, multimodalitással és útvonalmenedzsmenttel.

B1 | Kerékpárúthálózat hiányzó elemeinek pótlása és összefüggő EuroVelo-hálózat kialakítása

Megvalósítandó tevékenységek	• Hiányzó 45 km kerékpárút-szakasz kiépítése (elsősorban Madaras–Bácsalmás, déli EV13 szakaszok és országos jelentőségű hálózatok) • Forgalmas közúti szakaszokon kerékpáros és gépjárműforgalom szétválasztása • Kerékpáros pihenők, szervizpontok, esőbeállók rendszerének kialakítása (50+ helyszín) • Egységes útvonal-jelzési és tájékoztató rendszer (táblák, QR-kódok, digitális útvonaltérképek) • Multimodális kapcsolatok erősítése (vasút–kerékpár átszállópontok) • Route manager szemléletű koordináció – EuroVelo standard alkalmazása
Ütemezés	2026–2028 (tervezés 2026; kivitelezés 2027–2028; standardizálás és digitális rendszer: folyamatos 2028-ig)
Érintettek kedvezményezettek /	Bács-Kiskun Vármegye Önkormányzata (koordinátor); érintett helyi önkormányzatok; kerékpáros turisták (belföldi és külföldi); EuroVelo hálózat magyarországi koordinátora; Interreg projektpartnerek
Kapcsolódás a célokhoz	C2 (Infrastruktúra) – elsődleges; C6 (Versenyképesség), C8 (Élmények) – másodlagos
Indikátor mutató és érték	Összefüggő EuroVelo-hálózat lefedettségi aránya Bács-Kiskun területén: 100% (2040-re, bázis: ~70%) Kerékpáros turisták száma a megyei szálláshelyeken: +25% (2030-ra, 2024-es bázis)

Forrás: Saját szerkesztés

35. táblázat - B2 | Vízitourisztikai kikötő- és megállóhely-lánc fejlesztése a Duna és Tisza mentén

B2 Vízitourisztikai kikötő- és megállóhely-lánc, valamint a horgászturizmus infrastruktúrájának fejlesztése	
Szöveges bemutatás	A Duna, a Tisza és a térség csatornahálózata Bács-Kiskun erős vízitourisztikai potenciálját rejt, amelyet azonban a megállóhelyek, kikötők és kapcsolódó szolgáltatások széttagoltsága és hiányossága korlátoz. A Nemzeti Vízitourisztikai Stratégia szerint a vízitúrázás Bács-Kiskunban eddig még kihasználatlan lehetőségeket rejt. Bács-Kiskun esetében a fő erőforrások nem a nagy folyók, hanem a mesterséges vízrendszerek és csatornák.
Megvalósítandó tevékenységek	• Minimum 15 megállóhely fejlesztése vagy létrehozása – WWAP-standard szerint • teljes körű kikötő fejlesztése Baján, Kalocsán, Tiszakécskén és Mohácsi híd térségében • Csomagszállítási logisztika és vízitúra-eszköz bérleti pontok kiépítése • Kombinált vízi + kerékpáros útvonalak jelölése és csomagajánlatok kialakítása • Holtágak turisztikai hasznosítása • Vízparti szálláshelyek és vendéglátók bevonása a szolgáltatói hálózatba • Kisebb léptékű horgászturisztikai fejlesztések A 15 elemű hálózat meglévő, fejlesztendő és csak indokolt esetben új megállóhelyekből állhat. Tiszakécske és Baja meglévő, közelmúltban fejlesztett vízitourisztikai infrastruktúráját kiindulópontként kell kezelni, párhuzamos kapacitás kiépítése nélkül. A fejlesztési tartalom helyszínenként a kikötési/vízre szállási lehetőségtől a mosdó, öltöző, tárolás, kölcsönzés, információ és kapcsolódó kerékpáros/szálláshelyi szolgáltatások fejlesztéséig terjedhet. A projekt-előkészítésbe a leendő üzemeltetőket és szolgáltatókat már a tervezés korai szakaszában be kell vonni.
Ütemezés	2026–2030 (tervezés és engedélyezés: 2026–2027; kivitelezés: 2027–2029; hálózatba rendezés és marketing: 2029–2030)
Érintettek kedvezményezettek	/ Baja Város, Kalocsa Város, Tiszakécske Város és a csatornák menti települések; MKKSZ (Magyar Kajak-Kenu Szövetség); horgász- és vízitourisztikai szövetségek; vízitúra-vállalkozók; természetjárók és vízi turisták
Kapcsolódás a célokhoz	C2 (Infrastruktúra) – elsődleges; C8 (Élmények), C4 (Fenntarthatóság) – másodlagos

B2 Vízituristicai kikötő- és megállóhely-lánc, valamint a horgászturizmus infrastruktúrájának fejlesztése	
Indikátor mutató és érték	Vízitúra-megállóhelyek száma a csatornákon : 15 db (2030-ra, bázis: ~5 db) Vízituristicai foglalások száma: +40% (2030-ra, 2024-es bázis)

Forrás: Saját szerkesztés

36. táblázat - B3 - Egészségturisztikai szálláshelyek minőségfejlesztése és komplex termékcsomag-kialakítás

B3 Egészségturisztikai szálláshelyek minőségfejlesztése és komplex termékcsomag-kialakítás	
Szöveges bemutatás	A három minősített gyógyhely (Kiskunhalas, Kiskunmajsa, Tiszakécske) szálláshelyi kapacitása és minősége nem éri el az országos versenytársak (Hajdúszoboszló, Hévíz, Gyula) szintjét. Az alacsony RevPAR (7.611 Ft, szemben az országos 13.930 Ft-tal) jelzi, hogy a szálláshelyek jelenleg nem képesek a gyógyturisztikai értékpotenciált gazdaságilag is hasznosítani. A beavatkozás a minőségi szintugrás infrastrukturális és tartalmi feltételeit teremti meg.
Megvalósítandó tevékenységek	• 3 gyógyhelyen medical wellness és minőségi szálláskapacitás fejlesztése (Kisfaludy Hitelprogram) • Gyógyturisztikai csomagajánlatok kialakítása (gyógy+aktív+gasztro, vállszezoni programok) • Egységes online booking rendszer a gyógyhelyek számára • Minőségi standardok bevezetése: GSTC, ISO 18513 szálláshelyi tanúsítás • Akadálymentesítés a gyógyhelyi szálláshelyeknél (senior és fogyatékkal élő célcsoport) • Szezonhosszabbítási programok fejlesztése (őszi wellness, téli orvosi program)
Ütemezés	2026–2030 (pályázati felkészítés: 2026; beruházások: 2027–2030; csomagfejlesztés: 2027-től folyamatos)
Érintettek kedvezményezettek	/ Gyógyhelyek és szálláshelyek üzemeltetői; helyi önkormányzatok; MTÜ; senior és egészségtudatos vendégek; külföldi autós vendégek

B3 Egészségturisztikai szálláshelyek minőségfejlesztése és komplex termécsomag-kialakítás	
Kapcsolódás a célokhoz	C1 (Gazdasági növekedés), C2 (Infrastruktúra), C8 (Élmények) – elsődleges; C9 (Egészség/biztonság) – másodlagos
Indikátor mutató és érték	Kereskedelmi szálláshelyek átlagos RevPAR-ja: 11.000 Ft felé (2030-ra, bázis: 7.611 Ft) Egészségturisztikai csomagban töltött vendégéjszakák aránya: 30% felé (2030-ra)

Forrás: Saját szerkesztés

37. táblázat - B4 Akadálymentesítési beavatkozások a top-30 turisztikai attrakcióban

B4 Akadálymentesítési beavatkozások a top-30 turisztikai attrakcióban	
Szöveges bemutatás	A helyzetelemzés az akadálymentesítést az egyik legkevésbé teljesített korábbi stratégiai követelményként azonosítja. A megye legalább 10.000 fő éves látogatót vonzó attrakciójábaszisztematikus audit elvégzése és a szükséges korrekciók megvalósítása elengedhetetlen az esélyegyenlőség alapelvek érvényesítéséhez és a senior, fogyatékkal élő és mozgáskorlátozott vendégek kiszolgálásához. Megjegyzés: a beavatkozás nem kizárólagosan az OTÉK szerinti komplex akadálymentesítést, jelenti, hanem a hozzáférhetőség funkcionális javítását.
Megvalósítandó tevékenységek	- Egységes akadálymentesítési audit elvégzése a top-30 attrakcióban (2027-ig) - Fizikai akadálymentesítés (rampák, liftek, akadálymentes mellékhelyiségek, jelzőrendszerek, attrakciók) - Digitális akadálymentesség: WCAG-kompatibilis weboldalak, audio guide, adaptált tartalmak - Személyzeti érzékenyítő képzések fogyatékkal élőknél - Éves akadálymentesítési jelentés készítése (DMO koordinálásával)
Ütemezés	2026–2028 (auditok 100%: 2027; korrekciók 80%: 2028-ra; teljes lefedettség: 2030)
Érintettek kedvezményezettek	/ Attrakciók üzemeltetői; fogyatékkal élő látogatók; senior vendégek; helyi önkormányzatok; civil fogyatékkal élő szervezetek

B4 | Akadálymentesítési beavatkozások a top-30 turisztikai attrakcióban

Kapcsolódás a célokhoz	C9 (Egészség/biztonság) – elsődleges; C5 (Helyi közösségek), C2 (Infrastruktúra) – másodlagos
Indikátor mutató és érték	Akadálymentesítési audittal rendelkező top-30 attrakciók aránya: 100% (2027-re) Nyilvánosan hozzáférhető akadálymentesítési információval rendelkező attrakciók aránya: 80% (2028-ra)

Forrás: Saját szerkesztés

A termékfejlesztési beavatkozások a „kemény” infrastruktúrára épülő, piacképes, előre foglalható és komplex turisztikai csomagok kialakítását célozzák. A helyzetelemzés megállapítja, hogy a megye széttagolt, egynapos és pontszerű kínálatából kell eljutni az összefüggő, tematizált, többnapos élménylánc-rendszerig.

38. táblázat - B5 | Egészségsturizmus komplex termék- és csomagfejlesztés a három gyógyhelyen

B5 Egészségsturizmus komplex termék- és csomagfejlesztés a három gyógyhelyen	
Szöveges bemutatás	A három gyógyhely önmagában is vonzerőt jelent, de a tartózkodási idő növeléséhez és a magasabb vendégköltséghez komplex, tematizált, előre foglalható csomagokra van szükség, amelyek ötvözik a gyógyturisztikai kínálatot az aktív turizmussal, a gasztronómiával és a kulturális elemekkel. A beavatkozás célja 5 különböző célcsoporthoz igazított komplex csomag piacra vitele.
Megvalósítandó tevékenységek	„Gyógyulj az Alföldön!” programcsomag (senior célcsoport, 4–7 napos gyógykezelés + wellness) „Aktív gyógyulás” hétvégi csomag (kerékpár + termál + gasztro, 2–3 napos) „Anyák és apák hétvégéje” (gyermekbarát gyógyhelyi csomag) „Medical wellness” csomag külföldi autós vendégeknek (SRB, RO piac, 3 napos) - Orvosi konzultáció + kezelési protokoll + preventív program (medical wellness irány) - Egységes online foglalási felület a gyógyhelyi csomagokhoz - Komplex gyógyászati csomagok kialakítása és folyamatos fejlesztése (TB finanszírozott és magán egészségügyi ellátások)
Ütemezés	2027–2030 (termékfejlesztés és pilotálás: 2027–2028; piacra vitel és marketing: 2028–2030) 2030 – 2040 komplex gyógyászati szolgáltatások kiépítése
Érintettek kedvezményezettjei	/ Gyógyhelyek, szálláshelyek, wellness-vállalkozók; belföldi és külföldi egészségtudatos vendégek; MTÜ (Kisfaludy program keretein belül)
Kapcsolódás a célokhoz	C1 (Gazdasági növekedés), C6 (Versenyképesség), C8 (Élmények) – elsődleges; C3 (Kulturális örökség) – másodlagos

B5 Egészségturizmus komplex termék- és csomagfejlesztés a három gyógyhelyen	
Indikátor mutató és érték	Piacra vitt egészségturisztikai komplex csomagok száma: 5 db (2030-ra) Egészségturisztikai csomagok átlagos tartózkodási ideje: min. 3,5 éjszaka (2030-ra)

Forrás: Saját szerkesztés

39. táblázat - B6 | Aktív turisztikai tematikus csomagok fejlesztése (kerékpáros és víziturisztikai szegmens)

B6 Aktív turisztikai tematikus csomagok fejlesztése (kerékpáros és víziturisztikai szegmens)	
Szöveges bemutatás	A kerékpáros és víziturisztikai szegmens az elemzés alapján kiemelt növekedési potenciállal bír, de a piacképes csomagajánlatok hiánya megakadályozza a keresleti potenciál kiaknázását. Az Ákos és Tamás perszónák igényeire épülő beavatkozás összefüggő, előre foglalható, szervizpontokkal és szállással kombinált aktív turisztikai termékeket hoz piacra.
Megvalósítandó tevékenységek	3 komplex kerékpáros turisztikai csomag csomagolása + foglalási rendszer: EuroVelo 6 Duna-parti körút; Kecskemét–Baja Homokhátság-átkelő (a TOP Plusz keretében megépülő EV11-es nyomvonalra építve – infrastrukturális alap garantált); EV13 határ menti út - víziturisztikai csomag (Dunavölgyi-főcsatorna, Kiskunsági-főcsatorna Sugovica (Kamara-Duna) kajak-kenu körút, Tisza-holtágak túra) csomagolása - Kerékpárosbarát szálláshelyek tanúsítási rendszere (ADFC/Bett+Bike standard bevezetése) - Csomagszállítási szolgáltatás kerékpáros turistáknak (baggage transfer) - Hálózatos marketing az EuroVelo nemzetközi csatornákon - Szezonhosszabbító vállszezoni ajánlatok (tavasz/ősz)
Ütemezés	2027–2030 (csomag-design: 2027; pilotálás: 2027–2028; széles körű piacra vitele: 2028–2030)
Érintettek kedvezményezettjei	/ Kerékpáros és víziturisztikai vállalkozók; EuroVelo koordinátor; aktív párok és baráti társaságok; külföldi kerékpáros turisták; helyi szálláshelyek a nyomvonalak mentén

Kapcsolódás a célokhoz	C2 (Infrastruktúra), C6 (Versenyképesség), C8 (Élmények) – elsődleges; C4 (Fenntarthatóság) – másodlagos
Indikátor mutató és érték	Piacra vitt komplex aktív turisztikai csomagok száma: 5 db (2030-ra) Kerékpárosbarát tanúsítással rendelkező szálláshelyek száma: 30 db (2030-ra)

Forrás: Saját szerkesztés

40. táblázat - B7 | Kulturális és örökségi tematikus útvonalak fejlesztése (3 piacképes útvonal)

B7 Kulturális és örökségi tematikus útvonalak fejlesztése (3 piacképes útvonal)	
Szöveges bemutatás	A megye gazdag kulturális és örökségi kínálata (Petőfi-örökség, kalocsai hungarikumok, sváb örökség, Duna-menti vallási és történeti helyszínek) széttagoltan jelenik meg, tematikus útvonalakba rendezve azonban piacképes, több napos kulturális turisztikai terméké válik. A beavatkozás 3 konkrét útvonal kialakítását célozza.
Megvalósítandó tevékenységek	- Petőfi-örökség útvonal (Kiskőrös–Kiskunfélegyháza–Szabadszállás–Szalkszentmárton–Dunavecse–Kunszentmiklós): interpretáció, digitális tartalom, tematikus szállás - Duna-menti örökség és gasztro útvonal (Kalocsa–Baja–Hajós): pincefalu, halászlé, érseki örökség, borút - Sváb-alföldi kulturális körút (Baja–Sükösd–Hajós–Nemesnádudvar–Császártöltés–Harta): sváb örökség, helyi termékek - Minden útvonalhoz: digitális útvonaltérkép, tematikus foglalási csomag, kétnyelvű interpretáció - Kiemelt attrakciók élményalapú fejlesztése az útvonalakon (nem csak feliratok, hanem élő történelem)
Ütemezés	2027–2030 (konceptióterv és útvonal-tervezés: 2027; fejlesztések és interpretáció: 2027–2029; marketing: 2028–2030)
Érintettek kedvezményezettjei	/ Kulturális intézmények (múzeumok, örökség helyek); helyi önkormányzatok; turisztikai vállalkozók; kulturális és örökségi érdeklődők; Interreg projektpartnerek
Kapcsolódás a célokhoz	C3 (Kulturális örökség), C6 (Versenyképesség), C8 (Élmények) – elsődleges; C1 (Gazdasági növekedés) – másodlagos

Indikátor mutató és érték	Piacra vitt kulturális tematikus útvonalak száma: 3 db (2030-ra) Kulturális útvonalak összesített látogatószáma: 50.000 fő/év (2035-re)
----------------------------------	---

Forrás: Saját szerkesztés

41. táblázat - B8 | Bugac és a nemzeti örökség élményalapú fejlesztése

B8 Bugac és a nemzeti örökség élményalapú fejlesztése	
Szöveges bemutatás	Bugac országos ismertségű, de a helyzetelemzés az Aranymonostor Látogatóközpont kapcsán egyértelműen rámutat: az alacsony digitális láthatóság, a statikus bemutatás és az egységes márka hiánya akadályozza a kínálat piacképességét. A beavatkozás az egyedülálló kiskunsági pusztai és örökséget élményalapú, márkaépítő turisztikai terméké alakítja..
Megvalósítandó tevékenységek	• Aranymonostor és Bugac integrált márkaidentitás és kommunikáció (egységes logó, szlogen, honlap 3 nyelven) • Interaktív, élményalapú interpretáció kialakítása (lovak bemutatók, élő történelem, AR/VR elemek) • Pusztai + lovak + gasztro komplex élménycsomag • Digitális láthatóság fejlesztése: Wikipedia, Google, Booking profil, influencers program • Bugac tematikus útvonal a Kiskunsági NP-ban (lovak, gyalogos, kerékpáros) • Rendezvénynaptár és fesztiválkínálat erősítése a szezonhosszabbítás érdekében
Ütemezés	2026–2029 (márka és digitális: 2026–2027; interpretáció: 2027–2028; komplex csomag: 2028–2029)
Érintettek kedvezményezettjei	/ Bugaci Ménesbirtok és Csárda Kft.; Kiskunsági Nemzeti Park Igazgatóság; helyi önkormányzatok; kulturális és örökségi érdeklődők; külföldi látogatók
Kapcsolódás a célokhoz	C3 (Kulturális örökség), C6 (Versenyképesség), C8 (Élmények) – elsődleges; C4 (Fenntarthatóság) – másodlagos

Indikátor mutató és érték	Bugac/Aranymonostor éves látogatószáma: +30% (2030-ra, 2024-es bázis) Bugac digitális láthatósági pontszám (VM-módszertan szerint): +25 pont (2028-ra)
----------------------------------	---

Forrás: Saját szerkesztés

42. táblázat - B9 | Bor- és gasztronómiai termékfejlesztés és hálózatosítás

B9 Bor- és gasztronómiai termékfejlesztés és hálózatosítás	
Szöveges bemutatás	A Hajós–Bajai és Kunsági borvidék, a hajósi pincefalu, a bajai halászlé és a kalocsai paprika mind erős identitásalapú termék, amelyek egymástól elszakítva gyengébben versenyeznek, mint integrált élményláncként. A beavatkozás a borturisztikai és gasztronómiai kínálatot összehangolt, piacképes termékke szervezi.
Megvalósítandó tevékenységek	- Duna-Borrégió Borút összehangolt termékkínálat-fejlesztés (foglalható borutak, pincelátogatások, gasztroprogramok), bike&wine; vízitúra& wine programok - Hajósi Pincefalu turisztikai platformfejlesztés és szezonhosszabbítása együttműködésben a nemesnádudvari és császártöltési pincesorokkal - Bajai halászlé és kalocsai paprika tematikus élménylánc kialakítása „Bács-Kiskun Ízei" prémium gasztronómiai csomag (bor+étel+szállás+program) - Helyi termelői és élelmiszer-feldolgozó kapcsolatok erősítése a kínálatba - Borút digitális platformon való megjelenés (foglaló rendszer, útvonaltérkép)
Ütemezés	2027–2030 (termékfejlesztés: 2027–2028; piacra vitele és marketing: 2028–2030)
Érintettek kedvezményezettjei	/ Borászatok; helyi éttermi vállalkozók; szállásadók; agroturisztikai szolgáltatók; helyi borász egyesületek gasztronómiai és borturisztikai érdeklődők
Kapcsolódás a célokhoz	C1 (Gazdasági növekedés), C3 (Kulturális örökség), C8 (Élmények) – elsődleges; C6 (Versenyképesség) – másodlagos

Indikátor mutató és érték	Bor- és gasztroturisztikai csomagokban résztvevő vállalkozások száma: 50 db (2030-ra) Gasztro- és borturizmushoz köthető vendégéjszakák száma: +20% (2030-ra)
----------------------------------	---

Forrás: Saját szerkesztés

III.	Desztinációmenedzsment és szervezetfejlesztés
-------------	--

A korábbi stratégiai ciklusok egyik legsúlyosabb hiányossága a tartós, megyei szintű turisztikai koordináció, illetve a komplex termékfejlesztés és termékmegjelenítés elmaradása volt. A 2026–2040-es stratégia sikerének kulcsa a szervezeti, termékfejlesztési és marketingkommunikációs szolgáltatások koordinációja.

43. táblázat - B10 | Bács-Kiskun Megyei Turisztikai Desztinációmenedzsment Szervezet (DMO) létrehozása

B10 Bács-Kiskun Megyei Turisztikai Desztinációmenedzsment Szervezet (DMO) létrehozása	
Szöveges bemutatás	A helyzetelemzés és az összes korábbi stratégia egyhangúlag azonosítja a megyei szintű turisztikai koordináció hiányát, mint az egyik legsúlyosabb strukturális problémát. A DMO létrehozása nem önmagában cél, hanem eszköz: a stratégia többi beavatkozásának koordinációját, a marketing-kommunikáció egységességét, a monitoring rendszert és a helyi szereplőkkel való partnerséget teszi lehetővé.
Megvalósítandó tevékenységek	• DMO szervezet alapítása • Éves munkaterv és operatív terv kidolgozása • Partnerségi megállapodások (helyi önkormányzatok, turisztikai vállalkozók, KNP) • Éves konzultációs fórum a turisztikai szereplőkkel • Fenntartható finanszírozási modell kialakítása (IFA-bevételek, tagdíjak, projekt-bevételek)
Ütemezés	2026: alapítás és szervezetépítés; 2027: teljes kapacitáson működő DMO; 2028-tól: koordinálja az összes beavatkozást

B10 Bács-Kiskun Megyei Turisztikai Desztinációmenedzsment Szervezet (DMO) létrehozása	
Érintettek kedvezményezettjei	Bács-Kiskun Vármegye Önkormányzata; helyi önkormányzatok; turisztikai vállalkozók; MTÜ; helyi közösségek
Kapcsolódás a célokhoz	C5 (Helyi közösségek), C6 (Versenyképesség), C7 (Marketing) – elsődleges; minden célterület – közvetett
Indikátor mutató és érték	DMO működőképes: igen (2027-re) Éves konzultációs fórumok száma: 1 db/év (2027-től) DMO koordinálta beavatkozások aránya az összes stratégiai beavatkozásból: 80% (2030-ra)

Forrás: Saját szerkesztés

44. táblázat - B11 | Turisztikai monitoring- és adatinfrastruktúra kiépítése

B11 Turisztikai monitoring- és adatinfrastruktúra kiépítése	
Szöveges bemutatás	A helyzetelemzés részletesen rámutat: a megye jelenleg nem rendelkezik egységes, attrakciósintű monitoring rendszerrel, a vendégelégedettség-adatok nem strukturáltan gyűlnek, és a KSH–NTAK integrációja nem teszi lehetővé a teljes láncra kiterjedő döntéstámogatást. A beavatkozás az adatvezérelt turizmusirányítás technikai alapjait rakja le.
Megvalósítandó tevékenységek	• NTAK adatintegráció és attrakciósintű látogatószám-monitoring rendszer (ETIS-alapú) • Éves látogatói elégedettségi felmérések (motiváció, költségi adatok) – min. 1000 fő/év • attrakciók kötelező adatszolgáltatási protokoll kidolgozása és bevezetése • Mobilpozíciós és online értékelési adatok bevonása (aggregált, anonim) • Éves turisztikai adatjelentés közzététele (nyilvános dashboard) • ETIS-indikátorok rendszeres mérése és közzététele
Ütemezés	2026–2028 (rendszertervezés: 2026; pilot: 2026–2027; teljes körű bevezetés: 2028) 2029 – 2040. adatkörök bővítése, adatvezérelt döntéshozatal

B11 | Turisztikai monitoring- és adatinfrastruktúra kiépítése

Érintettek kedvezményezettjei	/ DMO; attrakciók üzemeltetői; vendéglátóhelyek és szálláshelyek; Bács-Kiskun Vármegye Önkormányzata, helyi önkormányzatok, turisztikai döntéshozók
Kapcsolódás a célokhoz	C1 (Gazdasági növekedés), C5 (Helyi közösségek), C6 (Versenyképesség) – elsődleges
Indikátor mutató és érték	Monitoring rendszerbe kapcsolt attrakciók száma: 30 db (2028-ra, bázis: ~0) Éves látogatói elégedettségi felmérés: elvégzett (igen/nem, 2027-től folyamatos)

Forrás: Saját szerkesztés

IV.

Digitális fejlesztés és marketing

A helyzetelemzés az alacsony digitális láthatóságot és a szegmentálatlan, szétforgácsolt marketinget azonosítja a versenyképesség egyik legsúlyosabb korlátjaként. Az ebben a csoportban szereplő beavatkozások a digitális jelenlét és a célzott kommunikáció integrált rendszerét építik ki.

45. táblázat - B12 | Egységes, többnyelvű desztinációs digitális platform fejlesztése

B12 | Egységes, többnyelvű desztinációs digitális platform fejlesztése

Szöveges bemutatás	Bács-Kiskun jelenleg nem rendelkezik egységes, professzionális, mobil-first, többnyelvű desztinációs webportállal, amely összefogná a kínálatot, lehetővé tenné az online foglalást és az adatgyűjtést. A beavatkozás ezt a platformot hozza létre, amely a digitális desztinációs marketing összes többi elemének alapja.
---------------------------	--

B12 Egységes, többnyelvű desztinációs digitális platform fejlesztése	
Megvalósítandó tevékenységek	- Egységes desztinációs webportál fejlesztése (bacsiskun.hu) – 5 nyelven (HU, EN, DE, RO, SR) - Desztinációs web / mobilalkalmazás fejlesztése (útvonaltervező, attrakcióinformáció, foglalás) - Digitális turisztikai kártyarendszer (attrakcióbelépők, kedvezmények, lojalitás) - OTA platformokkal (Booking, Szallas.hu) való integráció és profilmenedzsment - Google Business profilok egységes kezelése az összes kiemelt attrakcióra - AI-alapú chatbot turisztikai kérdések megválaszolásához
Ütemezés	2026–2028 (specifikáció: 2026; fejlesztés: 2027; éles indítás: 2028; folyamatos fejlesztés, üzemeltetés: 2028+)
Érintettek kedvezményezettjei	/ DMO; turisztikai vállalkozók; látogatók (belföldi és külföldi); MTÜ
Kapcsolódás a célokhoz	C7 (Marketing), C6 (Versenyképesség) – elsődleges; C1 (Gazdasági növekedés) – másodlagos
Indikátor mutató és érték	Desztinációs platform havi egyedi látogatói: 50.000 fő (2030-ra) Digitális kártya igénylések száma: 5.000 db/év (2030-ra)

Forrás: Saját szerkesztés

46. táblázat - B13 | Szegmentált belföldi és határmenti külföldi marketingkampányok

B13 Szegmentált belföldi és határmenti külföldi marketingkampányok	
Szöveges bemutatás	A célcsoport-elemzés azonosított 11 szegmenst, amelyek eltérő üzenetekkel, csatornákon és kampánylogikával érhetők el hatékonyan. A jelenlegi, szegmentálatlan megközelítést célcsoportonként tervezett, mérhető kampányok váltják fel, amelyek belföldi és határmenti külföldi piacokat egyaránt megszólítanak.

B13 Szegmentált belföldi és határmenti külföldi marketingkampányok	
Megvalósítandó tevékenységek	- Éves kampányterv készítés célcsoportonként (6 elsődleges + 4 másodlagos szegmens) - Google Ads és Meta, közösségi média célzott digitális hirdetési kampányok (belföldi + SRB/RO/A irányban) - Éves influenszer és travel blogger program (8–10 együttműködő/év) - Media trip szervezése bel- és külföldi sajtó számára (2 db/év) - Turisztikai vásári megjelenés pl. ITB Berlin, de kizárólag csak akkor, ha konkrét, értékesíthető terméket tudunk bemutatni, általános imázsépítés termék nélkül irreleváns
Ütemezés	2027–2040
Érintettek kedvezményezettjei	/ DMO; turisztikai vállalkozók; MTÜ; potenciális belföldi és külföldi látogatók
Kapcsolódás a célokhoz	C7 (Marketing), C1 (Gazdasági növekedés), C6 (Versenyképesség) – elsődleges
Indikátor mutató és érték	Külföldi vendégéjszakák száma: +15% (2030-ra, 2024-es bázis: +27%-os külföldi növekedés alapján) A megye megjelenése az MTÜ kiemelt desztinációs kommunikációjában: 2030-ra

Forrás: Saját szerkesztés

47. táblázat - B14 | AI-alapú tartalommenedzsment és digitális kompetenciafejlesztés a szolgáltatóknál

B14 AI-alapú tartalommenedzsment és digitális kompetenciafejlesztés a szolgáltatóknál	
Szöveges bemutatás	A helyzetelemzés megállapítja, hogy a turisztikai vállalkozók döntő többsége nem rendelkezik az egységes, többnyelvű digitális jelenlétéhez szükséges kompetenciákkal. Az AI-eszközök (tartalom-generálás, fordítás, SEO-optimalizálás) ma már alacsony költséggel, de nagy hatással javíthatnak a láthatóságon. A beavatkozás ezt a képességet telepíti a szolgáltatói szintre.

B14 | AI-alapú tartalommenedzsment és digitális kompetenciafejlesztés a szolgáltatóknál

Megvalósítandó tevékenységek	• Turisztikai vállalkozók digitális marketing képzési programja (online + személyes, 2 szint) • Digitális eszközök bevezetési útmutató és workshopok (ChatGPT, Canva, stb. turisztikai alkalmazása) • Google Business és OTA profilkezelési képzés • Egységes tartalomkészítési irányelvek a desztinációs márkaidentitáshoz • Mentor program: 10 digitálisan fejlett vállalkozó mentorál 10 kezdőt
Ütemezés	2026–2029 (pilot képzési ciklus: 2026–2027; teljes körű program: 2027–2029; folyamatos mentor program: 2028+)
Érintettek kedvezményezettjei / A programba a Kiskunsági Nemzeti Park Igazgatóság turisztikai és látogatói információt szolgáltató szervezetként bevonandó.	Turisztikai vállalkozók (szálláshelyek, attrakciók, éttermek); DMO; Neumann János Egyetem
Kapcsolódás a célokhoz	C6 (Versenyképesség), C7 (Marketing) – elsődleges
Indikátor mutató és érték	Digitális kompetenciafejlesztésben részt vevő vállalkozások száma: 150 db (2029-re) Legalább 3 nyelven jelen lévő kiemelt attrakciók aránya: 80% (2030-ra, bázis: ~30%)

Forrás: Saját szerkesztés

A humánerőforrás és a minőségbiztosítás fejlesztése nélkül a fizikai infrastrukturális és digitális beruházások nem hoznak fenntartható versenyelőnyt.

48. táblázat - B15 | Turisztikai humánerőforrás-fejlesztési program

B15 Turisztikai humánerőforrás-fejlesztési program	
Szöveges bemutatás	Bács-Kiskun turisztikai munkaerőpiaca súlyos hiányosságoktól szenved: a képzett, idegen nyelvet beszélő, ügyfélcentrikus munkaerő szűkössége hosszabb tartózkodási idő és magasabb vendégköltség realizálásának akadálya. A Neumann János Egyetem szakmai kapacitásaira és a meglévő szakképzési rendszerre épülő program egységes, turisztikai kompetenciakeret mentén fejleszti a humán erőforrást.
Megvalósítandó tevékenységek	• Turisztikai szakképzési együttműködés a Neumann János Egyetemmel és a Kecskemét Gazdasági és Informatikai Szakgimnáziummal • Idegennyelvi képzési program a turisztikai frontline személyzet számára (EN, DE, SR) • Vendéglátói és turisztikai minőségi akkreditáció (nemzeti és GSTC-kompatibilis) • Turisztikai szezonális munkaerő-toborzási és ösztönzési program • Ösztöndíjprogram turisztikai szakos hallgatók számára (Vm. Önkorm. + Kisfaludy) • Éves ágazati munkaerőpiaci felmérés (DMO koordinálásával)
Ütemezés	2026–2040 (partnerségi megállapodások: 2027; képzési programok indítása: 2028; képzés)
Érintettek kedvezményezettjei	/ Turisztikai vállalkozók; szakképzési intézmények; NJE; turisztikai munkavállalók; vendégek
Kapcsolódás a célokhoz	C1 (Gazdasági növekedés), C6 (Versenyképesség) – elsődleges; C5 (Helyi közösségek) – másodlagos

Indikátor mutató és érték	Képzési programban részt vevő turisztikai munkavállalók száma: 300 fő (2029-re) Idegennyelvi akkreditációval rendelkező turisztikai munkahelyek aránya: 40% (2030-ra, bázis: ~15%)
----------------------------------	--

Forrás: Saját szerkesztés

49. táblázat - B16 | GSTC-keretrendszer bevezetése és fenntartható minőségbiztosítás

B16 GSTC-keretrendszer bevezetése és fenntartható minőségbiztosítás	
Szöveges bemutatás	A fenntartható fejlesztések és a 4. alapelv érvényesítéséhez szükség van egy egységes, független minőségi keretrendszerre, amelynek alapján a stratégiából finanszírozott beavatkozások fenntarthatósági szempontból értékelhetők és kommunikálhatók. A GSTC (Global Sustainable Tourism Council) rendszere nemzetközileg elismert és közvetlenül alkalmazható a megye kínálatára.
Megvalósítandó tevékenységek	• GSTC-értékelési módszertan adaptálása és bevezetése a megyei fejlesztési döntéshozatalba • Éves fenntarthatósági audit minden stratégiai forrásból finanszírozott fejlesztésnél • GSTC-tanúsítási folyamat elindítása (3 pilot desztinációban) • Nyilvános fenntarthatósági riport (éves) – DMO koordinálásával • Helyi fenntarthatósági konzultációk a szolgáltatókkal és a helyi közösségekkel
Ütemezés	2026–2030 (módszertan kidolgozás: 2027; pilot auditok: 2027; rendszeres éves auditok: 2028-tól; GSTC tanúsítás: 2028–2030)
Érintettek kedvezményezettjei	/ DMO; turisztikai vállalkozók; fejlesztők; KNP; helyi önkormányzatok
Kapcsolódás a célokhoz	C4 (Fenntarthatóság), C6 (Versenyképesség) – elsődleges
Indikátor mutató és érték	GSTC-értékelésen átesett fejlesztések aránya az összes stratégiai beavatkozásból: 100% (2030-tól) GSTC-tanúsítással rendelkező desztináció: 1 db (2030-ra), 3 db (2035-re)

Forrás: Saját szerkesztés

A klímaváltozás, a Homokhátság aszályérzékenysége, a KNP terhelési kockázatai és az energiaárak emelkedése a turisztikai kínálat alapját veszélyeztetik. Az ebben a területben szereplő beavatkozások az ökológiai és klimatikus reziliencia alapjait teremtik meg.

50. táblázat - B17 | Kiskunsági Nemzeti Park látogatóterhelés-menedzsment rendszer kialakítása

B17 Kiskunsági Nemzeti Park látogatóterhelés-menedzsment rendszer kialakítása	
Szöveges bemutatás	A KNP térségének ökoturisztikai fejlesztései (Bugac, Aranymonostor, tanösvények) növelik a látogatói terhelést az érzékeny természeti területeken. Terhelésmenedzsment rendszer nélkül a fejlesztések ökológiai kockázattal járnak. A beavatkozás biztosítja, hogy a turizmusfejlesztés ne menjen a természetvédelmi értékek rovására.
Megvalósítandó tevékenységek	• Tudományos alapú terhelési kapacitáselemzés 5 kiemelt természeti területre (KNP, Szelidi-tó, Vadkerti-tó, Homokhátság, vizes élőhelyek) • Digitális valós idejű és IA alapú terhelés előrejelzés • Látogatói kapacitáskorlátok bevezetése a terhelési vizsgálat alapján • Látogatóirányítási rendszer (digitális és fizikai: terhelésszelző táblák, QR-kódos irányítás) • Tanösvény-fejlesztés a KNP-ben és Bugac térségében (interpretációs elemekkel) • Éves ökológiai monitoring és látogatóterhelési riport • Természetvédelmi és turizmusfejlesztési koordinációs protokoll (KNP + DMO)
Ütemezés	2026–2040 (terhelési vizsgálat: 2026–2027; kapacitáskorlátok: 2028; monitoring: 2028-tól folyamatos)
Érintettek kedvezményezettjei	/ Kiskunsági Nemzeti Park Igazgatóság; KNP látogatói (természetjárók, ökoturisták, iskolai csoportok); helyi önkormányzatok; DMO
Kapcsolódás a célokhoz	C4 (Fenntarthatóság), C8 (Élmények) – elsődleges; C9 (Egészség/biztonság) – másodlagos

B17 | Kiskunsági Nemzeti Park látogatóterhelés-menedzsment rendszer kialakítása

Indikátor mutató és érték	Látogatói kapacitáskorláttal rendelkező természeti területek száma: 5 db (2030-ra) Ökoturisztikai területeken mért terhelési egyensúly: fenntartható szint (éves monitoring)
----------------------------------	--

Forrás: Saját szerkesztés

51. táblázat - B18 | Klímaadaptációs fejlesztések a turisztikai infrastruktúrában

B18 Klímaadaptációs fejlesztések a turisztikai infrastruktúrában	
Szöveges bemutatás	A hőhullámok, szélsőséges időjárás, vízszint-ingadozások és az energiaárak emelkedése közvetlen fenyegetést jelent a turisztikai kínálatra (fürdők, vízparti helyszínek, kerékpáros infrastruktúra). A beavatkozás a meglévő és fejlesztendő infrastruktúra klímarezilienciáját növeli, és csökkenti az üzemeltetési szénlábnyomot.
Megvalósítandó tevékenységek	• Energetikai korszerűsítés a kiemelt fürdőknél és gyógyhelyeknél (napkollektoros és hőszivattyús rendszerek) • Árnyékolási és hűtési megoldások a kerékpáros pihenőhelyeknél és vízparti helyszíneken • Víztakarékos üzemeltetési rendszerek bevezetése (szürke-víz hasznosítás, esővíz-gyűjtés) • Klímareziliencia-tervek készítése a kiemelt desztinációkra (Kiskunmajsa, Tiszakécske, Baja) • Klímaadaptációs tájékoztató rendszer (szezonális kockázati kommunikáció)
Ütemezés	2027–2032 (klímareziliencia-tervek: 2027; első beruházási ütem: 2028–2030; második: 2030–2032)
Érintettek kedvezményezettjei	/ Fürdők és gyógyhelyek üzemeltetői; helyi önkormányzatok; turisztikai vállalkozók; turisták és helyi közösségek
Kapcsolódás a célokhoz	C4 (Fenntarthatóság), C2 (Infrastruktúra) – elsődleges; C9 (Egészség/biztonság) – másodlagos

B18 | Klímaadaptációs fejlesztések a turisztikai infrastruktúrában

Indikátor mutató és érték

Energetikailag korszerűsített turisztikai létesítmények száma: 15 db (2032-re)
Turisztikai infrastruktúra energiafelhasználásának csökkentése: -20% (2032-re, 2024-es bázis)

Forrás: Saját szerkesztés

3.6.2. A beavatkozási rendszer összefoglalása

A beavatkozások logikai rendszert alkotnak: az infrastrukturális fejlesztések (B1–B4) alapot teremtenek a termékfejlesztéshez (B5–B9); a DMO és monitoring (B10–B11) koordinálja és méri a megvalósítást; a digitális platform és marketing (B12–B14) biztosítja a piaci láthatóságot; a képzés és minőségbiztosítás (B15–B16) szavatolja a szolgáltatási minőséget; a fenntarthatósági beavatkozások (B17–B18) pedig megóvják a turisztikai értékek ökológiai alapját.

3.7 Eredményesség mérése

A stratégia eredményességét rendszeres, mérhető indikátorok segítségével kell nyomon követni. A monitoring rendszer 9 stratégiai célterülethez rendelt 23 kulcsfontosságú mutatót (KPI) foglal magában, amelyek egységesen tartalmazzák a bázisértéket, a célértéket, a mérés módját, felelőst és ütemezését. A KPI-rendszer a Megyei DMO által koordinált éves teljesítményértékelés alapja, és minden esetben összhangban áll a meghatározott beavatkozások indikátoraival.

A bázisértékek a helyzetelemzés által feltárt, 2024-es (legfrissebb elérhető) statisztikai adatokon alapulnak. A mérésekhez igénybe vett adatforrások: KSH Turizmus-statisztikai gyorstájékoztató, NTAK Iránytű platform, MTÜ kampányriportok, valamint a DMO által koordinált éves látogatói felmérések és önkormányzati adatszolgáltatások.

3.7.1. Összesítő KPI-áttekintő táblázat

Az alábbi táblázat összefoglalóan tartalmazza a 22 KPI-t célonként, bázisértékkel, célértékkel, felelőssel és határidővel.

52. táblázat - KPI-ok összefoglaló táblázata

Kód	Cél	Mutató neve	Bázisérték (2024)	Célérték	Felelős	Határidő	Adatforrás
K1.1		Vendégéjszakák száma	894.915 db (2024)	1.163.390 db (+30%)	DMO, Vm. Önkorm.	2030	KSH Turizmus-stat. gyorstájékoztató
K1.2		Kereskedelmi szálláshelyek RevPAR	7.611 Ft (2024)	11.000 Ft	DMO, szálláshelyek	2030	NTAK Iránytű; turizmus.com éves RevPAR-közzététel
K1.3		IFA-bevételek éves összege	nem aggregált	bázis+25%	Helyi önkorm.	2028	Helyi önkorm. IFA-bevételi jelentései; DMO aggregálás
K2.1		EuroVelo-lefedettség (BK szak.)	~70% (2024)	100%	Vm. Önkorm.	2028	EuroVelo.eu nyomvonal-nyilvántartás; Vm. Önkorm. kerékpárút-kataszter
K2.2		Vízitúra-megállóhelyek száma	~5 db (2024)	15 db	Vm. Önkorm.	2030	MKKSZ; Nemzeti Víziturstikai Stratégia nyilvántartás; DMO felmérés
K2.3		Szálláshelyek kapacitáskihasználts.	41,6% (2024)	50%+	DMO, KSH	2030	KSH Turizmus-stat. gyorstájékoztató (havi, vm. bontás)
K3.1		Kult. tematikus útvonalak száma	0 db (2024)	3 db	DMO, kulturális int.	2030	DMO termékkataszter; desztinációs platform útvonal-regiszter
K3.2		Kulturális útvonalak látogatói	nem mért	50.000 fő/év	DMO, attrakciók	2035	DMO éves látogatói felmérés; attrakciók belépőjegy-adatai
K4.1		GSTC-értékelt fejlesztések aránya	0% (2024)	100%	DMO, GSTC	2030-tól	DMO fejlesztési audit-nyilvántartás; GSTC tanúsítványok

Kód	Cél	Mutató neve	Bázisérték (2024)	Célérték	Felelős	Határidő	Adatforrás
K4.2		Kap.korl. természeti terül. száma	0 db (2024)	5 db	KNP, DDNPI, DMO	2030	KNP és Duna–Dráva Nemzeti Park Igazgatóság éves monitoring riportjai; hatósági terület-határozatok
K4.3		Turisztikai infrastruktúra energiafelhasználása	bázis 2024	–20%	Vm. Önkorm.	2032	NTAK energetikai adatszolgáltatás; önkorm. energia-auditok
K5.1		Megyei DMO működőképessége	nem (2024)	igen	Vm. Önkorm., MTÜ	2027	Cégjegyzéki bejegyzés; DMO éves működési riport; MTÜ nyilvántartás
K5.2		Éves konsz. fórum részt. száma	0 fő (2024)	30+ fő/fórum	DMO	2027-től	DMO fórum-dokumentáció (jelenléti ívek, emlékeztetők)
K5.3		Déli járásokban megval. fejlesztések aránya	nem mért	35%	Vm. Önkorm.	2030	Vm. Önkorm. fejlesztési forrás-nyilvántartás; TOP Plusz projekt-térképezés
K6.1		Vendégelégedettségi index (NPS)	nem mért (2024)	70 pont	DMO	2035	DMO éves látogatói kérdőív (min. 500 fő); ETIS-módszertan
K6.2		Komplex tematikus csomagok száma	0 db (2024)	10 db	DMO, vállalkozók	2030	DMO termékkataszter; desztinációs platform foglalási statisztikák
K7.1		Külföldi vendégéjszakák száma	280.408 db (2024)	322.469 db (+15%)	DMO, MTÜ	2030	KSH Turizmus-stat. gyorstájékoztató (külföldi bontás, vm. szint)
K7.2		Desztinációs platform havi látogató	0 (2024)	50.000 fő/hó	DMO	2030	Google Analytics 4 (egyedi felhasználók, havi bontás)

Kód	Cél	Mutató neve	Bázisérték (2024)	Célérték	Felelős	Határidő	Adatforrás
K8.1		Átlagos tartózkodási idő	2,30 éj (2024)	2,80 éjszaka	DMO, KSH	2030	KSH Turizmus-stat. gyorstájékoztató (belföldi/külföldi bontás)
K8.2		Komplex csomagban tölt. vendégéjsz. aránya	nem mért	30%	DMO	2030	Platform foglalási adatok; szálláshelyek DMO-adatszolgáltatása
K9.1		Akadálymentesített top-30 attrakció aránya	nem mért (2024)	100%	Vm. Önkorm., DMO	2027	DMO akadálymentesítési nyilvántartás; TOP Plusz projekt-dok.
K9.2		Turisztikai kríziskommun. rendszer	nem működik	működőkép-es	Vm. Önkorm.	2028	DMO éves biztonsági audit; platform tesztelési dokumentáció

Forrás: Saját szerkesztés

3.7.1.1. C1 – Gazdasági növekedés

53. táblázat - K1.1 · Vendégéjszakák száma a kereskedelmi szálláshelyeken

K1.1 · Vendégéjszakák száma a kereskedelmi szálláshelyeken	
Cél	C1 – Gazdasági növekedés: a turizmushoz kapcsolódó vendégforgalmi bevételek
Célhoz rendelt mutató	Kereskedelmi szálláshelyeken eltöltött vendégéjszakák száma (db) – a turisztikai kereslet legátfogóbb összesített mérőszáma
Mutató értéke	Bázisérték (2024): 894.915 vendégéjszaka Célérték (2030): 1.163.390 vendégéjszaka (+30%)

Forrás: Saját szerkesztés

Cél eléréséhez rendelt eszközök	B3 – Egészségturisztikai szálláshelyek minőségfejlesztése B5 – Egészségturisztikai komplex csomagfejlesztés B6 – Aktív turisztikai tematikus csomagok B12 – Egységes digitális desztinációs platform B13 – Szegmentált marketing kampányok
Eszköz felelőse	DMO (koordinátor); Megyei Önkormányzat; szálláshelyek üzemeltetői; MTÜ
Célérték elérésének határideje	2030 (félidős értékelés: 2028, ahol min. +15%-os növekedés várható)
Mutató mérésének módja	KSH Turizmus-statisztikai gyorstájékoztató (éves közzététel); NTAK Iránytű aggregált adatai; megyei szintű összesítés
Mutató mérésének gyakorisága	Éves (naptári évenként); féléves monitoring jelentés (DMO belső)

54. táblázat - K1.2 · Kereskedelmi szálláshelyek átlagos RevPAR-mutatója

K1.2 · Kereskedelmi szálláshelyek átlagos RevPAR-mutatója	
Cél	C1 – Gazdasági növekedés: a turisztikai szektor jövedelmezőségének javítása, az alacsony ár-érték szint emelése
Célhoz rendelt mutató	Revenue Per Available Room (RevPAR) – egy rendelkezésre álló szobaegységre jutó árbevétel (Ft). Az iparági versenyképesség legmegbízhatóbb mérőszáma, amely egyszerre tükrözi az árat és a kihasználtságot.
Mutató értéke	Bázisérték (2024): 7.611 Ft (szemben az országos 13.930 Ft-tal) Célérték (2030): 11.000 Ft (az országos átlag ~79%-a)

Cél eléréséhez rendelt eszközök	B3 – Egészségturisztikai szálláshelyek minőségfejlesztése (Kisfaludy Hp.) B5 – Komplex gyógyturisztikai csomagok (magasabb átlagár) B15 – Humánerőforrás-fejlesztés (service excellence)
Eszköz felelőse	Szálláshelyek üzemeltetői (elsődleges); DMO (monitoring és benchmarking)
Célérték határideje	2030
Mutató mérésének módja	NTAK Iránytű RevPAR-adatok (szállodai szegmens); turizmus.com éves RevPAR-közzétételek; KSH kapacitáskihasználtsági adatokkal összevetés
Mutató mérésének gyakorisága	Éves; szállodai szegmens negyedéves belső monitoringja DMO-n keresztül

Forrás: Saját szerkesztés

55. táblázat - IFA-bevételek éves összege (idegenforgalmi adó)

K1.4 · IFA-bevételek éves összege (idegenforgalmi adó)	
Cél	C1 – Gazdasági növekedés: a turizmusból származó helyi bevételek növelése
Célhoz rendelt mutató	A Bács-Kiskun megye területén befolyt IFA (idegenforgalmi adó) bevételek éves összege (MFt). A vendégforgalom volumenének közvetett mérőszáma, amely egyben a helyi turisztikai fejlesztések finanszírozási bázisát is mutatja.
Mutató értéke	Bázisérték (2024): önkormányzatonként aggregálandó (várható: 200–400 MFt/év) Célérték (2028): bázis + 25%
Cél eléréséhez rendelt eszközök	B12–B13 – Digitális platform és marketing (vendégszám-növekedés) B3 – Szálláshelyfejlesztés (magasabb átlagtartózkodás)

Eszköz felelőse	Helyi önkormányzatok (adatszolgáltatás); DMO (aggregálás és közzététel)
Célérték határideje	2028
Mutató mérésének módja	Helyi önkormányzatok éves IFA-bevételi jelentései; DMO általi összesítés
Mutató gyakorisága	Éves

Forrás: Saját szerkesztés

3.7.1.2. C2 – Infrastruktúra fejlesztése

56. táblázat - K2.1 · EuroVelo-kerékpárúthálózat lefedettségi aránya Bács-Kiskun területén

K2.1 · EuroVelo-kerékpárúthálózat lefedettségi aránya Bács-Kiskun területén	
Cél	C2 – Infrastruktúra: az EuroVelo 6+11+13 kerékpáros hálózat összefüggő, biztonságos lefedettségének elérése
Célhoz rendelt mutató	Az EuroVelo-jelzéssel ellátott, összefüggő, gépjárműforgalomtól elválasztott vagy jelzett kerékpáros útvonalak aránya a teljes bács-kiskuni EV-nyomvonalhosszon belül (%)
Mutató értéke	Bázisérték (2024): ~70% (EV13 nyomvonal az EuroVelo oldalon „under development”) Célérték (2028): 100%

Cél eléréséhez rendelt eszközök	B1 – Kerékpárúthálózat hiányzó elemeinek pótlása (TOP Plusz, Interreg)
Eszköz felelőse	Bács-Kiskun Vármegye Önkormányzata (koordinátor); érintett helyi önkormányzatok; EuroVelo hálózat koordinátora
Célérték elérésének határideje	2028
Mutató mérésének módja	EuroVelo.eu nyomvonal-értékelés; Vm. Önkormányzat kerékpárút-nyilvántartás; TOP Plusz befejezett projektek üzembe helyezési nyilvántartása
Mutató mérésének gyakorisága	Éves; kivitelezési fázisban félévente

Forrás: Saját szerkesztés

57. táblázat - K2.2 · Vízitúra-megállóhelyek száma a Duna és Tisza mentén

K2.2 · Vízitúra-megállóhelyek száma	
Cél	C2 – Infrastruktúra: összefüggő víziturisztikai infrastrukturális lánc kiépítése a Duna és Tisza menti desztinációkban
Célhoz rendelt mutató	Bács-Kiskun megye területén működő, WWAP-standardnak megfelelő vízitúra-megállóhely (db)
Mutató értéke	Bázisérték (2024): ~5 db Célérték (2030): 15 db
Cél eléréséhez rendelt eszközök	B2 – Víziturisztikai kikötő- és megállóhely-lánc fejlesztése

Eszköz felelőse	Baja Város, Kalocsa Város, Tiszakécske Város; Császártöltés, Hajós, Érsekhalma, Nemesnádudvar, Sükösd, Érsekcsanád, Bática, Miske, Dusnok, Sükösd, Érsekcsanád, Nemesnádudvar önkormányzatai Vm. Önkormányzat; MKKSZ
Célérték határideje	2030 (2028-ra: min. 10 db)
Mutató mérésének módja	MKKSZ és Nemzeti Vízituristicai Stratégia nyilvántartás; DMO éves helyszíni felmérés; TOP Plusz projekt-befejezési jelentések
Mutató gyakorisága	Éves; projekt-befejezésnél azonnal

Forrás: Saját szerkesztés

58. táblázat - K2.3 · Kereskedelmi szálláshelyek éves szobakapacitás-kihasználtsága

K2.3 · Kereskedelmi szálláshelyek éves szobakapacitás-kihasználtsága	
Cél	C2 – Infrastruktúra: a szálláshelyek minőségi fejlesztésének gazdasági eredményessége
Célhoz rendelt mutató	Kereskedelmi szálláshelyek éves átlagos szobakapacitás-kihasználtsági rátája (%), amely a szálláshelyfejlesztések gazdasági fenntarthatóságának kulcsmutatója
Mutató értéke	Bázisérték (2024): 41,6% Célérték (2030): 50%+
Cél eléréséhez rendelt eszközök	B3 – Egészségturisztikai szálláshelyek minőségfejlesztése B5 – Komplex turisztikai csomagajánlatok (szezonzhosszabbítás)

	B13 – Marketing kampányok (vállszezoni promóció)
Eszköz felelőse	Szálláshelyek üzemeltetői; DMO (monitoring és benchmarking)
Célérték határideje	2030
Mutató mérésének módja	KSH Turizmus-statisztikai gyorstájékoztató (havi és éves adatok, megyei bontásban)
Mutató gyakorisága	Havi (KSH közzétételek alapján); éves összesítő értékelés

Forrás: Saját szerkesztés

3.7.1.3. C3 – Kulturális örökség megőrzése és népszerűsítése

59. táblázat - K3.1 · Piacra vitt kulturális és örökségi tematikus útvonalak száma

K3.1 · Piacra vitt kulturális és örökségi tematikus útvonalak száma	
Cél	C3 – Kulturális örökség: a széttagolt kulturális kínálat komplex, előre foglalható tematikus útvonalakba rendezése
Célhoz rendelt mutató	Piacra vitt, foglalható, legalább 2 nyelven elérhető digitális tartalommal rendelkező tematikus kulturális útvonalak száma (db)
Mutató értéke	Bázisérték (2024): 0 db (komplex, foglalható formátumban) Célérték (2030): 3 db (Petőfi-örökség, Duna-Örökség & gasztro, Sváb-Alföldi)

Cél eléréséhez rendelt eszközök	B7 – Kulturális és örökségi tematikus útvonalak fejlesztése B12 – Desztinációs digitális platform (útvonalak online foglalhatósága)
Eszköz felelőse	DMO (koordinátor); kulturális intézmények; helyi önkormányzatok
Célérték határideje	2030
Mutató mérésének módja	DMO éves termékkatasztere; desztinációs platform útvonal-regiszter; MTÜ terméknylvántartás
Mutató mérésének gyakorisága	Éves (termékkataszter-frissítés)

Forrás: Saját szerkesztés

60. táblázat - K3.2 · Kulturális tematikus útvonalak összesített éves látogatószáma

K3.2 · Kulturális tematikus útvonalak összesített éves látogatószáma	
Cél	C3 – Kulturális örökség: a kulturális turisztikai kínálat valódi piaci beágyazódása és a látogatói szám növekedése
Célhoz rendelt mutató	A 3 kiemelt kulturális tematikus útvonal mentén elért éves látogatószám összesítve (fő/év)
Mutató értéke	Bázisérték (2024): nem mért (útvonalak nem léteznek foglalható formátumban) Célérték (2035): 50.000 fő/év összesen (3 útvonal)
Cél eléréséhez rendelt eszközök	B7 – Kulturális tematikus útvonalak fejlesztése B8 – Bugac, puszta élményalapú fejlesztése

	B13 – Marketing kampányok (kulturális szegmens)
Eszköz felelőse	DMO; attrakciók és látogatóközpontok (adatszolgáltatás); helyi önkormányzatok
Célérték határideje	2035 (2030-ra: min. 20.000 fő/év)
Mutató mérésének módja	Útvonal menti attrakciók belépőjegy-adatai; DMO által koordinált éves látogatói felmérés; digitális kártya használati statisztikák
Mutató mérésének gyakorisága	Éves; attrakciószintű havi adatszolgáltatás (B11 monitoring rendszeren keresztül)

Forrás: Saját szerkesztés

3.7.1.4. C4 – Fenntarthatóság és környezetvédelem

61. táblázat - K4.1 · GSTC-keretrendszer szerinti értékelésen átesett fejlesztések aránya

K4.1 · GSTC-keretrendszer szerinti értékelésen átesett fejlesztések aránya	
Cél	C4 – Fenntarthatóság: minden stratégiából finanszírozott turisztikai fejlesztés fenntarthatósági szempontú értékelésének biztosítása
Célhoz rendelt mutató	GSTC-értékelési módszertan szerint értékelt turisztikai fejlesztések aránya az összes, stratégiai keretből finanszírozott beavatkozáson belül (%)
Mutató értéke	Bázisérték (2024): 0% (metodológia nem létezik) Célérték (2030-tól): 100% (minden új fejlesztésnél kötelező)

Cél eléréséhez rendelt eszközök	B16 – GSTC-keretrendszer bevezetése és fenntartható minőségbiztosítás
Eszköz felelőse	DMO (audit koordinálás); fejlesztők és projektgazdák; GSTC tanúsító szervezet
Célérték határideje	2030-tól (minden új fejlesztésnél kötelező kritérium)
Mutató mérésének módja	DMO éves fejlesztési audit-nyilvántartás; GSTC által kibocsátott értékelési tanúsítványok
Mutató mérésének gyakorisága	Éves (fejlesztési ciklus zárásakor)

Forrás: Saját szerkesztés

62. táblázat - K4.2 · Látogatói kapacitáskorláttal rendelkező érzékeny természeti területek száma

K4.2 · Látogatói kapacitáskorláttal rendelkező érzékeny természeti területek száma	
Cél	C4 – Fenntarthatóság: a Kiskunsági Nemzeti Park, a Duna–Dráva Nemzeti Park Igazgatóság működési területéhez kapcsolódó Duna menti térségek és más érzékeny természeti területek látogatóterhelésének tudatos menedzselése
Célhoz rendelt mutató	Tudományos terhelésvizsgálat alapján meghatározott, érvényes kapacitáskorláttal rendelkező természeti területek száma (db)
Mutató értéke	Bázisérték (2024): 0 db (nincs formalizált kapacitáskorlát) Célérték (2030): 5 db
Cél eléréséhez rendelt eszközök	B17 – KNP látogatóterhelés-menedzsment rendszer kialakítása
Eszköz felelőse	Kiskunsági Nemzeti Park Igazgatóság és Duna–Dráva Nemzeti Park Igazgatóság (területi illetékesség szerint); DMO; Vm. Önkormányzat

Célérték határideje	elérésének	2030 (terhelésvizsgálat: 2027-ig; kapacitáskorlátok: 2028-tól)
Mutató mérésének módja		KNP és Duna–Dráva Nemzeti Park Igazgatóság terhelésvizsgálati dokumentumai; hatósági területhasználati határozatok; éves monitoring riportok
Mutató gyakorisága	mérésének	Éves (KNP és Duna–Dráva Nemzeti Park Igazgatóság monitoring riportjai); területenként szezonálisan

Forrás: Saját szerkesztés

63. táblázat - K4.3 · Turisztikai infrastruktúra energiafelhasználásának csökkentése

K4.3 · Turisztikai infrastruktúra energiafelhasználásának csökkentése		
Cél	C4 – Fenntarthatóság: a turisztikai infrastruktúra szén-lábnyomának és üzemeltetési energiaköltségeinek csökkentése	
Célhoz rendelt mutató	Bács-Kiskun turisztikai létesítményeinek (fürdők, szálláshelyek, attrakciók) összesített energiafelhasználása a 2024-es bázishoz viszonyítva (%)	
Mutató értéke	Bázisérték (2024): energiamérleg-összeállítás szükséges (NTAK Iránytű energetikai adatok) Célérték (2032): –20%	
Cél eléréséhez rendelt eszközök	B18 – Klímaadaptációs fejlesztések (napkollektoros, hőszivattyú, víztakarékos rendszerek)	
Eszköz felelőse	Vm. Önkormányzat (koordinátor); fürdők és szálláshelyek; KEHOP Plusz projektgazdák	
Célérték határideje	elérésének	2032

Mutató mérésének módja	Kötelező NTAK energetikai adatszolgáltatás; önkormányzati energia-auditok; KEHOP projekt-monitoring riportok
Mutató mérésének gyakorisága	Éves; KEHOP projekteknél projekt-záráskor

Forrás: Saját szerkesztés

3.7.1.5. C5 – Helyi közösségek bevonása és támogatása

64. táblázat - K5.1 · Megyei Desztinációmenedzsment Szervezet (DMO) működőképessége

K5.1 · Megyei Desztinációmenedzsment Szervezet (DMO) működőképessége	
Cél	C5 – Helyi közösségek: a tartós, megyei szintű turisztikai koordináció intézményes kereteinek megteremtése
Célhoz rendelt mutató	Bács-Kiskun Megyei Turisztikai DMO bejegyzett, aktívan működő szervezetként való jelenléte (igen/nem mutató)
Mutató értéke	Bázisérték (2024): nem működik Célérték (2027): igen, aktívan működő DMO
Cél eléréséhez rendelt eszközök	B10 – Megyei DMO létrehozása és működtetése
Eszköz felelőse	Bács-Kiskun Vármegye Önkormányzata (alapító); MTÜ (regionális partnerség)
Célérték határideje	2027 (alapítás: 2026; teljes kapacitás: 2027)
Mutató mérésének módja	Szervezet bejegyzése; éves működési jelentés közzététele

Mutató gyakorisága	mérésének	Éves (DMO éves működési riport közzététele)
-------------------------------	------------------	---

Forrás: Saját szerkesztés

65. táblázat - K5.2 · Éves turisztikai konzultációs fórum résztvevőinek száma

K5.2 · Éves turisztikai konzultációs fórum résztvevőinek száma		
Cél		C5 – Helyi közösségek: a helyi szereplők érdemi bevonása a turisztikai döntéshozatali folyamatokba
Célhoz rendelt mutató		Az éves turisztikai konzultációs fórum résztvevőinek száma (fő) – a turisztikai partnerségi rendszer és a bevonás intenzitásának mérőszáma
Mutató értéke		Bázisérték (2025): 0 fő Célérték (2027-től): min. 30 fő/fórum évente
Cél eléréséhez rendelt eszközök		B10 – Megyei DMO (fórum szervezője)
Eszköz felelőse		DMO (szervező); helyi önkormányzatok; turisztikai vállalkozók; civil szervezetek
Célérték határideje	elérésének	2027 (első fórum megtartása)
Mutató méréseinek módja		DMO fórum-dokumentáció (jelenléti ív, emlékeztetők közzététele)
Mutató gyakorisága	mérésének	Éves (egy fórum/év + esetleges tematikus ülések)

Forrás: Saját szerkesztés

66. táblázat - K5.3 · Déli járásokban megvalósuló turisztikai fejlesztések aránya

K5.3 · Déli járásokban megvalósuló turisztikai fejlesztések aránya	
Cél	C5 – Helyi közösségek: a turizmusból származó előnyök területileg igazságos elosztása, a déli és határmenti járásokba való befektetés ösztönzése A minimum 35%-os célérték a stratégiai keretből finanszírozott turisztikai fejlesztések volumenére vonatkozó területi kiegyenlítési minimum. Más fejezetek területi százaléakai nem adódnak ehhez hozzá, és nem értelmezhetők külön, párhuzamos kötelező keretként.
Célhoz rendelt mutató	A stratégiai keretből finanszírozott turisztikai fejlesztések volumenéből a déli és határmenti járásokba (Bajai, Kiskunhalasi, Kalocsai, Kiskunmajsai járás) jutó arány (%) A minimum 35%-os célérték a stratégiai keretből finanszírozott turisztikai fejlesztések volumenére vonatkozó területi kiegyenlítési minimum. Más fejezetek területi százaléakai nem adódnak ehhez hozzá, és nem értelmezhetők külön, párhuzamos kötelező keretként.
Mutató értéke	Bázisérték (2024): nem aggregált Célérték (2030): min. 35% A minimum 35%-os célérték a stratégiai keretből finanszírozott turisztikai fejlesztések volumenére vonatkozó területi kiegyenlítési minimum. Más fejezetek területi százaléakai nem adódnak ehhez hozzá, és nem értelmezhetők külön, párhuzamos kötelező keretként.
Cél eléréséhez rendelt eszközök	B1–B2 – Infrastrukturális fejlesztések (déli EuroVelo, Duna-menti víziturizmus) B7 – Kulturális útvonalak (Duna-örökség, Sváb–alföldi) B13 – Határmenti marketing kampányok
Eszköz felelőse	Vm. Önkormányzat (fejlesztési döntések); DMO (monitoring)
Célérték határideje	2030

Mutató mérésének módja	Vm. Önkormányzat fejlesztési forrás-nyilvántartás; TOP Plusz projekt-térképezés (helyszín szerint)
Mutató mérésének gyakorisága	Éves (fejlesztési ciklus értékelés)

Forrás: Saját szerkesztés

3.7.1.6. C6 – Versenyképesség növelése

67. táblázat - K6.1 · Vendéglégedettségi index (Net Promoter Score – NPS)

K6.1 · Vendéglégedettségi index (Net Promoter Score – NPS)	
Cél	C6 – Versenyképesség: a turisztikai élmény minőségének mérhetővé tétele és javítása a versenyképes desztinációs pozíció érdekében
Célhoz rendelt mutató	Net Promoter Score (NPS) a Bács-Kiskun megyébe látogató turisták körében végzett éves felmérés alapján (–100 és +100 közötti skála)
Mutató értéke	Bázisérték (2024): nem mért Célérték (2035): $NPS \geq 70$ pont
Cél eléréséhez rendelt eszközök	B5–B9 – Komplex termékfejlesztések (magasabb élményszint) B11 – Turisztikai monitoring rendszer (NPS-mérés bevezetése) B15 – Humánerőforrás-fejlesztés (service excellence)
Eszköz felelőse	DMO (felmérés koordinálása és adatközzététel); KSH (módszertan validálása)
Célérték határideje	2035 (első mérés: 2028)

Mutató mérésének módja	DMO által koordinált, legalább 500 fős éves látogatói kérdőíves felmérés (online és helyszíni); ETIS vendégelégedettségi kérdőívek adaptálása Az évi legalább 1000 fős minta megyei szintű összesített mutató előállítására minimumként alkalmazható. Térségi, termék- vagy célcsoport-szintű eredmények publikálásakor rétegzett mintavételt kell alkalmazni, és a mintanagyságot az elemzési bontás megbízhatósági igényéhez kell növelni.
Mutató mérésének gyakorisága	Éves (főszezon után, szeptemberben)

Forrás: Saját szerkesztés

68. táblázat - K6.2 · Piacra vitt, foglalható komplex turisztikai csomagok száma

K6.2 · Piacra vitt, foglalható komplex turisztikai csomagok száma	
Cél	C6 – Versenyképesség: a szétagolt kínálatból versenyképes, komplex turisztikai termékek kialakítása
Célhoz rendelt mutató	Online és offline foglaló rendszereken keresztül elérhető, legalább 2 éjszakás tartózkodást magukba foglaló, tematizált turisztikai csomagok száma (db)
Mutató értéke	Bázisérték (2024): 0 db (komplex, foglalható formátumban, megyei szinten) Célérték (2030): 10 db (egészségturizmus: 5, aktív: 3, kulturális: 2)
Cél eléréséhez rendelt eszközök	B5 – Egészségturisztikai komplex csomagok B6 – Aktív turisztikai tematikus csomagok B7 – Kulturális tematikus útvonalak csomagjai B12 – Desztinációs digitális platform (csomagfoglaló felület)
Eszköz felelőse	DMO (termékkatalogizálás); turisztikai vállalkozók (csomagfejlesztés)

Célérték határideje	elérésének	2030 (2028-ra: min. 5 db)
Mutató mérésének módja		DMO termékkataszter; desztinációs platform foglalási statisztikák; OTA platformokon listázott BK-csomagok száma
Mutató gyakorisága	mérésének	Éves (termékkataszter-felülvizsgálat)

Forrás: Saját szerkesztés

3.7.1.7. C7 – Marketing és promóció

69. táblázat - K7.1 · Külföldi vendégéjszakák száma a kereskedelmi szálláshelyeken

K7.1 · Külföldi vendégéjszakák száma a kereskedelmi szálláshelyeken	
Cél	C7 – Marketing: a külföldi piacok elérése és a külföldi kereslet növelése célzott, szegmentált marketing révén
Célhoz rendelt mutató	Külföldi vendégek által eltöltött vendégéjszakák száma a kereskedelmi szálláshelyeken (db)
Mutató értéke	Bázisérték (2024): 280.408 db külföldi vendégéjszaka (+27% 2022-höz képest) Célérték (2030): 322.469 db (+15% a 2024-es bázishoz képest)
Cél eléréséhez rendelt eszközök	B13 – Szegmentált belföldi és határmenti külföldi marketingkampányok B12 – Többnyelvű digitális platform (5 nyelven) B3 – Egészségturisztikai kínálatfejlesztés (külföldi piacokra is)

Eszköz felelőse	DMO; MTÜ; Interreg projektpartnerek
Célérték határideje	2030
Mutató mérésének módja	KSH Turizmus-statisztikai gyors tájékoztató (külföldi vendégéjszakák, megyei bontás)
Mutató gyakorisága	Éves; havi tájékoztató (KSH adatközlés alapján)

Forrás: Saját szerkesztés

70. táblázat - K7.2 · Desztinációs digitális platform havi egyedi látogatóinak száma

K7.2 · Desztinációs digitális platform havi egyedi látogatóinak száma	
Cél	C7 – Marketing: a megye turisztikai digitális jelenlétének és láthatóságának növelése
Célhoz rendelt mutató	A megyei desztinációs webportál (bacskiskun.hu) havi egyedi látogatóinak száma (fő)
Mutató értéke	Bázisérték (2024): 0 fő (platform nem létezik) Célérték (2030): 50.000 egyedi látogató/hó
Cél eléréséhez rendelt eszközök	B12 – Egységes, többnyelvű desztinációs digitális platform fejlesztése B13 – Marketing kampányok (platform-forgalom növelése) B14 – AI-alapú tartalommenedzsment
Eszköz felelőse	DMO (platform üzemeltetés); digitális ügynökség (SEO és kampány)

Célérték határideje	elérésének	2030 (platform indítás: 2028; 2028-ban: min. 20.000/hó)
Mutató mérésének módja		Google Analytics 4 platform-statisztikák; havi egyedi felhasználók (unique users) mérése
Mutató gyakorisága	mérésének	Havi; éves összesítő értékelés

Forrás: Saját szerkesztés

3.7.1.8. C8 – Turisztikai élmények gazdagítása

71. táblázat - K8.1 · Vendégek átlagos tartózkodási ideje (éjszaka/vendég)

K8.1 · Vendégek átlagos tartózkodási ideje (éjszaka/vendég)	
Cél	C8 – Turisztikai élmények: a komplex élménykínálat révén a tartózkodási idő és az egy főre jutó vendégköltség növelése
Célhoz rendelt mutató	A kereskedelmi szálláshelyeken tartózkodó vendégek átlagos tartózkodási ideje (éjszaka/vendég)
Mutató értéke	Bázisérték (2024): 2,30 éjszaka (belföldi: 2,20; külföldi: 2,80) Célérték (2030): 2,80 éjszaka (összesen)
Cél eléréséhez rendelt eszközök	B5 – Egészségturisztikai csomagok (átlag 3,5+ éjszaka) B6 – Aktív turisztikai csomagok (2–3 napos formátum) B7 – Kulturális útvonalak (többnapos bejárás)

Eszköz felelőse	DMO; szálláshelyek (csomagfejlesztés)
Célérték határideje	2030
Mutató mérésének módja	KSH Turizmus-statisztikai gyorstájékoztató (átlagos tartózkodási idő, megyei bontás; belföldi/külföldi szegmentáltan)
Mutató gyakorisága	Éves; szezonális bontásban félévente

Forrás: Saját szerkesztés

72. táblázat - K8.2 · Komplex turisztikai csomagokra épülő vendégéjszakák aránya

K8.2 · Komplex turisztikai csomagokra épülő vendégéjszakák aránya	
Cél	C8 – Turisztikai élmények: a komplex csomagajánlatok piaci penetrációjának mérése
Célhoz rendelt mutató	Előre foglalt, komplex turisztikai csomagban töltött vendégéjszakák aránya az összes kereskedelmi szálláshely-vendégéjszakán belül (%)
Mutató értéke	Bázisérték (2024): nem mért (komplex csomagok nincsenek) Célérték (2030): 30%
Cél eléréséhez rendelt eszközök	B5–B9 – Összes termékfejlesztési beavatkozás B12 – Digitális platform (csomagfoglalások nyomon követése)
Eszköz felelőse	DMO (monitoring); turisztikai vállalkozók (csomagajánlatok)

Célérték határideje	elérésének	2030
Mutató mérésének módja		Desztinációs digitális platform foglalási adatai; szálláshelyek által DMO-nak szolgáltatott csomag-értékesítési adatok
Mutató gyakorisága	mérésének	Negyedéves; éves összesítés

Forrás: Saját szerkesztés

3.7.1.9. C9 – Egészségügyi és biztonsági szempontok

73. táblázat - K9.1 · Akadálymentesítési audittal rendelkező top-30 attrakció aránya

K9.1 · Akadálymentesítési audittal rendelkező top-30 attrakció aránya	
Cél	C9 – Egészség és biztonság: a fogyatékkal élők, senior és mozgáskorlátozott vendégek számára teljeskörűen hozzáférhető turisztikai kínálat megteremtése
Célhoz rendelt mutató	A megye 30 legjelentősebb turisztikai attrakciója közül akadálymentesítési audittal és nyilvánosan elérhető akadálymentesítési tájékoztatóval rendelkező attrakciók aránya (%)
Mutató értéke	Bázisérték (2024): nem mért (nincs egységes audit) Célérték (2027): 100% auditált; korrekciók 80%-a megvalósítva (2028-ra)
Cél eléréséhez rendelt eszközök	B4 – Akadálymentesítési beavatkozások a top-30 attrakcióban

Eszköz felelőse	Vm. Önkormányzat (audit koordinálás); attrakciók üzemeltetői; DMO (nyilvántartás)
Célérték határideje	2027 (auditok 100%); 2028 (korrekciók 80%)
Mutató mérésének módja	DMO akadálymentesítési nyilvántartás; TOP Plusz projekt-befejezési dokumentáció; NJE szakmai ellenőrzés; fogyatékosági civil szervezetek visszajelzései
Mutató gyakorisága	Éves; projekt-befejezéskor azonnal

Forrás: Saját szerkesztés

74. táblázat - K9.2 · Turisztikai kríziskommunikációs rendszer működőképessége

K9.2 · Turisztikai kommunikációs rendszer működőképessége	
Cél	C9 – Egészség és biztonság: a turisták egészségének és biztonságának biztosítása egységes (krízis)kommunikációs és tájékoztatási rendszer révén
Célhoz rendelt mutató	Egységes, a megye összes kiemelt turisztikai desztinációjára kiterjedő turisztikai (krízis)kommunikációs és biztonsági tájékoztató rendszer működésének ténye (igen/nem)
Mutató értéke	Bázisérték (2024): nem működik Célérték (2028): igen, aktívan működő rendszer
Cél eléréséhez rendelt eszközök	B4 – Akadálymentesítési beavatkozások (biztonsági információk rendszerezése) B12 – Desztinációs digitális platform (vésszjelzési és tájékoztatási alrendszer)

Eszköz felelőse	Vm. Önkormányzat; DMO; helyi önkormányzatok; katasztrófavédelem (partnerség)
Célérték elérésének határideje	2028
Mutató mérésének módja	DMO éves biztonsági auditjelentés; desztinációs platform biztonsági alrendszer tesztelési dokumentáció
Mutató mérésének gyakorisága	Éves (biztonsági audit)

Forrás: Saját szerkesztés

3.7.2. A monitoring rendszer összefoglalása

A 23 KPI nyomon követése három szinten zajlik. Az operatív szintű (havi/negyedéves) monitoringot a DMO végzi a NTAK Iránytű, a Google Analytics és az attrakciós adatszolgáltatás alapján. A taktikai szintű (éves) értékelés a KSH éves turizmus-statisztikai közzétételre és a DMO éves felmérésére épül, és megjelenik a DMO nyilvános éves riportjában. A stratégiai szintű (5 éves) értékelés a félidős (2030) és a záró (2040) stratégiai felülvizsgálat keretében zajlik, ahol az eredmények alapján a célértékek és a beavatkozások módosíthatók.

A monitoringrendszer sikerének alapfeltétele a B11 beavatkozás (turisztikai monitoring- és adatinfrastruktúra) 2028-ra való megvalósulása. Enélkül számos KPI – különösen a látogatói elégedettség, a csomagok piaci penetrációja és az attrakciósintű látogatószámok – nem mérhetők megbízhatóan. A DMO felállása (B10, 2027) egyszerre a felelős szervezet és a monitoring koordinátora, ezért mindkettő az egész rendszer kritikus előfeltétele.

75. táblázat - Monitoring szint és felelősök

Monitoring szint	Felelős szervezet	Adatforrás	Közzététel
Operatív (havi/negyedéves)	DMO	NTAK Iránytű, Google Analytics, attrakciós és	Belső DMO dashboard; negyedéves operatív riport

	szolgáltatói adatszolgáltatás		
Taktikai (éves)	DMO + Vm. Önkorm.	KSH éves statisztika, DMO éves felmérés, IFA-adatok	Nyilvános DMO éves riport (március)
Stratégiai (5 éves)	Vm. Önkorm. + DMO + MTÜ	Összes fenti + ETIS- indikátorok + NPS- felmérés	Stratégiai felülvizsgálati dokumentum (2030, 2035, 2040)

Forrás: Saját szerkesztés

3.8 Erőforrás terv

Az erőforrás terv bemutatja a Bács-Kiskun megye turizmusfejlesztési stratégiájának 2026–2040 közötti végrehajtásához szükséges **pénzügyi és szakmai erőforrásokat**, az intézményi és szervezeti kereteket, a javasolt együttműködési struktúrákat, valamint azonosítja a megvalósításban érintett főbb szervezeteket és szereplőket. A jelenlegi uniós költségvetési ciklusban új fejlesztésekre nincs lehetőség.

A DMO és Bács-Kiskun Vármegye Önkormányzata együttműködésében évente aktualizálandó turisztikai érdekérvényesítési agendát kell működtetni. Ennek témái különösen a közúti és kerékpáros hálózat hiányai, vízi hozzáférési és hajózási problémák, természetvédelmi és kezelői egyeztetések, közösségi közlekedés, határkapcsolatok, turisztikai szabályozási akadályok és finanszírozási igények.

A tervezés kiindulópontja, hogy a következő, 2028 – 2034 közötti fejlesztési ciklusban is elérhetőek lesznek a kohéziós források. A körvonalazódó célrendszer (a fenntartható prosperitás, a vidéki közösségek életminőségének javítása, illetve a kulturális örökség megőrzése) várhatóan lehetővé teszi a Bács-Kiskun megyei turisztikai fejlesztések folytatását.

3.8.1. Pénzügyi erőforrások

A stratégia megvalósításának finanszírozási hátterét elsősorban a 2028 – 2034 EU-s költségvetési ciklus támogatásai, az állami és települési saját források, valamint a piaci szereplők által befektetett tőke jelenti.

3.8.1.1. Uniós operatív programok (2021–2027)

Terület- és Településfejlesztési Operatív Program Plusz (TOP Plusz)

A megye turizmusfejlesztésének elsődleges infrastrukturális forrása. A TOP_PLUSZ-6.1.3 konstrukció keretében a jelenlegi ciklusban már 23 projekt kapott támogatást, közel 9,5

milliárd forint összértékben, köztük kiemelt kerékpárút-fejlesztések (pl. az Érsekhalma–Nemesnádudvar–Sükösd szakasz ~2,2 milliárd Ft értékben, a Kecel–Császártöltés közötti kerékpárút ~1,6 milliárd Ft értékben). A megyei önkormányzat a TOP_PLUSZ-6.1.4 konstrukció keretében 4 projekttel közel 2,6 milliárd forint támogatásban részesült aktív- és ökoturisztikai fejlesztések céljára, továbbá a bugaci ökoturisztikai látogatóközpont 500 millió forintos beruházásával. A program kiemelten alkalmas vízparti és rekreációs területek, belvárosi közterek, kerékpáros és gyalogos hálózatok, természeti és kulturális örökség turisztikai hasznosítása céljára.

Gazdaságfejlesztési és Innovációs Operatív Program Plusz (GINOP Plusz)

A GINOP Plusz a vállalkozások – különösen a mikro-, kis- és középvállalkozások – versenyképességének, termelékenységének, innovációs képességének és szolgáltatásminőségének fejlesztéséhez kapcsolódó egyik fő gazdaságfejlesztési forrás. A program keretében támogathatók lehetnek a vállalkozói kapacitások, technológiai fejlesztések, minőségjavító beruházások és innovációs tevékenységek. A keretből dedikáltan turisztikai fejlesztések nem támogathatóak.

Digitális Megújulás Operatív Program Plusz (DIMOP Plusz)

A stratégia szempontjából kiemelt fontosságú program, mivel a desztinációs digitális kártyarendszerek, mobilapplikációk, online foglalási és információs rendszerek, adatvezérelt látogatómenedzsment-megoldások, valamint a turisztikai szereplők digitális kompetenciafejlesztése ezen a programon keresztül finanszírozható. A versenyképes desztinációk működésében a digitális jelenlét és az adatvezérelt tervezés ma alapkövetelmény.

Környezeti és Energiahatékonysági Operatív Program Plusz (KEHOP Plusz)

Közvetve, de stratégiaileg fontos módon segíti az öko- és víziturizmus feltételeinek erősítését. A vizes élőhelyek, árterek és védett területek rehabilitációja, a látogatómenedzsment-fejlesztés, valamint a szemléletformáló beruházások mind olyan beavatkozások, amelyekre a turisztikai termékfejlesztés közvetlen alapokat épít.

3.8.1.2. Agrár- és vidékfejlesztési források

Bács-Kiskun megyében a LEADER típusú vidékfejlesztési források több helyi akciócsoporton keresztül érhetők el. A megyei lefedettség szempontjából különösen releváns a Felső-Bácska Vidékfejlesztési Egyesület, a Homokhátság Fejlődéséért Vidékfejlesztési Egyesület, a Kiskunok Vidékéért Egyesület, a Kolon Menti Leader Egyesület, a Szabadszállási Gazdakör és az ÜDE-KUNSÁG Vidékfejlesztési Egyesület. Ezek a szervezetek helyi fejlesztési stratégiáik alapján elsősorban kisebb léptékű, helyi gazdaságfejlesztési, közösségi, vidéki örökségvédelmi, helyi termékhez, falusi turizmushoz, agrárturizmushoz és szolgáltatásfejlesztéshez kapcsolódó beavatkozások finanszírozásában relevánsak.

3.8.1.3. Határon átnyúló együttműködési programok (Interreg)

A Magyarország–Szerbia, Interreg programok a közös turisztikai termékfejlesztés, a tematikus útvonalak (kerékpáros, vízi, kulturális), a közös marketing és a desztinációmenedzsment terén kínálnak potenciált. A megyének meglévő tapasztalatai vannak ezen a területen: a korábbi ciklusban olyan projektek valósultak meg, mint a Duna Borút fejlesztése, az egészségturizmus határ menti fejlesztése, a Baja–Sombor Greenways ökoturisztikai projekt és az OPTI-BIKE 3 határon átnyúló kerékpáros fejlesztési projekt. A konstrukcióban újabb pályázati kiírás már nem várható.

3.8.1.4. Hazai turisztikai támogatási eszközök

A Magyar Turisztikai Ügynökség által meghirdetett hazai turisztikai támogatási programok, illetve egyedi fejlesztési kérelmek támogatják a turisztikai fejlesztéseket. Az MTÜ által indított Kisfaludy Hitelprogram kisléptékű fejlesztéseket tesz lehetővé, illetve a napi működést támogatja. A Az aktív életmódhoz/turizmushoz kapcsolódó kisléptékű fejlesztéseket az Aktív Magyarország program támogatja. Ezek a forráskeretek az EU-s programokkal párhuzamosan, azokat kiegészítve vehetők igénybe.

3.8.2. Szakmai erőforrások

A stratégia sikeres végrehajtása nem csupán pénzügyi, hanem **szakmai erőforrásokat** is igényel: kellő turisztikai, menedzsment-, marketing- és digitális kompetenciával rendelkező humán kapacitásra van szükség mind a koordináló szervezetekben, mind a szolgáltatói körben.

3.8.2.1. Felsőoktatás és duális képzés

A **Neumann János Egyetem** és a **megye szakképző intézményei** szoros együttműködése révén **Bács-Kiskun az egyik vezető szereplője a duális képzésnek Magyarországon**. Ez a háttér stratégiai erőforrás a turizmus számára: lehetőséget teremt turizmus- és vendéglátás-orientált képzések, gyakorlatorientált programok, nyelvi és digitális kompetenciafejlesztés kialakítására – amelyek a minőségi turisztikai szolgáltatások elengedhetetlen feltételei. A stratégia megvalósításához javasolt az egyetemmel és a Bács-Kiskun Megyei Kereskedelmi és Iparkamarával való tudatos együttműködés az oktatási tartalmak formálásában.

3.8.2.2. Kapacitásépítés a szolgáltatói körben

A korábbi stratégiák értékelése rámutatott, hogy a képzési és kapacitásépítési feladatok csak részben teljesültek: nem alakult ki tartós, megyei koordinációjú képzési struktúra. Az új stratégiai időszakban kiemelt feladat a turisztikai szereplők rendszeres szakmai fejlesztése, amelyek keretei:

- alapvető digitális marketingkompetenciák fejlesztése (weboldal-kezelés, közösségi média, hirdetéskezelés)
- adatértelmezési és mesterséges intelligencia-alapú eszközök alkalmazása (tartalomírás, fordítás, kampánytervezés)
- egységes minőségbiztosítási és fenntarthatósági elvárásrendszerhez kapcsolódó képzések

- rendszeres szakmai műhelyek, szolgáltatói klubok, tudásmegosztó platformok működtetése

A képzési feladatok koordinálásába javasolt bevonni a Bács-Kiskun Megyei Kereskedelmi és Iparkamarát, a Neumann János Egyetemet, a Magyar Turisztikai Ügynökség regionális képviselőit, valamint a Tourinform-hálózatot.

3.8.2.3. Adatvezérelt döntéstámogatás

A stratégia megvalósítását segítő szakmai kapacitás részét kell képeznie egy, a megyei turisztikai desztinációs szervezeten belül kialakítandó monitoring- és adatelemzési funkciónak. Ez magában foglalja a vendégforgalmi adatok gyűjtését és értékelését, a turisztikai mutatók nyomon követését, a kampányok hatékonyságmérését, valamint az adatvezérelt fejlesztési döntések megalapozását.

3.8.3. Szervezeti keretek

A korábbi stratégiai időszak egyik legfontosabb tanulsága, hogy tartós, a teljes megyét lefedő, intézményesített turisztikai koordináció hiányában a fejlesztések csak projektszinten valósultak meg, és nem alakult ki egységes, folyamatosan működő megyei szintű irányítás. A Bács-Kiskun Megyei Turizmusfejlesztési és Marketing Nonprofit Kft. megszűnése, illetve a várva-várt megyei DMO-struktúra kialakulatlansága tartós szervezeti hiányt jelent.

3.8.3.1. Javasolt megyei desztinációmenedzsment-szervezet (DMO)

A stratégia végrehajtásának alapfeltétele egy stabil, **intézményesített megyei szintű desztinációmenedzsment-szervezet (DMO)** létrehozása. A szervezeti keret négy alapfunkciót tölt be:

- **Koordináció** – a turisztikai termékpilléreket és horizontális fejlesztési területeket integráló, a szereplők közötti együttműködést menedzselő funkció
- **Minőség és fenntarthatóság** – egységes minőségi és fenntarthatósági elvek érvényesítése a kínálatban és a kommunikációban
- **Adatvezérelt döntéshozatal** – monitoring, kutatás, látogatói adatok elemzése, piaci helyzetértékelés
- **Pozicionálás és marketing** – a megye turisztikai márkájának felépítése, a célcsoportoknak szóló kommunikáció és piaci jelenlét koordinálása
- **Termékfejlesztés és csomagajánlatok kialakítása** – a megye adottságaira épülő turisztikai termékek, tematikus útvonalak, élményláncok és értékesíthető ajánlatcsomagok fejlesztése.
- **Szolgáltatói együttműködések fejlesztése** – a turisztikai szolgáltatók, önkormányzatok, attrakciók, civil szereplők és helyi termelők közötti partnerségek ösztönzése és hálózatos működésük támogatása.

A DMO javasolt gazdaszervezete a Bács-Kiskun Vármegye Önkormányzata, amely a fenntartás, a stratégiai irányítás és a forrásbevonás szempontjából a legerősebb intézményi alapot biztosítja. A DMO operatív működésébe be kell vonni a kiemelt turisztikai helyszínek

helyi önkormányzatait, a turisztikai vállalkozásokat, a szakmai kamarákat és az oktatási intézményeket.

3.8.3.2. TDM-hálózat és Tourinform-rendszer

A megyei DMO mellett szükséges a **helyi és térségi TDM-szervezetek** (turisztikai desztinációmenedzsment-szervezetek) hálózatának megerősítése, amelyek a desztinációsintű termékfejlesztés, a helyi szereplők bevonása és az operatív feladatok ellátásának kereteit adják. A **Tourinform-irodák** hálózata kulcsfontosságú szerepet tölt be az információszolgáltatásban, a látogatói fogadásban és a helyi programkommunikációban, ezért fejlesztésük és koordinációjuk a DMO feladatkörébe tartozik.

3.8.4. Javasolt együttműködések

A megyei turisztikai koordináció és a Közép-Duna Menti Kiemelt Térség/Turisztikai Menedzsment Rendszer között formalizált együttműködési mechanizmust kell kialakítani. A két rendszer feladatai nem azonosak, de a Duna menti, megyehatáron átnyúló projektek, adatmegosztás, marketing, projekt-előkészítés és forrásbevonás területén rendszeres koordináció szükséges a párhuzamosságok elkerülésére és a szinergiák kihasználására.

A turizmusfejlesztési stratégia megvalósítása kizárólag szerteágazó és intézményes együttműködési hálón keresztül lehetséges. Az alábbiakban a legfontosabb együttműködési irányokat összegezzük.

3.8.4.1. Horizontális, ágazatközi együttműködések

- Bács-Kiskun Vármegye Önkormányzata – Neumann János Egyetem: turisztikai képzési tartalmak, kutatási programok, szakdolgozati együttműködések, adatelemzés
- Bács-Kiskun Megyei Kereskedelmi és Iparkamara – DMO: üzleti turizmus, MICE-termékek, képzési programok, gazdaságfejlesztési szinergiák
- Természetvédelmi szervek (Kiskunsági Nemzeti Park Igazgatóság, natúrparkok) – DMO: ökoturisztikai termékfejlesztés, látogatómenedzsment, fenntarthatósági standardok
- Magyar Turisztikai Ügynökség (MTÜ) – Megyei DMO: nemzeti szintű kampányokhoz való kapcsolódás, márképítési irányelvek, adatszolgáltatás, pályázati koordináció

3.8.4.2. Határ menti és nemzetközi együttműködések

- Szerb partnerek (Vajdasági Autonóm Tartomány, Alma Mons klaszter, Sremski Karlovci): Duna Borút, kerékpáros és víziturisztikai tematikus útvonalak közös fejlesztése és marketingje
- Horvát és román határmenti partnerségek: Interreg programokra épülő közös termék- és útvonalalkialakítás
- EuroVelo-hálózathoz kapcsolódó koordináció: az EV13 (Vasfüggöny-útvonal) megyei szakaszának menedzsmentje és kommunikációja

3.8.4.3. Klaszterek és tematikus szövetségek

- Borturisztikai egyesületek: borturisztikai hálózat koordinálása, borturisztikai márka és útvonal fenntartása, szervezeti stabilizálása
- Fürdők és egészségturisztikai szereplők: közös minőségbiztosítás, egészségturizmus termékcsoport-fejlesztés, gyógyhelyi együttműködés
- Magyar Kajak-Kenu Szövetség és vízisport-szervezetek: víziturizmus infrastruktúrafejlesztés, túraútvonalak, megállóhely-hálózat koordinálása
- Bács-Kiskun Megyei Szabadidősport Szövetség, MAKETUSZ aktív turisztikai szolgáltatások és fejlesztések

3.8.5. A megvalósításban érintett szervezetek és szereplők

Az alábbi áttekintés azonosítja a turizmusfejlesztési terv végrehajtásában közvetlen vagy közvetett szerepet játszó főbb szereplőket és szervezeteket.

3.8.5.1. Irányítási és koordináló szervezetek

- Bács-Kiskun Vármegye Önkormányzata – a stratégia gazdaszervezete, a megyei DMO fenntartója, a fejlesztési projektek kedvezményezettje és koordinátora
- Magyar Turisztikai Ügynökség (MTÜ) – országos turizmusstratégia, marketingkommunikáció, pályázati programok, Tourinform-hálózat felügyelete
- Helyi önkormányzatok (Kecskemét, Baja, Kiskunhalas, Tiszakécske, Kalocsa, Kiskunmajsa és további járasszékhelyek, kiemelt turisztikai települések) – helyi fejlesztések, ingatlangazdálkodás, TDM-részvétel, önkormányzati attrakciók működtetése

3.8.5.2. Szakmai és gazdasági szervezetek

- Bács-Kiskun Megyei Kereskedelmi és Iparkamara – vállalkozásfejlesztés, képzések, üzleti turizmus, munkaerőpiaci kapcsolódás
- Neumann János Egyetem – felsőoktatási háttér, kutatás, duális képzés, digitális kompetenciafejlesztés
- Szakképzési intézmények – vendéglátás, idegenforgalom, turisztikai szolgáltatások szakmai utánpótlása

3.8.5.3. Természetvédelmi és örökségvédelmi szervek

- Kiskunsági Nemzeti Park Igazgatóság – ökoturizmus, látogatómenedzsment, természetvédelmi szempontok érvényesítése
- Duna-Dráva Nemzeti Park Igazgatóság – a megye nyugati, Duna menti természetvédelmi és ökoturisztikai kapcsolódásainak partnere, különösen a Baja–Gemenc térségben.
- Felső-Bácska–Homokhát Natúrpark és Órjegy és Szőlőhegyei Natúrpark szervezetei – helyi örökségi és természeti értékek megőrzése és bemutatása, ökoturisztikai termékfejlesztés, helyi termék- és szolgáltatói hálózatok szervezése, közösségi bevonás.

- Kulturális örökségvédelmi intézmények – kulturális turizmus, örökségmenedzsment

3.8.5.4. Turisztikai vállalkozások és civil szervezetek

- Szállásadók, szállodák, panziók, kemping- és vendégház-üzemeltetők – a turisztikai fogadóképesség gerince, a minőségbiztosítási rendszer részesei
- Vendéglátóhelyek, gasztronómiai és borturisztikai szereplők – a helyi termékkínálat és gasztronómiai élmény hordozói
- Attrakció-üzemeltetők (fürdők, látogatóközpontok, múzeumok, sportlétesítmények) – a turisztikai termékek alapjai
- Duna Borrégió Borút Egyesület – borturisztikai klaszterszervező, határ menti együttműködés koordinátora
- Horgász- és vízisport-szervezetek (BÁCSHOSZ és társszervezetek) – horgász- és víziturizmus fejlesztésének partnerei
- Lovas- és aktív turisztikai vállalkozások – pusztai lovasturizmus, kerékpáros és outdoor kínálat

3.8.5.5. Határon átnyúló partnerek

- Vajdasági Autonóm Tartomány turisztikai szervei – közös desztinációmenedzsment, Duna Borút, határon átnyúló Interreg projektek
- Alma Mons klaszter (Szerbia) – borturisztikai együttműködés, közös marketing
- Horvát és román határmenti turizmusszervező szervezetek – Interreg alapú partnerségek

3.8.6. Kritikus sikertényezők

A Bács-Kiskun megye turizmusfejlesztési stratégiájának végrehajtása csak akkor lehet sikeres, ha a **pénzügyi erőforrások** mozgósítása és a **szakmai kapacitásépítés** mellett megteremtődik a **tartós szervezeti háttér** – mindenekelőtt egy stabil, intézményes megyei szintű desztinációmenedzsment-szervezet formájában. A korábbi stratégiai időszak tapasztalatai egyértelműen mutatják, hogy a szervezeti koordináció hiánya az egyik legfőbb gátja volt a hosszú távon fenntartható, rendszerszemléletű turizmusfejlesztésnek.

A megvalósítás kritikus sikertényezői:

- A megyei DMO mielőbbi létrehozása és stabil, hosszú távú működési feltételeinek biztosítása
- A pénzügyi forrástervezés összehangolása a cselekvési terv prioritásaival és ütemezésével
- A szakmai képzési és kapacitásépítési feladatok folyamatos, intézményesített végzése
- Az érintett szervezetek és szereplők bevonása a tervezési és döntési folyamatokba
- A határon átnyúló és ágazatközi együttműködések fenntarthatóvá tétele projekt-finanszírozáson túlmutatóan
- Rendszeres monitoring és adatvezérelt felülvizsgálat a stratégia megvalósítása során

A 2021–2027-es uniós programozási időszak végéig rendelkezésre álló fejlesztési forrásokat a fentiekben azonosított szervezeti és szakmai keretekkel kell összehangolni annak érdekében,

hogy a 2028 utáni, szűkösebb forrásokkal jellemzett időszakban a megye turizmusa egy erős, önfenntartó és versenyképes pályán legyen.

4 Operatív terv

4.1 Az operatív terv rendeltetése és használata

Az operatív terv feladata, hogy a Bács-Kiskun megye turizmusfejlesztési stratégiájában megfogalmazott jövőképet, célokat és beavatkozásokat **végrehajtható cselekvési programmá alakítsa**. A dokumentum döntési és végrehajtási keret: kijelöli, hogy a stratégia elfogadását követően milyen sorrendben, milyen szervezeti felelősséggel, milyen monitoring mellett és milyen finanszírozási logika szerint lehet elindítani a 2026–2040 közötti fejlesztési folyamatot.

71. ábra - A stratégiai célrendszer és az operatív végrehajtás kapcsolata



Forrás: Saját szerkesztés

Az operatív terv a stratégiai célrendszer végrehajtásának eszközeit mutatja be. A fejezet cselekvési programként rögzíti, hogy a helyzetfeltárásból levezetett fejlesztési igények milyen projektportfólióba rendeződnek, ezekért ki felel, milyen időhorizonton készíthetők elő és valósíthatók meg, milyen becsült forrásigénnyel járnak, és milyen indikátorokkal mérhető a teljesítésük.

76. táblázat - Időhorizonthoz rendelt feladatok

Időhorizont	Végrehajtási logika	Fő feladat
Rövid táv	2026. október–2028	Projekt-előkészítés, koordinációs rendszer, DMO-előkészítés, monitoring és első gyorsan indítható fejlesztések.
Középtáv	2029–2034	Nagyobb infrastruktúra- és termékfejlesztések megvalósítása, 2028 utáni forrásbevonás, márká- és piacépítés.
Hosszú táv	2035–2040	Minőségi megújítás, fenntarthatósági konszolidáció, nemzetközi pozíció és új fejlesztési ciklus előkészítése.

Forrás: Saját szerkesztés

77. táblázat - Az operatív terv kapcsolódása a stratégiai célrendszerhez

Célkód	Stratégiai cél	Operatív értelmezés
C1	Gazdasági növekedés	A helyi gazdaság élénkítése, a turisztikai bevételek, a foglalkoztatás és a helyi vállalkozói kapcsolódások növelése.
C2	Infrastruktúra fejlesztése	A turisztikai infrastruktúra minőségének, hálózati lefedettségének, közlekedési elérhetőségének és akadálymentességének javítása.
C3	Kulturális örökség megőrzése és népszerűsítése	Komplex tematikus útvonalak, élményalapú kulturális termékek, helyi hagyományok fenntartható turisztikai hasznosítása.
C4	Fenntarthatóság és környezetvédelem	GSTC-alapú szempontrendszer, klímaadaptáció, látogatóterhelés-kezelés és természeti értékmegőrzés.
C5	Helyi közösségek bevonása és támogatása	Partnerségi működés, területi kiegyenlítés, helyi lakossági és szolgáltatói bevonás, igazságos haszonmegosztás.
C6	Versenyképesség növelése	Egységes megyei turisztikai márka, innovatív termékek, kreatív és digitális élményelemek, cross-szektor kapcsolódások.
C7	Marketing és promóció	Többnyelvű digitális jelenlét, célzott belföldi és határmenti külföldi kampányok, mérhető online kommunikáció.
C8	Turisztikai élmények gazdagítása	Komplex, foglalható, többnapos élménycsomagok kialakítása a három termékpillér összekapcsolásával.
C9	Egészségügyi és biztonsági szempontok	Turistabiztonság, akadálymentesítés, egészségügyi és kríziskommunikációs információk, inkluzív szolgáltatások.

Forrás: Saját szerkesztés

A célrendszer operatív értelmezése egységes projektkiválasztási logikát ad. Minden fejlesztési javaslatnak legalább egy stratégiai célhoz, legalább egy termékpillérhez és legalább egy horizontális feltételhez kell kapcsolódnia. A projekt-előkészítés során a stratégiai illeszkedést, a térségi hatást, a megvalósíthatóságot, a fenntarthatósági teljesítményt és a mérhetőséget együtt kell értékelni.

A modell a három termékpillért azonos stratégiai súlyú fejlesztési tengelyként kezeli. A fejlesztési portfólió olyan projektcsoportokat javasol, amelyek több pillért és több horizontális feltételt egyszerre erősítenek. Ez különösen fontos Bács-Kiskun megyében, ahol a versenyképes kínálat több térség és több terméktípus összekapcsolásával alakítható ki.

72. ábra - Egyenrangú termékpillér-háromszög a 2040-es célállapot eléréséhez



Forrás: Saját szerkesztés

4.1.1. Tervezési alapfeltevések és időbeli kiindulópont

A végrehajtási terv időzítése abból indul ki, hogy a stratégia elfogadása várhatóan 2026 szeptemberében történik meg, így a tényleges **induló időszak 2026 októbere**, amelynek fő feladata nem beruházások tömeges elindítása, hanem a döntési, szervezeti, adatgyűjtési és partnerségi alapok megteremtése.

78. táblázat - Tervezési kérdések és operatív következmények

Tervezési kérdés	Rögzített alapfeltevés	Operatív következmény
Elfogadás időpontja	2026. szeptember	A végrehajtási ütemezés nem tartalmaz 2026 Q1–Q3-ra operatív feladatot.
Előkészítés	2026. Q4, 2027. Q1	Döntési pontok, DMO-előkészítés, adatbekérés, éves munkaterv és partneri egyeztetés, szervezetfejlesztési feladatok (DMO működés)

Tervezési kérdés	Rögzített alapfeltevés	Operatív következmény
		kezdetre 2027. Q2), 2028 – 2034-es tervezés előkészítése (2027. Q3, Q4)
Első teljes végrehajtási év	2028	A termék-, adat-, marketing-, képzési feladatok, tervezési feladatok 2028 – 2034-es költségvetési ciklus.
Első értékelési pont	2028 vége	Az alapozó szakasz lezárása, a 2029–2034-es skálázási időszak előkészítése.
Elsődleges finanszírozási időszak	2028–2034	A nagyobb fejlesztések reálisan a következő kohéziós ciklusra támaszkodhatnak.

Forrás: Saját szerkesztés

4.2 Végrehajtási és működési modell

A végrehajtási modell a 2026–2028 közötti indító időszakban átmeneti megyei programirányításra épül. A Megyei Önkormányzat döntési felelőssége mellett kijelölt koordinációs egység indítja el a projekt-előkészítést, az adatbekérést, a partnerségi fórumokat és a forrásbevonási munkát. A tartós DMO-funkció létrehozásáról a jogi, pénzügyi és működési előkészítés alapján szükséges dönteni.

A modell három lépcsőben szervezi a végrehajtást. Első lépésként a Megyei Önkormányzat által kijelölt koordinációs egység vagy programiroda elindítja a feladatokat. Második lépésként elkészül a tartós koordinációs modell jogi és pénzügyi döntési anyaga. Harmadik lépésként, a döntés függvényében, létrejön a megyei DMO-funkció vagy azzal egyenértékű koordinációs kapacitás, amely a projektportfólió, a partnerségi rendszer, a marketing és a monitoring működtetését végzi.

4.2.1. Felelősségi rendszer

79. táblázat - Felelősségi rendszer

Szereplő	Operatív feladat	Döntési / finanszírozási szerep
Bács-Kiskun Vármegye Önkormányzata	stratégiai döntések, forráskoordináció, programiroda kijelölése, éves beszámoló jóváhagyása	döntéshozó és kezdeményező szerep; átmeneti működés finanszírozása
Projektkoordinációs egység a Megyei Önkormányzatnál / Megyei turisztikai programiroda	projekt-előkészítés, partnerségi fórumok szervezése, monitoring indítása, DMO-előkészítés	átmeneti végrehajtási koordináció 2026 Q4–2028 között
MTÜ / Visit Hungary	országos és nemzetközi marketingkapcsolódás, módszertani és szakmai együttműködés	kampány- és piaci illeszkedés; nem önálló megyei végrehajtó
Települési önkormányzatok	helyi fejlesztések, területbiztosítás, engedélyezési és partnerségi feladatok	projektgazdai és társfinanszírozási szerep

Szereplő	Operatív feladat	Döntési / finanszírozási szerep
Helyi DMO-k / turisztikai szervezetek	helyi termékfejlesztés, szolgáltatói bevonás, helyi kommunikáció	helyi projekt- és partnerségi végrehajtás
KNPI	természetturisztikai, ökoturisztikai és látogatóterhelési fejlesztések	szakmai projektgazda és természetvédelmi kontroll
Magyar Közút Nonprofit Zrt. és közlekedési partnerek	kerékpáros és közlekedési infrastruktúra fejlesztésében való közreműködés	infrastrukturális projektgazdai / üzemeltetői szerep
Szálláshely-üzemeltetők	szállásminőség, energiahatékonyság, egészségturisztikai csomagok	magánforrás és szolgáltatásfejlesztés
Attrakció-üzemeltetők	élmény- és szolgáltatásfejlesztés, akadálymentesítés, adatszolgáltatás	projektgazdai és fenntartási szerep
Helyi termelők, borászatok, vendéglátók	gasztronómiai, bor- és helyi termékprogramok	piaci szereplő, szolgáltatói hozzájárulás
Képző intézmények	képzések, gyakornoki programok, digitális és szolgáltatásminőségi fejlesztés	humánerőforrás-programok szakmai végrehajtása

Forrás: Saját szerkesztés

4.2.2. A DMO-funkció létrehozásának döntési előfeltételei

80. táblázat - A DMO létrehozásának döntései feltételei

Döntési kérdés	Elvárt tartalom	Határidő
Jogi forma	nonprofit kft., egyesület vagy programirodai modell összehasonlítása; alapítói és tagsági kör meghatározása	2027 I. félév
Finanszírozási modell	megyei hozzájárulás, települési hozzájárulás, szolgáltatói tagsági díj, projektmenedzsment-bevétel, marketing-hozzájárulás, állami források	2027 I. félév
Feladatkatalógus	marketing, termékfejlesztés, adatgyűjtés, partnerség, képzés, pályázat-előkészítés, éves jelentés	2027 II. félév
Személyi kapacitás	minimum vezető/koordinátor, adat- és monitoringfelelős, marketing/digitális felelős, partnerségi és projektfejlesztési felelős	2027 II. félév
Beszámolási rend	éves turisztikai jelentés, negyedéves projektmonitoring, nyilvános KPI-összefoglaló	2028-tól

Forrás: Saját szerkesztés

4.2.3. Partnerségi fórumok

A partnerségi rendszer konzultatív és projekt-előkészítő szerepet tölt be. Három szintje van: megyei turisztikai kerekasztal évente legalább kétszer; tematikus munkacsoportok a három termékpillér és a horizontális célok mentén; éves megyei turisztikai konferencia a nyilvános beszámolás és visszacsatolás érdekében.

4.3 Projekt- és fejlesztési portfólió

A projektportfólió a stratégiai célok gyakorlati megvalósítását szolgálja. A beavatkozások nem azonos érettségűek: egyesek azonnal előkészíthetők, másokhoz projektötlet-gyűjtés, megvalósíthatósági tanulmány, műszaki előkészítés szükséges. A költségek indikatív becslések, amelyeket a projekt-előkészítés során pontosítani kell.

4.3.1. Projektprioritási rendszer

81. táblázat - Projektprioritások - döntési logika

Prioritási kategória	Tartalom	Hatáa
P1 – Kritikus előfeltétel	koordináció, monitoring, projekt-előkészítés, adatgyűjtés, partnerségi rendszer	Nélkülük a többi fejlesztés nem mérhető vagy nem koordinálható
P2 – Magas hatású termék- és infrastruktúrafejlesztés	kerékpár, víziturizmus, fürdő- és szállásminőség, kulturális útvonalak, Bugac	Közvetlenül növeli a kínálatot, a tartózkodási időt és a költséget
P3 – Piacra vitel és minőség	marketing, digitális platform, képzés, GSTC, akadálymentesítés	A fejlesztések piacosítását, láthatóságát és minőségbiztosítását adja
P4 – Fenntartás és megújítás	klímaadaptáció, energiahatékonyság, kapacitásmenedzsment, 2035 utáni megújítás	A 2040-es fenntartható működést biztosítja

Forrás: Saját szerkesztés

4.3.2. Kiemelt megyei projektportfólió

A projektportfólió forrásmegjelölései indikatív forrásbevonási irányokat határoznak meg, ezek a mindenkor programozási és támogatási feltételek alapján konkretizálhatók.

A projektportfóliót két táblázat mutatja be. Az első a stratégiai áttekintést adja: melyik beavatkozás melyik pillérhez és célhoz kapcsolódik, mikor valósulhat meg, milyen költségnagyságrenddel és prioritással. A második táblázat a felelősöket és a finanszírozási irányokat rögzíti.

82. táblázat - Kiemelt megyei projektportfólió

Kód	Projekt / beavatkozás	Pillér / funkció	Célkapcsolat	Időszak	Költség MFt	Prioritás
B1	Kerékpárúthálózat hiányzó elemeinek pótlása (beleértve a szolgáltatási pontokat), hiányzó EuroVelo-kapcsolatok kiépítése	Aktív és ökoturizmus	C2, C6, C8	2026 Q4–2032	5 000	Magas
B2	Víziturisztikai kikötő- és megállóhely-lánc	Aktív és ökoturizmus	C2, C4, C8	2026 Q4–2030	1 800	Magas
B3	Egészségturisztikai szálláshelyek minőségfejlesztése	Egészség- és fürdőturizmus	C1, C2, C6, C8	2027–2032	2 400	Magas
B4	Akadálymentesítési és látogatóbiztonsági beavatkozások kiemelt attrakciónál	Horizontális / mindhárom pillér	C2, C9, C4	2027–2030	600	Magas
B5	Egészségturizmus komplex termék- és csomagfejlesztés	Egészség- és fürdőturizmus	C1, C6, C8	2027–2030	5 500	Magas

Kód	Projekt / beavatkozás	Pillér / funkció	Célkapcsolat	Időszak	Költség MFt	Prioritás
B6	Aktív turisztikai tematikus csomagok	Aktív és ökoturizmus	C2, C6, C8	2027–2031	500	Közepes-magas
B7	Kulturális és örökségi tematikus útvonalak	Kulturális és örökségturizmus	C3, C6, C8	2027–2031	1 200	Magas
B8	Bugac élményalapú fejlesztése	Kulturális és örökségturizmus / aktív-öko kapcsolódás	C3, C4, C8	2026 Q4–2029	800	Magas
B9	Bor- és gasztronómiai termékfejlesztés és hálózatosítás	Kulturális és örökségturizmus / horizontális helyi gazdaság	C1, C3, C6, C8	2027–2030	500	Közepes-magas
B10	Megyei turisztikai koordinációs rendszer és DMO létrehozása (működtetés nélkül)	Horizontális intézményi feltétel	C5, C7, C4	2026 Q4–2028	150	Kritikus előfeltétel
B11	Turisztikai monitoring- és adatinfrastruktúra	Horizontális / mindhárom pillér	C4, C5, C6, C7	2026 Q4–2028	180	Kritikus előfeltétel
B12	Egységes, többnyelvű desztinációs digitális platform (teljes tartalomfejlesztéssel)	Horizontális / marketing és digitalizáció	C7, C8, C9	2027–2029	180	Magas
B13	Szegmentált belföldi és határmenti külföldi marketingkampányok	Horizontális / marketing	C6, C7, C1	2028–2035	600	Magas
B14	AI-alapú tartalommenedzsment és digitális kompetenciafejlesztés	Horizontális / digitalizáció	C6, C7, C8	2026 Q4–2029	100	Közepes
B15	Turisztikai humánerőforrás-fejlesztési program	Horizontális / humán erőforrás	C1, C6, C8, C9	2027–2030	250	Magas
B16	GSTC-keretrendszer bevezetése és fenntartható minőségbiztosítás	Horizontális / fenntarthatóság	C4, C5, C6	2026 Q4–2030	80	Kritikus minőségi feltétel
B17	Kiskunsági Nemzeti Park látogatóterhelés-menedzsment rendszer	Aktív és ökoturizmus / fenntarthatóság	C4, C8, C9	2027–2030	300	Magas
B18	Klímaadaptációs fejlesztések a turisztikai infrastruktúrában	Horizontális / mindhárom pillér	C4, C2, C9	2027–2034	800	Magas

A költségigény indikatív. A végleges költségvetés a projekt-előkészítés, műszaki tartalom, támogatási intenzitás alapján pontosítandó.

Forrás: Saját szerkesztés

83. táblázat - Felelősök és források a kiemelt portfólióhoz

Kód	Elsődleges felelős / projektgazda	Potenciális források	Prioritás / státusz
B1	Magyar Közút Zrt., települési önkormányzatok, megyei koordináció	2028 – 2034 -es ciklus EU-s forrásai: kohéziós alapok, határon átnyúló (Interreg) programok, egyéb transznacionális programok, hazai források	Magas
B2	Érintett vízparti önkormányzatok, vízügyi partnerek, MKKSZ	2028 – 2034 -es ciklus EU-s forrásai: kohéziós alapok, határon átnyúló (Interreg) programok, egyéb transznacionális programok, hazai források	Magas
B3	Szálláshely-üzemeltetők, fürdővárosok, megyei koordináció	Magántőke 2028 – 2034 -es ciklus EU-s forrásai: kohéziós alapok, határon átnyúló (Interreg) programok, egyéb transznacionális programok, közvetlen brüsszeli (pl. Horizont, Life, Urbact) valamint hazai források	Magas
B4	Attrakció-üzemeltetők, települési önkormányzatok	2028 – 2034 -es ciklus EU-s forrásai: kohéziós alapok, határon átnyúló (Interreg) programok, egyéb transznacionális programok, hazai források	Magas
B5	Fürdők, szálláshelyek, egészségügyi és rekreációs szolgáltatók	2028 – 2034 -es ciklus EU-s forrásai: kohéziós alapok, magántőke, intézményi befektetők, hazai forrás (működés biztosítása OEP illetve külföldi egészségbiztosítók)	Magas
B6	Aktív turisztikai szolgáltatók, települések, KNPI	2028 – 2034 -es ciklus EU-s forrásai: kohéziós alapok, határon átnyúló (Interreg) programok, egyéb transznacionális programok, közvetlen brüsszeli (pl. Horizont, Life, Urbact) valamint hazai források	Közepes-magas
B7	Kulturális intézmények, települések, örökségkezelők	2028 – 2034 -es ciklus EU-s forrásai: kohéziós alapok, határon átnyúló (Interreg) programok, egyéb transznacionális programok, közvetlen brüsszeli (pl. Horizont, Life, Urbact), Erasmus valamint hazai források	Magas
B8	KNPI, Bugac térségi önkormányzatok, attrakció-üzemeltetők	2028 – 2034 -es ciklus EU-s forrásai: kohéziós alapok, határon átnyúló (Interreg) programok, egyéb transznacionális programok, közvetlen brüsszeli (pl. Horizont, Life, Urbact), Erasmus valamint hazai források	Magas
B9	Borászatok, vendéglátók, helyi termelők, helyi akciócsoportok	2028 – 2034 -es ciklus Közös Agrárpolitikai Alap (KAP), hazai források	Közepes-magas
B10	Bács-Kiskun Vármegye Önkormányzata	Állami hozzájárulás, 2028 – 2034 -es ciklus EU-s forrásai: kohéziós alapok, határon átnyúló (Interreg) programok, egyéb transznacionális programok	Kritikus előfeltétel

Kód	Elsődleges felelős / projektgazda	Potenciális források	Prioritás / státusz
B11	Megyei koordináció, adatgazda szervezet, települések	Állami, önkormányzati és szolgáltatói hozzájárulás, 2028 – 2034 -es ciklus EU-s forrásai: kohéziós alapok, határon átnyúló (Interreg) programok, egyéb transznacionális programok, Erasmus	Kritikus előfeltétel
B12	Megyei koordináció, digitális fejlesztő, MTÜ Visit Hungary	Állami hozzájárulás, egyéb hazai források	Magas
B13	Megyei koordináció, MTÜ, ügynökségek	Országos turisztikai partnerség, megyei és települési marketingkeret, szolgáltatói hozzájárulás	Közepes-magas
B14	Megyei koordináció, szolgáltatók, képző partnerek	Állami hozzájárulás, hazai források, 2028 – 2034-es ciklus kohéziós alapok, Erasmus	Közepes
B15	Képző intézmények, szolgáltatók, megyei koordináció	Állami hozzájárulás, hazai források, 2028 – 2034-es ciklus kohéziós alapok, Erasmus	Magas
B16	Megyei koordináció, szakértők, szolgáltatók	Megyei/települési saját forrás, szolgáltatói hozzájárulás	Kritikus minőségi feltétel
B17	KNPI, érintett önkormányzatok, természetvédelmi partnerek	2028 – 2034 -es ciklus EU-s forrásai: kohéziós alapok, határon átnyúló (Interreg) programok, egyéb transznacionális programok, közvetlen brüsszeli (pl. Life), Erasmus valamint hazai források	Magas
B18	Önkormányzatok, szolgáltatók, attrakció-üzemeltetők	2028 -2034-es ciklus EU-s forrásai, magántőke, hitel, hazai források	Magas

Forrás: Saját szerkesztés

4.3.3. Előkészítendő projektcsomagok

84. táblázat - Projektcsomagok és döntési pontok

Projektcsomag	Előkészítendő tartalom	Döntési pont	Kapcsolódó célok
EuroVelo 13 és déli kerékpáros kapcsolatok	Nyomvonal-hiányok pontosítása, tulajdonosi és műszaki kérdések, becsült költségvetés, szakaszolás	2027 Q2: fejlesztési lista jóváhagyása	C2, C5, C8
Vajas-fok és Duna völgyi főcsatorna menti víziturizmus	Megállóhelyek, vízjogi és természetvédelmi feltételek, szolgáltatói kapcsolódások	2027 Q3: megvalósíthatósági terv	C2, C4, C8
Homokhátsági aktív és ökoturisztikai csomag	KNPI-kapcsolódások, tanyavilág, kerékpáros/gyalogos/lovas elemek, klímaadaptáció	2028 Q1: projektcsomag döntés	C4, C6, C8
Egészségturisztikai fejlesztések	Gyógy- és rekreációs szolgáltatásfejlesztés, energiahatékonyság, OEP illetve magánegészségügyi bevonás	2027 Q4: klaszterprogram	C1, C2, C6, C8
Kulturális és örökségi tematikus útvonalak	Petőfi-örökség, Bugac, vallási örökség, Kalocsa–Hajós–Baja gasztro-örökség	2027 Q4: 3 útvonal kiválasztása	C3, C6, C8
Megyei digitális turisztikai platform	Funkcionális specifikáció, többnyelvű tartalomstruktúra, adat- és foglalási logika, adatkezelő	2027 Q2: rendszerterv	C7, C8, C9

4.3.4. A 2028 – 2034 közötti uniós pénzügyi ciklusra előkészítendő projektportfólió

A 2028 utáni EU-s források időszaka a stratégia megvalósításának fő fejlesztési és finanszírozási forrása, ezt kiegészíthetik hazai támogatási konstrukciók. Ezért a 2026 októberétől 2028 végéig tartó időszak elsődlegesen projekt-előkészítési, partnerségépítési szakasz. A megye feladata, hogy 2028 végére olyan, előkészített projektportfólióval rendelkezzen, amely illeszkedik az EU-s szakpolitikai céljaihoz: zöld átmenet, fenntartható mobilitás, digitális átállás, térségi felzárkóztatás, helyi gazdaságfejlesztés.

A projektportfóliót úgy kell kialakítani, hogy az egyes beavatkozások egymást erősítsék, magas költségű fejlesztési igényeknél lehetőséget kell biztosítani az ütemezett fejlesztésekre. Minden projektcsomagnál rögzíteni kell a területi érintettséget, a felelős projektgazdát, az előkészítettségi szintet, a költségvetést, a lehetséges forrásirányt, a partnerségi hátteret és a stratégiai célkapcsolatot.

85. táblázat - 2028 végéig terjedő feladatok

Projektcsomag	2028 végéig előkészítendő tartalom	Fő projektgazdák / partnerek	Becsült indikatív forrásigény (a lehetséges források l. a 75. számú táblázat)
1. Aktív mobilitási és kerékpáros hálózati csomag	EuroVelo 13 és kapcsolódó megyei bekötések, pihenőpontok, szolgáltatói csomópontok, kerékpárosbarát szolgáltatói hálózat előkészítése.	Megyei Önkormányzat, Magyar Közút, települési önkormányzatok, Aktív Magyarország, szolgáltatók	4,5–5,5 Mrd Ft
2. Víziturisztikai csomag	Kikötő- és megállóhely-hálózat, vízparti pihenőpontok, túraútvonalak, szolgáltatói csomagok, természetvédelmi és vízügyi engedélyezési előkészítés.	Vízügyi igazgatóságok, érintett települések, KNP/KNPI, vízitúra-szolgáltatók, Megyei Önkormányzat	1,2–1,8 Mrd Ft
3. Egészség- és fürdőturisztikai versenyképességi csomag	Gyógyhelyi, termál- és rekreációs szolgáltatáscsomagok, szálláshely-minőségfejlesztés, energiahatékonyság, akadálymentesítés és négyéves szakos termékfejlesztés.	Fürdők, szálláshelyek, települési önkormányzatok, MTÜ, magánbefektetők	3,0–4,5 Mrd Ft

Projektcsomag	2028 végéig előkészítendő tartalom	Fő projektgazdák / partnerek	Becsült indikatív forrásigény (a lehetséges források l. a 75. számú táblázat)
4. Kulturális és örökségturisztikai útvonalcsomag	Petőfi-örökség, Bugac, vallási örökség, Kalocsa–Hajós–Baja kulturális és gasztró kapcsolódások, digitális interpretáció.	Települések, kulturális intézmények, egyházak, örökségkezelők, szolgáltatók	2,0–2,5 Mrd Ft
5. Homokhátsági öko- és klímaadaptációs turisztikai csomag	Tanyavilág, Kiskunsági Nemzeti Parkhoz kapcsolódó ökoturisztikai útvonalak, árnyékolás, vízmegtartás, hőszigetelés, alacsony terhelésű látogatásmenedzsment.	KNP/KNPI, települések, tanyasi szolgáltatók, civil szervezetek, vízügyi és természetvédelmi szereplők	0,8–1,1 Mrd Ft
6. Digitális desztinációs és monitoring csomag	Egységes digitális platform, adatbekérési rendszer, attrakció- és szolgáltatói adatlapok, látogatói elégedettségmérés, KPI-dashboards és projektmonitoring.	Megyei Önkormányzat, DMO/programiroda, települések, szolgáltatók, adatgazdák	0,4–0,6 Mrd Ft
7. Déli felzárkózó térségek turisztikai csomagja	Bácsalmási és Jánoshalmi járás turisztikai projektjeinek külön előkészítése: kis léptékű attrakciók, aktív útvonalak, helyi termékek, szálláshely- és szolgáltatásfejlesztés.	Déli járások települései, vidékfejlesztési és helyi akciócsoporti források, civil szervezetek, vállalkozások, Megyei Önkormányzat	Nem összeadandó külön sor: a fenti csomagokból min. 25–35% területi allokáció javasolt. Indikatív értéke kb. 3,0–5,6 Mrd Ft a fenti portfólión belül.

Forrás: Saját szerkesztés

A projektcsomagokat 2027-ben előszűrt projektadatlapokra kell bontani, majd 2028-ban legalább előzetes megvalósíthatósági, költség- és partnerségi dokumentációval kell előkészíteni. A cél, hogy a 2028 utáni uniós pénzügyi időszak indulásakor a megye ne csupán fejlesztési igényeket, hanem előkészített, egymásra épülő, egymást erősítő projektcsomagokat tudjon felmutatni. Figyelembe véve, hogy a kohéziós források turisztikai kerete nagy valószínűséggel nem növekszik érdemben, a támogatási konstrukciók ismeretében komplex forrástérkép elkészítése szükséges, korlátozott támogatási lehetőségek esetén ütemezett (ütemezhető) fejlesztésekkel.

4.4 Programok termékpillérenként

A három termékpillér egyenrangú fejlesztési tengely. Ezeket kell olyan programcsomagokká alakítani, amelyek egymással összekapcsolva képesek többnapos, magasabb költségű, szezonkiegénylítő és fenntartható turisztikai kínálatot létrehozni.

4.4.1. Egészség- és fürdőturizmus

86. táblázat – Operatív tartalom – Egészség- és fürdőturizmus

Elem	Operatív tartalom
Cél	négyévszakos egészség-, rekreációs és prevenciók kínálat kialakítása, amely fürdőkre, szálláshelyekre, helyi termékekre és aktív programokra épül
Fő projektek	B3, B5, B15, B18; kapcsolódóan B9 és B12
Felelősök	fürdővárosok, szálláshely-üzemeltetők, szolgáltatók, megyei koordináció
Mérőszámok	RevPAR, kapacitáskihasználtság, átlagos tartózkodási idő, komplex csomagok száma
Összeg	7,9 Mrd Ft

Forrás: Saját szerkesztés

4.4.2. Aktív és ökoturizmus

87. táblázat - Operatív tartalom – Aktív és ökoturizmus

Elem	Operatív tartalom
Cél	Duna–Tisza–Kiskunság aktív élményhálózat kialakítása kerékpáros, vízi, gyalogos, lovas és természetvédelmi elemekkel
Fő projektek	B1, B2, B6, B17, B18; kapcsolódóan B4 és B12
Felelősök	települési önkormányzatok, Magyar Közút, KNPI, vízügyi és aktív turisztikai partnerek
Mérőszámok	hálózati lefedettség, víziturisztikai megállóhelyek, kapacitáskorlátozott természeti területek, aktív csomagok száma
Összeg	8,4 Mrd Ft

Forrás: Saját szerkesztés

Az aktív és ökoturisztikai pilléren belül a kerékpáros turizmus, a víziturizmus és a természetturizmus külön alprogramként kezelendő. Ezek eltérő műszaki, természetvédelmi és szolgáltatási előfeltételekkel rendelkeznek, ezért a projekt-előkészítés során külön ütemezést és engedélyezési logikát igényelnek. A természetturizmus fejlesztésében a Kiskunsági Nemzeti Park Igazgatóság mellett a Felső-Bácska–Homokhát és az Órjeg és Szőlőhegyei Natúrpark meglévő útvonalai, programjai és szolgáltatói hálózatai is bevonandók. Az aktív útvonalak mentén indokolt a kisléptékű, alacsony környezeti terhelésű kerékpáros és vízitúrás szálláshelyek, öko-kempingek, biva- és pihenőpontok fejlesztési lehetőségének vizsgálata is.

88. táblázat – Operatív tartalom – Kerékpáros, vízi- és természetturizmus

Alprogram	Operatív tartalom	Kapcsolódó beavatkozás	Összeg
Kerékpáros turizmus	EuroVelo és megyei bekötések, pihenőpontok, szolgáltatói pontok, digitális útvonalak	B1, B6, B12	5,3 Mrd

Alprogram	Operatív tartalom	Kapcsolódó beavatkozás	Összeg
Víziturizmus	Vízi turisztikai megállóhelyek, eszközbérlet, csomagszállítás, vízparti szolgáltatások	B2, B6	2 Mrd
Természetturizmus	KNPI-vel egyeztetett útvonalak, kapacitásmenedzsment, vezetett túrák, interpretáció	B17, B18	1,1 Mrd

Forrás: Saját szerkesztés

4.4.3. Kulturális és örökségturizmus

89. táblázat - Operatív tartalom – Kulturális és örökségturizmus

Elem	Operatív tartalom
Cél	a szétszórt kulturális, történeti, vallási és nemzetiségi értékek hálózatos, bejárható, piacképes kínálattá szervezése
Fő projektek	B7, B8, B13; kapcsolódóan B6 és B12
Felelősök	kulturális intézmények, örökségkezelők, települések, civil és egyházi partnerek
Mérőszámok	tematikus útvonalak száma, útvonallátogatók, örökségi programok, kulturális csomagértékesítés
Összeg	2 Mrd Ft

Forrás: Saját szerkesztés

A kulturális és örökségturisztikai pillérben a tematikus utak, a Petőfi-örökség, Bugac, valamint a vallási örökség külön alprogramként jelennek meg. A cél nem elszigetelt attrakciók fejlesztése, hanem értelmezhető, bejárható és kommunikálható örökségi hálózat létrehozása.

90. táblázat - Operatív tartalom - Petőfi-örökség, Bugac, vallási örökség

Alprogram	Operatív tartalom	Kapcsolódó beavatkozás	Összeg
Tematikus utak	legalább három, foglalható vagy önállóan bejárható kulturális útvonal	B7, B12	0,7 Mrd
Petőfi-örökség	Petőfihez kapcsolódó helyszínek egységes történetmesélése és programkínálata	B7, B13	0,3 Mrd
Bugac	élményalapú interpretáció, természetvédelmi és kulturális kapcsolódás	B8, B17	0,8 Mrd
Vallási örökség	templomok, zarándok- és helytörténeti helyszínek bekapcsolása tematikus útvonalakba	B7	0,2 Mrd

Forrás: Saját szerkesztés

4.4.4. Bor- és gasztroturizmus

91. táblázat - Operatív tartalom – Bor- és gasztroturizmus

Elem	Operatív tartalom
Cél	a borutak, helyi termékek, gasztronómiai rendezvények és vendéglátóhelyi kínálat összekapcsolása a három fő pillérhez kapcsolódó, önálló üzleti alprogramként
Fő projektek	B9, kapcsolódóan B5, B7, B13 és B14
Felelősök	borászatok, vendéglátók, helyi termelők, vidékfejlesztési és helyi akciócsoporti források-szervezetek, települési önkormányzatok
Mérőszámok	hálózatba vont termelők és szolgáltatók száma, gasztrocsomagok száma, rendezvénylátogatók, helyi termék-kapcsolódások
Összeg	0,5 Mrd Ft

Forrás: Saját szerkesztés

A bor- és gasztroturizmus önálló kapcsolódó alprogramként jelenik meg. Feladata, hogy helyi gazdasági és élménykapcsolatot teremtsen az egészség-, aktív és kulturális turizmus között.

92. táblázat - Operatív tartalom – Borutak, helyi termékek, gasztronómiai rendezvények

Alprogram	Operatív tartalom	Kapcsolódó beavatkozás	Összeg
Borutak	Hajós, Kecel, Baja–Kalocsa és kapcsolódó borászati helyszínek hálózatosítása	B9, B13	0,25 Mrd
Helyi termékek	helyi alapanyagok, termelők és vendéglátók integrálása turisztikai csomagokba	B9, B14	0,15 Mrd
Gasztronómiai rendezvények	szezonhosszabbító, térségi arculatot erősítő gasztroprogramok	B9, B13	0,1 Mrd

Forrás: Saját szerkesztés

4.5 Területi programok

A területi programok célja, hogy a megye ne pontszerű fejlesztések halmazaként, hanem összekapcsolható térségi kínálatként jelenjen meg. A területi programok a termékpillérek földrajzi leképezését adják, és kijelölik, hol milyen projektcsoomagok előkészítése indokolt.

A területi programok nem záródnak le a megye közigazgatási határánál: ahol a turisztikai termék logikája indokolja, a szomszédos megyékhez és határon túli desztinációkhoz kapcsolódó útvonalakat, szolgáltatói hálózatokat és közös marketinget is integrálni kell. Különösen ilyen a Közép-Duna mente, az EuroVelo- és víziturisztikai hálózatok, valamint a határmenti kulturális és gasztronómiai kapcsolatrendszer.

93. táblázat - Területi tervezés

Területi program	Fókuszterület	Turisztikai logika	Kapcsolódó beavatkozások	Ütemezés
Duna menti turisztikai térség	Baja, Gemenc-kapcsolódás, Vajas-fok, Kalocsa, Hajós	víziturizmus, kulturális örökség, bor- és gasztronómia, kerékpáros kapcsolatok	B2, B7, B9, B13	2026 Q4–2034

Területi program	Fókuszterület	Turisztikai logika	Kapcsolódó beavatkozások	Ütemezés
Homokhátsági térség	Kiskunsági Nemzeti Park, Szabadszállás–Kecel térsége, tanyavilág	ökoturizmus, aktív turizmus, klímaadaptáció, tanyasi és helyi termék kínálat	B6, B8, B17, B18	2027–2034
Kecskemét és térsége	Kecskemét, várostérségi kínálat, MICE, kulturális rövid tartózkodások	MICE, városi kulturális turizmus, egészségturizmus, üzleti és incentiv programok	B3, B5, B7, B12, B13	2027–2035
Déli felzárkózó térségek	Bácsalmási és Jánoshalmi járás, határmenti kapcsolatok	kerékpáros és kulturális kapcsolódások, helyi gazdaság, határmenti piacépítés	B1, B6, B7, B9, B13	2027–2034

Forrás: Saját szerkesztés

4.6 Marketing és márképítés

A marketing és márképítés feladata a termékpillérek piacra vitele, a megyei turisztikai márka egységesítése és a konkrét, foglalható vagy kommunikálható ajánlatok láthatóvá tétele. Nagyobb léptékű kampány csak akkor indítható, ha mögötte megfelelő termékcsoport, digitális jelenlét és szolgáltatói együttműködés áll.

Az egységes megyei márka ernyőmárkaként működik: nem váltja ki a már kialakult és hiteles térségi identitásokat. A natúrparkok – így az Őrjeg és Szőlőhegyei Natúrpark – saját táji, természeti és közösségi márkaértékei a megyei kommunikációban alárendelés nélkül, kapcsolódó albrandként jeleníthetők meg.

94. táblázat - Marketing tervezés

Alprogram	Feladat	Határidő	Felelős	Kimenet
Desztinációs márka	Bács-Kiskun megye egységes turisztikai pozíciójának meghatározása a három pillér alapján	2027 Q4	megyei koordináció + MTÜ + ügynökség	márkakézikönyv, üzenetrendszer
Kampányterv	belföldi, határmenti és tematikus kampányok éves bontása	2028-tól évente	koordináció + MTÜ	éves kampánynaptár
Digitális jelenlét	többnyelvű web, tartalomstruktúra, SEO, közösségi média, kampánymérés	2027–2029	platformgazda + digitális fejlesztő	élő platform, mérhető forgalom
Szolgáltatói tartalomprogram	attrakciók, szállások és szolgáltatók alapadatainak, fotóinak, ajánlatainak egységesítése	2027–2028	koordináció / programiroda + szolgáltatók	naprakész termékadatbázis

Forrás: Saját szerkesztés

4.7 Humánerőforrás-fejlesztés

A turisztikai humánerőforrás-fejlesztés a szolgáltatásminőség és a vendéglégedettség előfeltétele. A munkaerőhiány és a minőségi szolgáltatási lánc hiányosságai miatt a képzési programnak gyakorlatorientáltan, szolgáltatói bevonással és mérhető részvételi célokkal kell működnie.

95. táblázat - Kapacitásfejlesztés

Program	Célcsoport	Tartalom	Ütemezés	Mérőszám
Service excellence alapmodul	szálláshelyek, attrakciók, vendéglátók	vendégkezelés, panaszkezelés, többnyelvű alaptájékoztató	2027–2030	min. 300 képzett fő
Digitális kompetencia	szolgáltatók és attrakciók	Google Business, OTA, közösségi média, AI-alapú tartalom, adatszolgáltatás	2026 Q4–2029	min. 100 résztvevő szolgáltató
Fenntarthatósági és GSTC modul	önkormányzatok, szolgáltatók, attrakciók	fenntartható működés, energia, víz, hulladék, látogatóterhelés	2027–2030	minden támogatott fejlesztés értékelt
Gyakornoki és utánpótlásprogram	fiatalok, szakképzés, felsőoktatás	turisztikai gyakorlat, rendezvény- és attrakcióüzemeltetés, digitális turizmus	2028-tól	évente legalább 20 gyakornok

Forrás: Saját szerkesztés

4.8 Finanszírozási, forrásbevonási és 2028 utáni uniós pénzügyi ciklusra felkészítő terv

A finanszírozási terv többcsatornás forrásbevonásra épül. A 2021–2027-es európai uniós pénzügyi ciklus forrásai a stratégia elfogadásának időpontjára lényegében kifutó vagy lekötött keretként kezelhetők, ezért a nagy volumenű beruházások fő forrásirányát a 2028 utáni EU-s források, hazai szakpolitikai források, önkormányzati és projektgazdai források, magánforrások, hitel- és partnerségi konstrukciók, valamint határmenti és transznacionális források együttesen adhatják.

Az Európai Bizottság 2025. július 16-án tette közzé a 2028–2034-es időszak többéves pénzügyi keretének (MFF) javaslatát — COM (2025) 570 final számon — közel 2 billió eurós keretösszeggel. A turizmus- és vidékfejlesztést érintő legfontosabb szabályozási javaslat az ún. NRPP-rendelet (*Proposal for a Regulation establishing a European Fund for economic, social and territorial cohesion, agriculture and rural, fisheries and maritime, prosperity and security*), amelynek alapján minden tagállam egyetlen átfogó nemzeti tervet — National and Regional Partnership Plan (NRPP) — készít. Ez azt jelenti, hogy az eddig megszokott operatív program szinten megfogalmazott támogatási konstrukciói, egy egységes (nemzeti) rendszerré szerveződnek. Az, hogy a magyarországi tervezés milyen prioritásokat fogalmaz meg, illetve milyen területi forrásallokációs elvet követ, nem ismert. Ugyanakkor, ha a megye munkatársai

proaktív szerepet vállalnak a nemzeti terv társadalmasítása során, ezzel párhuzamosan a megye fel tud mutatni olyan jól előkészített projekteket, amelyek akár azonnal indíthatók, és kellő lobbierőt tud felmutatni versenyelőnybe kerülhet.

4.8.1. Indikatív forrásbevonási terv

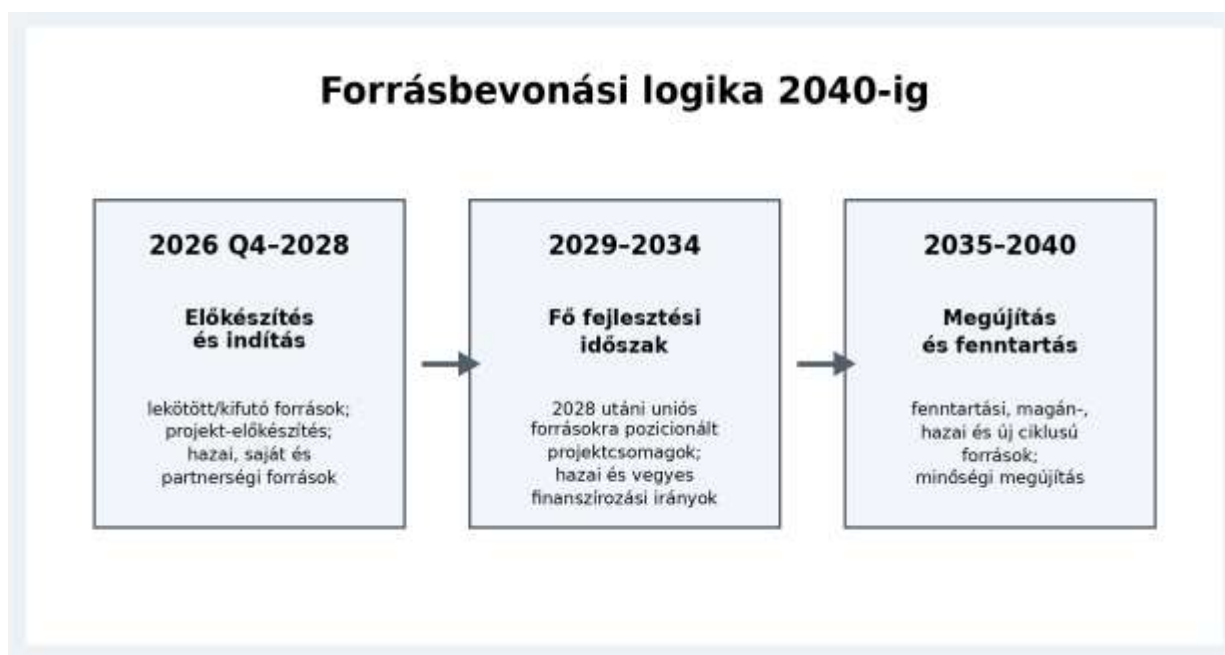
A 2026-ban elérhető finanszírozási eszközök között figyelembe kell venni a Kisfaludy Turisztikai Hitelközpont aktuális konstrukcióit is, beleértve a kedvezményes hitelt és – ahol az adott konstrukció ezt lehetővé teszi – vissza nem térítendő támogatási elemet kombináló programokat. A konkrét konstrukciókat a stratégia végrehajtása során évente aktualizálni kell.

96. táblázat - Potenciális forrásbevonási lehetőségek

Források	Leírás	Alkalmazási feltételek
Kifutó / lekötött forrás	A 2021–2027-es ciklusban már rendelkezésre álló vagy záródó keret.	Csak reálisan elérhető, kisebb vagy előkészítő elemeknél vehető figyelembe.
Pozicionálandó 2028 utáni EU-s forrás	A következő uniós pénzügyi ciklusban várható forrás	Projektcsomag, hatásbecslés, költség-sáv, partnerség és lobbianyag szükséges.
Hazai és intézményi forrás	Ágazati, országos, megyei, települési vagy szakpolitikai finanszírozási lehetőség.	Egyeztetés, költségvetési döntés, szakmai illeszkedés és projektgazdai vállalás kell.
Magán- és vegyes finanszírozás	Vállalkozói beruházás, hitel, saját erő, szponzoráció, vagy szolgáltatói hozzájárulás.	Üzleti modell, üzemeltetési terv és befektetői/partneri csomag szükséges.

Forrás: Saját szerkesztés

73. ábra - Forrásbevonási logika 2026–2040 között



Forrás: Saját szerkesztés

97. táblázat - Forráscsoportok

Forráscsoport	Szerep	Kapcsolódó beavatkozások	Feladatok
2021–2027-es források kifuttatása	Csak lekötött, folyamatban lévő vagy kisebb kiegészítő/előkészítő elemeknél reális.	B10, B11, B14, B16, részben B1/B2	Nem tekinthető új nagy fejlesztési keretnek
2028 utáni uniós pénzügyi ciklus forrásai	A nagy infrastruktúra-, aktív turisztikai, digitalizációs, humán, klímaadaptációs és területi fejlesztések fő lehetséges finanszírozási ablaka.	B1–B9, B12, B15, B17, B18	EU-s szakpolitikák mentén tervezendő
Hazai költségvetési és szakpolitikai források	Országos turisztikai, aktív turisztikai, közlekedési, örökségvédelmi, természetvédelmi, vízügyi, klímaadaptációs és humánfejlesztési források.	B1–B18 tematikus illeszkedés szerint	Éves költségvetési és szakpolitikai döntésektől függ; megyei lobb- és partnerségi munka szükséges.
Önkormányzati és megyei saját forrás	Koordináció, projekt-előkészítés, társfinanszírozás, fenntartás, adatszolgáltatás és partnerségi működés.	B10, B11, B12, B13, kisebb előkészítő elemek	Éves költségvetési döntést, feladatgazdát és fenntartható működési modellt igényel.
Magán-, tulajdonosi és hitelforrások	Szálláshelyek, vendéglátás, fürdők, szolgáltatásfejlesztés, energetika, eszközbeszerzés és üzleti alapon megtérülő beruházások.	B3, B5, B9, B14, B15, B18	Üzleti terv, megtérülés, ösztönzők és szolgáltatói partnerség szükséges; pályázat nélkül is releváns.

Forráscsoport	Szerep	Kapcsolódó beavatkozások	Feladatok
Határmenti, transznacionális és közvetlen EU-s források	Nem a fő finanszírozási alap, hanem hálózatos, tematikus, pilot, tudásmegosztási és határmenti fejlesztések kiegészítő forrása.	B1, B2, B7, B9, B13, B17	Partnerkeresés, közös projekttervezés és nemzetközi projektmenedzsment-kapacitás szükséges.
Üzemeltetési és partnerségi bevételek	Tagdíj, szolgáltatói hozzájárulás, platform- és marketingpartnerség, rendezvénybevétel, szponzoráció, adatalapú szolgáltatási bevétel.	B10–B16	Különösen a DMO/programiroda fenntartható működtetéséhez és a marketing fenntartásához fontos.

Forrás: Saját szerkesztés

98. táblázat - 2028-tól kezdődő EU-s ciklus projektjeinek tervezési ütemterve

Időszak	Megyei feladat	Elvárt kimenet
2026. IV. negyedév	Előkészítés koordinálása	Egységes projektgyűjtési és előszűrési rendszer.
2027	Települési, szolgáltatói, attrakció- és térségi projektötletek begyűjtése; előszűrés a stratégiai célok, termékpillér és horizontális feltételek alapján.	Előszűrt megyei projektlista és projektgazdák azonosítása.
2028	Megvalósíthatósági előkészítés, költségbecslés, együttműködési megállapodások, engedélyezési és tulajdonosi kockázatok tisztázása.	2028 utáni uniós pénzügyi ciklusra előkészített projektportfólió.
2029–2030	Támogatási kérelmek benyújtása	Első támogatási döntések és induló fejlesztések.
2031–2034	Megvalósítás, forráslelővétel, projektközi koordináció	A fő fejlesztési csomagok megvalósítása.
2035–2040	Fenntartás, minőségi megújítás, nemzetközi pozicionálás, új ciklusra való felkészülés.	2040-es stratégiai állapot elérésének konszolidációja.

Forrás: Saját szerkesztés

4.8.2. Megyei lobb- és forrásbevonási terv

A megyei szintű operatív terv egyik legfontosabb feladata, hogy a következő uniós finanszírozási ciklus tervezésekor a turizmus ne szoruljon háttérbe. Ehhez a jelen stratégia mentén jól előkészített projektek és lobbierő szükséges. Ugyancsak tervezési alapelv hogy a déli és határmenti felzárkózó térségekben, valamint a Duna menti és Homokhátsági projektsomagokban a forrásbevonásnak nemcsak turisztikai, hanem területfejlesztési szerepe is van. Ezért az előkészítendő projektportfólióban külön jelölni kell azokat a projekteket, amelyek a Bácsalmási, Jánoshalmi, Bajai és Kiskunhalasi déli térségek, illetve a Közép-Duna menti és Homokhátsági térségek felzárkózását szolgálják.

4.8.3. Előkészítési feladatok

A 2028 utáni uniós pénzügyi ciklusra minden kiemelt projektcsomagot egységes elvek szerint kell kidolgozni. Ez biztosítja, hogy a megye a programozási és pályázati szakaszban kész, összehasonlítható és területileg indokolt projektportfólióval rendelkezzen.

99. táblázat - EU-s forráselőkészítés feladatai

Előkészítettségi elem	Minimum tartalom 2028 végére	Miért szükséges?
Projektgazda és partnerségi kör	Projektgazda, közreműködők, tulajdonosi/üzemeltetési szerepek, partnerségi szándéknyilatkozatok.	A forrásbevonás csak felelőshöz és végrehajtóhoz rendelt projektek esetén reális.
Területi és stratégiai illeszkedés	C1–C9 célkapcsolat, termékpillér, horizontális feltételek, érintett települések és célcsoportok.	Biztosítja, hogy a projekt a stratégia végrehajtását szolgálja, ne önálló pontszerű fejlesztés legyen.
Műszaki / tartalmi előkészítés	Előzetes műszaki tartalom, szolgáltatási modell, útvonal vagy helyszínleírás, engedélyezési kockázatok.	A pályázati benyújtás gyorsítható és a megvalósítási kockázat csökkenthető.
Költségsáv és finanszírozási mix	Becsült beruházási, működtetési és fenntartási költség; lehetséges EU, hazai és magánforrások.	A finanszírozási szükséglet és forrástípus előre láthatóvá válik.
KPI és mérési rendszer	Output, eredmény és hatásindikátorok; adatgazda; mérési gyakoriság.	A 2040-es célok teljesülése csak mérhető projektportfólióval követhető.
Fenntarthatósági és klímfeltételek	Energia, víz, természetvédelmi terhelés, hozzáférhetőség, helyi gazdasági hatás vizsgálata.	A horizontális célok érvényesítése a forrásszerzés és a társadalmi elfogadottság feltétele.

Forrás: Saját szerkesztés

4.8.4. Indikatív forrásigény

100. táblázat - Indikatív forrásigény termékpillérek szerint

Fejlesztési csomag	Beavatkozások	Indikatív forrásigény MFt
Egészség- és fürdőturizmus	B3, B5 Megjegyzés: a kapcsolódó B15 és B18 költségek külön, horizontális soron szerepelnek.	7 900
Aktív és ökoturizmus	B1, B2, B6, B17 Megjegyzés: a kapcsolódó B18 költség külön, klímaadaptációs soron szerepel.	7 600
Kulturális és örökségturizmus	B7, B8, B9 Megjegyzés: a kapcsolódó B13 marketingköltség külön, horizontális soron szerepel.	2 500
Horizontális koordináció, digitális, marketing, képzés, minőség	B4, B10, B11, B12, B13, B14, B15, B16	2 140
Klímaadaptációs és fenntartási tartalék	B18	800
Összesen		20 940

Forrás: Saját szerkesztés

101. táblázat - Forrásbevonás ütemezése

Időhorizont	Becsült forrásigény	Fő tartalom	Döntési jelentőség
2026. október–2028	0,8–1,2 Mrd Ft	projekt-előkészítés, DMO/programiroda előfeltételei, pilotok, tervek, engedélyek, partnerségi és lobbimunka	a 2028 utáni forrásbevonás feltételeinek megteremtése
2029–2034	14,45 Mrd Ft	fő fejlesztési ciklus: aktív/öko infrastruktúra, egészség- és fürdőturizmus, örökségprogramok, digitális és térségi csomagok	a 2040-es stratégiai célok döntő részének infrastrukturális és termékefejlesztési megalapozása
2035–2040	5,29 Mrd Ft	minőségi megújítás, fenntartási beruházások, klímaadaptáció, nemzetközi pozicionálás, új ciklusra előkészítés	a fejlesztések tartósságának és fenntartható működtetésének biztosítása
Teljes tervezési időszak	0,8–1,2 Mrd Ft	a teljes hárompillérű és horizontális operatív csomag becsült nagyságrendje	megyei forráspozicionálási és projekt-előkészítési minimumkeret

Forrás: Saját szerkesztés

A forrásigényeket minden projektadatlapban a következő előkészítési szintek szerint kell tovább pontosítani: projektötlet szintű becslés; előzetes megvalósíthatósági tanulmány szerinti becslés; engedélyezési/kiviteli tervhez kapcsolódó költségbecslés; támogatási vagy beruházási döntéshez kapcsolódó véglegesített költségvetés. A 2026–2028 közötti operatív időszak egyik kiemelt feladata éppen az, hogy a TOP 10 és TOP 20 projekt közül minél több legalább előzetes megvalósíthatósági szintre jusson.

102. táblázat - Forrástípusok

Forrástípus	Lehetséges szerep	Előkészítési feladat
Megyei és települési önkormányzati forrás	projekt-előkészítés, önrész, kisebb léptékű fejlesztések, működtetési alap	éves költségvetési tervezés és többéves kötelezettségvállalási keret vizsgálata
Hazai szakpolitikai források	aktív turizmus, kultúra, örökség, digitalizáció, klímaadaptáció, képzés	szakpolitikai illeszkedési anyagok és projektösszefoglalók elkészítése
EU 2028 – 2037 kohéziós források, KAP	kulturális turizmus, energiahatékonyság, nagyobb léptékű vonalas infra fejlesztések, kis léptékű vidékfejlesztési programok (Leader)	EU-s és magyarországi jogalkotás figyelemmel kísérése, Partnerségi megállapodás célrendszerének adaptációja, gyors és minél részletesebb projektelőkészítés, vármegyei lobbimunka (kész tervekkel, projektcsomagokkal)
Határmenti és transznacionális programok, egyéb EU-s források	Duna menti, szerb/horvát határmenti, örökségi, aktív és víziturisztikai együttműködések	nemzetközi partnerségek előkészítése, közös projektkonceptiók
Magánforrás és szolgáltatói önrész	szálláshely-, vendéglátás-, egészség-, gasztró- és élményszolgáltatás-fejlesztés	üzleti modellek, megtérülési becslések, partnerségi szerződésminták

Forrástípus	Lehetséges szerep	Előkészítési feladat
Hitel és pénzügyi eszközök	bevéeltermelő beruházások, energetikai és szolgáltatásfejlesztési elemek	hitelképesség vizsgálata, üzleti terv készítése
Határmenti és transznacionális programok	Duna menti, szerb/horvát határmenti, örökségi, aktív és víziturisztikai együttműködések	nemzetközi partnerségek előkészítése, közös projektkezelési koncepciók

Forrás: Saját szerkesztés

4.9 Ütemterv

Az ütemterv 15 kiemelt végrehajtási feladatot tartalmaz. A feladatok nem egyenlő léptékűek: vannak döntéselőkészítő, intézményfejlesztési, projektelőkészítési, beruházási, marketing- és monitoringfeladatok. A sorrend lényege, hogy 2026 októberétől először a végrehajtási feltételeket kell megteremteni, majd 2027–2028-ban elő kell készíteni a nagyobb forrásigényű projekteket.

103. táblázat - Ütemterv

Sorsz.	Feladat	Időszak	Felelős	Kapcsolódás	Kimenet
1	Átmeneti megyei turisztikai programiroda kijelölése	2026 Q4	BKVMÖ	B10	döntés és felelős kijelölése
2	Projektprioritási és projekt-előkészítési módszertan jóváhagyása	2026 Q4– 2027 Q1	programiroda	B10–B11	projektértékelési sablon
3	DMO-funkció jogi és finanszírozási döntési anyagának elkészítése	2027 Q1– Q2	BKVMÖ + programiroda	B10	döntési előterjesztés
4	Turisztikai kerekasztal és tematikus munkacsoportok elindítása	2027 Q1	programiroda	C5	működő partnerségi rend
5	Megyei turisztikai adatbekérő és monitoringrendszer indítása	2027 Q1– Q3	programiroda	B11	első adatbázis
6	EuroVelo, vízi és akadálymentesítési projektlisták műszaki előkészítése	2027	projektgazdák + programiroda	B1, B2, B4	előkészített projektcsomag
7	Egészségturisztikai és szállásminőségi klaszterprogram elindítása	2027–2028	fürdők + szolgáltatók	B3, B5	pilot csomagok
8	Kulturális és örökségi útvonalak kiválasztása és tartalomfejlesztése	2027–2028	kulturális partnerek	B7, B8, B9	3 útvonal koncepciója
9	Digitális platform rendszertervének és tartalomstruktúrájának elkészítése	2027–2028	programiroda + fejlesztő	B12, B14	rendszerterv
10	GSTC és horizontális értékelési szűrő bevezetése minden új projektre	2027-től	programiroda + szakértők	B16	értékelési sablon

Sorsz.	Feladat	Időszak	Felelős	Kapcsolódás	Kimenet
11	2028 utáni forrásciklusra benyújtandó projektcsomagok véglegesítése	2028	BKVMÖ + projektgazdák	B1–B18	priorizált projektlista
12	Nagy infrastruktúra- és termékfejlesztések megvalósítása	2029–2034	projektgazdák	B1–B9, B17–B18	beruházások és termékek
13	Szegmentált kampányok és nemzetközi piacépítés skálázása	2029–2035	koordináció + MTÜ	B13	éves kampányok
14	2033-as közbenső felülvizsgálat	2033	BKVMÖ + koordináció	C1–C9	korrekciós terv
15	2035–2040 közötti megújítási és fenntartási program	2035–2040	projektgazdák + koordináció	minden beavatkozás	minőségi megújítás

Forrás: Saját szerkesztés

4.9.1. Kiemelt projektelőkészítési és forrásbevonási feladatok 2026–2034

Az ütemtervnek a fejlesztések megvalósítása mellett külön feladatként kell kezelnie a következő uniós pénzügyi ciklusra való felkészülést. Az alábbi feladatlista a megyei szintű operatív irányítás minimum munkaprogramját rögzíti.

104. táblázat - Kiemelt projektelőkészítési feladatok

Ssz.	Feladat	Időszak	Felelős	Kimenet
1	Projektadatlap-sablon és előszűrési módszertan elfogadása	2026 IV. n.év	Megyei Önkormányzat	Egységes projektgyűjtési rendszer
2	Települési és szolgáltatói projektötletek célzott gyűjtése	2027 I–II. n.év	Programiroda/DMO-funkció, települések	Első projektötlet-lista
3	Projektötletek stratégiai előszűrése C1–C9 és pillérek szerint	2027 II–III. n.év	Megyei Önkormányzat, szakértők	Előszűrt projektcsomag
4	Kiemelt projektcsomagok kijelölése	2027 IV. n.év	Megyei Önkormányzat / Közgyűlés	Prioritási projektlista
5	Projektgazdák és partnerségi körök rögzítése	2027 IV.–2028 I. n.év	Projektgazdák, települések	Partnerségi nyilatkozatok
6	Előzetes költségbecslések és finanszírozási mix kidolgozása	2028 I–II. n.év	Projektgazdák, pénzügyi szakértők	Költség- és forrástábla
7	Engedélyezési, tulajdonosi és fenntartási kockázatok áttekintése	2028 II. n.év	Projektgazdák, hatóságok	Kockázati adatlap
8	Országos és ágazati lobbiegyeztetések lebonyolítása	2028 I–IV. n.év	Megyei Önkormányzat	Egyeztetési jegyzőkönyvek, támogató nyilatkozatok
9	2028 utáni forrásablakok folyamatos követése	2028–2030	Programiroda/DMO-funkció	Forrástérkép és beadási terv

Ssz.	Feladat	Időszak	Felelős	Kimenet
10	Első projektcsoomagok benyújtása	2029–2030	Projektgazdák	Benyújtott pályázatok
11	Megvalósítási monitoring és forráslehívás követése	2030–2034	Projektgazdák, Megyei Önkormányzat	Éves projektportfólió-jelentés
12	Közbenső portfólió-felülvizsgálat	2033	Megyei Önkormányzat	2035–2040-re aktualizált portfólió

Forrás: Saját szerkesztés

4.10 Monitoring rendszer

A monitoring rendszer feladata, hogy a stratégiai célok teljesülését ne csak projektzáráskor, hanem folyamatosan mérhetővé tegye. A rendszer három szinten működik: projektmonitoring, éves turisztikai jelentés és stratégiai felülvizsgálat. A monitoring nem kizárólag a koordinációs szervezet feladata: az adatokat a projektgazdák, települések, szálláshelyek, attrakciók és szolgáltatók is szolgáltatják.

4.10.1. A KPI-k bázisértékei és mérőföldkövei

A KPI-táblában minden mutatóhoz szerepelnie kell az induló bázisállapotnak, a 2030-as és 2035-ös mérőföldkönek, valamint a 2040-es végcélnek. Azoknál a mutatóknál, ahol jelenleg nincs valid mérés, a 2027. évi bázisfelvétel kötelező végrehajtási feladat.

105. táblázat - KPI-ok

KPI / cél	Mutató	Bázisérték / induló állapot	2030 mérőföldkő	2035 mérőföldkő	2040 végcél
K1.1 / C1	Vendégéjszakák száma	894 915 db (2024)	1 163 390 db	~1 350 000 db	~1 500 000 db
K1.2 / C1	RevPAR a kereskedelmi szálláshelyeken	7 611 Ft (2024)	11 000 Ft	~14 000 Ft	~18 000 Ft
K2.1 / C2	Aktív turisztikai hálózat kritikus hiányainak felszámolása	0% felszámolt kritikus hiány; 2027-ben tételes szakaszlista készül	kritikus hiányok legalább 50%-a felszámolva	legalább 80% felszámolva	teljes, összekapcsolt aktív turisztikai hálózat
K2.2 / C2	Vízitúra-megállók helyek száma	~5 db (2024)	15 db	20 db	25 db, fenntartott szolgáltatási színvonallal
K3.1 / C3	Piacra vitt kulturális és örökségi tematikus útvonalak	0 db (2024)	3 db	5 db	6 db, rendszeresen frissített tartalommal

KPI / cél	Mutató	Bázisérték / induló állapot	2030 mértékegység	2035 mértékegység	2040 végcél
K4.1 / C4	GSTC-szemponatok szerint előzetesen értékelt új fejlesztések aránya	0% (2024)	100% az új megyei fejlesztéseknél	100%, éves felülvizsgálattal	100%, beépített minőségbiztosítással
K5.1 / C5	Tartós megyei turisztikai koordinációs modell működése	0 = nincs tartós, finanszírozott megyei modell (2024)	működő koordinációs modell és éves munkaterv	pénzügyileg stabil, partnerségi alapon működő modell	intézményesült, fenntartható működés
K5.2 / C5	Éves turisztikai partnerségi fórum részvevői	0 fő (2024)	min. 30 fő/fórum	min. 50 fő/fórum	min. 60 fő/fórum, térsgégi képvisellel
K6.1 / C6	Vendégelégedettségi index / NPS	2027. évi első mérés hivatalos bázisértéke; 2024-ben nincs valid mérés	bázishoz képest javuló trend, cél: min. 55 pont	min. 70 pont	min. 75 pont
K6.2 / C6/C8	Foglalható komplex turisztikai csomagok száma	0 db (2024)	10 db	20 db	30 db, legalább 3 térsgégi portfólióban
K7.1 / C7	Külföldi vendégéjszakák száma	280 408 db (2024)	322 469 db	~400 000 db	~500 000 db
K7.2 / C7	Desztinációs digitális platform havi egyedi látogatói	0 fő/hó (2024)	50 000 fő/hó	80 000 fő/hó	100 000 fő/hó
K8.1 / C8	Átlagos tartózkodási idő	~2,3 éj (2024)	2,6 éj	~2,8 éj	~3,0 éj
K8.2 / C8	Komplex csomagokra épülő vendégéjszakák aránya	0% mérhető arány (2024); értékesítési mérés 2027- től	15%	25%	30%
K9.1 / C9	Akadálymentesítési audittal rendelkező kiemelt attrakciók aránya	0% a stratégiai rendszerben auditált top attrakció (2024)	100% audit a bevonl top attrakcióknál; min. 50% beavalkozás elindítva	100% audit + min. 75% beavalkozás megvalósítva	100% audit + fenntartott akadálymentességi standard
K9.2 / C9	Turisztikai biztonsági és kríziskommunikációs rendszer	0 = nincs megyei turisztikai rendszer (2024)	működő protokoll és éves teszt	integrált adat- és kommunikációs működés	rendszeresen frissített, begyakorolt krízisrendszer

Forrás: Saját szerkesztés

4.10.2. A KPI-k adatgazdái és mérési módjai

106. táblázat - KPI adatgazdák

KPI	Mérési mód / gyakoriság	Adatgazda / felelős
K1.1	KSH, éves	megyei koordináció + KSH
K1.2	KSH/NTAK, éves	szálláshelyek + koordináció
K2.1	projekt-monitoring	megyei koordináció + Magyar Közút/települések
K2.2	projekt-monitoring	vízparti önkormányzatok
K3.1	termékkataszter	kulturális partnerek + koordináció
K4.1	éves ellenőrzés	koordináció + fenntarthatósági szakértők
K5.1	éves működési beszámoló	Bács-Kiskun Vármegye Önkormányzata
K5.2	jelenléti ív	koordinációs egység
K6.1	éves kérdőív	koordináció + szolgáltatók
K6.2	termékkataszter	szolgáltatók + koordináció
K7.1	KSH, éves	MTÜ + koordináció
K7.2	GA4 / platform	platformgazda
K8.1	KSH/NTAK	koordináció
K8.2	platform + szolgáltatói adatok	koordináció + szálláshelyek
K9.1	audit	attrakciók + koordináció
K9.2	éves teszt	megyei koordináció + települések

Forrás: Saját szerkesztés

A monitoring működésének feltétele, hogy 2027-ben létrejöjjön az első megyei turisztikai adatbekérő kérdőív és adattár. Enélkül a vendégelégedettség, az attrakciószintű látogatottság, a komplex csomagok értékesítése és a területi forrásmegoszlás nem mérhető megbízhatóan.

107. táblázat - Monitoring gyakorisága

Monitoring szint	Gyakoriság	Felelős	Kimenet
Projektmonitoring	negyedéves	projektgazda + programiroda	előrehaladási riport, költség- és ütemezési állapot
Éves turisztikai jelentés	éves, minden év márciusáig	megyei koordináció	nyilvános KPI-összefoglaló és következő évi feladatlista
Közbenső stratégiai felülvizsgálat	2033	BKVMÖ + szakmai partnerek	korrekciós javaslat 2034–2040-re
Záró stratégiai értékelés	2040	BKVMÖ	2040-es célállapot értékelése és új stratégiai ciklus előkészítése

Forrás: Saját szerkesztés

4.11 Kockázatok és korrekciós mechanizmusok

A kockázatkezelés központi kérdése, hogy a stratégia ne csak akkor legyen végrehajtható, ha minden intézményi és finanszírozási feltétel ideálisan teljesül. A terv ezért külön kezeli az

intézményi, pénzügyi, piaci, környezeti és humán kockázatokat, valamint minden kockázathoz korrekciós mechanizmust rendel.

108. táblázat - Kockázatok

Kockázat	Hatás	Korrekciós intézkedés	Felelős
A megyei DMO nem jön létre időben	magas	átmeneti programirodai modell fenntartása 2028-ig; DMO-döntési anyag elkészítése	BKVMÖ
A DMO finanszírozási modellje nem fenntartható	magas	több lábon álló modell: megyei, települési, szolgáltatói, projektmenedzsment és marketing-hozzájárulás	BKVMÖ + partnerek
Forráshiány vagy EU-források késése	magas	projektsomagok szakaszolása; alternatív hazai, határmenti és transznacionális együttműködési források, magán- és zöld források	BKVMÖ + projektgazdák
Projekt-előkészítés hiányosságai	magas	2027–2028 előkészítési fókusz; megvalósíthatósági tanulmányok, költségbecslések, engedélyezés	programiroda
Klímaváltozás, aszály, hőség, vízhiány	magas	klímaadaptációs szűrő, árnyékolás, vízhasználati terv, szezonális terheléskezelés	projektgazdák + KNPI
Természetvédelmi terhelés növekedése	közepes-magas	látogatóterhelés-menedzsment, kapacitáskorlát, vezetett programok, KNPI kontroll	KNPI
Szolgáltatói részvétel alacsony	közepes	ösztönzők, képzés, közös marketing, termékkatalógusba való bekerülés feltételei	programiroda
Munkaerőhiány és szolgáltatásminőségi kockázat	magas	képzési program, gyakornoki rendszer, service excellence modul	képző partnerek + szolgáltatók
Digitális platform kihasználatlansága	közepes	tartalomgazdai rendszer, szolgáltatói adatbekérés, kampányok platformra terelése	platformgazda
Monitoringadatok hiánya	magas	kötelező adatbekérő, minimum indikátorkészlet, éves turisztikai jelentés	programiroda + projektgazdák

Forrás: Saját szerkesztés

4.12 Felülvizsgálati mechanizmus

A felülvizsgálati mechanizmus a gördülő tervezés elvét követi. A végrehajtás során évente frissül az operatív feladatlista, a projektportfólió és a finanszírozási státusz. A 2033-as közbenső felülvizsgálat célja annak eldöntése, hogy a 2028 utáni fejlesztési ciklus beavatkozásai megfelelően hozzájárulnak-e a 2040-es célállapothoz.

109. táblázat - Felülvizsgálat

Felülvizsgálati eszköz	Időpont	Tartalom	Kimenet
Éves turisztikai jelentés	minden év március	KPI-k, projekt-előrehaladás, költség- és forrásstátusz, következő évi feladatok	nyilvános jelentés és éves cselekvési lista

Felülvizsgálati eszköz	Időpont	Tartalom	Kimenet
Projektportfólió-frissítés	minden év június	új projektötletek, előkészítettség, finanszírozási esélyek, prioritás	frissített projektlista
Közbenső stratégiai felülvizsgálat	2033	C1–C9 teljesülése, három pillér fejlődése, horizontális feltételek érvényesülése	korrekciós intézkedési terv 2034–2040-re
2040-es záróértékelés	2040	jövőkép és stratégiai célok teljesülése, következő stratégiai ciklus alapjai	zárójelentés és új stratégiai előkészítése

Forrás: Saját szerkesztés

A 2033. évi közbenső felülvizsgálatnak nemcsak a KPI-ok teljesülését kell értékelnie, hanem a 2028 utáni uniós pénzügyi ciklusban benyújtott és megvalósítás alatt álló projektportfóliót is. A felülvizsgálat eredménye alapján kell meghatározni, hogy 2035–2040 között mely fejlesztések igényelnek folytatást, minőségi megújítást, új finanszírozási forrást vagy partnerségi korrekciót.

4.13 Projektportfólió - TOP 10 kiemelt projekt és TOP 20 előkészítendő projekt

A projektportfólió végrehajtásában a natúrparki hálózatokat önálló partneri és területi fejlesztési logikaként kell kezelni. A natúrparki turisztikai elemek elsősorban az aktív-ökoturisztikai, látogatóterhelés-kezelési, helytermék-, digitális és marketingprojektekhez kapcsolódnak, amelyekben a natúrparkok konkrét projektgazdái vagy közreműködői szerepet kaphatnak.

A projektportfólió akkor használható operatív döntéstámogató eszközként, ha a kiemelt fejlesztések nem pusztán felsorolásként, hanem egységes projektadatlap-logika szerint jelennek meg. Ez a fejezet ezért két szintre bontja a fejlesztési portfóliót. Az első szint a TOP 10 kiemelt, 2040-ig megvalósítandó megyei projektcsoport; ezek a stratégiai célok teljesülését közvetlenül befolyásoló, nagy hatású beavatkozások. A második szint a TOP 20 előkészítendő projekt; ezeknél 2026 és 2028 között nem feltétlenül a kivitelezés, hanem a projektgazda, partnerség, műszaki tartalom, költség-sáv, engedélyezési kockázat és forrásbevonási logika tisztázása az operatív feladat.

4.13.1. TOP 10 kiemelt projekt

A TOP 10 lista a stratégia teljes célrendszere szempontjából legnagyobb hatású, több térséget és több horizontális célt érintő projektcsoportokat emeli ki. A kiválasztás a stratégiai jelentőség, a területi kohéziós hatás, az előkészíthetőség, a forrásbevonási realitás, a szolgáltatói és közösségi hatás, valamint a horizontális célokhoz való illeszkedés alapján történik.

110. táblázat - TOP10 kiemelt projekt összefoglalás

Ssz.	TOP 10 kiemelt projekt	Fókusz	Időhorizont	Becsült forrásigény	Prioritás
1	Megyei turisztikai programiroda és DMO-előkészítés	Horizontális intézményi feltétel	2026 Q4–2028	0,15 Mrd Ft	Kritikus előfeltétel
2	EuroVelo 13 és megyei kerékpáros kapcsolatok	Aktív és ökoturizmus; déli és határmenti kohézió	2026 Q4–2032	5,50 Mrd Ft	Magas
3	Duna–Tisza–Vajas-fok víziturisztikai hálózat	Aktív és ökoturizmus; Duna és Tisza menti térségek	2027–2032	1,80 Mrd Ft	Magas
4	Egészség- és fürdőturisztikai versenyképességi csomag	Egészség- és fürdőturizmus	2027–2034	7,90 Mrd Ft	Magas
5	Bugac élményalapú fejlesztése	Kulturális és örökségturizmus; Homokhátság	2026 Q4–2030	0,80 Mrd Ft	Magas
6	Kulturális és örökségturisztikai útvonalcsomag	Kulturális és örökségturizmus	2027–2032	1,20 Mrd Ft	Magas
7	Déli felzárkózó térségek turisztikai csomagja	Területi kohézió; Bácsalmási és Jánoshalmi térség	2027–2034	Nem addicionális költségsor; a teljes portfólión belüli területi allokáció	Magas
8	Homokhátsági öko- és klímaadaptációs turisztikai csomag	Aktív/öko; klímaadaptáció	2027–2034	1,10 Mrd Ft	Magas
9	Egységes digitális desztinációs és monitoring rendszer	Horizontális digitális és adatfunkció	2026 Q4–2029	0,46 Mrd Ft	Kritikus előfeltétel
10	Bor-, gasztro- és helyi termék-hálózat	Kulturális/gasztro; helyi gazdaság	2027–2032	0,50 Mrd Ft	Közepes-magas

Forrás: Saját szerkesztés

A következő adatlapok a TOP 10 projektsomag döntés-előkészítő tartalmát mutatják be. A költségek nagyságrendi becslések, amelyek projekt-előkészítés és megvalósíthatósági vizsgálat alapján pontosítandók.

4.13.1.1. TOP 1 – Megyei turisztikai programiroda és DMO-előkészítés

A stratégia végrehajtásának első operatív előfeltétele egy átmeneti megyei koordinációs kapacitás kijelölése és a fenntartható DMO-modell előkészítése.

Stratégiai szerep	A megyei turizmusirányítás és a stratégia végrehajtásának szervezeti feltétele
Termékpillér / térségi fókusz	Horizontális / mindhárom termékpillér. Területi hatás: teljes megye.
Kapcsolódó célok	C5, C6, C7, C8, C9; kapcsolódó beavatkozások: B10, B11, B13, B14, B16.

Fő fejlesztési tartalom	Átmeneti programiroda kijelölése; DMO jogi és finanszírozási opciók vizsgálata; partnerségi fórumok működtetése; projektadatlap-rendszer kialakítása; éves turisztikai jelentés; monitoring induló adatfelvétele.
Elsődleges projektgazda / felelős	Bács-Kiskun Vármegye Önkormányzata.
Közreműködők	Települési önkormányzatok, helyi DMO-k/turisztikai szervezetek, szolgáltatók, attrakciók, szakmai szervezetek, MTÜ, Visit Hungary, releváns civil szervezetek.
Időhorizont	2026 IV. negyedév–2028: létrehozás és döntési előkészítés; 2029-től: fenntartható működtetés.
Becsült nagyságrendi forrásigény	0,8–1,5 Mrd Ft 2026–2040 között; ebből 2026–2028-ban főként az alapfeltételek megteremtése, a működés kialakítása, projektelőkészítés, szolgáltatók bevonása
Forrás	Önkormányzatok, szolgáltatók hozzájárulása, saját termékportfólió értékesítése. Állami hozzájárulás.
Előkészítési állapot / 2026–2028 feladat	2026 Q4: döntés az átmeneti programirodáról; 2027: DMO jogi, pénzügyi, szakmai feltételek meghatározása; 2028: első működési év
2030-as mérföldkő	Működő megyei koordinációs rendszer, éves jelentés és projektmonitoring.
2035-ös mérföldkő	Stabil, fenntartható finanszírozású megyei turisztikai koordináció.
2040-es célállapot / KPI-kapcsolat	A megyei turizmus működtetése adatvezérelt, partnerségi és pénzügyileg fenntartható keretben történik.

4.13.1.2. TOP 2 – EuroVelo 13 és megyei kerékpáros kapcsolatok

A projekt a déli és határmenti térségek aktív turisztikai bekapcsolását, az EuroVelo-kapcsolatok hiányzó elemeinek előkészítését és a kerékpáros szolgáltatói hálózat kialakítását célozza.

Stratégiai szerep	Kiemelt aktív turisztikai infrastruktúrafejlesztés és területi kohéziós eszköz, amely a déli térségek láthatóságát és elérhetőségét javítja.
Termékpillér / térségi fókusz	Aktív és ökoturizmus; elsődleges térség: déli és határmenti térségek, EuroVelo 13 kapcsolódás, megyei bekötések.
Kapcsolódó célok	C2, C5, C6, C8; kapcsolódó beavatkozások: B1, B6, B12.
Fő fejlesztési tartalom	Hiányzó kerékpáros szakaszok azonosítása; pihenőpontok; kerékpárosbarát szolgáltatói pontok; digitális útvonalak; biztonságos települési bekötések.
Elsődleges projektgazda / felelős	Magyar Közút Zrt., érintett települési önkormányzatok, megyei koordináció.
Közreműködők	Aktív turisztikai szakmai szervezetek, szolgáltatók, déli járások települései, határmenti partnerek.
Időhorizont	2026 Q4–2028: előkészítés, szakaszolás; 2029–2032: fő megvalósítás; 2033–2040: hálózati bővítés és fenntartás.
Becsült nagyságrendi forrásigény	4–6 Mrd Ft.
Forrás	2028 – 2034 EU kohéziós, források, hazai finanszírozás, állami beruházás
Előkészítési állapot / 2026–2028 feladat	2027-ben szakaszlista, tulajdonosi és engedélyezési kockázatok; 2028-ra projektsomag és költségáv.
2030-as mérföldkő	A kritikus hiányok legalább fele előkészített vagy kivitelezés alatt.
2035-ös mérföldkő	A déli kerékpáros kapcsolatok döntő része működő turisztikai terméké válik.
2040-es célállapot / KPI-kapcsolat	Összefüggő, szolgáltatásokkal megtámasztott megyei aktív turisztikai hálózat működik.

4.13.1.3. TOP 3 – Duna–Tisza–Vajas-fok víziturisztikai hálózat

A projekt a folyóvízi és vízparti turisztikai lehetőségek hálózatba rendezését célozza, különös tekintettel a Duna menti térségre, a Tisza menti kapcsolódásokra és a Vajas-fok turisztikai potenciáljára.

Stratégiai szerep	A víziturizmus a megye aktív turisztikai kínálatának egyik legfontosabb hiányzó hálózati eleme; fejlesztése térségi gazdaságélénkítő hatású.
Termékpillér / térségi fókusz	Aktív és ökoturizmus; Duna menti, Tisza menti és Vajas-fok térségi fókusz.
Kapcsolódó célok	C2, C4, C6, C8; kapcsolódó beavatkozások: B2, B6, B17.
Fő fejlesztési tartalom	Vízitúra-megállóhelyek, pihenőpontok, vízparti szolgáltatások, természetvédelmi és vízügyi feltételek, csomagajánlatok, digitális útvonalak.
Elsődleges projektgazda / felelős	Érintett vízparti önkormányzatok, vízügyi partnerek, megyei koordináció.
Közreműködők	KNPI, vízitúra-szolgáltatók, helyi vállalkozások, civil és sportpartnerek.
Időhorizont	2027–2028: előkészítés; 2029–2032: megvalósítás; 2033–2040: szolgáltatásfejlesztés és fenntartás.
Becsült nagyságrendi forrásigény	1,5–3 Mrd Ft.
Források	2028 – 2034 EU kohéziós, források, hazai finanszírozás, magánberuházások
Előkészítési állapot / 2026–2028 feladat	2027: helyszínlista és vízügyi egyeztetések; 2028: előzetes megvalósíthatósági és üzemeltetési modell.
2030-as mérföldkő	Első működő víziturisztikai megállóhely-lánc elemei elkészülnek vagy kivitelezés alatt állnak.
2035-ös mérföldkő	Duna–Tisza–Vajas-fok térségi aktív csomagok értékesíthetők.
2040-es célállapot / KPI-kapcsolat	A víziturizmus a megye aktív turisztikai kínálatának stabil, mérhető eleme.

4.13.1.4. TOP 4 – Egészség- és fürdőturisztikai versenyképességi csomag

A projekt a fürdőkre, gyógyhelyekre, szálláshelyekre, prevenciós és rekreációs szolgáltatásokra épülő négyévszakos kínálat kialakítását szolgálja.

Stratégiai szerep	A pillér a tartózkodási idő, a RevPAR és a magasabb költség növelésének egyik legfontosabb eszköze.
Termékpillér / térségi fókusz	Egészség- és fürdőturizmus; Kiskunmajsza, Tiszaújszállás, Kecskemét és kapcsolódó fürdővárosi kínálat.
Kapcsolódó célok	C1, C2, C6, C8; kapcsolódó beavatkozások: B3, B5, B15, B18.
Fő fejlesztési tartalom	Fürdő- és egészségcsomagok; szállásminőség-fejlesztés; prevenciós programok; energiahatékonyság; helyi termék és gasztronómiai kapcsolódás. Gyógyturisztikai fejlesztések: gyógyászati szolgáltatások létrehozása: OEP (és külföldi egészségbiztosítási) finanszírozás lehetőségének megteremtése
Elsődleges projektgazda / felelős	Fürdők, szálláshely-üzemeltetők, települési önkormányzatok.
Közreműködők	Egészségügyi és rekreációs szolgáltatók, vendéglátók, helyi termelők, pénzügyi partnerek.
Időhorizont	2027–2028: klaszterprogram és üzleti modellek; 2029–2034: beruházások; 2035–2040: minőségi megújítás.
Becsült nagyságrendi forrásigény	3–5 Mrd Ft.
Források	Elsősorban magán-, tulajdonosi és hitelforrások; kiegészítő hazai és EU-s források szolgáltatás (pl. energiahatékonysági célokra)
Előkészítési állapot / 2026–2028 feladat	2027-ben egészségturisztikai fejlesztési koncepció (a fürdők, önkormányzatok, OEP, magánegészségügyi szolgáltatók bevonásával 2028-ra fejlesztési és finanszírozási csomag).
2030-as mérföldkő	Piacra vitt egészség- és rekreációs csomagok; javuló kapacitáskihasználtság.
2035-ös mérföldkő	A fürdővárosi kínálat többnapos, négyévszakos termékként működik.
2040-es célállapot / KPI-kapcsolat	A pillér stabilan hozzájárul a magasabb költséghez és hosszabb tartózkodáshoz.

4.13.1.5. TOP 5 – Bugac élményalapú fejlesztése

A projekt célja Bugac olyan élményalapú, fenntartható fejlesztése, amely kulturális és természeti értékként is piacképes turisztikai terméké válik.

Stratégiai szerep	Ikonikus örökségi termék, amely összeköti a kulturális turizmust az aktív és ökoturisztikai kínálattal.
Termékpillér / térségi fókusz	Kulturális és örökségturizmus; aktív/öko kapcsolódás; Homokhátság és Kiskunság.
Kapcsolódó célok	C3, C4, C6, C8; kapcsolódó beavatkozások: B8, B17, B13.
Fő fejlesztési tartalom	Interpretáció, látogatómenedzsment, tematikus útvonalak, természetvédelmi kapcsolódás, digitális történetmesélés, szolgáltatói csomagok.
Elsődleges projektgazda / felelős	KNPI, Bugac térségi szereplők, települési önkormányzatok.
Közreműködők	Kulturális intézmények, szolgáltatók, hagyományőrző és civil szervezetek.
Időhorizont	2026 Q4–2028: fejlesztési koncepció és tartalom; 2029–2030: első ütem; 2031–2040: bővítés és fenntartás.
Becsült nagyságrendi forrásigény	0,7–1,2 Mrd Ft.
Források	2028 – 2034 EU kohéziós, források, hazai finanszírozás, szolgáltatók magánfinanszírozása
Előkészítési állapot / 2026–2028 feladat	2027-ben látogatóút és interpretációs terv; 2028-ra üzemeltetési és partnerségi modell.
2030-as mérföldkő	Megújított örökségi élménytermék első üteme működik.
2035-ös mérföldkő	Bugac a megye egyik legismertebb örökségi hívóterméke.
2040-es célállapot / KPI-kapcsolat	Fenntartható, természetvédelmi szempontból kontrollált, nemzetközileg is értelmezhető termék.

4.13.1.6. TOP 6 – Kulturális és örökségturisztikai útvonalcsomag

A projekt a szétszórta kulturális, történeti, vallási és gasztronómiai örökségelemek hálózatba rendezését célozza, bejárható és kommunikálható útvonalakként.

Stratégiai szerep	A kulturális kínálat piacképességét az útvonalasítás, történetmesélés és digitális elérhetőség teremti meg.
Termékpillér / térségi fókusz	Kulturális és örökségturizmus; Petőfi-örökség, vallási örökség, Kalocsa–Hajós–Baja kulturális/gasztro kapcsolatok.
Kapcsolódó célok	C3, C6, C7, C8; kapcsolódó beavatkozások: B7, B9, B12, B13.
Fő fejlesztési tartalom	Legalább három tematikus útvonal; tartalomfejlesztés; jelölés; digitális leírások; esemény- és szolgáltatói kapcsolódás.
Elsődleges projektgazda / felelős	Települési önkormányzatok, kulturális intézmények, egyházi és örökségkezelő szereplők.
Közreműködők	Szolgáltatók, civil szervezetek, helyi termelők, turisztikai szervezetek.
Időhorizont	2027–2028: útvonalak kiválasztása; 2029–2032: fejlesztés és piacra vitel; 2033–2040: megújítás.
Becsült nagyságrendi forrásigény	1,5–3 Mrd Ft.
Források	2028 – 2034 EU kohéziós, források, határon átnyúló programok, hazai finanszírozás,
Előkészítési állapot / 2026–2028 feladat	2027-ben útvonalprioritások; 2028-ra projektgazdák, tartalomstruktúra, költség-sáv és digitális követelmények.
2030-as mérföldkő	Legalább három piacképes tematikus útvonal első üteme működik.
2035-ös mérföldkő	A kulturális útvonalak a megyei márka meghatározó elemei.
2040-es célállapot / KPI-kapcsolat	A kulturális örökség fenntartható turisztikai hasznosítása több térségben mérhető keresletet generál.

4.13.1.7. TOP 7 – Déli felzárkózó térségek turisztikai csomagja

A projekt célja, hogy a Bácsalmási és Jánoshalmi járás, valamint a déli határmenti térségek ne csak általános kohéziós célként szerepeljenek, hanem konkrét projektcsomagként kerüljenek előkészítésre.

Stratégiai szerep	Területi kohéziós projektcsomag: a déli térségek turisztikai bekapcsolása a megyei termékportfólióba.
Termékpillér / térségi fókusz	Mindhárom termékpillér; elsődleges térség: Bácsalmási és Jánoshalmi járás, déli határmenti kapcsolódások.
Kapcsolódó célok	C1, C2, C5, C6, C8; kapcsolódó beavatkozások: B1, B6, B7, B9, B12, B15.
Fő fejlesztési tartalom	Kis léptékű attrakciók, helyi termékek, kerékpáros és határmenti útvonalak, szolgáltatói képzés, digitális láthatóság, helyi rendezvények.
Elsődleges projektgazda / felelős	Déli járások települési önkormányzatai, megyei koordináció.
Közreműködők	Helyi vállalkozások, civil szervezetek, helyi akciócsoportok, határmenti partnerek.
Időhorizont	2027–2028: projektgyűjtés és előszűrés; 2029–2034: fő megvalósítás; 2035–2040: fenntartás és bővítés.
Becsült nagyságrendi forrásigény	1–2 Mrd Ft.
Források	2028 – 2034 EU kohéziós, források, Interreg, KAP - Leader, hazai finanszírozás
Előkészítési állapot / 2026–2028 feladat	2027-ben külön déli projektgyűjtés; 2028-ra előkészített, térségi rangsorolt projektcsomag.
2030-as mérföldkő	Első déli térségi pilotprojektek elindulnak.
2035-ös mérföldkő	A déli térségek mérhetően bekapcsolódnak a megyei turisztikai kínálatba.
2040-es célállapot / KPI-kapcsolat	A turisztikai fejlesztések hozzájárulnak a területi egyensúly és helyi gazdasági aktivitás erősítéséhez.

4.13.1.8. TOP 8 – Homokhátsági öko- és klímaadaptációs turisztikai csomag

A projekt a Homokhátság és a Kiskunság természeti értékeire, tanyavilágára és klímaérzékeny táji adottságaira épít, kontrollált ökoturisztikai és klímaadaptációs fejlesztésekkel.

Stratégiai szerep	A fenntarthatósági és klímaadaptációs célok térségi projektcsomagja, amely a természeti értékek védelmét és a turisztikai használhatóságot együtt kezeli.
Termékpillér / térségi fókusz	Aktív és ökoturizmus; Homokhátság, Kiskunsági Nemzeti Park, tanyavilág.
Kapcsolódó célok	C4, C5, C6, C8, C9; kapcsolódó beavatkozások: B6, B17, B18, B9.
Fő fejlesztési tartalom	Ökoturisztikai útvonalak, látogatóterhelés-kezelés, árnyékolás, vízmegtartási kapcsolódások, tanyasi szolgáltatások, helyi termékek, környezeti interpretáció.
Elsődleges projektgazda / felelős	KNPI, érintett települések, megyei koordináció.
Közreműködők	Tanyasi szolgáltatók, civil szervezetek, vízügyi és természetvédelmi partnerek.
Időhorizont	2027–2028: térségi projektcsomag; 2029–2034: megvalósítás; 2035–2040: adaptációs megújítás.
Becsült nagyságrendi forrásigény	1–2,5 Mrd Ft.
Forrásbevonási logika	2028 – 2034 EU kohéziós, források, KAP - Leader, hazai finanszírozás, szolgáltatók magánberuházásai
Előkészítési állapot / 2026–2028 feladat	2027-ben helyszínlista és terhelésérzékenységi szűrés; 2028-ra megvalósíthatósági és fenntartási terv.
2030-as mérföldkő	Első öko- és klímaadaptációs turisztikai elemek működnek.
2035-ös mérföldkő	A Homokhátság fenntartható turisztikai kínálata térségi szinten összeáll.
2040-es célállapot / KPI-kapcsolat	A térség klímaérzékeny adottságaihoz illeszkedő, kontrollált látogatói rendszer működik.

4.13.1.9. TOP 9 – Egységes digitális desztinációs és monitoring rendszer

A projekt célja, hogy a megye turisztikai kínálata digitálisan látható, többnyelvű, mérhető és adatvezérelt módon menedzselhető legyen.

Stratégiai szerep	Kritikus horizontális eszköz: a termékek piacosítása, a KPI-mérés és a szolgáltatói adatfrissítés alapja. (Szorosan kapcsolódik a DMO fejlesztéshez, ugyanakkor javasolt külön projektként kezelni)
Termékpillér / térségi fókusz	Horizontális / mindhárom pillér; teljes megye.
Kapcsolódó célok	C6, C7, C8, C9; kapcsolódó beavatkozások: B11, B12, B13, B14.
Fő fejlesztési tartalom	Digitális platform, szolgáltatói és attrakciós adatlapok, többnyelvű tartalom, útvonalak, kampánymérés, látogatói visszajelzés, éves monitoring.
Elsődleges projektgazda / felelős	Megyei koordináció / programiroda, digitális fejlesztő partner.
Közreműködők	Települések, szolgáltatók, attrakciók, adatgazdák, marketingpartnerek.
Időhorizont	2026 Q4–2027: rendszerterv; 2028–2029: fejlesztés; 2030–2040: működtetés és frissítés.
Becsült nagyságrendi forrásigény	0,3–0,7 Mrd Ft.
Források	Állami források, önkormányzati hozzájárulás, értékesítésből származó bevételek
Előkészítési állapot / 2026–2028 feladat	2027-ben funkcionális specifikáció, adatmodell és tartalmi struktúra; 2028-ban MVP és pilot.
2030-as mérföldkő	Élő digitális platform és éves turisztikai adatjelentés.
2035-ös mérföldkő	Adatvezérelt kampány- és termékoptimalizálás.
2040-es célállapot / KPI-kapcsolat	A digitális rendszer a megyei desztinációmenedzsment alapinfrastruktúrája.

4.13.1.10. TOP 10 – Bor-, gasztro- és helyitermék-hálózat

A projekt a borutak, helyi termékek, gasztronómiai rendezvények és vendéglátóhelyi kínálat hálózatosításával erősíti a helyi gazdasági hatást.

Stratégiai szerep	A helyi gazdasági beágyazottság egyik legfontosabb eszköze, amely mindhárom pillérhez kapcsolható.
Termékpillér / térségi fókusz	Bor- és gasztroturizmus mint kapcsolódó horizontális program; Hajós, Kecel, Baja, Kalocsa és tanyasi/termelői térségek.
Kapcsolódó célok	C1, C3, C5, C6, C8; kapcsolódó beavatkozások: B9, B13, B14, B15.
Fő fejlesztési tartalom	Borutak, helyi termelői hálózatok, vendéglátói integráció, szezonhosszabbító gasztroprogramok, helyi termék kommunikáció.
Elsődleges projektgazda / felelős	Borászatok, vendéglátók, helyi termelők, települések, megyei koordináció.
Közreműködők	Helyi akciócsoportok, rendezvényszervezők, turisztikai szolgáltatók, szálláshelyek.
Időhorizont	2027–2028: hálózatépítés és pilotcsomagok; 2029–2032: piacra vitel; 2033–2040: bővítés.
Becsült nagyságrendi forrásigény	0,4–0,9 Mrd Ft.
Források	Szolgáltatók magánberuházásai, KAP Leader, DMO koordináció mellett értékesíthető termékportfólió értékesítése
Előkészítési állapot / 2026–2028 feladat	2027-ben szereplőlista és terméktérkép; 2028-ra minimum három pilot gasztro/bor csomag.
2030-as mérföldkő	Működő bor- és gasztrohálózat első csomagjai.
2035-ös mérföldkő	A gasztronómia a kulturális és egészségturisztikai kínálat értéknövelő eleme.
2040-es célállapot / KPI-kapcsolat	A helyi termékek és gasztronómia mérhetően növelik a vendégköltséget és a helyi gazdasági hasznot.

4.13.2. TOP 20 előkészítendő projekt

A TOP 20 előkészítendő projekt célja, hogy 2028 végére olyan előkészítettségi szintet érjen el, amely alapján a következő fejlesztési ciklusban gyorsan döntésre, forrásbevonásra vagy megvalósítási előkészítésre alkalmassá válik. A rövid távú feladat a projektgazdák, a térségi partnerségek, az előzetes költségsávok és a megvalósíthatósági feltételek rögzítése.

111. táblázat - TOP 20 előkészítendő projekt

Ssz.	Előkészítendő projekt	Térségi fókusz	Időhorizont	2026–2028 előkészítési feladat	Becsült nagyságrend
1	EuroVelo 13 déli hiányzó szakaszok	Déli és határmenti térség	2027–2032	nyomvonal, tulajdonosi és engedélyezési szűrés; szakaszolás	2,30 Mrd Ft
2	EuroVelo 6 Duna menti kapcsolódások	Duna mente, Baja–Kalocsa térsége; kapcsolódó kisebb települések: Érsekcsanád, Sükösd,	2027–2034	kapcsolódó bekötések és szolgáltatói pontok listája; a kisebb Duna menti települések és a natúrparki kínálat bekapcsolási lehetőségeinek vizsgálata	1,20 Mrd Ft

Ssz.	Előkészítendő projekt	Térségi fókusz	Időhorizont	2026–2028 előkészítési feladat	Becsült nagyságrend
		Szeremle, Dunafalva, Fajsz			
3	EuroVelo 11 / Tisza menti aktív kapcsolatok	Tisza mente	2027–2034	útvonal- és szolgáltatói térkép; vízi/kerékpáros kapcsolások	0,90 Mrd Ft
4	Megyei kerékpáros szolgáltatói pontok	Teljes megye	2027–2030	helyszínlista, szolgáltatói kritériumok, üzemeltetési modell	1,10 Mrd Ft
5	Vajas-fok víziturisztikai fejlesztési csomag	Kalocsa térsége, Vajas mente	2026 Q4–2030	vízügyi és természetvédelmi feltételek, megállóhely-terv	0,90 Mrd Ft
6	Baja–Gemenc–Duna aktív turisztikai kapu	Baja és Duna mente	2027–2032	kapu- és útvonalrendszer, szolgáltatói kapcsolódások	0,90 Mrd Ft
7	Tizsakécske–Lakitelek egészség-aktív csomag	Tisza mente	2027–2034	fürdő, aktív, vízi és kulturális csomagelemek összerendezése	2,00 Mrd Ft
8	Homokhátsági ökoútvonalak	Homokhátság, Kiskunság	2027–2034	érzékenységi szűrés, útvonalak, interpretáció, üzemeltetés	0,50 Mrd Ft
9	KNPI látogatóterhelés-kezelési pilot	Kiskunsági Nemzeti Park érintett területei	2027–2030	kapacitás, monitoring, jelzésrendszer, látogatói irányítás	0,30 Mrd Ft
10	Kiskunmajsa egészségturisztikai klaszter	Kiskunmajsa térsége	2027–2034	szolgáltatói és szálláshelyi fejlesztési program	2,00 Mrd Ft
11	Tizsakécske egészségturisztikai klaszter	Tizsakécske térsége	2027–2034	rekreációs, fürdő- és szálláshely-csomag előkészítése	2,00 Mrd Ft
12	Kecskemét MICE és city break csomag	Kecskemét és agglomeráció	2027–2035	MICE, kulturális, üzleti és rövid tartózkodási ajánlatok	2,50 Mrd Ft
13	Bugac látogatói élményfejlesztés	Bugac és Kiskunság	2026 Q4–2030	interpretációs és látogatómenedzsment-terv	0,80 Mrd Ft
14	Petőfi örökség tematikus útvonal	Kiskőrös és kapcsolódó helyszínek	2027–2032	helyszínlista, történetmesélés, digitális tartalom	0,60 Mrd Ft
15	Vallási és történeti örökségút	Kalocsa, Baja, települési helyszínek	2027–2032	egyházi és önkormányzati partnerség, útvonalterv	0,60 Mrd Ft
16	Hajós–Kecel–Baja–Kalocsa bor- és gasztrohálózat	Duna mente, borvidéki térségek	2027–2032	szereplőtérkép, pilotcsomagok, gasztroesemények	0,50 Mrd Ft
17	Tanyasi és helyi termék turisztikai hálózat	Homokhátság és vidéki térségek	2027–2034	termelők, vendéglátók, szállások és élménypontok hálózata	0,30 Mrd Ft
18	Top-30 attrakció akadálymentesítési és biztonsági program	Teljes megye	2027–2030	audit, beavatkozási terv, ütemezés	0,60 Mrd Ft
19	Digitális desztinációs platform és AI-tartalom	Teljes megye	2026 Q4–2029	funkcionális specifikáció, adatmodell, többnyelvű tartalom	0,61 Mrd Ft

Ssz.	Előkészítendő projekt	Térségi fókusz	Időhorizont	2026–2028 előkészítési feladat	Becsült nagyságrend
20	Turisztikai képzés és szolgáltatásminőség program	Teljes megye; kiemelten szolgáltatók	2027–2030	képzési modulok, résztvevői kör, mérési rendszer	0,33 Mrd Ft

4.13.3. Egységes projektadatlap-sablon a 2027. évi projektgyűjtéshez

A 2027. évi települési, szolgáltatói és attrakcióüzemeltetői projektgyűjtés során minden projektötletet azonos szerkezetű adatlapra kell bekérni. Az egységes adatlap biztosítja, döntési adatbázisként működjön, a projektötletek stratégiai illeszkedése, költségigénye, előkészítettsége és térségi hatása egységesen értékelhető legyen.

112. táblázat - Projektbekérő sablon

Projektadatlap mező	Kitöltendő tartalom
1. Projekt címe	Rövid, azonosítható fejlesztési cím.
2. Projektgazda	Önkormányzat, vállalkozás, intézmény, civil szervezet vagy partnerség.
3. Érintett település/térség	Település, járás, térségi csomag; jelölni kell, ha déli/felzárkózó térséget érint.
4. Termékpillér	Egészség- és fürdőturizmus / aktív és ökoturizmus / kulturális és örökségturizmus / bor- és gasztroturizmus / horizontális.
5. Kapcsolódó stratégiai cél	C1–C9 célkódok megjelölése.
6. Fejlesztési tartalom	Konkrét beruházási, szolgáltatási, digitális, képzési vagy marketingtartalom.
7. Előkészítettség	Ötlet / koncepció / megvalósíthatóságtanulmány / engedélyes terv / építési engedély / kiviteli terv / működő, továbbfejlesztendő pilot.
8. Szakaszolhatóság	A projekt ütemekre bontható-e? Az egyes ütemek becsült költség és időigénye.
9. Tulajdonosi és engedélyezési helyzet	Terület, épület, útvonal, vízjogi, természetvédelmi vagy örökségvédelmi érintettség.
9. Forrásigény	Projektötlet szintű nagyságrendi becslés, tervezői költségbecslés, tervezői költségvetés, beruházói ajánlat
10. Lehetséges források megnevezése	EU-s, hazai, önkormányzati, magán-, hitel, befektetői forrásbevonás.
11. Fejlesztés tervezett időigénye	Részletes időbeli ütemezés
12. Üzemeltetési modell	Ki működteti, miből tartja fenn, milyen bevételi/költségoldali logikával.
13. Várt eredmény és mérőszám	Vendégszám, vendégéjszaka, csomagok száma, képzett résztvevők, látogatói elégedettség stb.

Forrás: Saját szerkesztés

Mellékletek

1. számú melléklet – Bács-Kiskun Megye vonzerőleltára
2. számú melléklet – A 2015-től megvalósult és folyamatban lévő turisztikai pályázatok összefoglalása
3. számú melléklet – Részletes helyzetelemzés
4. számú melléklet – Minőségmenedzsment
5. számú melléklet - Bács-Kiskun megye GSTC-megfelelési mátrix