**BÁCS-KISKUN VÁRMEGYEI KÖZGYŰLÉS**

**6448-9/2026.**

**K I V O N A T**
**a Bács-Kiskun Vármegyei Közgyűlés 2026. szeptember 25-i ülése jegyzőkönyvéből**

**Bács-Kiskun Vármegye Önkormányzata Közgyűlésének**
**47/2026. (IX.25.) határozata**
**Bács-Kiskun Megye Turizmusfejlesztési Stratégiájának és Operatív Tervének 2026-2040 elfogadásáról**

Bács-Kiskun Vármegye Önkormányzata Közgyűlése megtárgyalta Vedelek Norbertnek, a vármegyei közgyűlés elnökének 6466-1/2026. számú előterjesztését, és az alábbi határozatot hozza:

1. A Közgyűlés elfogadja a jelen határozat mellékletét képező „Bács-Kiskun Megye Turizmusfejlesztési Stratégiája és Operatív Terve 2026–2040” című dokumentumot.

2. A Közgyűlés felkéri az elnököt, hogy a vármegye turizmusfejlesztéssel kapcsolatos tevékenysége, valamint a 2028–2034 közötti európai uniós fejlesztési időszakra történő felkészülés során gondoskodjon a Stratégiában meghatározott fejlesztési irányok figyelembevételéről.

3. A Közgyűlés egyetért azzal, hogy a Stratégiában meghatározott, további közgyűlési döntést, költségvetési kötelezettségvállalást vagy új szervezeti megoldás kialakítását igénylő intézkedések megvalósításáról azok szakmai, jogi és pénzügyi feltételeinek részletes vizsgálatát követően, szükség szerint külön előterjesztés alapján döntsön a Közgyűlés.

Felelős: Vedelek Norbert elnök

Határidő: folyamatos

Értesülnek: vármegyei közgyűlés tisztségviselői, tagjai, vármegyei jegyző, vármegyei aljegyző, stratégia és fejlesztési irodavezető, BKMFÜ Bács-Kiskun Megyei Fejlesztési Ügynökség NKft. ügyvezetője

K. m. f.

dr. Bajmócyné dr. Balázs Tímea sk.
vármegyei jegyző

Vedelek Norbert sk.
elnök

Bács-Kiskun Vármegye Önkormányzata Közgyűlésének
6466-1/2026. (IX.25.) előterjesztés 1. számú 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

*(5011-331/2025. számú szerződés 6. teljesítési szakasza)*

# 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 VERSENYTÁRSAK ELEMZÉSE ..... 74**
2.3.1. VERSENYTÁRSAK 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 projektcsomagok ..... 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 gasztroturizmus ..... 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 - Szezonalitás 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 - Szezonalitási 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 lánca ..... 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 - Célrendszer ..... 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 termékkínálatának 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 humánerőforrás-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 energiafelhasználásának 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 projektprotfolió .....215
83. táblázat - Felelősök és forráok 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 - Projektbekérő 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 márkaépítés 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 keretrendszert 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 szezonalitás 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 gyógyvízkincsre, 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 árérzékeny 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 egészségfejlesztéshez kapcsolódó termékek hiányoznak, az OEP finanszírozásra jogosult gyógyászati fejlsztések 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 megerősítést 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 mérföldkövet 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 termékké alakító kiegészítő kínálat. Stratégiai szerepe a költésnövelés, a szezonszélesítés és a helyi gazdasági beágyazottság erősítése.

**2. táblázat – Horizontális kiegészítő kínálat**

| Horizontális kiegészítő | Stratégiai szerep |
|---|---|
| **Agroturizmus** | Tanyás, vidéki és termelői élmények; családos, slow és aktív szegmenseknél kapcsolt érték |
| **Bor- és gasztroturizmus** | Költésnövelő és szezonszélesítő termék, különösen kulturális és aktív utaknál (Hajós-Bajai borvidék, bajai halászlé, kalocsai paprika) |
| **Helyi termékek** | A helyi gazdasági beágyazottság eszköze; a vendégköltés 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 alkalmazkodjon 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 vízituristikai 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; márka- 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 helyitermék-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 széttagolt, 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 autóipari, illetve az építőipari konjunktúra csökkenésével.)

A megye kiemelkedő iparága, az autóipar, ahol az értékesítés 96%-a exportra kerül. Ugyancsak jelentős az építőpipari szektor. Ha a foglalkoztatottak számát nézzük 2025. I. negyedévében a feldolgozóiparban (lényegében az autóipari gazdasági ökoszisztémában) foglalkoztatott munkavállalók száma 42.933 fő volt, ami az ipari foglalkoztatottak 95%-a. Ha a teljes versenyszféra vonatkozásában nézzük, akkor az autóipar 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)

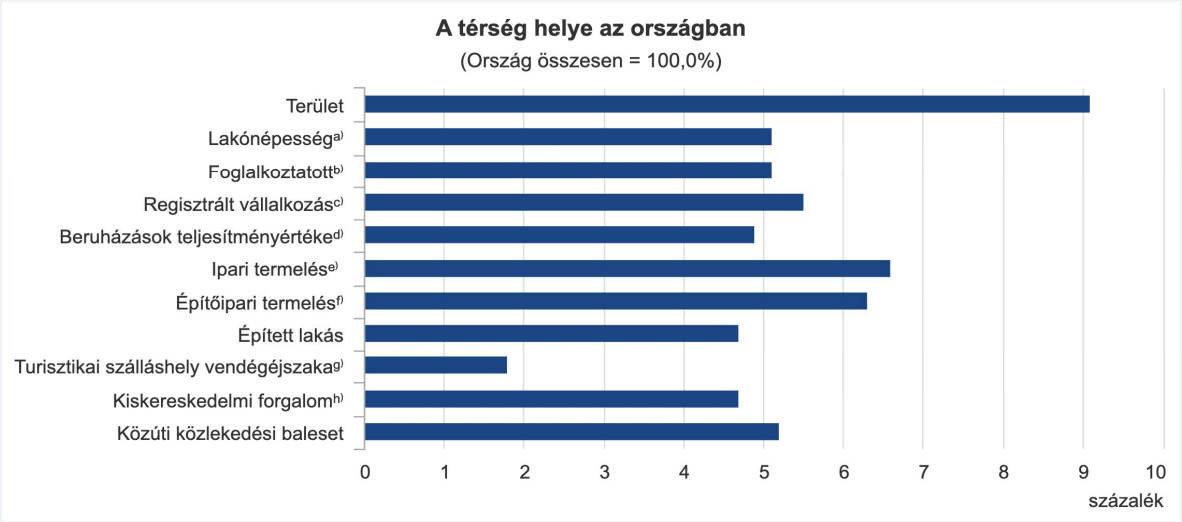
Ha a beruházások volumenét nézzük, 2025. I. félévben a feldolgozóipari beruházások volumene 164.847 millió Ft volt (77,8%-kal magasabb, mint 2024 hasonló időszaka), a szálláshely szolgáltatás vendéglátás vonatkozásában 1.234 millió Ft, ami 20%-kal haladta meg az előző év hasonló időszakát.

A gazdasági növekedés motorja a feldolgozóipar (kiemelten az autóipar 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**




*Forrás: KSH*

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, széttagoltabb 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 perifériikusabb 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 találnak 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 hátteret 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, helyitermék- 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 gyümölcstermesztésnek és a szőlőnek. A fűszerpaprika és a kajszibarack 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 költésének növeléséhez. Ugyanakkor a kertészeti kultúrák időjárási 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 bekapcsolódhatnának az agrár- és vidéki turizmusba. Másrészt a nagyobb, professzionálisabb gazdaságok számára lehetőség nyílhat 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 jövedelmezőségét (Bács-Kiskun Vármegye Önkormányzata, 2020). Az öntözés egyre inkább strukturális kérdéssé válik, miközben a talajvízkészletek csökkenése hosszú távú fenntarthatósági kockázatot jelent.

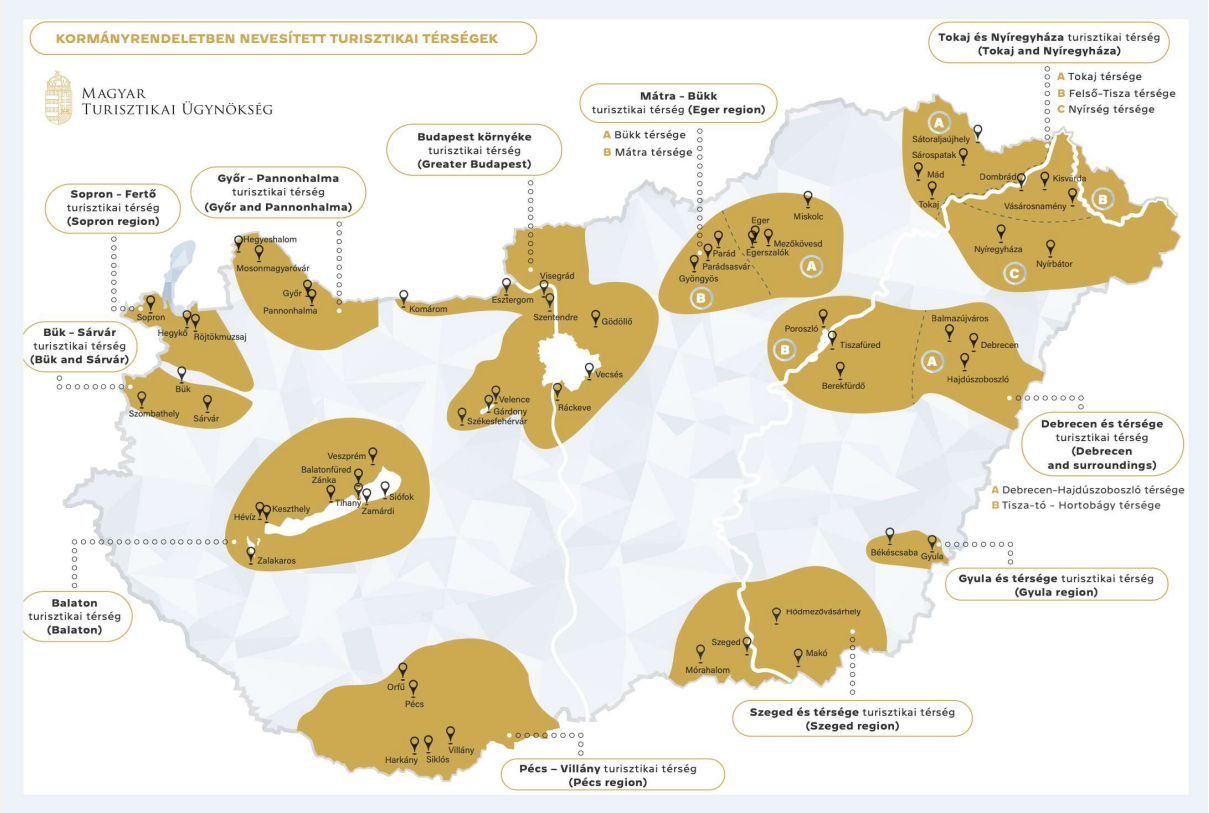
Ezek a folyamatok a turizmusra is hatással vannak. A táj kiszáradása, a mezőgazdasági mozaikok eltűnése és a termelési bizonytalanság rontja a tájképi minőséget, amely az aktív és

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**

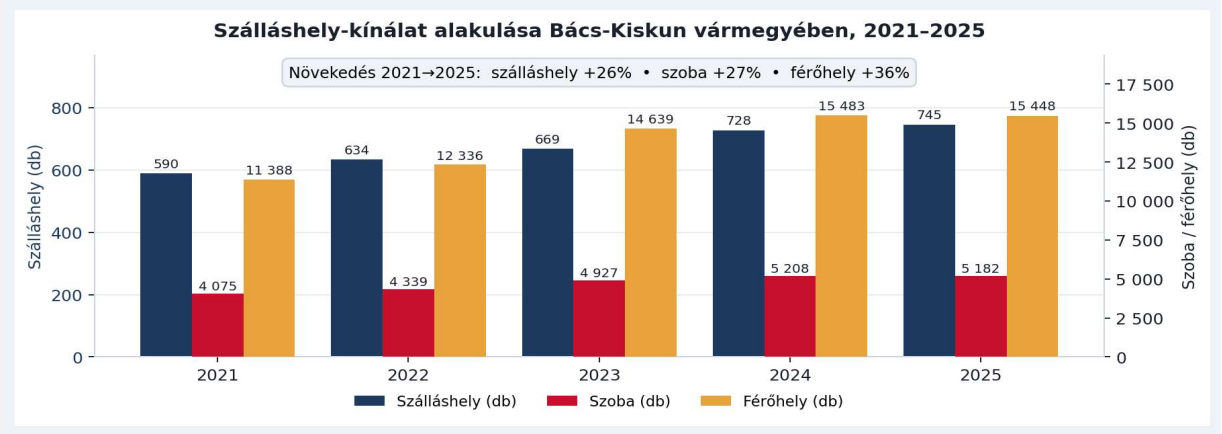
Bács-Kiskun megye az országos szálláshely-kínálat 1,8%-át adja, a szobák és férőhelyek vonatkozásában a részesedés 2,6–2,8%. 2021. és 2025. között a szálláshelyek száma 26%-kal,

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*

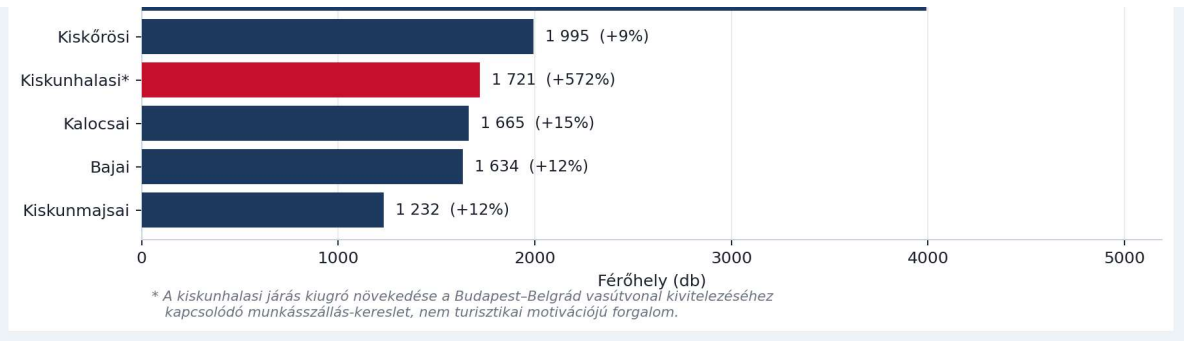
**4. ábra - Szálláshely kínálat alakulása Bács-Kiskun megyében 2021-2025**




*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

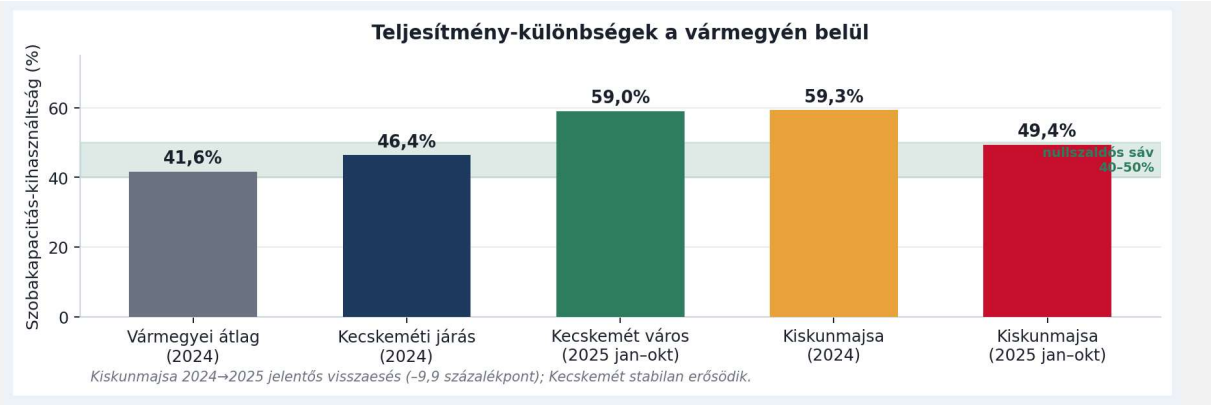
Egy háromcsillagos szálloda 40-50%-os kihasználtság mellett nullszaldós. A megyei átlag 2021-2023 között e szint alatt maradt, 2024-re 41,6%-ra emelkedett. A szezonalitás mérséklődik: 2023-ban négy, 2024-ben nyolc hónapban haladta meg a kihasználtság a 40%-ot - a minőségi szolgáltatást kínáló szálláshelyek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

**6. ábra - Szezonalitás változásai Bács-Kiskun megyében**

*Forrás: KSH alapján saját szerkesztés*

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

**7. ábra - Teljesítmény különbségek**

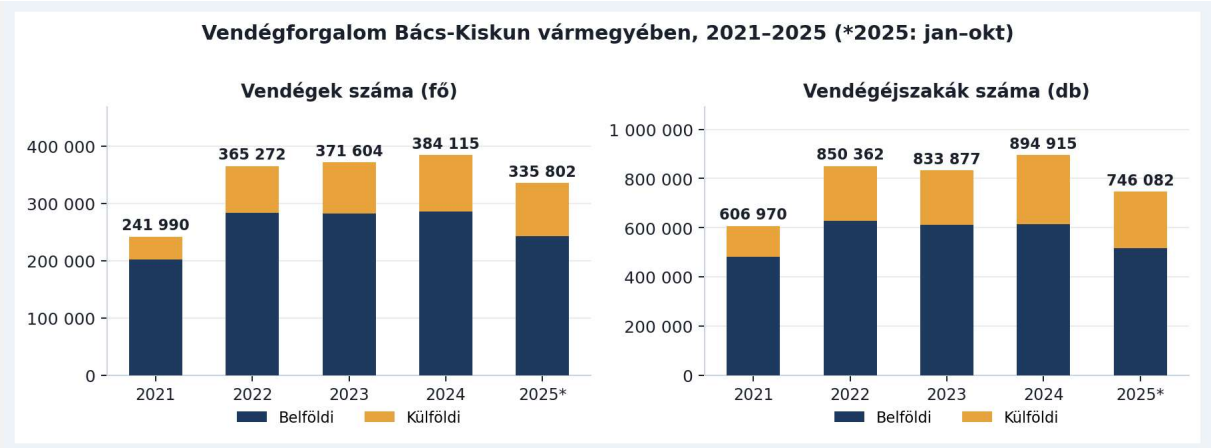



*Forrás: KSH alapján saját szerkesztés*

## 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

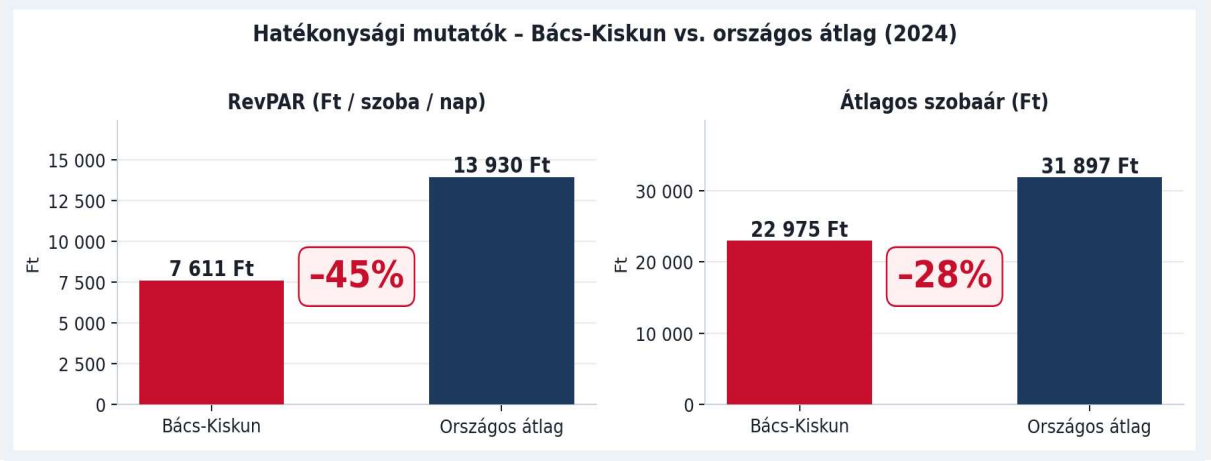
2024-ben a kereskedelmi szálláshelyek összes bevétele 15,2 milliárd forint volt. A bevételi szerkezet (≈ 2/3 szállásdíj, 1/3 vendéglátás és egyéb) az iparági sztenderdnek megfelel. A 21%-os éves bevétel-növekedés ugyan meghaladta az átlagos inflációt, de az élelmiszer- és energiainflációval számolva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

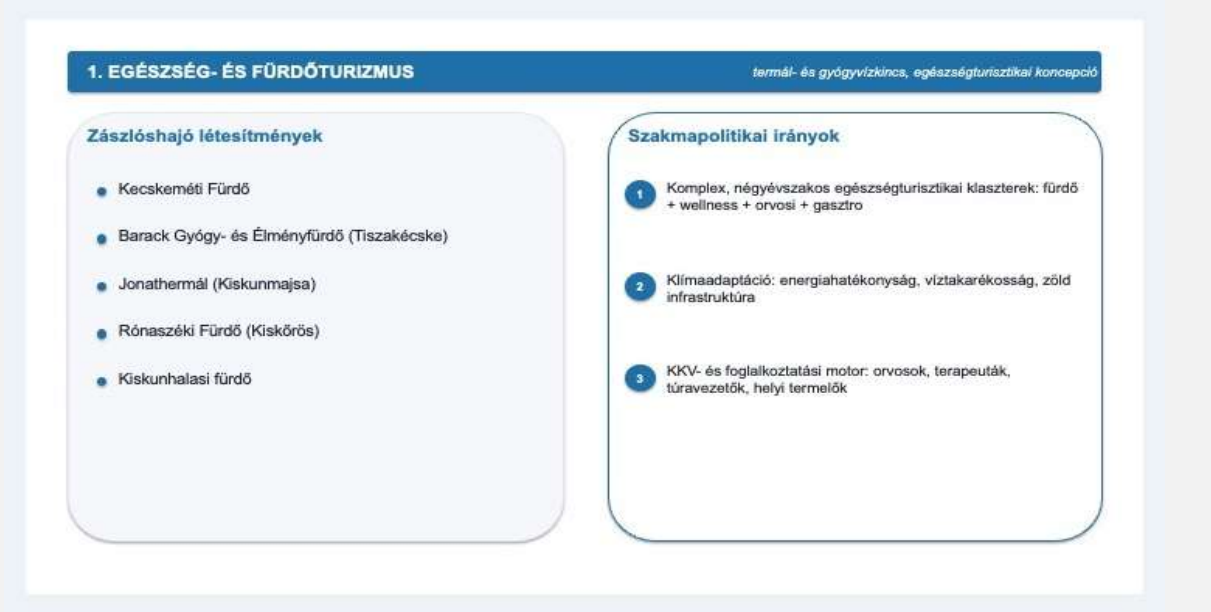
## 2.2.2. A megye turisztikai kínálata – szakmapolitikai áttekintés

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*

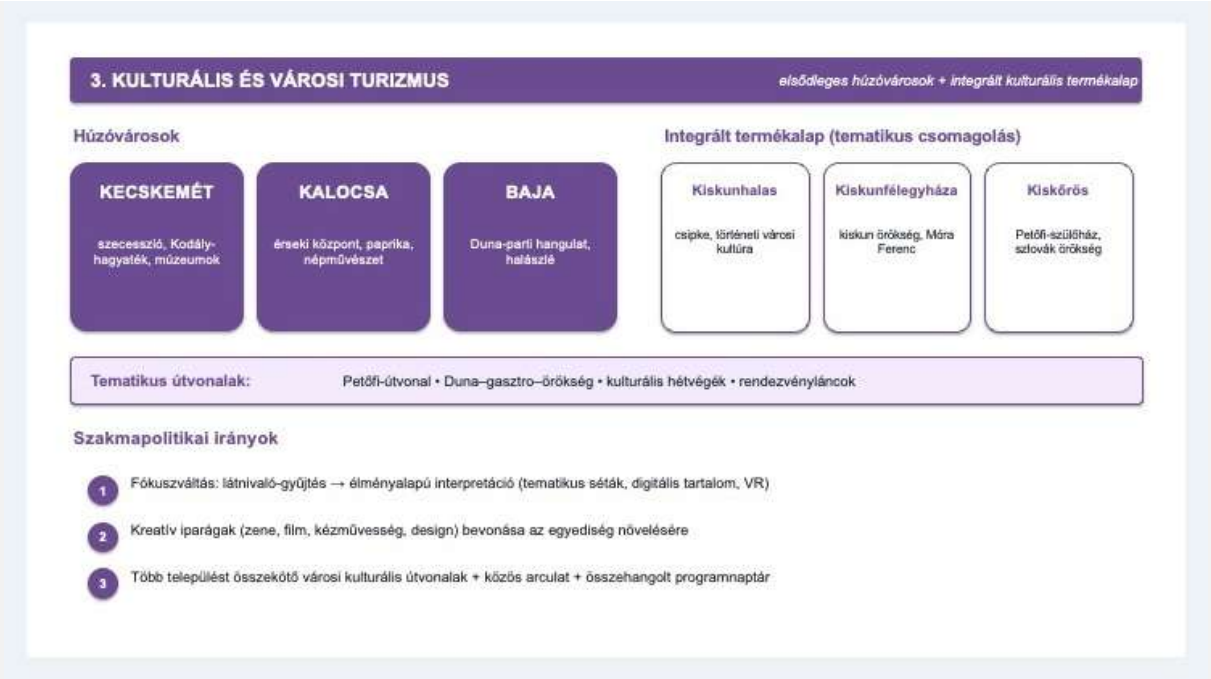
A megye rendelkezik a legkomplexebb egészségturisztikai alapkínálattal: a termál- és gyógyvízkincs, a minősített gyógyhelyek és a zászlóshajó fürdők köré építhetők olyan négyévszakos klaszterek, amelyek a gyógyászati, wellness-, rekreációs és gasztronómiai szolgáltatásokat egyetlen termékcsomagba szervezik. 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 Őrjeg és Szőlőhegyei Natúrpark is erősíti; ezek már meglévő települési, civil, helyitermék- 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 létrehozzon.

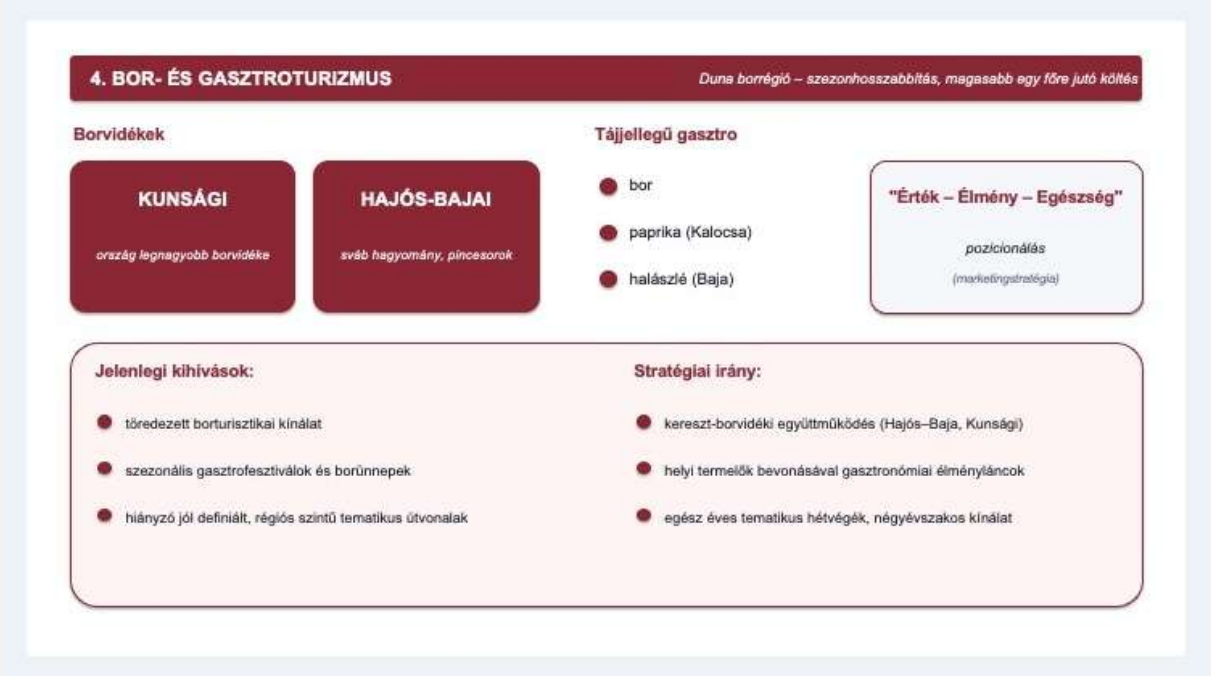
**15. ábra - Kulturális és városi turizmus**




*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-hagyatéka 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 költés szempontjából ez az egyik legnagyobb potenciálú termék. Realizálásához azonban szükség van a töredezett kínálat hálózatossá alakítására, a kereszt-borvidéki együttműködésekre (pl. Hajós-Baja-Kunsági tengely) és a jól definiált, régiós szintű tematikus útvonalakra.

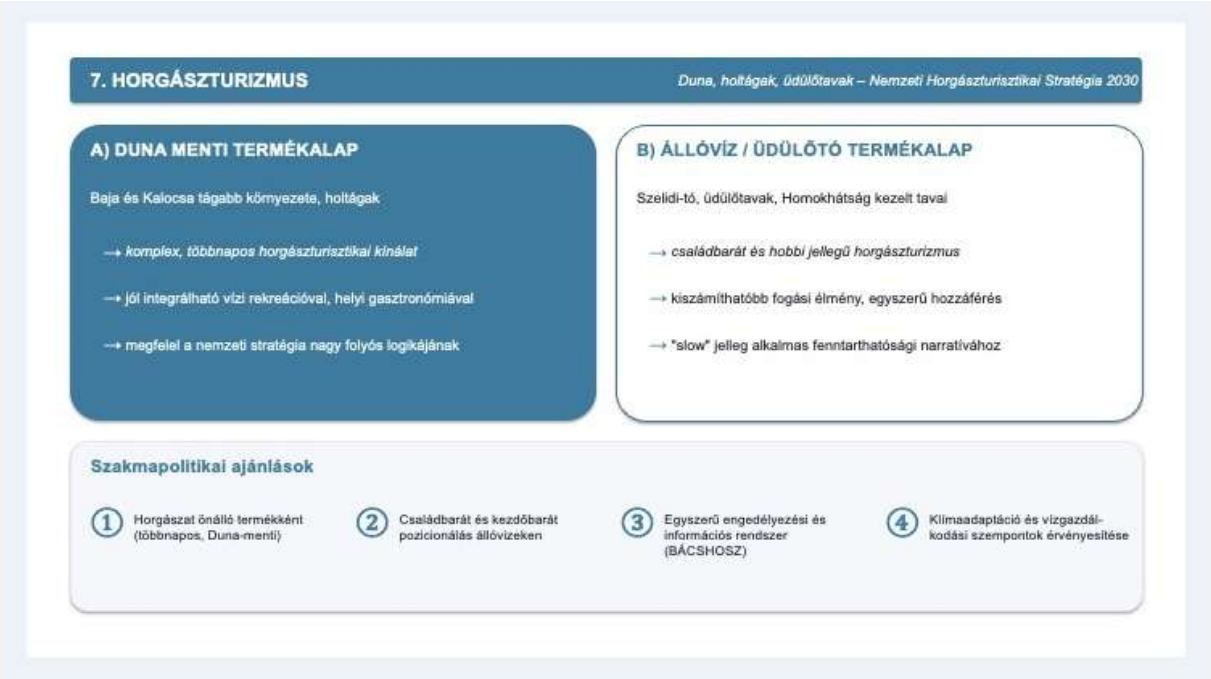
**17. ábra - Falusi- /tanyasi, valamint fesztiválturizmus**

*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-, gasztro- 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 termékalap 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**

*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-gasztro és falusi turizmus a minőségi pozicionálás, a közös márka és a tematikus útvonalak révén válhat többnapos, magasabb költésű 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-gasztro- és falusi turizmus a legnagyobb hatású pillér, ezek a fejlesztési támogatások elsődleges csatornái.
- A területi kiegyenlítés kulcspillérei az aktív, a bor-gasztro, 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 hotelt, 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 Érsekcsanádon. 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 költését, 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 kerékpárkölcsönzés. 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 SZÉP-kártyás fizetési lehetőség jellemzi. Ugyanakkor az inkluzív, élethelyzet-alapú turizmus (az akadálymentesség, az idősbarát 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 kistelepülési 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 értékel:

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

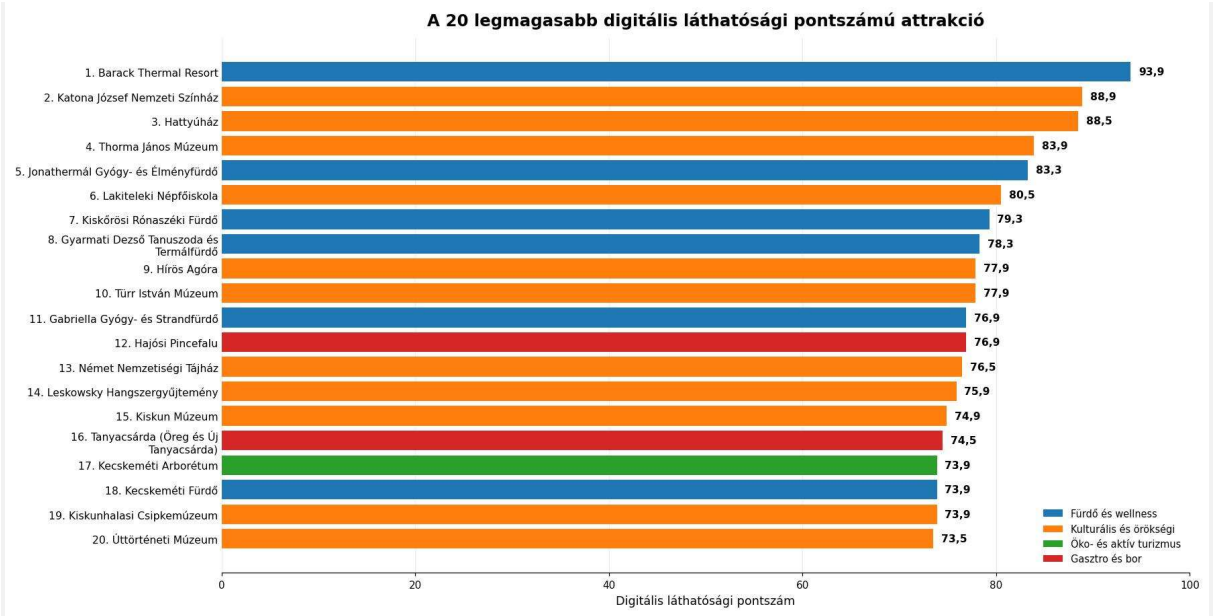
A részletes számítási módszertan és a számítási képlet a 1. számú mellékletben részletesen bemutatásra kerül.

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 (Tiszakécske) 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*

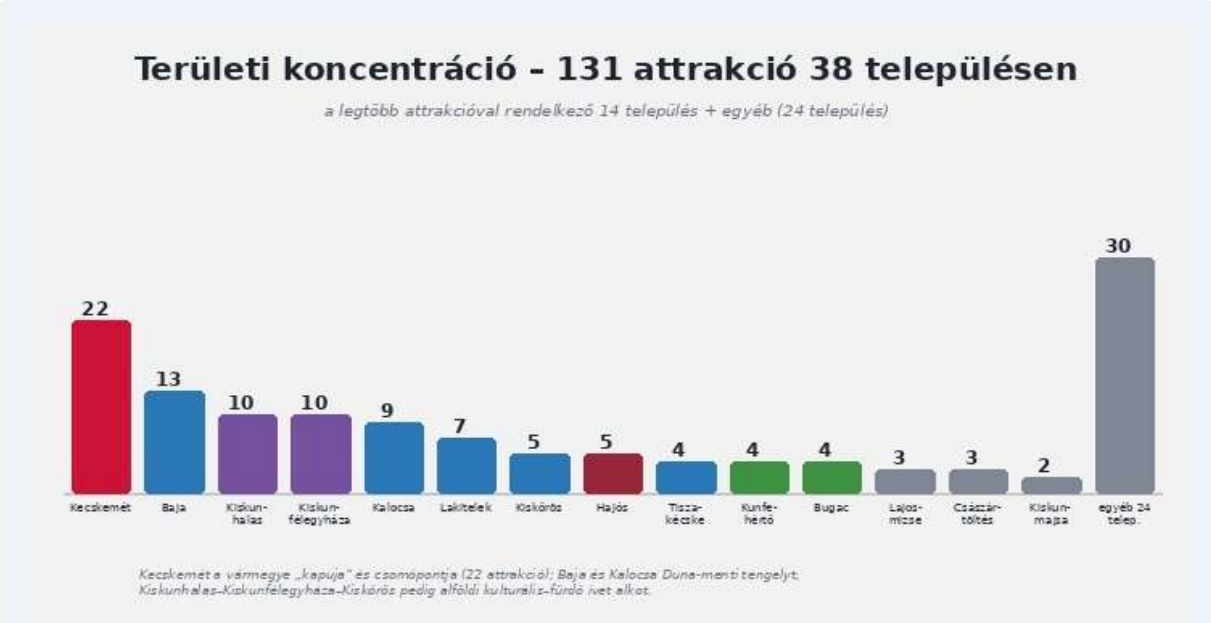
A 131 attrakció mindegyike hozzárendelhető a Bács-Kiskun megyei turizmusfejlesztési stratégia 2027-2040 célrendszerének egy-egy szegmenséhez. A stratégia három fő pilléren és egy horizontális fejlesztési területen alapul:

- 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, 5-5 Kiskőröshöz és Hajóshoz, 4-4 Tiszakécskéhez, Kunfehértóhoz és Bugachoz. Lajosmizse a kontrollfrissítés után 3 értékelt attrakcióval jelenik meg, Kiskunmajsán 2 értékelt kulturális/fürdős elem szerepel; a fennmaradó kínálat további települések között oszlik meg.

**22. ábra - Attrakciók területi koncentrációja**



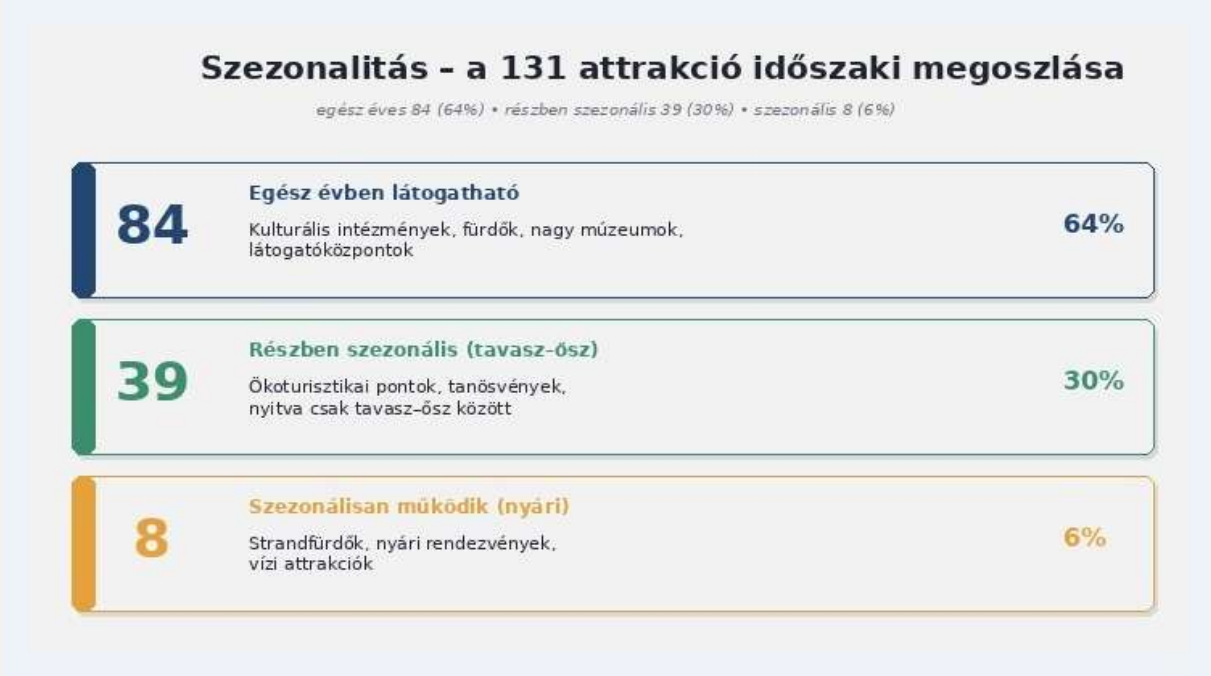

*Forrás: Saját értékelés, 131 attrakció településszintű megoszlása (2026. szeptemberi kontrollfrissítés)*

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–Kiskőrös 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. Szezonalitási 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 - Szezonalitási minta**




*Forrás: Saját értékelés, 131 attrakció szezonalitási 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 hátterű 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 termékcsomagok 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 szezonalitási 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**

*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 termékalap, 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 termékalap, 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 termékcsomagok 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, pályázatírásban 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 Kiskunmajsa.**

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 eszközkölcsönzés. 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 fókusza elsősorban a saját településükre vagy szűkebb térségükre 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 hátteréért. A szervezet tevékenysége a Duna-menti turisztikai termékek (víziturizmus, gasztronómia, rendezvények) integrálását célozza, de mandátuma és fókusza 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 hátterét 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 alacsonyak 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 kiindulópontról 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 idősbarát 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

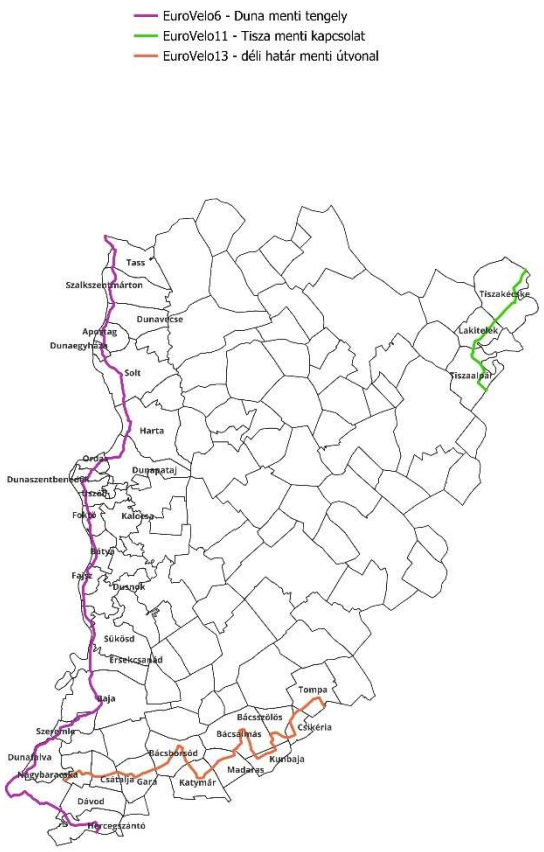
A megye kerékpáros szempontból országos léptékben is erős pozícióban van, három európai főhálózati útvonal találkozik a térségben.

**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 Tompáig húzódik", kerékpáros pihenőpontokkal, információs táblákkal, szervizpontokkal és közös márkaépítéssel. 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 fejlesztendők. 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 termékként 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 termékké 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 eszközkölcsönzés 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 alap-infrastruktúráját (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 Tőserdőben 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 kapcsolatrendszert. 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 vámegye 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 régión belül** pedig a fő- és mellékvonalak (pl. Kiskunfélegyháza, Kiskunhalas, Baja) hálózatán 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-Dunatetétlen-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. Tisza-parti 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.

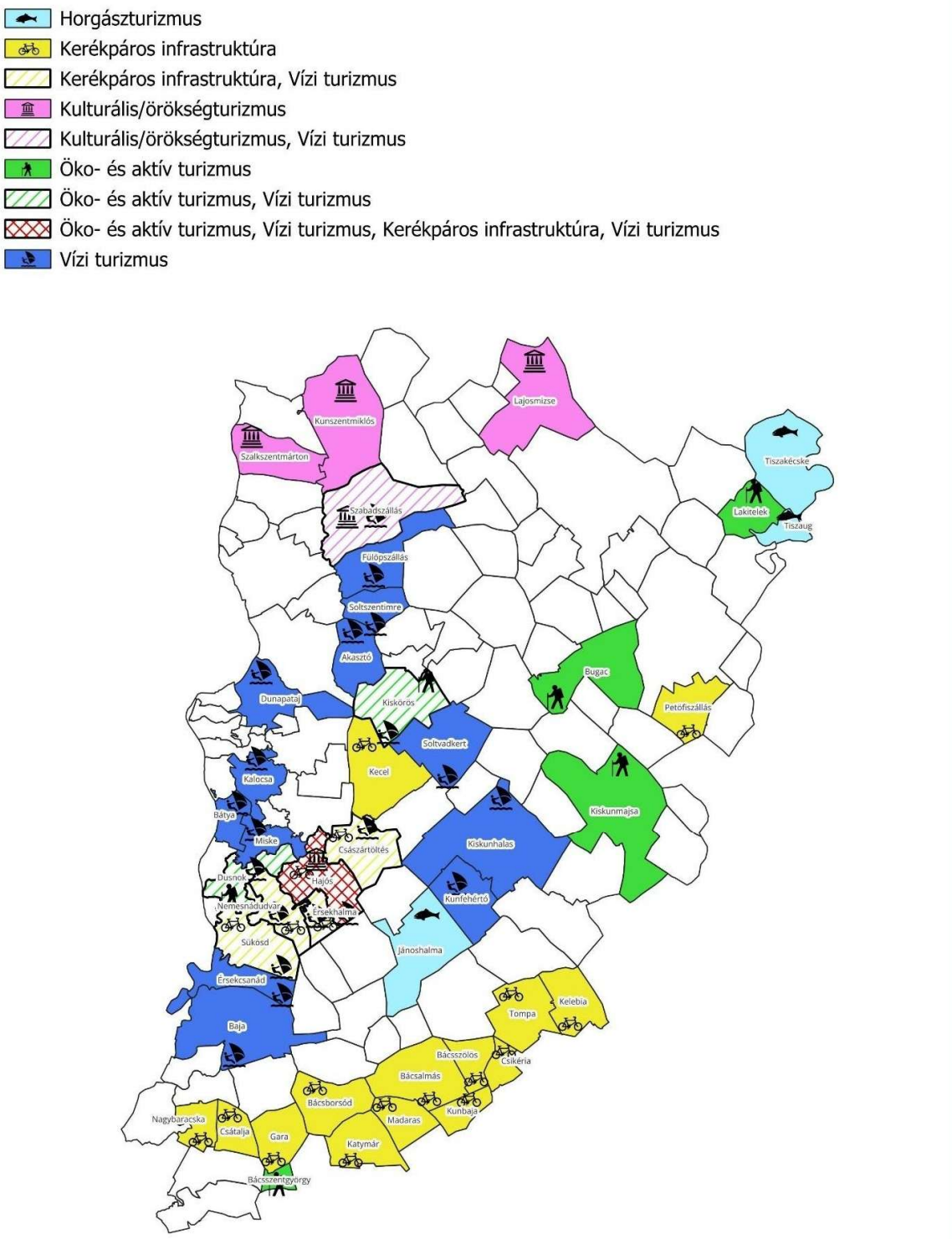
A 2014-20-as ciklus projektjeinek kötelező fenntartási ideje már lejárt vagy a közeljövőben fog lejárni, így a nehezen fenntartható fejlesztések további üzemeltetése bizonytalanná válik. Ráadásul a bezárt látogatóközpontok, hozzáférhetetlen attrakciók nagyon rossz üzenetet hordoznak. Intő példa a kunszentmiklósi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

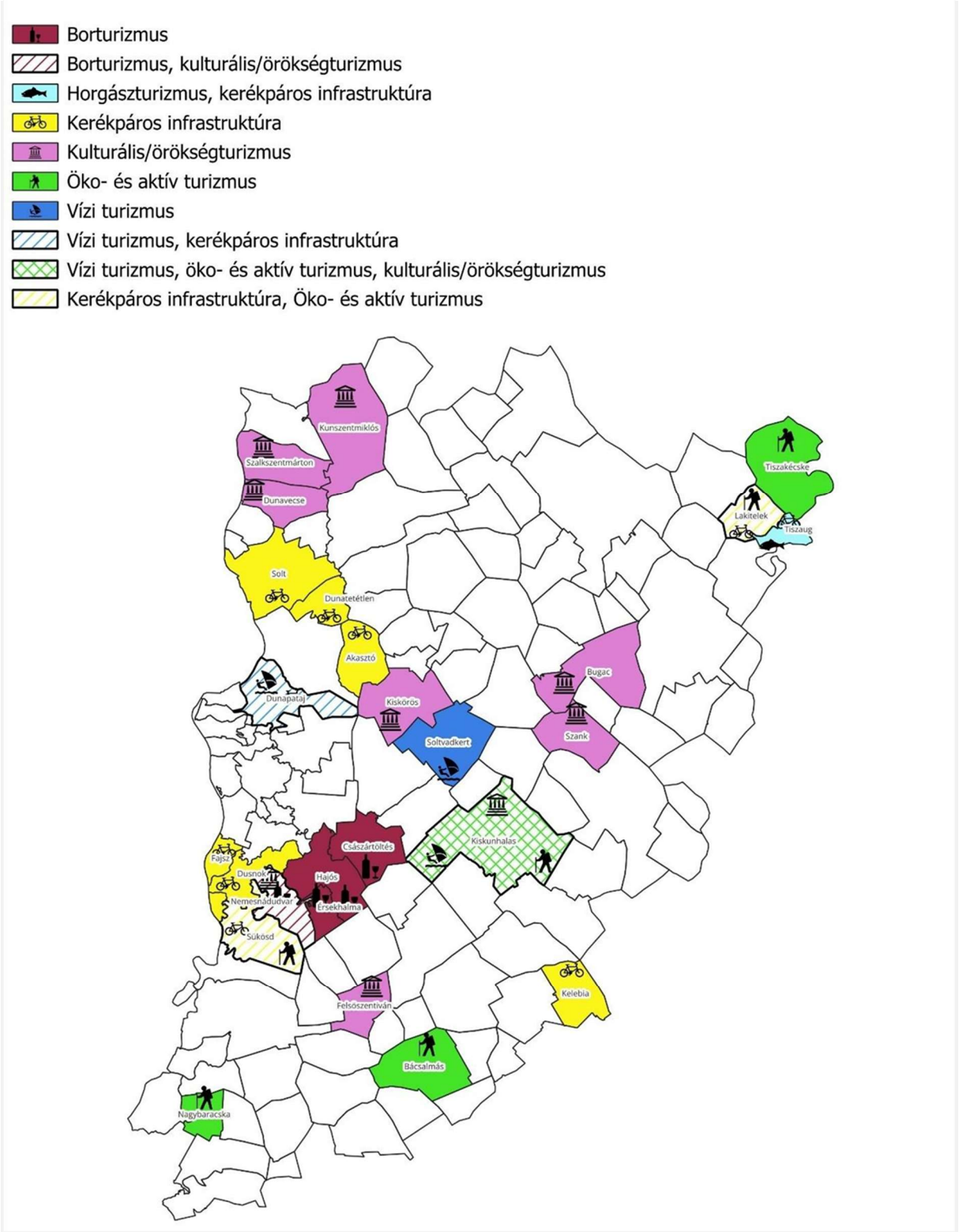
A 2. sz. mellékletben részletezett TOP és TOP Plusz nyertes projektekről ad áttekintést az alábbi két térkép, a fejlesztési helyszínek megjelenítése és a fejlesztések tipizálásának segítségével:

**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 víziturisztikai programok, valamint az országos ismertségű halászlé fesztivál 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 Tőserdő 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 víziturisztikai programokat, valamint a szálláskínálatot egységes termékként kell kezelni. A Barack Thermal Resort és más jelentős helyi szolgáltatók a komplex egészségturisztikai–aktív csomagok, a vállszezoni medical wellness/senior ajánlatok és a víziturisztikai 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 kapcsolatrendszert is együtt kell kezelni. A területi program célja e pontok többnapos, közlekedési és szolgáltatási kapcsolatokkal összekötött termékké 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 hagyományőrzés, 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 hátttereként 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 projektcsomagként kell előkészíteni, az átfedések elkerülésével.

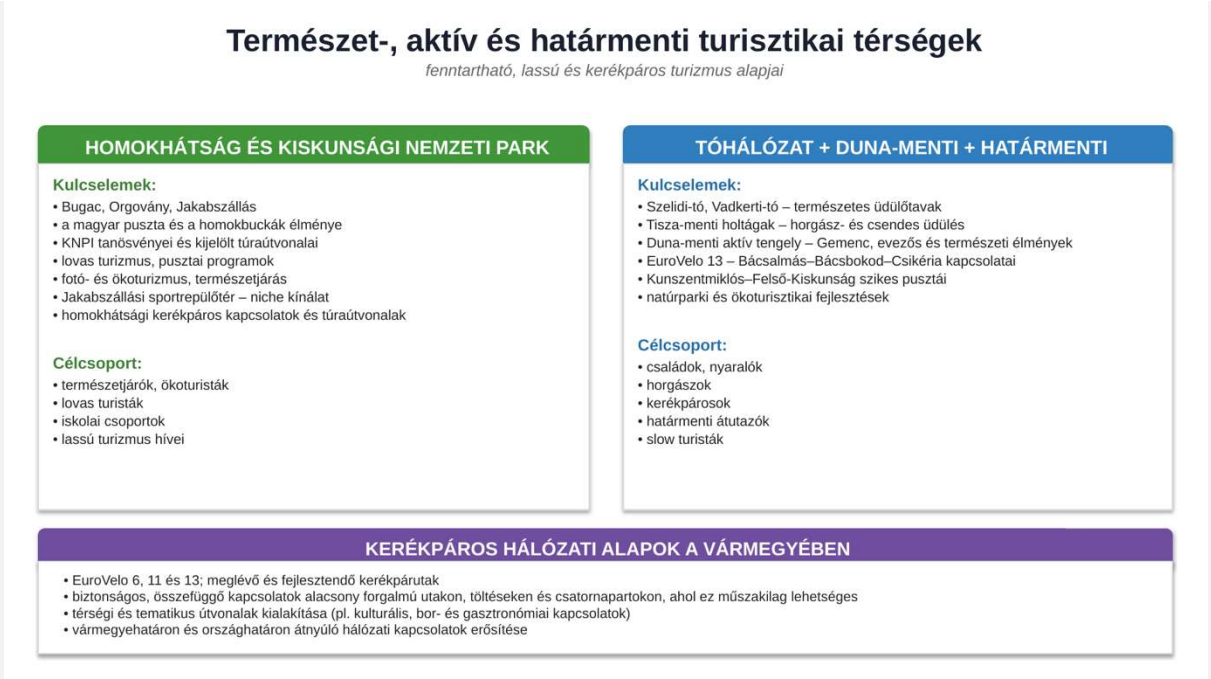
Kiskunhalas turisztikai profiljának központi eleme a nemzetközi hírű kézműves örökség, a Halasi Csipke, amelyhez fokozatosan épülő termálrekreációs kínálat és borvidéki háttér csatlakozik.

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 puszta, 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 homokbuckás táj önálló, karakteres megkülönböztető elemként kezelendő.

A Homokhátság északi-középső részén Lajosmizse és Felsőlajos különösen jó példája annak, hogy a tanyasi–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 szezonalitási 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**

*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. Szezonalitási 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 összehangolt.

### 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 családias, 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, Érsekhalmát, Nemesnádudvart, Sükösdöt,

Érsekcsanádot, 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 csipkehagyománya, 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 hagyományőrzéshez 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, Pálosszentkút, Hercegszántó és a Magyar Zarándokút révén, de akkor lehet igazán erős, ha az aktív, kulturális és gasztronómiai kínálattal együtt jelenik meg.

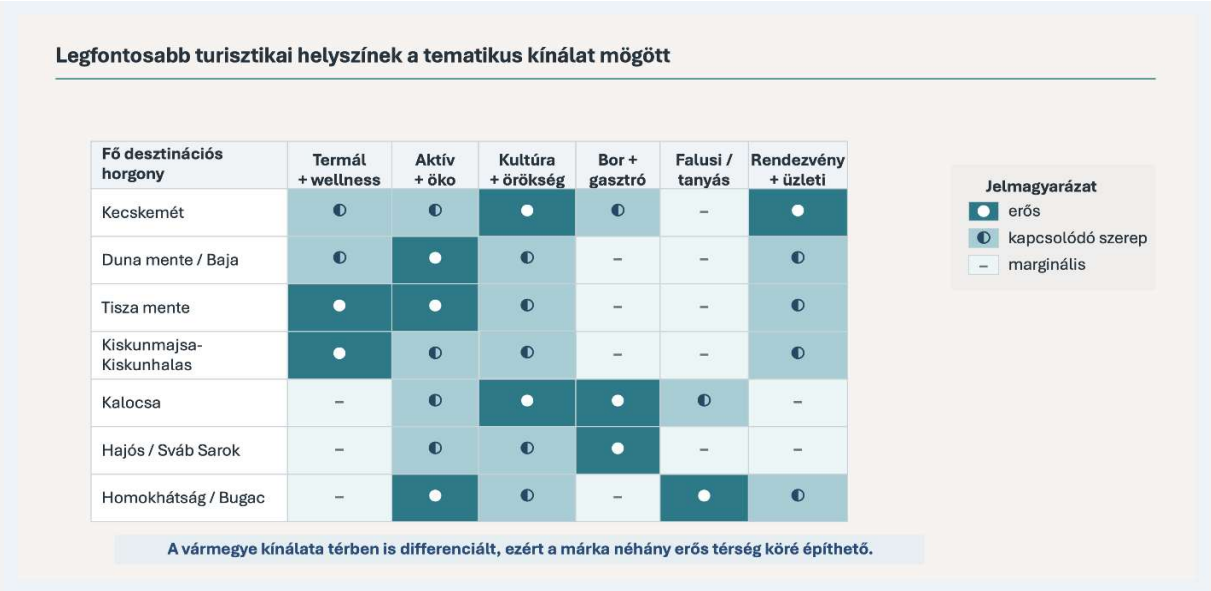
Lajosmizse–Felsőlajos térségében már jelenleg is rendelkezésre állnak egymással összekapcsolható tanyasi, lovas, gasztronómiai, kulturális, rendezvény- és családi programelemek. A fejlesztési irány ezért elsősorban nem új, elszigetelt attrakciók létrehozása, hanem a meglévő kínálat csomagolása, közös kommunikációja és többnapos, foglalható programokká szervezése. Ebben a Tanyacsárda, a kulturális és egyházi örökségi helyszínek, 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 költésben és a szezonkiegyenlítő szerepben áll.

**35. ábra - Legfontosabb turisztikai helyszínek a tematikus kínálat mögött**



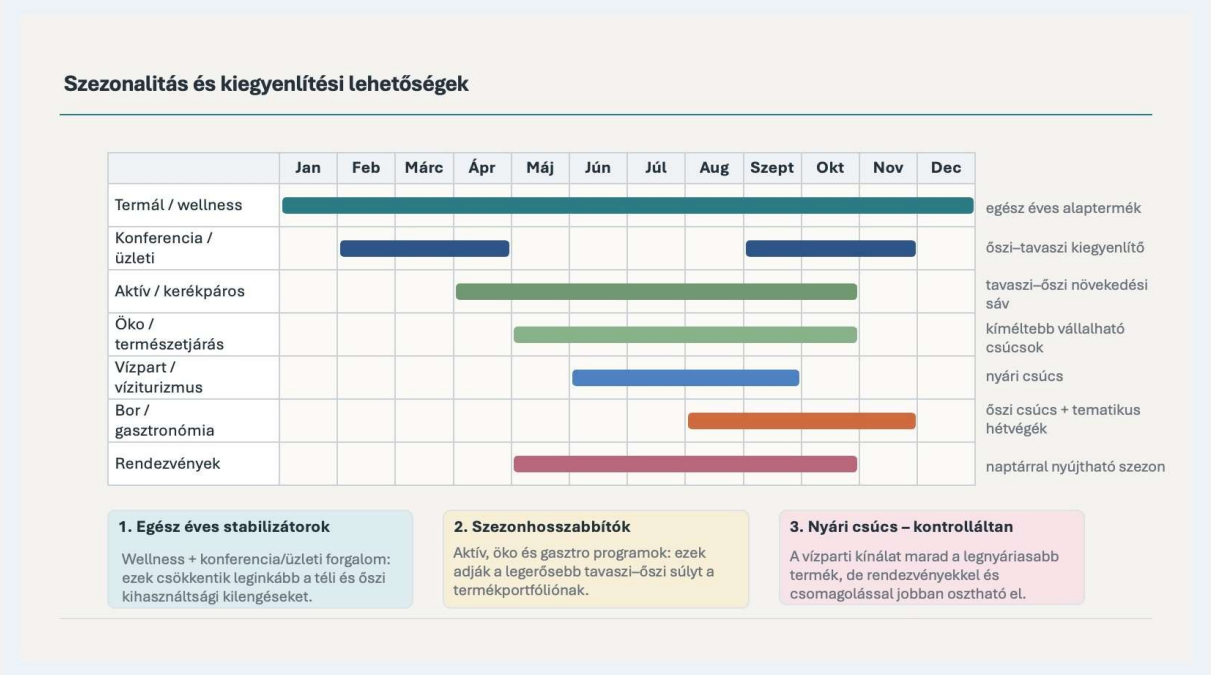

*Forrás: Saját szerkesztés*

- 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 szezonalitásban 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 termékcsoportok, 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*

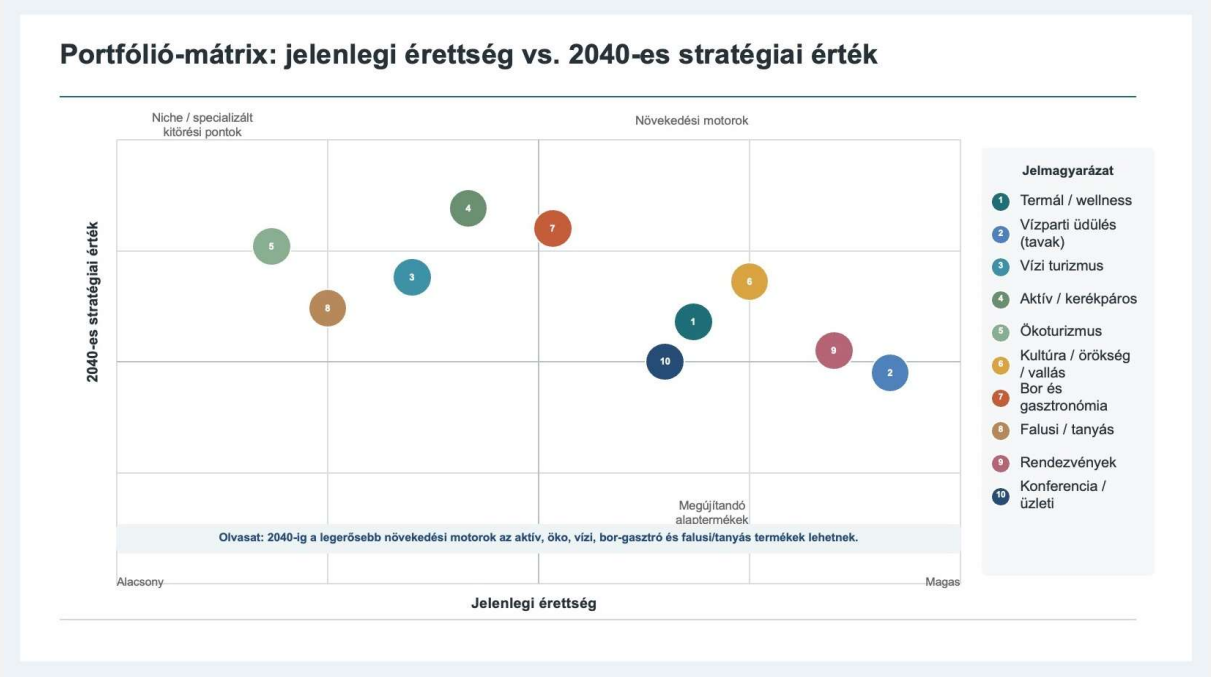
### 2.2.10.1. A termékportfólió két nagy csoportja

**Megújítandó, érett vagy telítődés-közeli 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 puszta 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 gasztrokínálat, 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 termékeknél az aszály, a vízhiány, az élőhelyek állapotváltozása, a növényzet kiszáradása és a szélsőséges időjárás közvetlen kínálati kockázatot jelent. A kulturális és üzleti termékeknél inkább a megújulás elmaradása jelent kockázatot. Ezért a klímaadaptáció, a természetalapú 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

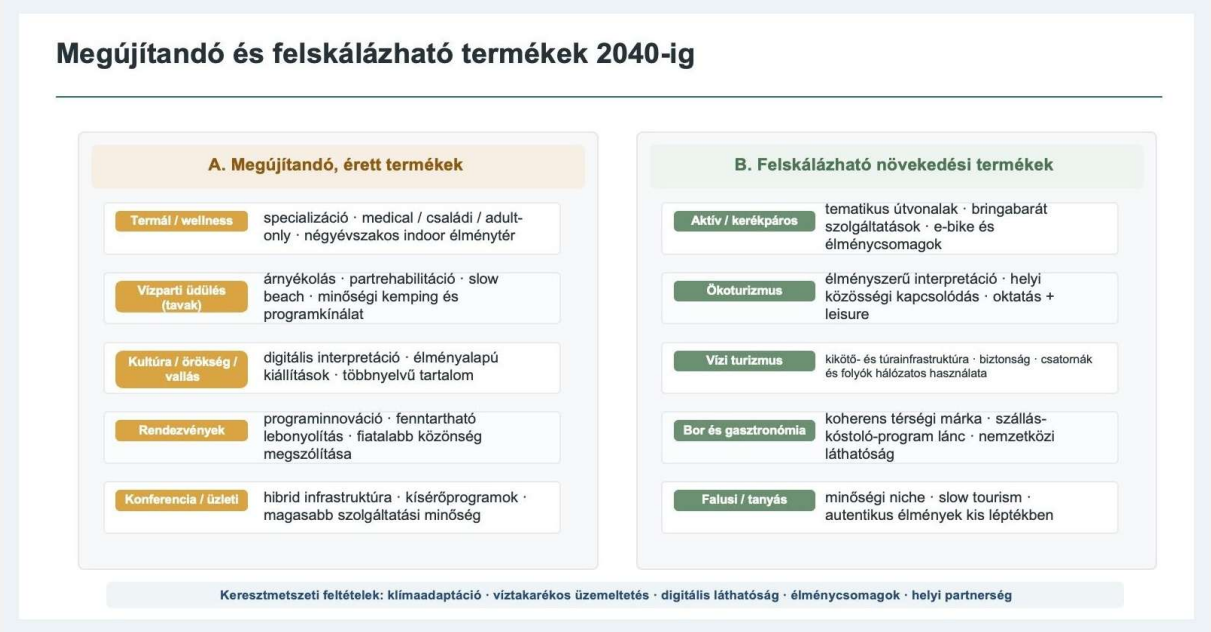
**1. Minőségi megújítás az érett termékekben:** A termál, kulturális, rendezvény- és üzleti termékeknél a következő másfél évtized fő kérdése a specializáció, a szolgáltatási színvonal és az élménycsomagolás lesz.

**2. Tudatos skálázás a növekedési termékekben:** Az aktív, öko, vízi, bor-gasztro 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 terméknél 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 termékké 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 szállásalapú 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 humánerőforrás-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 különszámozott 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 társadalmasítás:** A stratégia egyik erőssége a széles társadalmasítás 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 csatornákhoz 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. | Közeli városi desztinációk: Pozsony, Pécshez hasonlóan Graz, Maribor – kulturális város, bor- és gasztro-kapcsolatokkal. |
| **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 + gasztro); 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 – közeli fővárosok kialakult konferenciapiaccal; 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 zarándokhely). | 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–Siklósi 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-gasztro) 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 (kölcsönzők, 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.

**<u>Pomurje régió – Szlovénia: termál- és vidéki turizmus integrált fejlesztése</u>**

**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 együtt 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, Tiszakécske, 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 termékké integrálni,

- inspiráció egy lehetséges határon átnyúló Pannon-alföldi útvonalhoz (pl. Szeged–Baja–Bács-Kiskun tanyavilág–Szabadka–Palić),

- párhuzamként használható Kecskemét–Baja–Tiszakécske 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 pozícionálási 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 gasztrotermékei 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 termékcsomagok 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 lánca**

*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.

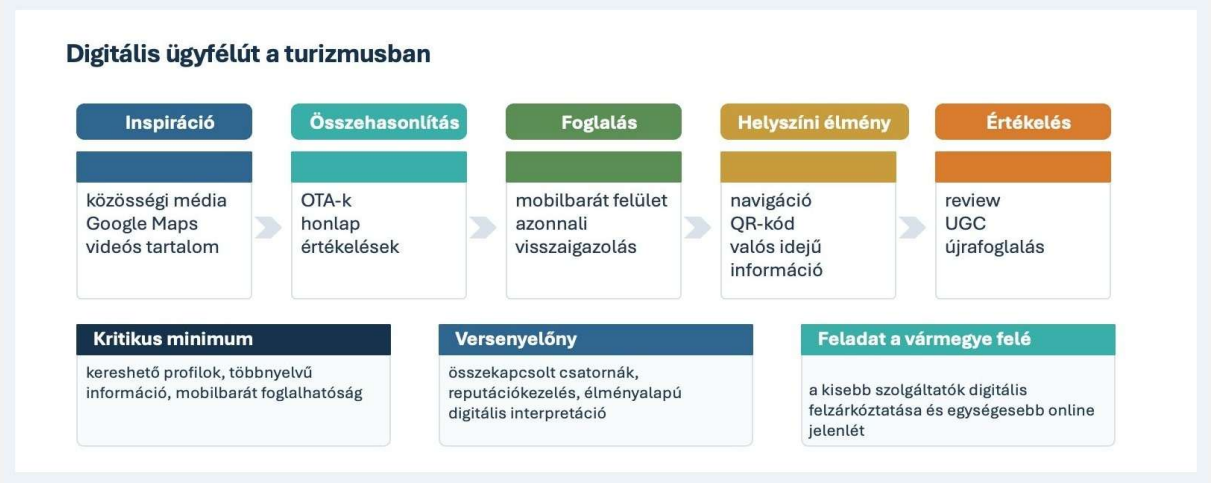
#### 2.4.3.5. Következmények Bács-Kiskun megye turizmusára

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 adatarchitektúrának 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.

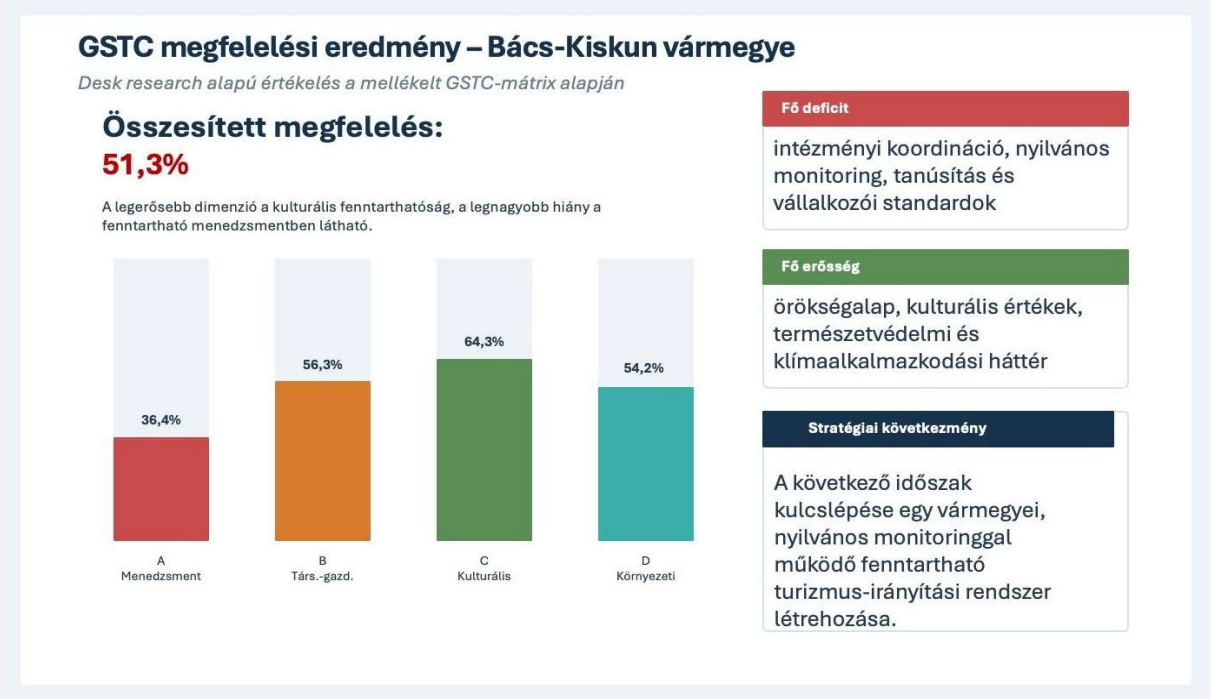
### 2.4.6.3. Fizetési hajlandóság és az „ár–élmény–fenntarthatóság” dilemmája

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 aszállyal, 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 sérülékenység a klímaváltozás hatásai miatt**

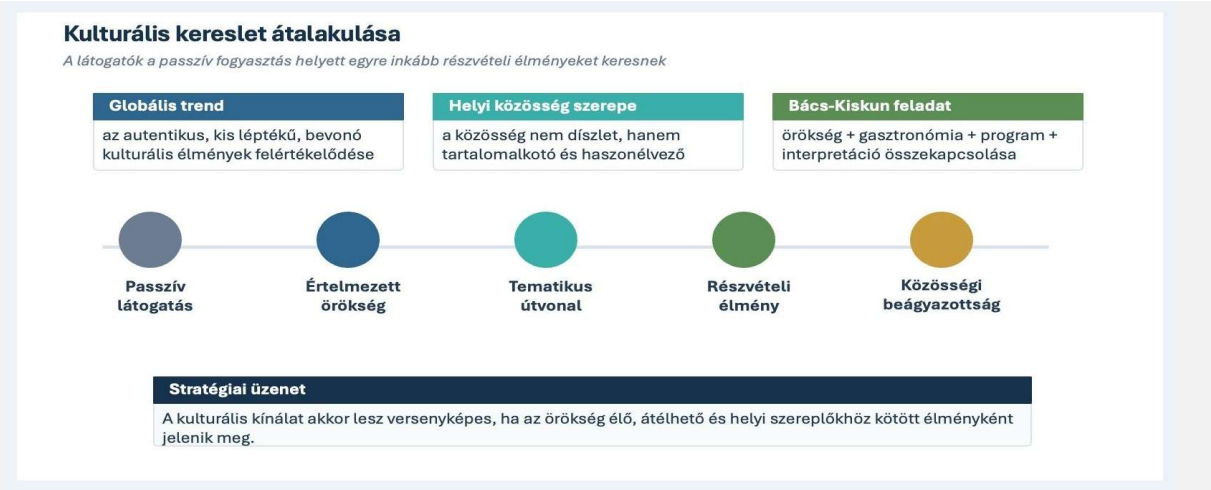
*Forrás: Saját szerkesztés*

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 klímaadaptációs 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 termékcsomagokban.

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 haszonélvezője 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, kockázatérzékelés 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 percepciós 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 kockázatkerülő 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

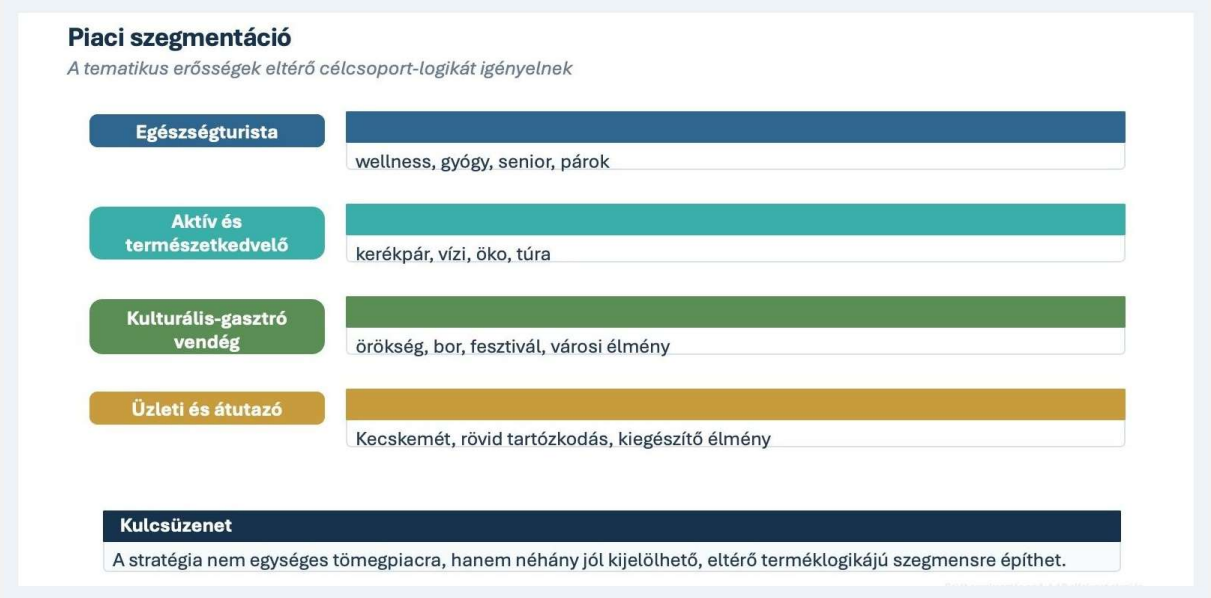
Bács-Kiskun jól illeszkedik az aktív, vízparti és rövid, élményalapú utak erősödő trendjéhez, különösen a Duna, a Tisza, a tavak, csatornák, holtágak, a nemzeti park és a fürdők révén. A digitális információk naprakészsége, a gyors reagálás és a terheléskezelés azonban sokkal fontosabbá válik, mint korábban.

## 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 sikeresebben.

### 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 influenszer-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 termékcsoportok (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 víziturizmusnak, a gyógy- és termálvízkincsre épülő egészségturizmusnak, valamint a gasztronómiának és a helyi termékeknek. A megye turizmusfejlesztési stratégiája ezt a logikát követi, amikor a Duna-Tisza közi 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 országként 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 természetközeliség, 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 horgászhelyben, 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 (hobbi-, 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 referenciatérségként 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 kevéssé 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 projektcsomagok előkészítésekor tételesen át kell tekinteni.

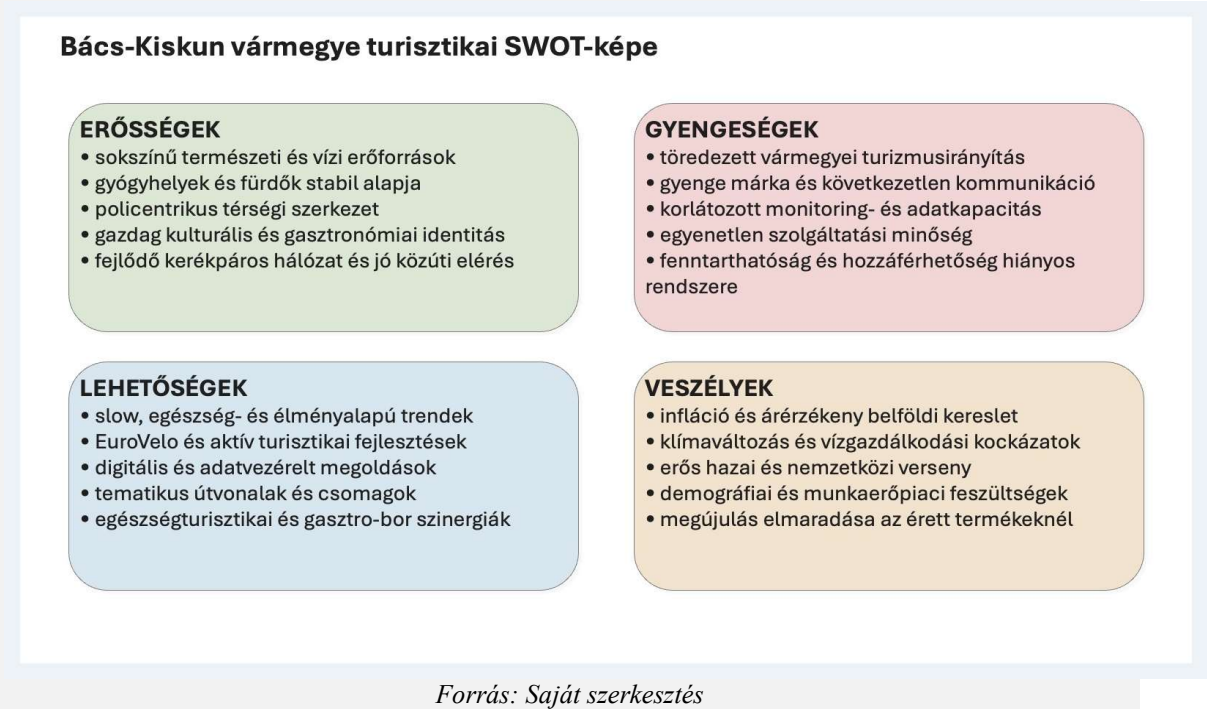
A fenti uniós forrásokat egészítik ki a Magyar Turisztikai Ügynökség által meghirdetett hazai turisztikai támogatási programok (pl. Kisfaludy Hitelprogram), amelyek a szálláshelyek és attrakciók fejlesztését, a rendezvényturizmust, valamint a desztinációs marketing- és márkaépítési tevékenységeket finanszírozhatják.

## 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 márka, legnagyobb lehetősége a tematikus hálózatok és az aktív-egészség-gasztro 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**




*Forrás: Saját szerkesztés*

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.

**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.

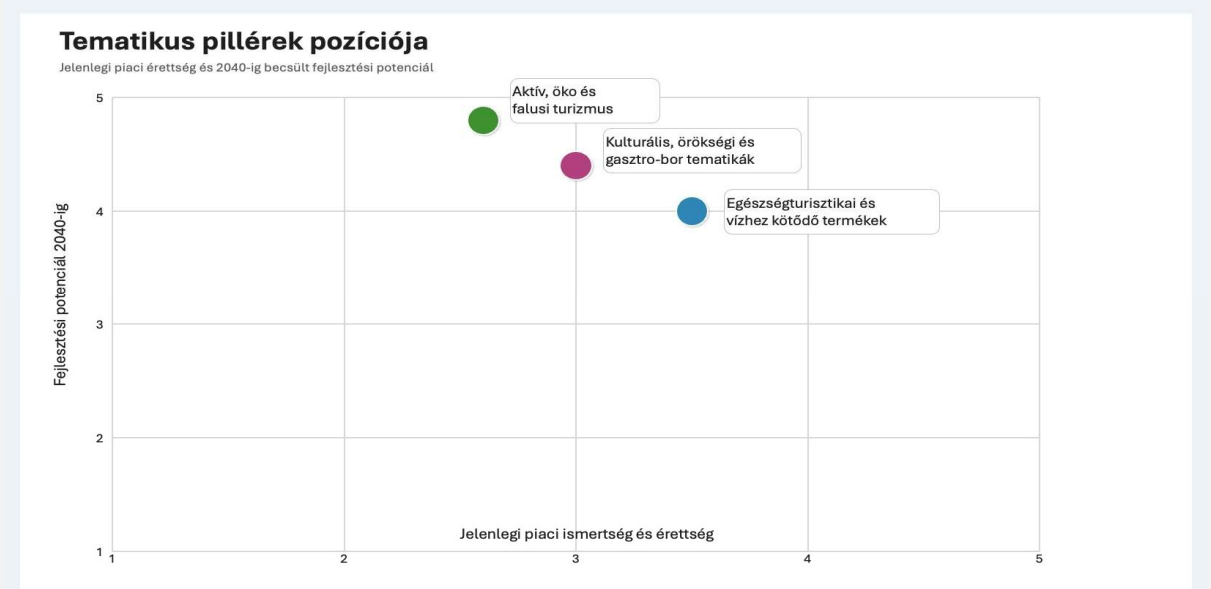
**A legfőbb veszélyek** közé tartozik a klímaváltozás, a vízgazdálkodási bizonytalanság, az árérzékeny belföldi kereslet, az erős hazai és nemzetközi verseny, valamint a demográfiai és

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

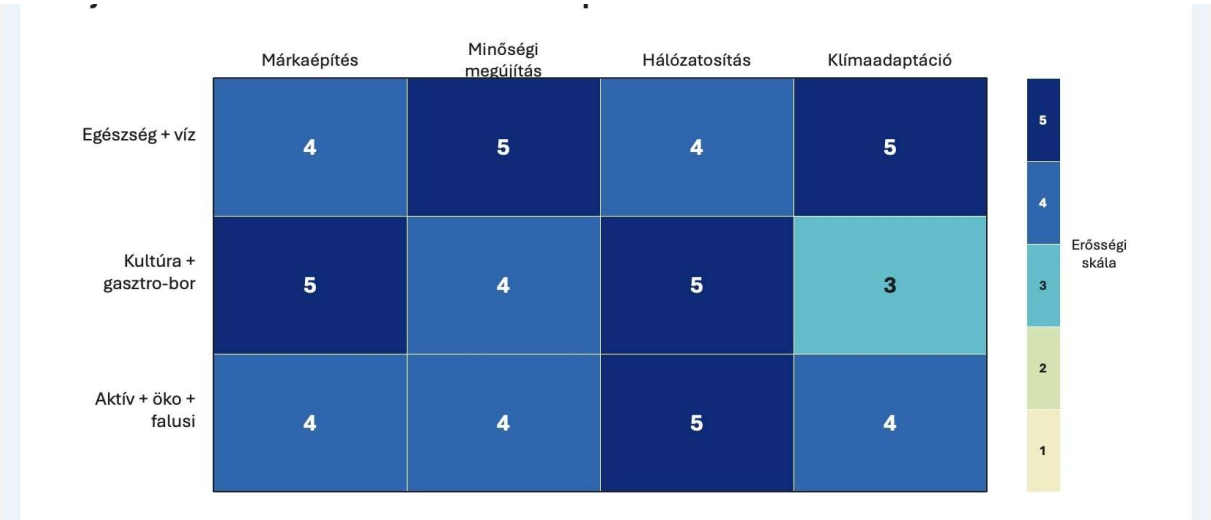
Három nagy termékpillért különíthetünk el: **egészségturisztikai és vízhez kötődő termékek, kulturális-örökségi-gasztro-bor tematikák, valamint aktív-öko-falusi turizmus**. A három pillér nem azonos érettségi szinten áll, de együtt alkotják a megye legfontosabb kínálati magját.

**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 termálvízkincs, 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 prevenciós 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, kevéssé 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 széttagoltsága, 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.

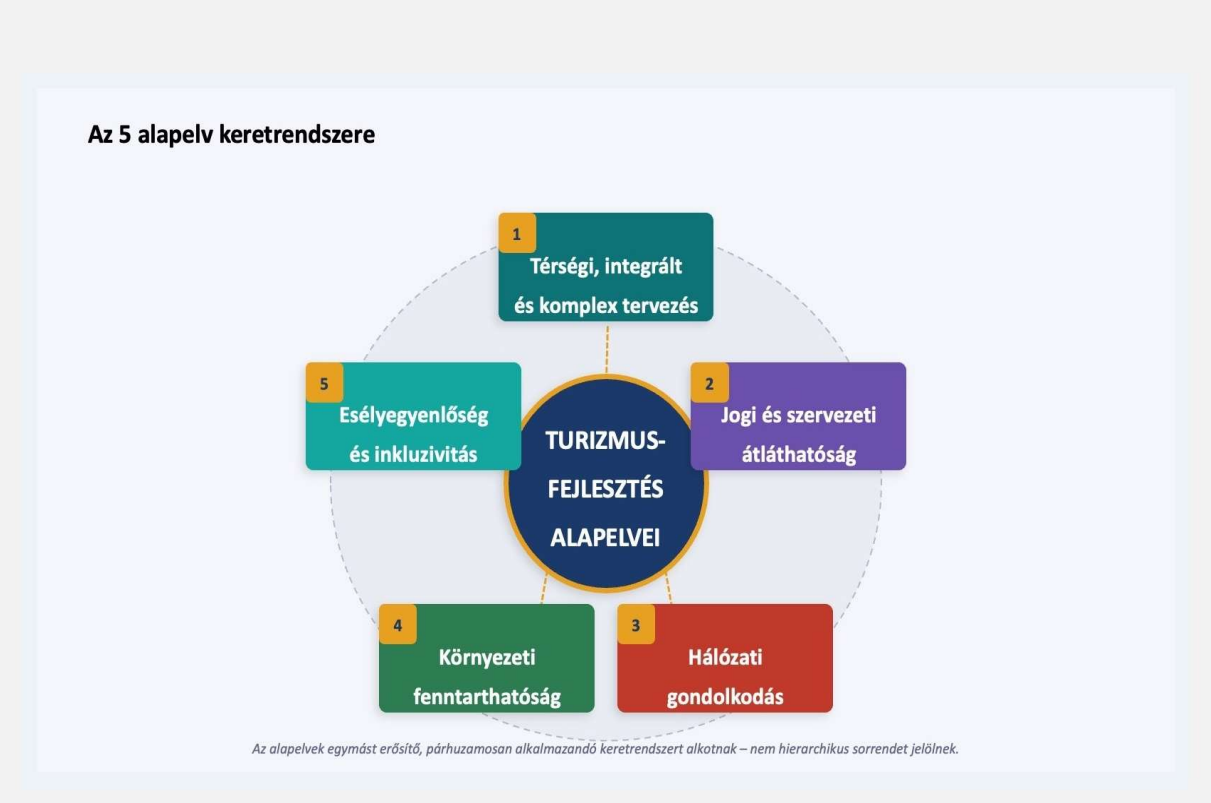
# 3 Stratégiai terv

## 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 érvényesítendők.

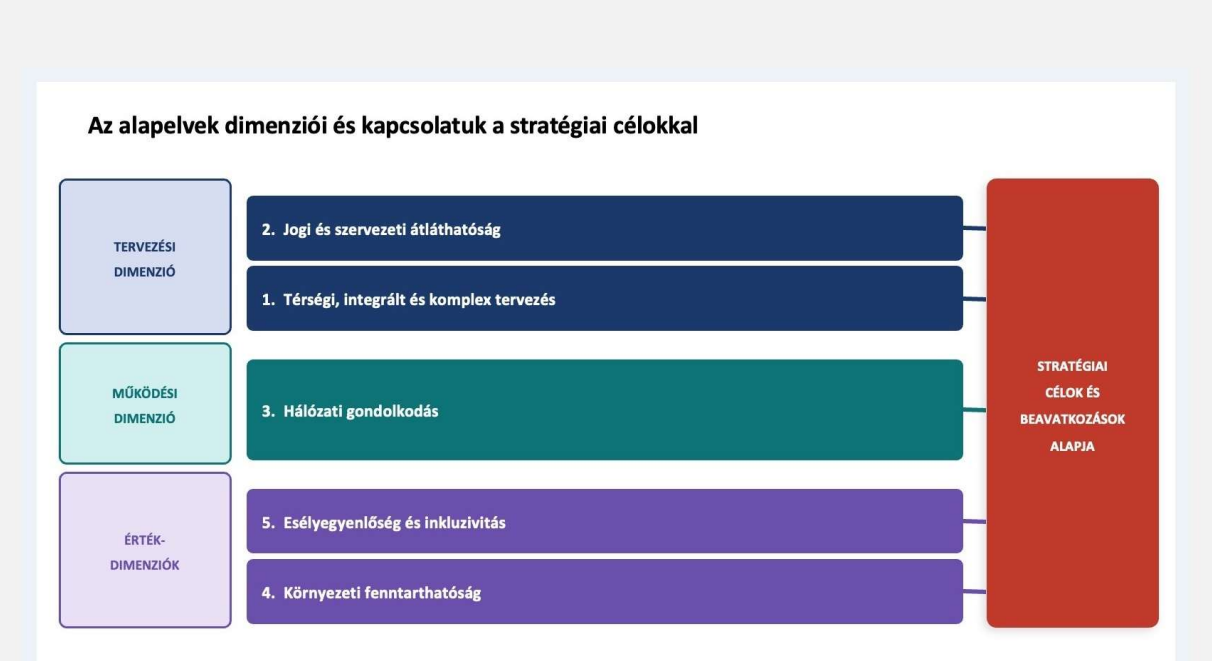
Az öt alapelv nem egymást kizáró, sorrendbe állított követelmény, hanem egymást kölcsönösen erősítő, párhuzamosan alkalmazandó keretrendszert alkot. Együttes érvényesítésük teremti meg azt az intézményi és szakmai közeget, amelyben a stratégia céljai megvalósíthatók, a beavatkozások fenntartható hatást 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, perifériikusabb 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 termékké, ha a köréjük 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 termékké 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**

*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 azt rögzíti, 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 termékké. Másodszor: 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. Harmadszor: 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 puszta örökségét, a folyók menti tájat, a hungarikumokat és a népi kultúrát – felismerhető és megkülönböztethető, egyben jól pozicionálható turisztikai termékekben jelenítse meg.

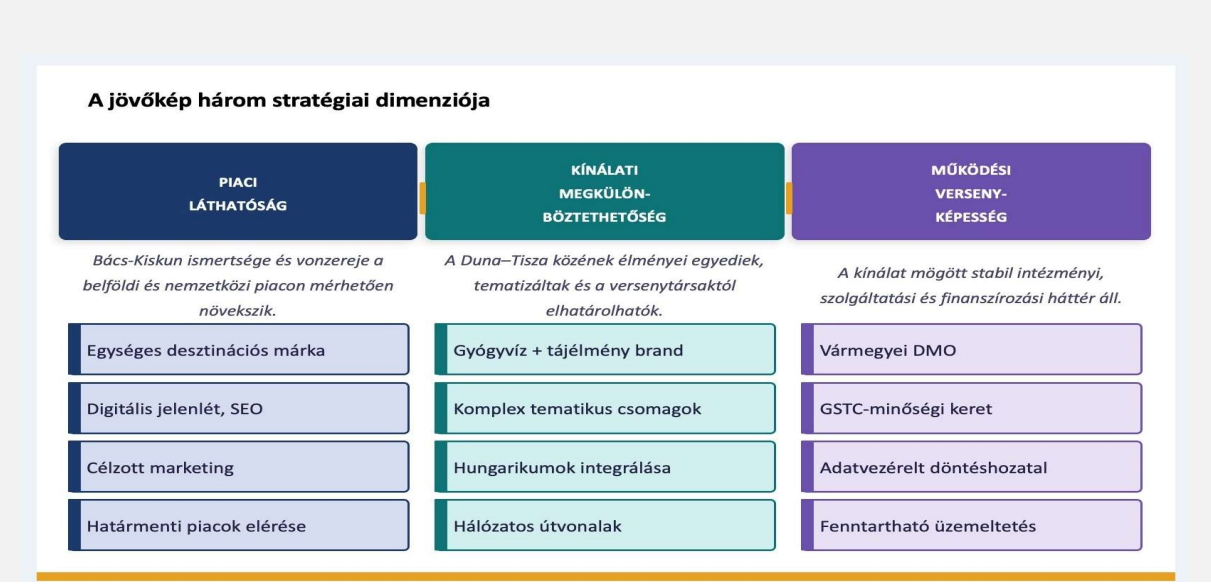
A **fenntarthatóság** azt jelenti, hogy a fejlesztések nem merítenek ki és nem degradálnak olyan természeti és társadalmi értékeket, amelyekre maga a turizmus is épül.

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 puszta 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–gasztro–örökség körút, sváb kulturális útvonal), interaktív látogatói élmények, közös programnaptár és egységes arculat kötik össze az egyébként szétszórt 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 pillérekként: 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 terhelésmenedzsmenttel 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?**

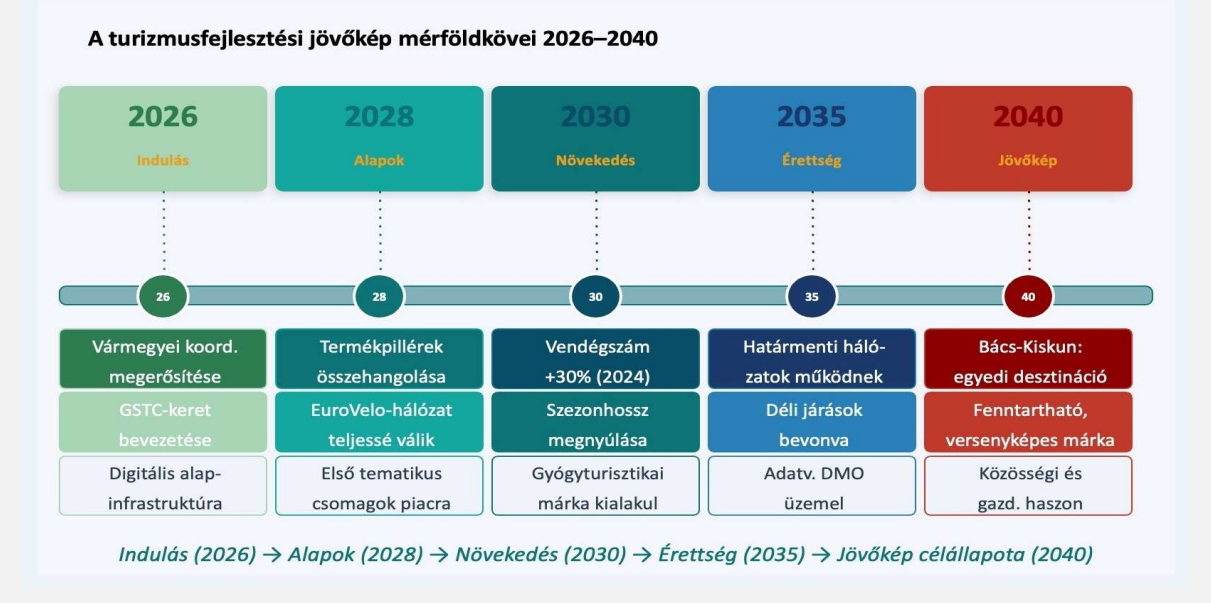
| Horizontális cél | Mit jelent 2040-re? |
|---|---|
| **Fenntarthatóság & klímaadaptáció** | A turisztikai kínálat alapja nem degradálódott: a Kiskunsági Nemzeti Park természeti értékei, a gyógy- és termálvizek és a folyók menti tájak terheléssel arányos fejlesztési politikán alapuló megőrzésének köszönhetően 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 járások 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.

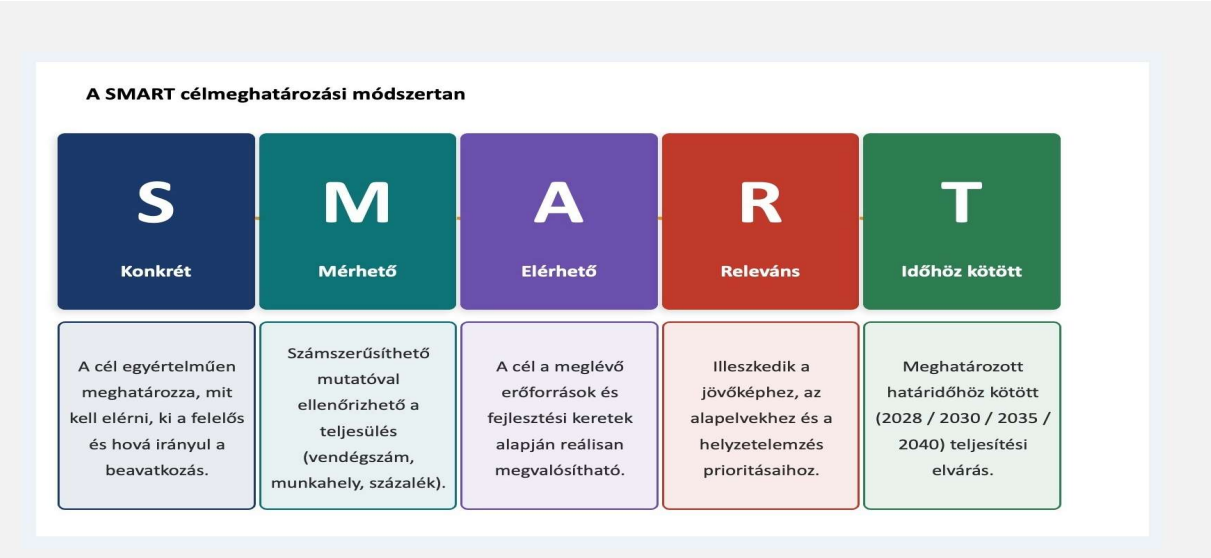
A jövőkép két szempontból is kötelező erejű iránymutató. A fejlesztési döntéseknél mindig megkérdezhető: ez a beavatkozás közelebb visz a jövőképhez, vagy sem? Az értékelési és monitoringrendszerben pedig minden fontosabb stratégiai mutató visszavezethető a jövőkép három dimenziójára: láthatóság, megkülönböztethetőség, 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*

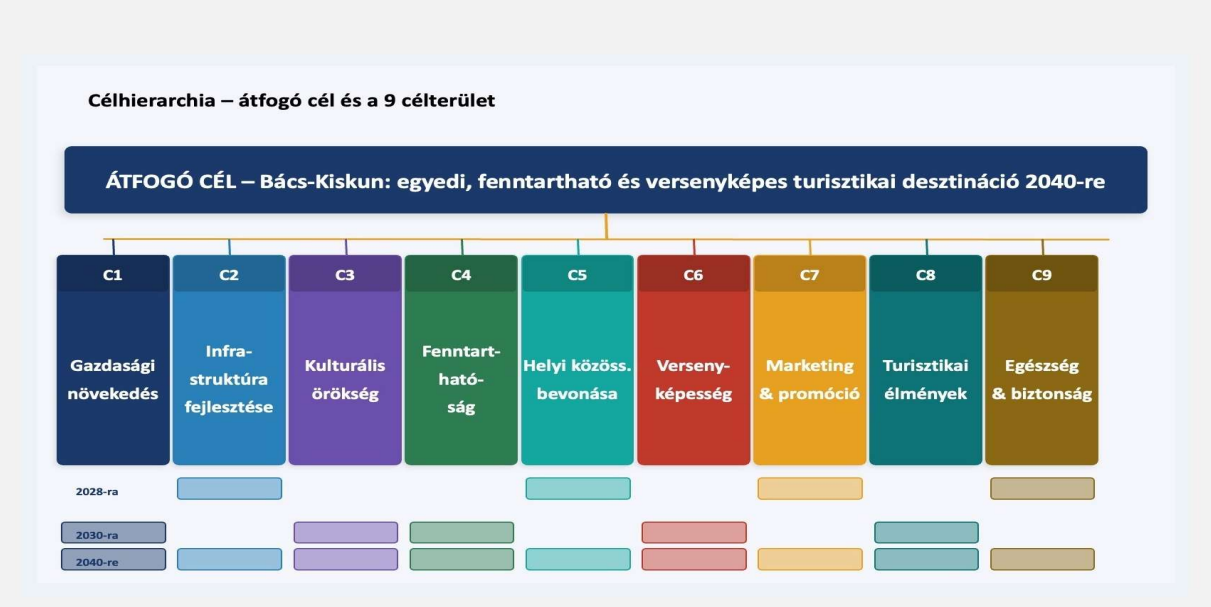
## 3.3.1. Az átfogó cél

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 közén.*

**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**<br>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 alapelvéhez. |
| **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**<br>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, Kisfaludy 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**<br><br>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 termékké 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**<br><br>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**<br><br>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 koncentrálódnak 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**<br>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**<br><br>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**<br>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 vendégköltés 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**<br><br>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 %, akadálymentesítés. | 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

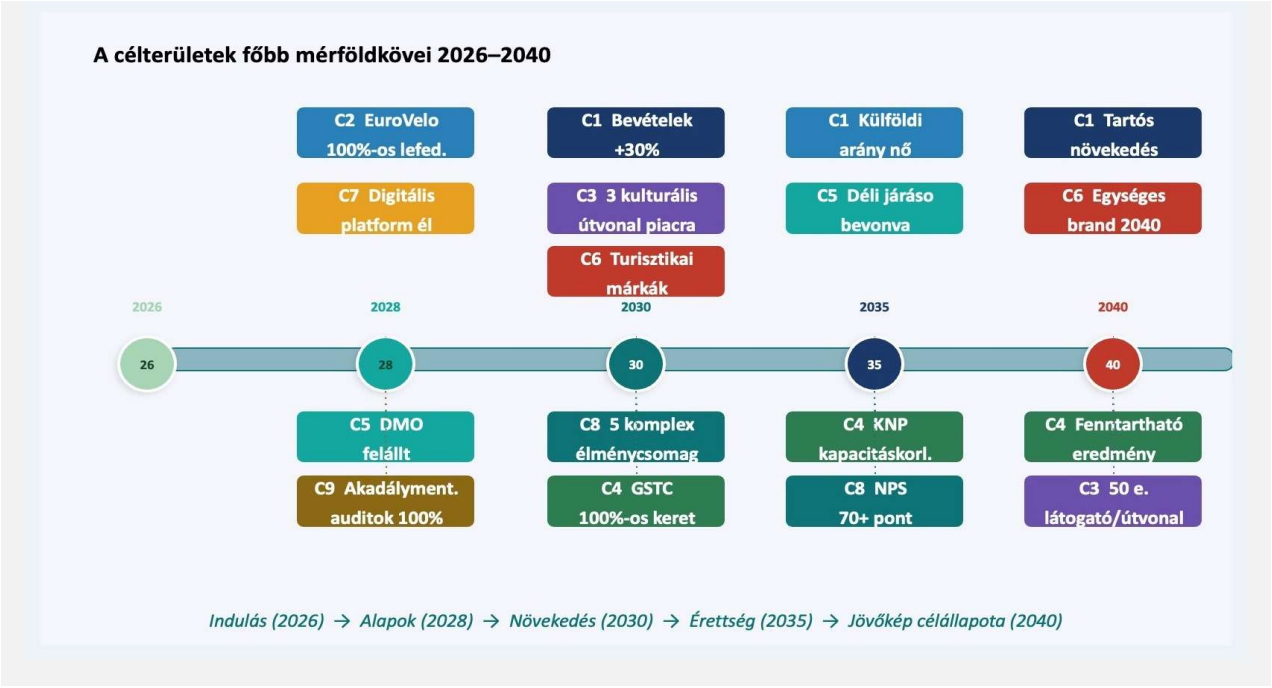
A kilenc célterület nem egyforma sürgőséggel és egyforma hatással bír. A prioritásmátrix a célokat a várható hatásuk nagysága és a megvalósítás időhorizontja alapján rendezi el, ezzel megteremtve a beavatkozások és fejlesztési döntések logikai sorrendjét.

**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 / Célérték | Határidő |
|---|---|---|---|
| C1 Gazdasági növekedés | Vendégéjszakák +30%, IFA-bev. +25% | ✓ Vendégéjszakák +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 felállt, déli arány 35%, éves fórum 30+ szereplő | ✓ DMO felállt, 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; vállszezoni 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; családos, 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 családosok, nyugodt seniorok, élményorientált aktív utazók, autentikusságot kereső fiatalok | Segíti a kommunikációs üzenetek differenciálását. |
| **Viselkedési** | Rövid hétvégi utak, vállszezoni 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** | Fiatal felnőttek, családalapítás előtt állók, kisgyermekesek, seniorok | 2040-ig különösen fontos a mostani fiatalok jövőbeni megtartása. |
| **Aktivitásalapú** | Fürdővendég, kerékpáros, vízi turista, horgász, kulturális városlátogató | A termékfejlesztés közvetlen bemenete. |
| **Lojalitásalapú** | Visszatérő fürdővendégek, 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 költésű 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 szezonalitás 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; gasztro-, bor- és agroturisztikai slow utazók; iskolai és edutainment csoportok; üzleti és bleisure vendégek | Márkaépítés, költésnövelés, 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 éjszakás 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, állatközeli 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 vállszezoni, 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 terméknyitottság 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 e szegmens jelentősége demográfiai okokból tovább erősödik, ezért a megye számára stratégiai kulcskérdés a hozzáférhetőség, a bizalom és a vállszezoni 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 bérlésének 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 borvagy 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 természetközeliség, 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 rekreációselemekkel 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.

**Közeli 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 árérzékeny, 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 márkaépítő marad, amennyiben a kulturális kínálat digitális, többnyelvű és élményszerű formában újul meg.

**Történelmi élményeket keresők**

**Másodlagos, erős márkaépítő 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, hagyományőrző bemutatók, lovas és pusztai élmények, az élő történelem és a helyi történeti 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 pincefalu, az asztalra kerülő történet és az autentikus vendéglátás fontosabb, mint a tömegélmény. Jellemzően páros vagy kisebb baráti utakat tesznek, és nyitottak a magasabb egységköltésre, 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 költési szint és a karakteres márkaépítés szempontjából marad fontos.

**Fiatal, digitális élménykeresők**

**Jövőépítő, kiemelt célcsoport.** Ez a csoport rövid, gyorsan szervezhető, vizuálisan erős és közösségi élményeket keres. A digitális láthatóság, a mobilról 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 járművváltási 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 e szegmens jövőépítő szerepe kiemelt, mert a mostani fiatal utazó a stratégia végére a jövő családos és magasabb költésű visszatérő vendégévé válhat.

**Kiegészítő, de stratégiailag 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 költés, szezonalitás 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, vállszezon | 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** | Közeli 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–őszi időszakban különösen erős |
| **Tisza-mente (Tiszakécske, Lakitelek)** | Családosok; seniorok; vízi és rekreációs vendégek; aktív hétvégi párok | Nyár és vállszezon |

| 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 | Tavasz–ősz, rendezvényekhez erősen kötődően |
| **Homokhátság és Bugac** | Bugaci–kun élménykeresők; természetközeli és aktív látogatók; fiatal élménykeresők | Tavasz–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 |
| **Közeli 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 egységköltésre 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 családos 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 puszta felsorolása, hanem a Kodály-, Petőfi-, vallási és bugaci puszta imázsból felépített, élményalapú narratívák adják. A gasztro-, bor- és agroturisztikai elemek ezt nem helyettesítik, hanem rétegezik és növelik a tartózkodási időt, illetve a költést.

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 kínálathoz 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)

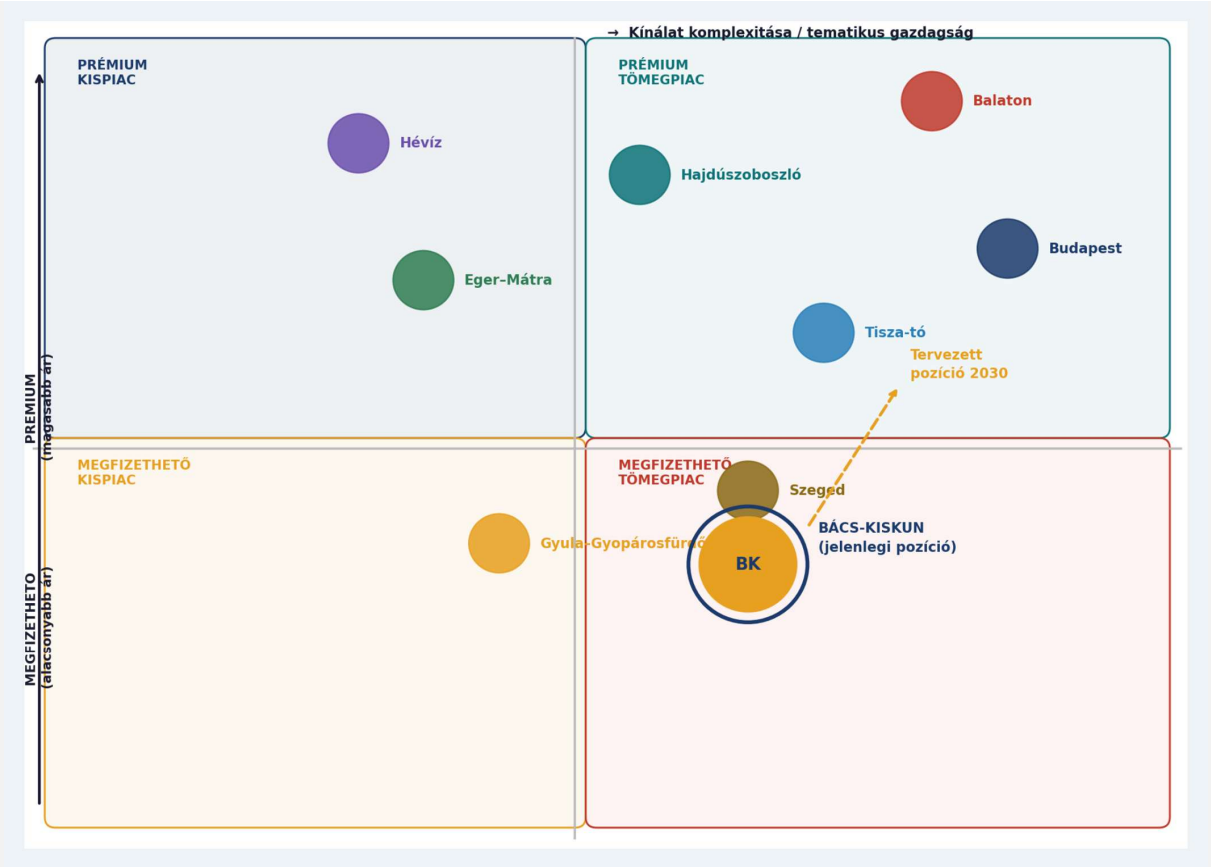
A pozicionálási stratégia alapját a helyzetelemzés és a célcsoport-elemzés alapján azonosított hat versenyelőny adja, amelyek nem külön-külön, hanem együttesen teremtik meg Bács-Kiskun megye megkülönböztető erejét. Mivel egyetlen más magyarországi térség sem rendelkezik ezekkel az adottságokkal ilyen 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 puszta, Kodály-módszer egy megyén belül
- Kulturális, etnikai és tájképi sokszínűség – sváb örökség, alföldi puszta, 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 költésű 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 családos, 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 priorizált 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, vállszezoni 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 hétvégi kikapcsolódás; aktív élmények; természet + gasztronómia + wellness kombinációja | Tiszakécske, 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 találkozása, 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, Tőserdő, kombinált vízi + kerékpáros + természetjáró csomagok |
| **Közeli külföldi 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 hétvégi 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, Puszta Kapuja, pusztai lovas bemutatók |
| **Gasztro- & borturisták** | M | Minőségi kóstolás, helyi termékek, hangulat, párokban/kiscsoportban, helyi identitáshoz kötődő élmény | Hajós pincefalu, 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 szakvezetéses túrái, hungarikumok, Petőfi-örökség, Kalocsa, Lakitelek, múzeumpedagógia |
| **Fiatal felnőttek** | **J** | Autentikus, spontán élmények; mobilos foglalás; közösségi médiában megosztható helyszínek; fenntarthatóság | Fesztiválok, vízparti hangulat, kerékpározás, street food, borvidéki fiatalos programok, digitálisan jól látható kínálat |

*Forrás: Saját szerkesztés*

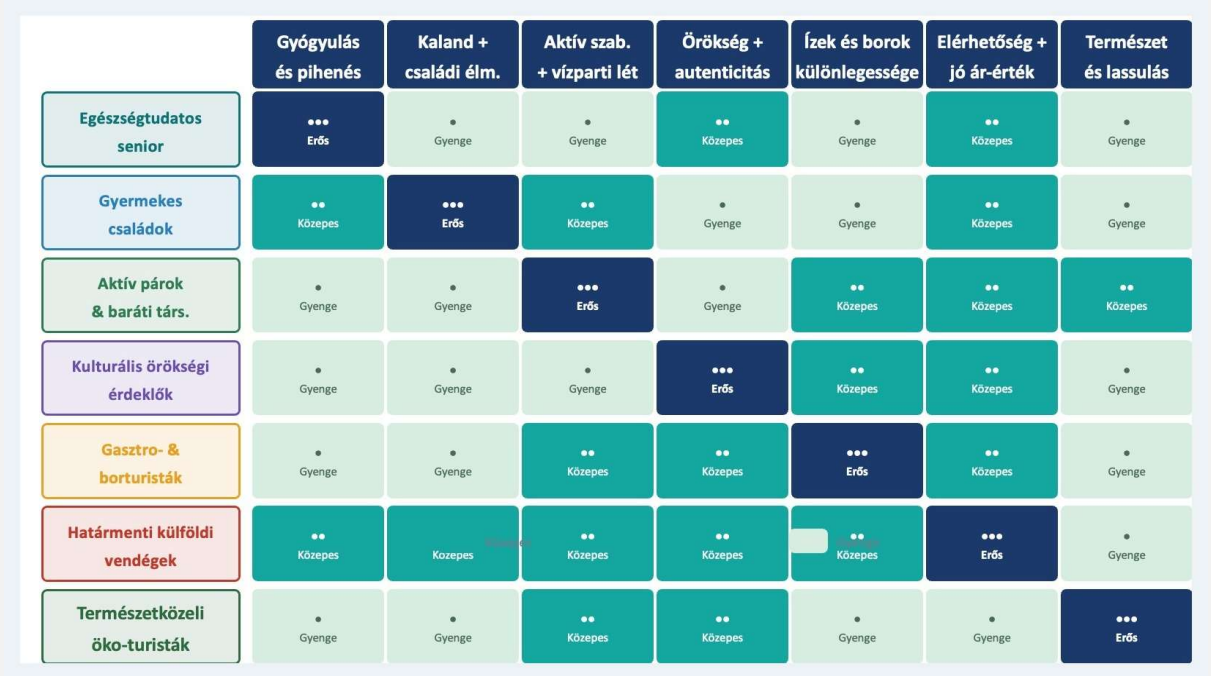
### 3.5.4. A pozicionálás

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**




*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 |

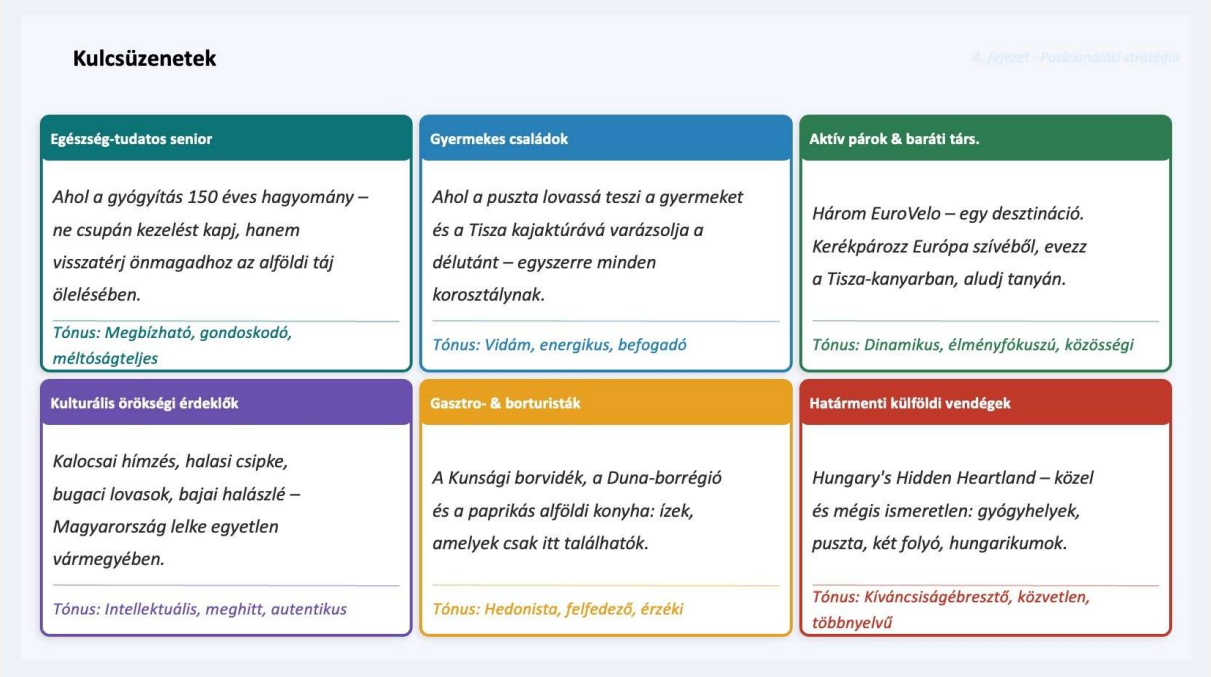
| Célcsoport | Prior. | Kulcsüzenet | Kommunikációs tónus |
|---|---|---|---|
| **Vízi & horgász turisták** | **E*** | *Fedezd fel az Alföldet vízről: lassan, közelről, élményszerűen.* | Természetközeli, szelíd, szabadságérzet, hiteles felfedezés |
| **Közeli külföldi autós vendégek** | **E** | *Rövid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

*Forrás: Saját szerkesztés*

### 3.5.6. Stratégiai perszónák

A célcsoport-elemzés 10 stratégiai munkaperszónát azonosított, amelyek a priorizált 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, gyermekes középosztálybeli pár. Motivációjuk a biztonságos, 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, vállszezoni (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 éjszakás 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**

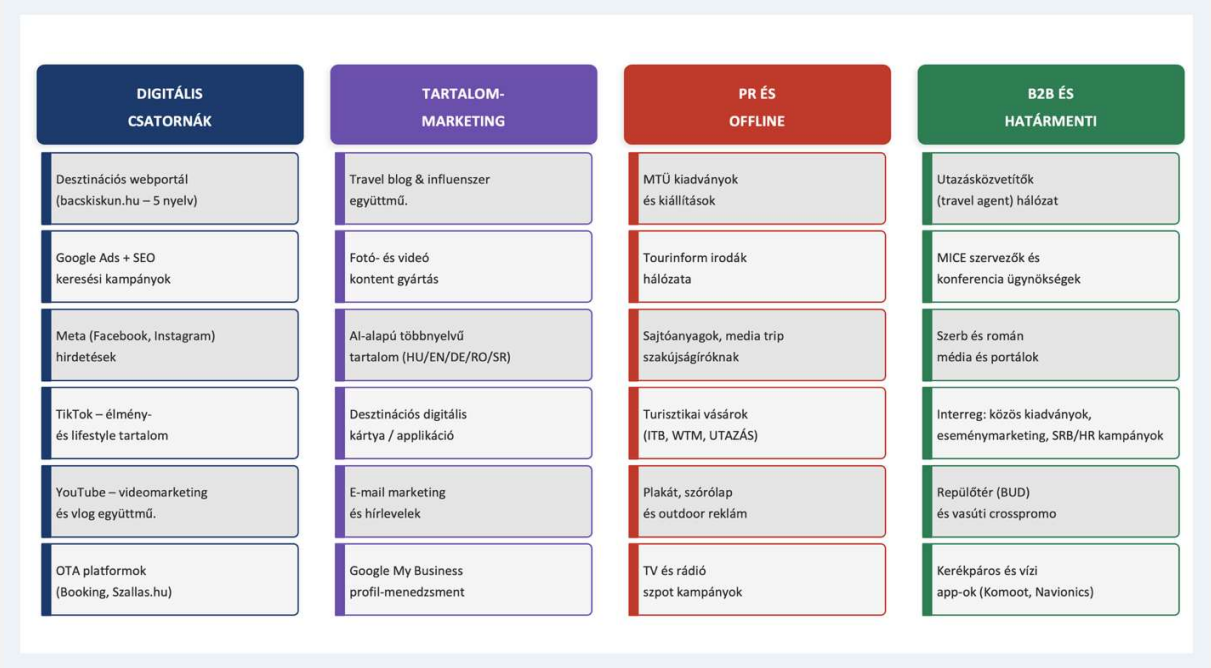
**Nóra (22–32 év, Jövőépítő):** Digitálisan natív, Instagram- és TikTok-alapú döntéshozó, aki autentikus, laza és megosztható élményeket keres. Fesztiválok, vízparti hangulat, kerékpározás, helyi street food érdekli. A gyenge online láthatóság és a túl hagyományos kommunikáció akadályozza a megye megjelenését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

A 10 stratégiai perszóna a tervezési és termékfejlesztési döntések minőségi mércéje: minden fejlesztésnél megkérdezhető, 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), vállszezoni 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
- Közeli külföldi 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
- Gasztro- 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 kevéssé 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<br>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<br>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*

| I. | Turisztikai infrastruktúra fejlesztése |
|---|---|

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.<br><br>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)<br>• Forgalmas közúti szakaszokon kerékpáros és gépjárműforgalom szétválasztása<br>• Kerékpáros pihenők, szervizpontok, esőbeállók rendszerének kialakítása (50+ helyszín)<br>• Egységes útvonal-jelzési és tájékoztató rendszer (táblák, QR-kódok, digitális útvonaltérképek)<br>• Multimodális kapcsolatok erősítése (vasút–kerékpár átszállópontok)<br>• 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 | Víziturisztikai kikötő- és megállóhely-lánc fejlesztése a Duna és Tisza mentén**

| B2 \| Víziturisztikai kikötő- és megállóhely-lánc, valamint a horgászturizmus infrastruktúrájának fejlesztése | |
|---|---|
| **Szöveges bemutatás** | A Duna, a Tisza és a térség csatornahálózata Bács-Kiskun erős víziturisztikai potenciálját rejti, amelyet azonban a megállóhelyek, kikötők és kapcsolódó szolgáltatások széttagoltsága és hiányossága korlátoz. A Nemzeti Víziturisztikai 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<br>• teljes körű kikötő fejlesztése Baján, Kalocsán, Tiszakécskén és Mohácsi híd térségében<br>• Csomagszállítási logisztika és vízitúra-eszköz bérlési pontok kiépítése<br>• Kombinált vízi + kerékpáros útvonalak jelölése és csomagajánlatok kialakítása<br>• Holtágak turisztikai hasznosítása<br>• Vízparti szálláshelyek és vendéglátók bevonása a szolgáltatói hálózatba<br>• Kisebb léptékű horgászturisztikai fejlesztések<br><br>A 15 elemű hálózat meglévő, fejlesztendő és csak indokolt esetben új megállóhelyekből állhat. Tiszakécske és Baja meglévő, közelmúltban fejlesztett víziturisztikai 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 víziturisztikai szövetségek; vízitúra-vállalkozók; természetjárók és vízi turisták |
| **Kapcsolódás a célokhoz** | C2 (Infrastruktúra) – elsődleges; C8 (Élmények), C4 (Fenntarthatóság) – másodlagos |

| B2 \| Víziturisztikai 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)<br>Víziturisztikai 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)<br>• Gyógyturisztikai csomagajánlatok kialakítása (gyógy+aktív+gasztro, vállszezoni programok)<br>• Egységes online booking rendszer a gyógyhelyek számára<br>• Minőségi standardok bevezetése: GSTC, ISO 18513 szálláshelyi tanúsítás<br>• Akadálymentesítés a gyógyhelyi szálláshelyeknél (senior és fogyatékkal élő célcsoport)<br>• 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 termékcsomag-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 alapelv 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)<br>• Fizikai akadálymentesítés (rámpák, liftek, akadálymentes mellékhelyiségek, jelzőrendszerek, attrakciók)<br>• Digitális akadálymentesség: WCAG-kompatibilis weboldalak, audio guide, adaptált tartalmak<br>• Személyzeti érzékenyítő képzések fogyatékossággal élők kiszolgálásához<br>• 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 fogyatékossági 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*

| II. | Termék- és élményfejlesztés |
|---|---|

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 | Egészségturizmus komplex termék- és csomagfejlesztés a három gyógyhelyen**

| B5 \| Egészségturizmus komplex termék- és csomagfejlesztés a három gyógyhelyen | |
|---|---|
| **Szöveges bemutatás** | A három gyógyhely önmagában is vonzerőt jelent, de a tartózkodási idő növeléséhez és a magasabb vendégköltéshez 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)<br>• „Aktív gyógyulás" hétvégi csomag (kerékpár + termál + gasztro, 2–3 napos)<br>• „Anyák és apák hétvégéje" (gyermekbarát gyógyhelyi csomag)<br>• „Medical wellness" csomag külföldi autós vendégeknek (SRB, RO piac, 3 napos)<br>• Orvosi konzultáció + kezelési protokoll + preventív program (medical wellness irány)<br>• Egységes online foglalási felület a gyógyhelyi csomagokhoz<br>• 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)<br>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**<br>• víziturisztikai csomag (Dunavölgyi-főcsatorna, Kiskunsági-főcsatorna Sugovica (Kamara-Duna) kajak-kenu körút, Tisza-holtágak túra) csomagolása<br>• Kerékpárosbarát szálláshelyek tanúsítási rendszere (ADFC/Bett+Bike standard bevezetése)<br>• Csomagszállítási szolgáltatás kerékpáros turistáknak (baggage transfer)<br>• Hálózatos marketing az EuroVelo nemzetközi csatornákon<br>• 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)<br>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 termékké válik. A beavatkozás 3 konkrét útvonal kialakítását célozza. |
| **Megvalósítandó tevékenységek** | • Petőfi-örökség útvonal (Kiskőrös–Kiskunfélegyháza–Szabadszállás-Szalkszentmárton-Dunavecse-Kunszentmiklós): interpretáció, digitális tartalom, tematikus szállás<br>• Duna-menti örökség és gasztro útvonal (Kalocsa–Baja–Hajós): pincefalu, halászlé, érseki örökség, borút<br>• Sváb-alföldi kulturális körút (Baja-Sükösd–Hajós–Nemesnádudvar–Császártöltés-Harta): sváb örökség, helyi termékek<br>• Minden útvonalhoz: digitális útvonaltérkép, tematikus foglalási csomag, kétnyelvű interpretáció<br>• Kiemelt attrakciók élményalapú fejlesztése az útvonalakon (nem csak feliratok, hanem élő történelem) |
| **Ütemezés** | 2027–2030 (koncepcióterv és útvonal-tervezés: 2027; fejlesztések és interpretáció: 2027–2029; marketing: 2028–2030) |
| **Érintettek / kedvezményezettjei** | Kulturális intézmények (múzeumok, örökséghelyek); 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 nemzetiségi 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 termékké alakítja.. |
| **Megvalósítandó tevékenységek** | • Aranymonostor és Bugac integrált márkaidentitás és kommunikáció (egységes logó, szlogen, honlap 3 nyelven)<br>• Interaktív, élményalapú interpretáció kialakítása (lovas bemutatók, élő történelem, AR/VR elemek)<br>• Puszta + lovas + gasztro komplex élménycsomag<br>• Digitális láthatóság fejlesztése: Wikipedia, Google, Booking profil, influenszer program<br>• Bugac tematikus útvonal a Kiskunsági NP-ban (lovas, gyalogos, kerékpáros)<br>• 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)<br>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 élménylánckénti. A beavatkozás a borturisztikai és gasztronómiai kínálatot összehangolt, piacképes termékké szervezi. |
| **Megvalósítandó tevékenységek** | • Duna-Borrégió Borút összehangolt termékkínálat-fejlesztés (foglalható borutak, pincelátogatások, gasztroprogramok), bike&wine; vízitúra& wine programok<br>• Hajósi Pincefalu turisztikai platformfejlesztés és szezonhosszabbítása együttműködésben a nemesnádudvari és császártöltési pincesorokkal<br>• Bajai halászlé és kalocsai paprika tematikus élménylánc kialakítása<br>• „Bács-Kiskun Ízei" prémium gasztronómiai csomag (bor+étel+szállás+program)<br>• Helyi termelői és élelmiszer-feldolgozói kapcsolatok erősítése a kínálatba<br>• 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 egyesüetek 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<br>• Éves munkatervek és operatív terv kidolgozása<br>• Partnerségi megállapodások (helyi önkormányzatok, turisztikai vállalkozók, KNP)<br>• Éves konzultációs fórum a turisztikai szereplőkkel<br>• 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, attrakciószintű 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 attrakciószintű látogatószám-monitoring rendszer (ETIS-alapú)<br>• Éves látogatói elégedettségi felmérések (motiváció, költési adatok) – min. 1000 fő/év<br>• Attrakciók kötelező adatszolgáltatási protokoll kidolgozása és bevezetése<br>• Mobilpozíciós és online értékelési adatok bevonása (aggregált, anonim)<br>• Éves turisztikai adatjelentés közzététele (nyilvános dashboard)<br>• 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)<br>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 (bacskiskun.hu) – 5 nyelven (HU, EN, DE, RO, SR)<br>• Desztinációs web / mobilalkalmazás fejlesztése (útvonaltervező, attrakcióinformáció, foglalás)<br>• Digitális turisztikai kártyarendszer (attrakcióbelépők, kedvezmények, lojalitás)<br>• OTA platformokkal (Booking, Szallas.hu) való integráció és profilmenedzsment<br>• Google Business profilok egységes kezelése az összes kiemelt attrakcióra<br>• 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)<br>• Google Ads és Meta, közösségi média célzott digitális hirdetési kampányok (belföldi + SRB/RO/A irányban)<br>• Éves influenszer és travel blogger program (8–10 együttműködő/év)<br>• Media trip szervezése bel- és külföldi sajtó számára (2 db/év)<br>• 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 jelenléthez 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)<br>• Digitális eszközök bevezetési útmutató és workshopok (ChatGPT, Canva, stb. turisztikai alkalmazása)<br>• Google Business és OTA profilkezelési képzés<br>• Egységes tartalomkészítési irányelvek a desztinációs márkaidentitáshoz<br>• 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**<br><br>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*

| V. | Képzés és kapacitásépítés |
|---|---|

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 vendégköltés 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<br>• Idegennyelvi képzési program a turisztikai frontline személyzet számára (EN, DE, SR)<br>• Vendéglátói és turisztikai minőségi akkreditáció (nemzeti és GSTC-kompatibilis)<br>• Turisztikai szezonális munkaerő-toborzási és ösztönzési program<br>• Ösztöndíjprogram turisztikai szakos hallgatók számára (Vm. Önkorm. + Kisfaludy)<br>• 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<br>• Éves fenntarthatósági audit minden stratégiai forrásból finanszírozott fejlesztésnél<br>• GSTC-tanúsítási folyamat elindítása (3 pilot desztinációban)<br>• Nyilvános fenntarthatósági riport (éves) – DMO koordinálásával<br>• 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*

| VI. | Fenntarthatóság és klímaadaptáció |
|---|---|

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)<br>• Digitális valós idejű és IA alapú terhelés előrejelzés<br>• Látogatói kapacitáskorlátok bevezetése a terhelési vizsgálat alapján<br>• Látogatóirányítási rendszer (digitális és fizikai: terhelésjelző táblák, QR-kódos irányítás)<br>• Tanösvény-fejlesztés a KNP-ben és Bugac térségében (interpretációs elemekkel)<br>• Éves ökológiai monitoring és látogatóterhelési riport<br>• 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 szén-lábnyomot. |
| **Megvalósítandó tevékenységek** | • Energetikai korszerűsítés a kiemelt fürdőknél és gyógyhelyeknél (napkollektoros és hőszivattyús rendszerek)<br>• Árnyékolási és hűtési megoldások a kerékpáros pihenőhelyeknél és vízparti helyszíneken<br>• Víztakarékos üzemeltetési rendszerek bevezetése (szürke-víz hasznosítás, esővíz-gyűjtés)<br>• Klímareziliencia-tervek készítése a kiemelt desztinációkra (Kiskunmajsa, Tiszakécske, Baja)<br>• 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)<br>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, felelősét 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 Víziturisztikai 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 | **működőképes** | 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<br>B5 – Egészségturisztikai komplex csomagfejlesztés<br>B6 – Aktív turisztikai tematikus csomagok<br>B12 – Egységes digitális desztinációs platform<br>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.)<br><br>B5 – Komplex gyógyturisztikai csomagok (magasabb átlagár)<br><br>B15 – Humánerőforrás-fejlesztés (service excellence) |
| **Eszköz felelőse** | Szálláshelyek üzemeltetői (elsődleges); DMO (monitoring és benchmarking) |
| **Célérték elérésének 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)<br><br>B3 – Szálláshelyfejlesztés (magasabb átlagtartózkodás) |

| | |
|---|---|
| **Eszköz felelőse** | Helyi önkormányzatok (adatszolgáltatás); DMO (aggregálás és közzététel) |
| **Célérték elérésének határideje** | 2028 |
| **Mutató mérésének módja** | Helyi önkormányzatok éves IFA-bevételi jelentései; DMO általi összesítés |
| **Mutató mérésének 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, Bátya, Miske, Dusnok, Sükösd, Érsekcsanád, Nemesnádudvar önkormányzatai Vm. Önkormányzat; MKKSZ |
| **Célérték elérésének határideje** | 2030 (2028-ra: min. 10 db) |
| **Mutató mérésének módja** | MKKSZ és Nemzeti Vízituriszikai Stratégia nyilvántartás; DMO éves helyszíni felmérés; TOP Plusz projekt-befejezési jelentések |
| **Mutató mérésének 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<br><br>B5 – Komplex turisztikai csomagajánlatok (szezonhosszabbítás) |

| | |
|---|---|
| | B13 – Marketing kampányok (vállszezoni promóció) |
| **Eszköz felelőse** | Szálláshelyek üzemeltetői; DMO (monitoring és benchmarking) |
| **Célérték elérésének határideje** | 2030 |
| **Mutató mérésének módja** | KSH Turizmus-statisztikai gyorstájékoztató (havi és éves adatok, megyei bontásban) |
| **Mutató mérésének 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<br><br>B12 – Desztinációs digitális platform (útvonalak online foglalhatósága) |
| **Eszköz felelőse** | DMO (koordinátor); kulturális intézmények; helyi önkormányzatok |
| **Célérték elérésének határideje** | 2030 |
| **Mutató mérésének módja** | DMO éves termékkatasztere; desztinációs platform útvonal-regiszter; MTÜ terméknyilvántartás |
| **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)<br>Célérték (2035): 50.000 fő/év összesen (3 útvonal) |
| **Cél eléréséhez rendelt eszközök** | B7 – Kulturális tematikus útvonalak fejlesztése<br><br>B8 – Bugac, puszta élményalapú fejlesztése |

| | |
|---|---|
| | B13 – Marketing kampányok (kulturális szegmens) |
| **Eszköz felelőse** | DMO; attrakciók és látogatóközpontok (adatszolgáltatás); helyi önkormányzatok |
| **Célérték elérésének 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 elérésének 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 elérésének határideje** | 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 mérésének gyakorisága** | 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 Irányító 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 elérésének határideje** | 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 elérésének határideje** | 2027 (alapítás: 2026; teljes kapacitás: 2027) |
| **Mutató mérésének módja** | Szervezet bejegyzése; éves működési jelentés közzététele |

| | |
|---|---|
| **Mutató mérésének gyakorisága** | 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 elérésének határideje** | 2027 (első fórum megtartása) |
| **Mutató mérésének módja** | DMO fórum-dokumentáció (jelenléti ív, emlékeztetők közzététele) |
| **Mutató mérésének gyakorisága** | 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<br><br>A minimum 35%-os célérték a stratégiai keretből finanszírozott turisztikai fejlesztések volumenére vonatkozó területi kiegyenlítési minimum. Más fejezetek területi százalékai 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 (%)<br><br>A minimum 35%-os célérték a stratégiai keretből finanszírozott turisztikai fejlesztések volumenére vonatkozó területi kiegyenlítési minimum. Más fejezetek területi százalékai nem adódnak ehhez hozzá, és nem értelmezhetők külön, párhuzamos kötelező keretként. |
| **Mutató értéke** | Bázisérték (2024): nem aggregált Célérték (2030): min. 35%<br><br>A minimum 35%-os célérték a stratégiai keretből finanszírozott turisztikai fejlesztések volumenére vonatkozó területi kiegyenlítési minimum. Más fejezetek területi százalékai nem adódnak ehhez hozzá, és nem értelmezhetők külön, párhuzamos kötelező keretként. |
| **Cél eléréséhez rendelt eszközök** | B1–B2 – Infrastrukturális fejlesztések (déli EuroVelo, Duna-menti víziturizmus)<br><br>B7 – Kulturális útvonalak (Duna–örökség, Sváb–alföldi)<br><br>B13 – Határmenti marketing kampányok |
| **Eszköz felelőse** | Vm. Önkormányzat (fejlesztési döntések); DMO (monitoring) |
| **Célérték elérésének 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 · Vendégelégedettségi index (Net Promoter Score – NPS)**

| **K6.1 · Vendégelégedettségi 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 ≥ 70 pont |
| **Cél eléréséhez rendelt eszközök** | B5–B9 – Komplex termékfejlesztések (magasabb élményszint)<br>B11 – Turisztikai monitoring rendszer (NPS-mérés bevezetése)<br>B15 – Humánerőforrás-fejlesztés (service excellence) |
| **Eszköz felelőse** | DMO (felmérés koordinálása és adatközzététel); KSH (módszertan validálása) |
| **Célérték elérésének 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<br><br>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 széttagolt 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)<br>Célérték (2030): 10 db (egészségturizmus: 5, aktív: 3, kulturális: 2) |
| **Cél eléréséhez rendelt eszközök** | B5 – Egészségturisztikai komplex csomagok<br><br>B6 – Aktív turisztikai tematikus csomagok<br><br>B7 – Kulturális tematikus útvonalak csomagjai<br><br>B12 – Desztinációs digitális platform (csomagfoglaló felület) |
| **Eszköz felelőse** | DMO (termékkatalogizálás); turisztikai vállalkozók (csomagfejlesztés) |

| | |
|---|---|
| **Célérték elérésének határideje** | 2030 (2028-ra: min. 5 db) |
| **Mutató mérésének módja** | DMO termékkataszter; desztinációs platform foglalási statisztikák; OTA platformokon listázott BK-csomagok száma |
| **Mutató mérésének gyakorisága** | 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)<br>Célérték (2030): 322.469 db (+15% a 2024-es bázishoz képest) |
| **Cél eléréséhez rendelt eszközök** | B13 – Szegmentált belföldi és határmenti külföldi marketingkampányok<br><br>B12 – Többnyelvű digitális platform (5 nyelven)<br><br>B3 – Egészségturisztikai kínálatfejlesztés (külföldi piacokra is) |

| | |
|---|---|
| **Eszköz felelőse** | DMO; MTÜ; Interreg projektpartnerek |
| **Célérték elérésének határideje** | 2030 |
| **Mutató mérésének módja** | KSH Turizmus-statisztikai gyorstájékoztató (külföldi vendégéjszakák, megyei bontás) |
| **Mutató mérésének 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<br><br>B13 – Marketing kampányok (platform-forgalom növelése)<br><br>B14 – AI-alapú tartalommenedzsment |
| **Eszköz felelőse** | DMO (platform üzemeltetés); digitális ügynökség (SEO és kampány) |

| | |
|---|---|
| **Célérték elérésének határideje** | 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 mérésének gyakorisága** | 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 vendégköltés 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)<br><br>B6 – Aktív turisztikai csomagok (2–3 napos formátum)<br><br>B7 – Kulturális útvonalak (többnapos bejárás) |

| | |
|---|---|
| **Eszköz felelőse** | DMO; szálláshelyek (csomagfejlesztés) |
| **Célérték elérésének határideje** | 2030 |
| **Mutató mérésének módja** | KSH Turizmus-statisztikai gyorstájékoztató (átlagos tartózkodási idő, megyei bontás; belföldi/külföldi szegmentáltan) |
| **Mutató mérésének 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<br><br>B12 – Digitális platform (csomagfoglalások nyomon követése) |
| **Eszköz felelőse** | DMO (monitoring); turisztikai vállalkozók (csomagajánlatok) |

| | |
|---|---|
| **Célérték elérésének határideje** | 2030 |
| **Mutató mérésének módja** | Desztinációs digitális platform foglalási adatai; szálláshelyek által DMO-nak szolgáltatott csomag-értékesítési adatok |
| **Mutató mérésének gyakorisága** | 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 elérésének határideje** | 2027 (auditok 100%); 2028 (korrekciók 80%) |
| **Mutató mérésének módja** | DMO akadálymentesítési nyilvántartás; TOP Plusz projekt-befejezési dokumentáció; NJE szakmai ellenőrzés; fogyatékossági civil szervezetek visszajelzései |
| **Mutató mérésének 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)<br><br>B12 – Desztinációs digitális platform (vészjelzési 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 attrakciószintű 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 erőforrások**at, 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 stratégiailag 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 erőforrások**at 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, amelynek 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 desztinációszintű 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, márkaépítési 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 útvonalkialakítás
- 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 termékcsomag-fejlesztés, gyógyhelyi együttműködés
- Magyar Kajak-Kenu Szövetség és vízisport-szervezetek: víziturizmus infrastruktúrafejlesztés, túraútvonalak, megállóhely-hálózat koordinálása
- Bács-Kiskun Megyei Szabadidősport Szövetség, MAKETUSZ aktív turisztikai szolgálatások 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 járásszékhelyek, 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 Őrjeg 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 fogadókapacitás 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, márka- 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 projektcsomagokat 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 |
|---|---|---|
| | | kezdete 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 beszámolók 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 költést |
| **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 mindenkori 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 projektprotfolió**

| 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 attrakcióknál | 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 forráok 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 nátnyúló (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 nátnyúló (Interreg) programok, egyéb transznacionális programok, hazai források | Magas |
| B3 | Szálláshely-üzemeltetők, fürdővárosok, megyei koordináció | Magántőke<br>2028 – 2034 -es ciklus EU-s forrásai: kohéziós alapok, határon nátnyúló (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 nátnyúló (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 nátnyúló (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 nátnyúló (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 nátnyúló (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 nátnyúló (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 |

*Forrás: Saját szerkesztés*

### 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 költségsávot, 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 négyévszakos 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 gasztro 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, hőségadaptáció, 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-dashboard és projektmonitoring. | Megyei Önkormányzat, DMO/programiroda, települések, szolgáltatók, adatgazdák | 0,4–0,6 Mrd Ft |
| **7. Déli felzárkózó térségek turisztikai csomagja** | Bácsalmási és Jánoshalmai 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 költésű, szezonkiegyenlítő 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 prevenciós 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 Őrjeg 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, bivak- 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, eszközbérlés, 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, helyitermék-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 projektcsomagok 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 incentív programok | B3, B5, B7, B12, B13 | 2027–2035 |
| **Déli felzárkózó térségek** | Bácsalmási és Jánoshalmai 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 márkaépítés

A marketing és márkaépítés 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 termékcsomag, 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 vendégelégedettség 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 alaptájékoztatás | 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

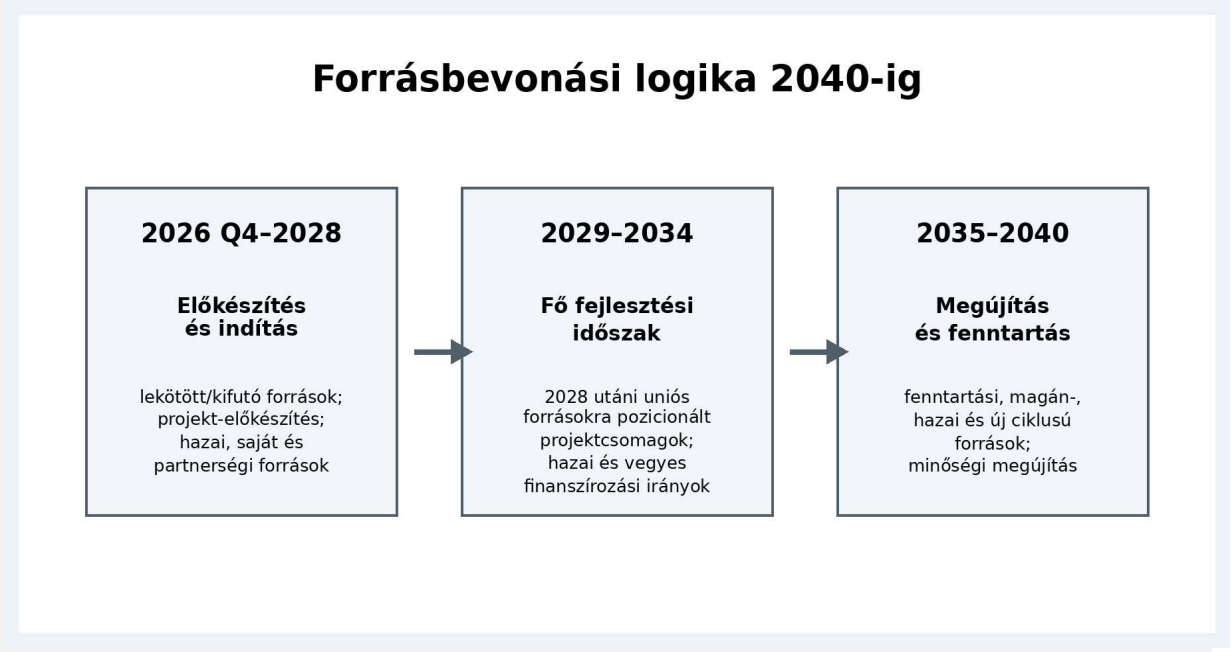
A 2026-ban elérhető finanszírozási eszközök között figyelembe kell venni a Kisfaludy Turisztikai Hitelközpont aktuális konstrukcióit is, beleértve a kedvezményes hitelt és – ahol az adott konstrukció ezt lehetővé teszi – vissza nem térítendő támogatási elemet kombináló programokat. A konkrét konstrukciókat 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, költségsáv, 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 lobbi- 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, forráslehívás, 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 lobbi- 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 projektcsomagokban a forrásbevonásnak nemcsak turisztikai, hanem területfejlesztési szerepe is van. Ezért az előkészítendő projektportfólióban külön jelölni kell azokat a projekteket, amelyek a Bácsalmási, Jánoshalmai, 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 klímafeltételek** | 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<br>Megjegyzés: a kapcsolódó B15 és B18 költségek külön, horizontális soron szerepelnek. | **7 900** |
| **Aktív és ökoturizmus** | B1, B2, B6, B17<br>Megjegyzés: a kapcsolódó B18 költség külön, klímaadaptációs soron szerepel. | **7 600** |
| **Kulturális és örökségturizmus** | B7, B8, B9<br>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 lobbi-munka | 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 termékfejlesztési 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 célrendszerések adatptációja, gyors és minél részletesebb projektelőkészítés, vármenyei lobbi (kész tervekkel, projektcsomagokkal |
| **Hatá)rmenti és transznacionális programok, egyéb EU-s források** | Duna menti, szerb/horvát határmenti, örökségi, aktív és víziturisztikai együttműködések | nemzetközi partnerségek előkészítése, közös projektkoncepciók |
| **Magánforrás és szolgáltatói önrész** | szálláshely-, vendéglátás-, egészség-, gasztro- és élményszolgáltatás-fejlesztés | üzleti modellek, megtérülési becslések, partnerségi szerződésminták |

| Forrástípus | Lehetséges szerep | Előkészítési feladat |
|---|---|---|
| **Hitel és pénzügyi eszközök** | bevételtermelő 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 projektkoncepciók |

*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 lobbi-egyeztetések 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 projektcsomagok 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 mérföldkövei

A KPI-táblában minden mutatóhoz szerepelnie kell az induló bázisállapotnak, a 2030-as és 2035-ös mérföldkőnek, valamint a 2040-es végcélnak. 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 mérföldkő | 2035 mérföldkő | 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-megállóhelyek 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 mérföldkő | 2035 mérföldkő | 2040 végcél |
|---|---|---|---|---|---|
| **K4.1 / C4** | GSTC-szempontok 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 résztvevői | 0 fő (2024) | min. 30 fő/fórum | min. 50 fő/fórum | min. 60 fő/fórum, térségi képviselettel |
| **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 térségi 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 bevont top attrakcióknál; min. 50% beavatkozás elindítva | 100% audit + min. 75% beavatkozás 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 | projektcsomagok 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 Projektportfolió - 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, helyitermék-, digitális és marketingprojektekhez kapcsolódnak, amelyekben a natúrparkok konkrét projektgazdai vagy közreműködői szerepet kaphatnak.
A projektportfólió akkor használható operatív döntéstámogató eszközként, ha a kiemelt fejlesztések nem puszta 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 projektcsomag; 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, költségsáv, 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 projektcsomagokat 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 vízitúrisztikai 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 Jánoshalmai 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 helyitermék-hálózat | Kulturális/gasztro; helyi gazdaság | 2027–2032 | 0,50 Mrd Ft | Közepes-magas |

*Forrás: Saját szerkesztés*

A következő adatlapok a TOP 10 projektcsomag 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 kialakítűsa; 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** | Ökormányzatok, 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 projektcsomag és költségsáv. |
| **2030-as mérföldkő** | A kritikus hiányok legalább fele előkészített vagy kivitelezés alatt. |
| **2035-ös mérföldkő** | A déli kerékpáros kapcsolatok döntő része működő turisztikai termékké 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 költés növelésének egyik legfontosabb eszköze. |
| **Termékpillér / térségi fókusz** | Egészség- és fürdőturizmus; Kiskunmajsa, Tiszakécske, 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 fördők, 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 költéshez 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 termékké 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 szétszórt 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, költségsáv 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 Jánoshalmai 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 Jánoshalmai 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 hozzárulás, 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 vendégköltést 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** | Tiszakécske–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** | Tiszakécske egészségturisztikai klaszter | Tiszakécske 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 adatlapon 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 / megvalósíthatóságitanulmány / engedélyes terv / építési engedély / kiviteli terv / működő, továbbfejlesztendő pilot. |
| **8. Szakaszolhatóság** | A projekt ütemekre bontható-e? Az egyes ütemek becsült kötség 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

Széchenyi Terv Plusz Építsük együtt Magyarországot!

Magyarország Kormánya

Az Európai Unió társfinanszírozásával

Bács-Kiskun Vármegye Önkormányzata

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

TOP_Plusz-3.1.1-21-BK1-2022-00001

**1. számú melléklet – Bács-Kiskun Megye vonzerőleltára**

**Készítette:**
Ex Ante Tanácsadó Iroda Kft.

2026. szeptember

EX ANTE TANÁCSADÓ IRODA

# Bács-Kiskun megye turisztikai vonzerőleltára

Digitális láthatósági elemzés – adatállapot: 2026. szeptember 11.

## 1. Összefoglaló

A melléklet Bács-Kiskun megye turisztikai vonzerőleltárának 131 attrakcióját értékeli digitális láthatóság és elérhetőség szempontjából.

Az állomány átlagos pontszáma 59.5/100. A rangsor élén a Barack Thermal Resort (93.9 pont) áll, amelyet a Katona József Nemzeti Színház és a Hattyúház követ. A 70 pontot elérő vagy meghaladó attrakciók száma 29; a Tanyacsárda (Öreg és Új Tanyacsárda) 74.5 ponttal a 16. helyen szerepel.

Az értékelés 131 attrakciót és 40 települést fed le. A három fő stratégiai pillér mellett a bor-, gasztro- és agroturizmus horizontális fejlesztési területként jelenik meg. Az egészségturisztikai szegmens 18 attrakcióból áll, átlagpontszáma 67.6/100; a kulturális és örökségi szegmens 75 attrakcióval 59.5/100, az aktív- és víziturizmus 31 attrakcióval 54.3/100, a bor-, gasztro- és agroturizmus 7 attrakcióval 60.5/100 átlagot ér el.

## 2. Értékelési módszertan

A turisztikai attrakciók összehasonlítható értékelésére egy 100 pontos, négy dimenzióból álló pontozási modell készült. A modell célja nem az attrakciók kulturális, természeti vagy élményértékének abszolút minősítése, hanem annak vizsgálata, hogy az egyes helyszínek mennyire láthatók, elérhetők és értelmezhetők a látogató számára a digitális térben, illetve rendelkeznek-e azokkal az alapvető információs és kapcsolattartási elemekkel, amelyek a turisztikai piacra vihetőség feltételei.

Az értékelés kizárólag nyilvánosan hozzáférhető és ellenőrizhető információkra támaszkodik. A vizsgálat négy fő dimenziója: A. kereslet és érdeklődés (maximum 20 pont), B. honlap és saját online felületek (maximum 35 pont), C. platformjelenlét és aktivitás (maximum 30 pont), valamint D. kapcsolattartás és információelérés (maximum 15 pont).

$$\textit{Összpont} = A + B + C + D$$

A négy dimenzió maximális pontszámainak összege 100 pont. A rangsor az összpontszám csökkenő sorrendje alapján készült; azonos pontszám esetén a sorrend nem jelent önálló minőségi különbséget.

A vonzerőleltár összeállítása, az indikátorokhoz szükséges adatok összegyűjtése és ellenőrzése szakértői munka keretében történt. A részpontszámokat, az összpontszámokat és az ezekből képzett arányokat az előre rögzített pontozási szabályok alapján automatizált számítás állította elő; valamennyi attrakcióra azonos számítási logika vonatkozik.

### 2.1. Kereslet és érdeklődés (A dimenzió, 20 pont)

A keresleti dimenzió két indikátorból áll: a Google-értékelési átlagból képzett keresleti proxyból (A1), valamint a szezonalitási mutatóból (A2). A dimenzió célja annak közelítése, hogy az attrakció milyen erős látogatói megítéléssel rendelkezik, illetve mennyiben járul hozzá az egész éves turisztikai kínálathoz.

$$A1 = \max(0;\ ((G - 1) / 4) \times 15)$$

ahol G az attrakció Google-értékelési átlaga az 1–5 közötti skálán. A képlet az 1,0 értékelést 0 pontra, az 5,0 értékelést 15 pontra skálázza, a köztes értékeket lineárisan számítja át. Az értékelések darabszáma nem része a pontozásnak, mert a nagyságrendi eltérések torzíthatnák az összehasonlítást.

Példa: 4,6-os Google-értékelés esetén A1 = ((4,6 − 1) / 4) × 15 = 13,5 pont.

A2 – Szezonalitás: egész évben működő attrakció 5 pont; részben szezonális attrakció 3 pont; szezonálisan működő attrakció 1 pont. A szezonalitási besorolás a nyitvatartási adatok kurált értelmezésén alapul.

***A = A1 + A2, maximum 20 pont.***

### 2.2. Honlap és saját online felületek (B dimenzió, 35 pont)

A B dimenzió azt méri, hogy az attrakció rendelkezik-e saját, ellenőrzött és megfelelően használható online információs felülettel. Négy részindikátorból áll: B1 honlap megléte és típusa, B2 nyelvi elérhetőség, B3 láthatósági proxy, B4 akadálymentesség.

B1 – Honlap megléte és típusa: önálló főoldal 5 pont; önálló aloldal 5 pont; gyűjtőoldali főoldal 5 pont; gyűjtőoldali aloldal 3 pont; honlap hiánya 0 pont.

B2 – Nyelvi elérhetőség: 1 nyelv 2 pont; 2 nyelv 4 pont; 3 nyelv 6 pont; 4 nyelv 8 pont; 5 vagy több nyelv 10 pont.

B3 – Láthatósági proxy: a honlap pozíciója alapján gyűjtőoldali aloldal 4 pont; gyűjtőoldali főoldal 6 pont; önálló aloldal 8 pont; önálló főoldal 10 pont. Ez a mutató a saját digitális jelenlét erősségét helyettesítő indikátorként kezeli.

B4 – Akadálymentesség: igazolt akadálymentesség 10 pont; részleges megfelelés 5 pont; igazolható megfelelés hiánya 0 pont. A leltárban szereplő akadálymentességi adat nem minden esetben választja külön a webes és a fizikai akadálymentességet, ezért az értékelés konzervatív módon csak az igazolható megfelelést pontozza.

***B = B1 + B2 + B3 + B4, maximum 35 pont.***

### 2.3. Platformjelenlét és aktivitás (C dimenzió, 30 pont)

A C dimenzió az attrakció külső digitális platformokon való jelenlétét és a kommunikáció frissességét méri. A dimenzió Google Business-, Facebook-, Instagram- és YouTube-jelenlétet, valamint a közösségi felületek aktivitását értékeli.

*C1 – Google Business profil: profil hiányában 0 pont; profil megléte értékelés nélkül 4 pont; értékeléssel rendelkező profil esetén az alábbi képlet alkalmazandó:*

***C1 = 4 + ((G − 1) / 4) × 6***

ahol G a Google Business profil 1–5 közötti értékelési átlaga. Így a Google Business részindikátor maximum 10 pontot ér.

C2 – Facebook-oldal megléte: nincs oldal 0 pont; van oldal 4 pont.

C3 – Facebook-aktivitás: a legutóbbi bejegyzés 2 napon belüli 6 pont; 5 napon belüli 4 pont; 30 napon belüli 2 pont; 30 napnál régebbi vagy nem ellenőrizhető aktivitás 0 pont.

C4 – Instagram-fiók megléte: nincs profil 0 pont; van profil 3 pont.

C5 – Instagram-aktivitás: a legutóbbi bejegyzés 2 napon belüli 5 pont; 5 napon belüli 3 pont; 30 napon belüli 1 pont; 30 napnál régebbi vagy nem ellenőrizhető aktivitás 0 pont.

C6 – YouTube-csatorna megléte: nincs csatorna 0 pont; van csatorna 2 pont.

$$C = C1 + C2 + C3 + C4 + C5 + C6, \text{ maximum } 30 \text{ pont.}$$

A jelenlét mellett azért kap külön pontot az aktivitás, mert egy hosszabb ideje nem frissített közösségimédia-felület turisztikai tájékoztatási és értékesítési szempontból kisebb értéket képvisel, mint egy rendszeresen karbantartott, aktuális információkat közlő csatorna.

### 2.4. Kapcsolattartás és információelérés (D dimenzió, 15 pont)

A D dimenzió azt vizsgálja, hogy a látogató milyen egyszerűen tud közvetlen kapcsolatba lépni az attrakcióval, illetve mennyire könnyen jut hozzá a kapcsolatfelvételhez szükséges alapinformációkhoz.

D1 – Nyilvános e-mail-cím: 5 pont, hiányában 0 pont.

D2 – Nyilvános telefonszám: 5 pont, hiányában 0 pont.

D3 – Egy kattintásos kapcsolat: 5 pont, ha e-mail és telefonszám is rendelkezésre áll, és legalább a honlap vagy a Google Business profil révén közvetlenül hozzáférhető; 3 pont részleges teljesülés esetén; 0 pont, ha közvetlen kapcsolatfelvételi lehetőség nem azonosítható.

$$D = D1 + D2 + D3, \text{ maximum } 15 \text{ pont.}$$

### 2.5. Összpontszám és értelmezése

Az attrakció végső pontszáma a négy dimenzió részpontszámainak összege. A számítás egységesen minden attrakcióra ugyanazt a szabályrendszert alkalmazza:

$$Összpont = (A1 + A2) + (B1 + B2 + B3 + B4) + (C1 + C2 + C3 + C4 + C5 + C6) + (D1 + D2 + D3)$$

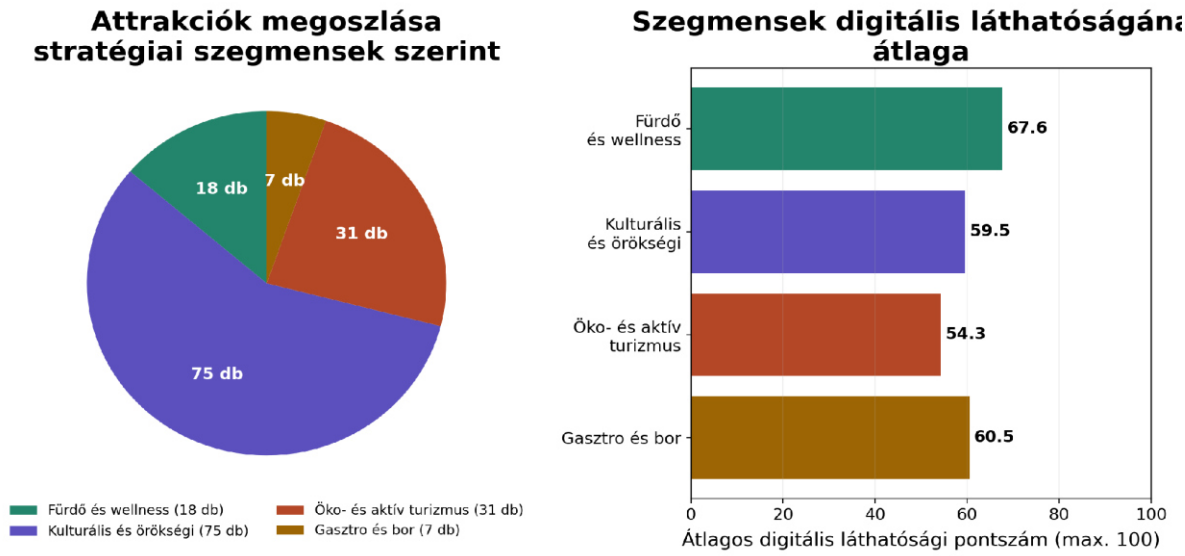
A magas összpontszám azt jelzi, hogy az attrakció digitálisan jól látható, könnyen megtalálható, megfelelő és aktuális információt biztosít, valamint egyszerűen elérhető a látogató számára. Az alacsonyabb pontszám nem feltétlenül jelent kisebb kulturális, természeti vagy élményértéket; elsősorban arra mutat rá, hogy a digitális láthatóság, a saját online felület, a platformaktivitás vagy a kapcsolattartás valamely eleme fejlesztésre szorul.

A modell ezért fejlesztési és menedzsmenteszközként értelmezendő, nem klasszikus attrakcióminősítésként. Az eredmények alkalmasak a digitális fejlesztési prioritások azonosítására, a desztinációs kiemelésre alkalmas helyszínek kiválasztásának támogatására, valamint a szolgáltatói és térségi fejlesztési szükségletek összehasonlítható bemutatására.

A Google-értékelések és a közösségi platformok aktivitási adatai időben gyorsan változhatnak. Az elemzés a 2026. szeptember 11-én rögzített adatállapotot mutatja be. A szezonalitási, honlaptípus- és egyes láthatósági változók kurált proxyk; céljuk az egységes, reprodukálható összehasonlítás biztosítása, nem egy teljes körű webanalitikai vagy szolgáltatásminőségi audit kiváltása.

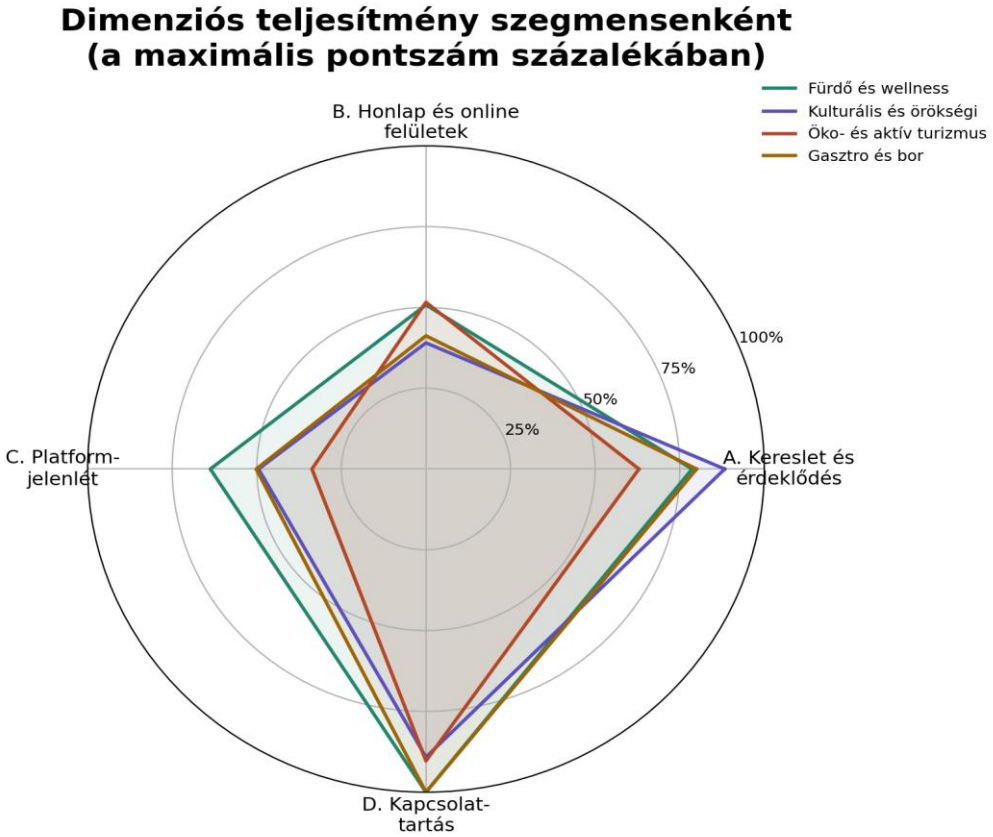
## 3. Összesített eredmények

A vizsgált 131 attrakció összesített átlagpontszáma 59.5/100. Az alábbi ábra a négy stratégiai szegmens (három fő pillér és a horizontális bor-, gasztro- és agroturizmus) közötti megoszlást és az átlagos digitális láthatóságot mutatja.



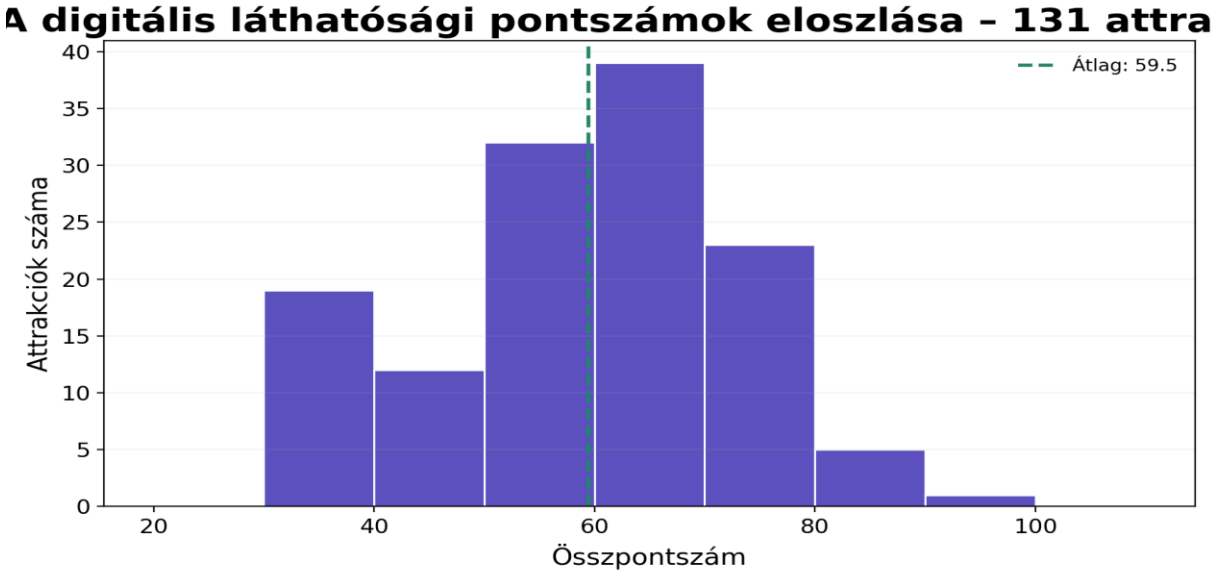

*1. ábra: Az attrakciók megoszlása szegmensenként és a szegmensek átlagpontszáma*

A fürdő- és wellness-szegmens 18 attrakcióval és 67.6 pontos átlagával a négy szegmens közül a legmagasabb digitális láthatóságot mutatja. A kulturális és örökségi turizmus 75 attrakcióval a legnagyobb szegmens, átlaga 59.5 pont. A bor-, gasztro- és agroturizmus 7 attrakcióval 60.5 pontos átlagot ér el, míg az öko- és aktív turisztikai szegmens 31 attrakcióval 54.3 pontos átlagon áll.



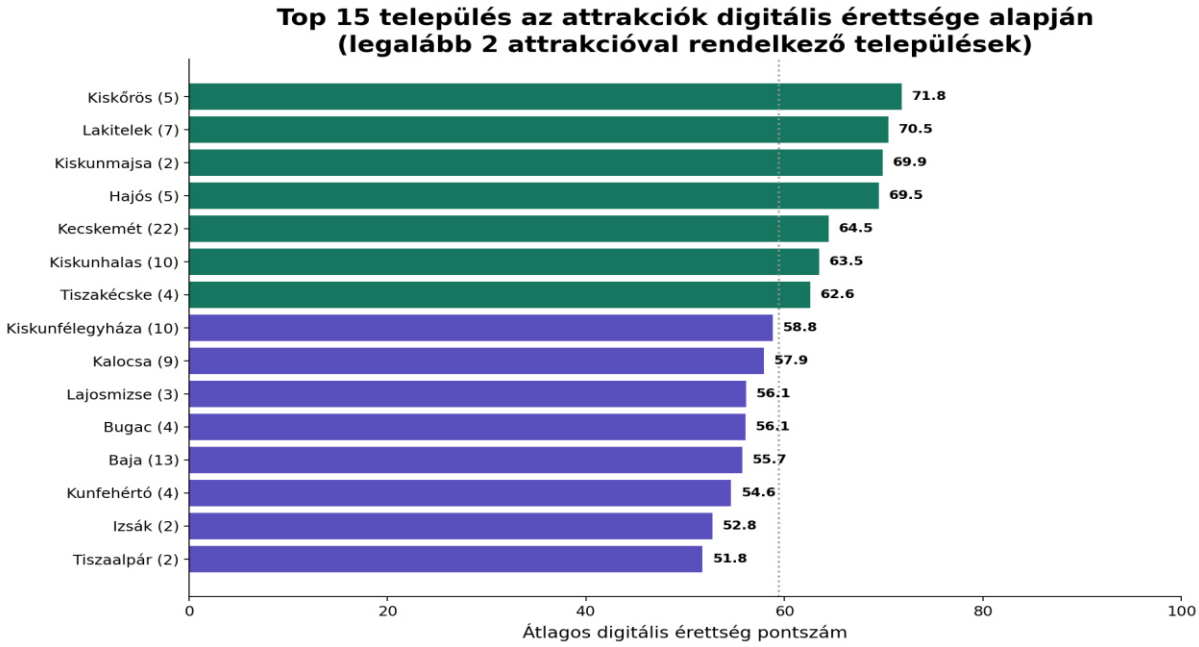

*2. ábra: Dimenziónkénti teljesítmény szegmensenként (a maximális pontszám százalékában)*

A dimenziós bontás egyértelműen rávilágít, hogy az egészségturisztikai szegmens az A és D dimenziókban (kereslet és kapcsolattartás) kimagaslik, miközben a C dimenzióban (platformjelenlét) mérsékeltebben teljesít. A kulturális és örökségi turizmus minden dimenzióban kiegyensúlyozott, a bor-, gasztro- és agroturizmus a honlap- és platformjelenléti oldalon mutat komoly potenciált. Az öko- és aktív turizmus eredményei szegmenshasadást mutatnak: az intézményi háttérrel rendelkező helyszínek (Kiskunsági Nemzeti Park-os tanösvények, kijelölt látogatóközpontok, minősített erdei iskolák) jellemzően erős B és D dimenziós eredményt érnek el, míg a kisebb, önkormányzati vagy civil gondozású természeti pontok gyengébben teljesítenek.



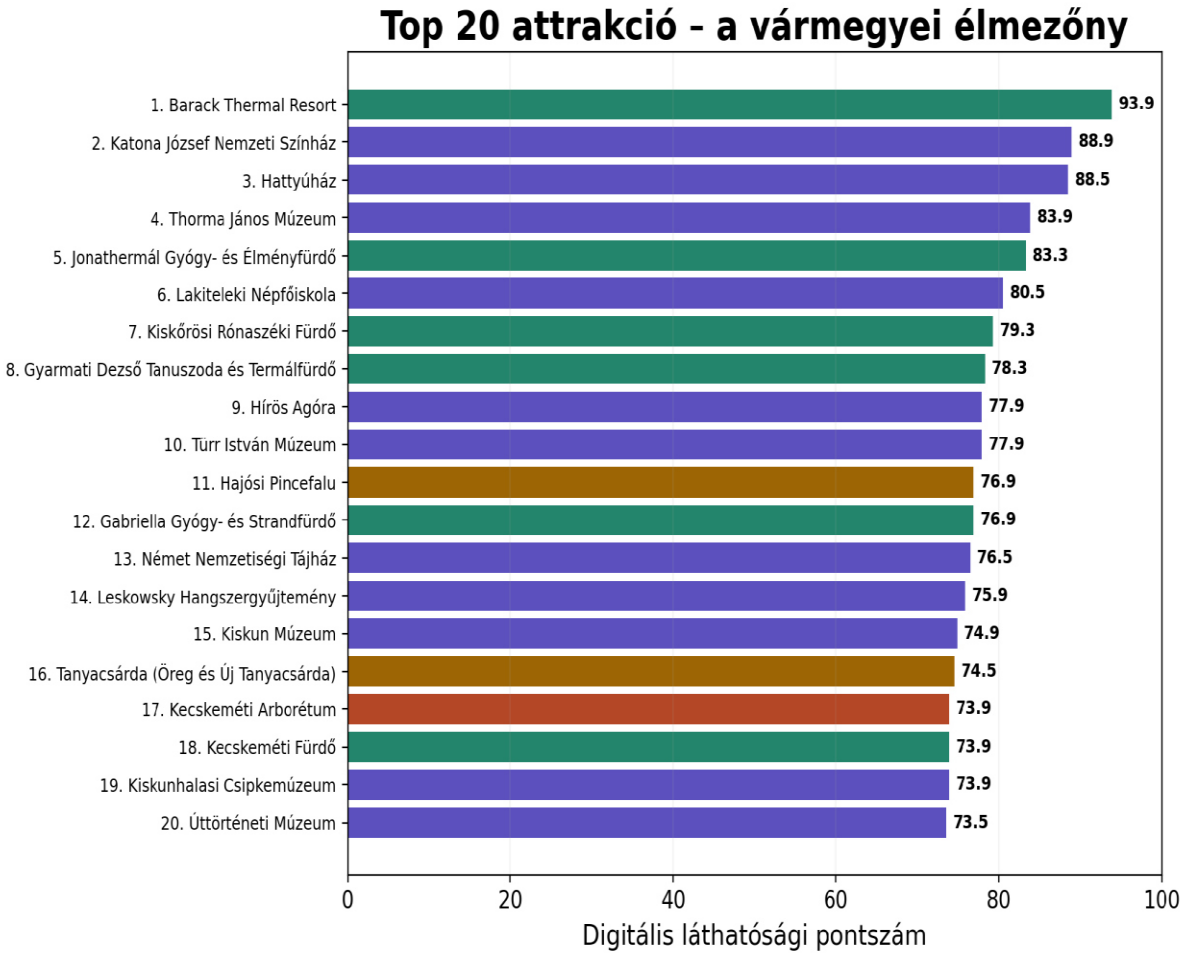

*3. ábra: A pontszámok eloszlása a teljes állományon*

A pontszámeloszlás súlypontja a középmezőnyben található. A 70 pontot elérő vagy meghaladó attrakciók száma 29. Az alacsonyabb pontszám nem a helyszín kulturális, természeti vagy élményértékét minősíti; elsősorban a nyilvános digitális jelenlét, a platformaktivitás vagy a kapcsolati adatok fejlesztési szükségleteire utal.



*4. ábra: A települések rangsora az attrakcióik átlagos digitális érettsége alapján*

A település szerinti bontás rávilágít, hogy a legkoncentráltabb és leginkább fejlett digitális turisztikai kínálatot a megyeszékhely, Kecskemét mellett Kiskőrös és Hajós mutatja. A fejlesztési kapacitás ezen települések esetében a meglévő intézményi bázison nyugszik; más településeken a digitális jelenlét intézményi megerősítésre szorul.




*5. ábra: Az élmezőny — a 20 legmagasabb pontszámú attrakció*

## 4. Kapcsolódás a stratégiai célrendszerhez

Az elemzés minden attrakciót hozzárendel a Bács-Kiskun megyei turizmusfejlesztési stratégia 2027–2040 célrendszerének egy-egy szegmenséhez. A stratégia szerkezete három fő stratégiai pilléren és egy horizontális fejlesztési területen alapul; ezek együttesen alkotják a megye turisztikai kínálatának gerincét.

*6. ábra: A stratégiai célrendszer és az attrakciók számszerű eloszlása*

### 4.1. Egészségturizmus (I. stratégiai pillér)

Ebbe a gyógy- és wellness-kínálatra épülő stratégiai pillérbe 18 attrakció tartozik, átlagpontszámuk 67.6/100. A szegmens elsődleges célcsoportja a stratégia szerint: senior és kúravendégek, egészségtudatos utazók, családok és többgenerációs csoportok.

| Helyezés | Attrakció | Település | Típus | Pontszám |
|---|---|---|---|---|
| **1** | Barack Thermal Resort | Tiszakécske | fürdő | 93.9 |
| **5** | Jonathermál Gyógy- és Élményfürdő | Kiskunmajsa | fürdő | 83.3 |
| **7** | Kiskőrösi Rónaszéki Fürdő | Kiskőrös | fürdő | 79.3 |
| **8** | Gyarmati Dezső Tanuszoda és Termálfürdő | Lakitelek | fürdő | 78.3 |
| **12** | Gabriella Gyógy- és Strandfürdő | Lakitelek | fürdő | 76.9 |

| Helyezés | Attrakció | Település | Típus | Pontszám |
|---|---|---|---|---|
| **18** | Kecskeméti Fürdő | Kecskemét | fürdő | 73.9 |
| **25** | Halasthermál Gyógyfürdő | Kiskunhalas | fürdő | 71.8 |
| **31** | Aranykor Wellness és Termálfürdő | Ballószög | fürdő | 69.9 |
| **33** | Kerekdombi Termálfürdő | Tiszakécske | fürdő | 69.3 |
| **61** | Miklóssy János Sportközpont Strandfürdő | Kunszentmiklós | fürdő | 62.3 |
| **65** | Dávodi Gyógyfürdő | Dávod | fürdő | 61.3 |
| **66** | Lakitelek Tősfürdő | Lakitelek | fürdő | 60.3 |
| **67** | Félegyházi Termál Parkfürdő | Kiskunfélegyháza | fürdő | 60.3 |
| **68** | Kecskeméti Élményfürdő és Csúszdapark | Kecskemét | fürdő | 60.3 |
| **73** | Kalocsai Csajda Gyógyfürdő és Uszoda | Kalocsa | fürdő | 58.9 |
| **89** | Róna Kincse Gyógyfürdő | Kiskunfélegyháza | fürdő | 53.8 |
| **93** | Kunfehértó Tófürdő | Kunfehértó | fürdő | 52.9 |
| **100** | Flóra Termálfürdő | Kecel | fürdő | 50.7 |

### 4.2. Kulturális és örökségi turizmus (II. stratégiai pillér)

Ebbe a hagyomány és örökség tematikájú stratégiai pillérbe 75 attrakció tartozik, átlagpontszámuk 59.5/100. A szegmens elsődleges célcsoportja a stratégia szerint: kulturális és örökségi érdeklődésű utazók, családok, közeli külföldi autós vendégek.

| Helyezés | Attrakció | Település | Típus | Pontszám |
|---|---|---|---|---|
| **2** | Katona József Nemzeti Színház | Kecskemét | kulturális | 88.9 |
| **3** | Hattyúház | Kiskunfélegyháza | rendezvényhelyszín | 88.5 |

| Helyezés | Attrakció | Település | Típus | Pontszám |
|---|---|---|---|---|
| **4** | Thorma János Múzeum | Kiskunhalas | kulturális | 83.9 |
| **6** | Lakiteleki Népfőiskola | Lakitelek | kulturális | 80.5 |
| **9** | Hírös Agóra | Kecskemét | kulturális | 77.9 |
| **10** | Türr István Múzeum | Baja | kulturális | 77.9 |
| **13** | Német Nemzetiségi Tájház | Hajós | kulturális | 76.5 |
| **14** | Leskowsky Hangszergyűjtemény | Kecskemét | kulturális | 75.9 |
| **15** | Kiskun Múzeum | Kiskunfélegyháza | kulturális | 74.9 |
| **19** | Kiskunhalasi Csipkemúzeum | Kiskunhalas | kulturális | 73.9 |
| **20** | Úttörténeti Múzeum | Kiskőrös | kulturális | 73.5 |
| **23** | Kodály Intézet | Kecskemét | kulturális | 72.3 |
| **24** | Geréby Kúria | Lajosmizse | kulturális | 71.9 |
| **26** | Kecskeméti Nagytemplom | Kecskemét | vallási | 71.5 |
| **27** | Hungarikum Liget | Lakitelek | kulturális | 71.5 |
| **28** | Petőfi Szülőház és Emlékmúzeum | Kiskőrös | kulturális | 70.9 |
| **29** | Sáfrik-féle szélmalom | Kiskunhalas | kulturális | 70.3 |
| **32** | Magyar Fotográfiai Múzeum | Kecskemét | kulturális | 69.3 |
| **34** | Viski Károly Múzeum | Kalocsa | kulturális | 68.9 |
| **35** | Pálosszentkút kegyhely | Petőfiszállás | vallási | 68.9 |
| **36** | Bácskai Kultúrpalota | Baja | kulturális | 68.5 |
| **37** | Aranymonostor Látogatóközpont | Bugac | kulturális | 68.5 |

| Helyezés | Attrakció | Település | Típus | Pontszám |
|---|---|---|---|---|
| **38** | Szórakaténusz Játékmúzeum és Műhely | Kecskemét | kulturális | 67.9 |
| **39** | János vitéz látogatóközpont | Kiskőrös | kulturális | 67.9 |
| **40** | Bozsó Gyűjtemény | Kecskemét | kulturális | 67.5 |
| **41** | Old Car Múzeum | Kiskőrös | kulturális | 67.5 |
| **42** | Hajósi Barokk Kastély | Hajós | kulturális | 66.9 |
| **43** | Kiskun Emlékhely | Szank | kulturális | 66.9 |
| **46** | Hagyományőrzők Háza | Kalocsa | kulturális | 66.0 |
| **47** | Kecskeméti Városháza és Városháza Látogatóközpont | Kecskemét | kulturális | 65.9 |
| **50** | Szalkszentmártoni Petőfi Sándor Emlékkiállítás | Szalkszentmárton | kulturális | 64.9 |
| **53** | Schöffer Gyűjtemény | Kalocsa | kulturális | 64.3 |
| **55** | Kiskunhalasi Csillagvizsgáló | Kiskunhalas | kulturális | 63.3 |
| **59** | Petőfi Sándor emlékház | Kiskunfélegyháza | kulturális | 62.9 |
| **60** | Kecskeméti Katona József Múzeum | Kecskemét | kulturális | 62.3 |
| **62** | Cifrapalota | Kecskemét | kulturális | 61.3 |
| **64** | Móra Ferenc emlékház | Kiskunfélegyháza | kulturális | 61.3 |
| **69** | Kalocsai Érseki Palota | Kalocsa | vallási | 59.9 |
| **70** | Astriceum Érseki Múzeum és Látogató Központ (Érseki Kincstár) | Kalocsa | vallási | 59.9 |

| Helyezés | Attrakció | Település | Típus | Pontszám |
|---|---|---|---|---|
| **71** | Sarlós Boldogasszony-templom | Kiskunfélegyháza | vallási | 59.9 |
| **74** | Kalocsai Főszékesegyház | Kalocsa | vallási | 58.5 |
| **75** | Császártöltési Sváb Tájház | Császártöltés | kulturális | 58.5 |
| **76** | Halasi mesesétány | Kiskunhalas | kulturális | 57.9 |
| **77** | Nagy István képtár | Baja | kulturális | 57.3 |
| **78** | Bajai Halászléfőző Népünnepély helyszíne | Baja | fesztivál | 56.9 |
| **79** | Éber emlékház | Baja | kulturális | 56.5 |
| **80** | Konecsni György Helytörténeti Gyűjtemény | Kiskunmajsa | kulturális | 56.5 |
| **83** | Pusztatemplom | Lajosmizse | kulturális | 55.5 |
| **85** | Barátok temploma (Szent Miklós templom) | Kecskemét | vallási | 54.5 |
| **86** | Szent Imre Római Katolikus Templom | Hajós | vallási | 54.5 |
| **87** | Halászati Mini Skanzen | Baja | kulturális | 54.3 |
| **91** | Bunyevác tájház | Baja | kulturális | 53.5 |
| **92** | Kecskeméti Református Nagytemplom | Kecskemét | vallási | 52.9 |
| **94** | Sükösdi Szent Anna-kápolna | Sükösd | vallási | 52.9 |
| **95** | Vodica-Máriakert kegyhely | Csávoly | vallási | 52.5 |
| **96** | Szent János kápolna és Jánoska-eresztés | Baja | vallási | 51.9 |
| **97** | Szent István-templom és harangjátéka | Kiskunfélegyháza | vallási | 51.9 |

| Helyezés | Attrakció | Település | Típus | Pontszám |
|---|---|---|---|---|
| **101** | Pásztormúzeum | Bugac | kulturális | 49.9 |
| **102** | Népművészeti tájház | Kalocsa | kulturális | 49.3 |
| **104** | Katona József Emlékház | Kecskemét | kulturális | 46.9 |
| **105** | Bagolyvár | Baja | kulturális | 45.9 |
| **107** | Felsőszentiván Szélmalom | Felsőszentiván | kulturális | 44.9 |
| **108** | Végh kúria | Kiskunhalas | kulturális | 42.9 |
| **109** | Bajai Városháza (Grassalkovics-kastély) | Baja | kulturális | 42.8 |
| **110** | Pintér Művek Haditechnikai Park | Kecel | kulturális | 42.0 |
| **111** | Halasi tájház | Kiskunhalas | kulturális | 41.5 |
| **112** | Szent Lajos-templom | Lajosmizse | vallási | 41.0 |
| **123** | Kiskunfélegyházi városháza torony kiállítása | Kiskunfélegyháza | kulturális | 37.5 |
| **124** | Hétfájdalmú Szűz kálváriakápolna | Kiskunfélegyháza | vallási | 37.0 |
| **125** | Kunszentmiklósi Református Templom | Kunszentmiklós | vallási | 36.5 |
| **127** | Városi Galéria | Kalocsa | kulturális | 35.7 |
| **128** | Solti Várhely | Solt | kulturális | 34.3 |
| **129** | Kecskeméti Planetárium | Kecskemét | kulturális | 34.0 |
| **130** | Jánoshalmi Skanzen | Jánoshalma | kulturális | 33.5 |
| **131** | Ulmer Schachtel | Baja | kulturális | 32.5 |

### 4.3. Aktív- és víziturizmus (III. stratégiai pillér)

Ebbe a természeti és vízi élményekre épülő stratégiai pillérbe 31 attrakció tartozik, átlagpontszámuk 54.3/100. A szegmens elsődleges célcsoportja a stratégia szerint: aktív párok és baráti társaságok, természetközeli, lassú és ökoturisztikai vendégek.

| Helyezés | Attrakció | Település | Típus | Pontszám |
|---|---|---|---|---|
| **17** | Kecskeméti Arborétum | Kecskemét | természeti | 73.9 |
| **21** | Gemenci erdő | Baja | természeti | 72.9 |
| **30** | Bugaci Puszta | Bugac | természeti | 69.9 |
| **44** | Izsáki Horgász- és Pihenőpark | Izsák | aktív | 66.5 |
| **45** | Csetényi Élménypark | Kiskunhalas | aktív | 66.3 |
| **48** | Tőserdő | Lakitelek | természeti | 65.9 |
| **49** | Akasztói Horgászpark és Halascsárda | Akasztó | aktív | 65.3 |
| **51** | Benkó Zoltán Szabadidőközpont | Kecskemét | aktív | 64.9 |
| **52** | Tiszaalpári Nagy-tó és tanösvény | Tiszaalpár | természeti | 64.5 |
| **54** | Kecskeméti Vadaskert | Kecskemét | természeti | 63.9 |
| **56** | Kunfehértói Vadasparkja | Kunfehértó | természeti | 63.3 |
| **57** | Kunfehértói Holdrutás erdő | Kunfehértó | természeti | 63.3 |
| **58** | Fejetéki mocsár - tanösvény | Kiskunhalas | természeti | 62.9 |
| **63** | Orgoványi-rétek | Orgovány | természeti | 61.3 |
| **72** | Kontyvirág Erdei Iskola | Lakitelek | természeti | 59.9 |
| **82** | Kiskunsági Nemzeti Park Látogatóközpont (természet Háza) | Kecskemét | természeti | 55.9 |
| **88** | Bácsalmási Sóstó | Bácsalmás | természeti | 54.3 |
| **90** | Sugovica-part | Baja | természeti | 53.5 |
| **99** | Szelidi-tó | Dunapataj | természeti | 51.5 |
| **103** | Tisza-parti szabadstrand | Tiszakécske | természeti | 48.3 |

| Helyezés | Attrakció | Település | Típus | Pontszám |
|---|---|---|---|---|
| **106** | Vadkerti-tó | Soltvadkert | természeti | 45.5 |
| **113** | Kolon-tó | Izsák | természeti | 39.0 |
| **114** | Fülöpházi homokbuckák | Fülöpháza | természeti | 39.0 |
| **115** | Tiszaalpár, Földvár tanösvény | Tiszaalpár | természeti | 39.0 |
| **116** | Tiszakécske, Nádirigó tanösvény | Tiszakécske | természeti | 39.0 |
| **117** | Császártöltés, Vörös-mocsár tanösvény | Császártöltés | természeti | 39.0 |
| **118** | Páhi, Orchidea tanösvény | Páhi | természeti | 39.0 |
| **119** | Kunadacs, Kosbor tanösvény | Kunadacs | természeti | 39.0 |
| **120** | Dunatetétleni Széki lile tanösvény | Dunatetétlen | természeti | 39.0 |
| **121** | Érsekhalmi földvár | Érsekhalma | természeti | 39.0 |
| **122** | Kunfehértói tanösvény | Kunfehértó | természeti | 39.0 |

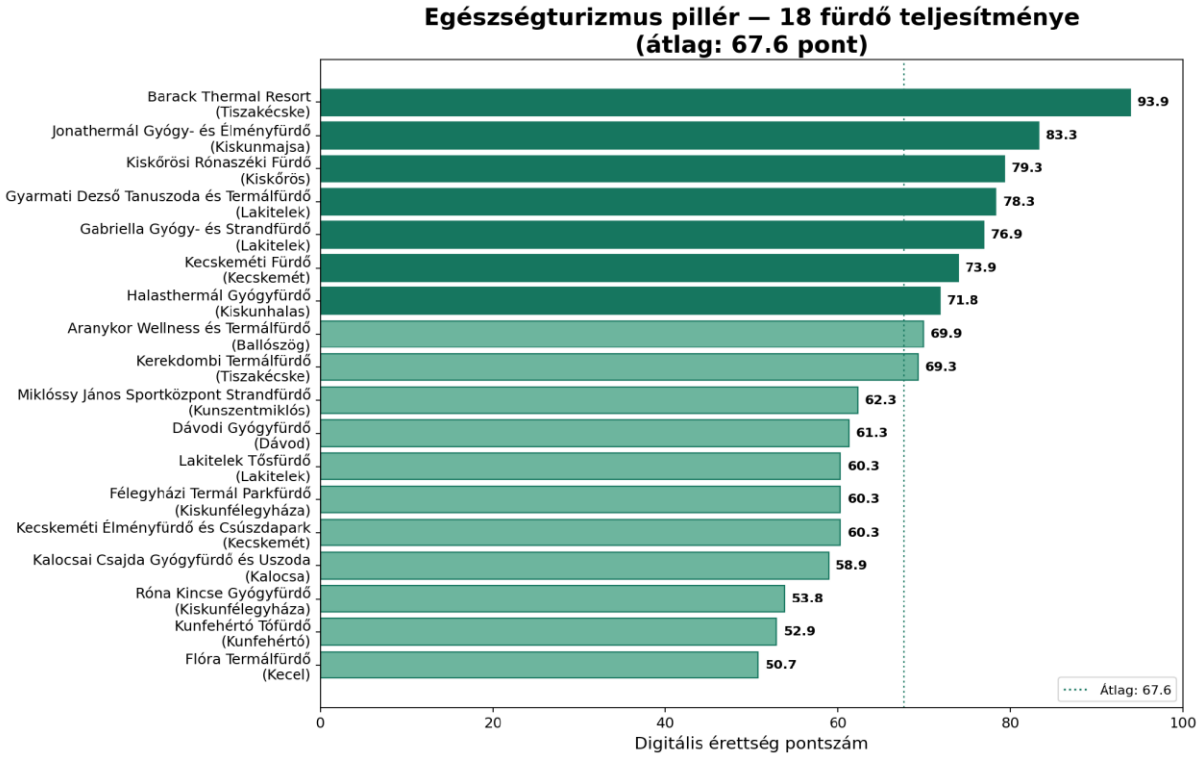
### 4.4. Bor-, gasztro- és agroturizmus (horizontális fejlesztési terület)

Ebbe a helyi értékek és hungarikumok köré szerveződő horizontális fejlesztési területbe 7 attrakció tartozik, átlagpontszámuk 60.5/100. A szegmens elsődleges célcsoportja a stratégia szerint: gasztronómiai és borturisták, hungarikum-érdeklődők, családok.

| Helyezés | Attrakció | Település | Típus | Pontszám |
|---|---|---|---|---|
| **11** | Hajósi Pincefalu | Hajós | gasztro | 76.9 |
| **16** | Tanyacsárda (Öreg és Új Tanyacsárda) | Lajosmizse / Felsőlajos | gasztro | 74.5 |
| **22** | Cabernet Borturisztikai Látogatóközpont | Hajós | gasztro | 72.9 |
| **81** | Zwack Kecskeméti Pálinka Manufaktúra | Kecskemét | gasztro | 56.3 |

| Helyezés | Attrakció | Település | Típus | Pontszám |
|---|---|---|---|---|
| **84** | Császártöltési pincesor | Császártöltés | gasztro | 54.9 |
| **98** | Nemesnádudvari pincesor | Nemesnádudvar | gasztro | 51.9 |
| **126** | Bugaci Karikás Csárda | Bugac | gasztro | 36.0 |

Az egészségturizmus értékelési átlaga 67.6 pont, amely magasabb a kulturális és örökségi turizmus (59.5), a bor-, gasztro- és agroturizmus (60.5), valamint az öko- és aktív turizmus (54.3) átlagánál. A rangsor élén a Barack Thermal Resort, a Jonathermál Gyógy- és Élményfürdő és a Kiskőrösi Rónaszéki Fürdő áll. A fürdőszegmens erős digitális alapokkal rendelkezik; a további fejlesztés fő iránya a többnyelvű kommunikáció, a közös csomagolás és a kapcsolódó kulturális, gasztronómiai és aktív turisztikai kínálat integrálása.




*7. ábra: A 18 fürdő rangsora a digitális érettség alapján*

## 5. Attrakciónkénti értékelés

A fejezet a 131 attrakció értékelését rangsor szerint mutatja be. Az egyes adatlapok a négy vizsgált dimenzió eredményeit, a digitális jelenlét fő erősségeit és a fejlesztendő területeket rögzítik.

### 5.1. Barack Thermal Resort — 93.9/100

**Település:** Tiszakécske. **Típus:** fürdő. **Stratégiai szegmens:** Fürdő és wellness. **Cím:** Rózsabarack tér 2. **Összpontszám:** 93.9/100.

**Kereslet és érdeklődés.** Google-értékelés: 4.6/5; A1: 13.5/15 pont. Szezonalitás: egész éves működés; A2: 5/5 pont. A dimenzió: 18.5/20 pont.

**Honlap és saját online felületek.** Honlap: önálló, dedikált; nyelvi elérhetőség: 3 nyelven elérhető. URL: https://barackresort.hu/. Akadálymentesség: igazolt; B4: 10 pont. B dimenzió: 31.0/35 pont.

**Platformjelenlét és aktivitás.** Google Business: igen (4.6/5); Facebook: aktív (utolsó bejegyzés: 1 napja jelent meg; 27 000 követővel); Instagram: aktív (utolsó bejegyzés: 2 napja jelent meg); YouTube: van. C dimenzió: 29.4/30 pont.

**Kapcsolattartás és információelérés.** E-mail: thermal@barack.hu; telefon: 06 76541100; közvetlen elérés: biztosított. D dimenzió: 15.0/15 pont.

**Értékelés.** Erősségek: magas látogatói elégedettség, erős saját honlap-jelenlét, rendszeres és többcsatornás platformkommunikáció, teljes és könnyen elérhető kapcsolati adatok. Digitális jelenléte alapján a megye élmezőnyébe tartozik.

### 5.2. Katona József Nemzeti Színház — 88.9/100

**Település:** Kecskemét. **Típus:** kulturális. **Stratégiai szegmens:** Kulturális és örökségi. **Cím:** Katona József tér 5. **Összpontszám:** 88.9/100.

**Kereslet és érdeklődés.** Google-értékelés: 4.8/5; A1: 14.2/15 pont. Szezonalitás: egész éves működés; A2: 5/5 pont. A dimenzió: 19.2/20 pont.

**Honlap és saját online felületek.** Honlap: önálló oldal aloldala; nyelvi elérhetőség: egynyelvű. URL: https://www.kecskemetinemzeti.hu/hu/fooldal.html. Akadálymentesség: igazolt; B4: 10 pont. B dimenzió: 25.0/35 pont.

**Platformjelenlét és aktivitás.** Google Business: igen (4.8/5); Facebook: aktív (utolsó bejegyzés: 1 napja jelent meg; 24 000 követővel); Instagram: aktív (utolsó bejegyzés: 2 napja jelent meg); YouTube: van. C dimenzió: 29.7/30 pont.

**Kapcsolattartás és információelérés.** E-mail: szervezes@kecskemetinemzeti.hu; telefon: 06 76501170; közvetlen elérés: biztosított. D dimenzió: 15.0/15 pont.

**Értékelés.** Erősségek: magas látogatói elégedettség, erős saját honlap-jelenlét, rendszeres és többcsatornás platformkommunikáció, teljes és könnyen elérhető kapcsolati adatok. Digitális jelenléte alapján a megye élmezőnyébe tartozik.

### 5.3. Hattyúház — 88.5/100

**Település:** Kiskunfélegyháza. **Típus:** rendezvényhelyszín. **Stratégiai szegmens:** Kulturális és örökségi. **Cím:** Szent János tér 9. **Összpontszám:** 88.5/100.

**Kereslet és érdeklődés.** Google-értékelés: 4.7/5; A1: 13.9/15 pont. Szezonalitás: egész éves működés; A2: 5/5 pont. A dimenzió: 18.9/20 pont.

**Honlap és saját online felületek.** Honlap: önálló, dedikált; nyelvi elérhetőség: 4 nyelven elérhető. URL: www.psvk.hu. Akadálymentesség: igazolt; B4: 10 pont. B dimenzió: 33.0/35 pont.

**Platformjelenlét és aktivitás.** Google Business: igen (4.7/5); Facebook: rendszeresen frissül (utolsó bejegyzés: 4 napja jelent meg; 2 200 követővel); Instagram: heti/havi aktivitás (utolsó bejegyzés: 6 napja jelent meg); YouTube: nincs. C dimenzió: 21.6/30 pont.

**Kapcsolattartás és információelérés.** E-mail: psvk@psvk.hu; telefon: 06 76461429; közvetlen elérés: biztosított. D dimenzió: 15.0/15 pont.

**Értékelés.** Erősségek: magas látogatói elégedettség, erős saját honlap-jelenlét, rendszeres és többcsatornás platformkommunikáció, teljes és könnyen elérhető kapcsolati adatok. Digitális jelenléte alapján a megye élmezőnyébe tartozik.

### 5.4. Thorma János Múzeum — 83.9/100

**Település:** Kiskunhalas. **Típus:** kulturális. **Stratégiai szegmens:** Kulturális és örökségi. **Cím:** Kölcsey u. 2. **Összpontszám:** 83.9/100.

**Kereslet és érdeklődés.** Google-értékelés: 4.8/5; A1: 14.2/15 pont. Szezonalitás: egész éves működés; A2: 5/5 pont. A dimenzió: 19.2/20 pont.

**Honlap és saját online felületek.** Honlap: önálló, dedikált; nyelvi elérhetőség: egynyelvű. URL: https://thormajanosmuzeum.hu/. Akadálymentesség: igazolt; B4: 10 pont. B dimenzió: 27.0/35 pont.

**Platformjelenlét és aktivitás.** Google Business: igen (4.8/5); Facebook: aktív (utolsó bejegyzés: 1 napja jelent meg; 1 800 követővel); Instagram: ritkán frissül (utolsó bejegyzés: 1825 napja); YouTube: nincs. C dimenzió: 22.7/30 pont.

**Kapcsolattartás és információelérés.** E-mail: info@thormajanosmuzeum.hu; telefon: 06 77422864; közvetlen elérés: biztosított. D dimenzió: 15.0/15 pont.

**Értékelés.** Erősségek: magas látogatói elégedettség, erős saját honlap-jelenlét, rendszeres és többcsatornás platformkommunikáció, teljes és könnyen elérhető kapcsolati adatok. Digitális jelenléte alapján a megye élmezőnyébe tartozik.

### 5.5. Jonathermál Gyógy- és Élményfürdő — 83.3/100

**Település:** Kiskunmajsa. **Típus:** fürdő. **Stratégiai szegmens:** Fürdő és wellness. **Cím:** Kőkút dűlő 26. **Összpontszám:** 83.3/100.

**Kereslet és érdeklődés.** Google-értékelés: 4.5/5; A1: 13.1/15 pont. Szezonalitás: egész éves működés; A2: 5/5 pont. A dimenzió: 18.1/20 pont.

**Honlap és saját online felületek.** Honlap: önálló, dedikált; nyelvi elérhetőség: 3 nyelven elérhető. URL: https://jonathermal.hu/. Akadálymentesség: nincs igazolt adat; B4: 0 pont. B dimenzió: 21.0/35 pont.

**Platformjelenlét és aktivitás.** Google Business: igen (4.5/5); Facebook: aktív (utolsó bejegyzés: 1 napja jelent meg; 84 000 követővel); Instagram: aktív (utolsó bejegyzés: 2 napja jelent meg); YouTube: van. C dimenzió: 29.2/30 pont.

**Kapcsolattartás és információelérés.** E-mail: info@jonathermal.hu; telefon: 06 77481855; közvetlen elérés: biztosított. D dimenzió: 15.0/15 pont.

**Értékelés.** Erősségek: magas látogatói elégedettség, rendszeres és többcsatornás platformkommunikáció, teljes és könnyen elérhető kapcsolati adatok. Digitális jelenléte alapján a megye élmezőnyébe tartozik.

### 5.6. Lakiteleki Népfőiskola — 80.5/100

**Település:** Lakitelek. **Típus:** kulturális. **Stratégiai szegmens:** Kulturális és örökségi. **Cím:** Szentkirályi út 7. **Összpontszám:** 80.5/100.

**Kereslet és érdeklődés.** Google-értékelés: 4.7/5; A1: 13.9/15 pont. Szezonalitás: egész éves működés; A2: 5/5 pont. A dimenzió: 18.9/20 pont.

**Honlap és saját online felületek.** Honlap: önálló, dedikált; nyelvi elérhetőség: egynyelvű. URL: https://nepfolakitelek.hu/. Akadálymentesség: igazolt; B4: 10 pont. B dimenzió: 27.0/35 pont.

**Platformjelenlét és aktivitás.** Google Business: igen (4.7/5); Facebook: aktív (utolsó bejegyzés: 1 napja jelent meg; 1 782 követővel); Instagram: nincs; YouTube: nincs. C dimenzió: 19.6/30 pont.

**Kapcsolattartás és információelérés.** E-mail: info@nepfolakitelek.hu; telefon: +36 76 549 049; közvetlen elérés: biztosított. D dimenzió: 15.0/15 pont.

**Értékelés.** Erősségek: magas látogatói elégedettség, erős saját honlap-jelenlét, rendszeres és többcsatornás platformkommunikáció, teljes és könnyen elérhető kapcsolati adatok. Digitális jelenléte alapján a megye élmezőnyébe tartozik.

Megjegyzés. A Hungarikum Liget része, Magyar Örökség Díjas intézmény.

### 5.7. Kiskőrösi Rónaszéki Fürdő — 79.3/100

**Település:** Kiskőrös. **Típus:** fürdő. **Stratégiai szegmens:** Fürdő és wellness. **Cím:** Rónaszék. **Összpontszám:** 79.3/100.

**Kereslet és érdeklődés.** Google-értékelés: 4.5/5; A1: 13.1/15 pont. Szezonalitás: részben szezonális működés; A2: 3/5 pont. A dimenzió: 16.1/20 pont.

**Honlap és saját online felületek.** Honlap: önálló oldal aloldala; nyelvi elérhetőség: 4 nyelven elérhető. URL: https://koroskom.hu/korosszolg/kiskoros-gyogy-es-strandfurdo. Akadálymentesség: nincs igazolt adat; B4: 0 pont. B dimenzió: 21.0/35 pont.

**Platformjelenlét és aktivitás.** Google Business: igen (4.5/5); Facebook: aktív (utolsó bejegyzés: 2 napja jelent meg; 8 300 követővel); Instagram: aktív (utolsó bejegyzés: 1 napja jelent meg); YouTube: nincs. C dimenzió: 27.2/30 pont.

**Kapcsolattartás és információelérés.** E-mail: ronaszekifurdo@gmail.com; telefon: 06 78311524; közvetlen elérés: biztosított. D dimenzió: 15.0/15 pont.

**Értékelés.** Erősségek: magas látogatói elégedettség, rendszeres és többcsatornás platformkommunikáció, teljes és könnyen elérhető kapcsolati adatok. Digitális jelenléte alapján a megye élmezőnyébe tartozik.

### 5.8. Gyarmati Dezső Tanuszoda és Termálfürdő — 78.3/100

**Település:** Lakitelek. **Típus:** fürdő. **Stratégiai szegmens:** Fürdő és wellness. **Cím:** Szentkirályi út 5. **Összpontszám:** 78.3/100.

**Kereslet és érdeklődés.** Google-értékelés: 4.3/5; A1: 12.4/15 pont. Szezonalitás: egész éves működés; A2: 5/5 pont. A dimenzió: 17.4/20 pont.

**Honlap és saját online felületek.** Honlap: önálló oldal aloldala; nyelvi elérhetőség: egynyelvű. URL: https://hungarikumliget.hu/szolgaltatasok/furdo-es-gyogyaszat/gyarmati-dezso-tanuszoda-es-termalfurdo. Akadálymentesség: igazolt; B4: 10 pont. B dimenzió: 25.0/35 pont.

**Platformjelenlét és aktivitás.** Google Business: igen (4.3/5); Facebook: rendszeresen frissül (utolsó bejegyzés: 3 napja jelent meg; 8 986 követővel); Instagram: heti/havi aktivitás (utolsó bejegyzés: 7 napja jelent meg); YouTube: nincs. C dimenzió: 20.9/30 pont.

**Kapcsolattartás és információelérés.** E-mail: info@hungarikumliget.hu; telefon: +36 76 549 049; közvetlen elérés: biztosított. D dimenzió: 15.0/15 pont.

**Értékelés.** Erősségek: erős saját honlap-jelenlét, rendszeres és többcsatornás platformkommunikáció, teljes és könnyen elérhető kapcsolati adatok. Digitális jelenléte alapján a megye élmezőnyébe tartozik.

***Megjegyzés.*** *A Hungarikum Liget része, barlangmedencével (2021-es bővítés). Névadója az olimpikon vízilabdázó.*

### 5.9. Hírös Agóra — 77.9/100

**Település:** Kecskemét. **Típus:** kulturális. **Stratégiai szegmens:** Kulturális és örökségi. **Cím:** Deák Ferenc tér 1. **Összpontszám:** 77.9/100.

**Kereslet és érdeklődés.** Google-értékelés: 4.6/5; A1: 13.5/15 pont. Szezonalitás: egész éves működés; A2: 5/5 pont. A dimenzió: 18.5/20 pont.

**Honlap és saját online felületek.** Honlap: önálló, dedikált; nyelvi elérhetőség: egynyelvű. URL: https://hirosagora.hu/. Akadálymentesség: nincs igazolt adat; B4: 0 pont. B dimenzió: 17.0/35 pont.

**Platformjelenlét és aktivitás.** Google Business: igen (4.6/5); Facebook: aktív (utolsó bejegyzés: 1 napja jelent meg; 26 000 követővel); Instagram: aktív (utolsó bejegyzés: 1 napja jelent meg); YouTube: nincs. C dimenzió: 27.4/30 pont.

**Kapcsolattartás és információelérés.** E-mail: hirosagora@hirosagora.hu; telefon: 06 76503880; közvetlen elérés: biztosított. D dimenzió: 15.0/15 pont.

**Értékelés.** Erősségek: magas látogatói elégedettség, rendszeres és többcsatornás platformkommunikáció, teljes és könnyen elérhető kapcsolati adatok. Digitális jelenléte alapján a megye élmezőnyébe tartozik.

### 5.10. Türr István Múzeum — 77.9/100

**Település:** Baja. **Típus:** kulturális. **Stratégiai szegmens:** Kulturális és örökségi. **Cím:** Deák Ferenc u. 1. **Összpontszám:** 77.9/100.

**Kereslet és érdeklődés.** Google-értékelés: 4.8/5; A1: 14.2/15 pont. Szezonalitás: egész éves működés; A2: 5/5 pont. A dimenzió: 19.2/20 pont.

**Honlap és saját online felületek.** Honlap: gyűjtőoldali főfelület; nyelvi elérhetőség: egynyelvű. URL: https://bajaimuzeum.hu/. Akadálymentesség: igazolt; B4: 10 pont. B dimenzió: 23.0/35 pont.

**Platformjelenlét és aktivitás.** Google Business: igen (4.8/5); Facebook: heti/havi aktivitás (utolsó bejegyzés: 6 napja jelent meg; 5 600 követővel); Instagram: ritkán frissül (utolsó bejegyzés: 1460 napja); YouTube: van. C dimenzió: 20.7/30 pont.

**Kapcsolattartás és információelérés.** E-mail: bajaimuzeum@gmail.com; telefon: 06 79324173; közvetlen elérés: biztosított. D dimenzió: 15.0/15 pont.

**Értékelés.** Erősségek: magas látogatói elégedettség, erős saját honlap-jelenlét, rendszeres és többcsatornás platformkommunikáció, teljes és könnyen elérhető kapcsolati adatok. Digitális jelenléte alapján a megye élmezőnyébe tartozik.

### 5.11. Hajósi Pincefalu — 76.9/100

**Település:** Hajós. **Típus:** gasztro. **Stratégiai szegmens:** Gasztro és bor. **Cím:** Borbíró u. **Összpontszám:** 76.9/100.

**Kereslet és érdeklődés.** Google-értékelés: 4.8/5; A1: 14.2/15 pont. Szezonalitás: részben szezonális működés; A2: 3/5 pont. A dimenzió: 17.2/20 pont.

**Honlap és saját online felületek.** Honlap: önálló, dedikált; nyelvi elérhetőség: egynyelvű. URL: https://hajosi-pincefalu.hu/. Akadálymentesség: nincs igazolt adat; B4: 0 pont. B dimenzió: 17.0/35 pont.

**Platformjelenlét és aktivitás.** Google Business: igen (4.8/5); Facebook: aktív (utolsó bejegyzés: 1 napja jelent meg; 10 000 követővel); Instagram: aktív (utolsó bejegyzés: 1 napja jelent meg); YouTube: nincs. C dimenzió: 27.7/30 pont.

**Kapcsolattartás és információelérés.** E-mail: info@hajosi-pincefalu.hu; telefon: 06 70 455 5764; közvetlen elérés: biztosított. D dimenzió: 15.0/15 pont.

**Értékelés.** Erősségek: magas látogatói elégedettség, rendszeres és többcsatornás platformkommunikáció, teljes és könnyen elérhető kapcsolati adatok. Digitális jelenléte alapján a megye élmezőnyébe tartozik.

### 5.12. Gabriella Gyógy- és Strandfürdő — 76.9/100

**Település:** Lakitelek. **Típus:** fürdő. **Stratégiai szegmens:** Fürdő és wellness. **Cím:** Tőserdő. **Összpontszám:** 76.9/100.

**Kereslet és érdeklődés.** Google-értékelés: 4.8/5; A1: 14.2/15 pont. Szezonalitás: szezonális működés; A2: 1/5 pont. A dimenzió: 15.2/20 pont.

**Honlap és saját online felületek.** Honlap: önálló oldal aloldala; nyelvi elérhetőség: egynyelvű. URL: https://hungarikumliget.hu/szolgaltatasok/furdo-es-gyogyaszat/gabriella-gyogy-es-strandfurdo. Akadálymentesség: igazolt; B4: 10 pont. B dimenzió: 25.0/35 pont.

**Platformjelenlét és aktivitás.** Google Business: igen (4.8/5); Facebook: rendszeresen frissül (utolsó bejegyzés: 3 napja jelent meg; 8 986 követővel); Instagram: heti/havi aktivitás (utolsó bejegyzés: 7 napja jelent meg); YouTube: nincs. C dimenzió: 21.7/30 pont.

**Kapcsolattartás és információelérés.** E-mail: info@hungarikumliget.hu; telefon: +36 76 549 049; közvetlen elérés: biztosított. D dimenzió: 15.0/15 pont.

**Értékelés.** Erősségek: magas látogatói elégedettség, erős saját honlap-jelenlét, rendszeres és többcsatornás platformkommunikáció, teljes és könnyen elérhető kapcsolati adatok. Digitális jelenléte alapján a megye élmezőnyébe tartozik.

***Megjegyzés.*** *A Hungarikum Liget része, 27 hektáros parkban. Közvetlen átjárás a Hungarikum Hotelből.*

### 5.13. Német Nemzetiségi Tájház — 76.5/100

**Település:** Hajós. **Típus:** kulturális. **Stratégiai szegmens:** Kulturális és örökségi. **Cím:** Szigeti Fő u. 59. **Összpontszám:** 76.5/100.

**Kereslet és érdeklődés.** Google-értékelés: 4.7/5; A1: 13.9/15 pont. Szezonalitás: részben szezonális működés; A2: 3/5 pont. A dimenzió: 16.9/20 pont.

**Honlap és saját online felületek.** Honlap: önálló oldal aloldala; nyelvi elérhetőség: egynyelvű. URL: https://www.hajosvaros.hu/nemet-nemzetisegi-tajhaz/?fbclid=IwY2xjawPKNZxleHRuA2FlbQIxMABicmlkETFTYXA5Nzh3S3NmdWZheW9nc3J0YwZhcHBfaWQQMjIyMDM5MTc4ODIwMDg5MgABHtz1IdJPgCyyD8yRlfrtvbXgF21oOlSq_gCs

MozE0gHEwbzLxNm0jCwxIYWl_aem_ph7WRgHQg-ZN_Iw-oDHMaA. Akadálymentesség: igazolt; B4: 10 pont. B dimenzió: 25.0/35 pont.

**Platformjelenlét és aktivitás.** Google Business: igen (4.7/5); Facebook: aktív (utolsó bejegyzés: 1 napja jelent meg; 369 követővel); Instagram: nincs; YouTube: nincs. C dimenzió: 19.6/30 pont.

**Kapcsolattartás és információelérés.** E-mail: hajostajhaz@gmail.com; telefon: 06 20 588 8325; közvetlen elérés: biztosított. D dimenzió: 15.0/15 pont.

**Értékelés.** Erősségek: magas látogatói elégedettség, erős saját honlap-jelenlét, rendszeres és többcsatornás platformkommunikáció, teljes és könnyen elérhető kapcsolati adatok. Digitális jelenléte alapján a megye élmezőnyébe tartozik.

### 5.14. Leskowsky Hangszergyűjtemény — 75.9/100

**Település:** Kecskemét. **Típus:** kulturális. **Stratégiai szegmens:** Kulturális és örökségi. **Cím:** Klapka u. 34. **Összpontszám:** 75.9/100.

**Kereslet és érdeklődés.** Google-értékelés: 4.8/5; A1: 14.2/15 pont. Szezonalitás: egész éves működés; A2: 5/5 pont. A dimenzió: 19.2/20 pont.

**Honlap és saját online felületek.** Honlap: önálló, dedikált; nyelvi elérhetőség: 2 nyelven elérhető. URL: https://hangszergyujtemeny.hu/. Akadálymentesség: nincs igazolt adat; B4: 0 pont. B dimenzió: 19.0/35 pont.

**Platformjelenlét és aktivitás.** Google Business: igen (4.8/5); Facebook: rendszeresen frissül (utolsó bejegyzés: 3 napja jelent meg; 4 800 követővel); Instagram: azonosítható, aktivitása nem ellenőrizhető; YouTube: van. C dimenzió: 22.7/30 pont.

**Kapcsolattartás és információelérés.** E-mail: info@hangszergyujtemeny.hu; telefon: 06 76486616; közvetlen elérés: biztosított. D dimenzió: 15.0/15 pont.

**Értékelés.** Erősségek: magas látogatói elégedettség, rendszeres és többcsatornás platformkommunikáció, teljes és könnyen elérhető kapcsolati adatok. Digitális jelenléte alapján a megye élmezőnyébe tartozik.

### 5.15. Kiskun Múzeum — 74.9/100

**Település:** Kiskunfélegyháza. **Típus:** kulturális. **Stratégiai szegmens:** Kulturális és örökségi. **Cím:** Dr. Holló Lajos u. 9. **Összpontszám:** 74.9/100.

**Kereslet és érdeklődés.** Google-értékelés: 4.8/5; A1: 14.2/15 pont. Szezonalitás: egész éves működés; A2: 5/5 pont. A dimenzió: 19.2/20 pont.

**Honlap és saját online felületek.** Honlap: gyűjtőoldali aloldal; nyelvi elérhetőség: egynyelvű. URL: https://kiskunmuzeum.hu/kiallitasok/kiskun-muzeum/. Akadálymentesség: igazolt; B4: 10 pont. B dimenzió: 19.0/35 pont.

**Platformjelenlét és aktivitás.** Google Business: igen (4.8/5); Facebook: rendszeresen frissül (utolsó bejegyzés: 4 napja jelent meg; 4 400 követővel); Instagram: heti/havi aktivitás (utolsó bejegyzés: 30 napja jelent meg); YouTube: nincs. C dimenzió: 21.7/30 pont.

**Kapcsolattartás és információelérés.** E-mail: bejelentkezes@kiskunmuzeum.hu; telefon: 06 76461468; közvetlen elérés: biztosított. D dimenzió: 15.0/15 pont.

**Értékelés.** Erősségek: magas látogatói elégedettség, rendszeres és többcsatornás platformkommunikáció, teljes és könnyen elérhető kapcsolati adatok. Digitális jelenléte alapján a megye élmezőnyébe tartozik.

### 5.16. Tanyacsárda (Öreg és Új Tanyacsárda) — 74.5/100

Település: Lajosmizse / Felsőlajos. Típus: gasztro. Stratégiai szegmens: Gasztro és bor. Cím: Öreg: Bene 625.; Új: Közös 150. Összpontszám: 74.5/100.

**Kereslet és érdeklődés.** Google-értékelés: 4.7/5; A1: 13.9/15 pont. Szezonalitás: egész éves működés; A2: 5/5 pont. A dimenzió: 18.9/20 pont.

**Honlap és saját online felületek.** Honlap: önálló, dedikált; nyelvi elérhetőség: 3 nyelven elérhető. URL: https://www.tanyacsarda.hu/. Akadálymentesség: nincs igazolt adat; B4: 0 pont. B dimenzió: 21.0/35 pont.

Platformjelenlét és aktivitás. Rendelkezik Google Business profillal, 4.7/5 értékeléssel. Hivatalos Facebook-oldala aktív; a 2026. szeptember 11-i adatfelvételkor a legutóbbi bejegyzés 2 órán belül jelent meg. Hivatalos Instagram- és YouTube-csatorna nem került igazolásra. A C dimenzió összesen 19.6/30 pont, erős eredmény.

**Kapcsolattartás és információelérés.** E-mail: tanyacsarda@tanyacsarda.hu; telefon: +36 76 356 010; közvetlen elérés: biztosított. D dimenzió: 15.0/15 pont.

Értékelés. A Tanyacsárda digitális jelenléte erős: magas látogatói elégedettség, aktív Facebook-kommunikáció, többnyelvű saját honlap és közvetlen kapcsolattartási lehetőségek jellemzik. A 74.5 pontos eredmény a megyei rangsor 16. helyét jelenti. Fejlesztési lehetőség az igazolt webes akadálymentesség és a saját közösségimédia-portfólió további bővítése.

Megjegyzés. Az Öreg és Új Tanyacsárda közös márka- és digitális jelenléte miatt egy értékelési egységként szerepel. A hivatalos honlap magyar, angol és német nyelven érhető el; a hivatalos Facebook-oldal aktív. Hivatalos Instagram- és YouTube-csatorna, valamint igazolt webes akadálymentesség nem azonosítható.

### 5.17. Kecskeméti Arborétum — 73.9/100

**Település:** Kecskemét. **Típus:** természeti. **Stratégiai szegmens:** Öko- és aktív turizmus. **Cím:** Nyíri út. **Összpontszám:** 73.9/100.

**Kereslet és érdeklődés.** Google-értékelés: 4.8/5; A1: 14.2/15 pont. Szezonalitás: részben szezonális működés; A2: 3/5 pont. A dimenzió: 17.2/20 pont.

**Honlap és saját online felületek.** Honlap: önálló oldal aloldala; nyelvi elérhetőség: 3 nyelven elérhető. URL: https://kecskemetiarboretum.hu/index.php. Akadálymentesség: nincs igazolt adat; B4: 0 pont. B dimenzió: 19.0/35 pont.

**Platformjelenlét és aktivitás.** Google Business: igen (4.8/5); Facebook: aktív (utolsó bejegyzés: 1 napja jelent meg; 5 100 követővel); Instagram: ritkán frissül (utolsó bejegyzés: 120 napja); YouTube: nincs. C dimenzió: 22.7/30 pont.

**Kapcsolattartás és információelérés.** Nyilvános e-mail-cím (arboretum@kefag.hu) és telefonszám ((30) 626 8966) is rendelkezésre áll, ami 10 pontot biztosít. A kapcsolati adatok egy kattintással elérhetők a honlapról vagy a Google Business profilról. A D dimenzió összesen 15.0/15 pont, kiemelkedő eredmény.

**Értékelés.** Erősségek: magas látogatói elégedettség, rendszeres és többcsatornás platformkommunikáció, teljes és könnyen elérhető kapcsolati adatok. Digitális jelenléte alapján a megye élmezőnyébe tartozik.

### 5.18. Kecskeméti Fürdő — 73.9/100

**Település:** Kecskemét. **Típus:** fürdő. **Stratégiai szegmens:** Fürdő és wellness. **Cím:** Csabay Géza krt. 5. **Összpontszám:** 73.9/100.

**Kereslet és érdeklődés.** Google-értékelés: 4.4/5; A1: 12.8/15 pont. Szezonalitás: egész éves működés; A2: 5/5 pont. A dimenzió: 17.8/20 pont.

**Honlap és saját online felületek.** Honlap: önálló, dedikált; nyelvi elérhetőség: 2 nyelven elérhető. URL: https://kecskemetifurdo.hu/. Akadálymentesség: nincs igazolt adat; B4: 0 pont. B dimenzió: 19.0/35 pont.

**Platformjelenlét és aktivitás.** Google Business: igen (4.4/5); Facebook: aktív (utolsó bejegyzés: 1 napja jelent meg; 5 900 követővel); Instagram: ritkán frissül (utolsó bejegyzés: 240 napja); YouTube: nincs. C dimenzió: 22.1/30 pont.

**Kapcsolattartás és információelérés.** E-mail: recepcio@kecskemetifurdo.hu; telefon: 06 76500320; közvetlen elérés: biztosított. D dimenzió: 15.0/15 pont.

**Értékelés.** Erősségek: rendszeres és többcsatornás platformkommunikáció, teljes és könnyen elérhető kapcsolati adatok. Digitális jelenléte alapján a megye élmezőnyébe tartozik.

### 5.19. Kiskunhalasi Csipkemúzeum — 73.9/100

**Település:** Kiskunhalas. **Típus:** kulturális. **Stratégiai szegmens:** Kulturális és örökségi. **Cím:** Kossuth u. 37/A. **Összpontszám:** 73.9/100.

**Kereslet és érdeklődés.** Google-értékelés: 4.8/5; A1: 14.2/15 pont. Szezonalitás: egész éves működés; A2: 5/5 pont. A dimenzió: 19.2/20 pont.

**Honlap és saját online felületek.** Honlap: önálló, dedikált; nyelvi elérhetőség: egynyelvű. URL: https://www.halasicsipke.hu/. Akadálymentesség: nincs igazolt adat; B4: 0 pont. B dimenzió: 17.0/35 pont.

**Platformjelenlét és aktivitás.** Google Business: igen (4.8/5); Facebook: aktív (utolsó bejegyzés: 1 napja jelent meg; 4 900 követővel); Instagram: ritkán frissül (utolsó bejegyzés: 1460 napja); YouTube: nincs. C dimenzió: 22.7/30 pont.

**Kapcsolattartás és információelérés.** E-mail: halasicsipke@t-online.hu; telefon: 06 77421797; közvetlen elérés: biztosított. D dimenzió: 15.0/15 pont.

**Értékelés.** Erősségek: magas látogatói elégedettség, rendszeres és többcsatornás platformkommunikáció, teljes és könnyen elérhető kapcsolati adatok. Digitális jelenléte alapján a megye élmezőnyébe tartozik.

### 5.20. Úttörténeti Múzeum — 73.5/100

**Település:** Kiskőrös. **Típus:** kulturális. **Stratégiai szegmens:** Kulturális és örökségi. **Cím:** Dózsa György u. 38. **Összpontszám:** 73.5/100.

**Kereslet és érdeklődés.** Google-értékelés: 4.7/5; A1: 13.9/15 pont. Szezonalitás: egész éves működés; A2: 5/5 pont. A dimenzió: 18.9/20 pont.

**Honlap és saját online felületek.** Honlap: önálló, dedikált; nyelvi elérhetőség: egynyelvű. URL: https://muzeum.kozut.hu/. Akadálymentesség: nincs igazolt adat; B4: 0 pont. B dimenzió: 17.0/35 pont.

**Platformjelenlét és aktivitás.** Google Business: igen (4.7/5); Facebook: aktív (utolsó bejegyzés: 2 napja jelent meg; 1 900 követővel); Instagram: azonosítható, aktivitása nem ellenőrizhető; YouTube: nincs. C dimenzió: 22.6/30 pont.

**Kapcsolattartás és információelérés.** E-mail: uttortenetimuzeum@kozut.hu; telefon: 06 78511935; közvetlen elérés: biztosított. D dimenzió: 15.0/15 pont.

**Értékelés.** Erősségek: magas látogatói elégedettség, rendszeres és többcsatornás platformkommunikáció, teljes és könnyen elérhető kapcsolati adatok. Digitális jelenléte alapján a megye élmezőnyébe tartozik.

### 5.21. Gemenci erdő — 72.9/100

**Település:** Baja. **Típus:** természeti. **Stratégiai szegmens:** Öko- és aktív turizmus. **Cím:** Gemenc. **Összpontszám:** 72.9/100.

**Kereslet és érdeklődés.** Google-értékelés: 4.6/5; A1: 13.5/15 pont. Szezonalitás: egész éves működés; A2: 5/5 pont. A dimenzió: 18.5/20 pont.

**Honlap és saját online felületek.** Honlap: önálló, dedikált; nyelvi elérhetőség: egynyelvű. URL: https://turizmus.gemenczrt.hu/. Akadálymentesség: nincs igazolt adat; B4: 0 pont. B dimenzió: 17.0/35 pont.

**Platformjelenlét és aktivitás.** Google Business: igen (4.6/5); Facebook: rendszeresen frissül (utolsó bejegyzés: 3 napja jelent meg; 16 200 követővel); Instagram: azonosítható, aktivitása nem ellenőrizhető; YouTube: van. C dimenzió: 22.4/30 pont.

**Kapcsolattartás és információelérés.** E-mail: porbolyiokocentrum@gemenczrt.hu; telefon: +36 79 520 230; közvetlen elérés: biztosított. D dimenzió: 15.0/15 pont.

**Értékelés.** Erősségek: magas látogatói elégedettség, rendszeres és többcsatornás platformkommunikáció, teljes és könnyen elérhető kapcsolati adatok. Digitális jelenléte alapján a megye élmezőnyébe tartozik.

***Megjegyzés.*** *A Gemenc Zrt. által kezelt 18 000 ha-os ártéri erdő, Pörbölyi Ökoturisztikai Központtal és erdei vasúttal.*

### 5.22. Cabernet Borturisztikai Látogatóközpont — 72.9/100

**Település:** Hajós. **Típus:** gasztro. **Stratégiai szegmens:** Gasztro és bor. **Cím:** Hirrlingen tér. **Összpontszám:** 72.9/100.

**Kereslet és érdeklődés.** Google-értékelés: 4.8/5; A1: 14.2/15 pont. Szezonalitás: egész éves működés; A2: 5/5 pont. A dimenzió: 19.2/20 pont.

**Honlap és saját online felületek.** Honlap: önálló, dedikált; nyelvi elérhetőség: 2 nyelven elérhető. URL: https://www.hajosiborturizmus.hu/. Akadálymentesség: nincs igazolt adat; B4: 0 pont. B dimenzió: 19.0/35 pont.

**Platformjelenlét és aktivitás.** Google Business: igen (4.8/5); Facebook: aktív (utolsó bejegyzés: 1 napja jelent meg; 1 500 követővel); Instagram: nincs; YouTube: nincs. C dimenzió: 19.7/30 pont.

**Kapcsolattartás és információelérés.** E-mail: borturizmushajos@gmail.com; telefon: 06 703281537; közvetlen elérés: biztosított. D dimenzió: 15.0/15 pont.

**Értékelés.** Erősségek: magas látogatói elégedettség, rendszeres és többcsatornás platformkommunikáció, teljes és könnyen elérhető kapcsolati adatok. Digitális jelenléte alapján a megye élmezőnyébe tartozik.

### 5.23. Kodály Intézet — 72.3/100

**Település:** Kecskemét. **Típus:** kulturális. **Stratégiai szegmens:** Kulturális és örökségi. **Cím:** Kéttemplomköz 1. **Összpontszám:** 72.3/100.

**Kereslet és érdeklődés.** Google-értékelés: 4.3/5; A1: 12.4/15 pont. Szezonalitás: egész éves működés; A2: 5/5 pont. A dimenzió: 17.4/20 pont.

**Honlap és saját online felületek.** Honlap: önálló, dedikált; nyelvi elérhetőség: 2 nyelven elérhető. URL: https://kodaly.hu/. Akadálymentesség: nincs igazolt adat; B4: 0 pont. B dimenzió: 19.0/35 pont.

**Platformjelenlét és aktivitás.** Google Business: igen (4.3/5); Facebook: aktív (utolsó bejegyzés: 1 napja jelent meg; 3 900 követővel); Instagram: nincs; YouTube: van. C dimenzió: 20.9/30 pont.

**Kapcsolattartás és információelérés.** E-mail: kodalymuzeum@zeneakademia.hu; telefon: 06 76481518; közvetlen elérés: biztosított. D dimenzió: 15.0/15 pont.

**Értékelés.** Erősségek: rendszeres és többcsatornás platformkommunikáció, teljes és könnyen elérhető kapcsolati adatok. Digitális jelenléte alapján a megye élmezőnyébe tartozik.

### 5.24. Geréby Kúria — 71.9/100

**Település:** Lajosmizse. **Típus:** kulturális. **Stratégiai szegmens:** Kulturális és örökségi. **Cím:** Alsólajos. **Összpontszám:** 71.9/100.

**Kereslet és érdeklődés.** Google-értékelés: 4.6/5; A1: 13.5/15 pont. Szezonalitás: egész éves működés; A2: 5/5 pont. A dimenzió: 18.5/20 pont.

**Honlap és saját online felületek.** Honlap: önálló, dedikált; nyelvi elérhetőség: egynyelvű. URL: https://www.gereby.hu/. Akadálymentesség: nincs igazolt adat; B4: 0 pont. B dimenzió: 17.0/35 pont.

**Platformjelenlét és aktivitás.** Google Business: igen (4.6/5); Facebook: heti/havi aktivitás (utolsó bejegyzés: 30 napja jelent meg); Instagram: heti/havi aktivitás (utolsó bejegyzés: 30 napja jelent meg); YouTube: van. C dimenzió: 21.4/30 pont.

**Kapcsolattartás és információelérés.** E-mail: gereby@gereby.hu; telefon: 06 76 356 555; közvetlen elérés: biztosított. D dimenzió: 15.0/15 pont.

**Értékelés.** Erősségek: magas látogatói elégedettség, rendszeres és többcsatornás platformkommunikáció, teljes és könnyen elérhető kapcsolati adatok. Digitális jelenléte alapján a megye élmezőnyébe tartozik.

### 5.25. Halasthermál Gyógyfürdő — 71.8/100

**Település:** Kiskunhalas. **Típus:** fürdő. **Stratégiai szegmens:** Fürdő és wellness. **Cím:** Nagy Szeder I. u. 1. **Összpontszám:** 71.8/100.

**Kereslet és érdeklődés.** Google-értékelés: 4.2/5; A1: 12.0/15 pont. Szezonalitás: egész éves működés; A2: 5/5 pont. A dimenzió: 17.0/20 pont.

**Honlap és saját online felületek.** Honlap: önálló, dedikált; nyelvi elérhetőség: egynyelvű. URL: https://halasthermal.hu/. Akadálymentesség: nincs igazolt adat; B4: 0 pont. B dimenzió: 17.0/35 pont.

**Platformjelenlét és aktivitás.** Google Business: igen (4.2/5); Facebook: aktív (utolsó bejegyzés: 1 napja jelent meg; 2 000 követővel); Instagram: heti/havi aktivitás (utolsó bejegyzés: 14 napja jelent meg); YouTube: nincs. C dimenzió: 22.8/30 pont.

**Kapcsolattartás és információelérés.** E-mail: halasthermal@gmail.com; telefon: 06 203105155; közvetlen elérés: biztosított. D dimenzió: 15.0/15 pont.

**Értékelés.** Erősségek: rendszeres és többcsatornás platformkommunikáció, teljes és könnyen elérhető kapcsolati adatok. Digitális jelenléte alapján a megye élmezőnyébe tartozik.

### 5.26. Kecskeméti Nagytemplom — 71.5/100

**Település:** Kecskemét. **Típus:** vallási. **Stratégiai szegmens:** Kulturális és örökségi. **Cím:** Parókia köz 1. **Összpontszám:** 71.5/100.

**Kereslet és érdeklődés.** Google-értékelés: 4.9/5; A1: 14.6/15 pont. Szezonalitás: egész éves működés; A2: 5/5 pont. A dimenzió: 19.6/20 pont.

**Honlap és saját online felületek.** Honlap: önálló, dedikált; nyelvi elérhetőség: egynyelvű. URL: https://foplebania.hu/. Akadálymentesség: nincs igazolt adat; B4: 0 pont. B dimenzió: 17.0/35 pont.

**Platformjelenlét és aktivitás.** Google Business: igen (4.9/5); Facebook: aktív (utolsó bejegyzés: 1 napja jelent meg; 1 500 követővel); Instagram: nincs; YouTube: nincs. C dimenzió: 19.9/30 pont.

**Kapcsolattartás és információelérés.** E-mail: giuseppefinta@gmail.com; telefon: 06 76 487 501; közvetlen elérés: biztosított. D dimenzió: 15.0/15 pont.

**Értékelés.** Erősségek: magas látogatói elégedettség, rendszeres és többcsatornás platformkommunikáció, teljes és könnyen elérhető kapcsolati adatok. Digitális jelenléte alapján a megye élmezőnyébe tartozik.

### 5.27. Hungarikum Liget — 71.5/100

**Település:** Lakitelek. **Típus:** kulturális. **Stratégiai szegmens:** Kulturális és örökségi. **Cím:** Szentkirályi út 5. **Összpontszám:** 71.5/100.

**Kereslet és érdeklődés.** Google-értékelés: 4.7/5; A1: 13.9/15 pont. Szezonalitás: egész éves működés; A2: 5/5 pont. A dimenzió: 18.9/20 pont.

**Honlap és saját online felületek.** Honlap: gyűjtőoldali főfelület; nyelvi elérhetőség: 2 nyelven elérhető. URL: https://hungarikumliget.hu/. Akadálymentesség: nincs igazolt adat; B4: 0 pont. B dimenzió: 15.0/35 pont.

**Platformjelenlét és aktivitás.** Google Business: igen (4.7/5); Facebook-oldala kifejezetten aktív (a legutóbbi bejegyzés 1 napja jelent meg); Instagram: azonosítható, aktivitása nem ellenőrizhető; YouTube: nincs. C dimenzió: 22.6/30 pont.

**Kapcsolattartás és információelérés.** E-mail: hungarikumliget@hungarikumliget.hu; telefon: 06 76 549 049; közvetlen elérés: biztosított. D dimenzió: 15.0/15 pont.

**Értékelés.** Erősségek: magas látogatói elégedettség, rendszeres és többcsatornás platformkommunikáció, teljes és könnyen elérhető kapcsolati adatok. Digitális jelenléte alapján a megye élmezőnyébe tartozik.

### 5.28. Petőfi Szülőház és Emlékmúzeum — 70.9/100

**Település:** Kiskőrös. **Típus:** kulturális. **Stratégiai szegmens:** Kulturális és örökségi. **Cím:** Petőfi tér 5. **Összpontszám:** 70.9/100.

**Kereslet és érdeklődés.** Google-értékelés: 4.8/5; A1: 14.2/15 pont. Szezonalitás: egész éves működés; A2: 5/5 pont. A dimenzió: 19.2/20 pont.

**Honlap és saját online felületek.** Honlap: önálló, dedikált; nyelvi elérhetőség: egynyelvű. URL: https://petofimuzeum.hu/. Akadálymentesség: nincs igazolt adat; B4: 0 pont. B dimenzió: 17.0/35 pont.

**Platformjelenlét és aktivitás.** Google Business: igen (4.8/5); Facebook: aktív (utolsó bejegyzés: 1 napja jelent meg; 2 600 követővel); Instagram: nincs; YouTube: nincs. C dimenzió: 19.7/30 pont.

**Kapcsolattartás és információelérés.** E-mail: petofimuzeum@koroskabel.hu; telefon: 06 204267041; közvetlen elérés: biztosított. D dimenzió: 15.0/15 pont.

**Értékelés.** Erősségek: magas látogatói elégedettség, rendszeres és többcsatornás platformkommunikáció, teljes és könnyen elérhető kapcsolati adatok. Digitális jelenléte alapján a megye élmezőnyébe tartozik.

### 5.29. Sáfrik-féle szélmalom — 70.3/100

**Település:** Kiskunhalas. **Típus:** kulturális. **Stratégiai szegmens:** Kulturális és örökségi. **Cím:** Kölcsey utca 22.,. **Összpontszám:** 70.3/100.

**Kereslet és érdeklődés.** Google-értékelés: 4.5/5; A1: 13.1/15 pont. Szezonalitás: részben szezonális működés; A2: 3/5 pont. A dimenzió: 16.1/20 pont.

**Honlap és saját online felületek.** Honlap: önálló, dedikált; nyelvi elérhetőség: egynyelvű. URL: https://safrikmalom.hu/. Akadálymentesség: nincs igazolt adat; B4: 0 pont. B dimenzió: 17.0/35 pont.

**Platformjelenlét és aktivitás.** Google Business: igen (4.5/5); Facebook: aktív (utolsó bejegyzés: 1 napja jelent meg; 1 000 követővel); Instagram: ritkán frissül (utolsó bejegyzés: 1095 napja); YouTube: nincs. C dimenzió: 22.2/30 pont.

**Kapcsolattartás és információelérés.** E-mail: turisztikaiiroda@halasmenedzser.hu; telefon: 06 709381720; közvetlen elérés: biztosított. D dimenzió: 15.0/15 pont.

**Értékelés.** Erősségek: magas látogatói elégedettség, rendszeres és többcsatornás platformkommunikáció, teljes és könnyen elérhető kapcsolati adatok. Digitális jelenléte alapján a megye élmezőnyébe tartozik.

### 5.30. Bugaci Puszta — 69.9/100

**Település:** Bugac. **Típus:** természeti. **Stratégiai szegmens:** Öko- és aktív turizmus. **Cím:** Alsómonostor. **Összpontszám:** 69.9/100.

**Kereslet és érdeklődés.** Google-értékelés: 4.6/5; A1: 13.5/15 pont. Szezonalitás: részben szezonális működés; A2: 3/5 pont. A dimenzió: 16.5/20 pont.

**Honlap és saját online felületek.** Honlap: önálló, dedikált; nyelvi elérhetőség: 3 nyelven elérhető. URL: https://www.bugacpuszta.hu/. Akadálymentesség: nincs igazolt adat; B4: 0 pont. B dimenzió: 21.0/35 pont.

**Platformjelenlét és aktivitás.** Google Business: igen (4.6/5); Facebook: rendszeresen frissül (utolsó bejegyzés: 3 napja jelent meg; 9 500 követővel); Instagram: nincs; YouTube: nincs. C dimenzió: 17.4/30 pont.

**Kapcsolattartás és információelérés.** E-mail: info@bugacpuszta.hu; telefon: +36 30 488 4827; közvetlen elérés: biztosított. D dimenzió: 15.0/15 pont.

**Értékelés.** Erősségek: magas látogatói elégedettség, teljes és könnyen elérhető kapcsolati adatok. A digitális jelenlét alapjai megfelelőek; célzott fejlesztés indokolt.

***Megjegyzés.*** *Magyarország leghíresebb homokpusztája, a KNP törzsterülete; a Puszta Kapuja Információs Központtal, a Karikás Csárdával és a csikósbemutatóval évente 115 ezer látogatót vonz.*

### 5.31. Aranykor Wellness és Termálfürdő — 69.9/100

**Település:** Ballószög. **Típus:** fürdő. **Stratégiai szegmens:** Fürdő és wellness. **Cím:** Szélmalompark. **Összpontszám:** 69.9/100.

**Kereslet és érdeklődés.** Google-értékelés: 4.6/5; A1: 13.5/15 pont. Szezonalitás: egész éves működés; A2: 5/5 pont. A dimenzió: 18.5/20 pont.

**Honlap és saját online felületek.** Honlap: önálló oldal aloldala; nyelvi elérhetőség: egynyelvű. URL: https://aranykor.hu/wellness/. Akadálymentesség: nincs igazolt adat; B4: 0 pont. B dimenzió: 15.0/35 pont.

**Platformjelenlét és aktivitás.** Google Business: igen (4.6/5); Facebook: rendszeresen frissül (utolsó bejegyzés: 3 napja jelent meg; 7 715 követővel); Instagram: heti/havi aktivitás (utolsó bejegyzés: 7 napja jelent meg); YouTube: nincs. C dimenzió: 21.4/30 pont.

**Kapcsolattartás és információelérés.** E-mail: aranykor@aranykor.hu; telefon: +36 76 573 580; közvetlen elérés: biztosított. D dimenzió: 15.0/15 pont.

**Értékelés.** Erősségek: magas látogatói elégedettség, rendszeres és többcsatornás platformkommunikáció, teljes és könnyen elérhető kapcsolati adatok. A digitális jelenlét alapjai megfelelőek; célzott fejlesztés indokolt.

***Megjegyzés.*** *Mediterrán kialakítású wellnessfürdő Kecskeméttől 8 km-re. Aktív szaunaprogrammal.*

### 5.32. Magyar Fotográfiai Múzeum — 69.3/100

**Település:** Kecskemét. **Típus:** kulturális. **Stratégiai szegmens:** Kulturális és örökségi. **Cím:** Katona József tér 12. **Összpontszám:** 69.3/100.

**Kereslet és érdeklődés.** Google-értékelés: 4.5/5; A1: 13.1/15 pont. Szezonalitás: egész éves működés; A2: 5/5 pont. A dimenzió: 18.1/20 pont.

**Honlap és saját online felületek.** Honlap: önálló, dedikált; nyelvi elérhetőség: 4 nyelven elérhető. URL: https://fotomuzeum.hu/. Akadálymentesség: nincs igazolt adat; B4: 0 pont. B dimenzió: 23.0/35 pont.

**Platformjelenlét és aktivitás.** Google Business: igen (4.5/5); Facebook: ritkán frissül (utolsó bejegyzés: 60 napja; 1 100 követővel); Instagram: nincs; YouTube: nincs. C dimenzió: 13.2/30 pont.

**Kapcsolattartás és információelérés.** E-mail: fotomuzeum@fotomuzeum.hu; telefon: 06 202632632; közvetlen elérés: biztosított. D dimenzió: 15.0/15 pont.

**Értékelés.** Erősségek: magas látogatói elégedettség, erős saját honlap-jelenlét, teljes és könnyen elérhető kapcsolati adatok. A digitális jelenlét alapjai megfelelőek; célzott fejlesztés indokolt.

### 5.33. Kerekdombi Termálfürdő — 69.3/100

**Település:** Tiszakécske. **Típus:** fürdő. **Stratégiai szegmens:** Fürdő és wellness. **Cím:** Kerekdomb. **Összpontszám:** 69.3/100.

**Kereslet és érdeklődés.** Google-értékelés: 4.5/5; A1: 13.1/15 pont. Szezonalitás: részben szezonális működés; A2: 3/5 pont. A dimenzió: 16.1/20 pont.

**Honlap és saját online felületek.** Honlap: önálló, dedikált; nyelvi elérhetőség: egynyelvű. URL: https://termaldomb.hu/. Akadálymentesség: nincs igazolt adat; B4: 0 pont. B dimenzió: 17.0/35 pont.

**Platformjelenlét és aktivitás.** Google Business: igen (4.5/5); Facebook: heti/havi aktivitás (utolsó bejegyzés: 7 napja jelent meg; 12 219 követővel); Instagram: heti/havi aktivitás (utolsó bejegyzés: 30 napja jelent meg); YouTube: van. C dimenzió: 21.2/30 pont.

**Kapcsolattartás és információelérés.** E-mail: kerekdomb@termaldomb.hu; telefon: +36 20 333 0843; közvetlen elérés: biztosított. D dimenzió: 15.0/15 pont.

**Értékelés.** Erősségek: magas látogatói elégedettség, rendszeres és többcsatornás platformkommunikáció, teljes és könnyen elérhető kapcsolati adatok. A digitális jelenlét alapjai megfelelőek; célzott fejlesztés indokolt.

***Megjegyzés.*** *Év Fürdője 2015 (helyiek kedvence). Magyarország termáldombja, Kneipp-ligettel.*

### 5.34. Viski Károly Múzeum — 68.9/100

**Település:** Kalocsa. **Típus:** kulturális. **Stratégiai szegmens:** Kulturális és örökségi. **Cím:** Szent István király út 25. **Összpontszám:** 68.9/100.

**Kereslet és érdeklődés.** Google-értékelés: 4.6/5; A1: 13.5/15 pont. Szezonalitás: egész éves működés; A2: 5/5 pont. A dimenzió: 18.5/20 pont.

**Honlap és saját online felületek.** Honlap: gyűjtőoldali főfelület; nyelvi elérhetőség: egynyelvű. URL: https://www.viskikarolymuzeum.hu/. Akadálymentesség: nincs igazolt adat; B4: 0 pont. B dimenzió: 13.0/35 pont.

**Platformjelenlét és aktivitás.** Google Business: igen (4.6/5); Facebook: aktív (utolsó bejegyzés: 1 napja jelent meg; 1 700 követővel); Instagram: ritkán frissül (utolsó bejegyzés: 730 napja); YouTube: nincs. C dimenzió: 22.4/30 pont.

**Kapcsolattartás és információelérés.** E-mail: viski.karoly@gmail.com; telefon: 06 78462351; közvetlen elérés: biztosított. D dimenzió: 15.0/15 pont.

**Értékelés.** Erősségek: magas látogatói elégedettség, rendszeres és többcsatornás platformkommunikáció, teljes és könnyen elérhető kapcsolati adatok. Fejlesztendő területek: hiányos vagy hiányzó saját honlap. A digitális jelenlét alapjai megfelelőek; célzott fejlesztés indokolt.

### 5.35. Pálosszentkút kegyhely — 68.9/100

**Település:** Petőfiszállás. **Típus:** vallási. **Stratégiai szegmens:** Kulturális és örökségi. **Cím:** Tanya 473. **Összpontszám:** 68.9/100.

**Kereslet és érdeklődés.** Google-értékelés: 4.8/5; A1: 14.2/15 pont. Szezonalitás: egész éves működés; A2: 5/5 pont. A dimenzió: 19.2/20 pont.

**Honlap és saját online felületek.** Honlap: önálló, dedikált; nyelvi elérhetőség: egynyelvű. URL: https://www.palosszentkut.hu/. Akadálymentesség: nincs igazolt adat; B4: 0 pont. B dimenzió: 17.0/35 pont.

**Platformjelenlét és aktivitás.** Google Business: igen (4.8/5); Facebook: rendszeresen frissül (utolsó bejegyzés: 3 napja jelent meg; 1 800 követővel); Instagram: nincs; YouTube: nincs. C dimenzió: 17.7/30 pont.

**Kapcsolattartás és információelérés.** E-mail: palosszentkut@gmail.com; telefon: +36 20 775 2555; közvetlen elérés: biztosított. D dimenzió: 15.0/15 pont.

**Értékelés.** Erősségek: magas látogatói elégedettség, teljes és könnyen elérhető kapcsolati adatok. A digitális jelenlét alapjai megfelelőek; célzott fejlesztés indokolt.

***Megjegyzés.*** *Az Alföld egyik legnagyobb és leglátogatottabb búcsújáróhelye, a Magyarországon egyetlen magyar alapítású pálos rend kegyhelye (1791 óta).*

### 5.36. Bácskai Kultúrpalota — 68.5/100

**Település:** Baja. **Típus:** kulturális. **Stratégiai szegmens:** Kulturális és örökségi. **Cím:** Szentháromság tér 3. **Összpontszám:** 68.5/100.

**Kereslet és érdeklődés.** Google-értékelés: 4.7/5; A1: 13.9/15 pont. Szezonalitás: egész éves működés; A2: 5/5 pont. A dimenzió: 18.9/20 pont.

**Honlap és saját online felületek.** Honlap: önálló oldal aloldala; nyelvi elérhetőség: egynyelvű. URL: https://www.bacskaimuvelodesikozpont.hu/rolunk/bacskai-kulturpalota/. Akadálymentesség: nincs igazolt adat; B4: 0 pont. B dimenzió: 15.0/35 pont.

**Platformjelenlét és aktivitás.** Google Business: igen (4.7/5); Facebook: aktív (utolsó bejegyzés: 1 napja jelent meg; 3 500 követővel); Instagram: nincs; YouTube: nincs. C dimenzió: 19.6/30 pont.

**Kapcsolattartás és információelérés.** E-mail: info@bacskaimk.hu; telefon: 06 79321341; közvetlen elérés: biztosított. D dimenzió: 15.0/15 pont.

**Értékelés.** Erősségek: magas látogatói elégedettség, rendszeres és többcsatornás platformkommunikáció, teljes és könnyen elérhető kapcsolati adatok. A digitális jelenlét alapjai megfelelőek; célzott fejlesztés indokolt.

### 5.37. Aranymonostor Látogatóközpont — 68.5/100

**Település:** Bugac. **Típus:** kulturális. **Stratégiai szegmens:** Kulturális és örökségi. **Cím:** Alsómonostor. **Összpontszám:** 68.5/100.

**Kereslet és érdeklődés.** Google-értékelés: 4.7/5; A1: 13.9/15 pont. Szezonalitás: egész éves működés; A2: 5/5 pont. A dimenzió: 18.9/20 pont.

**Honlap és saját online felületek.** Honlap: önálló oldal aloldala; nyelvi elérhetőség: 2 nyelven elérhető. URL: https://www.bugacpuszta.hu/aranymonostor/. Akadálymentesség: nincs igazolt adat; B4: 0 pont. B dimenzió: 17.0/35 pont.

**Platformjelenlét és aktivitás.** Google Business: igen (4.7/5); Facebook: rendszeresen frissül (utolsó bejegyzés: 3 napja jelent meg; 1 835 követővel); Instagram: nincs; YouTube: nincs. C dimenzió: 17.6/30 pont.

**Kapcsolattartás és információelérés.** E-mail: info@bugacpuszta.hu; telefon: +36 30 488 4827; közvetlen elérés: biztosított. D dimenzió: 15.0/15 pont.

**Értékelés.** Erősségek: magas látogatói elégedettség, teljes és könnyen elérhető kapcsolati adatok. A digitális jelenlét alapjai megfelelőek; célzott fejlesztés indokolt.

***Megjegyzés.*** *2024 márciusában átadott látogatóközpont a bugaci Pétermonostora Árpád-kori település leleteivel, modern interaktív kiállítással.*

### 5.38. Szórakaténusz Játékmúzeum és Műhely — 67.9/100

**Település:** Kecskemét. **Típus:** kulturális. **Stratégiai szegmens:** Kulturális és örökségi. **Cím:** Gáspár András krt. 11. **Összpontszám:** 67.9/100.

**Kereslet és érdeklődés.** Google-értékelés: 4.6/5; A1: 13.5/15 pont. Szezonalitás: egész éves működés; A2: 5/5 pont. A dimenzió: 18.5/20 pont.

**Honlap és saját online felületek.** Honlap: gyűjtőoldali aloldal; nyelvi elérhetőség: egynyelvű. URL: https://kkjm.hu/szorakatenusz. Akadálymentesség: nincs igazolt adat; B4: 0 pont. B dimenzió: 9.0/35 pont.

**Platformjelenlét és aktivitás.** Google Business: igen (4.6/5); Facebook: aktív (utolsó bejegyzés: 1 napja jelent meg; 2 500 követővel); Instagram: rendszeresen frissül (utolsó bejegyzés: 3 napja jelent meg); YouTube: nincs. C dimenzió: 25.4/30 pont.

**Kapcsolattartás és információelérés.** E-mail: muzeumesmuhely@szorakatenusz.hu; telefon: 06 76481469; közvetlen elérés: biztosított. D dimenzió: 15.0/15 pont.

**Értékelés.** Erősségek: magas látogatói elégedettség, rendszeres és többcsatornás platformkommunikáció, teljes és könnyen elérhető kapcsolati adatok. Fejlesztendő területek: hiányos vagy hiányzó saját honlap. A digitális jelenlét alapjai megfelelőek; célzott fejlesztés indokolt.

### 5.39. János vitéz látogatóközpont — 67.9/100

**Település:** Kiskőrös. **Típus:** kulturális. **Stratégiai szegmens:** Kulturális és örökségi. **Cím:** Martini u. 6. **Összpontszám:** 67.9/100.

**Kereslet és érdeklődés.** Google-értékelés: 4.8/5; A1: 14.2/15 pont. Szezonalitás: egész éves működés; A2: 5/5 pont. A dimenzió: 19.2/20 pont.

**Honlap és saját online felületek.** Honlap: önálló, dedikált; nyelvi elérhetőség: egynyelvű. URL: https://janosvitezlatogatokozpont.hu/. Akadálymentesség: nincs igazolt adat; B4: 0 pont. B dimenzió: 17.0/35 pont.

**Platformjelenlét és aktivitás.** Google Business: igen (4.8/5); Facebook: azonosítható, aktivitása nem ellenőrizhető (1 700 követővel); Instagram: ritkán frissül (utolsó bejegyzés: 1825 napja); YouTube: nincs. C dimenzió: 16.7/30 pont.

**Kapcsolattartás és információelérés.** E-mail: janosvitezkiskoros@gmail.com; telefon: 06 203322960; közvetlen elérés: biztosított. D dimenzió: 15.0/15 pont.

**Értékelés.** Erősségek: magas látogatói elégedettség, teljes és könnyen elérhető kapcsolati adatok. A digitális jelenlét alapjai megfelelőek; célzott fejlesztés indokolt.

### 5.40. Bozsó Gyűjtemény — 67.5/100

**Település:** Kecskemét. **Típus:** kulturális. **Stratégiai szegmens:** Kulturális és örökségi. **Cím:** Kláber M. u. 11. **Összpontszám:** 67.5/100.

**Kereslet és érdeklődés.** Google-értékelés: 4.7/5; A1: 13.9/15 pont. Szezonalitás: egész éves működés; A2: 5/5 pont. A dimenzió: 18.9/20 pont.

**Honlap és saját online felületek.** Honlap: önálló, dedikált; nyelvi elérhetőség: egynyelvű. URL: https://bozso.net/. Akadálymentesség: nincs igazolt adat; B4: 0 pont. B dimenzió: 17.0/35 pont.

**Platformjelenlét és aktivitás.** Google Business: igen (4.7/5); Facebook: azonosítható, aktivitása nem ellenőrizhető (6 200 követővel); Instagram: ritkán frissül (utolsó bejegyzés: 1095 napja); YouTube: nincs. C dimenzió: 16.6/30 pont.

**Kapcsolattartás és információelérés.** E-mail: bozso.gyujtemeny@gmail.com; telefon: 06 76324625; közvetlen elérés: biztosított. D dimenzió: 15.0/15 pont.

**Értékelés.** Erősségek: magas látogatói elégedettség, teljes és könnyen elérhető kapcsolati adatok. A digitális jelenlét alapjai megfelelőek; célzott fejlesztés indokolt.

### 5.41. Old Car Múzeum — 67.5/100

**Település:** Kiskőrös. **Típus:** kulturális. **Stratégiai szegmens:** Kulturális és örökségi. **Cím:** Petőfi Sándor út 101. **Összpontszám:** 67.5/100.

**Kereslet és érdeklődés.** Google-értékelés: 4.9/5; A1: 14.6/15 pont. Szezonalitás: egész éves működés; A2: 5/5 pont. A dimenzió: 19.6/20 pont.

**Honlap és saját online felületek.** Honlap: önálló, dedikált; nyelvi elérhetőség: 2 nyelven elérhető. URL: https://www.old-car.hu/. Akadálymentesség: nincs igazolt adat; B4: 0 pont. B dimenzió: 19.0/35 pont.

**Platformjelenlét és aktivitás.** Google Business: igen (4.9/5); Facebook: azonosítható, aktivitása nem ellenőrizhető (3 600 követővel); Instagram: nincs; YouTube: nincs. C dimenzió: 13.9/30 pont.

**Kapcsolattartás és információelérés.** E-mail: info@old-car.hu; telefon: 06 78511013; közvetlen elérés: biztosított. D dimenzió: 15.0/15 pont.

**Értékelés.** Erősségek: magas látogatói elégedettség, teljes és könnyen elérhető kapcsolati adatok. A digitális jelenlét alapjai megfelelőek; célzott fejlesztés indokolt.

### 5.42. Hajósi Barokk Kastély — 66.9/100

**Település:** Hajós. **Típus:** kulturális. **Stratégiai szegmens:** Kulturális és örökségi. **Cím:** Jókai u. 2. **Összpontszám:** 66.9/100.

**Kereslet és érdeklődés.** Google-értékelés: 4.8/5; A1: 14.2/15 pont. Szezonalitás: egész éves működés; A2: 5/5 pont. A dimenzió: 19.2/20 pont.

**Honlap és saját online felületek.** Honlap: önálló, dedikált; nyelvi elérhetőség: egynyelvű. URL: https://hajosikastely.hu/. Akadálymentesség: nincs igazolt adat; B4: 0 pont. B dimenzió: 17.0/35 pont.

**Platformjelenlét és aktivitás.** Google Business: igen (4.8/5); Facebook: heti/havi aktivitás (utolsó bejegyzés: 30 napja jelent meg; 3 500 követővel); Instagram: nincs; YouTube: nincs. C dimenzió: 15.7/30 pont.

**Kapcsolattartás és információelérés.** E-mail: hajosikastely@gmail.com; telefon: 06 309045824; közvetlen elérés: biztosított. D dimenzió: 15.0/15 pont.

**Értékelés.** Erősségek: magas látogatói elégedettség, teljes és könnyen elérhető kapcsolati adatok. A digitális jelenlét alapjai megfelelőek; célzott fejlesztés indokolt.

### 5.43. Kiskun Emlékhely — 66.9/100

**Település:** Szank. **Típus:** kulturális. **Stratégiai szegmens:** Kulturális és örökségi. **Cím:** Emlékhely dűlő 1. **Összpontszám:** 66.9/100.

**Kereslet és érdeklődés.** Google-értékelés: 4.8/5; A1: 14.2/15 pont. Szezonalitás: egész éves működés; A2: 5/5 pont. A dimenzió: 19.2/20 pont.

**Honlap és saját online felületek.** Honlap: önálló, dedikált; nyelvi elérhetőség: 2 nyelven elérhető. URL: https://kiskunemlekhely.hu/. Akadálymentesség: nincs igazolt adat; B4: 0 pont. B dimenzió: 19.0/35 pont.

**Platformjelenlét és aktivitás.** Google Business: igen (4.8/5); Facebook: azonosítható, aktivitása nem ellenőrizhető; Instagram: azonosítható, aktivitása nem ellenőrizhető; YouTube: nincs. C dimenzió: 13.7/30 pont.

**Kapcsolattartás és információelérés.** E-mail: emlekhelykiskun@gmail.com; telefon: +36 70 810 5195; közvetlen elérés: biztosított. D dimenzió: 15.0/15 pont.

**Értékelés.** Erősségek: magas látogatói elégedettség, teljes és könnyen elérhető kapcsolati adatok. A digitális jelenlét alapjai megfelelőek; célzott fejlesztés indokolt.

Megjegyzés. Egész évben működő történeti emlékpark és látogatóközpont. Google-értékelése 4.8/5. Dedikált honlapja magyar és angol nyelven érhető el, Facebook-oldala azonosítható. Igazolt webes akadálymentesség és hivatalos YouTube-csatorna nem azonosítható.

### 5.44. Izsáki Horgász- és Pihenőpark — 66.5/100

**Település:** Izsák. **Típus:** aktív. **Stratégiai szegmens:** Öko- és aktív turizmus. **Cím:** Izsáki tó. **Összpontszám:** 66.5/100.

**Kereslet és érdeklődés.** Google-értékelés: 4.7/5; A1: 13.9/15 pont. Szezonalitás: részben szezonális működés; A2: 3/5 pont. A dimenzió: 16.9/20 pont.

**Honlap és saját online felületek.** Honlap: önálló, dedikált; nyelvi elérhetőség: egynyelvű. URL: https://izsakihorgaszto.hu/. Akadálymentesség: nincs igazolt adat; B4: 0 pont. B dimenzió: 17.0/35 pont.

**Platformjelenlét és aktivitás.** Google Business: igen (4.7/5); Facebook: heti/havi aktivitás (utolsó bejegyzés: 14 napja jelent meg; 5 702 követővel); Instagram: nincs; YouTube: van. C dimenzió: 17.6/30 pont.

**Kapcsolattartás és információelérés.** E-mail: horgaszto2008@gmail.com; telefon: +36 30 249 6924; közvetlen elérés: biztosított. D dimenzió: 15.0/15 pont.

**Értékelés.** Erősségek: magas látogatói elégedettség, teljes és könnyen elérhető kapcsolati adatok. A digitális jelenlét alapjai megfelelőek; célzott fejlesztés indokolt.

***Megjegyzés.*** *32 hektáros komplexum 6-8 horgásztóval, úszómedencével, kempinggel és vendégházakkal. Park-Tó Termelő Kft. üzemeltetésében 2008 óta.*

### 5.45. Csetényi Élménypark — 66.3/100

**Település:** Kiskunhalas. **Típus:** aktív. **Stratégiai szegmens:** Öko- és aktív turizmus. **Cím:** Dr. Monszpart László utca 5. **Összpontszám:** 66.3/100.

**Kereslet és érdeklődés.** Google-értékelés: 4.5/5; A1: 13.1/15 pont. Szezonalitás: részben szezonális működés; A2: 3/5 pont. A dimenzió: 16.1/20 pont.

**Honlap és saját online felületek.** Honlap: önálló, dedikált; nyelvi elérhetőség: egynyelvű. URL: https://csetenyipark.hu/. Akadálymentesség: nincs igazolt adat; B4: 0 pont. B dimenzió: 17.0/35 pont.

**Platformjelenlét és aktivitás.** Google Business: igen (4.5/5); Facebook: heti/havi aktivitás (utolsó bejegyzés: 30 napja jelent meg; 4 600 követővel); Instagram: ritkán frissül (utolsó bejegyzés: 150 napja); YouTube: nincs. C dimenzió: 18.2/30 pont.

**Kapcsolattartás és információelérés.** E-mail: turisztikaiiroda@halasmenedzser.hu; telefon: 06 202511633; közvetlen elérés: biztosított. D dimenzió: 15.0/15 pont.

**Értékelés.** Erősségek: magas látogatói elégedettség, teljes és könnyen elérhető kapcsolati adatok. A digitális jelenlét alapjai megfelelőek; célzott fejlesztés indokolt.

### 5.46. Hagyományőrzők Háza — 66.0/100

**Település:** Kalocsa. **Típus:** kulturális. **Stratégiai szegmens:** Kulturális és örökségi. **Cím:** Kunszt József utca 4. **Összpontszám:** 66.0/100.

**Kereslet és érdeklődés.** Google-értékelés: 5.0/5; A1: 15.0/15 pont. Szezonalitás: egész éves működés; A2: 5/5 pont. A dimenzió: 20.0/20 pont.

**Honlap és saját online felületek.** Honlap: önálló oldal aloldala; nyelvi elérhetőség: egynyelvű. URL: https://www.turizmuskalocsa.hu/hagyomanyorzok-haza. Akadálymentesség: nincs igazolt adat; B4: 0 pont. B dimenzió: 15.0/35 pont.

**Platformjelenlét és aktivitás.** Google Business: igen (5.0/5); Facebook: heti/havi aktivitás (utolsó bejegyzés: 30 napja jelent meg; 2 000 követővel); Instagram: nincs; YouTube: nincs. C dimenzió: 16.0/30 pont.

**Kapcsolattartás és információelérés.** E-mail: sztako.eva@gmail.com; telefon: 06 30 475 9811; közvetlen elérés: biztosított. D dimenzió: 15.0/15 pont.

**Értékelés.** Erősségek: magas látogatói elégedettség, teljes és könnyen elérhető kapcsolati adatok. A digitális jelenlét alapjai megfelelőek; célzott fejlesztés indokolt.

### 5.47. Kecskeméti Városháza és Városháza Látogatóközpont — 65.9/100

**Település:** Kecskemét. **Típus:** kulturális. **Stratégiai szegmens:** Kulturális és örökségi. **Cím:** Kossuth tér 1. **Összpontszám:** 65.9/100.

**Kereslet és érdeklődés.** Google-értékelés: 4.6/5; A1: 13.5/15 pont. Szezonalitás: egész éves működés; A2: 5/5 pont. A dimenzió: 18.5/20 pont.

**Honlap és saját online felületek.** Honlap: önálló, dedikált; nyelvi elérhetőség: egynyelvű. URL: https://kecskemetvaroshaza.hu/. Akadálymentesség: nincs igazolt adat; B4: 0 pont. B dimenzió: 17.0/35 pont.

**Platformjelenlét és aktivitás.** Google Business: igen (4.6/5); Facebook: heti/havi aktivitás (utolsó bejegyzés: 6 napja jelent meg; 227 követővel); Instagram: nincs; YouTube: nincs. C dimenzió: 15.4/30 pont.

**Kapcsolattartás és információelérés.** E-mail: info@kecskemetvaroshaza.hu; telefon: 06 76512242; közvetlen elérés: biztosított. D dimenzió: 15.0/15 pont.

**Értékelés.** Erősségek: magas látogatói elégedettség, teljes és könnyen elérhető kapcsolati adatok. A digitális jelenlét alapjai megfelelőek; célzott fejlesztés indokolt.

### 5.48. Tőserdő — 65.9/100

**Település:** Lakitelek. **Típus:** természeti. **Stratégiai szegmens:** Öko- és aktív turizmus. **Cím:** Tőserdő. **Összpontszám:** 65.9/100.

**Kereslet és érdeklődés.** Google-értékelés: 4.6/5; A1: 13.5/15 pont. Szezonalitás: egész éves működés; A2: 5/5 pont. A dimenzió: 18.5/20 pont.

**Honlap és saját online felületek.** Honlap: önálló, dedikált; nyelvi elérhetőség: egynyelvű. URL: http://toserdo.com/. Akadálymentesség: nincs igazolt adat; B4: 0 pont. B dimenzió: 17.0/35 pont.

**Platformjelenlét és aktivitás.** Google Business: igen (4.6/5); Facebook: heti/havi aktivitás (utolsó bejegyzés: 30 napja jelent meg); Instagram: nincs; YouTube: nincs. C dimenzió: 15.4/30 pont.

**Kapcsolattartás és információelérés.** E-mail: toserdo@lakitelek.hu; telefon: +36 70 337 6656; közvetlen elérés: biztosított. D dimenzió: 15.0/15 pont.

**Értékelés.** Erősségek: magas látogatói elégedettség, teljes és könnyen elérhető kapcsolati adatok. A digitális jelenlét alapjai megfelelőek; célzott fejlesztés indokolt.

***Megjegyzés.*** *Lakitelek üdülőterülete a Holt-Tisza kanyarulatánál, része a Kiskunsági Nemzeti Park területének. Tőserdő Nonprofit Kft. üzemeltet több attrakciót (Tősfürdő, Kalandpark, csónakkölcsönző).*

### 5.49. Akasztói Horgászpark és Halascsárda — 65.3/100

**Település:** Akasztó. **Típus:** aktív. **Stratégiai szegmens:** Öko- és aktív turizmus. **Cím:** Horgász u. 1. **Összpontszám:** 65.3/100.

**Kereslet és érdeklődés.** Google-értékelés: 4.5/5; A1: 13.1/15 pont. Szezonalitás: részben szezonális működés; A2: 3/5 pont. A dimenzió: 16.1/20 pont.

**Honlap és saját online felületek.** Honlap: önálló oldal aloldala; nyelvi elérhetőség: egynyelvű. URL: https://halascsarda.hu/horgaszpark. Akadálymentesség: nincs igazolt adat; B4: 0 pont. B dimenzió: 15.0/35 pont.

**Platformjelenlét és aktivitás.** Google Business: igen (4.5/5); Facebook: aktív (utolsó bejegyzés: 1 napja jelent meg; 13 161 követővel); Instagram: nincs; YouTube: nincs. C dimenzió: 19.2/30 pont.

**Kapcsolattartás és információelérés.** E-mail: info@halascsarda.hu; telefon: 06 78 414 045; közvetlen elérés: biztosított. D dimenzió: 15.0/15 pont.

**Értékelés.** Erősségek: magas látogatói elégedettség, rendszeres és többcsatornás platformkommunikáció, teljes és könnyen elérhető kapcsolati adatok. A digitális jelenlét alapjai megfelelőek; célzott fejlesztés indokolt.

Megjegyzés. Öttavas horgászpark, strand és Aranyszalag-díjas halascsárda.

### 5.50. Szalkszentmártoni Petőfi Sándor Emlékkiállítás — 64.9/100

**Település:** Szalkszentmárton. **Típus:** kulturális. **Stratégiai szegmens:** Kulturális és örökségi. **Cím:** Petőfi tér 14. **Összpontszám:** 64.9/100.

**Kereslet és érdeklődés.** Google-értékelés: 4.8/5; A1: 14.2/15 pont. Szezonalitás: egész éves működés; A2: 5/5 pont. A dimenzió: 19.2/20 pont.

**Honlap és saját online felületek.** Honlap: önálló, dedikált; nyelvi elérhetőség: egynyelvű. URL: http://petofiszalkon.hu/. Akadálymentesség: nincs igazolt adat; B4: 0 pont. B dimenzió: 17.0/35 pont.

**Platformjelenlét és aktivitás.** Google Business: igen (4.8/5); Facebook: azonosítható, aktivitása nem ellenőrizhető; Instagram: nincs; YouTube: nincs. C dimenzió: 13.7/30 pont.

**Kapcsolattartás és információelérés.** E-mail: szalkmuzeum@gmail.com; telefon: 06 76 358 289; közvetlen elérés: biztosított. D dimenzió: 15.0/15 pont.

**Értékelés.** Erősségek: magas látogatói elégedettség, teljes és könnyen elérhető kapcsolati adatok. A digitális jelenlét alapjai megfelelőek; célzott fejlesztés indokolt.

***Megjegyzés.*** *Petőfi 112 versét itt írta.*

### 5.51. Benkó Zoltán Szabadidőközpont — 64.9/100

**Település:** Kecskemét. **Típus:** aktív. **Stratégiai szegmens:** Öko- és aktív turizmus. **Cím:** Csabay Géza krt. 7. **Összpontszám:** 64.9/100.

**Kereslet és érdeklődés.** Google-értékelés: 4.4/5; A1: 12.8/15 pont. Szezonalitás: egész éves működés; A2: 5/5 pont. A dimenzió: 17.8/20 pont.

**Honlap és saját online felületek.** Honlap: önálló, dedikált; nyelvi elérhetőség: egynyelvű. URL: https://www.szabadidokozpont-kecskemet.hu/. Akadálymentesség: nincs igazolt adat; B4: 0 pont. B dimenzió: 17.0/35 pont.

**Platformjelenlét és aktivitás.** Google Business: igen (4.4/5); Facebook: heti/havi aktivitás (utolsó bejegyzés: 7 napja jelent meg; 2 500 követővel); Instagram: nincs; YouTube: nincs. C dimenzió: 15.1/30 pont.

**Kapcsolattartás és információelérés.** E-mail: szabadidokozpont@hiros-sport.hu; telefon: +36 20 282 1128; közvetlen elérés: biztosított. D dimenzió: 15.0/15 pont.

**Értékelés.** Erősségek: teljes és könnyen elérhető kapcsolati adatok. A digitális jelenlét alapjai megfelelőek; célzott fejlesztés indokolt.

***Megjegyzés.*** *Hírös Sport Nonprofit Kft. üzemeltetésében - 174 hektáros park 40 hektáros tóval, wakeboard-pályával és 49 m magas Dombbal. Egész évben nyitva változó órákban.*

### 5.52. Tiszaalpári Nagy-tó és tanösvény — 64.5/100

**Település:** Tiszaalpár. **Típus:** természeti. **Stratégiai szegmens:** Öko- és aktív turizmus. **Cím:** Alpári-rét. **Összpontszám:** 64.5/100.

**Kereslet és érdeklődés.** Google-értékelés: 4.7/5; A1: 13.9/15 pont. Szezonalitás: egész éves működés; A2: 5/5 pont. A dimenzió: 18.9/20 pont.

**Honlap és saját online felületek.** Honlap: gyűjtőoldali aloldal; nyelvi elérhetőség: 2 nyelven elérhető. URL: https://www.knp.hu/. Akadálymentesség: igazolt; B4: 10 pont. B dimenzió: 21.0/35 pont.

**Platformjelenlét és aktivitás.** Google Business: igen (4.7/5); Facebook: nem azonosítható; Instagram: nincs; YouTube: nincs. C dimenzió: 9.6/30 pont.

**Kapcsolattartás és információelérés.** E-mail: knp@knp.hu; telefon: +36 76 501 596; közvetlen elérés: biztosított. D dimenzió: 15.0/15 pont.

**Értékelés.** Erősségek: magas látogatói elégedettség, teljes és könnyen elérhető kapcsolati adatok. Fejlesztendő területek: passzív platformjelenlét. A digitális jelenlét alapjai megfelelőek; célzott fejlesztés indokolt.

***Megjegyzés.*** *A Kiskunsági Nemzeti Park kezelésében álló vizes élőhely-rekonstrukció (2016-2018), 7 hektáros állandó vízfelülettel és Templomdomb kilátóval. Tanösvény egész évben bejárható.*

### 5.53. Schöffer Gyűjtemény — 64.3/100

**Település:** Kalocsa. **Típus:** kulturális. **Stratégiai szegmens:** Kulturális és örökségi. **Cím:** Szent István király út 76. **Összpontszám:** 64.3/100.

**Kereslet és érdeklődés.** Google-értékelés: 4.5/5; A1: 13.1/15 pont. Szezonalitás: egész éves működés; A2: 5/5 pont. A dimenzió: 18.1/20 pont.

**Honlap és saját online felületek.** Honlap: önálló oldal aloldala; nyelvi elérhetőség: egynyelvű. URL: https://www.schoffergyujtemeny.hu/index.php/en/schoeffer-gyujtemeny/nicolas-schoeffer.
Akadálymentesség: nincs igazolt adat; B4: 0 pont. B dimenzió: 15.0/35 pont.

**Platformjelenlét és aktivitás.** Google Business: igen (4.5/5); Facebook: ritkán frissül (utolsó bejegyzés: 365 napja; 1 000 követővel); Instagram: azonosítható, aktivitása nem ellenőrizhető; YouTube: nincs. C dimenzió: 16.2/30 pont.

**Kapcsolattartás és információelérés.** E-mail: info@schoffergyujtemeny.hu; telefon: 06 78600999; közvetlen elérés: biztosított. D dimenzió: 15.0/15 pont.

**Értékelés.** Erősségek: magas látogatói elégedettség, teljes és könnyen elérhető kapcsolati adatok. A digitális jelenlét alapjai megfelelőek; célzott fejlesztés indokolt.

### 5.54. Kecskeméti Vadaskert — 63.9/100

**Település:** Kecskemét. **Típus:** természeti. **Stratégiai szegmens:** Öko- és aktív turizmus. **Cím:** Műkerti stny. 1. **Összpontszám:** 63.9/100.

**Kereslet és érdeklődés.** Google-értékelés: 4.6/5; A1: 13.5/15 pont. Szezonalitás: részben szezonális működés; A2: 3/5 pont. A dimenzió: 16.5/20 pont.

**Honlap és saját online felületek.** Honlap: önálló, dedikált; nyelvi elérhetőség: egynyelvű. URL: https://www.zookecskemet.hu/. Akadálymentesség: nincs igazolt adat; B4: 0 pont. B dimenzió: 17.0/35 pont.

**Platformjelenlét és aktivitás.** Google Business: igen (4.6/5); Facebook: heti/havi aktivitás (utolsó bejegyzés: 6 napja jelent meg; 15 000 követővel); Instagram: nincs; YouTube: nincs. C dimenzió: 15.4/30 pont.

**Kapcsolattartás és információelérés.** E-mail: info@zookecskemet.hu; telefon: 06 76320121; közvetlen elérés: biztosított. D dimenzió: 15.0/15 pont.

**Értékelés.** Erősségek: magas látogatói elégedettség, teljes és könnyen elérhető kapcsolati adatok. A digitális jelenlét alapjai megfelelőek; célzott fejlesztés indokolt.

### 5.55. Kiskunhalasi Csillagvizsgáló — 63.3/100

**Település:** Kiskunhalas. **Típus:** kulturális. **Stratégiai szegmens:** Kulturális és örökségi. **Cím:** Kossuth u. 43. **Összpontszám:** 63.3/100.

**Kereslet és érdeklődés.** Google-értékelés: 4.5/5; A1: 13.1/15 pont. Szezonalitás: részben szezonális működés; A2: 3/5 pont. A dimenzió: 16.1/20 pont.

**Honlap és saját online felületek.** Honlap: önálló, dedikált; nyelvi elérhetőség: egynyelvű. URL: https://www.csillagvizsgalo.eu/. Akadálymentesség: nincs igazolt adat; B4: 0 pont. B dimenzió: 17.0/35 pont.

**Platformjelenlét és aktivitás.** Google Business: igen (4.5/5); Facebook: heti/havi aktivitás (utolsó bejegyzés: 30 napja jelent meg; 750 követővel); Instagram: nincs; YouTube: nincs. C dimenzió: 15.2/30 pont.

**Kapcsolattartás és információelérés.** E-mail: csillagvizsgalo@kiskunhalas.hu; telefon: +36 77 423 355; közvetlen elérés: biztosított. D dimenzió: 15.0/15 pont.

**Értékelés.** Erősségek: magas látogatói elégedettség, teljes és könnyen elérhető kapcsolati adatok. A digitális jelenlét alapjai megfelelőek; célzott fejlesztés indokolt.

***Megjegyzés.*** *Csillagászati bemutatóhely 1995 óta, Csillagászati Napok rendezvénysorozattal; a SOLARIS Napfizikai és Orvosbiológiai Alapítvánnyal együttműködve működik.*

### 5.56. Kunfehértói Vadasparkja — 63.3/100

**Település:** Kunfehértó. **Típus:** természeti. **Stratégiai szegmens:** Öko- és aktív turizmus. **Cím:** Szabadság tér. **Összpontszám:** 63.3/100.

**Kereslet és érdeklődés.** Google-értékelés: 4.5/5; A1: 13.1/15 pont. Szezonalitás: részben szezonális működés; A2: 3/5 pont. A dimenzió: 16.1/20 pont.

**Honlap és saját online felületek.** Honlap: önálló, dedikált; nyelvi elérhetőség: egynyelvű. URL: https://www.vadasparkkunfeherto.hu/. Akadálymentesség: nincs igazolt adat; B4: 0 pont. B dimenzió: 17.0/35 pont.

**Platformjelenlét és aktivitás.** Google Business: igen (4.5/5); Facebook: heti/havi aktivitás (utolsó bejegyzés: 30 napja jelent meg; 1 200 követővel); Instagram: nincs; YouTube: nincs. C dimenzió: 15.2/30 pont.

**Kapcsolattartás és információelérés.** E-mail: info@vadasparkkunfeherto.hu; telefon: +36 30 226 8666; közvetlen elérés: biztosított. D dimenzió: 15.0/15 pont.

**Értékelés.** Erősségek: magas látogatói elégedettség, teljes és könnyen elérhető kapcsolati adatok. A digitális jelenlét alapjai megfelelőek; célzott fejlesztés indokolt.

### 5.57. Kunfehértói Holdrutás erdő — 63.3/100

**Település:** Kunfehértó. **Típus:** természeti. **Stratégiai szegmens:** Öko- és aktív turizmus. **Cím:** Kunfehértó-Jánoshalma közötti út mentén. **Összpontszám:** 63.3/100.

**Kereslet és érdeklődés.** Google-értékelés: 4.5/5; A1: 13.1/15 pont. Szezonalitás: egész éves működés; A2: 5/5 pont. A dimenzió: 18.1/20 pont.

**Honlap és saját online felületek.** Honlap: gyűjtőoldali aloldal; nyelvi elérhetőség: 2 nyelven elérhető. URL: https://www.knp.hu/hu/kunfehertoi-holdrutas-erdo. Akadálymentesség: igazolt; B4: 10 pont. B dimenzió: 21.0/35 pont.

**Platformjelenlét és aktivitás.** Google Business: igen (4.5/5); Facebook: nem azonosítható; Instagram: nincs; YouTube: nincs. C dimenzió: 9.2/30 pont.

**Kapcsolattartás és információelérés.** E-mail: knp@knp.hu; telefon: +36 76 501 596; közvetlen elérés: biztosított. D dimenzió: 15.0/15 pont.

**Értékelés.** Erősségek: magas látogatói elégedettség, teljes és könnyen elérhető kapcsolati adatok. Fejlesztendő területek: passzív platformjelenlét. A digitális jelenlét alapjai megfelelőek; célzott fejlesztés indokolt.

***Megjegyzés.*** *Országos jelentőségű védett természeti terület (1975) - a virginiai holdruta egyetlen hazai termőhelye 120 hektáron. A KNP kezelésében.*

### 5.58. Fejetéki mocsár - tanösvény — 62.9/100

**Település:** Kiskunhalas. **Típus:** természeti. **Stratégiai szegmens:** Öko- és aktív turizmus. **Cím:** Fejeték dűlő. **Összpontszám:** 62.9/100.

**Kereslet és érdeklődés.** Google-értékelés: 4.4/5; A1: 12.8/15 pont. Szezonalitás: egész éves működés; A2: 5/5 pont. A dimenzió: 17.8/20 pont.

**Honlap és saját online felületek.** Honlap: gyűjtőoldali aloldal; nyelvi elérhetőség: 2 nyelven elérhető. URL: https://www.knp.hu/hu/kiskunhalas-fejetek-mocsar-tanosveny. Akadálymentesség: igazolt; B4: 10 pont. B dimenzió: 21.0/35 pont.

**Platformjelenlét és aktivitás.** Google Business: igen (4.4/5); Facebook: nem azonosítható; Instagram: nincs; YouTube: nincs. C dimenzió: 9.1/30 pont.

**Kapcsolattartás és információelérés.** E-mail: knp@knp.hu; telefon: +36 76 501 596; közvetlen elérés: biztosított. D dimenzió: 15.0/15 pont.

**Értékelés.** Erősségek: teljes és könnyen elérhető kapcsolati adatok. Fejlesztendő területek: passzív platformjelenlét. A digitális jelenlét alapjai megfelelőek; célzott fejlesztés indokolt.

***Megjegyzés.*** *A KNP kezelésében álló kiszáradó láprét Kiskunhalas határában, tanösvénnyel; vidrafű, posványkakastaréj növénytanilag értékes élőhely.*

### 5.59. Petőfi Sándor emlékház — 62.9/100

**Település:** Kiskunfélegyháza. **Típus:** kulturális. **Stratégiai szegmens:** Kulturális és örökségi. **Cím:** Petőfi Sándor u. 7. **Összpontszám:** 62.9/100.

**Kereslet és érdeklődés.** Google-értékelés: 4.8/5; A1: 14.2/15 pont. Szezonalitás: egész éves működés; A2: 5/5 pont. A dimenzió: 19.2/20 pont.

**Honlap és saját online felületek.** Honlap: gyűjtőoldali aloldal; nyelvi elérhetőség: egynyelvű. URL: https://kiskunmuzeum.hu/kiallitasok/kiskun-muzeum-petofi-sandor-emlekhaza/. Akadálymentesség: igazolt; B4: 10 pont. B dimenzió: 19.0/35 pont.

**Platformjelenlét és aktivitás.** Google Business: igen (4.8/5); Facebook: nem azonosítható; Instagram: nincs; YouTube: nincs. C dimenzió: 9.7/30 pont.

**Kapcsolattartás és információelérés.** E-mail: bejelentkezes@kiskunmuzeum.hu; telefon: 06 76461468; közvetlen elérés: biztosított. D dimenzió: 15.0/15 pont.

**Értékelés.** Erősségek: magas látogatói elégedettség, teljes és könnyen elérhető kapcsolati adatok. Fejlesztendő területek: passzív platformjelenlét. A digitális jelenlét alapjai megfelelőek; célzott fejlesztés indokolt.

***Megjegyzés.*** *A Kiskun Múzeum része, így a közösségi média felületek is a Kiskun Múzeumé (nem önálló)*

### 5.60. Kecskeméti Katona József Múzeum — 62.3/100

**Település:** Kecskemét. **Típus:** kulturális. **Stratégiai szegmens:** Kulturális és örökségi. **Cím:** Bethlen krt. 1. **Összpontszám:** 62.3/100.

**Kereslet és érdeklődés.** Google-értékelés: 4.5/5; A1: 13.1/15 pont. Szezonalitás: egész éves működés; A2: 5/5 pont. A dimenzió: 18.1/20 pont.

**Honlap és saját online felületek.** Honlap: gyűjtőoldali főfelület; nyelvi elérhetőség: egynyelvű. URL: https://kkjm.hu/. Akadálymentesség: nincs igazolt adat; B4: 0 pont. B dimenzió: 13.0/35 pont.

**Platformjelenlét és aktivitás.** Google Business: igen (4.5/5); Facebook: azonosítható, aktivitása nem ellenőrizhető; Instagram: azonosítható, aktivitása nem ellenőrizhető; YouTube: nincs. C dimenzió: 16.2/30 pont.

**Kapcsolattartás és információelérés.** E-mail: kecskem1@t-online.hu; telefon: 06 76 480 776; közvetlen elérés: biztosított. D dimenzió: 15.0/15 pont.

**Értékelés.** Erősségek: magas látogatói elégedettség, teljes és könnyen elérhető kapcsolati adatok. Fejlesztendő területek: hiányos vagy hiányzó saját honlap. A digitális jelenlét alapjai megfelelőek; célzott fejlesztés indokolt.

***Megjegyzés.*** *A megye központi múzeuma.*

### 5.61. Miklóssy János Sportközpont Strandfürdő — 62.3/100

**Település:** Kunszentmiklós. **Típus:** fürdő. **Stratégiai szegmens:** Fürdő és wellness. **Cím:** Damjanich u. 15. **Összpontszám:** 62.3/100.

**Kereslet és érdeklődés.** Google-értékelés: 4.3/5; A1: 12.4/15 pont. Szezonalitás: részben szezonális működés; A2: 3/5 pont. A dimenzió: 15.4/20 pont.

**Honlap és saját online felületek.** Honlap: önálló, dedikált; nyelvi elérhetőség: egynyelvű. URL: https://miklossysport.hu/. Akadálymentesség: nincs igazolt adat; B4: 0 pont. B dimenzió: 17.0/35 pont.

**Platformjelenlét és aktivitás.** Google Business: igen (4.3/5); Facebook: heti/havi aktivitás (utolsó bejegyzés: 30 napja jelent meg; 1 100 követővel); Instagram: nincs; YouTube: nincs. C dimenzió: 14.9/30 pont.

**Kapcsolattartás és információelérés.** E-mail: miklossysport@gmail.com; telefon: +36 76 351 051; közvetlen elérés: biztosított. D dimenzió: 15.0/15 pont.

**Értékelés.** Erősségek: teljes és könnyen elérhető kapcsolati adatok. A digitális jelenlét alapjai megfelelőek; célzott fejlesztés indokolt.

***Megjegyzés.*** *Kunszentmiklós sportközpontjának termálfürdős részlege.*

### 5.62. Cifrapalota — 61.3/100

**Település:** Kecskemét. **Típus:** kulturális. **Stratégiai szegmens:** Kulturális és örökségi. **Cím:** Rákóczi út 1. **Összpontszám:** 61.3/100.

**Kereslet és érdeklődés.** Google-értékelés: 4.5/5; A1: 13.1/15 pont. Szezonalitás: egész éves működés; A2: 5/5 pont. A dimenzió: 18.1/20 pont.

**Honlap és saját online felületek.** Honlap: gyűjtőoldali aloldal; nyelvi elérhetőség: egynyelvű. URL: https://kkjm.hu/cifrapalota. Akadálymentesség: nincs igazolt adat; B4: 0 pont. B dimenzió: 9.0/35 pont.

**Platformjelenlét és aktivitás.** Google Business: igen (4.5/5); Facebook: heti/havi aktivitás (utolsó bejegyzés: 14 napja jelent meg; 4 700 követővel); Instagram: heti/havi aktivitás (utolsó bejegyzés: 30 napja jelent meg); YouTube: nincs. C dimenzió: 19.2/30 pont.

**Kapcsolattartás és információelérés.** E-mail: kecskem1@t-online.hu; telefon: 06 76480776; közvetlen elérés: biztosított. D dimenzió: 15.0/15 pont.

**Értékelés.** Erősségek: magas látogatói elégedettség, rendszeres és többcsatornás platformkommunikáció, teljes és könnyen elérhető kapcsolati adatok. Fejlesztendő területek: hiányos vagy hiányzó saját honlap. A digitális jelenlét alapjai megfelelőek; célzott fejlesztés indokolt.

### 5.63. Orgoványi-rétek — 61.3/100

**Település:** Orgovány. **Típus:** természeti. **Stratégiai szegmens:** Öko- és aktív turizmus. **Cím:** Kiskunsági NP. **Összpontszám:** 61.3/100.

**Kereslet és érdeklődés.** Google-értékelés: 4.5/5; A1: 13.1/15 pont. Szezonalitás: részben szezonális működés; A2: 3/5 pont. A dimenzió: 16.1/20 pont.

**Honlap és saját online felületek.** Honlap: gyűjtőoldali aloldal; nyelvi elérhetőség: 2 nyelven elérhető. URL: https://www.knp.hu/hu/orgoványi-rétek. Akadálymentesség: igazolt; B4: 10 pont. B dimenzió: 21.0/35 pont.

**Platformjelenlét és aktivitás.** Google Business: igen (4.5/5); Facebook: nem azonosítható; Instagram: nincs; YouTube: nincs. C dimenzió: 9.2/30 pont.

**Kapcsolattartás és információelérés.** E-mail: oktatasio@knp.hu; telefon: 06 76 482 948; közvetlen elérés: biztosított. D dimenzió: 15.0/15 pont.

**Értékelés.** Erősségek: magas látogatói elégedettség, teljes és könnyen elérhető kapcsolati adatok. Fejlesztendő területek: passzív platformjelenlét. A digitális jelenlét alapjai megfelelőek; célzott fejlesztés indokolt.

***Megjegyzés.*** *A Kiskunsági Nemzeti Park területe, védett szikes puszta.*

### 5.64. Móra Ferenc emlékház — 61.3/100

**Település:** Kiskunfélegyháza. **Típus:** kulturális. **Stratégiai szegmens:** Kulturális és örökségi. **Cím:** Móra F. u. 19. **Összpontszám:** 61.3/100.

**Kereslet és érdeklődés.** Google-értékelés: 4.5/5; A1: 13.1/15 pont. Szezonalitás: egész éves működés; A2: 5/5 pont. A dimenzió: 18.1/20 pont.

**Honlap és saját online felületek.** Honlap: gyűjtőoldali aloldal; nyelvi elérhetőség: egynyelvű. URL: https://kiskunmuzeum.hu/kiallitasok/kiskun-muzeum-mora-ferenc-emlekhaza/. Akadálymentesség: igazolt; B4: 10 pont. B dimenzió: 19.0/35 pont.

**Platformjelenlét és aktivitás.** Google Business: igen (4.5/5); Facebook: nem azonosítható; Instagram: nincs; YouTube: nincs. C dimenzió: 9.2/30 pont.

**Kapcsolattartás és információelérés.** E-mail: bejelentkezes@kiskunmuzeum.hu; telefon: 06 76461468; közvetlen elérés: biztosított. D dimenzió: 15.0/15 pont.

**Értékelés.** Erősségek: magas látogatói elégedettség, teljes és könnyen elérhető kapcsolati adatok. Fejlesztendő területek: passzív platformjelenlét. A digitális jelenlét alapjai megfelelőek; célzott fejlesztés indokolt.

***Megjegyzés.*** *A Kiskun Múzeum része, így a közösségi média felületek is a Kiskun Múzeumé (nem önálló)*

### 5.65. Dávodi Gyógyfürdő — 61.3/100

**Település:** Dávod. **Típus:** fürdő. **Stratégiai szegmens:** Fürdő és wellness. **Cím:** Vadász u. 4. **Összpontszám:** 61.3/100.

**Kereslet és érdeklődés.** Google-értékelés: 4.5/5; A1: 13.1/15 pont. Szezonalitás: szezonális működés; A2: 1/5 pont. A dimenzió: 14.1/20 pont.

**Honlap és saját online felületek.** Honlap: önálló, dedikált; nyelvi elérhetőség: egynyelvű. URL: https://www.davodfurdo.hu/. Akadálymentesség: nincs igazolt adat; B4: 0 pont. B dimenzió: 17.0/35 pont.

**Platformjelenlét és aktivitás.** Google Business: igen (4.5/5); Facebook: heti/havi aktivitás (utolsó bejegyzés: 14 napja jelent meg; 10 833 követővel); Instagram: nincs; YouTube: nincs. C dimenzió: 15.2/30 pont.

**Kapcsolattartás és információelérés.** E-mail: info@davodfurdo.hu; telefon: +36 30 458 0250; közvetlen elérés: biztosított. D dimenzió: 15.0/15 pont.

**Értékelés.** Erősségek: magas látogatói elégedettség, teljes és könnyen elérhető kapcsolati adatok. A digitális jelenlét alapjai megfelelőek; célzott fejlesztés indokolt.

***Megjegyzés.*** *Dél-Bácska legkedveltebb családbarát gyógyfürdője, 2009-ben felújítva. 7 hektáros park.*

### 5.66. Lakitelek Tősfürdő — 60.3/100

**Település:** Lakitelek. **Típus:** fürdő. **Stratégiai szegmens:** Fürdő és wellness. **Cím:** Tőserdő. **Összpontszám:** 60.3/100.

**Kereslet és érdeklődés.** Google-értékelés: 4.3/5; A1: 12.4/15 pont. Szezonalitás: szezonális működés; A2: 1/5 pont. A dimenzió: 13.4/20 pont.

**Honlap és saját online felületek.** Honlap: önálló, dedikált; nyelvi elérhetőség: egynyelvű. URL: https://toserdo.com/. Akadálymentesség: nincs igazolt adat; B4: 0 pont. B dimenzió: 17.0/35 pont.

**Platformjelenlét és aktivitás.** Google Business: igen (4.3/5); Facebook: heti/havi aktivitás (utolsó bejegyzés: 30 napja jelent meg; 230 követővel); Instagram: nincs; YouTube: nincs. C dimenzió: 14.9/30 pont.

**Kapcsolattartás és információelérés.** E-mail: toserdo@lakitelek.hu; telefon: +36 70 337 6656; közvetlen elérés: biztosított. D dimenzió: 15.0/15 pont.

**Értékelés.** Erősségek: teljes és könnyen elérhető kapcsolati adatok. A digitális jelenlét alapjai megfelelőek; célzott fejlesztés indokolt.

***Megjegyzés.*** *Szezonális termálfürdő 42°C gyógyvízzel, a Tőserdő Nonprofit Kft. üzemeltetésében.*

### 5.67. Félegyházi Termál Parkfürdő — 60.3/100

**Település:** Kiskunfélegyháza. **Típus:** fürdő. **Stratégiai szegmens:** Fürdő és wellness. **Cím:** Blaha Lujza tér. **Összpontszám:** 60.3/100.

**Kereslet és érdeklődés.** Google-értékelés: 4.3/5; A1: 12.4/15 pont. Szezonalitás: szezonális működés; A2: 1/5 pont. A dimenzió: 13.4/20 pont.

**Honlap és saját online felületek.** Honlap: önálló, dedikált; nyelvi elérhetőség: egynyelvű. URL: https://felegyhaziparkfurdo.hu/. Akadálymentesség: nincs igazolt adat; B4: 0 pont. B dimenzió: 17.0/35 pont.

**Platformjelenlét és aktivitás.** Google Business: igen (4.3/5); Facebook: heti/havi aktivitás (utolsó bejegyzés: 30 napja jelent meg; 3 100 követővel); Instagram: nincs; YouTube: nincs. C dimenzió: 14.9/30 pont.

**Kapcsolattartás és információelérés.** E-mail: info@felegyhaziparkfurdo.hu; telefon: +36 76 461 131; közvetlen elérés: biztosított. D dimenzió: 15.0/15 pont.

**Értékelés.** Erősségek: teljes és könnyen elérhető kapcsolati adatok. A digitális jelenlét alapjai megfelelőek; célzott fejlesztés indokolt.

***Megjegyzés.*** *Kiskunfélegyháza szezonális strandfürdője termálmedencékkel.*

### 5.68. Kecskeméti Élményfürdő és Csúszdapark — 60.3/100

**Település:** Kecskemét. **Típus:** fürdő. **Stratégiai szegmens:** Fürdő és wellness. **Cím:** Csabay Géza krt. 5. **Összpontszám:** 60.3/100.

**Kereslet és érdeklődés.** Google-értékelés: 4.3/5; A1: 12.4/15 pont. Szezonalitás: szezonális működés; A2: 1/5 pont. A dimenzió: 13.4/20 pont.

**Honlap és saját online felületek.** Honlap: önálló, dedikált; nyelvi elérhetőség: egynyelvű. URL: https://www.csuszdapark.hu/. Akadálymentesség: nincs igazolt adat; B4: 0 pont. B dimenzió: 17.0/35 pont.

**Platformjelenlét és aktivitás.** Google Business: igen (4.3/5); Facebook: heti/havi aktivitás (utolsó bejegyzés: 30 napja jelent meg; 8 400 követővel); Instagram: nincs; YouTube: nincs. C dimenzió: 14.9/30 pont.

**Kapcsolattartás és információelérés.** E-mail: info@csuszdapark.hu; telefon: +36 76 417 407; közvetlen elérés: biztosított. D dimenzió: 15.0/15 pont.

**Értékelés.** Erősségek: teljes és könnyen elérhető kapcsolati adatok. A digitális jelenlét alapjai megfelelőek; célzott fejlesztés indokolt.

***Megjegyzés.*** *Szezonális strandfürdő és csúszdapark a Széktó partján.*

### 5.69. Kalocsai Érseki Palota — 59.9/100

**Település:** Kalocsa. **Típus:** vallási. **Stratégiai szegmens:** Kulturális és örökségi. **Cím:** Szentháromság tér 1. **Összpontszám:** 59.9/100.

**Kereslet és érdeklődés.** Google-értékelés: 4.6/5; A1: 13.5/15 pont. Szezonalitás: egész éves működés; A2: 5/5 pont. A dimenzió: 18.5/20 pont.

**Honlap és saját online felületek.** Honlap: gyűjtőoldali főfelület; nyelvi elérhetőség: egynyelvű. URL: https://www.astriceum.hu/. Akadálymentesség: nincs igazolt adat; B4: 0 pont. B dimenzió: 13.0/35 pont.

**Platformjelenlét és aktivitás.** Google Business: igen (4.6/5); Facebook: ritkán frissül (utolsó bejegyzés: 730 napja; 983 követővel); Instagram: nincs; YouTube: nincs. C dimenzió: 13.4/30 pont.

**Kapcsolattartás és információelérés.** E-mail: infokincstar@gmail.com; telefon: 06 30 575 0702; közvetlen elérés: biztosított. D dimenzió: 15.0/15 pont.

**Értékelés.** Erősségek: magas látogatói elégedettség, teljes és könnyen elérhető kapcsolati adatok. Fejlesztendő területek: hiányos vagy hiányzó saját honlap. A digitális jelenlét alapjai megfelelőek; célzott fejlesztés indokolt.

### 5.70. Astriceum Érseki Múzeum és Látogató Központ (Érseki Kincstár) — 59.9/100

**Település:** Kalocsa. **Típus:** vallási. **Stratégiai szegmens:** Kulturális és örökségi. **Cím:** Szentháromság tér 2-3. **Összpontszám:** 59.9/100.

**Kereslet és érdeklődés.** Google-értékelés: 4.6/5; A1: 13.5/15 pont. Szezonalitás: egész éves működés; A2: 5/5 pont. A dimenzió: 18.5/20 pont.

**Honlap és saját online felületek.** Honlap: gyűjtőoldali főfelület; nyelvi elérhetőség: egynyelvű. URL: https://astriceum.hu/. Akadálymentesség: nincs igazolt adat; B4: 0 pont. B dimenzió: 13.0/35 pont.

**Platformjelenlét és aktivitás.** Google Business: igen (4.6/5); Facebook: ritkán frissül (utolsó bejegyzés: 730 napja; 983 követővel); Instagram: nincs; YouTube: nincs. C dimenzió: 13.4/30 pont.

**Kapcsolattartás és információelérés.** E-mail: infokincstar@gmail.com; telefon: 06 30 575 0702; közvetlen elérés: biztosított. D dimenzió: 15.0/15 pont.

**Értékelés.** Erősségek: magas látogatói elégedettség, teljes és könnyen elérhető kapcsolati adatok. Fejlesztendő területek: hiányos vagy hiányzó saját honlap. A digitális jelenlét alapjai megfelelőek; célzott fejlesztés indokolt.

### 5.71. Sarlós Boldogasszony-templom — 59.9/100

**Település:** Kiskunfélegyháza. **Típus:** vallási. **Stratégiai szegmens:** Kulturális és örökségi. **Cím:** Béke tér 1. **Összpontszám:** 59.9/100.

**Kereslet és érdeklődés.** Google-értékelés: 4.6/5; A1: 13.5/15 pont. Szezonalitás: egész éves működés; A2: 5/5 pont. A dimenzió: 18.5/20 pont.

**Honlap és saját online felületek.** Honlap: gyűjtőoldali főfelület; nyelvi elérhetőség: 3 nyelven elérhető. URL: https://www.sbaotemplom.hu/. Akadálymentesség: nincs igazolt adat; B4: 0 pont. B dimenzió: 17.0/35 pont.

**Platformjelenlét és aktivitás.** Google Business: igen (4.6/5); Facebook: nem azonosítható; Instagram: nincs; YouTube: nincs. C dimenzió: 9.4/30 pont.

**Kapcsolattartás és információelérés.** E-mail: sarlosba@gmail.com; telefon: 06 76462642; közvetlen elérés: biztosított. D dimenzió: 15.0/15 pont.

**Értékelés.** Erősségek: magas látogatói elégedettség, teljes és könnyen elérhető kapcsolati adatok. Fejlesztendő területek: passzív platformjelenlét. A digitális jelenlét alapjai megfelelőek; célzott fejlesztés indokolt.

### 5.72. Kontyvirág Erdei Iskola — 59.9/100

**Település:** Lakitelek. **Típus:** természeti. **Stratégiai szegmens:** Öko- és aktív turizmus. **Cím:** Tőserdő. **Összpontszám:** 59.9/100.

**Kereslet és érdeklődés.** Google-értékelés: 4.6/5; A1: 13.5/15 pont. Szezonalitás: egész éves működés; A2: 5/5 pont. A dimenzió: 18.5/20 pont.

**Honlap és saját online felületek.** Honlap: önálló, dedikált; nyelvi elérhetőség: egynyelvű. URL: http://www.kontyvirag.hu/. Akadálymentesség: nincs igazolt adat; B4: 0 pont. B dimenzió: 17.0/35 pont.

**Platformjelenlét és aktivitás.** Google Business: igen (4.6/5); Facebook: nem azonosítható; Instagram: nincs; YouTube: nincs. C dimenzió: 9.4/30 pont.

**Kapcsolattartás és információelérés.** E-mail: kontyvirag@knp.hu; telefon: +36 30 553 8764; közvetlen elérés: biztosított. D dimenzió: 15.0/15 pont.

**Értékelés.** Erősségek: magas látogatói elégedettség, teljes és könnyen elérhető kapcsolati adatok. Fejlesztendő területek: passzív platformjelenlét. A digitális jelenlét alapjai megfelelőek; célzott fejlesztés indokolt.

***Megjegyzés.*** *Minősített erdei iskolai bázishely (DA000136), 44 férőhely, a Kiskunsági Nemzeti Park Igazgatóság kezelésében. Vezető: Filotás Zoltán.*

### 5.73. Kalocsai Csajda Gyógyfürdő és Uszoda — 58.9/100

**Település:** Kalocsa. **Típus:** fürdő. **Stratégiai szegmens:** Fürdő és wellness. **Cím:** Malatin tér. **Összpontszám:** 58.9/100.

**Kereslet és érdeklődés.** Google-értékelés: 4.4/5; A1: 12.8/15 pont. Szezonalitás: szezonális működés; A2: 1/5 pont. A dimenzió: 13.8/20 pont.

**Honlap és saját online felületek.** Honlap: önálló, dedikált; nyelvi elérhetőség: egynyelvű. URL: http://www.kalocsaviz.hu/. Akadálymentesség: nincs igazolt adat; B4: 0 pont. B dimenzió: 17.0/35 pont.

**Platformjelenlét és aktivitás.** Google Business: igen (4.4/5); Facebook: ritkán frissül (utolsó bejegyzés: 365 napja; 1 200 követővel); Instagram: nincs; YouTube: nincs. C dimenzió: 13.1/30 pont.

**Kapcsolattartás és információelérés.** E-mail: kalocsaviz@t-online.hu; telefon: +36 78 461 075; közvetlen elérés: biztosított. D dimenzió: 15.0/15 pont.

**Értékelés.** Erősségek: teljes és könnyen elérhető kapcsolati adatok. A digitális jelenlét alapjai megfelelőek; célzott fejlesztés indokolt.

***Megjegyzés.*** *2024.12.02-től 2027.12.31-ig felújítás miatt ZÁRVA. Kalocsa hivatalos gyógyfürdő-minősítésű fürdője.*

### 5.74. Kalocsai Főszékesegyház — 58.5/100

**Település:** Kalocsa. **Típus:** vallási. **Stratégiai szegmens:** Kulturális és örökségi. **Cím:** Szentháromság tér. **Összpontszám:** 58.5/100.

**Kereslet és érdeklődés.** Google-értékelés: 4.7/5; A1: 13.9/15 pont. Szezonalitás: egész éves működés; A2: 5/5 pont. A dimenzió: 18.9/20 pont.

**Honlap és saját online felületek.** Honlap: gyűjtőoldali aloldal; nyelvi elérhetőség: 2 nyelven elérhető. URL: https://asztrik.hu/. Akadálymentesség: nincs igazolt adat; B4: 0 pont. B dimenzió: 11.0/35 pont.

**Platformjelenlét és aktivitás.** Google Business: igen (4.7/5); Facebook: azonosítható, aktivitása nem ellenőrizhető (4 500 követővel); Instagram: nincs; YouTube: nincs. C dimenzió: 13.6/30 pont.

**Kapcsolattartás és információelérés.** E-mail: ersekseg@asztrik.hu; telefon: +36 78 462 166; közvetlen elérés: biztosított. D dimenzió: 15.0/15 pont.

**Értékelés.** Erősségek: magas látogatói elégedettség, teljes és könnyen elérhető kapcsolati adatok. Fejlesztendő területek: hiányos vagy hiányzó saját honlap. A digitális jelenlét alapjai megfelelőek; célzott fejlesztés indokolt.

***Megjegyzés.*** *Nagyboldogasszony Főszékesegyház (1754) - a Kalocsa-Kecskeméti Főegyházmegye főtemploma.*

### 5.75. Császártöltési Sváb Tájház — 58.5/100

**Település:** Császártöltés. **Típus:** kulturális. **Stratégiai szegmens:** Kulturális és örökségi. **Cím:** Kossuth Lajos u. 167. **Összpontszám:** 58.5/100.

**Kereslet és érdeklődés.** Google-értékelés: 4.7/5; A1: 13.9/15 pont. Szezonalitás: egész éves működés; A2: 5/5 pont. A dimenzió: 18.9/20 pont.

**Honlap és saját online felületek.** Honlap: gyűjtőoldali aloldal; nyelvi elérhetőség: egynyelvű. URL: https://www.csaszartoltes.hu/index.php/kultura/tajhaz. Akadálymentesség: nincs igazolt adat; B4: 0 pont. B dimenzió: 9.0/35 pont.

**Platformjelenlét és aktivitás.** Google Business: igen (4.7/5); Facebook: heti/havi aktivitás (utolsó bejegyzés: 14 napja jelent meg; 1 500 követővel); Instagram: nincs; YouTube: nincs. C dimenzió: 15.6/30 pont.

**Kapcsolattartás és információelérés.** E-mail: info@csaszartoltes.hu; telefon: +36 78 443 544; közvetlen elérés: biztosított. D dimenzió: 15.0/15 pont.

**Értékelés.** Erősségek: magas látogatói elégedettség, teljes és könnyen elérhető kapcsolati adatok. Fejlesztendő területek: hiányos vagy hiányzó saját honlap. A digitális jelenlét alapjai megfelelőek; célzott fejlesztés indokolt.

***Megjegyzés.*** *Népi barokk homlokzatú sváb tájház a Teleházzal közös udvaron, 3 kiállítóteremmel - tematikus helytörténeti és néprajzi kiállítással. A Császártöltési Pincesorok a megyei Értéktár része.*

### 5.76. Halasi mesesétány — 57.9/100

**Település:** Kiskunhalas. **Típus:** kulturális. **Stratégiai szegmens:** Kulturális és örökségi. **Cím:** Szövetség tér 11. **Összpontszám:** 57.9/100.

**Kereslet és érdeklődés.** Google-értékelés: 4.6/5; A1: 13.5/15 pont. Szezonalitás: egész éves működés; A2: 5/5 pont. A dimenzió: 18.5/20 pont.

**Honlap és saját online felületek.** Honlap: önálló oldal aloldala; nyelvi elérhetőség: egynyelvű. URL: https://www.vkhalas.hu/index.php/halasi-mesesetany/. Akadálymentesség: nincs igazolt adat; B4: 0 pont. B dimenzió: 15.0/35 pont.

**Platformjelenlét és aktivitás.** Google Business: igen (4.6/5); Facebook: nem azonosítható; Instagram: nincs; YouTube: nincs. C dimenzió: 9.4/30 pont.

**Kapcsolattartás és információelérés.** E-mail: kkhalas@vkhalas.hu; telefon: +36 77 427 781; közvetlen elérés: biztosított. D dimenzió: 15.0/15 pont.

**Értékelés.** Erősségek: magas látogatói elégedettség, teljes és könnyen elérhető kapcsolati adatok. Fejlesztendő területek: passzív platformjelenlét. A digitális jelenlét alapjai megfelelőek; célzott fejlesztés indokolt.

***Megjegyzés.*** *7 meseházikóból álló sétány, a Martonosi Pál Városi Könyvtár kezelésében. Megálmodója: Árendás Rózsa. 2024 májusában átadva.*

### 5.77. Nagy István képtár — 57.3/100

**Település:** Baja. **Típus:** kulturális. **Stratégiai szegmens:** Kulturális és örökségi. **Cím:** Arany János u. 1. **Összpontszám:** 57.3/100.

**Kereslet és érdeklődés.** Google-értékelés: 4.5/5; A1: 13.1/15 pont. Szezonalitás: részben szezonális működés; A2: 3/5 pont. A dimenzió: 16.1/20 pont.

**Honlap és saját online felületek.** Honlap: gyűjtőoldali aloldal; nyelvi elérhetőség: 2 nyelven elérhető. URL: https://bajaimuzeum.hu/kiallitasok/allando-kiallitasok/nagy-istvan-keptar/. Akadálymentesség: nincs igazolt adat; B4: 0 pont. B dimenzió: 11.0/35 pont.

**Platformjelenlét és aktivitás.** Google Business: igen (4.5/5); Facebook: heti/havi aktivitás (utolsó bejegyzés: 14 napja jelent meg; 4 500 követővel); Instagram: nincs; YouTube: nincs. C dimenzió: 15.2/30 pont.

**Kapcsolattartás és információelérés.** E-mail: info@bajaimuzeum.hu; telefon: +36 79 325 173; közvetlen elérés: biztosított. D dimenzió: 15.0/15 pont.

**Értékelés.** Erősségek: magas látogatói elégedettség, teljes és könnyen elérhető kapcsolati adatok. Fejlesztendő területek: hiányos vagy hiányzó saját honlap. A digitális jelenlét alapjai megfelelőek; célzott fejlesztés indokolt.

***Megjegyzés.*** *Bajai Türr István Múzeum képzőművészeti gyűjteménye az 1820 körül épült Vojnich-kúriában, Nagy István festőművész állandó kiállításával.*

### 5.78. Bajai Halászléfőző Népünnepély helyszíne — 56.9/100

**Település:** Baja. **Típus:** fesztivál. **Stratégiai szegmens:** Kulturális és örökségi. **Cím:** Szentháromság tér. **Összpontszám:** 56.9/100.

**Kereslet és érdeklődés.** Google-értékelés: 4.6/5; A1: 13.5/15 pont. Szezonalitás: szezonális működés; A2: 1/5 pont. A dimenzió: 14.5/20 pont.

**Honlap és saját online felületek.** Honlap: önálló, dedikált; nyelvi elérhetőség: 3 nyelven elérhető. URL: https://www.bajafish.hu/. Akadálymentesség: nincs igazolt adat; B4: 0 pont. B dimenzió: 21.0/35 pont.

**Platformjelenlét és aktivitás.** Google Business: igen (4.6/5); Facebook: ritkán frissül (utolsó bejegyzés: 999 napja); Instagram: nincs; YouTube: nincs. C dimenzió: 13.4/30 pont.

**Kapcsolattartás és információelérés.** E-mail: info@bajafish.hu; telefon: nem azonosítható; kapcsolattartás: részleges. D dimenzió: 8.0/15 pont.

**Értékelés.** Erősségek: magas látogatói elégedettség. A digitális jelenlét alapjai megfelelőek; célzott fejlesztés indokolt.

***Megjegyzés.*** *Éves fesztivál (július második szombatja), nem állandó attrakció. Önálló honlap három nyelven.*

### 5.79. Éber emlékház — 56.5/100

**Település:** Baja. **Típus:** kulturális. **Stratégiai szegmens:** Kulturális és örökségi. **Cím:** Jókai Mór u. 19. **Összpontszám:** 56.5/100.

**Kereslet és érdeklődés.** Google-értékelés: 4.9/5; A1: 14.6/15 pont. Szezonalitás: egész éves működés; A2: 5/5 pont. A dimenzió: 19.6/20 pont.

**Honlap és saját online felületek.** Honlap: gyűjtőoldali aloldal; nyelvi elérhetőség: egynyelvű. URL: https://bajaimuzeum.hu/kiallitasok/allando-kiallitasok/eber-emlekhaz/. Akadálymentesség: igazolt; B4: 10 pont. B dimenzió: 19.0/35 pont.

**Platformjelenlét és aktivitás.** Google Business: igen (4.9/5); Facebook: nem azonosítható; Instagram: nincs; YouTube: nincs. C dimenzió: 9.9/30 pont.

**Kapcsolattartás és információelérés.** Telefon: 06 79324216; e-mail: nem azonosítható; kapcsolattartás: részleges. D dimenzió: 8.0/15 pont.

**Értékelés.** Erősségek: magas látogatói elégedettség. Fejlesztendő területek: passzív platformjelenlét. A digitális jelenlét alapjai megfelelőek; célzott fejlesztés indokolt.

### 5.80. Konecsni György Helytörténeti Gyűjtemény — 56.5/100

**Település:** Kiskunmajsa. **Típus:** kulturális. **Stratégiai szegmens:** Kulturális és örökségi. **Cím:** Iskola u. 8–10. **Összpontszám:** 56.5/100.

**Kereslet és érdeklődés.** Google-értékelés: 4.7/5; A1: 13.9/15 pont. Szezonalitás: egész éves működés; A2: 5/5 pont. A dimenzió: 18.9/20 pont.

**Honlap és saját online felületek.** Honlap: gyűjtőoldali aloldal; nyelvi elérhetőség: egynyelvű. URL: https://www.kiskunmajsa.hu/hirek/muzeum. Akadálymentesség: nincs igazolt adat; B4: 0 pont. B dimenzió: 9.0/35 pont.

**Platformjelenlét és aktivitás.** Google Business: igen (4.7/5); Facebook: azonosítható, aktivitása nem ellenőrizhető; Instagram: azonosítható, aktivitása nem ellenőrizhető; YouTube: nincs. C dimenzió: 13.6/30 pont.

**Kapcsolattartás és információelérés.** E-mail: helytortenet@kiskunmajsa.hu; telefon: +36 70 437 8102; közvetlen elérés: biztosított. D dimenzió: 15.0/15 pont.

**Értékelés.** Erősségek: magas látogatói elégedettség, teljes és könnyen elérhető kapcsolati adatok. Fejlesztendő területek: hiányos vagy hiányzó saját honlap. A digitális jelenlét alapjai megfelelőek; célzott fejlesztés indokolt.

Megjegyzés. Egész évben működő helytörténeti gyűjtemény és kiállítóhely. Google-értékelése 4.7/5. Önálló Facebook-oldala azonosítható; igazolt webes akadálymentesség és hivatalos YouTube-csatorna nem azonosítható.

### 5.81. Zwack Kecskeméti Pálinka Manufaktúra — 56.3/100

**Település:** Kecskemét. **Típus:** gasztro. **Stratégiai szegmens:** Gasztro és bor. **Cím:** Matkói u. 2. **Összpontszám:** 56.3/100.

**Kereslet és érdeklődés.** Google-értékelés: 4.3/5; A1: 12.4/15 pont. Szezonalitás: részben szezonális működés; A2: 3/5 pont. A dimenzió: 15.4/20 pont.

**Honlap és saját online felületek.** Honlap: önálló oldal aloldala; nyelvi elérhetőség: 2 nyelven elérhető. URL: https://zwackunicum.hu/zwack-kecskemeti-palinkamanufaktura/. Akadálymentesség: nincs igazolt adat; B4: 0 pont. B dimenzió: 17.0/35 pont.

**Platformjelenlét és aktivitás.** Google Business: igen (4.3/5); Facebook: nem azonosítható; Instagram: nincs; YouTube: nincs. C dimenzió: 8.9/30 pont.

**Kapcsolattartás és információelérés.** E-mail: takacs@zwackunicum.hu; telefon: 06 76486027; közvetlen elérés: biztosított. D dimenzió: 15.0/15 pont.

**Értékelés.** Erősségek: teljes és könnyen elérhető kapcsolati adatok. Fejlesztendő területek: passzív platformjelenlét. A digitális jelenlét alapjai megfelelőek; célzott fejlesztés indokolt.

### 5.82. Kiskunsági Nemzeti Park Látogatóközpont (természet Háza) — 55.9/100

**Település:** Kecskemét. **Típus:** természeti. **Stratégiai szegmens:** Öko- és aktív turizmus. **Cím:** Liszt Ferenc u. 19. **Összpontszám:** 55.9/100.

**Kereslet és érdeklődés.** Google-értékelés: 4.6/5; A1: 13.5/15 pont. Szezonalitás: részben szezonális működés; A2: 3/5 pont. A dimenzió: 16.5/20 pont.

**Honlap és saját online felületek.** Honlap: gyűjtőoldali aloldal; nyelvi elérhetőség: 2 nyelven elérhető. URL: https://www.knp.hu/hu/termeszet-haza. Akadálymentesség: nincs igazolt adat; B4: 0 pont. B dimenzió: 11.0/35 pont.

**Platformjelenlét és aktivitás.** Google Business: igen (4.6/5); Facebook: azonosítható, aktivitása nem ellenőrizhető (520 követővel); Instagram: nincs; YouTube: nincs. C dimenzió: 13.4/30 pont.

**Kapcsolattartás és információelérés.** E-mail: oktatasio@knp.hu; telefon: 06 76482611; közvetlen elérés: biztosított. D dimenzió: 15.0/15 pont.

**Értékelés.** Erősségek: magas látogatói elégedettség, teljes és könnyen elérhető kapcsolati adatok. Fejlesztendő területek: hiányos vagy hiányzó saját honlap. A digitális jelenlét alapjai megfelelőek; célzott fejlesztés indokolt.

### 5.83. Pusztatemplom — 55.5/100

**Település:** Lajosmizse. **Típus:** kulturális. **Stratégiai szegmens:** Kulturális és örökségi. **Cím:** Lajosmizse külterület, Pusztatemplom romjai. **Összpontszám:** 55.5/100.

**Kereslet és érdeklődés.** Google-értékelés: 4.9/5; A1: 14.6/15 pont. Szezonalitás: egész éves működés; A2: 5/5 pont. A dimenzió: 19.6/20 pont.

**Honlap és saját online felületek.** Honlap: gyűjtőoldali aloldal; nyelvi elérhetőség: 2 nyelven elérhető. URL: https://romvandor.hu/programhelyszinek/pusztatemplom/. Akadálymentesség: nincs igazolt adat; B4: 0 pont. B dimenzió: 11.0/35 pont.

**Platformjelenlét és aktivitás.** Google Business: igen (4.9/5); Facebook: nem azonosítható; Instagram: nincs; YouTube: nincs. C dimenzió: 9.9/30 pont.

**Kapcsolattartás és információelérés.** E-mail: lajosmizse@lajosmizse.hu; telefon: 76/356-211; közvetlen elérés: biztosított. D dimenzió: 15.0/15 pont.

**Értékelés.** Erősségek: magas látogatói elégedettség, teljes és könnyen elérhető kapcsolati adatok. Fejlesztendő területek: hiányos vagy hiányzó saját honlap, passzív platformjelenlét. A digitális jelenlét alapjai megfelelőek; célzott fejlesztés indokolt.

Megjegyzés. A 14. századi Pusztatemplom 2026 nyarán megújult a ROM Vándor programban. Önálló közösségimédia-csatorna és igazolt webes akadálymentesség nem azonosítható.

### 5.84. Császártöltési pincesor — 54.9/100

**Település:** Császártöltés. **Típus:** gasztro. **Stratégiai szegmens:** Gasztro és bor. **Cím:** Pincesor. **Összpontszám:** 54.9/100.

**Kereslet és érdeklődés.** Google-értékelés: 4.4/5; A1: 12.8/15 pont. Szezonalitás: egész éves működés; A2: 5/5 pont. A dimenzió: 17.8/20 pont.

**Honlap és saját online felületek.** Honlap: gyűjtőoldali aloldal; nyelvi elérhetőség: egynyelvű. URL: https://www.csaszartoltes.hu/index.php/csaszartoltes/latnivalok/pincesorok. Akadálymentesség: nincs igazolt adat; B4: 0 pont. B dimenzió: 9.0/35 pont.

**Platformjelenlét és aktivitás.** Google Business: igen (4.4/5); Facebook: ritkán frissül (utolsó bejegyzés: 60 napja); Instagram: nincs; YouTube: nincs. C dimenzió: 13.1/30 pont.

**Kapcsolattartás és információelérés.** E-mail: info@csaszartoltes.hu; telefon: +36 78 443 013; közvetlen elérés: biztosított. D dimenzió: 15.0/15 pont.

**Értékelés.** Erősségek: teljes és könnyen elérhető kapcsolati adatok. Fejlesztendő területek: hiányos vagy hiányzó saját honlap. A digitális jelenlét alapjai megfelelőek; célzott fejlesztés indokolt.

***Megjegyzés.*** *5 pincesor (Főkáptalani, Káposztáskerti, Kis-sori, Vidám sori, Bajtárs u.) kb. 320 használható pincével - sváb építészeti örökség a Hajós-Bajai borvidéken.*

### 5.85. Barátok temploma (Szent Miklós templom) — 54.5/100

**Település:** Kecskemét. **Típus:** vallási. **Stratégiai szegmens:** Kulturális és örökségi. **Cím:** Lestár tér 2. **Összpontszám:** 54.5/100.

**Kereslet és érdeklődés.** Google-értékelés: 4.9/5; A1: 14.6/15 pont. Szezonalitás: egész éves működés; A2: 5/5 pont. A dimenzió: 19.6/20 pont.

**Honlap és saját online felületek.** Saját honlap: nem azonosítható. Akadálymentesség: nincs igazolt adat; B4: 0 pont. B dimenzió: 0.0/35 pont.

**Platformjelenlét és aktivitás.** Google Business: igen (4.9/5); Facebook: aktív (utolsó bejegyzés: 1 napja jelent meg; 1 400 követővel); Instagram: nincs; YouTube: nincs. C dimenzió: 19.9/30 pont.

**Kapcsolattartás és információelérés.** E-mail: martonarnold5@gmail.com; telefon: 06 30 572 9634; közvetlen elérés: biztosított. D dimenzió: 15.0/15 pont.

**Értékelés.** Erősségek: magas látogatói elégedettség, rendszeres és többcsatornás platformkommunikáció, teljes és könnyen elérhető kapcsolati adatok. Fejlesztendő területek: hiányos vagy hiányzó saját honlap. A digitális jelenlét alapjai megfelelőek; célzott fejlesztés indokolt.

### 5.86. Szent Imre Római Katolikus Templom — 54.5/100

**Település:** Hajós. **Típus:** vallási. **Stratégiai szegmens:** Kulturális és örökségi. **Cím:** Köztársaság tér 5. **Összpontszám:** 54.5/100.

**Kereslet és érdeklődés.** Google-értékelés: 4.9/5; A1: 14.6/15 pont. Szezonalitás: egész éves működés; A2: 5/5 pont. A dimenzió: 19.6/20 pont.

**Honlap és saját online felületek.** Honlap: önálló, dedikált; nyelvi elérhetőség: egynyelvű. URL: https://www.hajosiplebania.hu/. Akadálymentesség: nincs igazolt adat; B4: 0 pont. B dimenzió: 17.0/35 pont.

**Platformjelenlét és aktivitás.** Google Business: igen (4.9/5); Facebook: nem azonosítható; Instagram: nincs; YouTube: nincs. C dimenzió: 9.9/30 pont.

**Kapcsolattartás és információelérés.** Telefon: 06 78 404 606; e-mail: nem azonosítható; kapcsolattartás: részleges. D dimenzió: 8.0/15 pont.

**Értékelés.** Erősségek: magas látogatói elégedettség. Fejlesztendő területek: passzív platformjelenlét. A digitális jelenlét alapjai megfelelőek; célzott fejlesztés indokolt.

### 5.87. Halászati Mini Skanzen — 54.3/100

**Település:** Baja. **Típus:** kulturális. **Stratégiai szegmens:** Kulturális és örökségi. **Cím:** Türr Emlékmű part. **Összpontszám:** 54.3/100.

**Kereslet és érdeklődés.** Google-értékelés: 4.3/5; A1: 12.4/15 pont. Szezonalitás: részben szezonális működés; A2: 3/5 pont. A dimenzió: 15.4/20 pont.

**Honlap és saját online felületek.** Honlap: gyűjtőoldali aloldal; nyelvi elérhetőség: egynyelvű. URL: https://visitbaja.hu/latnivalok/hajomalom_es_skanzen. Akadálymentesség: nincs igazolt adat; B4: 0 pont. B dimenzió: 9.0/35 pont.

**Platformjelenlét és aktivitás.** Google Business: igen (4.3/5); Facebook: heti/havi aktivitás (utolsó bejegyzés: 30 napja jelent meg; 1 134 követővel); Instagram: nincs; YouTube: nincs. C dimenzió: 14.9/30 pont.

**Kapcsolattartás és információelérés.** E-mail: info@bajaihajomalom.hu; telefon: +36 30 643 8904; közvetlen elérés: biztosított. D dimenzió: 15.0/15 pont.

**Értékelés.** Erősségek: teljes és könnyen elérhető kapcsolati adatok. Fejlesztendő területek: hiányos vagy hiányzó saját honlap. A digitális jelenlét alapjai megfelelőek; célzott fejlesztés indokolt.

***Megjegyzés.*** *Bajai Hajómalom Egyesület által 2011-ben létrehozott civil skanzen a Türr kilátó szomszédságában.*

### 5.88. Bácsalmási Sóstó — 54.3/100

**Település:** Bácsalmás. **Típus:** természeti. **Stratégiai szegmens:** Öko- és aktív turizmus. **Cím:** Sóstó. **Összpontszám:** 54.3/100.

**Kereslet és érdeklődés.** Google-értékelés: 4.3/5; A1: 12.4/15 pont. Szezonalitás: egész éves működés; A2: 5/5 pont. A dimenzió: 17.4/20 pont.

**Honlap és saját online felületek.** Honlap: gyűjtőoldali aloldal; nyelvi elérhetőség: egynyelvű. URL: https://bacsalmas.kornyeke.hu/en/bacsalmasi-sosto. Akadálymentesség: nincs igazolt adat; B4: 0 pont. B dimenzió: 9.0/35 pont.

**Platformjelenlét és aktivitás.** Google Business: igen (4.3/5); Facebook: ritkán frissül (utolsó bejegyzés: 180 napja; 597 követővel); Instagram: nincs; YouTube: nincs. C dimenzió: 12.9/30 pont.

**Kapcsolattartás és információelérés.** E-mail: hivatal@bacsalmas.hu; telefon: +36 79 520 190; közvetlen elérés: biztosított. D dimenzió: 15.0/15 pont.

**Értékelés.** Erősségek: teljes és könnyen elérhető kapcsolati adatok. Fejlesztendő területek: hiányos vagy hiányzó saját honlap. A digitális jelenlét alapjai megfelelőek; célzott fejlesztés indokolt.

***Megjegyzés.*** *Felső-Bácska legjobb állapotban megmaradt ex lege védett szikes tava (1992 óta). 3,9 hektáros gyapjas gyűszűvirág termőhely, a KNP bivalyokkal legelteti.*

### 5.89. Róna Kincse Gyógyfürdő — 53.8/100

**Település:** Kiskunfélegyháza. **Típus:** fürdő. **Stratégiai szegmens:** Fürdő és wellness. **Cím:** Kossuth Lajos u. 25. **Összpontszám:** 53.8/100.

**Kereslet és érdeklődés.** Google-értékelés: 4.2/5; A1: 12.0/15 pont. Szezonalitás: egész éves működés; A2: 5/5 pont. A dimenzió: 17.0/20 pont.

**Honlap és saját online felületek.** Honlap: gyűjtőoldali aloldal; nyelvi elérhetőség: egynyelvű. URL: https://felegyhazikorhaz.hu/rona-kincse-gyogyfurdo/. Akadálymentesség: nincs igazolt adat; B4: 0 pont. B dimenzió: 9.0/35 pont.

**Platformjelenlét és aktivitás.** Google Business: igen (4.2/5); Facebook: ritkán frissül (utolsó bejegyzés: 90 napja; 350 követővel); Instagram: nincs; YouTube: nincs. C dimenzió: 12.8/30 pont.

**Kapcsolattartás és információelérés.** E-mail: info@felegyhazikorhaz.hu; telefon: +36 76 801 803; közvetlen elérés: biztosított. D dimenzió: 15.0/15 pont.

**Értékelés.** Erősségek: teljes és könnyen elérhető kapcsolati adatok. Fejlesztendő területek: hiányos vagy hiányzó saját honlap. A digitális jelenlét alapjai megfelelőek; célzott fejlesztés indokolt.

***Megjegyzés.*** *A Kiskunfélegyházi Kórházhoz tartozó hivatalos gyógyfürdő, jelenleg csak beutalóval látogatható.*

### 5.90. Sugovica-part — 53.5/100

**Település:** Baja. **Típus:** természeti. **Stratégiai szegmens:** Öko- és aktív turizmus. **Cím:** Petőfi-sziget. **Összpontszám:** 53.5/100.

**Kereslet és érdeklődés.** Google-értékelés: 4.7/5; A1: 13.9/15 pont. Szezonalitás: részben szezonális működés; A2: 3/5 pont. A dimenzió: 16.9/20 pont.

**Honlap és saját online felületek.** Honlap: önálló, dedikált; nyelvi elérhetőség: egynyelvű. URL: https://bajaionkormanyzat.hu/. Akadálymentesség: nincs igazolt adat; B4: 0 pont. B dimenzió: 17.0/35 pont.

**Platformjelenlét és aktivitás.** Google Business: igen (4.7/5); Facebook: aktív (utolsó bejegyzés: 1 napja jelent meg; 266 követővel); Instagram: nincs; YouTube: nincs. C dimenzió: 19.6/30 pont.

**Kapcsolattartás és információelérés.** Nyilvánosan elérhető e-mail-cím vagy telefonszám nem található. A D dimenzió összesen 0.0/15 pont, nulla eredmény.

**Értékelés.** Erősségek: magas látogatói elégedettség, rendszeres és többcsatornás platformkommunikáció. Fejlesztendő területek: hiányos kapcsolati adatok. A digitális jelenlét alapjai megfelelőek; célzott fejlesztés indokolt.

### 5.91. Bunyevác tájház — 53.5/100

**Település:** Baja. **Típus:** kulturális. **Stratégiai szegmens:** Kulturális és örökségi. **Cím:** Pandúr u. 51. **Összpontszám:** 53.5/100.

**Kereslet és érdeklődés.** Google-értékelés: 4.7/5; A1: 13.9/15 pont. Szezonalitás: részben szezonális működés; A2: 3/5 pont. A dimenzió: 16.9/20 pont.

**Honlap és saját online felületek.** Honlap: gyűjtőoldali aloldal; nyelvi elérhetőség: egynyelvű. URL: https://bajaimuzeum.hu/kiallitasok/allando-kiallitasok/bunyevac-tajhaz/. Akadálymentesség: igazolt; B4: 10 pont. B dimenzió: 19.0/35 pont.

**Platformjelenlét és aktivitás.** Google Business: igen (4.7/5); Facebook: nem azonosítható; Instagram: nincs; YouTube: nincs. C dimenzió: 9.6/30 pont.

**Kapcsolattartás és információelérés.** Telefon: 06 79324173; e-mail: nem azonosítható; kapcsolattartás: részleges. D dimenzió: 8.0/15 pont.

**Értékelés.** Erősségek: magas látogatói elégedettség. Fejlesztendő területek: passzív platformjelenlét. A digitális jelenlét alapjai megfelelőek; célzott fejlesztés indokolt.

***Megjegyzés.*** *A Türr múzeum része*

### 5.92. Kecskeméti Református Nagytemplom — 52.9/100

**Település:** Kecskemét. **Típus:** vallási. **Stratégiai szegmens:** Kulturális és örökségi. **Cím:** Szabadság tér 7. **Összpontszám:** 52.9/100.

**Kereslet és érdeklődés.** Google-értékelés: 4.6/5; A1: 13.5/15 pont. Szezonalitás: egész éves működés; A2: 5/5 pont. A dimenzió: 18.5/20 pont.

**Honlap és saját online felületek.** Honlap: önálló, dedikált; nyelvi elérhetőség: egynyelvű. URL: https://www.krek.hu/. Akadálymentesség: nincs igazolt adat; B4: 0 pont. B dimenzió: 17.0/35 pont.

**Platformjelenlét és aktivitás.** Google Business: igen (4.6/5); Facebook: nem azonosítható; Instagram: nincs; YouTube: nincs. C dimenzió: 9.4/30 pont.

**Kapcsolattartás és információelérés.** Telefon: 06 76500389; e-mail: nem azonosítható; kapcsolattartás: részleges. D dimenzió: 8.0/15 pont.

**Értékelés.** Erősségek: magas látogatói elégedettség. Fejlesztendő területek: passzív platformjelenlét. A digitális jelenlét alapjai megfelelőek; célzott fejlesztés indokolt.

### 5.93. Kunfehértó Tófürdő — 52.9/100

**Település:** Kunfehértó. **Típus:** fürdő. **Stratégiai szegmens:** Fürdő és wellness. **Cím:** Tófürdő. **Összpontszám:** 52.9/100.

**Kereslet és érdeklődés.** Google-értékelés: 4.4/5; A1: 12.8/15 pont. Szezonalitás: szezonális működés; A2: 1/5 pont. A dimenzió: 13.8/20 pont.

**Honlap és saját online felületek.** Honlap: gyűjtőoldali aloldal; nyelvi elérhetőség: egynyelvű. URL: https://www.kunfeherto.hu/. Akadálymentesség: nincs igazolt adat; B4: 0 pont. B dimenzió: 9.0/35 pont.

**Platformjelenlét és aktivitás.** Google Business: igen (4.4/5); Facebook: heti/havi aktivitás (utolsó bejegyzés: 30 napja jelent meg; 1 700 követővel); Instagram: nincs; YouTube: nincs. C dimenzió: 15.1/30 pont.

**Kapcsolattartás és információelérés.** E-mail: onkormanyzat@kunfeherto.hu; telefon: +36 77 407 020; közvetlen elérés: biztosított. D dimenzió: 15.0/15 pont.

**Értékelés.** Erősségek: teljes és könnyen elérhető kapcsolati adatok. Fejlesztendő területek: hiányos vagy hiányzó saját honlap. A digitális jelenlét alapjai megfelelőek; célzott fejlesztés indokolt.

***Megjegyzés.*** *Természetes vizű szabadstrand, Kunfehértó Község Önkormányzata üzemelteti.*

### 5.94. Sükösdi Szent Anna-kápolna — 52.9/100

**Település:** Sükösd. **Típus:** vallási. **Stratégiai szegmens:** Kulturális és örökségi. **Cím:** Kápolna-dűlő. **Összpontszám:** 52.9/100.

**Kereslet és érdeklődés.** Google-értékelés: 4.8/5; A1: 14.2/15 pont. Szezonalitás: egész éves működés; A2: 5/5 pont. A dimenzió: 19.2/20 pont.

**Honlap és saját online felületek.** Honlap: gyűjtőoldali aloldal; nyelvi elérhetőség: egynyelvű. URL: https://miserend.hu/templom/1187. Akadálymentesség: nincs igazolt adat; B4: 0 pont. B dimenzió: 9.0/35 pont.

**Platformjelenlét és aktivitás.** Google Business: igen (4.8/5); Facebook: nem azonosítható; Instagram: nincs; YouTube: nincs. C dimenzió: 9.7/30 pont.

**Kapcsolattartás és információelérés.** E-mail: sukosd.plebania@asztrik.hu; telefon: +36 79 437 010; közvetlen elérés: biztosított. D dimenzió: 15.0/15 pont.

**Értékelés.** Erősségek: magas látogatói elégedettség, teljes és könnyen elérhető kapcsolati adatok. Fejlesztendő területek: hiányos vagy hiányzó saját honlap, passzív platformjelenlét. A digitális jelenlét alapjai megfelelőek; célzott fejlesztés indokolt.

***Megjegyzés.*** *Pocskai Gergely érseki erdőkerülő által 1747-ben épített római katolikus búcsújáró kápolna - a megye egyik legrégebbi kápolnája. Búcsú: július harmadik vasárnapján.*

### 5.95. Vodica-Máriakert kegyhely — 52.5/100

**Település:** Csávoly. **Típus:** vallási. **Stratégiai szegmens:** Kulturális és örökségi. **Cím:** Vodica, Csávoly-Baja közötti út. **Összpontszám:** 52.5/100.

**Kereslet és érdeklődés.** Google-értékelés: 4.7/5; A1: 13.9/15 pont. Szezonalitás: egész éves működés; A2: 5/5 pont. A dimenzió: 18.9/20 pont.

**Honlap és saját online felületek.** Honlap: gyűjtőoldali aloldal; nyelvi elérhetőség: egynyelvű. URL: https://www.bacskiskun.hu/latnivalok/vodica-mariakert-kegyhely. Akadálymentesség: nincs igazolt adat; B4: 0 pont. B dimenzió: 9.0/35 pont.

**Platformjelenlét és aktivitás.** Google Business: igen (4.7/5); Facebook: nem azonosítható; Instagram: nincs; YouTube: nincs. C dimenzió: 9.6/30 pont.

**Kapcsolattartás és információelérés.** E-mail: bajaplebania@gmail.com; telefon: +36 79 426 003; közvetlen elérés: biztosított. D dimenzió: 15.0/15 pont.

**Értékelés.** Erősségek: magas látogatói elégedettség, teljes és könnyen elérhető kapcsolati adatok. Fejlesztendő területek: hiányos vagy hiányzó saját honlap, passzív platformjelenlét. A digitális jelenlét alapjai megfelelőek; célzott fejlesztés indokolt.

***Megjegyzés.*** *Csávoly és Baja közötti bunyevác búcsújáróhely kegyforrással, erdei kápolnával - évszázados bácskai népi vallásos hagyomány.*

### 5.96. Szent János kápolna és Jánoska-eresztés — 51.9/100

**Település:** Baja. **Típus:** vallási. **Stratégiai szegmens:** Kulturális és örökségi. **Cím:** Petőfi sziget, Duna-part. **Összpontszám:** 51.9/100.

**Kereslet és érdeklődés.** Google-értékelés: 4.6/5; A1: 13.5/15 pont. Szezonalitás: egész éves működés; A2: 5/5 pont. A dimenzió: 18.5/20 pont.

**Honlap és saját online felületek.** Honlap: gyűjtőoldali aloldal; nyelvi elérhetőség: egynyelvű. URL: https://www.bajaimuzeum.hu/. Akadálymentesség: nincs igazolt adat; B4: 0 pont. B dimenzió: 9.0/35 pont.

**Platformjelenlét és aktivitás.** Google Business: igen (4.6/5); Facebook: nem azonosítható; Instagram: nincs; YouTube: nincs. C dimenzió: 9.4/30 pont.

**Kapcsolattartás és információelérés.** E-mail: info@bajaimuzeum.hu; telefon: +36 79 325 173; közvetlen elérés: biztosított. D dimenzió: 15.0/15 pont.

**Értékelés.** Erősségek: magas látogatói elégedettség, teljes és könnyen elérhető kapcsolati adatok. Fejlesztendő területek: hiányos vagy hiányzó saját honlap, passzív platformjelenlét. A digitális jelenlét alapjai megfelelőek; célzott fejlesztés indokolt.

***Megjegyzés.*** *Bajai Nepomuki Szent János-kápolna és a bajai halászhagyományt őrző Jánoska-eresztés szertartása - a Petőfi szigeten.*

### 5.97. Szent István-templom és harangjátéka — 51.9/100

**Település:** Kiskunfélegyháza. **Típus:** vallási. **Stratégiai szegmens:** Kulturális és örökségi. **Cím:** Szent István tér. **Összpontszám:** 51.9/100.

**Kereslet és érdeklődés.** Google-értékelés: 4.8/5; A1: 14.2/15 pont. Szezonalitás: egész éves működés; A2: 5/5 pont. A dimenzió: 19.2/20 pont.

**Honlap és saját online felületek.** Saját honlap: nem azonosítható. Akadálymentesség: nincs igazolt adat; B4: 0 pont. B dimenzió: 0.0/35 pont.

**Platformjelenlét és aktivitás.** Google Business: igen (4.8/5); Facebook: rendszeresen frissül (utolsó bejegyzés: 3 napja jelent meg; 846 követővel); Instagram: nincs; YouTube: nincs. C dimenzió: 17.7/30 pont.

**Kapcsolattartás és információelérés.** E-mail: szentistvantemplom@gmail.com; telefon: 06 76467039; közvetlen elérés: biztosított. D dimenzió: 15.0/15 pont.

**Értékelés.** Erősségek: magas látogatói elégedettség, teljes és könnyen elérhető kapcsolati adatok. Fejlesztendő területek: hiányos vagy hiányzó saját honlap. A digitális jelenlét alapjai megfelelőek; célzott fejlesztés indokolt.

### 5.98. Nemesnádudvari pincesor — 51.9/100

**Település:** Nemesnádudvar. **Típus:** gasztro. **Stratégiai szegmens:** Gasztro és bor. **Cím:** Pincesor. **Összpontszám:** 51.9/100.

**Kereslet és érdeklődés.** Google-értékelés: 4.6/5; A1: 13.5/15 pont. Szezonalitás: egész éves működés; A2: 5/5 pont. A dimenzió: 18.5/20 pont.

**Honlap és saját online felületek.** Honlap: gyűjtőoldali aloldal; nyelvi elérhetőség: egynyelvű. URL: https://www.nemesnadudvar.hu/. Akadálymentesség: nincs igazolt adat; B4: 0 pont. B dimenzió: 9.0/35 pont.

**Platformjelenlét és aktivitás.** Google Business: igen (4.6/5); Facebook: nem azonosítható; Instagram: nincs; YouTube: nincs. C dimenzió: 9.4/30 pont.

**Kapcsolattartás és információelérés.** E-mail: info@nemesnadudvar.hu; telefon: +36 79 478 000; közvetlen elérés: biztosított. D dimenzió: 15.0/15 pont.

**Értékelés.** Erősségek: magas látogatói elégedettség, teljes és könnyen elérhető kapcsolati adatok. Fejlesztendő területek: hiányos vagy hiányzó saját honlap, passzív platformjelenlét. A digitális jelenlét alapjai megfelelőek; célzott fejlesztés indokolt.

***Megjegyzés.*** *7 pincesor (Mária-völgy, Temetői, Kender-völgyi, Felső, Süköskdi, Petőfi, Csávolyi) - a Hajós-Bajai borvidék sváb építészeti örökséggel.*

### 5.99. Szelidi-tó — 51.5/100

**Település:** Dunapataj. **Típus:** természeti. **Stratégiai szegmens:** Öko- és aktív turizmus. **Cím:** Szelid. **Összpontszám:** 51.5/100.

**Kereslet és érdeklődés.** Google-értékelés: 4.7/5; A1: 13.9/15 pont. Szezonalitás: részben szezonális működés; A2: 3/5 pont. A dimenzió: 16.9/20 pont.

**Honlap és saját online felületek.** Honlap: önálló, dedikált; nyelvi elérhetőség: 3 nyelven elérhető. URL: szelidi-to.hu. Akadálymentesség: nincs igazolt adat; B4: 0 pont. B dimenzió: 21.0/35 pont.

**Platformjelenlét és aktivitás.** Google Business: igen (4.7/5); Facebook: ritkán frissül (utolsó bejegyzés: 120 napja; 6 400 követővel); Instagram: nincs; YouTube: nincs. C dimenzió: 13.6/30 pont.

**Kapcsolattartás és információelérés.** Nyilvánosan elérhető e-mail-cím vagy telefonszám nem található. A D dimenzió összesen 0.0/15 pont, nulla eredmény.

**Értékelés.** Erősségek: magas látogatói elégedettség. Fejlesztendő területek: hiányos kapcsolati adatok. A digitális jelenlét alapjai megfelelőek; célzott fejlesztés indokolt.

### 5.100. Flóra Termálfürdő — 50.7/100

**Település:** Kecel. **Típus:** fürdő. **Stratégiai szegmens:** Fürdő és wellness. **Cím:** Fürdő u. 1. **Összpontszám:** 50.7/100.

**Kereslet és érdeklődés.** Google-értékelés: 4.0/5; A1: 11.2/15 pont. Szezonalitás: részben szezonális működés; A2: 3/5 pont. A dimenzió: 14.2/20 pont.

**Honlap és saját online felületek.** Honlap: gyűjtőoldali aloldal; nyelvi elérhetőség: egynyelvű. URL: http://www.kecel.hu/index.php?option=com_content&view=article&id=637&Itemid=212. Akadálymentesség: nincs igazolt adat; B4: 0 pont. B dimenzió: 9.0/35 pont.

**Platformjelenlét és aktivitás.** Google Business: igen (4.0/5); Facebook: ritkán frissül (utolsó bejegyzés: 60 napja; 1 384 követővel); Instagram: nincs; YouTube: nincs. C dimenzió: 12.5/30 pont.

**Kapcsolattartás és információelérés.** E-mail: korona@koronahotelkecel.hu; telefon: +36 78 422 684; közvetlen elérés: biztosított. D dimenzió: 15.0/15 pont.

**Értékelés.** Erősségek: teljes és könnyen elérhető kapcsolati adatok. Fejlesztendő területek: hiányos vagy hiányzó saját honlap. A digitális jelenlét alapjai megfelelőek; célzott fejlesztés indokolt.

***Megjegyzés.*** *A Korona Hotel & Strandfürdő Kft. által üzemeltetett keceli strandfürdő.*

### 5.101. Pásztormúzeum — 49.9/100

**Település:** Bugac. **Típus:** kulturális. **Stratégiai szegmens:** Kulturális és örökségi. **Cím:** Nagybugac, Bugaci puszta. **Összpontszám:** 49.9/100.

**Kereslet és érdeklődés.** Google-értékelés: 4.6/5; A1: 13.5/15 pont. Szezonalitás: részben szezonális működés; A2: 3/5 pont. A dimenzió: 16.5/20 pont.

**Honlap és saját online felületek.** Honlap: gyűjtőoldali aloldal; nyelvi elérhetőség: egynyelvű. URL: https://www.knp.hu/hu/pasztormuzeum-bugac. Akadálymentesség: nincs igazolt adat; B4: 0 pont. B dimenzió: 9.0/35 pont.

**Platformjelenlét és aktivitás.** Google Business: igen (4.6/5); Facebook: nem azonosítható; Instagram: nincs; YouTube: nincs. C dimenzió: 9.4/30 pont.

**Kapcsolattartás és információelérés.** E-mail: knp@knp.hu; telefon: +36 76 482 611; közvetlen elérés: biztosított. D dimenzió: 15.0/15 pont.

**Értékelés.** Erősségek: magas látogatói elégedettség, teljes és könnyen elérhető kapcsolati adatok. Fejlesztendő területek: hiányos vagy hiányzó saját honlap, passzív platformjelenlét. A digitális megjelenés több területen fejlesztésre szorul.

***Megjegyzés.*** *A KNP leglátogatottabb kiállítóhelye (1975), Kerényi József alföldi szárazmalmokat idéző tervei alapján; a bugaci pásztoréletet mutatja be. Szezonális nyitva tartás: április 1. - október 31.*

### 5.102. Népművészeti tájház — 49.3/100

**Település:** Kalocsa. **Típus:** kulturális. **Stratégiai szegmens:** Kulturális és örökségi. **Cím:** Tompa Mihály u. 5-7. **Összpontszám:** 49.3/100.

**Kereslet és érdeklődés.** Google-értékelés: 4.5/5; A1: 13.1/15 pont. Szezonalitás: részben szezonális működés; A2: 3/5 pont. A dimenzió: 16.1/20 pont.

**Honlap és saját online felületek.** Honlap: gyűjtőoldali aloldal; nyelvi elérhetőség: egynyelvű. URL: https://www.viskikarolymuzeum.hu/nepmuveszeti-haz/uncategorised/nepmuveszeti-haz. Akadálymentesség: nincs igazolt adat; B4: 0 pont. B dimenzió: 9.0/35 pont.

**Platformjelenlét és aktivitás.** Google Business: igen (4.5/5); Facebook: nem azonosítható; Instagram: nincs; YouTube: nincs. C dimenzió: 9.2/30 pont.

**Kapcsolattartás és információelérés.** E-mail: viski.karoly@gmail.com; telefon: 06 78462351; közvetlen elérés: biztosított. D dimenzió: 15.0/15 pont.

**Értékelés.** Erősségek: magas látogatói elégedettség, teljes és könnyen elérhető kapcsolati adatok. Fejlesztendő területek: hiányos vagy hiányzó saját honlap, passzív platformjelenlét. A digitális megjelenés több területen fejlesztésre szorul.

### 5.103. Tisza-parti szabadstrand — 48.3/100

**Település:** Tiszakécske. **Típus:** természeti. **Stratégiai szegmens:** Öko- és aktív turizmus. **Cím:** Fürdő u. 1. **Összpontszám:** 48.3/100.

**Kereslet és érdeklődés.** Google-értékelés: 4.5/5; A1: 13.1/15 pont. Szezonalitás: részben szezonális működés; A2: 3/5 pont. A dimenzió: 16.1/20 pont.

**Honlap és saját online felületek.** Honlap: önálló, dedikált; nyelvi elérhetőség: egynyelvű. URL: https://www.tiszakecskeszabadstrand.hu/. Akadálymentesség: nincs igazolt adat; B4: 0 pont. B dimenzió: 17.0/35 pont.

**Platformjelenlét és aktivitás.** Google Business: igen (4.5/5); Facebook: ritkán frissül (utolsó bejegyzés: 210 napja; 2 700 követővel); Instagram: nincs; YouTube: van. C dimenzió: 15.2/30 pont.

**Kapcsolattartás és információelérés.** Nyilvánosan elérhető e-mail-cím vagy telefonszám nem található. A D dimenzió összesen 0.0/15 pont, nulla eredmény.

**Értékelés.** Erősségek: magas látogatói elégedettség. Fejlesztendő területek: hiányos kapcsolati adatok. A digitális megjelenés több területen fejlesztésre szorul.

### 5.104. Katona József Emlékház — 46.9/100

**Település:** Kecskemét. **Típus:** kulturális. **Stratégiai szegmens:** Kulturális és örökségi. **Cím:** Katona József u. 5. **Összpontszám:** 46.9/100.

**Kereslet és érdeklődés.** Google-értékelés: 4.6/5; A1: 13.5/15 pont. Szezonalitás: egész éves működés; A2: 5/5 pont. A dimenzió: 18.5/20 pont.

**Honlap és saját online felületek.** Saját honlap: nem azonosítható. Akadálymentesség: nincs igazolt adat; B4: 0 pont. B dimenzió: 0.0/35 pont.

**Platformjelenlét és aktivitás.** Google Business: igen (4.6/5); Facebook: azonosítható, aktivitása nem ellenőrizhető (64 követővel); Instagram: nincs; YouTube: nincs. C dimenzió: 13.4/30 pont.

**Kapcsolattartás és információelérés.** E-mail: info@kkmm.hu; telefon: 06 76328420; közvetlen elérés: biztosított. D dimenzió: 15.0/15 pont.

**Értékelés.** Erősségek: magas látogatói elégedettség, teljes és könnyen elérhető kapcsolati adatok. Fejlesztendő területek: hiányos vagy hiányzó saját honlap. A digitális megjelenés több területen fejlesztésre szorul.

### 5.105. Bagolyvár — 45.9/100

**Település:** Baja. **Típus:** kulturális. **Stratégiai szegmens:** Kulturális és örökségi. **Cím:** Parti u. 1. **Összpontszám:** 45.9/100.

**Kereslet és érdeklődés.** Google-értékelés: 4.4/5; A1: 12.8/15 pont. Szezonalitás: egész éves működés; A2: 5/5 pont. A dimenzió: 17.8/20 pont.

**Honlap és saját online felületek.** Honlap: gyűjtőoldali aloldal; nyelvi elérhetőség: egynyelvű. URL: https://bajaimuzeum.hu/kiallitasok/allando-kiallitasok/bagolyvar/. Akadálymentesség: igazolt; B4: 10 pont. B dimenzió: 19.0/35 pont.

**Platformjelenlét és aktivitás.** Google Business: igen (4.4/5); Facebook: nem azonosítható; Instagram: nincs; YouTube: nincs. C dimenzió: 9.1/30 pont.

**Kapcsolattartás és információelérés.** Nyilvánosan elérhető e-mail-cím vagy telefonszám nem található. A D dimenzió összesen 0.0/15 pont, nulla eredmény.

**Értékelés.** Fejlesztendő területek: passzív platformjelenlét, hiányos kapcsolati adatok. A digitális megjelenés több területen fejlesztésre szorul.

***Megjegyzés.*** *A Türr múzeum része*

### 5.106. Vadkerti-tó — 45.5/100

**Település:** Soltvadkert. **Típus:** természeti. **Stratégiai szegmens:** Öko- és aktív turizmus. **Cím:** Vadkerti-tó. **Összpontszám:** 45.5/100.

**Kereslet és érdeklődés.** Google-értékelés: 4.7/5; A1: 13.9/15 pont. Szezonalitás: részben szezonális működés; A2: 3/5 pont. A dimenzió: 16.9/20 pont.

**Honlap és saját online felületek.** Saját honlap: nem azonosítható. Akadálymentesség: nincs igazolt adat; B4: 0 pont. B dimenzió: 0.0/35 pont.

**Platformjelenlét és aktivitás.** Google Business: igen (4.7/5); Facebook: ritkán frissül (utolsó bejegyzés: 90 napja; 12 000 követővel); Instagram: nincs; YouTube: nincs. C dimenzió: 13.6/30 pont.

**Kapcsolattartás és információelérés.** E-mail: vadkertkomszolg@soltvadkert.hu; telefon: 06 70 908 0350; közvetlen elérés: biztosított. D dimenzió: 15.0/15 pont.

**Értékelés.** Erősségek: magas látogatói elégedettség, teljes és könnyen elérhető kapcsolati adatok. Fejlesztendő területek: hiányos vagy hiányzó saját honlap. A digitális megjelenés több területen fejlesztésre szorul.

### 5.107. Felsőszentiván Szélmalom — 44.9/100

**Település:** Felsőszentiván. **Típus:** kulturális. **Stratégiai szegmens:** Kulturális és örökségi. **Cím:** Szabadság u. 92. **Összpontszám:** 44.9/100.

**Kereslet és érdeklődés.** Google-értékelés: 4.6/5; A1: 13.5/15 pont. Szezonalitás: részben szezonális működés; A2: 3/5 pont. A dimenzió: 16.5/20 pont.

**Honlap és saját online felületek.** Saját honlap: nem azonosítható. Akadálymentesség: nincs igazolt adat; B4: 0 pont. B dimenzió: 0.0/35 pont.

**Platformjelenlét és aktivitás.** Google Business: igen (4.6/5); Facebook: azonosítható, aktivitása nem ellenőrizhető (1 000 követővel); Instagram: nincs; YouTube: nincs. C dimenzió: 13.4/30 pont.

**Kapcsolattartás és információelérés.** E-mail: szelmalom@felsoszentivan.hu; telefon: 06 20 533 0738; közvetlen elérés: biztosított. D dimenzió: 15.0/15 pont.

**Értékelés.** Erősségek: magas látogatói elégedettség, teljes és könnyen elérhető kapcsolati adatok. Fejlesztendő területek: hiányos vagy hiányzó saját honlap. A digitális megjelenés több területen fejlesztésre szorul.

### 5.108. Végh kúria — 42.9/100

**Település:** Kiskunhalas. **Típus:** kulturális. **Stratégiai szegmens:** Kulturális és örökségi. **Cím:** Bajcsy-Zsilinszky u. 5. **Összpontszám:** 42.9/100.

**Kereslet és érdeklődés.** Google-értékelés: 4.6/5; A1: 13.5/15 pont. Szezonalitás: egész éves működés; A2: 5/5 pont. A dimenzió: 18.5/20 pont.

**Honlap és saját online felületek.** Saját honlap: nem azonosítható. Akadálymentesség: nincs igazolt adat; B4: 0 pont. B dimenzió: 0.0/35 pont.

**Platformjelenlét és aktivitás.** Google Business: igen (4.6/5); Facebook: nem azonosítható; Instagram: nincs; YouTube: nincs. C dimenzió: 9.4/30 pont.

**Kapcsolattartás és információelérés.** E-mail: halasmediakft@gmail.com; telefon: 06 77 422 350; közvetlen elérés: biztosított. D dimenzió: 15.0/15 pont.

**Értékelés.** Erősségek: magas látogatói elégedettség, teljes és könnyen elérhető kapcsolati adatok. Fejlesztendő területek: hiányos vagy hiányzó saját honlap, passzív platformjelenlét. A digitális megjelenés több területen fejlesztésre szorul.

### 5.109. Bajai Városháza (Grassalkovics-kastély) — 42.8/100

**Település:** Baja. **Típus:** kulturális. **Stratégiai szegmens:** Kulturális és örökségi. **Cím:** Szentháromság tér 1. **Összpontszám:** 42.8/100.

**Kereslet és érdeklődés.** Google-értékelés: 4.2/5; A1: 12.0/15 pont. Szezonalitás: egész éves működés; A2: 5/5 pont. A dimenzió: 17.0/20 pont.

**Honlap és saját online felületek.** Honlap: gyűjtőoldali aloldal; nyelvi elérhetőség: egynyelvű. URL: https://www.visitbaja.hu/latnivalok/varoshaza. Akadálymentesség: nincs igazolt adat; B4: 0 pont. B dimenzió: 9.0/35 pont.

**Platformjelenlét és aktivitás.** Google Business: igen (4.2/5); Facebook: nem azonosítható; Instagram: nincs; YouTube: nincs. C dimenzió: 8.8/30 pont.

**Kapcsolattartás és információelérés.** Telefon: 06 79527100; e-mail: nem azonosítható; kapcsolattartás: részleges. D dimenzió: 8.0/15 pont.

**Értékelés.** Fejlesztendő területek: hiányos vagy hiányzó saját honlap, passzív platformjelenlét. A digitális megjelenés több területen fejlesztésre szorul.

### 5.110. Pintér Művek Haditechnikai Park — 42.0/100

**Település:** Kecel. **Típus:** kulturális. **Stratégiai szegmens:** Kulturális és örökségi. **Cím:** Rákóczi Ferenc u. 177. **Összpontszám:** 42.0/100.

**Kereslet és érdeklődés.** Nyilvános Google-értékelési átlag nem áll rendelkezésre; A1: 0/15 pont. Szezonalitás: egész éves működés; A2: 5/5 pont. A dimenzió: 5.0/20 pont.

**Honlap és saját online felületek.** Honlap: önálló oldal aloldala; nyelvi elérhetőség: egynyelvű. URL: http://pintermuvek.hu/hadtechnikai-park/. Akadálymentesség: nincs igazolt adat; B4: 0 pont. B dimenzió: 15.0/35 pont.

**Platformjelenlét és aktivitás.** Google Business: nem azonosítható; Facebook: azonosítható, aktivitása nem ellenőrizhető; Instagram: azonosítható, aktivitása nem ellenőrizhető; YouTube: nincs. C dimenzió: 7.0/30 pont.

**Kapcsolattartás és információelérés.** E-mail: muzeum@pinterworks.hu; telefon: 06 78 420 444; közvetlen elérés: biztosított. D dimenzió: 15.0/15 pont.

**Értékelés.** Erősségek: teljes és könnyen elérhető kapcsolati adatok. Fejlesztendő területek: gyenge vagy hiányzó online visszajelzések, passzív platformjelenlét. A digitális megjelenés több területen fejlesztésre szorul.

### 5.111. Halasi tájház — 41.5/100

**Település:** Kiskunhalas. **Típus:** kulturális. **Stratégiai szegmens:** Kulturális és örökségi. **Cím:** Eskü tér 1. **Összpontszám:** 41.5/100.

**Kereslet és érdeklődés.** Google-értékelés: 4.7/5; A1: 13.9/15 pont. Szezonalitás: részben szezonális működés; A2: 3/5 pont. A dimenzió: 16.9/20 pont.

**Honlap és saját online felületek.** Saját honlap: nem azonosítható. Akadálymentesség: nincs igazolt adat; B4: 0 pont. B dimenzió: 0.0/35 pont.

**Platformjelenlét és aktivitás.** Google Business: igen (4.7/5); Facebook: nem azonosítható; Instagram: nincs; YouTube: nincs. C dimenzió: 9.6/30 pont.

**Kapcsolattartás és információelérés.** E-mail: halasmediakft@gmail.com; telefon: 06 77423232; közvetlen elérés: biztosított. D dimenzió: 15.0/15 pont.

**Értékelés.** Erősségek: magas látogatói elégedettség, teljes és könnyen elérhető kapcsolati adatok. Fejlesztendő területek: hiányos vagy hiányzó saját honlap, passzív platformjelenlét. A digitális megjelenés több területen fejlesztésre szorul.

### 5.112. Szent Lajos-templom — 41.0/100

**Település:** Lajosmizse. **Típus:** vallási. **Stratégiai szegmens:** Kulturális és örökségi. **Cím:** Szabadság tér 2. **Összpontszám:** 41.0/100.

**Kereslet és érdeklődés.** Nyilvános Google-értékelési átlag nem áll rendelkezésre; A1: 0/15 pont. Szezonalitás: egész éves működés; A2: 5/5 pont. A dimenzió: 5.0/20 pont.

**Honlap és saját online felületek.** Honlap: önálló, dedikált; nyelvi elérhetőség: egynyelvű. URL: https://www.lmrkat.hu/. Akadálymentesség: nincs igazolt adat; B4: 0 pont. B dimenzió: 17.0/35 pont.

**Platformjelenlét és aktivitás.** Google Business: igen; Facebook: nem azonosítható; Instagram: nincs; YouTube: nincs. C dimenzió: 4.0/30 pont.

**Kapcsolattartás és információelérés.** E-mail: plebania@lmrkat.hu; telefon: 76/555-250; 30/2488-531; közvetlen elérés: biztosított. D dimenzió: 15.0/15 pont.

**Értékelés.** Erősségek: teljes és könnyen elérhető kapcsolati adatok. Fejlesztendő területek: gyenge vagy hiányzó online visszajelzések, passzív platformjelenlét. A digitális megjelenés több területen fejlesztésre szorul.

Megjegyzés. A templom előzetes egyeztetéssel csoportok számára egész évben látogatható, saját plébániai honlappal, nyilvános telefonszámmal és e-mail-címmel rendelkezik. Google Business-profil azonosítható; nyilvános Google-értékelési átlag, önálló közösségimédia-jelenlét és igazolt webes akadálymentesség nem azonosítható.

### 5.113. Kolon-tó — 39.0/100

**Település:** Izsák. **Típus:** természeti. **Stratégiai szegmens:** Öko- és aktív turizmus. **Cím:** Kolon-tó. **Összpontszám:** 39.0/100.

**Kereslet és érdeklődés.** Nyilvános Google-értékelési átlag nem áll rendelkezésre; A1: 0/15 pont. Szezonalitás: részben szezonális működés; A2: 3/5 pont. A dimenzió: 3.0/20 pont.

**Honlap és saját online felületek.** Honlap: gyűjtőoldali aloldal; nyelvi elérhetőség: 2 nyelven elérhető. URL: https://www.knp.hu/hu/kolon-to. Akadálymentesség: igazolt; B4: 10 pont. B dimenzió: 21.0/35 pont.

**Platformjelenlét és aktivitás.** Google Business: nem azonosítható; Facebook: nem azonosítható; Instagram: nincs; YouTube: nincs. C dimenzió: 0.0/30 pont.

**Kapcsolattartás és információelérés.** E-mail: oktatasio@knp.hu; telefon: 06 76 482 948; közvetlen elérés: biztosított. D dimenzió: 15.0/15 pont.

**Értékelés.** Erősségek: teljes és könnyen elérhető kapcsolati adatok. Fejlesztendő területek: gyenge vagy hiányzó online visszajelzések, passzív platformjelenlét. A digitális megjelenés több területen fejlesztésre szorul.

### 5.114. Fülöpházi homokbuckák — 39.0/100

**Település:** Fülöpháza. **Típus:** természeti. **Stratégiai szegmens:** Öko- és aktív turizmus. **Cím:** Kiskunsági NP. **Összpontszám:** 39.0/100.

**Kereslet és érdeklődés.** Nyilvános Google-értékelési átlag nem áll rendelkezésre; A1: 0/15 pont. Szezonalitás: részben szezonális működés; A2: 3/5 pont. A dimenzió: 3.0/20 pont.

**Honlap és saját online felületek.** Honlap: gyűjtőoldali aloldal; nyelvi elérhetőség: 2 nyelven elérhető. URL: https://www.knp.hu/hu/fulophazi-buckavidek. Akadálymentesség: igazolt; B4: 10 pont. B dimenzió: 21.0/35 pont.

**Platformjelenlét és aktivitás.** Google Business: nem azonosítható; Facebook: nem azonosítható; Instagram: nincs; YouTube: nincs. C dimenzió: 0.0/30 pont.

**Kapcsolattartás és információelérés.** E-mail: oktatasio@knp.hu; telefon: 06 76 482 948; közvetlen elérés: biztosított. D dimenzió: 15.0/15 pont.

**Értékelés.** Erősségek: teljes és könnyen elérhető kapcsolati adatok. Fejlesztendő területek: gyenge vagy hiányzó online visszajelzések, passzív platformjelenlét. A digitális megjelenés több területen fejlesztésre szorul.

### 5.115. Tiszaalpár, Földvár tanösvény — 39.0/100

**Település:** Tiszaalpár. **Típus:** természeti. **Stratégiai szegmens:** Öko- és aktív turizmus. **Cím:** Várkert utca. **Összpontszám:** 39.0/100.

**Kereslet és érdeklődés.** Nyilvános Google-értékelési átlag nem áll rendelkezésre; A1: 0/15 pont. Szezonalitás: részben szezonális működés; A2: 3/5 pont. A dimenzió: 3.0/20 pont.

**Honlap és saját online felületek.** Honlap: gyűjtőoldali aloldal; nyelvi elérhetőség: 2 nyelven elérhető. URL: https://www.knp.hu/hu/tiszaalpar-foldvar-tanosveny. Akadálymentesség: igazolt; B4: 10 pont. B dimenzió: 21.0/35 pont.

**Platformjelenlét és aktivitás.** Google Business: nem azonosítható; Facebook: nem azonosítható; Instagram: nincs; YouTube: nincs. C dimenzió: 0.0/30 pont.

**Kapcsolattartás és információelérés.** E-mail: oktatasio@knp.hu; telefon: 06 76 482 948; közvetlen elérés: biztosított. D dimenzió: 15.0/15 pont.

**Értékelés.** Erősségek: teljes és könnyen elérhető kapcsolati adatok. Fejlesztendő területek: gyenge vagy hiányzó online visszajelzések, passzív platformjelenlét. A digitális megjelenés több területen fejlesztésre szorul.

### 5.116. Tiszakécske, Nádirigó tanösvény — 39.0/100

**Település:** Tiszakécske. **Típus:** természeti. **Stratégiai szegmens:** Öko- és aktív turizmus. **Cím:** Ókécskei Sportcsarnok mellett. **Összpontszám:** 39.0/100.

**Kereslet és érdeklődés.** Nyilvános Google-értékelési átlag nem áll rendelkezésre; A1: 0/15 pont. Szezonalitás: részben szezonális működés; A2: 3/5 pont. A dimenzió: 3.0/20 pont.

**Honlap és saját online felületek.** Honlap: gyűjtőoldali aloldal; nyelvi elérhetőség: 2 nyelven elérhető. URL: https://www.knp.hu/hu/tiszakecske-nadirigo-tanosveny. Akadálymentesség: igazolt; B4: 10 pont. B dimenzió: 21.0/35 pont.

**Platformjelenlét és aktivitás.** Google Business: nem azonosítható; Facebook: nem azonosítható; Instagram: nincs; YouTube: nincs. C dimenzió: 0.0/30 pont.

**Kapcsolattartás és információelérés.** E-mail: oktatasio@knp.hu; telefon: 06 76 482 948; közvetlen elérés: biztosított. D dimenzió: 15.0/15 pont.

**Értékelés.** Erősségek: teljes és könnyen elérhető kapcsolati adatok. Fejlesztendő területek: gyenge vagy hiányzó online visszajelzések, passzív platformjelenlét. A digitális megjelenés több területen fejlesztésre szorul.

### 5.117. Császártöltés, Vörös-mocsár tanösvény — 39.0/100

**Település:** Császártöltés. **Típus:** természeti. **Stratégiai szegmens:** Öko- és aktív turizmus. **Cím:** Vörös-mocsár. **Összpontszám:** 39.0/100.

**Kereslet és érdeklődés.** Nyilvános Google-értékelési átlag nem áll rendelkezésre; A1: 0/15 pont. Szezonalitás: részben szezonális működés; A2: 3/5 pont. A dimenzió: 3.0/20 pont.

**Honlap és saját online felületek.** Honlap: gyűjtőoldali aloldal; nyelvi elérhetőség: 2 nyelven elérhető. URL: https://www.knp.hu/hu/csaszartoltesi-voros-mocsar-tanosveny. Akadálymentesség: igazolt; B4: 10 pont. B dimenzió: 21.0/35 pont.

**Platformjelenlét és aktivitás.** Google Business: nem azonosítható; Facebook: nem azonosítható; Instagram: nincs; YouTube: nincs. C dimenzió: 0.0/30 pont.

**Kapcsolattartás és információelérés.** E-mail: oktatasio@knp.hu; telefon: 06 76 482 948; közvetlen elérés: biztosított. D dimenzió: 15.0/15 pont.

**Értékelés.** Erősségek: teljes és könnyen elérhető kapcsolati adatok. Fejlesztendő területek: gyenge vagy hiányzó online visszajelzések, passzív platformjelenlét. A digitális megjelenés több területen fejlesztésre szorul.

### 5.118. Páhi, Orchidea tanösvény — 39.0/100

**Település:** Páhi. **Típus:** természeti. **Stratégiai szegmens:** Öko- és aktív turizmus. **Cím:** Művelődési Ház parkolója. **Összpontszám:** 39.0/100.

**Kereslet és érdeklődés.** Nyilvános Google-értékelési átlag nem áll rendelkezésre; A1: 0/15 pont. Szezonalitás: részben szezonális működés; A2: 3/5 pont. A dimenzió: 3.0/20 pont.

**Honlap és saját online felületek.** Honlap: gyűjtőoldali aloldal; nyelvi elérhetőség: 2 nyelven elérhető. URL: https://www.knp.hu/hu/pahi-orchidea-tanosveny. Akadálymentesség: igazolt; B4: 10 pont. B dimenzió: 21.0/35 pont.

**Platformjelenlét és aktivitás.** Google Business: nem azonosítható; Facebook: nem azonosítható; Instagram: nincs; YouTube: nincs. C dimenzió: 0.0/30 pont.

**Kapcsolattartás és információelérés.** E-mail: oktatasio@knp.hu; telefon: 06 76 482 948; közvetlen elérés: biztosított. D dimenzió: 15.0/15 pont.

**Értékelés.** Erősségek: teljes és könnyen elérhető kapcsolati adatok. Fejlesztendő területek: gyenge vagy hiányzó online visszajelzések, passzív platformjelenlét. A digitális megjelenés több területen fejlesztésre szorul.

### 5.119. Kunadacs, Kosbor tanösvény — 39.0/100

**Település:** Kunadacs. **Típus:** természeti. **Stratégiai szegmens:** Öko- és aktív turizmus. **Cím:** Turján-vidék. **Összpontszám:** 39.0/100.

**Kereslet és érdeklődés.** Nyilvános Google-értékelési átlag nem áll rendelkezésre; A1: 0/15 pont. Szezonalitás: részben szezonális működés; A2: 3/5 pont. A dimenzió: 3.0/20 pont.

**Honlap és saját online felületek.** Honlap: gyűjtőoldali aloldal; nyelvi elérhetőség: 2 nyelven elérhető. URL: https://www.knp.hu/hu/kunadacs-kosbor-tanosveny. Akadálymentesség: igazolt; B4: 10 pont. B dimenzió: 21.0/35 pont.

**Platformjelenlét és aktivitás.** Google Business: nem azonosítható; Facebook: nem azonosítható; Instagram: nincs; YouTube: nincs. C dimenzió: 0.0/30 pont.

**Kapcsolattartás és információelérés.** E-mail: oktatasio@knp.hu; telefon: 06 76 482 948; közvetlen elérés: biztosított. D dimenzió: 15.0/15 pont.

**Értékelés.** Erősségek: teljes és könnyen elérhető kapcsolati adatok. Fejlesztendő területek: gyenge vagy hiányzó online visszajelzések, passzív platformjelenlét. A digitális megjelenés több területen fejlesztésre szorul.

### 5.120. Dunatetétleni Széki lile tanösvény — 39.0/100

**Település:** Dunatetétlen. **Típus:** természeti. **Stratégiai szegmens:** Öko- és aktív turizmus. **Cím:** Böddi-szék. **Összpontszám:** 39.0/100.

**Kereslet és érdeklődés.** Nyilvános Google-értékelési átlag nem áll rendelkezésre; A1: 0/15 pont. Szezonalitás: részben szezonális működés; A2: 3/5 pont. A dimenzió: 3.0/20 pont.

**Honlap és saját online felületek.** Honlap: gyűjtőoldali aloldal; nyelvi elérhetőség: 2 nyelven elérhető. URL: https://www.knp.hu/hu/dunatetetlen-szeki-lile-tanosveny. Akadálymentesség: igazolt; B4: 10 pont. B dimenzió: 21.0/35 pont.

**Platformjelenlét és aktivitás.** Google Business: nem azonosítható; Facebook: nem azonosítható; Instagram: nincs; YouTube: nincs. C dimenzió: 0.0/30 pont.

**Kapcsolattartás és információelérés.** E-mail: oktatasio@knp.hu; telefon: 06 76 482 948; közvetlen elérés: biztosított. D dimenzió: 15.0/15 pont.

**Értékelés.** Erősségek: teljes és könnyen elérhető kapcsolati adatok. Fejlesztendő területek: gyenge vagy hiányzó online visszajelzések, passzív platformjelenlét. A digitális megjelenés több területen fejlesztésre szorul.

### 5.121. Érsekhalmi földvár — 39.0/100

**Település:** Érsekhalma. **Típus:** természeti. **Stratégiai szegmens:** Öko- és aktív turizmus. **Cím:** Érsekhalmi Hét-völgy. **Összpontszám:** 39.0/100.

**Kereslet és érdeklődés.** Nyilvános Google-értékelési átlag nem áll rendelkezésre; A1: 0/15 pont. Szezonalitás: részben szezonális működés; A2: 3/5 pont. A dimenzió: 3.0/20 pont.

**Honlap és saját online felületek.** Honlap: gyűjtőoldali aloldal; nyelvi elérhetőség: 2 nyelven elérhető. URL: https://www.knp.hu/hu/ersekhalmi-foldvar. Akadálymentesség: igazolt; B4: 10 pont. B dimenzió: 21.0/35 pont.

**Platformjelenlét és aktivitás.** Google Business: nem azonosítható; Facebook: nem azonosítható; Instagram: nincs; YouTube: nincs. C dimenzió: 0.0/30 pont.

**Kapcsolattartás és információelérés.** E-mail: oktatasio@knp.hu; telefon: 06 76 482 948; közvetlen elérés: biztosított. D dimenzió: 15.0/15 pont.

**Értékelés.** Erősségek: teljes és könnyen elérhető kapcsolati adatok. Fejlesztendő területek: gyenge vagy hiányzó online visszajelzések, passzív platformjelenlét. A digitális megjelenés több területen fejlesztésre szorul.

### 5.122. Kunfehértói tanösvény — 39.0/100

**Település:** Kunfehértó. **Típus:** természeti. **Stratégiai szegmens:** Öko- és aktív turizmus. **Cím:** Kunfehértó. **Összpontszám:** 39.0/100.

**Kereslet és érdeklődés.** Nyilvános Google-értékelési átlag nem áll rendelkezésre; A1: 0/15 pont. Szezonalitás: részben szezonális működés; A2: 3/5 pont. A dimenzió: 3.0/20 pont.

**Honlap és saját online felületek.** Honlap: gyűjtőoldali aloldal; nyelvi elérhetőség: 2 nyelven elérhető. URL: https://www.knp.hu/hu/kunfehertoi-tanosvenyek. Akadálymentesség: igazolt; B4: 10 pont. B dimenzió: 21.0/35 pont.

**Platformjelenlét és aktivitás.** Google Business: nem azonosítható; Facebook: nem azonosítható; Instagram: nincs; YouTube: nincs. C dimenzió: 0.0/30 pont.

**Kapcsolattartás és információelérés.** E-mail: oktatasio@knp.hu; telefon: 06 76 482 948; közvetlen elérés: biztosított. D dimenzió: 15.0/15 pont.

**Értékelés.** Erősségek: teljes és könnyen elérhető kapcsolati adatok. Fejlesztendő területek: gyenge vagy hiányzó online visszajelzések, passzív platformjelenlét. A digitális megjelenés több területen fejlesztésre szorul.

### 5.123. Kiskunfélegyházi városháza torony kiállítása — 37.5/100

**Település:** Kiskunfélegyháza. **Típus:** kulturális. **Stratégiai szegmens:** Kulturális és örökségi. **Cím:** Kossuth Lajos u. 1. **Összpontszám:** 37.5/100.

**Kereslet és érdeklődés.** Google-értékelés: 4.9/5; A1: 14.6/15 pont. Szezonalitás: egész éves működés; A2: 5/5 pont. A dimenzió: 19.6/20 pont.

**Honlap és saját online felületek.** Saját honlap: nem azonosítható. Akadálymentesség: nincs igazolt adat; B4: 0 pont. B dimenzió: 0.0/35 pont.

**Platformjelenlét és aktivitás.** Google Business: igen (4.9/5); Facebook: nem azonosítható; Instagram: nincs; YouTube: nincs. C dimenzió: 9.9/30 pont.

**Kapcsolattartás és információelérés.** Telefon: 06 76562000; e-mail: nem azonosítható; kapcsolattartás: részleges. D dimenzió: 8.0/15 pont.

**Értékelés.** Erősségek: magas látogatói elégedettség. Fejlesztendő területek: hiányos vagy hiányzó saját honlap, passzív platformjelenlét. A digitális megjelenés több területen fejlesztésre szorul.

### 5.124. Hétfájdalmú Szűz kálváriakápolna — 37.0/100

**Település:** Kiskunfélegyháza. **Típus:** vallási. **Stratégiai szegmens:** Kulturális és örökségi. **Cím:** Kálvária út. **Összpontszám:** 37.0/100.

**Kereslet és érdeklődés.** Nyilvános Google-értékelési átlag nem áll rendelkezésre; A1: 0/15 pont. Szezonalitás: egész éves működés; A2: 5/5 pont. A dimenzió: 5.0/20 pont.

**Honlap és saját online felületek.** Honlap: gyűjtőoldali főfelület; nyelvi elérhetőség: 3 nyelven elérhető. URL: https://www.sbaotemplom.hu/. Akadálymentesség: nincs igazolt adat; B4: 0 pont. B dimenzió: 17.0/35 pont.

**Platformjelenlét és aktivitás.** Google Business: nem azonosítható; Facebook: nem azonosítható; Instagram: nincs; YouTube: nincs. C dimenzió: 0.0/30 pont.

**Kapcsolattartás és információelérés.** E-mail: sarlosba@gmail.com; telefon: 06 76462642; közvetlen elérés: biztosított. D dimenzió: 15.0/15 pont.

**Értékelés.** Erősségek: teljes és könnyen elérhető kapcsolati adatok. Fejlesztendő területek: gyenge vagy hiányzó online visszajelzések, passzív platformjelenlét. A digitális megjelenés több területen fejlesztésre szorul.

***Megjegyzés.*** *A Sarlós Boldogasszony templonhoz tartozik, ezért nincs önálló kontaktja és közösségi médiája*

### 5.125. Kunszentmiklósi Református Templom — 36.5/100

**Település:** Kunszentmiklós. **Típus:** vallási. **Stratégiai szegmens:** Kulturális és örökségi. **Cím:** Kálvin tér. **Összpontszám:** 36.5/100.

**Kereslet és érdeklődés.** Google-értékelés: 4.7/5; A1: 13.9/15 pont. Szezonalitás: egész éves működés; A2: 5/5 pont. A dimenzió: 18.9/20 pont.

**Honlap és saját online felületek.** Saját honlap: nem azonosítható. Akadálymentesség: nincs igazolt adat; B4: 0 pont. B dimenzió: 0.0/35 pont.

**Platformjelenlét és aktivitás.** Google Business: igen (4.7/5); Facebook: nem azonosítható; Instagram: nincs; YouTube: nincs. C dimenzió: 9.6/30 pont.

**Kapcsolattartás és információelérés.** Telefon: 06 76 551 056; e-mail: nem azonosítható; kapcsolattartás: részleges. D dimenzió: 8.0/15 pont.

**Értékelés.** Erősségek: magas látogatói elégedettség. Fejlesztendő területek: hiányos vagy hiányzó saját honlap, passzív platformjelenlét. A digitális megjelenés több területen fejlesztésre szorul.

***Megjegyzés.*** *Műemlék templom a város központjában.*

### 5.126. Bugaci Karikás Csárda — 36.0/100

**Település:** Bugac. **Típus:** gasztro. **Stratégiai szegmens:** Gasztro és bor. **Cím:** Kiskunsági puszta. **Összpontszám:** 36.0/100.

**Kereslet és érdeklődés.** Nyilvános Google-értékelési átlag nem áll rendelkezésre; A1: 0/15 pont. Szezonalitás: egész éves működés; A2: 5/5 pont. A dimenzió: 5.0/20 pont.

**Honlap és saját online felületek.** Honlap: gyűjtőoldali aloldal; nyelvi elérhetőség: egynyelvű. URL: https://www.bugacpuszta.hu/karikas-csarda/. Akadálymentesség: nincs igazolt adat; B4: 0 pont. B dimenzió: 9.0/35 pont.

**Platformjelenlét és aktivitás.** Google Business: nem azonosítható; Facebook: ritkán frissül (utolsó bejegyzés: 90 napja); Instagram: azonosítható, aktivitása nem ellenőrizhető; YouTube: nincs. C dimenzió: 7.0/30 pont.

**Kapcsolattartás és információelérés.** E-mail: info@bugacpuszta.hu; telefon: 06 30 416 64 39; közvetlen elérés: biztosított. D dimenzió: 15.0/15 pont.

**Értékelés.** Erősségek: teljes és könnyen elérhető kapcsolati adatok. Fejlesztendő területek: gyenge vagy hiányzó online visszajelzések, hiányos vagy hiányzó saját honlap, passzív platformjelenlét. A digitális megjelenés több területen fejlesztésre szorul.

### 5.127. Városi Galéria — 35.7/100

**Település:** Kalocsa. **Típus:** kulturális. **Stratégiai szegmens:** Kulturális és örökségi. **Cím:** Szent István király út 12-14. **Összpontszám:** 35.7/100.

**Kereslet és érdeklődés.** Google-értékelés: 3.8/5; A1: 10.5/15 pont. Szezonalitás: egész éves működés; A2: 5/5 pont. A dimenzió: 15.5/20 pont.

**Honlap és saját online felületek.** Saját honlap: nem azonosítható. Akadálymentesség: nincs igazolt adat; B4: 0 pont. B dimenzió: 0.0/35 pont.

**Platformjelenlét és aktivitás.** Google Business: igen (3.8/5); Facebook: ritkán frissül (utolsó bejegyzés: 365 napja; 568 követővel); Instagram: nincs; YouTube: nincs. C dimenzió: 12.2/30 pont.

**Kapcsolattartás és információelérés.** Telefon: 06 78462351; e-mail: nem azonosítható; kapcsolattartás: részleges. D dimenzió: 8.0/15 pont.

**Értékelés.** Fejlesztendő területek: hiányos vagy hiányzó saját honlap. A digitális megjelenés több területen fejlesztésre szorul.

### 5.128. Solti Várhely — 34.3/100

**Település:** Solt. **Típus:** kulturális. **Stratégiai szegmens:** Kulturális és örökségi. **Cím:** Várhely. **Összpontszám:** 34.3/100.

**Kereslet és érdeklődés.** Google-értékelés: 4.3/5; A1: 12.4/15 pont. Szezonalitás: egész éves működés; A2: 5/5 pont. A dimenzió: 17.4/20 pont.

**Honlap és saját online felületek.** Saját honlap: nem azonosítható. Akadálymentesség: nincs igazolt adat; B4: 0 pont. B dimenzió: 0.0/35 pont.

**Platformjelenlét és aktivitás.** Google Business: igen (4.3/5); Facebook: nem azonosítható; Instagram: nincs; YouTube: nincs. C dimenzió: 8.9/30 pont.

**Kapcsolattartás és információelérés.** Telefon: 06 76 541 510; e-mail: nem azonosítható; kapcsolattartás: részleges. D dimenzió: 8.0/15 pont.

**Értékelés.** Fejlesztendő területek: hiányos vagy hiányzó saját honlap, passzív platformjelenlét. A digitális megjelenés több területen fejlesztésre szorul.

***Megjegyzés.*** *Történelmi emlékhelyzet, Árpád fia Solt fejedelem emlékét őrzi. Korlátozott online jelenlét.*

### 5.129. Kecskeméti Planetárium — 34.0/100

**Település:** Kecskemét. **Típus:** kulturális. **Stratégiai szegmens:** Kulturális és örökségi. **Cím:** Lánchíd u. 18/A. **Összpontszám:** 34.0/100.

**Kereslet és érdeklődés.** Nyilvános Google-értékelési átlag nem áll rendelkezésre; A1: 0/15 pont. Szezonalitás: egész éves működés; A2: 5/5 pont. A dimenzió: 5.0/20 pont.

**Honlap és saját online felületek.** Honlap: önálló, dedikált; nyelvi elérhetőség: egynyelvű. URL: https://www.plani.hu/. Akadálymentesség: nincs igazolt adat; B4: 0 pont. B dimenzió: 17.0/35 pont.

**Platformjelenlét és aktivitás.** Google Business: nem azonosítható; Facebook: azonosítható, aktivitása nem ellenőrizhető; Instagram: nincs; YouTube: nincs. C dimenzió: 4.0/30 pont.

**Kapcsolattartás és információelérés.** Telefon: 06 76 50 50 75; e-mail: nem azonosítható; kapcsolattartás: részleges. D dimenzió: 8.0/15 pont.

**Értékelés.** Fejlesztendő területek: gyenge vagy hiányzó online visszajelzések, passzív platformjelenlét. A digitális megjelenés több területen fejlesztésre szorul.

### 5.130. Jánoshalmi Skanzen — 33.5/100

**Település:** Jánoshalma. **Típus:** kulturális. **Stratégiai szegmens:** Kulturális és örökségi. **Cím:** Skanzen. **Összpontszám:** 33.5/100.

**Kereslet és érdeklődés.** Google-értékelés: 4.9/5; A1: 14.6/15 pont. Szezonalitás: egész éves működés; A2: 5/5 pont. A dimenzió: 19.6/20 pont.

**Honlap és saját online felületek.** Saját honlap: nem azonosítható. Akadálymentesség: nincs igazolt adat; B4: 0 pont. B dimenzió: 0.0/35 pont.

**Platformjelenlét és aktivitás.** Google Business: igen (4.9/5); Facebook: azonosítható, aktivitása nem ellenőrizhető; Instagram: nincs; YouTube: nincs. C dimenzió: 13.9/30 pont.

**Kapcsolattartás és információelérés.** Nyilvánosan elérhető e-mail-cím vagy telefonszám nem található. A D dimenzió összesen 0.0/15 pont, nulla eredmény.

**Értékelés.** Erősségek: magas látogatói elégedettség. Fejlesztendő területek: hiányos vagy hiányzó saját honlap, hiányos kapcsolati adatok. A digitális megjelenés több területen fejlesztésre szorul.

### 5.131. Ulmer Schachtel — 32.5/100

**Település:** Baja. **Típus:** kulturális. **Stratégiai szegmens:** Kulturális és örökségi. **Cím:** Duna u. 33. **Összpontszám:** 32.5/100.

**Kereslet és érdeklődés.** Google-értékelés: 4.7/5; A1: 13.9/15 pont. Szezonalitás: egész éves működés; A2: 5/5 pont. A dimenzió: 18.9/20 pont.

**Honlap és saját online felületek.** Saját honlap: nem azonosítható. Akadálymentesség: nincs igazolt adat; B4: 0 pont. B dimenzió: 0.0/35 pont.

**Platformjelenlét és aktivitás.** Google Business: igen (4.7/5); Facebook: ritkán frissül (utolsó bejegyzés: 60 napja; 1 000 követővel); Instagram: nincs; YouTube: nincs. C dimenzió: 13.6/30 pont.

**Kapcsolattartás és információelérés.** Nyilvánosan elérhető e-mail-cím vagy telefonszám nem található. A D dimenzió összesen 0.0/15 pont, nulla eredmény.

**Értékelés.** Erősségek: magas látogatói elégedettség. Fejlesztendő területek: hiányos vagy hiányzó saját honlap, hiányos kapcsolati adatok. A digitális megjelenés több területen fejlesztésre szorul.

## 6. Módszertani korlátok

Az értékelés kizárólag nyilvánosan hozzáférhető adatokra épül. Nem kerültek felhasználásra a Nemzeti Turisztikai Adatszolgáltató Központ (NTAK) adatai, sem intézményi belső jelentések, sem fizetős webanalitikai szolgáltatások mérési eredményei. Ennek megfelelően a pontszámok azt tükrözik, hogy egy érdeklődő látogató milyen képet kaphat az attrakciókról kizárólag a nyilvános online forrásokból.

Mivel a leltár egyetlen attrakcióra sem tartalmaz hivatalos éves látogatószámot, a keresleti dimenzió — a módszertan által megengedett módon — helyettesítő indikátorra (a Google-értékelési átlagra) épül. Ez az összehasonlítást biztosítja, de nem helyettesíti a tényleges látogatási adatokat. A Google- és TripAdvisor-értékek időben változhatnak, így az elemzés a 2026. szeptember 11-i adatállapotot rögzíti.

A szezonalitási indikátorhoz a nyitvatartási adatok kurált osztályozása állt rendelkezésre (egész éves, részben szezonális, szezonális). A honlap láthatóságát SimilarWeb vagy más webanalitikai forgalommérés helyett webkategóriás proxy értékeli (önálló főoldal, önálló aloldal, gyűjtőoldali főoldal, gyűjtőoldali aloldal). Az akadálymentességi indikátor a leltárban jelzett igen/nem válaszon alapul; a webes és a fizikai akadálymentesség finomabb megkülönböztetése további részletes vizsgálatot igényel.

A stratégiai szegmensbe sorolás az attrakció típusa alapján történik. Egyes helyszínek több szegmenst is szolgálhatnak: a Hajósi Pincefalu például egyszerre kulturális örökségi és bor-/gasztroturisztikai helyszín; a Hungarikum Liget kulturális és egészségturisztikai (a Gyarmati Dezső Termálfürdő révén) szegmensben is érdemi szerepet játszik. Ezek a kettős kötődések a stratégiai értelmezésben kiemelt értékként jelennek meg.

A módszertan minden attrakcióra egységes szabályokat alkalmaz, így az eredmények összehasonlíthatók egymással és stratégiai tervezési célokra is alkalmasak. Az elemzés jól használható prioritásképző munkaanyagként a fejlesztési intézkedések kidolgozásához, a célcsoport-orientált kommunikáció finomhangolásához és a megyei desztinációmenedzsment szervezet (DMO) termékfejlesztési döntéseihez.

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

TOP_Plusz-3.1.1-21-BK1-2022-00001

**2.a számú melléklet – Interreg projektek 2021 - 2027-es ciklus**

**Készítette:**
Ex Ante Tanácsadó Iroda Kft.

2026. szeptember

# Bács-Kiskun megyei Interreg-projektek

*Kimutatás a 2014–2020-as és a 2021–2027-es uniós pályázati ciklusról*

*A 2021–2027-es 2. felhívás partner-szintű adatai a szerződéskötések lezárulása után, a programhonlap frissített szerződött projektlistájában válnak elérhetővé.*

## 1. Interreg VI-A IPA Magyarország–Szerbia 2021–2027 – 1. pályázati felhívás

Bács-kiskuni székhelyű partnerek, partner-szintű uniós támogatással.

| Projekt | Bács-kiskuni szereplő (szerep) | Település | EU (IPA) támogatás, EUR | A projekt célja |
|---|---|---|---|---|
| SharingValues (HUSRB/23L/22/001) | Kiskunhalas Város Önkormányzata (P1) | Kiskunhalas | 1 453 330,00 | Versenyképes, fenntartható és társadalmilag befogadó turisztikai kínálat kialakítása a határtérségben: egységes arculat és márka a hosszú távú marketinghez, a tárgyi és szellemi kulturális örökség megőrzése és bemutatása a helyi turisztikai vonzerőkkel együtt. |
| OPTI-BIKE 3 (HUSRB/23R/22/067) | Tompa Város Önkormányzata (P1) | Tompa | 807 332,55 | Fenntartható, befogadó határon átnyúló kerékpáros turisztikai márka építése: több mint 5 km új kerékpárút Tompa, Szabadka, Palics és Hajdújárás között, csatlakozás az EuroVelo 13 hálózathoz, szervizpontok, interaktív táblák, háromnyelvű mobilalkalmazás, fesztiválok. |
| Skill-Lab (HUSRB/23R/21/045) | Bajai Szent Rókus Kórház (vezető) | Baja | 631 572,00 | Gyakorlatorientált egészségügyi képzés fejlesztése a Baja–Zombor térségben: Skill-Lab képzőhely kialakítása Baján három korszerű, szimulációs eszközökkel felszerelt tanteremmel, valamint egészségfejlesztési iroda létrehozása a zombori rendelőintézetben. |
| STOP FIRES (HUSRB/23R/11/086) | KEFAG Kiskunsági Erdészeti és Faipari Zrt. (P1) | Kecskemét | 465 526,87 | A vegetáció- és erdőtüzekkel szembeni ellenálló képesség növelése: integrált tűzmonitoring és korai észlelő rendszer kiépítése, közös határon átnyúló vészhelyzeti terv, humán és infrastrukturális kapacitásfejlesztés a határ mindkét oldalán. |
| EQUESTSPORT CB (HUSRB/23R/31/010) | TOPI TEAM Hagyományőrző és Lovasegyesület (vezető) | Felsőszentiván | 176 052,00 | Magyar és szerb lovasszervezetek együttműködésének megerősítése: kulturális és turisztikai jelentőségű lovas- és fogathajtó rendezvények, közös edzőtáborok és versenyek minden korosztálynak, kiemelten a fiataloknak. |
| TIMSUM2 (HUSRB/23R/22/044) | Türr István Múzeum és Bácskai Művelődési Központ (vezető) | Baja | 159 918,09 | A 20. századi modern és kortárs művészet kutatására épülő kulturális programok Bácskában, városkártya-rendszer kiépítése a helyi gyűjtemények és kiállítások népszerűsítésére, valamint a temerini kastélypark revitalizációja szabadtéri szoborparkkal. |
| NOBORDER (HUSRB/23R/22/018) | Türr István Múzeum és Bácskai Művelődési Központ (vezető) | Baja | 142 712,48 | A bácskai közös kulturális örökség és az európai identitás erősítése kulturális és oktatási intézmények együttműködésével; a többnyelvűségre, multikulturalitásra és toleranciára épülő közös örökség bemutatása tudományos és kulturális programokon keresztül. |
| Bioforest (HUSRB/23R/11/052) | Tompa Város Önkormányzata (P1) | Tompa | 113 934,00 | Mezővédő erdősávok telepítése mezőgazdasági területek mentén a talajerózió és az elsivatagosodás ellen, két település területén; ehhez kapcsolódóan tizennégy szakmai műhely gazdáknak a talajvédelemről, vízmegtartásról és ökológiai gazdálkodásról. |
| forFUTURE (HUSRB/23S/12/005) | Kecskeméti Televízió Nonprofit Kft. (vezető) | Kecskemét | 99 785,07 | Szemléletformálás a biológiai sokféleségről és a szennyezés csökkentéséről: 35 részes, kétnyelvű természetfilm-sorozat, mesekönyvek, tematikus társasjátékok és oktatási segédanyagok a határtérség veszélyeztetett élővilágáról, a Kecskeméti TV és a Pannon RTV 2011 óta tartó együttműködésében. |
| LP2WB (HUSRB/23S/31/038) | Bácsalmási Önkormányzati Közszolgáltatási Közhasznú szervezet (P1) | Bácsalmás | 84 982,34 | A magyar szociális szövetkezeti tapasztalatok átadása szerbiai partnereknek a vidékfejlesztés érdekében: helyi termelők támogatása, marketing- és termékfejlesztés, tartós együttműködés kialakítása a szociális vállalkozások között. |
| Inclusion (HUSRB/23S/31/011) | Egyesült Út Alapítvány (vezető) | Baja | 77 366,15 | Autizmussal és más fogyatékossággal élő gyermekek fejlődési esélyeinek javítása az inkluzív oktatás közös fejlesztésével: egyéni készségfejlesztés, szakemberek képzése a két ország fejlesztési rendszereinek megismertetésével, társadalmi szemléletformálás. |

| Projekt | Bács-kiskuni szereplő (szerep) | Település | EU (IPA) támogatás, EUR | A projekt célja |
|---|---|---|---|---|
| FAFA (HUSRB/23R/22/091) | Hírös Agóra Kulturális és Ifjúsági Központ (P2) | Kecskemét | 66 359,10 | A filmművészet szerepének erősítése a határtérségben: négy kulturális szervezet együttműködésében új filmes események létrehozása, a kulturális és társadalmi kapcsolatok erősítése különböző célcsoportok között. |
| ARCCHAD (HUSRB/23R/11/008) | Kisléptékű Termékelőállítók és Szolgáltatók Országos Érdekképviseletének Egyesülete (P1) | Kecskemét | 61 676,00 | A klímaváltozás hatásaival küzdő kistermelők és családi gazdaságok támogatása innovatív, többszereplős megközelítéssel: modern technológiák megismertetése, a tevékenység diverzifikálása, együttműködő közösségek kialakítása és szemléletformálás a teljes értékláncon. |
| Folk culture and more (HUSRB/23S/31/008) | Süköszdi Óvodásokért Alapítvány (P1) | Sükösd | 61 194,05 | A közösségi kapcsolatok erősítése a helyi hagyományok bemutatásával, megőrzésével és megosztásával, elsősorban a fiatalokra és a hátrányos helyzetű csoportokra összpontosítva, a digitalizáció okozta hagyományvesztés ellensúlyozására. |
| ROWLE (HUSRB/23S/31/031) | Kalocsai Evezős és Vízisport Egyesület (P1) | Kalocsa | 30 721,95 | Az evezés népszerűsítése egészségmegőrző sportként: közös edzések, táborok és kupák a palicsi és a kalocsai klub között, 6–17 éves fiatalok és 40 év feletti felnőttek célcsoporttal, olimpiai érmesek és szakértők bevonásával. |
| TIMSUM2 (HUSRB/23R/22/044) | Bajai Turisztikai Nonprofit Kft. (P2) | Baja | 68 502,55 | Ugyanazon projekt második bács-kiskuni partnere: a városkártya-rendszer és a turisztikai hasznosítás oldaláról kapcsolódik a bácskai kulturális programsorozathoz. |
| **Összesen** | **16 partnerpozíció, 14 szervezet** | **—** | **4 500 965,20** | **—** |

## 2. Bács-Kiskunban megvalósító, más székhelyű partnerek (2021–2027)

Olyan szervezetek, amelyek székhelye a megyén kívül van, de a projektrészt bács-kiskuni telephelyről valósítják meg, illetve a beruházás a megyében történik.

| Projekt | Partner (szerep) | Bács-kiskuni telephely / helyszín | EU (IPA) támogatás, EUR | A projekt célja |
|---|---|---|---|---|
| Hercegszántó – Bački Breg II (HUSRB/OSI/001, stratégiai) | Építési és Közlekedési Minisztérium (vezető) | Kecskemét (telephely); beruházás: Hercegszántó | 1 086 818,50 | A hercegszántói–bački bregi határátkelőhely teherforgalomra alkalmassá tétele. A 2023-ban mindkét oldalon megszerzett engedélyes tervek alapján indulnak az építési munkák. A teljes projekt uniós támogatása 2 604 952,50 EUR – ez a ciklus legnagyobb, Bács-Kiskunt érintő tétele. |
| MICROPLASTICS (HUSRB/23R/12/089) | Nemzeti Közszolgálati Egyetem, Víztudományi Kar (P2) | Baja | 478 123,64 | A mikroműanyag-szennyezés forrásainak azonosítása és csökkentése a Bácska/Bács-Kiskun határtérség vízi ökoszisztémáiban: mintavétel és szennyezőanyag-azonosítás, modellezés, monitoringrendszer felállítása, szűrési megoldások tesztelése, lakossági szemléletformálás. |
| ARCCHAD (HUSRB/23R/11/008) | KDMFÜ Közép-Duna Menti Fejlesztési Ügynökség Nonprofit Kft. (vezető) | Kiskőrös (telephely) | 116 297,00 | A projekt vezető partnere; a szakmai tevékenység jelentős része a kiskőrösi telephelyről valósul meg. (A projekt célját lásd az előző táblázatban.) |
| ENAG (HUSRB/23S/21/050) | Magyar Női Unió Egyesület (vezető) | Kecskemét (telephely) | 89 586,60 | Vidéki térségekben élő nők agrárvállalkozói képzésének erősítése: egyablakos digitális platform képzési anyagokkal, iparági forrásokkal és mentorálással, hibrid tanulási modellben (helyszíni bootcampek, tanulmányutak, digitális modulok) Bács-Kiskun és Csongrád-Csanád megyében, valamint Bácskában. |
| **Összesen** | **4 partnerpozíció** | **—** | **1 770 825,74** | **—** |

## 3. Interreg VI-A IPA Magyarország–Szerbia 2021–2027 – 2. pályázati felhívás

A 136 beérkezett pályázatból 62 kapott szerződéskötési javaslatot (összesen 16,87 M EUR IPA-támogatás). Jelenleg csak a vezető pályázók neve nyilvános, a partnerlisták nem – az alábbi összegek ezért a teljes projektre vonatkoznak, nem a bács-kiskuni partner részesedésére.

| Projekt | Bács-kiskuni vezető pályázó | Település | Javasolt EU támogatás (projektszint), EUR | A projekt célja |
|---|---|---|---|---|
| ANCESTORS (HUSRB/25R/22/001) | Türr István Múzeum és Bácskai Művelődési Központ | Baja | 418 379,56 | „Párbeszéd az ősökkel – az emberi élet fordulópontjai”: kulturális együttműködés a társadalmilag befogadóbb határtérségért, az életfordulókhoz kötődő közös hagyományok feldolgozásával. |
| SANDLINE (HUSRB/25R/21/052) | Halasi Városmenedzser Nonprofit Kft. | Kiskunhalas | 383 270,10 | Határon átnyúló kulturális hidak a Homokhátságon, az oktatás és egész életen át tartó tanulás célkitűzés keretében. |
| EQUESTSPORT CB 2 (HUSRB/25R/31/004) | TOPI TEAM Hagyományőrző és Lovas Egyesület | Felsőszentiván | 350 055,50 | Az első ciklusban indított lovas rendezvénysorozat folytatása új generációval: közös versenyek, edzőtáborok, kulturális és turisztikai célú lovas események. |
| DigiSkills (HUSRB/25R/21/029) | Bajai Szent Rókus Kórház | Baja | 339 898,74 | A mentális egészség javítása digitális egészségügyi oktatás révén, a határ mindkét oldalán. |
| forNATURE (HUSRB/25S/12/001) | Kecskeméti Televízió Nonprofit Kft. | Kecskemét | 199 716,05 | „Minden faj számít, minden hang számít”: a biodiverzitással és a szennyezés csökkentésével kapcsolatos médiaalapú szemléletformálás folytatása. |
| TELEMETRY CTG (HUSRB/25S/21/063) | Bács-Kiskun Vármegyei Oktatókórház | Kecskemét | 169 031,87 | Háziorvosok és szülésznők képzése a magzati telemetriás kardiotokográfia alkalmazására, valamint méhnyakrákszűrési módszerre. |
| Bridtrad (HUSRB/25S/31/012) | Kalocsai Innovációs és Közművelődési Központ Nonprofit Kft. | Kalocsa | 146 324,95 | „Hagyományok hídja”: kulturális kapcsolat kiépítése Kalocsa és Kula között a közös népi hagyományokra alapozva. |
| COFI (HUSRB/25S/22/065) | Kecskeméti Kortárs Művészeti Műhelyek Nonprofit Kft. | Kecskemét | 117 547,87 | „Common Fire”: kortárs művészeti együttműködés a kultúra és turizmus célkitűzés keretében. |
| Step2Inclusion (HUSRB/25S/31/050) | Egyesült Út Alapítvány | Baja | 113 930,40 | Az „Inclusion” projekt folytatása – kis lépések, nagy hatás: az inkluzív nevelés további fejlesztése fogyatékossággal élő gyermekek számára. |
| ARCCHAD 2.0 (HUSRB/25R/21/044) | KDMFÜ Közép-Duna Menti Fejlesztési Ügynökség Nonprofit Kft. (székhely: Tolna vm.) | Kiskőrös – ellenőrzendő | 249 555,75 | Tudástranszfer és egész életen át tartó tanulás a kistermelők klímaalkalmazkodásáért. Az első ciklusban a szervezet kiskőrösi telephellyel valósított meg; a mostani telephely megerősítésre szorul. |
| **Összesen (a KDMFÜ nélkül)** | **9 projekt** | **—** | **2 238 155,04** | **—** |

# 4. Interreg-IPA CBC Magyarország–Szerbia 2014–2020

A program összesen 118 projektet szerződött. Az alábbi lista dokumentált, de nem teljes körű: a 2014–2020-as program nem tett közzé a mostanihoz hasonló, partner-szintű szerződött projektlistát. A hiány a keep.eu programadatbázisából (117/117 projekt, 321/321 partnerség) zárható le.

| Projekt (azonosító) | Bács-kiskuni szereplő (szerep) | Település | Projekt / IPA, EUR | A projekt célja |
|---|---|---|---|---|
| BABECA (HUSRB/1601/11/0001) | Alsó-Duna-völgyi Vízügyi Igazgatóság (vezető) | Baja | 8 699 538 / 7 394 607 | A Baja–Bezdán-csatorna (Ferenc-csatorna) térségének komplex vízgazdálkodási fejlesztése: mederkotrás, uszadékfa-eltávolító platformok és csónakrámpa építése, a bezdáni és a sebesfoki zsilip újjáépítése, karbantartó eszközök beszerzése – az árvízkockázat csökkentése és a vízelvezető képesség helyreállítása érdekében. |
| OPTI-BIKE (HUSRB/1602/21/0102) | Tompa Város Önkormányzata (2. kedvezményezett) | Tompa | 2 566 613 / 2 181 621 | Új kerékpárutak építése Tompa és Ásotthalom, valamint Szabadka, Királyhalom és Kelebia térségében; a határátkelők torlódásának csökkentése, biztonságos kerékpáros és gyalogos határátlépés megteremtése. |
| PREVENT!FLOOD SUSTAINABLY (HUSRB/1602/11/0225) | Baja Város Önkormányzata (vezető) | Baja | 938 462 / 797 693 | Baja és Novi Bečej árvízmegelőzési és árvízvédelmi kapacitásának javítása: fizikai infrastruktúra felújítása, integrált döntéstámogató és árvízi előrejelző rendszer bevezetése, építési és műszaki tervek készítése, polgári védelmi biztosok képzése és lakossági tudatosítás. |

| Projekt (azonosító) | Bács-kiskuni szereplő (szerep) | Település | Projekt / IPA, EUR | A projekt célja |
|---|---|---|---|---|
| SWeM-PaL (HUSRB/1602/12/0014) | Kiskunsági Madárvédelmi Egyesület (4. kedv.); Nemzeti Közszolgálati Egyetem (1. kedv.) | Baja és térsége | 448 190 / 380 961 | A határon átnyúló Palics–Ludas vízgyűjtő fenntartható vízgazdálkodási szabályrendszerének kidolgozása hidroökológiai monitoringra alapozva, a Víz Keretirányelv és a Natura 2000/Ramsar célkitűzések szerint; a Kolon-tó működő monitoringrendszerének jó gyakorlatait átültetve. |
| Danube Wine Route (HUSRB/1602/31/0209) | Bács-Kiskun Megyei Önkormányzat (vezető); Duna Borrégió Borút Egyesület (partner) | Kecskemét; Borota | 377 040 / 320 484 | Fenntartható tematikus borút létrehozása a Duna mentén Bács-Kiskun és Vajdaság önkormányzatainak kezdeményezésére: közös márka és logó, borászoknak szóló marketingképzés, közös megjelenés turisztikai vásárokon (pl. ITB Berlin), borútlevél, térkép és imázsfilm, valamint mobil marketingplatformként működő hajó. |
| PANNONSTEPPES (HUSRB/1602/12/0065) | Kiskunsági Nemzeti Park Igazgatóság (1. kedv.) | Kecskemét | 287 040 / 243 984 | A pannon sztyepp két meghatározó fajának védelme: a rákosi vipera élőhelyeinek összekapcsolása 22 hektáron a cserjésedés visszaszorításával, valamint védőkerítés kihelyezése túzok költőterületek köré Szerbia egyetlen túzokélőhelyén. |
| PROTECT (HUSRB/1602/12/0132) | Neumann János Egyetem (1. kedv.) | Kecskemét | 284 491 / 241 817 | Invazív növényfajok – elsősorban a parlagfű – monitoringja, feltérképezése és visszaszorítása a határtérség védett területein, köztük a Kiskunsági Nemzeti Parkban; talajba helyezett magbank, pollenkoncentráció-monitoring és ECO tudáshálózat létrehozása. |
| Youth-together (HUSRB/1602/32/0085) | Kiskunhalasi SZC Vári Szabó István Szakképző Iskolája és Kollégiuma (1. kedv.) | Kiskunhalas | 116 903 / 99 368 | Fiatalok határon átnyúló együttműködése a természetvédelem, az egészséges életmód, a kulturális örökség és a turizmus népszerűsítése terén: iskolai helyzetfelmérés, panelbeszélgetés, három diákcsere és tábor, valamint IKT-eszközfejlesztés mindkét partneriskolában. |
| Dream Railway (HUSRB/1601/22/0002) – Bács-kiskuni partner nélkül | DKMT Eurorégiós Fejlesztési Ügynökség (partner, Szeged) | Beruházás: Bácsalmás, Bácsbokod, Bácsszőlős, Baja | 3 585 017 / 3 047 265 | A Szabadka–Bácsalmás–Baja vasútvonal engedélyezési és előzetes terveinek elkészítése, valamint területrendezési terv kidolgozása a Szabadka–Csikéria–Bácsalmás–Bácsbokod–Bácsszőlős–Baja infrastrukturális folyosóra. |
| SO-BAJA2 (HUSRB/1602/21/0061) – Bács-kiskuni partner nélkül | NIF Zrt. (2. kedvezményezett, Budapest) | Beruházás: Baja–Hercegszántó térsége | 3 122 670 / 2 654 270 | A Baja–Zombor közötti határon átnyúló út fejlesztésének II. üteme; a Bački Breg–Hercegszántó határátkelő teher- és személyforgalmi alkalmassá tétele, a bajai dunai kikötő és az M6 autópálya elérhetőségének javítása. |

# 5. Egyéb Interreg programok

Bács-Kiskun a magyar–szerb határon átnyúló programon kívül nem része egyetlen másik „A” típusú (határon átnyúló) Interreg programterületnek sem – nem tartozik a HU-RO, HU-SK, HU-HR és HU-AT programokhoz. Szereplői a transznacionális és interregionális programokban vehetnek részt.

| Program | Projekt | Bács-kiskuni kötődés | Időszak | A projekt célja |
|---|---|---|---|---|
| Interreg Central Europe 2021–2027 | Climate_CRICES – Increasing Climate Change Resilience in Central Europe | Bács-Kiskun a „Central Danube” pilot terület: pilot-nyitórendezvény 2026. február 25-én Kiskőrösön (szőlő- és borászati klímaalkalmazkodás), Vármegyei Klímakonferencia 2025. november 13-án Kecskeméten. Magyar partner: KDMFÜ (201 830 EUR). | 2024.06. – 2026.11. | A közintézmények kapacitásának növelése a klímaváltozás hatásainak kezelésére: közös adatstratégia, valamint többnyelvű, adatvezérelt klíma-dashboard hőhullám, aszály, vízhiány, árvíz és biodiverzitás témában. Teljes költségvetés 2,29 M EUR, 80% ERFA. |
| URBACT III 2014–2020 | SIBdev – Social Impact Bond hálózat | Kecskemét Megyei Jogú Város partnervárosként; Integrált Akcióterv (IAP) 2022 júniusában. | 2018–2022 | A társadalmi hatásalapú finanszírozás (Social Impact Bond) eszközeinek adaptálása városi szinten a szociális és foglalkoztatási szolgáltatások fejlesztésére; az IAP feltérképezte a további uniós forrásokat is (Duna Régió, Central Europe, Interreg Europe). |

# 6. Turizmushoz közvetlenül vagy közvetve kapcsolódó projektek

Keresztmetszeti összesítés a fenti fejezetekből. „Közvetlen” besorolást kapott a projekt, ha a turisztikai kínálat, márka, vonzerő vagy látogatóforgalom fejlesztése önálló célja; „közvetett” besorolást akkor, ha az örökség, a természeti erőforrás, az elérhetőség vagy a helyi termék oldaláról alapozza meg a turisztikai teljesítményt.

| Projekt | Ciklus / program | Bács-kiskuni szereplő | Kapcsolódás | Turisztikai tartalom |
|---|---|---|---|---|
| SharingValues | 2021–2027, 1. felh. | Kiskunhalas Város Önkormányzata | közvetlen | A projekt gerince maga a turisztikai kínálatfejlesztés: közös arculat és desztinációs márka, örökségalapú termékek, hosszú távú marketing. Bács-Kiskun eddigi legnagyobb turisztikai tárgyú Interreg-tétele (1 453 330 EUR). |
| OPTI-BIKE 3 | 2021–2027, 1. felh. | Tompa Város Önkormányzata | közvetlen | Kerékpáros turisztikai márka és több mint 5 km új útvonal, csatlakozás az EuroVelo 13-hoz; szervizpontok, háromnyelvű mobilalkalmazás, fesztiválok. Az OPTI-BIKE 1 (2014–2020) folytatása. |
| EQUESTSPORT CB | 2021–2027, 1. felh. | TOPI TEAM Hagyományőrző és Lovasegyesület (Felsőszentiván) | közvetlen | Kulturális és turisztikai jelentőségű lovas- és fogathajtó rendezvények, amelyek célja kifejezetten a határrégió láthatóságának növelése és a látogatóvonzás. |
| TIMSUM2 | 2021–2027, 1. felh. | Türr István Múzeum és Bácskai Művelődési Központ; Bajai Turisztikai Nonprofit Kft. | közvetlen | Városkártya- (loyalty card) rendszer kiépítése a helyi gyűjtemények és kiállítások turisztikai hasznosítására, valamint a temerini kastélypark revitalizációja szabadtéri szoborparkkal. A bajai DMO-szervezet önálló partnerként vesz részt. |
| NOBORDER | 2021–2027, 1. felh. | Türr István Múzeum és Bácskai Művelődési Központ (Baja) | közvetett | Örökségalapú kínálatfejlesztés: a bácskai közös kulturális örökség feldolgozása és bemutatása kulturális-tudományos programokon keresztül – vonzerőleltár-jellegű alap a látogatói kínálathoz. |
| FAFA | 2021–2027, 1. felh. | Hírös Agóra Kulturális és Ifjúsági Központ (Kecskemét) | közvetett | Új filmes események és programok létrehozása; rendezvényalapú látogatóforgalom-bővítés a kultúra és turizmus (O2.2) célkitűzés alatt. |
| Folk culture and more | 2021–2027, 1. felh. | Sükösdi Óvodásokért Alapítvány | közvetett | Helyi hagyományok bemutatása és megőrzése – a szellemi kulturális örökség mint potenciális turisztikai vonzerő fenntartása. |
| ROWLE | 2021–2027, 1. felh. | Kalocsai Evezős és Vízisport Egyesület | közvetett | Vízi sportkínálat és rendezvények Kalocsa–Palics viszonylatban; az aktív turizmus infrastruktúrájához és programkínálatához kapcsolódik. |
| LP2WB | 2021–2027, 1. felh. | Bácsalmási Önkormányzati Közszolgáltatási Közhasznú szervezet | közvetett | Helyi termelők és termékek támogatása, marketing- és termékfejlesztés – a gasztronómiai és helyitermék-alapú kínálat háttere. |
| Hercegszántó – Bački Breg II (OSI) | 2021–2027, stratégiai | Építési és Közlekedési Minisztérium (kecskeméti telephely); beruházás Hercegszántón | közvetett | Határátkelő-fejlesztés: a határátlépés gördülékenysége a határon átnyúló látogatóforgalom egyik alapfeltétele. A ciklus legnagyobb, Bács-Kiskunt érintő beruházása. |
| ANCESTORS | 2021–2027, 2. felh. | Türr István Múzeum és Bácskai Művelődési Központ (Baja) | közvetlen | A kultúra és turizmus (O2.2) célkitűzés alatt szerződésre javasolt projekt; az életfordulókhoz kötődő közös hagyományok örökségturisztikai feldolgozása. |
| COFI | 2021–2027, 2. felh. | Kecskeméti Kortárs Művészeti Műhelyek Nonprofit Kft. | közvetlen | Szintén a kultúra és turizmus célkitűzés alatt: kortárs művészeti együttműködés és programkínálat. |
| EQUESTSPORT CB 2 | 2021–2027, 2. felh. | TOPI TEAM Hagyományőrző és Lovas Egyesület (Felsőszentiván) | közvetlen | A lovas rendezvénysorozat folytatása új generációval – a megye egyetlen visszatérő lovas turisztikai Interreg-vonala. |
| Bridtrad | 2021–2027, 2. felh. | Kalocsai Innovációs és Közművelődési Központ Nonprofit Kft. | közvetett | Kalocsa és Kula közötti kulturális kapcsolat a közös népi hagyományokra alapozva – a kalocsai örökségmárka határon átnyúló kiterjesztése. |
| SANDLINE | 2021–2027, 2. felh. | Halasi Városmenedzser Nonprofit Kft. (Kiskunhalas) | közvetett | Határon átnyúló kulturális hidak a Homokhátságon; oktatási célkitűzés alatt fut, de örökség- és kínálatfejlesztési tartalommal. |
| forNATURE | 2021–2027, 2. felh. | Kecskeméti Televízió Nonprofit Kft. | közvetett | A természeti örökség bemutatása és a biodiverzitással kapcsolatos szemléletformálás – az ökoturisztikai kereslet és a desztinációs imázs háttere. |
| Danube Wine Route | 2014–2020 | Bács-Kiskun Megyei Önkormányzat (vezető); Duna Borrégió Borút Egyesület (Borota) | közvetlen | Tematikus borút létrehozása a Duna mentén: közös márka és logó, borász-marketingképzés, közös megjelenés turisztikai vásárokon (pl. ITB Berlin), borútlevél, térkép, imázsfilm, mobil marketingplatformként működő hajó. A megyei önkormányzat eddigi egyetlen vezető partneri szerepe. |

| Projekt | Ciklus / program | Bács-kiskuni szereplő | Kapcsolódás | Turisztikai tartalom |
|---|---|---|---|---|
| OPTI-BIKE | 2014–2020 | Tompa Város Önkormányzata | közvetlen | Új kerékpárutak Tompa, Ásotthalom, Szabadka, Királyhalom és Kelebia térségében; biztonságos kerékpáros határátlépés. Az OPTI-BIKE 3 előzménye. |
| Youth-together | 2014–2020 | Kiskunhalasi SZC Vári Szabó István Szakképző Iskolája és Kollégiuma | közvetett | Ifjúsági együttműködés, amelynek egyik deklarált célja a határtérség turisztikai lehetőségeinek megismertetése és népszerűsítése. |
| BABECA | 2014–2020 | Alsó-Duna-völgyi Vízügyi Igazgatóság (Baja) | közvetett | A Ferenc-csatorna vízgazdálkodási fejlesztése mellett csónakrámpa létesítése és a csatorna rekreációs használhatóságának javítása – a vízi turizmus infrastrukturális alapja. |
| PANNONSTEPPES | 2014–2020 | Kiskunsági Nemzeti Park Igazgatóság | közvetett | A rákosi vipera és a túzok élőhelyeinek védelme – az ökoturisztikai vonzerő természeti alapjának megőrzése a Kiskunságban. |
| PROTECT | 2014–2020 | Neumann János Egyetem (Kecskemét) | közvetett | Invazív fajok, elsősorban a parlagfű visszaszorítása védett területeken, köztük a Kiskunsági Nemzeti Parkban – látogatói komfort és élőhelyminőség. |
| SWeM-PaL | 2014–2020 | Kiskunsági Madárvédelmi Egyesület; Nemzeti Közszolgálati Egyetem (Baja) | közvetett | A Palics–Ludas vízgyűjtő és a Kolon-tó vizes élőhelyeinek fenntartható kezelése – madármegfigyelő és ökoturisztikai helyszínek állapotának megalapozása. |
| Dream Railway | 2014–2020 | Bács-kiskuni partner nélkül; beruházás Bácsalmás–Baja vonalon | közvetett | A Szabadka–Bácsalmás–Baja vasútvonal tervdokumentációja; megvalósulása esetén közvetlen vasúti elérés Szabadka és Baja között, ami a látogatóforgalom szempontjából meghatározó. |
| SO-BAJA2 | 2014–2020 | Bács-kiskuni partner nélkül; beruházás Baja–Hercegszántó térségében | közvetett | A Baja–Zombor közötti út és a Bački Breg–Hercegszántó határátkelő fejlesztése – a bajai Duna-part és a dunai kikötő elérhetősége. |
| Climate_CRICES | Interreg Central Europe 2021–2027 | Bács-Kiskun mint pilot terület; kiskőrösi borászati pilot akció | közvetett | Klímaalkalmazkodási adatplatform, kiskőrösi szőlészeti-borászati pilottal – a borturisztikai kínálat hosszú távú erőforrásbázisát érinti. |

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

TOP_Plusz-3.1.1-21-BK1-2022-00001

**2.b számú melléklet – TOP 1.2.1. támogatott projektek Bács-Kiskun megye**

**Készítette:**
Ex Ante Tanácsadó Iroda Kft.

2026. szeptember

**TOP 1.2.1. Társadalmi és környezeti szempontból fenntartható turizmusfejlesztés - támogatott projektek Bács-Kiskun megye**

| Projekt azonosítója | Kedvezményezett neve | Projekt címe | Projekt helyszíne (település) | Projekt összköltsége | Projekt befejezésének tényleges dátuma |
|---|---|---|---|---|---|
| **TOP-1.2.1-15-BK1-2016-00009** | DUNAPATAJ NAGYKÖZSÉG ÖNKORMÁNYZATA | Dunapataj-Szelid turisztikai kerékpárút fejlesztése | Dunapataj | 170 000 000 | 2018.07.31 |
| **TOP-1.2.1-15-BK1-2016-00010** | Solt Város Önkormányzat | Solt-Dunatetétlen-Akasztó turisztikai célú kerékpárút fejlesztése | Dunatetétlen | 1 076 798 877 | 2023.09.30 |
| **TOP-1.2.1-15-BK1-2016-00003** | KISKUNHALAS VÁROS ÖNKORMÁNYZATA | A Thorma János Múzeum bővítése | Kiskunhalas | 369 960 982 | 2018.03.13 |
| **TOP-1.2.1-15-BK1-2016-00006** | SOLTVADKERT VÁROS ÖNKORMÁNYZATA | A Vadkerti-tó turisztikai infrastruktúrájának fejlesztése | Soltvadkert | 50 000 000 | 2021.05.31 |
| **TOP-1.2.1-15-BK1-2016-00004** | KISKUNHALAS VÁROS ÖNKORMÁNYZATA | A kiskunhalasi városháza tornyának kiláto céljára történő hasznosítása | Kiskunhalas | 99 847 537 | 2021.12.08 |
| **TOP-1.2.1-15-BK1-2016-00012** | FELSŐSZENTIVÁN KÖZSÉGI ÖNKORMÁNYZAT | Felsőszentiváni szélmalom helyreállítása és turisztikai attrakcióvá fejlesztése | Felsőszentiván | 214 000 000 | 2020.08.31 |
| **TOP-1.2.1-15-BK1-2016-00011** | SZANK KÖZSÉGI ÖNKORMÁNYZAT | Kiskun Emlékhely Zank vezér szállásán | Szank | 350 000 000 | 2020.12.15 |
| **TOP-1.2.1-15-BK1-2016-00001** | BUGAC NAGYKÖZSÉGI ÖNKORMÁNYZAT | Évezredek útján, Aranymonostor és látogatóközpont turisztikai fejlesztése I.ütem | Bugac | 1 137 073 125 | 2023.11.30 |
| **TOP-1.2.1-15-BK1-2016-00008** | HAJÓSSZOLG Köztisztasági Kommunális és Csatorna KFT | Cabernet Borturisztikai Látogatóközpont kialakítása a Hajósi Pincefaluban | Hajós | 179 943 842 | 2019.12.31 |
| **TOP-1.2.1-16-BK1-2017-00014** | FAJSZ KÖZSÉG ÖNKORMÁNYZATA | Fajsz-Dusnok-Sükösd turisztikai célú fejlesztései a Duna menti | Sükösd | 172 000 000 | 2022.09.30 |
| **TOP-1.2.1-16-BK1-2017-00011** | Tiszaug Község Önkormányzata | Turisztikai célú kerékpárút fejlesztése Tiszaug és Lakitelek | Tiszaug | 321 114 906 | 2023.12.20 |
| **TOP-1.2.1-16-BK1-2017-00019** | Halasi Média és Kultúra Nonprofit Szolgáltató Korlátolt Felelősségű Társaság | Halasi Tánchagyományok Házának kialakítása | Kiskunhalas | 135 343 230 | 2022.11.30 |
| **TOP-1.2.1-16-BK1-2017-00001** | NEMESNÁDUDVAR KÖZSÉG ÖNKORMÁNYZATA | Nemesnádudvari turisztikai központ kialakítása és a helyi népviseletes babagyűjtemény turisztikai attrakcióvá fejlesztése | Nemesnádudvar | 95 000 000 | 2021.02.24 |
| **TOP-1.2.1-16-BK1-2017-00009** | Halasi Média és Kultúra Nonprofit Szolgáltató Korlátolt Felelősségű Társaság | Sáfrik-féle szélmalom felújítása, kiállító- és alkotóház kialakítása | Kiskunhalas | 110 500 000 | 2020.12.31 |
| **TOP-1.2.1-16-BK1-2017-00005** | SOLTVADKERT VÁROS ÖNKORMÁNYZATA | A Vadkerti-tó turisztikai infrastruktúrájának fejlesztése - 3. ütem | Soltvadkert | 163 133 974 | 2021.08.31 |
| **TOP-1.2.1-16-BK1-2017-00015** | Halasi Média és Kultúra Nonprofit Szolgáltató Korlátolt Felelősségű Társaság | Kiskunhalas - Sóstó turisztikai fejlesztése | Kiskunhalas | 81 000 000 | 2021.01.28 |
| **TOP-1.2.1-16-BK1-2017-00008** | TŐSERDŐ Turisztikai Nonprofit Korlátolt Felelősségű Társaság | Tőserdő turisztikai fejlesztése és Ökoturisztikai Központ megvalósítása | Lakitelek | 199 865 799 | 2023.04.30 |
| **TOP-1.2.1-16-BK1-2017-00010** | Tiszaug Község Önkormányzata | Tiszaugi horgászturizmus fejlesztése | Tiszaug | 50 372 300 | 2021.07.31 |
| **TOP-1.2.1-16-BK1-2017-00004** | SOLTVADKERT VÁROS ÖNKORMÁNYZATA | A Vadkerti-tó turisztikai infrastruktúrájának fejlesztése - 2. ütem | Soltvadkert | 173 918 529 | 2021.08.31 |
| **TOP-1.2.1-16-BK1-2017-00016** | DUNAPATAJ NAGYKÖZSÉG ÖNKORMÁNYZATA | Szelidi-tó turisztikai infrastruktúra fejlesztése | Dunapataj | 333 000 000 | 2019.11.29 |
| **TOP-1.2.1-16-BK1-2017-00018** | BÁCSALMÁS VÁROS ÖNKORMÁNYZATA | Bácsalmás természeti és kulturális értékeinek komplex turisztikai attrakcióvá fejlesztése. | Bácsalmás | 380 918 021 | 2021.12.23 |
| **TOP-1.2.1-16-BK1-2017-00017** | KISKUNHALAS VÁROS ÖNKORMÁNYZATA | A Csipkeház látogatóbarát fejlesztése | Kiskunhalas | 72 800 000 | 2020.03.18 |
| **TOP-1.2.1-16-BK1-2017-00003** | TISZAKÉCSKE VÁROS ÖNKORMÁNYZATA | A természeti értékekben rejlő ökoturisztikai potenciál hasznosítása Tiszakécske városában | Tiszakécske | 235 500 000 | 2021.11.28 |
| **TOP-1.2.1-16-BK1-2017-00012** | KUNSZENTMIKLÓS VÁROS ÖNKORMÁNYZATA | Kulturális és örökségi érték turisztikai fejlesztése a kunszentmiklósi Virágh Kúriában | Kunszentmiklós | 60 000 000 | 2020.11.29 |
| **TOP-1.2.1-16-BK1-2017-00013** | NAGYBARACSKA KÖZSÉG ÖNKORMÁNYZATA | Füzes sziget turisztikai fejlesztése | Nagybaracska | 126 489 000 | 2021.08.31 |
| **TOP-1.2.1-16-BK2-2017-00001** | BÁCS-KISKUN MEGYEI ÖNKORMÁNYZAT | Az EuroVelo 13 kerékpáros útvonal és környezetének ökoturisztikai fejlesztése | Kelebia | 199 954 822 | 2020.09.28 |
| **TOP-1.2.1-16-BK2-2019-00005** | Bács-Kiskun Megyei Turizmusfejlesztési és Marketing Nonprofit Korlátolt Felelősségű Társaság | Borturisztikai útvonal kialakítása a Sváb Sarok településein | Nemesnádudvar | 80 899 681 | 2023.06.30 |
| **TOP-1.2.1-16-BK2-2019-00004** | Bács-Kiskun Megyei Turizmusfejlesztési és Marketing Nonprofit Korlátolt Felelősségű Társaság | Petőfi kulturális-tematikus útvonal kialakítása Bács-Kiskun megyében. | Kecskemét | 102 229 957 | 2023.08.31 |

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

TOP_Plusz-3.1.1-21-BK1-2022-00001

**2.c számú melléklet – TOP Plusz projektek Bács-Kiskun megye**

**Készítette:**
Ex Ante Tanácsadó Iroda Kft.

2026. szeptember

**TOP_Plusz projektek**

## TOP_PLUSZ-1.1.3

| Projekt azonosítója / Project ID | Kedvezményezett neve | Projekt címe | Projekt helyszíne (település) | Projekt összköltsége | Projekt befejezésének várható dátuma |
|---|---|---|---|---|---|
| **TOP_PLUSZ-1.1.3-21-BK1-2023-00010** | TISZAUG KÖZSÉG ÖNKORMÁNYZATA | TISZAUGI HORGÁSZTURIZMUS FEJLESZTÉSE II. ÜTEM | Tiszaug | 60 500 000 | 2025.09.30 |
| **TOP_PLUSZ-1.1.3-21-BK1-2023-00025** | TISZAKÉCSKE VÁROS ÖNKORMÁNYZATA | Horgászkikötő létesítése Tiszakécskén | Tiszakécske | 178 000 000 | 2025.10.31 |
| **TOP_PLUSZ-1.1.3-21-BK1-2022-00004** | SZALKSZENTMÁRTON KÖZSÉG ÖNKORMÁNYZATA | Szalkszentmártoni Petőfi Sándor Emlékkiállítás fejlesztése | Szalkszentmárton | 59 880 500 | 2024.10.29 |
| **TOP_PLUSZ-1.1.3-21-BK1-2023-00020** | KECEL VÁROS ÖNKORMÁNYZATA | Turisztikai célú kerékpárút kialakítása Kecel és Császártöltés között | Kecel | 1 600 000 000 | 2026.12.31 |
| **TOP_PLUSZ-1.1.3-21-BK1-2023-00013** | KUNSZENTMIKLÓS VÁROS ÖNKORMÁNYZATA | Petőfi emlékház kialakítása Kunszentmiklóson | Kunszentmiklós | 0 | 2026.08.31 |
| **TOP_PLUSZ-1.1.3-21-BK1-2023-00017** | CSÁSZÁRTÖLTÉS KÖZSÉG ÖNKORMÁNYZATA | Turisztikai célú kerékpárút építése Császártöltés és Hajós-Pincefalu között | Császártöltés | 646 000 000 | 2025.12.31 |
| **TOP_PLUSZ-1.1.3-21-BK1-2023-00024** | KISKŐRÖS VÁROS ÖNKORMÁNYZATA | Turisztikai fejlesztés Kiskőrösön | Kiskőrös | 300 000 000 | 2027.07.31 |
| **TOP_PLUSZ-1.1.3-21-BK1-2022-00006** | Limány Természetjáró, Vizitúra és Horgász Egyesület | Aktív kikapcsolódás a Szelidi-tó körül | Dunapataj | 263 594 500 | 2027.11.02 |
| **TOP_PLUSZ-1.1.3-21-BK1-2022-00003** | BUGAC NAGYKÖZSÉGI ÖNKORMÁNYZAT | Évezredek útján, Aranymonostor és látogatóközpont turisztikai fejlesztése II. ütem | Bugac | 232 175 367 | 2024.11.30 |

| | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| **TOP_PLUSZ-1.1.3-21-BK1-2022-00008** | PETŐFISZÁLLÁS KÖZSÉGI ÖNKORMÁNYZAT | Turisztikai célú kerékpárút építése Petőfiszállás és Kiskunfélegyháza-Selymes között | Petőfiszállás | 208 630 000 | 2025.06.30 |
| **TOP_PLUSZ-1.1.3-21-BK1-2023-00016** | Halasi Városmenedzser Nonprofit Korlátolt Felelősségű Társaság | Kiskunhalasi Sóstó Fejlesztése | Kiskunhalas | 541 950 118 | 2025.06.30 |
| **TOP_PLUSZ-1.1.3-21-BK1-2023-00027** | BÁCS-KISKUN VÁRMEGYE ÖNKORMÁNYZATA | Érsekhalma - Nemesnádudvar - Sükösd Bács-Kiskun Vármegyei kiemelt kerékpárút megvalósítása | Kecskemét | 2 200 000 000 | 2026.12.31 |
| **TOP_PLUSZ-1.1.3-21-BK1-2023-00022** | HAJÓSSZOLG Korlátolt Felelősségű Társaság | Hajósi Pincefalu komplex turisztikai fejlesztése | Hajós | 367 500 000 | 2027.05.31 |
| **TOP_PLUSZ-1.1.3-21-BK1-2023-00012** | SZABADSZÁLLÁS VÁROS ÖNKORMÁNYZATA | Petőfi Sándor látogatóközpont létesítése Szabadszálláson | Szabadszállás | 499 999 990 | 2026.12.31 |
| **TOP_PLUSZ-1.1.3-21-BK1-2023-00015** | FEHÉRTÓ Önkormányzati Közszolgáltatási és Kulturális Non-profit Korlátolt Felelősségű Társaság | Óriás vízi csúszda építése a kunfehértói Tófürdőben | Kunfehértó | 94 000 000 | 2026.06.30 |
| **TOP_PLUSZ-1.1.3-21-BK1-2022-00005** | KISKUNMAJSA VÁROS ÖNKORMÁNYZATA | Turisztikai fejlesztések Kiskunmajsán | Kiskunmajsa | 659 000 000 | 2025.12.31 |
| **TOP_PLUSZ-1.1.3-21-BK1-2023-00011** | LAKITELEK ÖNKORMÁNYZATA | KOMPLEX TURISZTIKAI FEJLESZTÉS LAKITELEKEN | Lakitelek | 465 000 000 | 2026.12.31 |
| **TOP_PLUSZ-1.1.3-21-BK1-2023-00028** | SOLTVADKERT VÁROS ÖNKORMÁNYZATA | Vadkerti-tó turisztikai infrastruktúrájának fejlesztése - 4. ütem | Soltvadkert | 230 000 000 | 2026.12.31 |
| **TOP_PLUSZ-1.1.3-21-BK1-2022-00007** | DUSNOK KÖZSÉG ÖNKORMÁNYZATA | Múlt-jelen-jövő Dusnoki látogatóközpont kialakítása | Dusnok | 0 | 2026.02.13 |
| **TOP_PLUSZ-1.1.3-21-BK1-2023-00019** | LAJOSMIZSE VÁROS ÖNKORMÁNYZATA | Az egykori Földeáki Csárda turisztikai célú fejlesztése Lajosmizsén | Lajosmizse | 200 000 000 | 2026.12.31 |

| | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| **TOP_PLUSZ-1.1.3-21-BK1-2022-00002** | ÚTICÉL Kulturális Hagyományőrző Turisztikai Egyesület | Elfeledett mesterségek élményközpontja | Bácsszentgyörgy | 125 088 206 | 2025.09.30 |
| **TOP_PLUSZ-1.1.3-21-BK1-2023-00023** | JÁNOSHALMA VÁROSI ÖNKORMÁNYZAT | Horgászturizmus fejlesztése Jánoshalmán | Jánoshalma | 87 947 013 | 2025.12.31 |
| **TOP_PLUSZ-1.1.3-21-BK1-2023-00029** | Halasi Városmenedzser Nonprofit Korlátolt Felelősségű Társaság | A kiskunhalasi Csetényi Park turisztikai fejlesztése | Kiskunhalas | 511 549 882 | 2025.12.31 |
| **Összesen** | | | | **9 530 815 576** | |

## TOP_PLUSZ-6.1.4-23-BK2 - Aktív turizmus fejlesztése

| Projekt azonosítója | Kedvezményezett neve | Projekt címe | Projekt összköltsége | Projekt befejezésének várható dátuma |
|---|---|---|---|---|
| **TOP_PLUSZ-6.1.4-23-BK2-2024-00002** | BÁCS-KISKUN VÁRMEGYE ÖNKORMÁNYZATA | Vajas-fok aktív víziturizmusának fejlesztése | 650 000 000 | 2027.12.31 |
| **TOP_PLUSZ-6.1.4-23-BK2-2024-00003** | BÁCS-KISKUN VÁRMEGYE ÖNKORMÁNYZATA | Duna-völgyi kalandozások Dél-Bácsban | 650 000 000 | 2028.05.31 |
| **TOP_PLUSZ-6.1.4-23-BK2-2025-00005** | BÁCS-KISKUN VÁRMEGYE ÖNKORMÁNYZATA | Vízre a Homokháton - Lapátos kalandok | 680 000 000 | 2028.05.31 |
| **TOP_PLUSZ-6.1.4-23-BK2-2025-00004** | BÁCS-KISKUN VÁRMEGYE ÖNKORMÁNYZATA | GirbegurBácska – Kerekezz Bácska hullámain szabadon aktív turizmus fejlesztése az EuroVelo13 kerékpárút-nyomvonal mentén Bács-Kiskun vármegyében | 649 976 636 | 2027.09.30 |
| **TOP_PLUSZ-6.1.4-23-BK1-2024-00001** | BUGAC NAGYKÖZSÉGI ÖNKORMÁNYZAT | Ökoturisztikai Látogatóközpont megvalósítása Bugacon | 500 000 000 | 9/30/2028 |

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

TOP_Plusz-3.1.1-21-BK1-2022-00001

**3. számú melléklet – Részletes helyzetelemzés**

*(5011-331/2025. számú szerződés 2. teljesítési szakasza: a stratégia 2. fejezete)*

**Készítette:**

Ex Ante Tanácsadó Iroda Kft.

# Tartalomjegyzék

**HELYZETELEMZÉS** **6**

1.1 6

*1.1.1* 7

*1.1.2* 8

*1.1.3* 8

*1.1.4* 9

*1.1.5* 9

*1.1.6* 10

A mezőgazdasági területhasználat és a táj szerepe 10

Termelési szerkezet és agrárspecializáció 10

Gazdaságszerkezet, vállalkozások és vidéki térségek 11

Állattenyésztés és kapcsolódó turisztikai értékek 11

Klímaváltozás, vízgazdálkodás és a turizmus sérülékenysége 11

1.2 12

*1.2.1* 12

*1.2.2* 21

Egészségturizmus és fürdőturizmus 21

Aktív- és ökoturizmus 22

Kulturális és városi turizmus 23

Bor- és gasztroturizmus 24

Falusi és tanyasi turizmus 24

Rendezvény- és fesztiválturizmus 25

Horgászturizmus 25

*1.2.3* 27

*1.2.4* 29

Vonzerő értékelési módszertan 29

Tematikus szerkezet – a vármegye turizmusának alappillérei 34

Területi koncentrációk 35

Szezonalitási minta 35

Hogyan lesz mindezekből desztinációs termék? 36

*1.2.5* 35

Vármegyei szintű koordináció hiánya 37

A Tourinform-hálózat szerepe és feladatai 38

Városi és térségi turisztikai szervezetek – mozaikszerű desztinációmenedzsment rendszer 38

*1.2.6* 38

Gyalogos és természetjáró infrastruktúra 39

Kerékpáros infrastruktúra: EuroVelo, országos és helyi útvonalak 40

Vízi turisztikai infrastruktúra 41

Közúti megközelíthetőség: országos tengelyeken 43

Vasúti és légi elérhetőség 43

*1.2.7* 42

*1.2.8* 47

Kecskemét térsége – A vármegye kulturális és gazdasági központja 48

Tisza-mente – Tiszakécske és Lakitelek 49

Déli fürdő- és rekreációs zóna – Kiskunmajsa és Kiskunhalas 49

Duna-mente – Baja, Dunapataj, Szelidi-tó 49

Kalocsa és térsége – a vármegye kulturális tengelye 50

Borturisztikai zóna – Hajós és a Sváb Sarok települései 50

Homokhátság – természetközeli és aktív turisztikai térség 51

Soltvadkert és Kiskőrös – tópart, borvidék és kulturális örökség 51

Határmenti térségek – Bácsalmás, Bácsbokod, Csikéria 51

Kecel és térsége – különleges tematikus kínálatok 51

A vármegye desztinációs szerkezetének fő jellemzői 52

A vármegye három vezető turisztikai pólusa 53

Tematikus erőterek, amelyek országos szinten is karakteresek 54

Természet- és aktív turisztikai térségek 55
Határmenti térségek – új lehetőségek a kerékpáros és ökoturizmusban 55
Bács-Kiskun vármegye turisztikai térségeinek jelenlegi pozíciója, célcsoportok, szezonalitás (táblázatos áttekintés) 56
*1.2.9* 58
Termál-, gyógy- és wellness turizmus 60
Vízparti üdülés és víziturizmus 60
Aktív és kerékpáros turizmus 61
Ökoturizmus és természetjárás 61
Kulturális és örökségturizmus 62
Borturizmus és gasztronómia 62
Falusi turizmus, tanyás és vidéki életmód-élmények 63
Rendezvény- és fesztiválturizmus 63
A vallás- és zarándokturizmus szerepe Bács-Kiskun vármegyében 63
Konferencia- és üzleti turizmus 67
Pozicionálás 67
*1.2.10* 66
Termál-, gyógy- és wellness turizmus 68
Vízparti üdülés és víziturizmus (Duna, Tisza, tavak) 69
Aktív turizmus és kerékpáros turizmus 69
Ökoturizmus és természetjárás 70
Kulturális-, örökség- és vallásturizmus 70
Gasztronómia és borturizmus 71
Falusi turizmus, tanyás élmények 72
Rendezvény- és fesztiválturizmus 72
Konferencia- és üzleti turizmus 72
Turisztikai termékek életciklus-elemzése és várható elmozdulása 2040-ig - összefoglaló táblázat 73
*1.2.11* 75
A turizmusfejlesztési tervben megfogalmazott Cselekvési terv végrehajtásának vizsgálata 80
*1.2.12* 83
Tematikus borút és borturisztikai termékfejlesztés 85
Klaszter, menedzsment és partnerségi háló 86
Márkaépítés és kommunikáció 86
Programok, rendezvények, élményportfólió 87
Határmenti együttműködés és szinergiák 87
Minősítési, védjegy- és monitorozási rendszer 88
Összegző értékelés Bács-Kiskun vármegye szempontjából 88
*1.2.13* 87
Átfogó célok – mit akart a vármegye elérni? 89
Első stratégiai cél: a vármegye egészségturisztikai vonzerejének javítása 90
Második stratégiai cél: fenntartható egészségturisztikai működés 91
Harmadik stratégiai cél: a minőségi egészségturizmus feltételeinek megteremtése 92
Mit ért el a stratégiai javaslat a gyakorlatban? 93
Áttekintő táblázat a stratégiában foglalt célok teljesüléséről 94
*1.2.14* 96
Összefüggő, biztonságos kerékpárhálózat 99
Kerékpárosbarát szolgáltatási rendszer és a Natúrpark szerepe 100
*1.2.15* 99
*1.2.16* 100
*1.2.17* 100
*1.2.18* 101
Mindennapi kerékpározás: elindult, de még nem teljes 104
Kerékpáros turizmus: jelenlét a térképen, de még formálódó márka 104
Infrastruktúra, szolgáltatások és társadalmasítás 105
1.3 103
*1.3.1* 103
*1.3.2* 105
*1.3.3* 106
1.4 108

*1.4.1* 108
Idősödő társadalmak és a senior turizmus 110
Fiatal generációk: milleniálok és Z generáció 111
Nemek szerinti különbségek és a nők szerepe 111
Családi állapot, háztartásszerkezet és utazási szokások 111
Bács-Kiskun vármegye demográfiai helyzete és turisztikai következményei 112
*1.4.2* 110
A hozzáférhető turisztikai kínálat Bács-Kiskun vármegyében 114
*1.4.3* 113
A makrogazdasági környezet és a jövedelmek alakulása 115
Munkanélküliség, foglalkoztatás és turizmus 116
Infláció és a „megélhetési válság" hatása az utazási döntésekre 116
Devizaárfolyamok és árverseny-képesség 117
Következmények Bács-Kiskun vármegye turizmusára 117
*1.4.4* 116
Digitális eszközök és „smart" megoldások a turisztikai termékekben 119
Platformgazdaság és online foglalórendszerek 120
Közösségi média, mint inspirációs és információs tér 120
Online vélemények és értékelések szerepe a turisták döntéseiben 120
Bács-Kiskun vármegye illeszkedése a technológiai trendekhez 121
*1.4.5* 119
Az adatvezérelt turizmushoz vezető út Bács-Kiskun vármegyében 124
A vármegyei adatarchitektúra lehetséges irányai 125
Megoldást kínál-e egy applikáció vagy digitális turisztikai kártya? 127
*1.4.6* 125
Globális keretek: a turizmus „zöld fordulata" 127
Utazói attitűdök: magas környezeti tudatosság, cselekvési szakadékkal 128
Fizetési hajlandóság és az „ár–élmény–fenntarthatóság" dilemmája 128
Fenntarthatósági standardok és minősítések szerepe (GSTC, tanúsítványok) 129
Bács-Kiskun vármegye szempontjai 130
A klímaváltozás globális és helyi hatásai 131
A klímaváltozás várható hatásai Bács-Kiskun vármegye turizmusára 133
*1.4.7* 133
A turisták kulturális érdeklődésének és preferenciáinak globális trendjei 136
A helyi közösségek és kultúrák szerepe a turizmusban 137
A trendek hatásai Bács-Kiskun vármegyére 138
*1.4.8* 135
Egészségügyi kockázatok és járványhelyzet a turizmusban 138
Biztonság, kockázatérzékelés és utazási döntések 139
Egészség és biztonság a magyar és regionális kontextusban 140
Az egészségügyi és biztonsági trendek hatása Bács-Kiskun vármegye turizmusára 141
*1.4.9* 139
Nemzetközi trendek az utazási magatartásban 143
**Az utazási szokások változásainak hatásai Bács-Kiskun vármegye turizmusára** 145
*1.4.10* 142
A turisztikai piaci szegmentáció szerepe 146
Fő szegmensek nemzetközi kontextusban 146
Piaci szegmensek Bács-Kiskun vármegyében 147
*1.4.11* 145
Digitális marketingcsatornák és hatékonyságuk 149
Közösségi média, tartalom- és influenszer-marketing 149
A mesterséges intelligencia és a generatív AI térnyerése 150
Célzott és személyre szabott marketing 151
A marketingtrendek gyors változásainak hatásai Bács-Kiskun vármegye turizmusára 151
1.5 149
*1.5.1* 149
*1.5.2* 150
*1.5.3* 150
*1.5.4* 150

*1.5.5* 151
*1.5.6* 151
*1.5.7* 152
*1.5.8* 153
1.6 154
*1.6.1 Vármegyei szintű helyzetértékelés* *159*
*1.6.2 Termékszintű helyzetértékelés – tematikus turisztikai pillérek szerint* *161*
Egészségturisztikai és vízhez kötődő termékek 161
Kulturális, örökségi és gasztro-bor tematikák 162
Aktív, öko- és falusi turizmus 163

**MELLÉKLETEK** **165**

1. SZ. MELLÉKLET: BÁCS-KISKUN VÁRMEGYE VONZERŐLELTÁRA 165
2. SZ. MELLÉKLET: A 2015-TŐL MEGVALÓSULT ÉS FOLYAMATBAN LÉVŐ TURISZTIKAI PÁLYÁZATOK ÖSSZEFOGLALÁSA 165

**FELHASZNÁLT FORRÁSOK** **166**

# Helyzetelemzés

## 1.1 Bács-Kiskun vármegye gazdasági, társadalmi, környezeti elemzése

Bács-Kiskun az ország legnagyobb területű vármegyéje. A vármegye 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 vármegye, viszont a növekedés üteme 2020-tól elmarad mind az országos, mind a régiós átlagtól. (Ez összefügg a COVID utáni újjá indulás adta nehézségekkel, az autóipari, illetve az építőipari konjunktúra csökkenésével.)

A vármegye kiemelkedő iparága, az autóipar, ahol az értékesítés 96%-a exportra kerül. Ugyancsak jelentős az építőpipari szektor. Ha a foglalkoztatottak számát nézzük 2025. I. negyedévében a feldolgozóiparban (lényegében az autóipari gazdasági ökoszisztémában) foglalkoztatott munkavállalók száma 42.933 fő volt, ami az ipari foglalkoztatottak 95%-a. Ha a teljes versenyszféra vonatkozásában nézzük, akkor az autóipar 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.

GDP 2018-ban már a 6. helyen állt az országos rangsorban (2009-ben még csak 15.), ami a vármegye gazdasági dinamizmusát jelzi.

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

A 2014–2020-as ciklusban a vármegye 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 vármegyébe.

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.

**Bács-Kiskun vármegye adatai országos összehasonlításban**

*Forrás: KSH*

A vármegyei 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 vármegye és a térségmarketing a turizmus szempontjából is kulcsfontosságúak. (Kása, 2024)

### 1.1.1 Gazdasági környezet és ágazati szerkezet

A Bács-Kiskun Vármegyei Kereskedelmi és Iparkamara (BKVKIK) minden évben megjelenteti a vármegye gazdasági helyzetéről szóló riportját. Az évről évre kiadott jelentés egységes képet rajzol Bács-Kiskun vármegye gazdasági szerkezetéről, egyben rávilágít a gazdasági trendekre is: a vármegye gazdaságának motorját egyértelműen az ipar, ezen belül a járműipar és az élelmiszeripar adja, kiegészülve a kereskedelemmel és az építőiparral (Bács-Kiskun Vármegyei Kereskedelmi és Iparkamara, 2024, 2025). A járműipari beruházások és a hozzájuk kapcsolódó beszállítói hálózat stratégiai szereplővé tették a megyét a hazai és a nemzetközi ellátási láncokban. A gazdasági helyzetértékelés kiemeli, hogy a vármegye 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 Vármegyei 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 Vármegyei 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 vármegye gazdasági élvonalának fő húzóereje, hanem elsősorban kis- és középvállalkozásokra épülő, széttagoltabb 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.

### 1.1.2 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 Vármegyei Kereskedelmi és Iparkamara, 2024). Ezen cégek gazdasági súlya meghatározó a vármegye életében: a TOP 100 vállalkozás több tízezer munkavállalót foglalkoztat, és a vármegye 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 Vármegyei 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 vármegye ipari, logisztikai és szolgáltatási központja (Bács-Kiskun Vármegyei 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 perifériikusabb járásokban a turisztikai fejlesztés inkább a mezőgazdaságra, a természeti és kulturális erőforrásokra, illetve a kisebb léptékű szolgáltatásokra épülhet.

### 1.1.3 Munkaerőpiac és jövedelmi viszonyok

A munkaerőpiac Bács-Kiskun vármegyében 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 Vármegyei Kereskedelmi és Iparkamara, 2025). Mindez azt eredményezi, hogy a vállalkozások egyre nehezebben találnak 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 Vármegyei 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 vármegyei átlag felét–kétharmadát éri el (Bács-Kiskun Vármegyei 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.

### 1.1.4 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 Vármegyei 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 Vármegyei 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 hátteret biztosít. A Neumann János Egyetem és a szakképző intézmények szoros együttműködése révén a vármegye az egyik vezető szereplője a duális képzésnek Magyarországon (Bács-Kiskun Vármegyei 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.

### 1.1.5 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 Vármegyei 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 Vármegyei Kereskedelmi és Iparkamara, 2024). A vendéglátóhelyek száma szintén mérsékelt csökkenést mutat; a vármegye vendéglátó-szektorának nagy része kis, gyakran családi tulajdonú egységekből áll (Bács-Kiskun Vármegyei Kereskedelmi és Iparkamara, 2025).

Turizmusfejlesztési szempontból ez a kép egyszerre jelent kockázatot és lehetőséget.

### 1.1.6 Bács-Kiskun vármegye mezőgazdasági jelentősége és annak turisztikai összefüggései az elmúlt évek gazdasági trendjei alapján

Bács-Kiskun vármegye gazdasági szerkezetében a mezőgazdaság történetileg és jelenleg is meghatározó szerepet tölt be. A vármegye 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 vármegye turisztikai karakterét és fejlesztési lehetőségeit.

#### A mezőgazdasági területhasználat és a táj szerepe

A vármegye 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 Megyei Önkormányzat, 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 vármegye mezőgazdasági területe meghaladta az 1 millió hektárt, amelyen belül a szántóterületek dominanciája egyértelmű (KSH, 2023a). Ez a táji karakter alapvetően meghatározza a vármegye 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.

#### 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, jó gépesítettségű gazdaságokra épülnek. Másrészt a vármegye országos szinten is meghatározó szereplője a kertészeti és ültetvényes kultúráknak, így a gyümölcstermesztésnek és a szőlőnek. A fűszerpaprika és a kajszibarack termesztése nemcsak gazdasági, hanem kulturális és identitásképző jelentőséggel is bír (Bács-Kiskun Megyei Önkormányzat, 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 költésének növeléséhez. Ugyanakkor a kertészeti kultúrák időjárási érzékenysége közvetetten a turizmust is befolyásolhatja, mivel a termelési bizonytalanság a helyi termékekre épülő turisztikai élményeket is sérülékennyé teszi.

## 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 vármegyében is mérséklődött a működő mezőgazdasági gazdaságok száma, ugyanakkor a vármegye 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 vármegyében (KSH, 2024). Ez a folyamat a turizmus szempontjából kettős hatású. Egyrészt csökkenhet azoknak a kisebb gazdaságoknak a száma, amelyek közvetlenül bekapcsolódhatnának az agrár- és vidéki turizmusba. Másrészt a nagyobb, professzionálisabb gazdaságok számára lehetőség nyílhat komplexebb, minőségbiztosított turisztikai szolgáltatások (pl. látogatóközpontok, tematikus túrák) kialakítására, amennyiben ehhez megfelelő ösztönzők és partnerségek társulnak.

## Állattenyésztés és kapcsolódó turisztikai értékek

A növénytermesztés mellett az állattenyésztés hagyományosan fontos része a vármegye mezőgazdaságának. Az elérhető adatok szerint a szarvasmarha-állomány az elmúlt években stabil vagy enyhén növekvő tendenciát mutatott, különösen a tehénlétszám tekintetében (Bács-Kiskun Megyei Önkormányzat, 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.

## Klímaváltozás, vízgazdálkodás és a turizmus sérülékenysége

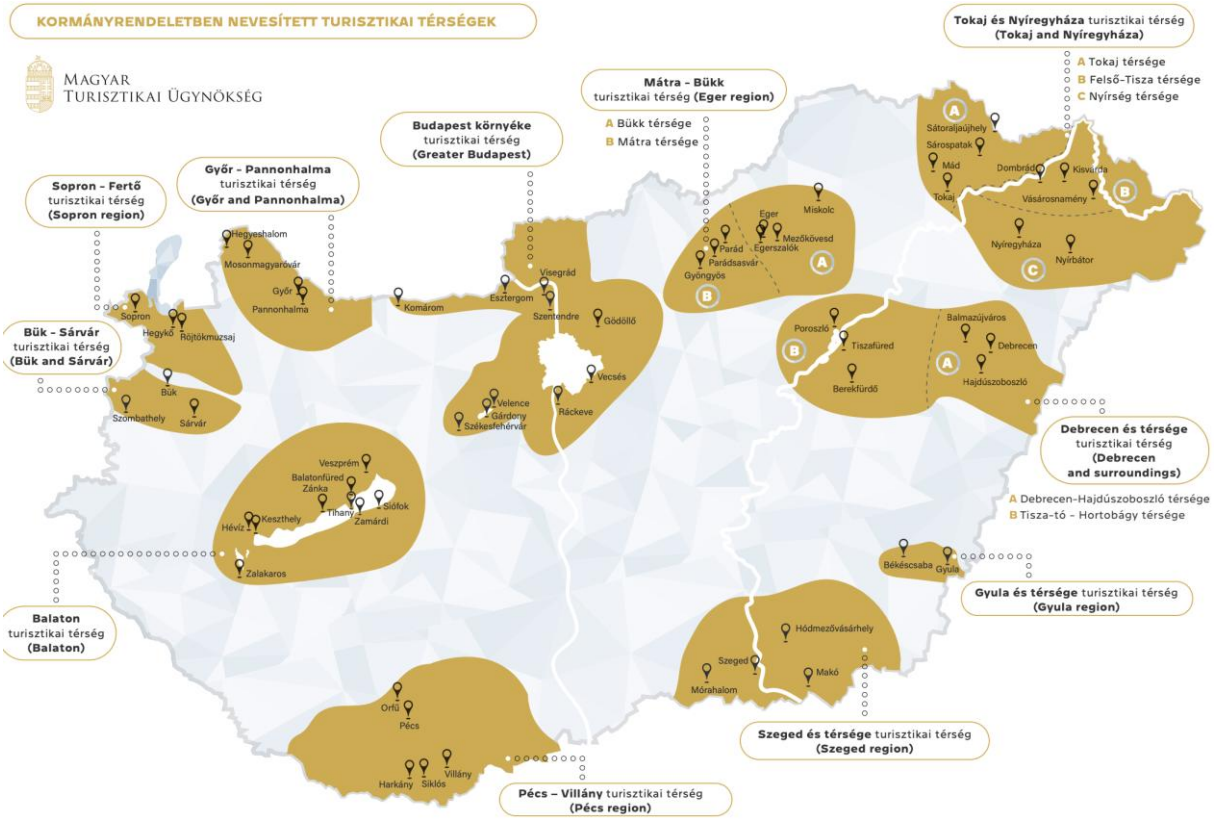
Bács-Kiskun vármegye mezőgazdasági versenyképességének egyik legnagyobb kihívása az éghajlatváltozás és a vízhiány. A Homokhátság térsége különösen érzékeny az aszályos időszakokra, ami közvetlenül befolyásolja a terméshozamokat és a gazdaságok jövedelmezőségét (Bács-Kiskun Megyei Önkormányzat, 2020). 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.

# 1.2 Bács-Kiskun vármegye turisztikai helyzetének elemzése

A turisztikai térségek meghatározásáról szóló 429/2020. (IX. 14.) Korm. rendelet határozza meg Magyarország kiemelt turisztikai térségeit, Bács-Kiskun vármegye, illetve a vármegye települései ebben a lehatárolásban nem szerepelnek. Ez nem jelenti azt, hogy a vármegyében 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.

**Kormányrendeletben nevesített turisztikai térségek**




*Forrás: Magyar Turisztikai Ügynökség*

## 1.2.1 A vármegye turizmusa a statisztikák tükrében

### Szálláshely szolgáltatás

Országos összevetésben 2025-ben a teljes magyarországi szálláshely egységek 1,8%-a, kiadható szobák számának 2,8%-a, a férőhelyek 2,6% található Bács-Kiskun vármegyében.

A vármegyében 2021-hez képest mind a szálláshelyek, mind a szálláshelyeken kiadható szobák és férőhelyek száma nőtt. Összehasonlításképpen országos szinten a növekmény 2021 és 2022-

höz képest 43, illetve 27%, a kiadható szobaszám 20, illetve 10%-kal, férőhelyek száma 22, illetve 14%-kal nőtt.

**Bács-Kiskun vármegye szálláshely adatai**

| | Mutatók | | |
|---|---|---|---|
| **Időszak** | **Működő szálláshely egységek száma (db)** | **Szálláshelyeken kiadható szobák száma (db)** | **Szálláshelyeken kiadható férőhelyek száma (db)** |
| **2021. év** | 590 | 4 075 | 11 388 |
| **2022. év** | 634 | 4 339 | 12 336 |
| **2023. év** | 669 | 4 927 | 14 639 |
| **2024. év** | 728 | 5 208 | 15 483 |
| **2025. év** | 745 | 5 182 | 15 448 |
| **Növekedés 2021-hez képest** | 26% | 27% | 36% |
| **Növekedés 2022-höz képest** | 18% | 19% | 25% |

*Forrás: KSH, saját szerkesztés*

Ha a trendeket nézzük, látható, hogy érdemi növekedés 2023-ban volt mindhárom mutató tekintetében, 2024 és 2025-ben a szálláshelyek száma növekedett, miközben a szobaszám enyhén csökkent a férőhelyszám stagnált. Változatlan keresleti-kínálati trendek mellett ez további stagnálást prognosztizál.

Ha a turisztikailag frekventált járások szállásegységet illet férőhelyeit nézzük, a TOP 6 járás (amely 1.000 fölötti szállásférőhellyel rendelkezik) a kecskeméti, a kiskőrösi, bajai, a kiskunhalasi, kalocsai és a kiskunmajsai. A kecskeméti járás szállásegységeinek a száma stabil növekedést mutat. A kiskörösi járás pozíciója 2021-hez képest ugyan javult, de összességgel csökkenő, illetve stagnáló tendenciát mutat (a 2021-es év a COVID miatt eleve alacsony bázist jelent).

A vendég- és vendégéjszaka-statisztikák értelmezésénél érdemes külön megjegyzésben kezelni a Budapest–Belgrád vasútvonal (hazai szakasz) építésének „munkásszállás” jellegű hatását. A beruházás magyarországi fejlesztéséről/ kivitelezéséről és finanszírozásáról szóló kormányközi megállapodás 2015-ben született, és hazai jogi kereteit is rögzítették; a projekt célja kifejezetten a nemzetközi logisztikai kapcsolatok (Pireusz–Közép-Európa korridor) erősítése. A kivitelezés az elmúlt három évben valósult meg.

Ennek következménye, hogy a kivitelezési időszakban a vasútvonal környezetében (különösen a jó közúti/vasúti elérhetőségű településeken, járásközpontokban) a kivitelezéshez kapcsolódó munkaerő elszállásolása átmenetileg, nem turisztikai motivációból is képes „kiugró” vendégéjszaka-számokat generálni. Ilyenkor a vendégéjszaka-növekmény nem desztinációs

vonzerő- vagy termékfejlődést jelez, hanem egy egyszeri, projekthatású keresleti többletet. Valószínűleg nagyrészt ennek köszönhető, hogy kimagasló a kiskunhalasi járás teljesítménye, egy folyamatos és rendkívül dinamikus fejlődést láthatunk, 2021-hez képest a szálláshelyférőhelyek száma közel hatszorosára nőtt.

**A vármegye turisztikailag frekventált járásainak szálláshely férőhely adatai**

| Kecskeméti járás | Mutatók | | |
|---|---|---|---|
| **Időszak** | **Működő szálláshely egységek száma (db)** | **Szálláshelyeken kiadható szobák száma (db)** | **Szálláshelyeken kiadható férőhelyek száma (db)** |
| **2021. év** | 108 | 1 485 | 2 823 |
| **2022. év** | 114 | 1 440 | 3 319 |
| **2023. év** | 121 | 1 963 | 4 018 |
| **2024. év** | 141 | 2 082 | 4 126 |
| **2025. év** | 137 | 2 031 | 3 993 |
| **Növekmény 2021-hez képest** | 27% | 37% | 41% |

| Kiskőrösi járás | Mutatók | | |
|---|---|---|---|
| **Időszak** | **Működő szálláshely egységek száma (db)** | **Szálláshelyeken kiadható szobák száma (db)** | **Szálláshelyeken kiadható férőhelyek száma (db)** |
| **2021. év** | 83 | 587 | 1 828 |
| **2022. év** | 95 | 618 | 1 891 |
| **2023. év** | 101 | 595 | 1 924 |
| **2024. év** | 102 | 610 | 1 984 |
| **2025. év** | 99 | 590 | 1 995 |
| **Növekmény 2021-hez képest** | 19% | 1% | 9% |

| Bajai járás | Mutatók | | |
|---|---|---|---|
| **Időszak** | **Működő szálláshely egységek száma (db)** | **Szálláshelyeken kiadható szobák száma (db)** | **Szálláshelyeken kiadható férőhelyek száma (db)** |
| **2021. év** | 88 | 475 | 1 361 |
| **2022. év** | 92 | 670 | 1 708 |
| **2023. év** | 89 | 633 | 1 581 |
| **2024. év** | 89 | 709 | 1 811 |
| **2025. év** | 95 | 654 | 1 634 |
| **Növekmény 2021-hez képest** | 8% | 38% | 12% |

| Kiskunhalasi járás | Mutatók | | |
|---|---|---|---|
| **Időszak** | **Működő szálláshely egységek száma (db)** | **Szálláshelyeken kiadható szobák száma (db)** | **Szálláshelyeken kiadható férőhelyek száma (db)** |
| **2021. év** | 24 | 103 | 301 |
| **2022. év** | 39 | 195 | 443 |
| **2023. év** | 52 | 225 | 1574 |
| **2024. év** | 58 | 249 | 1694 |
| **2025. év** | 59 | 303 | 1721 |
| **Változás 2021-hez képest** | 246% | 294% | 572% |

| Kalocsai járás | Mutatók | | |
|---|---|---|---|
| **Időszak** | **Működő szálláshely egységek száma (db)** | **Szálláshelyeken kiadható szobák száma (db)** | **Szálláshelyeken kiadható férőhelyek száma (db)** |
| **2021. év** | 80 | 425 | 1 450 |
| **2022. év** | 93 | 498 | 1 521 |
| **2023. év** | 84 | 458 | 1 447 |

| Kalocsai járás | Mutatók | | |
|---|---|---|---|
| **Időszak** | **Működő szálláshely egységek száma (db)** | **Szálláshelyeken kiadható szobák száma (db)** | **Szálláshelyeken kiadható férőhelyek száma (db)** |
| **2024. év** | 92 | 451 | 1 459 |
| **2025. év** | 96 | 487 | 1 665 |
| **Növekmény 2021-hez képest** | 20% | 15% | 15% |

| Kiskunmajsai járás | Mutatók | | |
|---|---|---|---|
| **Időszak** | **Működő szálláshely egységek száma (db)** | **Szálláshelyeken kiadható szobák száma (db)** | **Szálláshelyeken kiadható férőhelyek száma (db)** |
| **2021. év** | 91 | 313 | 1 097 |
| **2022. év** | 84 | 302 | 1 079 |
| **2023. év** | 89 | 306 | 1 121 |
| **2024. év** | 91 | 281 | 1 098 |
| **2025. év** | 100 | 312 | 1 232 |
| **Növekmény 2021-hez képest** | 10% | 0% | 12% |

*Forrás: KSH*

## Kapacitáskihasználtság

A szálláshelyek száma önmagában csak annyit jelez, hogy a piac hogyan értékeli az adott település, térség vonzerejét, mennyiben lát üzleti lehetőséget a szálláshely üzemeltetésben. Az, hogy ez hogyan konvertálódik üzleti sikerré vagy éppen sikertelenséggé, azt a kapacitáskihasználtság határozza meg.

Egy közepes méretű háromcsillagos szálláshely kb. 40-50%-os kapacitáskihasználtság mellett nullszaldós (ezt természetesen számtalan szempont befolyásolhatja, az épületek energetikai korszerűségétől a szolgáltatási színvonalon keresztül a humán erőforrás-gazdálkodásig).

## Bács-Kiskun vármegye szálláshelyeinek kapacitás-kihasználtsága

| Bács-Kiskun vármegye | Mutatók | |
|---|---|---|
| **Időszak** | **Szobakapacitás-kihasználtság (%)** | **Férőhelykapacitás-kihasználtság (%)** |
| **2021. év** | 30 | 22,7 |
| **2021. január** | 15,1 | 10,4 |
| **2021. február** | 16,9 | 11,7 |
| **2021. március** | 16,6 | 11 |
| **2021. április** | 16,8 | 10,8 |
| **2021. május** | 22,2 | 15 |
| **2021. június** | 30,3 | 22,2 |
| **2021. július** | **46,6** | **39,3** |
| **2021. augusztus** | **54,2** | **45,4** |
| **2021. szeptember** | 39 | 28,9 |
| **2021. október** | 37,6 | 27,8 |
| **2021. november** | 26,9 | 19,2 |
| **2021. december** | 20,3 | 15,7 |
| **2022. év** | 35,1 | 28,5 |
| **2022. január** | 20,3 | 14,4 |
| **2022. február** | 25,6 | 18,4 |
| **2022. március** | 30,6 | 23,6 |
| **2022. április** | 35,6 | 28,9 |
| **2022. május** | 35,7 | 28,4 |
| **2022. június** | **40,5** | **33,7** |
| **2022. július** | **46,1** | **41,1** |
| **2022. augusztus** | **46,9** | **42,3** |
| **2022. szeptember** | 39,5 | 31,6 |
| **2022. október** | 35,7 | 28,1 |

| Bács-Kiskun vármegye | Mutatók | |
|---|---|---|
| Időszak | Szobakapacitás-kihasználtság (%) | Férőhelykapacitás-kihasználtság (%) |
| 2022. november | 32,6 | 25,2 |
| 2022. december | 28,2 | 23,5 |
| 2023. év | 36,4 | 29,6 |
| 2023. január | 26,3 | 20,8 |
| 2023. február | 30 | 23,5 |
| 2023. március | 29,2 | 22,5 |
| 2023. április | 34 | 27,5 |
| 2023. május | 35,4 | 27,7 |
| 2023. június | 40,1 | 33,1 |
| 2023. július | 46,9 | 41,3 |
| 2023. augusztus | 48,5 | 43,4 |
| 2023. szeptember | 42,4 | 33,9 |
| 2023. október | 37,1 | 29,1 |
| 2023. november | 34,2 | 25,7 |
| 2023. december | 31,4 | 24,9 |
| 2024. év | 41,6 | 31,7 |
| 2024. január | 27,6 | 20,2 |
| 2024. február | 33,6 | 25,1 |
| 2024. március | 35,3 | 27,4 |
| 2024. április | 39 | 28,9 |
| 2024. május | 44,9 | 34,3 |
| 2024. június | 44,9 | 34,5 |
| 2024. július | 51,3 | 42,9 |
| 2024. augusztus | 53,7 | 45,7 |
| 2024. szeptember | 47,1 | 33,9 |

| Bács-Kiskun vármegye | Mutatók | |
|---|---|---|
| **Időszak** | **Szobakapacitás-kihasználtság (%)** | **Férőhelykapacitás-kihasználtság (%)** |
| **2024. október** | **43,2** | **31,7** |
| **2024. november** | **41,7** | **29** |
| **2024. december** | 33,9 | 24,5 |
| **2025. év** | | |
| **2025. január** | 35,4 | 23,8 |
| **2025. február** | 37,6 | 26 |
| **2025. március** | 37,4 | 25,9 |
| **2025. április** | 38,8 | 28,8 |
| **2025. május** | **43,9** | **32** |
| **2025. június** | **44,6** | **33,4** |
| **2025. július** | **50,1** | **41,3** |
| **2025. augusztus** | **53,8** | **46,8** |
| **2025. szeptember** | **42,9** | **30,9** |
| **2025. október** | **42,5** | **31,7** |

*Forrás: KSH*

Az adatsorokból látszik, hogy a szállodák kapacitáskihasználtsága folyamatosan nőtt, de a 2021-2023 között az *átlagos* kapacitáskihasználtság nem érte el a nullszaldós működéshez szükséges min. 40%-os kihasználtságot. (Az átlagban nyilván a kiemelkedően és a gyengén teljesítő szálláshelyek adatai is benne vannak, illetve a statisztikai adatok számára „láthatatlan" vendégéjszakák kifehérítése nyilvánvalóan javítana a számokon.)

Pozitív trend, hogy 2024. és a 2025. évek vonatkozásában a szállodák teljesítménye javult, párhuzamosan a szezonalitás is csökkent. Míg 2023-ban négy hónapban haladta meg a kihasználtság a 40%-ot, ez 2024-ben már 8 hónap volt. A január – októberi adatok alapján ez a trend folytatódik 2025-ben is. (2024. január – április között az átlagos kapacitáskihasználtság 33,87%, 2025-ben 37,3%, ugyanezek az adatok május – október vonatkozásában 46,68, illetve 46,3%.)

A vármegyei átlag fölött teljesítettek a kecskeméti járás szállodái, amelyek 2024-ben 46,4%-on teljesítettek, a január – októberi időszakban a kapacitáskihasználtság 2024-ben 46,7, 2025-ben 48,3% volt. Ha Kecskemét városát nézzük, akkor 2024-ben 55,9%, 2025 első 10 hónapjában pedig 58,97%-os a teljesítmény (szemben a 2024. év január-októberi 55,61% százalékával).

Ugyan az egyes szállások teljesítményét nem tudjuk értékelni, de a keresleti trendeknek megfelelően nagy biztonsággal megállapítható, hogy a nagyobb, minőségi szolgáltatásokat kínáló szálláshelyek versenyképessége folyamatosan növekszik, ezzel párhuzamosan a kisebb, alacsonyabb szolgáltatási, kényelmi színvonalú szolgáltatások iránti kereslet csökken, ami maga után vonja a szálláshelypiac teljes átrendeződését. (Megjegyzés: ez nemcsak Bács-Kiskun vármegye vonatkozásában igaz, általános hazai és nemzetközi trend, részben a COVID utáni átrendeződés, az utazók értékelvárásai, illetve az utazási trendek fokozatos, de határozott változása következtében.)

A fürdőtelepülések kapacitáskihasználtságában erős a szezonalitás. Tiszakécskén például 2024. és 2025. június – október vonatkozásában mindkét évben 60% körüli kapacitáskihasználtságot mutatnak a statisztikák, viszont a szálláshelyek jelentős része a fürdőszezon kezdete előtt szünetelteti a tevékenységét (ráadásul erre enged következtetni a KSH statisztika adathiánya). Kiskunmajsa számai szintén erős szezonalitást mutatnak, ugyanakkor az egyes évek első tíz hónapját vizsgálva 2025-ben jelentős visszaesés, 49,37%-os kihasználtság volt tapasztalható a 2024-es 59,25%-kal szemben, ami már releváns csökkenés. Kiskunhalason a szálloda típusú szállásegységek alacsony száma miatt nincs statisztikai adatszolgáltatás.

**Kiskunmajsa szálláshelyeinek szobakapacitás-kihasználtsága**

| Kiskunmajsa | Mutatók |
|---|---|
| **Időszak** | **Szobakapacitás-kihasználtság (%)** |
| **2024. év** | 56 |
| **2024. január** | 37,3 |
| **2024. február** | 59,2 |
| **2024. március** | 63,3 |
| **2024. április** | 43,6 |
| **2024. május** | 67 |
| **2024. június** | 67,8 |
| **2024. július** | 72,9 |
| **2024. augusztus** | 68,6 |
| **2024. szeptember** | 62,7 |
| **2024. október** | 50,1 |
| **2024. november** | 47,6 |
| **2024. december** | 32,3 |
| **2025. év** | |
| **2025. január** | 26 |
| **2025. február** | 36,4 |

| Kiskunmajsa | Mutatók |
|---|---|
| **Időszak** | **Szobakapacitás-kihasználtság (%)** |
| **2025. március** | 40,7 |
| **2025. április** | 34,6 |
| **2025. május** | 47,4 |
| **2025. június** | 65,2 |
| **2025. július** | 76 |
| **2025. augusztus** | 67 |
| **2025. szeptember** | 46,8 |
| **2025. október** | 53,6 |

*Forrás: KSH*

## Vendégforgalom alakulása

A vendégek, illetve vendégéjszakák tekintetében a vármegye a következőképpen teljesített:

**Bács-Kiskun vármegye vendégéjszaka számainak alakulása, 2021-2025**

| | Mutatók | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| **Időszak** | **Vendégek száma a szálláshelyeken (fő)** | **Vendégéjszakák száma a szálláshelyeken (db)** | **Külföldi vendégek száma a szálláshelyeken (fő)** | **Belföldi vendégek száma a szálláshelyeken (fő)** | **Külföldi vendégéjszakák száma a szálláshelyeken (db)** | **Belföldi vendégéjszakák száma a szálláshelyeken (db)** | **Külföldi vendégek átlagos tartózkodási ideje (éjszaka)** | **Belföldi vendégek átlagos tartózkodási ideje (éjszaka)** | **Vendégek átlagos tartózkodási ideje (éjszaka)** |
| **2021. év** | 241 990 | 606 970 | 40 158 | 201 832 | 125 189 | 481 781 | 3,10 | 2,40 | 2,50 |
| **2022. év** | 365 272 | 850 362 | 82 361 | 282 911 | 222 581 | 627 781 | 2,70 | 2,20 | 2,30 |
| **2023. év** | 371 604 | 833 877 | 89 017 | 282 587 | 221 539 | 612 338 | 2,50 | 2,20 | 2,20 |
| **2024. év** | 384 115 | 894 915 | 98 408 | 285 707 | 280 408 | 614 507 | 2,80 | 2,20 | 2,30 |
| **2025. év január - október** | 335 802 | 746 082 | 92 703 | 243 099 | 229 806 | 516 276 | 2,64 | 2,04 | 2,20 |

*Forrás: KSH*

A vendégek száma 2022-től gyakorlatilag stagnál. A vendégéjszakák száma 2023-ban 2022-höz képest visszaesett, 2024-re ismét emelkedésnek indult, 2022-höz képest 5%-ot emelkedett. Pozitív, hogy a külföldi vendégszám növekszik, ugyanígy a külföldiek által realizált vendégéjszakák száma 2024-ben jelentősen, 27%-kal növekedett, a belföldi vendégéjszakák száma stagnál hasonlóképpen az országos trendekhez. A belföldi tartózkodási idő alacsonyabb, mint a külföldi, ez részben összefügg az általános turisztikai trendekkel.

A kereskedelmi szálláhelyek árbevétele 2022-ről 2023-ra 15%-kal, gyakorlatilag az infláció mértékével növekedett, 2024-ben pedig 21%-kal, ami már meghaladja a 2023-as átlagos inflációt, ugyanakkor, ha az élelmiszer, illetve energia inflációt nézzük, reálértéken inkább csökkentek a bevételek. 2024-ben Bács-Kiskun vármegyében a szállásdíj bevétel 10 737 224 252 Ft volt, a szálláshelyek vendéglátásból származó bevétele 3 299 214 333 Ft, az egyéb szolgáltatásokból származó bevétel 1 181 168 745 Ft volt. Vagyis a kereskedelmi szálláshelyek árbevételének 2/3-a a szállásdíj, 1/3-a a vendéglátás és egyéb szolgáltatás, ami az iparági sztenderdeknek megfelel.

A 2024-es év kereskedelmi szálláshelyek átlagos RevPAR mutatója (Revenue Per Available Room – egy szobaegységre jutó árbevétel függetlenül a szoba foglaltságától) 7.611 Ft volt, az átlagos szobaár 22.975 Ft. Ha ezt összevetjük az országos átlaggal, nagyon kedvezőtlen a kép, a RevPAR értéke: 13.930 Ft, az átlagos szobaár 31.897 Ft. A szállodai szegmensben a RevPAR 21.593 Ft az átlag szobaár 38.527 Ft volt (turizmus.com, 2025).

## 1.2.2 A vármegye turisztikai kínálata - szakmapolitikai áttekintés

### Egészségturizmus és fürdőturizmus

Bács-Kiskun vármegyében a termál- és gyógyvízkincs az egyik legfontosabb, fejlesztéspolitikai szempontból is kiemelt erőforrás. A vármegye külön egészségturizmus-fejlesztési koncepcióval rendelkezik, amely a Nemzeti Turizmusfejlesztési Stratégia 2030-ra, a Bács-Kiskun megye turizmusfejlesztési tervére (2016–2020), valamint más ágazati stratégiákra építve jelöli ki a wellness-, gyógy- és rekreációs fejlesztések fő irányait (Bács-Kiskun Megyei Önkormányzat, n.d.-b).

Az egészségturisztikai koncepció bevezető fejezete kiemeli, hogy a cél „a megye egészségturisztikai piacának fejlesztendő elemeit, hiányosságait feltárni, és hosszú- és rövid távú célokat, fejlesztési irányokat kijelölni” (Bács-Kiskun Megyei Önkormányzat, n.d.-b, 2. o.). Ez megerősíti, hogy a dokumentum nem pusztán leltár, hanem irányadó szakpolitikai keret, mely a vármegye teljes turizmusfejlesztési rendszeréhez illeszkedik (Bács-Kiskun Megyei Önkormányzat, 2016).

A koncepció világosan fogalmaz: bár rendelkezésre állnak gyógy- és termálfürdők, „jelentős fejlesztési potenciál rejlik a szolgáltatási paletta bővítésében, a célcsoportok differenciált megszólításában és a komplex csomagajánlatok kialakításában” (Bács-Kiskun Megyei Önkormányzat, n.d.-b, 3–4. o.).

Ennek fényében a Kecskeméti Fürdő, a Barack Gyógy- és Élményfürdő Tiszakécskén, illetve a Jonathermál Kiskunmajsán már nem csupán önálló beruházásokként értelmezendők, hanem olyan „zászlóshajó” létesítményeként, amelyek köré egészségturisztikai klaszterek

szervezhetők (Bács-Kiskun Megyei Önkormányzat, n.d.-b). A turizmusfejlesztési terv (2016–2020) kifejezetten célként jelöli meg, hogy a fürdők a vármegye turizmusának húzótermékeivé váljanak, különös tekintettel a magasabb költésű, hosszabb tartózkodási idejű vendégkörre (Bács-Kiskun Megyei Önkormányzat, 2016).

Szakmapolitikai szempontból ebből három fő irány következik:

1. Komplex, négyévszakos egészségturisztikai klaszterek kialakítása. A koncepció szerint az egészségturizmus fő attrakcióját a gyógy- és termálfürdők adják, de ezek értéke csak akkor maximális, ha kiegészülnek wellness-, orvosi turizmus-, rekreációs és helyi gasztronómiai szolgáltatásokkal (Bács-Kiskun Megyei Önkormányzat, n.d.-b, 3–4. o.). A támogatási politikának ezért a jövőben nem kizárólag építési/felújítási beruházásokat, hanem komplex szolgáltatás- és termékcsomag-fejlesztést (pl. orvosi csomagok, rehabilitációs programok, „wellbeing + természetjárás + helyi gasztronómia") is ösztönöznie kell (Bács-Kiskun Megyei Önkormányzat, 2016).

2. Egészségturizmus és klímaadaptáció összekapcsolása. A területfejlesztési dokumentumok a „biztonságos, egészséges és élhető megye" jövőképét fogalmazzák meg, amelyben az egészségturizmus infrastruktúrája a lakosság rekreációját és a klímaalkalmazkodást is támogatja (Bács-Kiskun Megyei Önkormányzat, 2018). Ez a gyakorlatban olyan beruházásokat indokol, amelyek energiahatékony üzemeltetést, víztakarékosságot, zöld infrastruktúrát és árnyékolási megoldásokat integrálnak a fürdők és gyógyhelyek fejlesztésébe.

3. Egészségturizmus mint KKV- és foglalkoztatási motor. A turizmusfejlesztési terv hangsúlyozza, hogy a turizmusnak kiemelt célja a helyi foglalkoztatás bővítése és a kis- és középvállalkozások piaci pozíciójának erősítése (Bács-Kiskun Megyei Önkormányzat, 2016). Az egészségturizmus körüli klaszterekben orvosok, terapeuták, túravezetők, helyi termelők és vendéglátók jelennek meg; a támogatási eszközöknek ezt az ökoszisztémát érdemes célozniuk.

## Aktív- és ökoturizmus

Az aktív- és ökoturizmus Bács-Kiskun esetében szorosan összefonódik: a Kiskunsági Nemzeti Park mozaikos élőhelyei, a szikes tavak, a vizes területek és a sík alföldi táj egyaránt kínálnak természetvédelmi értéket és aktív rekreációs lehetőségeket. A turizmusfejlesztési terv a „természeti örökségre épülő turizmust" a vármegye egyik fejlesztési pillérjeként azonosítja (Bács-Kiskun Megyei Önkormányzat, 2016).

Több mint 2,6 milliárd forint TOP Plusz-forrás érkezik aktív turisztikai fejlesztésekre a vármegyébe, elsősorban vízi- és kerékpáros turizmusra (Bács-Kiskun Megyei Önkormányzat, 2025; lásd a Vajas-fok vízitúra-projektet Kalocsa–Érsekcsanád között). Ez jól illeszkedik a turizmusfejlesztési terv azon célkitűzéséhez, hogy csökkentse a turisztikai területi koncentráltságot, és a kisebb településeket is bekapcsolja a turisztikai vérkeringésbe (Bács-Kiskun Megyei Önkormányzat, 2016).

A Kiskunsági Nemzeti Parkkal kapcsolatban Kovács részletesen elemzi, hogy az alföldi tájban a természetvédelem, a mezőgazdaság és a turizmus érdekei miként feszülnek egymásnak: a

tanulmány szerint „az idegenforgalom ’zavaró hatása’ a KNP-ben kevésbé érzékelhető, inkább a turizmus és a természetvédelem akadozó együttműködése jelenti a fő problémát” (Kovács, 2021, p. 9.). Ez megerősíti, hogy a szakpolitikának nem csupán új útvonalak építésére, hanem az intézményi együttműködés javítására, szabályozásra és monitoringra is figyelnie kell.

Szakmapolitikai következtetések:

- Az aktív turizmus fejlesztésének egyszerre kell szolgálnia a területi kiegyenlítést (elérés javítása, kisebb települések bekapcsolása) és a környezetvédelmi célokat (terhelésmenedzsment, látogatásszabályozás) (Bács-Kiskun Megyei Önkormányzat, 2016; Kovács, 2021).
- A vízi- és kerékpáros infrastruktúra-fejlesztéseknél a támogatáspolitikának előnyben kell részesítenie azokat a projekteket, amelyek kapcsolódó szolgáltatásokat (túravezetés, eszközbérlés, helyi termékek, interpretáció) is létrehoznak, nem csak „betont” építenek (Bács-Kiskun Vármegyei Önkormányzat, 2025).

## Kulturális és városi turizmus

A kulturális és városi turizmus fejlesztése elsősorban Kecskemét, Baja és Kalocsa köré szerveződik. A vármegye turizmusfejlesztési terve Kecskemétet a vármegye „fő turisztikai központjaként” azonosítja, amely gazdasági, kulturális és oktatási funkcióival együtt alkot vonzó városi desztinációt (Bács-Kiskun Megyei Önkormányzat, 2016).

A marketingstratégia 2018–2024 kifejezetten ráépít a területfejlesztési program jövőképére („Bács-Kiskun megyét 2030-ban társadalmi-gazdasági stabilitás jellemzi...”), és kiemeli, hogy a turizmus felelőssége a vármegye imázsának erősítésében, a helyi identitás bemutatásában is megjelenik (Bács-Kiskun Megyei Önkormányzat, 2018).

Kulturális turisztikai szempontból ez azt jelenti, hogy:

- Kecskemét szecessziós épített öröksége, a Kodály-hagyaték és a múzeumi hálózat city-break desztinációként is értelmezhető, különösen, ha a fürdő- és aktív kínálattal csomagban jelenik meg.
- Kalocsa esetében az érseki központ, a paprika és a népművészet, Bajánál a Duna-parti kisvárosi hangulat és a halászlé együtt adja a „Duna–gasztro–örökség” narratívát, amelyet a vármegye stratégiai dokumentumai is ösztönöznek (Bács-Kiskun Megyei Önkormányzat, 2016, 2018).

Szakmapolitikai irány:

- A kulturális turizmus fejlesztésénél a fókuszt a puszta „látnivaló-gyűjtésről” az élményalapú interpretációra (tematikus séták, digitális tartalmak, VR, kreatív programok) kell áthelyezni, ahogyan azt a vármegye marketingstratégiája is javasolta (Bács-Kiskun Megyei Önkormányzat, 2018).
- A kreatív iparágak (zene, film, kézművesség, design) bevonása növeli a turisztikai kínálat egyediségét, és illeszkedik a „kreatív, innovatív megye” jövőképhez (Bács-Kiskun Megyei Önkormányzat, 2018).

- Fontos hangsúlyozni, hogy a vármegye kínálatában vannak olyan települések, amelyek jelenleg nem elsődleges, húzó vonzerőként vannak jelen a hazai köztudatban, azonban kiváló termékalapot jelentenek. A vármegye kulturális turizmusának stratégiai fejlesztése során például Kiskunhalas, Kiskunfélegyháza és Kiskőrös kínálata nem tekinthető önálló, „húzó" attrakcióként, hanem integrált városi–térségi kulturális termékalapként értelmezhető. Mindhárom település rendelkezik olyan értékes résztermékekkel – múzeumokkal, emlékhelyekkel, helyi identitáshoz kötődő kulturális narratívákkal, eseményekkel –, amelyek önmagukban jelenleg a vendégforgalmi adatok alapján nem generálnak jelentős önálló utazási motivációt, ugyanakkor kiválóan alkalmasak tematikus összekapcsolásra és csomagolásra. A stratégia szintjén ezért indokolt a hangsúly eltolása az egyedi attrakciófejlesztésről a több települést összekötő, történeti–irodalmi–néprajzi–polgári kultúrára épülő városi kulturális útvonalak, tematikus hétvégék és rendezvényláncok irányába, illetve a meglévő kulturális útvonalak bevezetését és ismertségét támogató projektek felé (pl. Petőfi-útvonal). A potenciális termékelemek stratégiai összekapcsolása – egységes narratívával, közös arculattal, összehangolt programnaptárral és a gasztronómiai, valamint rendezvényturisztikai elemek bevonásával – lehetővé teszi, hogy a jelenlegi résztermékek komplex, többnapos kulturális élménylánccá álljanak össze, erősítve a vármegye kulturális turizmusának láthatóságát és piaci relevanciáját anélkül, hogy irreális elvárásokat támasztana az egyes városok önálló vonzerővé válásával szemben.

## Bor- és gasztroturizmus

A Duna borrégió – ezen belül a Kunsági és a Hajós–Bajai borvidék – Bács-Kiskun egyik legkarakteresebb erőssége. A turizmusfejlesztési terv külön alfejezetben foglalkozik a bor- és gasztroturizmusban rejlő potenciállal, kiemelve, hogy ez a terméktípus hozzájárul a szezonhosszabbításhoz és a magasabb egy főre jutó költéshez (Bács-Kiskun Megyei Önkormányzat, 2016).

A marketingstratégia szerint a vármegye „Érték – Élmény – Egészség" pozicionálásában a helyi borok, a paprika, a halászlé és más tájjellegű ételek kulcsszerepet játszanak (Bács-Kiskun Megyei Önkormányzat, 2018).

A szakpolitikai dokumentumok ugyanakkor rámutatnak arra is, hogy:

- a borturisztikai kínálat töredezett,
- a gasztrofesztiválok és borünnepek jellemzően szezonálisak,
- és hiányoznak a jól definiált, régiós szintű tematikus útvonalak (Bács-Kiskun Megyei Önkormányzat, 2016, 2018).

## Falusi és tanyasi turizmus

A vármegye turizmusfejlesztési terve hangsúlyozza, hogy a turizmus területi koncentráltságát csökkenteni kell: a kisebb települések és a tanyás térségek bevonása nélkül a vármegyei turizmus nem fejleszthető fenntartható módon (Bács-Kiskun Megyei Önkormányzat, 2016).

A tanyavilág elsősorban a területfejlesztési és vidékfejlesztési dokumentumokban jelenik meg, de a marketingstratégia is utal arra, hogy a „vidéki életmód" és a „helyi termékek" bemutatása fontos eleme a vármegye imázsának (Bács-Kiskun Megyei Önkormányzat, 2018).

Szakmapolitikai következtetés:

- szükség van egy vármegyei falusi-/tanyaturizmus-hálózat létrehozására, közös márkával és minősítési rendszerrel;
- a támogatási konstrukciókban előnyben részesíthetők azok a projektek, amelyek falusi/tanyasi szállásadást kapcsolnak össze bor-, gasztro- vagy aktív turisztikai elemekkel;
- a vidéki mikrovállalkozók esetében külön figyelmet érdemel a képzés, mentorálás és digitális jelenlét támogatása (Bács-Kiskun Megyei Önkormányzat, 2016, 2018).

## Rendezvény- és fesztiválturizmus

A vármegye turizmusfejlesztési terve és marketingstratégiája egyaránt kiemeli a fesztiválok és rendezvények szerepét a turisztikai forgalom növelésében és a vármegye imázsának erősítésében (Bács-Kiskun Megyei Önkormányzat, 2016, 2018).

A Bajai Halfőző Fesztivál gazdasági és társadalmi hatásait elemző tanulmány is megerősíti, hogy az ilyen események jelentős gazdasági multiplikátor-hatással bírnak, ugyanakkor a terhelés, a szezonalitás és a lokális externalitások (zaj, hulladék, közlekedési terhelés) gondos menedzsmentet igényelnek (vö. Kundi, 2012, idézi Bács-Kiskun Megyei Önkormányzat, 2016).

A fesztiválokkal kapcsolatban Kovács (2021) általánosabban is figyelmeztet: a természetvédelmi területeken zajló tömegrendezvények könnyen túlterhelhetik az ökoszisztémát, ha nincs megfelelő tervezés és monitoring (Kovács, 2021).

Szakmapolitikai ajánlás:

- A nagyrendezvények (pl. Bajai Halfőző Fesztivál) támogatását fenntarthatósági feltételekhez (hulladékgazdálkodás, közlekedés-szervezés, lakossági elégedettség mérése) kell kötni;
- A támogatási rendszert úgy célszerű alakítani, hogy a tömegrendezvények mellett erősödjenek a kisebb, minőségi, helyi értékekre építő fesztiválok és események is.

## Horgászturizmus

Bács-Kiskun vármegye horgászturisztikai adottságait alapvetően a Duna jelenléte, a kiterjedt álló- és holtvízi rendszerek, valamint a mesterséges tavak magas száma határozza meg. A vármegye alföldi jellege és síkvidéki vízhálózata kedvez a különböző horgászati formáknak, ugyanakkor a jelenlegi kínálat döntően rekreációs, helyi és regionális használatra szerveződik. Turisztikai értelemben a horgászat ma elsősorban kiegészítő tevékenységként jelenik meg, nem pedig önálló utazási motivációként, noha több térségben adottak lennének a komplexebb, többnapos horgászturisztikai termékek feltételei.

A Nemzeti Horgászturisztikai Stratégia 2030 a horgászatot olyan komplex turisztikai termékként értelmezi, amelyben a halfogás élménye mellett hangsúlyos szerepet kap a vízhez

való hozzáférés minősége, a part- és infrastruktúra-ellátottság, a szolgáltatások színvonala, valamint a környezeti és halgazdálkodási fenntarthatóság (Magyarország Kormánya, 2024). A stratégia országos szinten kiemelten kezeli a nagy folyókhoz kapcsolódó horgászturizmust, a holtágak és mellékvizek rehabilitációját, a családbarát és kezdőbarát kínálat bővítését, valamint a szezonhosszabbítást. Ezek az irányok közvetlenül relevánsak Bács-Kiskun vármegye számára, különösen a Duna menti térségek és az üdülőtavak esetében.

Az elérhető statisztikai és szakmai adatok alapján a vármegye a horgászlétszám és az engedélyek száma tekintetében országos szinten is jelentős súllyal bír, ugyanakkor ezek az adatok elsősorban a rekreációs használat volumenét tükrözik (MOHOSZ, 2023). A turisztikai célú, többnapos tartózkodással járó horgászutak volumene nem jelenik meg önállóan a statisztikákban, ami nehezíti a pontos gazdasági hatásbecslést. Ugyanakkor a vármegyei horgászszövetség által kezelt összevont területi engedély és egységesített horgászrend olyan intézményi keretet biztosít, amely kifejezetten kedvező a turisztikai termékfejlesztés számára, mivel csökkenti a belépési és tájékozódási nehézségeket a nem helyi horgászok esetében is (BÁCSHOSZ, 2025a, 2025b).

Fejlesztési szempontból Bács-Kiskun vármegyében két markáns termékalap különíthető el. A Duna menti térségek – különösen Baja és Kalocsa tágabb környezete, valamint a kapcsolódó holtágak – alkalmasak arra, hogy komplex, többnapos horgászturisztikai kínálat bázisai legyenek. Ezeken a területeken a horgászat jól integrálható vízi rekreációval, helyi gasztronómiával és természetközeli élményekkel, ami megfelel a nemzeti stratégia nagy folyókra építő terméklogikájának (Magyarország Kormánya, 2024). A másik kiemelt irány az állóvizekhez és üdülőtavakhoz kötődő, kiszámíthatóbb, családbarát és hobbi jellegű horgászturizmus, ahol a fogási élmény biztonsága, az egyszerű hozzáférés és a kiegészítő szolgáltatások kulcsszerepet játszanak (MOHOSZ, 2025).

A vármegye sajátossága, hogy a Homokhátság vízhiányos térségeiben kisebb vízfelületek és kezelt tavak is jelen vannak, amelyek nem tömegturizmusra, hanem alacsony terhelésű, „csendes” vagy „slow” jellegű horgászturizmusra alkalmasak. Ezek a helyszínek jól illeszkednek a természetközeli, fenntarthatósági narratívákhoz, ugyanakkor fejlesztésük csak a víz- és élőhely-gazdálkodási korlátok figyelembevételével képzelhető el.

**Szakmapolitikai ajánlások:**

A vármegyei horgászturizmus fejlesztése szempontjából szakmapolitikai szinten indokolt a horgászat önálló turisztikai termékként való kezelése, különösen a Duna menti térségekben, ahol a többnapos tartózkodás reálisan ösztönözhető. Célszerű továbbá a családbarát és kezdőbarát állóvizek differenciált pozicionálása, valamint a horgászat tudatos integrálása a vidéki, gasztronómiai és természetalapú turizmus kínálatába. Kiemelt figyelmet érdemel az engedélyezési és információs rendszerek egyszerűsége és átláthatósága, mivel ez közvetlenül befolyásolja a nem helyi látogatók belépési hajlandóságát. Végül a klímaadaptációs és vízgazdálkodási szempontok érvényesítése nélkülözhetetlen ahhoz, hogy a horgászturizmus hosszú távon is fenntartható és gazdaságilag életképes termék maradjon a vármegyében (Magyarország Kormánya, 2024; MOHOSZ, 2025).

### 1.2.3 A vármegye szálláskínálata

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

Bács-Kiskun vármegye 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 hotelt, a Booking.com 34 szállodát mutat, a panziók aránya pedig mérsékelt (Booking: 21, Szállás.hu: 37). Mindez egyértelműen jelzi, hogy a vármegye 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 vármegye 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 vármegyei 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 ezt erősítik meg: a 31 hotelből 13 Kecskeméten található, a fennmaradó hotelek pedig elszórtan, kisebb csoportokban jelennek meg Lakiteleken, Baján, Tiszakécskén, Lajosmizsén, Kalocsán, Kerekegyházán és Érsekcsanádon. A szállodai kapacitás így erősen koncentrálódik a vármegyei 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 költését – ez 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 kerékpárkölcsönzés. 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 vármegyében 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 – 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 vármegye 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 – ez 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.

Összességében a digitális foglalási rendszerek adatai és a hozzáférhető turizmusra vonatkozó információk alapján Bács-Kiskun vármegye turisztikai kínálata erős alapokkal rendelkezik: széles, városi és vidéki településhálózatra épülő szálláshely-kínálat, magas vendégelégedettség, családbarát és természetközeli élmények, valamint jelentős arányú online és SZÉP-kártyás fizetési lehetőség jellemzi. Ugyanakkor az inkluzív, élethelyzet-alapú turizmus – az akadálymentesség, az idősbarát szolgáltatások, a kutyabarát kínálat és a nemzetközileg elismert minősítések – jelenleg még sziget szerűén, 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 vármegye adottságai – a gyógy- és termálfürdők, a kiterjedt alföldi tájak, a városi-kulturális

központok és a kistelepülési hálózat – erős alapot kínálnak ahhoz, hogy Bács-Kiskun vármegye a fenntartható, hozzáférhető és élményalapú turizmus egyik meghatározó hazai desztinációjává váljon.

## 1.2.4 A vármegye kínálatát meghatározó attrakciók

Az attrakciók vizsgálatához összeállt a vármegye vonzerőleltára, és kialakításra került egy rangsorolási modell annak érdekében, hogy a különböző attrakciók összehasonlíthatók, értékelhetőek legyenek. A 2026. áprilisi záró ellenőrzés és webes adatpótlás nyomán a leltár 126 attrakciót és 38 települést fed le, ami a vármegye turisztikai kínálatának teljes körű lefedettségét biztosítja.

A záróellenőrzés során hat attrakció került eltávolításra a leltárból. A Kalocsai Paprika Múzeum és a Kalocsai Porcelánmanufaktúra végleg bezárt, a Szabadszállási Kálmán Lajos Szülőház csak emléktáblás épület (nem látogatható múzeum), a Templomhalom régészeti park pedig a Tiszaalpári Földvár tanösvény részét képezi. Két sor duplikátumként került eltávolításra. Emellett négy további, kiemelten fontos vármegyei attrakció felvételre került: a bugaci Pásztormúzeum, a Kunfehértói Holdrutás erdő, a sükösdi Szent Anna-kápolna és a császártöltési Sváb Tájház. Az egészségturisztikai pillér 13-ról 18 attrakcióra bővült öt új fürdő felvételével (Róna Kincse Gyógyfürdő, Miklóssy János Sportközpont Strandfürdő, Gabriella Gyógy- és Strandfürdő, Kunfehértó Tófürdő, Kecskeméti Élményfürdő és Csúszdapark). A részletes, attrakciónkénti értékelést a dokumentumhoz csatolt melléklet tartalmazza.

### Vonzerő értékelési módszertan

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 értékel: (A) kereslet és érdeklődés, (B) honlap és saját online felületek, (C) platformjelenlét és aktivitás, valamint (D) kapcsolattartás és információelérés. Az egyes dimenziók súlyozottan kerülnek beszámításra, az összesített pontszám maximuma 100 pont.

A keresleti dimenzióban elsődlegesen az éves látogatószám kerül figyelembevételre, amennyiben az nyilvánosan elérhető. Ennek hiányában transzparens proxy-mutató kerül alkalmazásra, amely kizárólag az online értékelések átlagpontszámán alapul; az értékelések darabszáma módszertani okokból nem kerül figyelembevételre, mivel az jelentős torzítást okozhat. A honlaphoz kapcsolódó indikátorok külön értékelik az önálló honlap meglétét, annak nyelvi elérhetőségét, becsült látogatottságát, valamint az akadálymentességi megoldások jelenlétét. A platformjelenlét vizsgálata kiterjed a Google Business profil meglétére és értékelési átlagára, a Facebook- és Instagram-oldalak létezésére és posztolási gyakoriságára, valamint a YouTube-csatorna puszta meglétére. A módszertan nem vizsgálja a követőszámok abszolút értékét, kizárólag a rendszeres kommunikáció tényét és intenzitását. A modell szándékosan nem tartalmaz olyan szempontokat, amelyek online forrásokból nem egységesen és megbízhatóan követhetők – ez biztosítja, hogy az értékelés reprodukálható, összehasonlítható és stratégiai tervezési célokra alkalmas legyen.

Az objektív felmérést a következő számítási séma alapján végezzük: Összpont = A (20) + B (35) + C (30) + D (15) = 100 pont.

| Dimenzió | Kulcsindikátorok | Max pont | Súlyozás logikája |
|---|---|---|---|
| **A. Kereslet és érdeklődés** | Éves látogatószám v. Google értékelési átlag (proxy), szezonalitás | **20** | Kereslet- és látogatótömeg-proxy; szezonálisan nyitva tartó attrakciók kisebb súlyt kapnak |

| | | | |
|---|---|---|---|
| **B. Honlap és saját felületek** | Honlap megléte, nyelvi elérhetőség, láthatóság, akadálymentesség | **35** | A legnagyobb súly: az önálló, akadálymentes, többnyelvű honlap a leghatékonyabb marketing-felület |
| **C. Platformjelenlét és aktivitás** | Google Business, Facebook posztolási ritmus, Instagram aktivitás, YouTube | **30** | Nem a követőszám, hanem a rendszeres kommunikáció jellemzi az érett digitális jelenlétet |
| **D. Kapcsolattartás és info-elérés** | Nyilvános e-mail, telefonszám, 1-kattintásos elérhetőség | **15** | A legkisebb súly, de a turisztikai kínálatba való integrálhatóság elengedhetetlen feltétele |

*Forrás: saját értékelési modell; a teljes részletes pontozási tábla a mellékletben szerepel*

## Az összesített eredmények és a stratégiai szegmensek

A vizsgált 126 attrakció összesített átlagpontszáma 59,5/100. Az állomány pontszám-eloszlása harang alakú: a súlypont a 40–60 pontos tartományban helyezkedik el, ami azt jelenti, hogy az attrakciók döntő többsége digitálisan „élő, de fejleszthető" középmezőnybe tartozik. A 70 pont feletti, kiemelkedő digitális érettségű attrakciók száma 28 – ők alkotják a vármegye turisztikai zászlóshajóinak körét. A legalacsonyabb pontszámok mögött jellemzően nem a valós turisztikai érték hiánya, hanem hiányos digitális adatlapok állnak; ezek fejlesztési potenciálja elsősorban adatpótlási és intézményi megerősítési kérdés.

Az elemzés minden attrakciót hozzárendel a Bács-Kiskun vármegyei turizmusfejlesztési stratégia 2027–2040 célrendszerének egy-egy szegmenséhez. A stratégia három fő stratégiai pilléren és egy horizontális fejlesztési területen alapul: az I. Egészségturizmus (18 attrakció, átlagpontszám 67,6/100) a digitálisan legérettebb pillér; a II. Kulturális és örökségi turizmus (71 attrakció, 59,8) a legnagyobb szegmens, amely a vármegye tartalmi gerincét adja; a III. Öko-, aktív- és víziturizmus (31 attrakció, 54,3) a legkiterjedtebb területi háló, de intézményi megerősítést igényel; a IV. Bor-, gasztro- és agroturizmus (6 attrakció, 58,1) horizontális szegmensként a Hajós–Bajai és Kunsági borvidékre, illetve a hungarikum-vonalra épül.

A dimenziós bontás egyértelműen rávilágít a szegmensek eltérő erősségeire. Az egészségturisztikai szegmens az A-dimenzióban (kereslet) és a D-dimenzióban (kapcsolattartás) kimagaslik, miközben a C-dimenzióban (platformjelenlét) mérsékeltebben teljesít. A kulturális és örökségi turizmus minden dimenzióban kiegyensúlyozott teljesítményt mutat. A bor-, gasztro- és agroturizmus a honlap- és platformjelenléti oldalon mutat komoly potenciált. Az öko- és aktív turizmus eredményei szegmenshasadást mutatnak: az intézményi háttérrel rendelkező helyszínek (KNP-tanösvények, kijelölt látogatóközpontok, minősített erdei iskolák) jellemzően erős B- és D-dimenziós eredményt érnek el, míg a kisebb, önkormányzati vagy civil gondozású természeti pontok gyengébben teljesítenek.

## A vármegye élmezőnye – a 20 legmagasabb digitális érettségű attrakció

A teljes körűen feldolgozott 126 attrakció alapján az élmezőnybe – a 70 pont feletti digitális érettségű helyszínek közé – 28 attrakció kerül. Az alábbi táblázat a rangsor legjobb 20 helyezettjét mutatja be; a teljes rangsort a melléklet tartalmazza. Az élmezőnyt a fürdők és a nagy kulturális intézmények uralják: ez egyszerre tükrözi a fürdők intézményi erejét és a kecskeméti, kiskunfélegyházi, kiskunhalasi kulturális intézmények erős digitális jelenlétét.

| # | Attrakció neve | Település | Pont/100 | Szegmens |
|---|---|---|---|---|
| **1** | Barack Thermal Resort | Tiszakécske | **93,9** | I. Egészség |
| **2** | Katona József Nemzeti Színház | Kecskemét | **88,9** | II. Kulturális |
| **3** | Hattyúház | Kiskunfélegyháza | **88,5** | II. Kulturális |
| **4** | Thorma János Múzeum | Kiskunhalas | **83,9** | II. Kulturális |
| **5** | Jonathermál Gyógy- és Élményfürdő | Kiskunmajsa | **83,3** | I. Egészség |
| **6** | Lakiteleki Népfőiskola | Lakitelek | **80,5** | II. Kulturális |

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| **7** | Kiskőrösi Rónaszéki Fürdő | Kiskőrös | **79,3** | I. Egészség |
| **8** | Gyarmati D. Tanuszoda és Termálfürdő | Lakitelek | **78,3** | I. Egészség |
| **9** | Hírös Agóra | Kecskemét | **77,9** | II. Kulturális |
| **10** | Türr István Múzeum | Baja | **77,9** | II. Kulturális |
| **11** | Hajósi Pincefalu | Hajós | **76,9** | IV. Bor-gasztro |
| **12** | Gabriella Gyógy- és Strandfürdő | Lakitelek | **76,9** | I. Egészség |
| **13** | Német Nemzetiségi Tájház | Hajós | **76,5** | II. Kulturális |
| **14** | Leskowsky Hangszergyűjtemény | Kecskemét | **75,9** | II. Kulturális |
| **15** | Kiskun Múzeum | Kiskunfélegyháza | **74,9** | II. Kulturális |
| **16** | Kecskeméti Arborétum | Kecskemét | **73,9** | III. Öko-aktív |
| **17** | Kecskeméti Fürdő | Kecskemét | **73,9** | I. Egészség |
| **18** | Kiskunhalasi Csipkemúzeum | Kiskunhalas | **73,9** | II. Kulturális |
| **19** | Úttörténeti Múzeum | Kiskőrös | **73,5** | II. Kulturális |
| **20** | Kodály Intézet | Kecskemét | **72,3** | II. Kulturális |

*Forrás: saját értékelés, 2026. április; a teljes 126-attrakciós rangsort a melléklet tartalmazza*

### Tematikus szerkezet – a vármegye turizmusának alappillérei

A termékalap szerinti csoportosítás alapján jól látszik, hogy a vármegye turizmusa többpilléres: azonosítható egészség- és fürdőturisztikai, kulturális-örökségi, ökoturisztikai, bor- és gasztronómiai, fesztiválturisztikai pillér. Az egyes pillérek nemcsak önállóan életképesek, hanem – jó termékcsomagolással – egymást erősítő élményláncokká fűzhetők össze.

### I. Egészség- és fürdőturisztikai pillér (18 attrakció, Ø 67,6/100)

Az egészségturizmus a stratégia egyik leghangsúlyosabb pillére, és a webes adatellenőrzést követően – amely során a 18 fürdő mindegyikének kipótoltuk a honlapra, közösségi felületre és elérhetőségre vonatkozó adatait – a szegmens átlaga 67,6 pontra emelkedett. Ez magasabb, mint bármelyik másik szegmens átlaga, és egyértelműen a vármegye digitálisan legérettebb pillérévé teszi a fürdőszektort.

A rangsor élén a Barack Thermal Resort (Tiszakécske) áll 93,9 ponttal – a teljes 126 attrakciós leltár abszolút első helyezettje –, amelyet a Jonathermál (Kiskunmajsa, 83,3), a Kiskőrösi Rónaszéki Fürdő (79,3) és a Gyarmati Dezső Tanuszoda és Termálfürdő (Lakitelek, 78,3) követ. A 7 élmezőnybeli fürdő (70+ pont): Barack Thermal Resort, Jonathermál, Rónaszéki Fürdő, Gyarmati Tanuszoda, Gabriella Gyógy- és Strandfürdő (76,9), Kecskeméti Fürdő (73,9) és Halasthermál Gyógyfürdő (71,8). Még a sor végén elhelyezkedő fürdők is 50 pont fölött teljesítenek, ami a szegmens kiemelkedő egységességét mutatja.

Ez a teljesítmény abból fakad, hogy a fürdők jellemzően intézményi háttérrel, önálló honlappal, aktív közösségi kommunikációval és teljes körű elérhetőségi adatokkal dolgoznak. Szezonalitási szempontból a szegmens megoszlása kettős: 7 fürdő egész évben üzemel (39%), 7 szezonálisan (39%), 4 részben szezonálisan (22%) – ez utóbbiakra a négyévszakos termékfejlesztés a legfontosabb stratégiai feladat. A fürdőszegmens fejlesztési iránya a meglévő magas szint még célzottabb kihasználása: a többnyelvű kommunikáció bővítése, a wellness és orvosi turizmus integrálása, valamint a bor-, gasztro- és örökségi kínálattal történő közös termékcsomagolás jelenti a legnagyobb hozzáadott értéket.

### II. Kulturális és örökségi turisztikai pillér (71 attrakció, Ø 59,8/100)

A kulturális és örökségi turizmus 71 attrakcióval a legnagyobb szegmens, amely a vármegye turisztikai tartalmi gerincét adja. Ez a pillér adja azt az „alapréteget", amelyre a vármegye történeti és identitásalapú narratívája épül. A szegmens átlagpontszáma 59,8, ami kiegyensúlyozott teljesítményt jelez – a teljes dimenziópalettán nincs kiugróan gyenge pont, ami a kulturális intézményi háttér stabilitását tükrözi.

A 71 kulturális attrakció típus szerint 54 kulturális (múzeumok, emlékhelyek, látogatóközpontok, kúriák, közösségi terek) és 15 vallási helyszínből (templomok, kápolnák, egyházi gyűjtemények) áll. Szezonalitás szempontjából rendkívül kedvező a kép: a szegmens 85%-a (60 attrakció) egész évben látogatható, 14% részben szezonális, és mindössze 1 attrakció működik kizárólag szezonálisan. Ez az egész éves látogathatóság teszi a kulturális pilléert a téli és kora tavaszi időszak turisztikai gerincévé.

A rangsor élén a kecskeméti Katona József Nemzeti Színház (88,9 pont) áll, amelyet szorosan követ a kiskunfélegyházi Hattyúház (88,5) és a kiskunhalasi Thorma János Múzeum (83,9). Figyelemre méltó, hogy a szegmensben 17 attrakció éri el a 70 pont feletti élmezőny-szintet, ugyanakkor 8 attrakció 40 pont alatti pontszámot mutat – utóbbiaknál jellemzően nem a turisztikai értékkel, hanem a digitális adatlapok hiányosságaival van probléma. A szegmens fejlesztési tartaléka tehát elsősorban digitális felzárkóztatásban, nem attrakciófejlesztésben rejlik.

A kulturális kínálat tematikailag több, egymástól jól elkülöníthető, de összekapcsolható irányra tagolható: irodalmi örökség (Kiskőrös – Petőfi Szülőház, 70,9 pont), kézműves hagyományok (Kiskunhalas – Halasi Csipkemúzeum, 73,9), hungarikum örökség (Lakitelek – Hungarikum Liget, 71,5), zenei örökség (Kecskemét – Kodály Intézet, 72,3), nemzetiségi kultúrák (Hajós – Német Nemzetiségi Tájház, 76,5), fúvós- és zenekultúra, egyházi-vallási örökség. Ezek az altematikák önálló termékek alapját is képezhetik, ugyanakkor az összekapcsolásukból közös tematikus útvonalak és csomagok hozhatók létre.

Kecskemét kulturális dominanciája egyértelmű: a 22 attrakció közt hat olyan kulturális intézmény van (Katona József Nemzeti Színház, Hírös Agóra, Leskowsky Hangszergyűjtemény, Kodály Intézet, Kecskeméti Nagytemplom, Geréby Kúria), amely önállóan is képes vendégáramlást generálni. A kiskunhalasi, kiskunfélegyházi és kiskőrösi helyszínek szintén erős kulturális profilt mutatnak. Sajátos értéket képviselnek a kisebb települések tájházai, emlékhelyei és vallási helyszínei – ezek önmagukban kevés vendéget vonzanak, de tematikus összekapcsolásukkal „alföldi örökség" jellegű útiprogramok hozhatók létre.

### III. Öko-, aktív- és víziturizmus pillér (31 attrakció, Ø 54,3/100)

Az öko-, aktív- és víziturizmus 31 attrakciója a legalacsonyabb szegmensi átlagot mutatja (54,3 pont), azonban ez az átlag erősen „kettéhasadt" képet takar. Az intézményi háttérrel rendelkező, szervezett helyszínek – a Kecskeméti Arborétum (73,9), a Gemenci erdő (72,9), a Bugaci Puszta (69,9) – kifejezetten erős eredményt érnek el. Ezzel szemben a kisebb, önkormányzati vagy civil gondozású természeti pontok – tanösvények, horgászvizek, egyes vizes élőhelyek – jóval alacsonyabb digitális érettséget mutatnak, és a szegmens 10 attrakciója 40 pont alatti pontszámmal szerepel.

Szezonalitás szempontjából ez a szegmens a leginkább idénykötött: 23 attrakció (74%) részben szezonálisan, 8 attrakció (26%) egész évben látogatható, és egyetlen attrakció sem kizárólag nyári. A részben szezonálisak döntő többsége tavasztól őszig látogatható – szezonjuk sokszor március végétől október végéig nyújtható. Ez stratégiai szempontból azt jelenti, hogy az ökoturizmus a tavaszi és őszi vállszezonban a vármegye legkompetitívebb ajánlatát képviseli, feltéve, hogy a termékcsomagok és a kommunikáció is rásegít.

A Kiskunsági Nemzeti Park és a Homokhátság adja az ökoturisztikai kínálat fő hátterét: Bugac, Fülöpháza, Orgovány, Izsák, Jakabszállás egyaránt a KNP mozaikos rendszerének része. A Duna menti ártéri erdők és a Gemenci erdő (Baja térségében) a természetvédelmi oldalon, a Tisza-menti holtágak és a Tiszaalpári Nagy-tó a vízi ökotermékek oldalán kínálnak potenciált. A szegmens fejlesztési iránya egyértelmű: intézményi megerősítés (Google Business profil, honlap, elérhetőségi adatok pótlása) a kisebb helyszíneken, kombinálva tanösvény- és látogatóközpont-fejlesztéssel.

### IV. Bor-, gasztro- és agroturizmus – horizontális szegmens (6 attrakció, Ø 58,1/100)

A bor-, gasztro- és agroturizmus horizontális fejlesztési területe mindössze 6 attrakcióval a legszűkebb szegmens, ugyanakkor 58,1 pontos átlaga meghaladja az öko-aktív szegmensét. A rangsor élén egyértelműen Hajós dominál: a Hajósi Pincefalu (76,9 pont) az egész vonzerőleltár 11. legmagasabb pontszámú helyszíne, a Cabernet Borturisztikai Látogatóközpont (72,9) szintén az élmezőnybe tartozik. Hajós a vármegye bor- és gasztroturizmusának kiemelkedő ikonikus eleme – Európa legnagyobb pincefalujaként.

A másik négy attrakció – Zwack Kecskeméti Pálinka Manufaktúra (56,3), Császártöltési pincesor (54,9), Nemesnádudvari pincesor (51,9) és a Bugaci Karikás Csárda (36,0) – szélesíti a bor-gasztro kínálatot,

de fejlesztési potenciálja eltérő. A pincesorok esetében a közös, tematikus szintű digitális csomagolás és a borturisztikai útvonalak összehangolása hozhatja a legnagyobb előrelépést. A szegmens viszonylag magas átlagpontszáma elsősorban a hajósi borturisztikai helyszínek erős digitális jelenlétéből fakad.

## Fesztiválok és horgonyesemények a kínálati rendszerben

A fesztivál- és rendezvényturisztikai pillér nem önálló szegmensként, hanem a többi pillérbe integrálva jelenik meg a vonzerőleltárban – ugyanakkor stratégiai szempontból önálló figyelmet érdemel. A különböző fesztiválok és horgonyesemények ugyanis nem pusztán programok, hanem elsődleges utazási motivációk: sok látogató valójában egy fesztivál miatt érkezik a térségbe, és a desztináció többi elemét ezeken keresztül ismeri meg. Az alábbi táblázat a vonzerőleltárban azonosítható fő horgonyeseményeket mutatja be a szegmens és a szezonalitás feltüntetésével.

A vonzerőleltárban azonosítható fő horgonyesemények: Bajai Halfőző Fesztivál (nyár, gasztronómiai), Kalocsai Paprika- és Gasztrofesztivál (nyár/ősz, gasztro-kulturális), Kurultaj – Magyar Törzsi Gyűlés (nyár, hagyományőrző, Bugac), Hírös Hét Fesztivál (nyár, városi kulturális, Kecskemét), Szüreti Napok / Pincefalu Fesztivál (ősz, bor-gasztro, Hajós), Fehértone Fesztivál (nyár, zenei, Kunfehértó), Kalocsai Fúvószenekari Fesztivál, Kecskeméti Kodály Fesztivál, Alpárfeszt (Lakitelek-Tőserdő), Flóra Virágfesztivál (Kecel).

Ezek az események nem pusztán „programok", hanem horgonyelvek is a desztinációs rendszerben: a nagy tömegeket megmozgató fesztiválok (Halfőző Fesztivál, Kurultaj, Hírös Hét, Szüreti Napok) rövid időszakokra koncentrált csúcsforgalmat hoznak, és lehetőséget kínálnak arra, hogy a látogatók a fesztiválok köré szervezett élményláncokkal a vármegye más attrakcióival is kapcsolatba kerüljenek.

A kihívás itt nem a kereslet megteremtése, hanem annak kezelése: hogyan lehet a fesztiválra érkező látogatókat rávenni arra, hogy egy nappal előbb érkezzenek vagy egy nappal tovább maradjanak, és közben kapcsolatba kerüljenek a vármegye más attrakcióival is. Ez különösen fontos, mivel a nagy fesztiválok jellemzően nyári csúcsidőszakban zajlanak, miközben a vármegye ökoturisztikai és borturisztikai kínálata a tavasz–őszi vállszezonban a legerősebb – a fesztiválok tehát szezonhosszabbítási eszközként is értelmezhetők.

## Területi koncentrációk

A településszintű megoszlás jól mutatja, hogy a kínálat nem szétterül, hanem néhány kulcsterület köré szerveződik. A 126 attrakcióból 22 Kecskeméthez kötődik, 13 Bajához, 10-10 Kiskunhalashoz és Kiskunfélegyházához, 9 Kalocsához, 7 Lakitelekhez, 5-5 Kiskőröshöz és Hajóshoz, 4-4 Tiszakécskéhez, Kunfehértóhoz és Bugachoz. A fennmaradó 24 attrakció 23 további településen szóródik szét.

Kecskemét kiemelt szerepe egyértelmű: 22 attrakcióval a vármegye „kapuja" és legfontosabb csomópontja, ahonnan más térségek felé is könnyű élményláncokat építeni. Nemcsak kulturális és városi attrakciókat (Katona József Nemzeti Színház, Hírös Agóra, Leskowsky Hangszergyűjtemény, Kodály Intézet, Nagytemplom, Geréby Kúria) koncentrál, hanem egészségturisztikai (Kecskeméti Fürdő, Kecskeméti Élményfürdő és Csúszdapark), ökoturisztikai (Kecskeméti Arborétum, Vadaskert, Benkó Zoltán Szabadidőközpont) és gasztroturisztikai (Zwack Pálinka Manufaktúra) kínálatot is.

Baja (13 attrakció) és Kalocsa (9 attrakció) együtt a Duna-menti kulturális–gasztronómiai tengelyt alkotja. Baja vonzerejét a Türr István Múzeum, a Gemenci erdő és a Bajai Halfőző Fesztivál, Kalocsáét az érseki örökség, a paprika-hagyományok és a fúvósfesztivál adja. A két város szorosan kapcsolódik Hajóshoz is (Pincefalu, Cabernet Látogatóközpont, Német Nemzetiségi Tájház), alkotva a Duna–bor–örökség turisztikai tengelyt.

Kiskunhalas (10 attrakció) és Kiskunfélegyháza (10 attrakció) az alföldi városokra jellemző, kulturális-örökségi és fürdőturisztikai profillal rendelkezik. Kiskunhalas esetében a Thorma János Múzeum, a Halasi Csipkemúzeum és a Halasthermál Gyógyfürdő alkotja a hármas termékalapot. Kiskunfélegyháza legmagasabb pontszámú attrakciója a Hattyúház (88,5 pont) – a teljes leltár 3. helyezettje –, amelyhez a Kiskun Múzeum és a Félegyházi Termál Parkfürdő csatlakozik. Lakitelek 7 attrakcióval és az egész leltár több kiemelkedő helyszínével (Lakiteleki Népfőiskola 80,5, Hungarikum Liget 71,5, Gyarmati

Tanuszoda 78,3, Gabriella Strandfürdő 76,9) térségi átlagban kimagaslik. Bugac 4 attrakcióval, a Kurultáj révén már országos és nemzetközi ismertségű fesztiválhelyként is funkcionál.

## Szezonalitási minta

A 126 attrakció közül 79 egész évben látogatható (63%), 39 részben szezonális, azaz döntően tavasz–ősz jellegű (31%), 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.

Az egész évben elérhető 79 attrakció 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 hátterű látogatóközpontok. Ez azt jelenti, hogy Bács-Kiskun kínálata télen sem „alszik el": a városi kultúra, a gyógy- és wellness-szolgáltatások, a rendezvény- és konferenciakapacitás együttesen biztosítják a téli és kora tavaszi hónapok forgalmát is.

A 39 részben szezonális (tavasz–ősz) kategóriába eső attrakció döntően ökoturisztikai és természetközeli helyszínek, tanösvények, vízi turisztikai pontok és aktív szabadidős terek. Szezonjuk sokszor március végétől október végéig nyújtható. Turizmusstratégiai szempontból ez azt jelenti, hogy a tavaszi és őszi vállszezonban a vármegye nagyon is versenyképes kínálattal rendelkezik, feltéve, hogy a termékcsomagok és a kommunikáció is rásegít erre. Ez a pillér alkalmas a szezonhosszabbítás legfontosabb eszközévé válni, különösen a borturizmussal, a kerékpáros és víziturizmussal, valamint az iskolai csoportos természetpedagógiai programokkal kombinálva.

A 8 nyári szezonú attrakció döntően strandfürdők és néhány nyári rendezvényterület. Ezek rövid időszakokra koncentrált csúcsforgalmat hoznak, és turisztikai rendszer-szinten fontos kérdés, hogyan lehet a fesztiválra vagy strandolásra érkező látogatókat rávenni arra, hogy egy nappal előbb érkezzenek vagy egy nappal tovább maradjanak, és közben kapcsolatba kerüljenek a vármegye más attrakcióival is.

Összességében a szezonalitási minta azt jelenti, hogy a vármegye alapvetően alkalmas négyévszakos termékportfólió kialakítására: a téli időszakra a városi kultúra és a fürdők, a tavasz–ősz vállszezonra az öko-, aktív- és borturizmus, nyárra pedig a víziturizmus és a fesztiválok adják a kínálati gerincet.

**Szezonalitási megoszlás szegmensenként:**

| Szegmens | Összes | Egész éves | Részben szezonális | Szezonális |
|---|---|---|---|---|
| I. Egészségturizmus | 18 | 7 (39%) | 4 (22%) | 7 (39%) |
| II. Kulturális és örökségi | 71 | 60 (85%) | 10 (14%) | 1 (1%) |
| III. Öko-, aktív-, víziturizmus | 31 | 8 (26%) | 23 (74%) | 0 |
| IV. Bor-, gasztro- és agro | 6 | 4 (67%) | 2 (33%) | 0 |
| **Összesen** | **126** | **79 (63%)** | **39 (31%)** | **8 (6%)** |

*Forrás: saját értékelés, 2026. április*

## Hogyan lesz mindezekből desztinációs termék?

A 126 attrakció listája értelmezhető úgy is, mint egy „nyers leltár", de valójában jóval több annál: egy potenciális desztinációs termékstruktúra térképe. Nem önmagukban fontosak az egyes elemek, hanem abban az értelemben, hogy milyen élményláncokba, termékekbe rendezhetők. Az egyes elemek területi, tematikus és szezonalitási elemzése alapján öt térségi termékmag rajzolódik ki, amelyek mindegyike önállóan is életképes desztinációs egységet alkot, ugyanakkor egymással is összefűzhető.

A Kecskemét–Homokhátság tengelyen (22 attrakció) a városi örökség, a fürdő, a Vadaskert, az Arborétum, a Kodály Intézet és a Zwack Pálinka Manufaktúra együttese könnyen alakítható két–három napos, családbarát, kulturális-öko tematikájú csomaggá. Ugyanez a térség – más hangsúlyokkal – iskolai tematikus napok, természetpedagógiai programok, vagy akár vállalati csapatépítés célterülete is lehet.

A Duna-mente (Baja–Kalocsa–Hajós tengely, 27 attrakció) bázisán olyan vízi–gasztro–bor–örökség csomagok hozhatók létre, amelyek egyaránt megszólítják a családosokat, a gasztroturistákat, a bort kedvelő közönséget és az örökségturistákat. A fesztiválok – Halfőző Fesztivál, Paprika- és Gasztrofesztivál – ebben a rendszerben horgonyeseményként funkcionálhatnak, amelyekhez olyan csomagok kapcsolhatók, amelyek a rendezvény köré szervezett többnapos tartózkodást ösztönzik. Hajós kettős karaktere – egyedi borturisztikai helyszín és sváb kulturális örökség – különleges potenciált jelent az örökségturisták és a borszezonális vendégkör számára egyaránt.

A Tisza-mente (Tiszakécske–Lakitelek, 11 attrakció) a wellness-, gyógy- és konferenciaturizmus terepe: a Barack Thermal Resort és a Hungarikum Liget kombinációja lehetővé teszi olyan termékek kialakítását, amelyek a klasszikus fürdőzésen túl tréningeket, szakmai rendezvényeket, erdei rekreációt, Tisza-parti sétákat is integrálnak. A két kiemelkedő attrakció (Barack Thermal Resort 93,9 és Lakiteleki Népfőiskola 80,5 pont) a teljes leltárban is az élmezőnyhöz tartozik – együttes gravitációs erejük képes egész éves vendégáramlást fenntartani.

A déli fürdőzóna (Kiskunhalas–Kiskunmajsa–Kunfehértó, 18 attrakció) a Jonathermál, a Halasthermál Gyógyfürdő és a Fehértone Fesztivál révén hagyományos gyógy- és strandturisztikai régióként értelmezhető. Az egészségturisztikai termékeket ki lehet egészíteni kézműves-örökségi tartalommal (Halasi Csipke), helyi gasztronómiával és fesztiválélményekkel, így a térség nemcsak nyári, hanem vállszezonos kínálattal is rendelkezhet.

Bugac különleges helyet foglal el a rendszerben (4 attrakció, de kiemelkedő hatósugár): ökoturisztikai attrakcióként a homokhátsági ökológiai értékeket mutatja be, a Kurultáj és más hagyományőrző rendezvények révén viszont olyan, országos szinten is egyedi kulturális–identitásalapú fesztiválhelyszín, amely önmagában képes tömegeket megmozgatni. Bugac ebből kifolyólag egyszerre tekinthető öko-, kulturális- és fesztiválturisztikai termékalapnak, és a vármegye „narratív brandje" szempontjából is kiemelt szereplő.

### Összefoglalás és stratégiai következtetések

A 126 attrakció elemzése azt mutatja, hogy Bács-Kiskun vármegye turizmusa nem mennyiségi, hanem minőségi–digitális értelemben fejleszthető: az alapjai (126 attrakció, 38 település, három fő pillér + horizontális bor-gasztro dimenzió) adottak, és a 70 pont feletti élmezőny (28 attrakció) már most alkalmas a vármegye brandjének horgonyként történő felhasználására.

Szegmensi szempontból a fejlesztési prioritások eltérőek. Az egészségturisztikai pillér digitálisan a legérettebb – itt a meglévő magas szint célzott kihasználása (többnyelvű kommunikáció, komplex csomagolás) a feladat. A kulturális pillér a legszélesebb és kiegyensúlyozott – fejlesztési tartaléka inkább digitális adatpótlásban, kevésbé attrakciófejlesztésben rejlik. Az ökoturisztikai szegmens mutatja a legnagyobb belső szórást – az intézményi háttér nélküli helyszínek digitális megerősítése a legfontosabb teendő. A bor-gasztro szegmens kis attrakciószáma ellenére jó alapot ad a tematikus borút-fejlesztéshez.

Területi szempontból Kecskemét és Lakitelek a két leguniverzálisabb csomópont: mindkettő egyszerre kulturális, egészségturisztikai és ökoturisztikai vonzerőket koncentrál. Baja–Kalocsa–Hajós a Duna-menti tengely gerince, Kiskunhalas–Kiskunfélegyháza–Kiskőrös az alföldi városi kulturális gerinc.

**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 vármegye teljes kínálatán „végigvezetni".**

## 1.2.5 Turisztikai intézmények, szervezetek

### Vármegyei szintű koordináció hiánya

Bács-Kiskun vármegye turizmusirányítási rendszerének egyik legfontosabb sajátossága ma az, ami hiányzik belőle: nincs olyan, vármegyei szinten működő, dedikált koordináló szervezet, amely a teljes vármegyére kiterjedően, térségi logika mentén látná el a turisztikai

termékfejlesztés, a közös marketing és a szemléletformálás feladatait. A korábban működő vármegyei 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 vármegye egészére kiterjedő, egységes márkaépítés, a térségek közötti kohézió és a nagyobb léptékű termékcsomagok koordinációja csak részben, eseti együttműködésekben valósul meg. Ez a helyzet különösen azért jelent kihívást, mert a megyében 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 vármegyehatáron 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, pályázatírásban és az új fejlesztések katalizálásában. Ezért lenne ideális, ha a térség kiemelt turisztikai térségként a Balatonhoz és Tokaj-Hegyaljához hasonlóan önálló, vagy a szomszédos vármegyékkel összevont DMSZ-t (desztinációmenedzsment szervezet) kaphatna.

## A Tourinform-hálózat szerepe és feladatai

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

Ezek az irodák a vármegye 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 eszközkölcsönzés. 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 vármegyei szintű koordináció hiányzik.

## Városi és térségi turisztikai szervezetek – mozaikszerű desztinációmenedzsment rendszer

A vármegye turizmusirányításának másik pillérét a különböző városi és térségi szintű turisztikai szervezetek adják, amelyek formálisan vagy informálisan desztinációmenedzsment-szervezetként működnek. 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 fókusza elsősorban a saját településükre vagy szűkebb térségükre irányul, nincsenek vármegyei 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 hátteréért. A szervezet tevékenysége a Duna-menti turisztikai termékek – víziturizmus, gasztronómia, rendezvények – integrálását célozza, de mandátuma és fókusza 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, vármegyei kitekintésű desztinációmenedzsment-szervezeten keresztül, hanem városi szinten, önkormányzati háttérrel zajlik, elsősorban Kecskemétre koncentrálva.

**Kiskunmajsán** a fürdő- és családbarát turizmusra épülő desztináció hátterét 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 vármegyei 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 vármegyében mozaikszerű, településközpontú desztinációmenedzsment-struktúrát eredményez. A helyi szinten elvégzett munka – turisztikai marketing, termékfejlesztés, szolgáltatói együttműködések – sok esetben magas színvonalú és példaértékű, ugyanakkor a vármegyei szintű, horizontális koordináció hiánya miatt a különálló

desztinációk ritkán kapcsolódnak egységes, vármegyei márkarendszerbe. Részben ennek az eredménye, hogy a profi menedzsment mellett is több helyen alacsonyak 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 vármegyei szintű keret vagy platform, amely összefogja a települési szereplőket, támogatja a térségi termékek fejlesztését, és egységesen képviseli a vármegye turisztikai érdekeit a hazai és nemzetközi piacon.

## 1.2.6 Turisztikai infrastruktúra

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

### Gyalogos és természetjáró infrastruktúra

Bács-Kiskun vármegye gyalogos turisztikai gerincét az Alföldi Kéktúra (AK) adja, amely Szekszárdtól Sátoraljaújhelyig húzódik, és hosszú szakaszon keresztülhalad a megyén, bemutatva a Homokhátság, a Duna-mente és az alföldi falvak jellegzetes tájait. A vármegyei önkormányzat kommunikációja is kiemeli, hogy az Alföldi Kéktúra hazánk második leghosszabb gyalogos turistaútja (850 km), és „legmagyarabb" tájegységünk 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 idősbarát és inkluzív, „lassú turizmus" csomagok kialakítására is – feltéve, hogy a jelzés, a pihenőhelyek és az információs táblák minősége egységes szintre kerül.

### Kerékpáros infrastruktúra: EuroVelo, országos és helyi útvonalak

A vármegye kerékpáros szempontból országos léptékben is erős pozícióban van, két 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 Kalocsa–Dunapataj–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 vármegyét 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 vármegyei 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 Tompáig húzódik", kerékpáros pihenőpontokkal, információs táblákkal, szervizpontokkal és közös márkaépítéssel. Ez azt jelenti, hogy a vármegye déli peremén – a határ menti, ma turisztikai szempontból alulhasznosított térségekben – európai léptékű bringás terméképítés zajlik.

**Vármegyei és helyi kerékpárutak.** A vármegye 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 vármegye 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.

**Következtetés kerékpáros szempontból.** Infrastrukturálisan a vármegye 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.

## 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 vármegye kínálata jelenleg hálózatos jellegű: a vízre szállási pontok, megállóhelyek, csónakházak és kölcsönzők több ponton érhetők el, ugyanakkor a fejlesztettség és a szolgáltatási szint területileg differenciált, ezért a vízi turizmus sok esetben inkább kiegészítő termékként jelenik meg a természetjárás, a kerékpározás és a vízparti rekreáció mellett (Magyarország Kormánya, 2024).

A vármegye víziturisztikai infrastruktúrájának hiányzó elemei – különösen a biztonságos ki- és beszállóhelyek, átemelési pontok és pihenőhelyek – jelenleg három, egymással tartalmilag összefüggő TOP Plusz (TOP_PLUSZ-6.1.4-23-BK2) fejlesztéssel kerülnek célzottan pótlásra. A Vajas-fok aktív víziturizmusának fejlesztése a Kalocsa–Érsekcsanád közötti szakaszon több helyszínen (pl. zsilipkikerülésekhez kapcsolódó ki- és beszállópontok, pihenőhelyek) alakít ki infrastruktúrát, kiegészítve információs táblákkal és a túraszervezést támogató elemekkel, valamint logisztikai/üzemeltetési háttérrel. A DVCS alsó szakaszán megvalósuló Duna-völgyi kalandozások Dél-Bácsban projekt Császártöltéstől Bajáig tervez vízre szálló helyeket és átemelési pontokat, továbbá több településen pihenőhelyeket, és 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 projekt Szabadszállás–Kecel között hoz létre vízre szálló helyeket és pihenőpontokat, valamint a keceli duzzasztónál biztonságos átemelési pontot, és a Bejárható Magyarország arculati elveihez igazodó tájékoztató- és útjelző táblák kihelyezését is tartalmazza, ami az online és helyszíni tájékozódást egyaránt támogatja. A három projekt együtt így nem csupán „pontszerű” fejlesztésként értelmezhető, hanem egy olyan, víziturisztikai termékké szervezhető hálózat alapinfrastruktúrájaként, amely összhangban áll a hazai víziturisztikai fejlesztési irányokkal (különösen a vízre szálló helyek és megállópontok hálózatos fejlesztésének elvével).

A Duna a vármegye 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 eszközkölcsönzés 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 vármegye északkeleti peremén a Tisza menti kapcsolódásokat és a holtágakhoz kötődő vízi aktivitásokat olyan bázisok és megállóhelyek erősítik, amelyek a vízitúrázás alap-infrastruktúráját (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 Tőserdőben 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).

Összességében a vármegye 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).

## Közúti megközelíthetőség: országos tengelyeken

Bács-Kiskun vármegye a magyar gyorsforgalmi és főúthálózat egyik csomópontja. A vármegye „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 vármegyei matricainformációk alapján a vármegye területén az M5 mellett az M44-es gyorsforgalmi út is elérhető (Kecskemét-észak csomópont), amely kelet–nyugati irányban erősíti a kapcsolatrendszert. 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, Dunapataj, Baja, Szekszárd irányába) kapcsolják a vármegyeszékhelyhez és az országos hálózathoz.

Az elmúlt évek beruházásai közvetlen turisztikai hatással is járnak. A Soltvadkertet keletről elkerülő új útszakasz – több körforgalommal, 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.

### Vasúti és légi elérhetőség

**Vasút**

A vármegye 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 vámegye 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 vármegye:

- **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 régión belül** pedig a fő- és mellékvonalak (pl. Kiskunfélegyháza, Kiskunhalas, Baja) hálózatán keresztül kapcsolódik.

## 1.2.7 A 2015-től megvalósult és folyamatban lévő turisztikai beruházások bemutatása

A pályázatokról készült összefoglaló táblázat a II. számú melléklet.

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.

Általánosságban elmondható, hogy alig néhány fejlesztés kivételével - pl. Felső-Bácska 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-Dunatetétlen-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 vármegye 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 általánosságban megállapítható, 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. Tisza-parti 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.

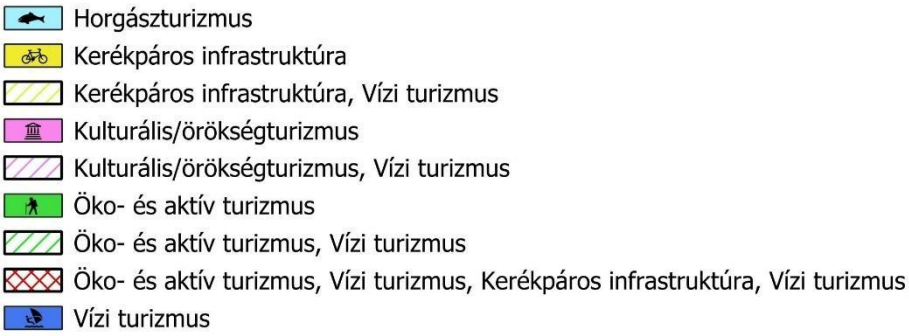
A projektek eredményeképpen a vármegye kínálata színesedett, ugyanakkor egyetlen olyan fejlesztés sem valósult meg, amely önmagában véve jelentős turisztikai keresletet generálhatna.

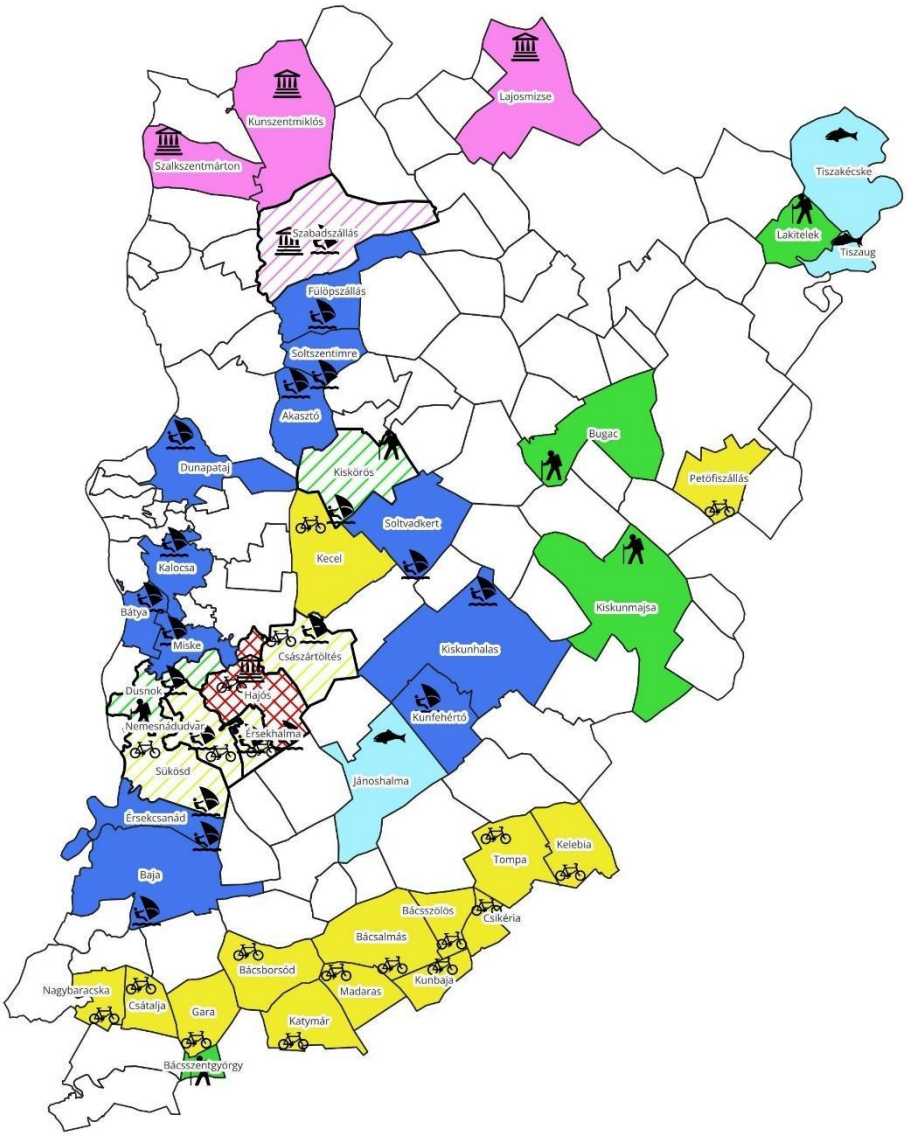
2021-27-es ciklusban a TOP_PLUSZ-1.1.3 keretében 23 projekt részesült támogatásban, a projektek összköltsége 9.530.815.576 Ft Ezek közül a legnagyobb támogatásban Érsekhalma -

Nemesnádudvar - Sükösd Bács-Kiskun Vármegyei 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 vármegye 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 vármegyei önkormányzat erre a célra 4 projekt keretében 2.629.976.636 Ft támogatásban részesült. Ezen felül Bugacon létesül ökoturisztikai látogatóközpont 500.000.000 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:

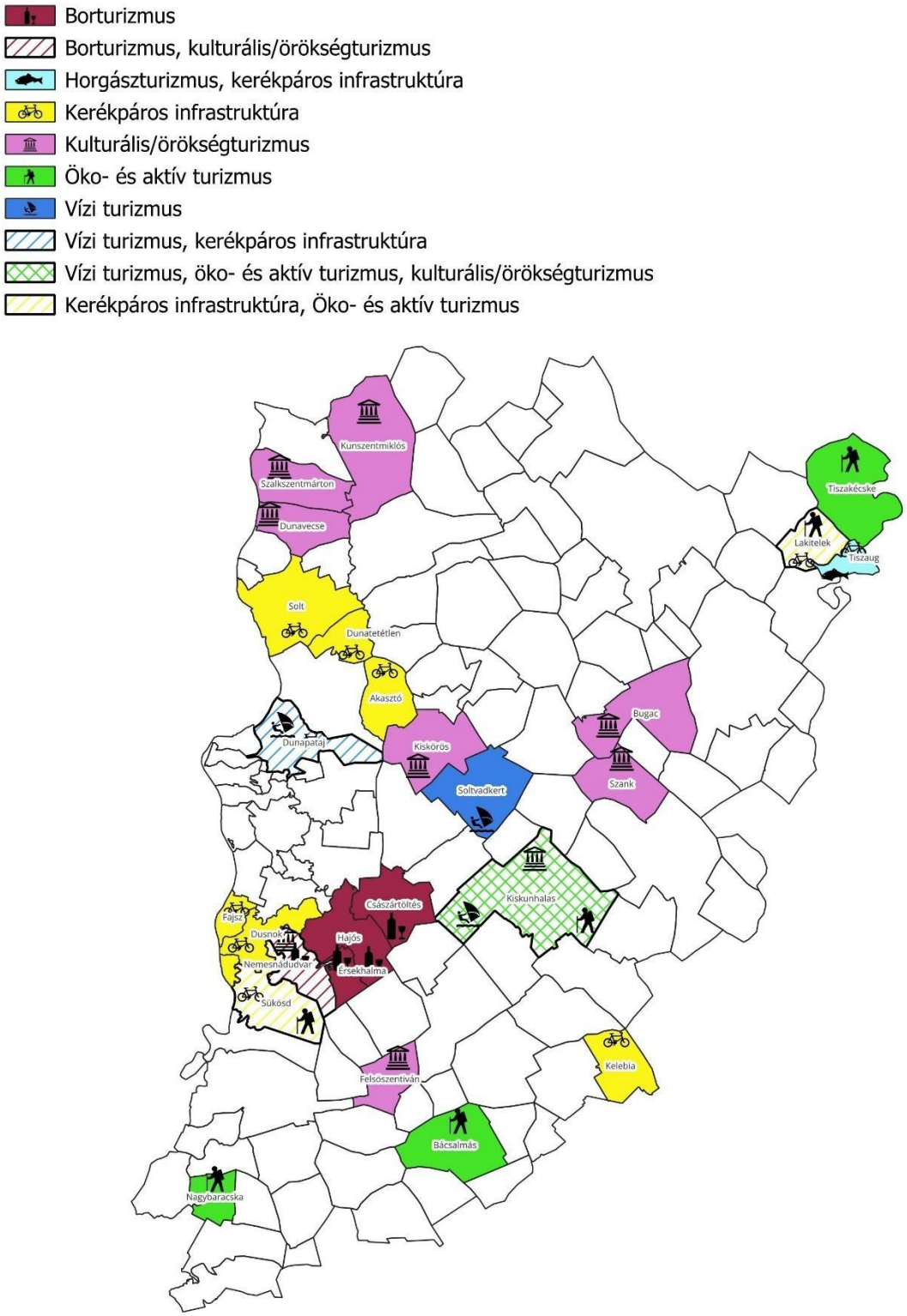
**Bács-Kiskun vármegye támogatott TOP Plusz projektjei**




*Forrás: saját szerkesztés*

**Bács-Kiskun vármegye támogatott TOP-1.2.1 projektjei**




*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 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 vármegye rendezvényturisztikai vonzerejét (FAFA – Film art for all HUSRB/23R/22/091).

## 1.2.8 A vármegye desztinációinak bemutatása és pozicionálása

Bács-Kiskun vármegye 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.

Az alábbi fejezet ezt a struktúrát mutatja be, térségenként, a turisztikai erősségek, a profilok és a pozicionálás kiemelésével.

### Kecskemét térsége – A vármegye kulturális és gazdasági központja

Kecskeméten a kulturális kínálat, a rendezvény- és konferencia-infrastruktúra, valamint az oktatási–gazdasági funkciók egymást erősítik. A városban a közelmúlt fejlesztései a közösségi terek és városi környezet megújítását, illetve a rendezvény- és konferenciaképességek bővítését

támogatták, ami az üzleti (MICE) és a szabadidős turizmus számára egyaránt hasznosítható. A turisztikai infrastruktúra több eleme ugyanakkor felújításra/megújításra szorul.

## Tisza-mente – Tiszakécske és Lakitelek

**Tiszakécske – fürdőfejlesztési sikertörténet**

Az elmúlt 10–15 évben Tiszakécske a vármegye egyik legdinamikusabban fejlődő fürdővárosává vált. A termálfürdő, a nyári strand és a kapcsolódó szálláskapacitások bővülése mára egész éves desztinációt teremtett. A beruházásoknak köszönhetően Tiszakécske jelentős belföldi vendégkört vonz, különösen családok és középkorú párok körében.

A Tisza-parti rekreáció, a horgászat és az aktív turizmus (kerékpározás, vízparti sétányok) erősítik a város több lábon állását.

**Lakitelek – Hungarikum tematikus központ**

Lakitelek turisztikai jelentősége kettős: egyrészt a **Hungarikum Liget** országos vonzerővel bíró, többfunkciós élmény- és tudásközpont, másrészt a Tőserdő és a Holt-Tisza térsége kiemelkedő ökoturisztikai helyszín. A településre jellemző a családi, iskolai és rendezvényturizmus, amelyhez megfelelő infrastruktúra társul (szállás, konferenciatermek, tanösvények).

A térség egyre erősebben kapcsolódik a Tiszakécske által generált vendégáramláshoz, így a két település turisztikai kínálata **kiegészíti egymást**.

## Déli fürdő- és rekreációs zóna – Kiskunmajsa és Kiskunhalas

**Kiskunmajsa – családi élmény- és gyógyturizmus**

A Jonathermál Gyógy- és Élményfürdő, valamint az országos ismertségű csúszdaparkja szezonálisan erős vendégforgalmat generálnak. A város a családos belföldi vendégek egyik kedvelt célpontja, különösen a nyári időszakban.

**Kiskunhalas – kulturális örökség és termálfejlesztések potenciálja**

Kiskunhalas turisztikai profiljának központi eleme a Halasi Csipke – nemzetközi hírű kézműves örökség. A város fürdőfejlesztései fokozatosan növelik a rekreációs kínálatot, míg a borturizmus és kulturális rendezvények a város identitását erősítik.

A déli térség egésze profitál a határmenti forgalomból is, amely a kerékpáros és rövidtávú utazásokat erősíti.

## Duna-mente – Baja, Dunapataj, Szelidi-tó

**Baja – víziturizmus és gasztronómia**

Baja a Duna menti turizmus kiemelt központja, egyben a vármegye egyik legjelentősebb kulturális és gasztronómiai desztinációja. A Sugovica-part, az evezős és víziturisztikai programok, valamint a nemzetközi hírű halászléfesztivál évente tízezreket vonzanak.

A város ideális kiindulópontja az EuroVelo 6 és 13 útvonalaknak, amit a fejlődő kerékpáros infrastruktúra tovább erősít.

**Dunapataj – Szelidi-tó**

A Szelidi-tó a vármegye egyik legfontosabb természetes üdülőtava, erős nyári szezonális vendégforgalommal. A tó körüli szálláskapacitások, kempingek és szolgáltatások fejlesztése az elmúlt években folyamatosan zajlik, ugyanakkor a térség még jelentős kihasználatlan potenciállal rendelkezik (aktív turizmus, ökoturisztika, vízi élmények).

## Kalocsa és térsége – a vármegye kulturális tengelye

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 olyan stabil kulturális infrastruktúrát ad, amely Kalocsát a vármegye meghatározó örökségi tengelyévé teszi, miközben a térség termálvíz-adottságai a rekreációs motivációkat is bevonják, így diverzifikált kínálatot eredményeznek.

A kulturális élménylánc jól bővíthető a Vajas menti, alacsony intenzitású vízi programokkal (evezős, rövid vízitúrák, vízparti rekreáció), valamint a Duna menti EuroVelo-hálózat kapcsolódási lehetőségeivel, amelyek kerékpárosan is összefűzhetővé teszik a térségi attrakciókat és növelik a tartózkodási időt. Kalocsa egyházi központi szerepe miatt a zarándokturizmus számára is természetes célpont, így a kulturális örökség, a vízi és kerékpáros élmények, valamint a vallási motivációk integrált termékcsomagként erősíthetik a térség pozícióját.

## Borturisztikai zóna – Hajós és a Sváb Sarok települései

**Hajós – Európa legnagyobb pincefaluja**

A Hajósi Pincefalu a vármegye bor- és gasztroturizmusának kiemelkedő ikonikus eleme. Az autentikus épített örökség, a rendezvények (Szüreti Napok, Pincefalu Fesztivál), valamint a borászatok szolgáltatásfejlesztései olyan unikális turisztikai élményt teremtenek, amely országos szinten is kiemelkedő.

**Sváb Sarok – élő német nemzetiségi kultúra**

A térség települései (Hajós, Császártöltés, Érsekhalma, Nemesnádudvar) összefüggő kulturális tájat alkotnak, amelynek identitása erős turisztikai pozicionálási lehetőséget jelent. A sváb hagyományőrzés, gasztronómia, kézművesség, valamint a bortermelés olyan tematikus termékek alapját képezik, amelyek ma még részben kihasználatlanok, de jelentős fejlesztési lehetőségeket hordoznak.

Ez a térség a vármegye egyik **legkarakteresebb márkája** lehet.

## Homokhátság – természetközeli és aktív turisztikai térség

A Kiskunsági Nemzeti Park gyakorlati értelemben a vármegye egyik legfontosabb termékének háttere. A Homokhátság települései – többek között Bugac, Orgovány, Jakabszállás – elsősorban ökoturisztikai, lovas turisztikai és természetközeli rekreációs élményeket kínálnak.

Bugac, mint turisztikai központ kiemelkedő múlttal rendelkezik, ugyanakkor a jelenlegi kínálat megújítása és korszerűsítése után az attrakciók bevezetése a köztudatba, a fiatalabb generációk számára is vonzóvá tétele kulcsfontosságú.

Emellett a térség a vármegye **kerékpározásra legalkalmasabb része**, amely több útvonaltervezési dokumentumban is szerepel, mint kiemelt fejlesztési terület.

A Jakabszállási Repülőtér „niche" termék, amely országos szinten is egyedi.

## Soltvadkert és Kiskőrös – tópart, borvidék és kulturális örökség

**Soltvadkert – tóparti üdülőkörzet**

A Vadkerti-tó fejlesztései (strandfejlesztés, kempingbővítés, szolgáltatásfejlesztés) jelentős belföldi vendégforgalmat eredményeznek. A település kedvelt családi üdülőhely, amely jól kombinálható a borturisztikai kínálattal.

**Kiskőrös – Petőfi-kultusz és Borvidék**

Kiskőrös a vármegye kulturális identitásának egyik sarokpontja: a Petőfi Szülőház és Emlékmúzeum országos jelentőségű turisztikai attrakció, amely oktatási és kulturális turizmust generál. A város emellett a Kunsági borvidék fontos települése, így a kulturális és gasztroturisztikai termékek jól kapcsolhatók.

## Határmenti térségek – Bácsalmás, Bácsbokod, Csikéria

Az EuroVelo 13 és a déli kerékpáros infrastruktúra fejlesztései olyan turisztikai lehetőségeket nyitnak, amelyek korábban kevésbé voltak jelen a térségben. A határmentiség, a szerb kapcsolatok, valamint a natúrparki fejlesztések (Bácskai Sík vidék, ökoturisztikai bemutatóhelyek) új típusú látogatókat vonzhatnak.

A térség alapvetően **alacsony vendégforgalmú**, de magas potenciállal rendelkező, fejlődési pályára állítható terület.

## Kecel és térsége – különleges tematikus kínálatok

Kecel a vármegye egyik különleges, sokszor külön kategóriát képező attrakciójával, a haditechnikai gyűjteménnyel, egyedi profilú desztináció. Emellett a borvidékhez tartozó településként a gasztronómiai és borturisztikai kínálat is fejlődik.

A város ipari központ jellege miatt elsődlegesen nem turisztikai város, ugyanakkor tematikus, célzott látogatókat képes vonzani.

## A vármegye desztinációs szerkezetének fő jellemzői

Bács-Kiskun vármegye turisztikai szerkezeti felépítése jól tükrözi a térség földrajzi, kulturális és gazdasági adottságainak sokféleségét. A vármegye nem egyetlen központú turisztikai tér, hanem policentrikus, többpólusú rendszer, amelyben különböző profilú desztinációk egymástól 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 vármegyei kínálat alakuljon ki.

A desztinációs szerkezet egyik legfontosabb sajátossága, hogy az egyes térségek eltérő turisztikai funkciókkal rendelkeznek. Kecskemét és Baja a vármegye két meghatározó városi pólusa: előbbi kulturális és üzleti turisztikai központként működik, míg utóbbi a Duna-menti víziturizmus, a gasztronómia és a határmenti kapcsolatok motorja. A Tisza-mente ezzel szemben elsősorban a fürdő- és rekreációs turizmus egyik legfontosabb bázisa, amely Tiszakécske és Lakitelek fejlődésével egy összefüggő üdülő- és ökoélményt kínáló tengellyé vált. Ez a három pólus alkotja a vármegye turizmusának szerkezeti gerincét: ezek a térségek fogadják a legtöbb vendéget, rendelkeznek a legfejlettebb infrastruktúrával, és generálják a legnagyobb turisztikai költést.

A vezető desztinációk mellett a vármegye számos olyan tematikus élményterületet is magában foglal, amelyek országos szinten is jól körülhatárolható arculattal bírnak. A Hajós központú Sváb Sarok például különleges szerepet tölt be a német nemzetiségi örökség, a gasztronómia és a borturizmus egyedi kombinációjával. A Pincefalu egyedülálló mérete és karaktere miatt ikonikus attrakcióvá vált, míg a környező települések kulturális élete és hagyományai erős identitásalapú turisztikai kínálatot teremtenek. Ugyancsak tematikus térséget alkot Kalocsa, ahol a hungarikum értékek – a paprika és a népművészeti hagyomány – olyan kulturális örökségre épülnek, amelyek generációk óta meghatározzák a város turisztikai arculatát.

A vármegye délnyugati és középső részén helyezkednek el a kultúra–bor–rekreáció tengely további fontos elemei, Kiskőrös és Soltvadkert térsége. Kiskőrös országszerte ismert kulturális turisztikai célpont Petőfi Sándor szülőhelyeként, míg Soltvadkert a Vadkerti-tó révén elsősorban a nyári üdülést és családi pihenést szolgálja ki. A két település között jól kiegészítő kapcsolat mutatkozik, amely a kulturális és a rekreációs kínálat összekapcsolásával komplex turisztikai élményeket kínál a látogatóknak.

A vármegye turizmusában jelentős szerepet játszanak a természetközeli és aktív turisztikai térségek is. A Kiskunsági Nemzeti Park és a Homokhátság települései – köztük Bugac, Orgovány és Jakabszállás – a vármegye ökoturisztikai kínálatának alapját adják. A pusztai élőhelyek, tanösvények, lovas programok és természetismereti bemutatóhelyek különösen vonzók a lassú turizmus, a természetjárás és a fenntartható utazások kedvelői számára. A térség ugyan kevésbé épít nagy bevételű tömegturizmusra, de hosszú távon stabil és értékalapú kínálattal járul hozzá a vármegye márkaidentitásához.

Mindezek mellett egyre fontosabb szerep jut a vízparti üdülő- és rekreációs térségeknek, különösen a Szelidi-tó és a Vadkerti-tó környékének. Ezek a természetes tavak erős szezonális vendégforgalmat generálnak, és az elmúlt években bekövetkezett szolgáltatásfejlesztéseknek köszönhetően egyre nagyobb hangsúlyt kapnak a családi turizmuson és a strandoláson túl az aktív vízi programok, a horgászat és a természetközeli rekreáció is.

A vármegye 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.

A desztinációs szerkezet egészét vizsgálva megállapítható, hogy a vármegye 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 vármegye 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 vármegye turisztikai kínálata fokozatosan hálózatosodik. A kerékpárutak, tanösvények, borturisztikai útvonalak, kulturális tematikák és vízparti rekreációs helyszínek összekapcsolódása lehetőséget teremt komplex turistautak és tematikus élményláncok kialakítására. Ez a stratégiai hálózatosodás a következő években tovább erősítheti a térség vonzerejét.

Végül fontos megemlíteni, hogy bár a vármegye sok erős desztinációval rendelkezik, területi különbségek továbbra is jól láthatók. 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 vármegye egészének versenyképességéhez járulhat hozzá.

## A vármegye három vezető turisztikai pólusa

A vármegye turizmusát három meghatározó, nagyobb vonzáskörzetű desztináció szervezi. Ezek a térségek rendelkeznek a legnagyobb vendégforgalommal, a legerősebb márkaismertséggel, valamint a legkomplexebb szolgáltatáskínálattal.

### Kecskemét térsége – Kulturális és üzleti központ

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.
A település jó közlekedési kapcsolatai révén kapu a vármegye egészéhez, és gyakran *kiindulópontja* vagy *kiegészítő állomása* a környező desztinációkat felfűző utazásoknak.

### Baja és a Duna-mente – Víziturizmus és gasztronómia központja

Baja a vármegye déli részének dinamizáló ereje. A Duna és a Sugovica közelsége, az evezős és víziturisztikai programok, valamint az országos ismertségű halászléfesztivál erős turisztikai identitást biztosít.
Baja térsége a természetközeli, aktív és gasztronómiai turizmus találkozási pontja, amely a határmentiség és a szerb kapcsolatok révén nemzetközi kitekintéssel is bír.

**Tisza-mente – Tiszakécske és Lakitelek fürdő- és rekreációs tengelye**

A Tisza-menti települések közül 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 Tőserdő és Holt-Tisza térsége az ökoturisztikai élmények sorát gazdagítja. A két település közti kapcsolat ma már funkcionális fürdő–kultúra–öko tengelyt alkot.

## Tematikus erőterek, amelyek országos szinten is karakteresek

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

**Hajós és a Sváb Sarok – Kulturális identitás és borturizmus**

A Hajósi Pincefalu Európa legnagyobb pincefalva, amely ma már ikonikus vonzerő. A környező településeken élő sváb közösségek kultúrája – hagyományok, gasztronómia, épített örökség – olyan értéket képvisel, amely Magyarországon egyedülálló.

A térség alkalmas a tematikus útvonalak (bor, német nemzetiségi örökség, gasztronómia) hálózatos kialakítására.

**Kalocsa térsége – Hungarikum örökség**

Kalocsa a magyar népművészet egyik legfontosabb képviselője, amely a paprikához és a hímzéshez kapcsolódó hagyományok révén országos és nemzetközi ismertséggel rendelkezik. A város kulturális intézményei, vallási öröksége és rendezvényei stabil kulturális turisztikai központot alkotnak.

**Kiskőrös és Soltvadkert – Kultúra, bor és üdülőtavak kapcsolata**

Kiskőrös Petőfi-kultusza, múzeumi fejlesztései és borvidéki identitása fontos vonzerőt jelentenek.
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.

**Kiskunhalas – Csipkehagyomány és termálrekreáció**

A Halasi Csipke nemzetközi érték, amely a várost kulturális desztinációvá emeli. A termálvízre alapozott rekreációs kínálat fejlesztése erősítheti a város szerepét a déli térség turizmusában.

**Kiskunmajsa és környéke - Gyógyulás és energia találkozása a Homokhátságon**

A Kiskunmajsa–Szank **tengely** a testi regeneráció és a térségi identitás kettősségére épül: Kiskunmajsa gyógy- és rekreációs funkciói a pihenést és egészségmegőrzést, míg Szank ipari–energetikai öröksége az „energia” fizikai és szimbolikus dimenzióját jeleníti meg. Együtt olyan

tematikus erőteret alkotnak, amely a rekreációt, az edukációt és a helyi történeteket kapcsolja össze, kiegészítve a vármegye kulturális és természeti kínálatát.

## Természet- és aktív turisztikai térségek

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

**A Kiskunsági Nemzeti Park és a Homokhátság települései**

Bugac, Orgovány, Jakabszállás és a környező térségek megőrizték a magyar puszta, 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.

**Tavak és holtágak – élővízi élmények hálózata**

A Szelidi-tó, a Vadkerti-tó, a Tisza holtágai és horgászvizei mind a családi, mind az aktív kikapcsolódást szolgálják.

A tóparti fejlesztések, strandrekonstrukciók és szolgáltatásbővítések révén ezek az üdülőhelyek folyamatosan erősödnek.

**Duna-mente – aktív és vízi turisztikai tengely**

A Duna Bács-Kiskun vármegyei szakasza önálló természet- és aktív turisztikai térségként értelmezhető, ahol a vízi és a szárazföldi élmények szorosan összekapcsolódnak. A folyó mentén – különösen Baja és Kalocsa térségében – a vízitúrázás, az evezős sportok, a horgászat és a természetmegfigyelés kiegészül a töltéseken és árvízvédelmi utakon vezetett kerékpáros és gyalogos túrákkal. A Duna menti ártéri erdők, mellékágak és holtágak alacsony intenzitású, természetközeli használata jól illeszkedik a fenntartható turizmus és a lassú élményszerzés irányaihoz, miközben lehetőséget teremt többnapos, aktív élményláncok kialakítására is.

## Határmenti térségek – új lehetőségek a kerékpáros és ökoturizmusban

A vármegye déli részén fekvő települések (Bácsalmás, Bácsbokod, Csikéria, Kunbaja) a korábbi évtizedekhez képest új fejlődési lehetőségek előtt állnak.

Az EuroVelo 13 nemzetközi kerékpáros útvonal, az ökoturisztikai és natúrparki fejlesztések olyan vendégkör megjelenését teszik lehetővé, amely eddig kevésbé volt jellemző: kerékpárosok, természetjárók, határmenti tematikus utazások résztvevői.

E térség turizmusának erősítése kiemelt lehetőség, mivel a jelenlegi vendégforgalom alacsony, ám adottságai kedvezőek.

## Bács-Kiskun vármegye turisztikai térségeinek jelenlegi pozíciója, célcsoportok, szezonalitás (táblázatos áttekintés)

Az alábbi táblázat Bács-Kiskun vármegye turisztikai térségeit mutatja be a pozicionálás, a meghatározó célcsoportok és a látogatottság időbeli alakulása szerint. Az áttekintés célja, hogy összehasonlítható képet adjon a térségek eltérő turisztikai szerepéről, erősségeiről és szezonalitási sajátosságairól.

**Bács-Kiskun vármegye turisztikai térségeinek összehasonlítása**

| Desztináció / térség | Jelenlegi pozíció | Fő turisztikai termék-profil(ok) | Deszti-náció szintje | Tipikus célcsoportok | Szezonalitás jellege |
|---|---|---|---|---|---|
| **Kecskemét** | Vármegyei kulturális és üzleti központ, kapuváros | Városi és kulturális turizmus, fesztiválok, konferencia- és üzleti turizmus, családi programok, fürdő | Országos / vár-megyei | Üzleti utazók, kulturális turisták, fesztiválközönség, családok, iskolai csoportok | Többnyire egész éves, fesztivál-szezonban kiugró |
| **Baja és térsége** | Duna-menti vízituristikai és gasztronómiai központ | Víziturizmus, gasztronómia (halászlé), kulturális rendezvények, aktív turizmus, kerékpár (EV6, EV13) | Országos / vár-megyei | Családok, vízitúrázók, gasztroturisták, kerékpárosok, határmenti rövid tartózkodású vendégek | Tavasz–ősz erős, nyáron csúcs, de városi programokkal egész évesen is jelen |
| **Tiszakécske** | Tisza-menti fürdő- és családi üdülőközpont | Termál- és élményfürdő, vízparti rekreáció, aktív turizmus, horgászat | Országos / vár-megyei | Családok, 30–55 éves aktív párok, nyaralók, egészségturisztikai vendégek | Egész éves fürdő miatt, de nyáron kiemelten erős |
| **Lakitelek (Hungari-kum Liget, Tőserdő)** | Hungarikum tematikus és ökoturisztikai központ | Hungarikum-tematikus élménypark, rendezvény- és konferenciaturizmus, ökoturizmus (Tőserdő, Holt-Tisza) | Vár-megyei | Családok, iskolai csoportok, szakmai közönség, konferenciavendégek, természetjárók | Egész éves, iskolai és konferenciaszezonban különösen aktív |

| Desztináció / térség | Jelenlegi pozíció | Fő turisztikai termék-profil(ok) | Deszti-náció szintje | Tipikus célcsoportok | Szezonalitás jellege |
|---|---|---|---|---|---|
| **Kiskunmajsa** | Családi élmény- és gyógyfürdő desztináció | Gyógy- és élményfürdő, aquapark, kemping, családi üdülés | Országos / vár-megyei | Családok, fiatal felnőttek, csoportok, nyári üdülők | Erősen nyári csúcs, gyógyfürdő miatt vállaltan négyévszakos |
| **Kiskunhalas** | Csipkehagyomány ra épülő kulturális kisvárosi desztináció termálpotenciá llal | Kulturális örökség (Halasi Csipke), kisvárosi sétaturizmus, termál- és rekreációs kínálat, borvidéki elemek | Vár-megyei | Kulturális turisták, idősebb korosztály, iskolai csoportok, kisvárosi hétvégét keresők | Egész éves, kis szezoncsúcs rendezvényekh ez kötve |
| **Kalocsa és térsége** | Hungarikum örökség és egyházi kulturális központ | Népművészet (kalocsai hímzés), paprika-örökség, egyházi és vallási turizmus, városi kulturális programok | Országos / vár-megyei | Kulturális turisták, vallási zarándokok, külföldi csoportok, iskolai kirándulások | Egész éves, rendezvényekk el tavasz–ősz erős |
| **Kiskőrös** | Petőfi-kultuszra és borra épülő kulturális desztináció | Kulturális turizmus (Petőfi-szülőház és emlékhelyek), bor- és gasztronómiai turizmus, kisvárosi rendezvények | Országos / vár-megyei | Kulturális turisták, diákcsoportok, borkedvelők, irodalmi érdeklődők | Egész éves, tanévhez és fesztiválokhoz igazodó csúcsokkal |
| **Soltvadkert – Vadkerti-tó** | Tóparti üdülőváros borvidéki háttérrel | Nyári vízparti üdülés, strand, kemping, horgászat, bor- és gasztronómia | Vár-megyei | Családok, fiatal felnőttek, horgászok, belföldi nyaralók | Erősen nyári, tavasz–ősz átmeneti szezonnal |
| **Dunapataj – Szelidi-tó** | Természetes tóparti rekreációs desztináció | Üdülőtó, strand, horgászat, vízi élmények, természeti környezet | Vár-megyei | Családok, nyaralók, horgászok, fiatal társaságok | Dominánsan nyári, vállaltan szezonális |
| **Hajós (város + pincefalu)** | Ikonikus bor- és pincefalus desztináció sváb gyökerekkel | Borturizmus, pincefalu, gasztronómia, sváb kulturális örökség, rendezvények | Országos / vár-megyei | Borturisták, gasztroturisták, fiatal felnőttek, tematikus csoportok, német nemzetiségi vendégek | Tavasz–ősz erős, rendezvényidős zakokban csúcs, télen mérsékeltebb |

| Desztináció / térség | Jelenlegi pozíció | Fő turisztikai termék-profil(ok) | Deszti-náció szintje | Tipikus célcsoportok | Szezonalitás jellege |
|---|---|---|---|---|---|
| **Sváb Sarok (Hajós–Császártöltés–Érsekhalma térsége)** | Német nemzetiségi kulturális tájegység bor- és gasztro-potenciállal | Német nemzetiségi kultúra, gasztronómia, bor, falusi turizmus, rendezvények | Vár-megyei / mikro-térségi | Kulturális érdeklődésű belföldi turisták, német nemzetiségi kötődésű vendégek, slow turisták | Tavasz–ősz, rendezvényekhez kötve |
| **Bugac és a KNPI-puszta térsége** | Pusztai, ökoturisztikai és lovasélmény-központ | Ökoturizmus, pusztai bemutató-helyek, lovas programok, tanösvények, természet-fotózás | Országos / vár-megyei | Természetjárók, ökoturisták, iskolai csoportok, külföldi csoportok, lassú turizmus hívei | Tavasz–ősz erős, télen korlátozott |
| **Homokhátság kisebb települései (pl. Orgovány, Jakabszállás)** | Természetközeli, tanyás és aktív turisztikai térség | Lovas turizmus, tanyasi vendégfogadás, aktív turizmus (gyaloglás, kerékpár), repülős niche-turizmus (Jakabszállás) | Mikro-térségi | Természetkedvelők, lovas turisták, hobbipilóták, vidéki élményt kereső városiak | Főként tavasz–ősz, jó időjáráshoz kötve |
| **Kunszent-miklós és Felső-Kiskunság** | Kisvárosi kulturális- és ökoturisztikai kapu a szikes pusztához | Kisvárosi kulturális örökség (templomok, kúria, tájház), ökoturizmus (szikes puszta, tanösvény), strand | Vármegyei / mikro-térségi | Iskolai csoportok, természetkedvelők, helytörténet iránt érdeklődők, átutazók (fél–egynapos program) | Egész éves kulturális kínálat, öko és strand tavasz–ősz erős |
| **Kecel és térsége** | Tematikus, specializált kínálatú kisváros borvidéki kapcsolattal | Tematikus attrakciók (pl. haditechnikai gyűjtemény), bor- és gasztronómia, kisvárosi rendezvények | Mikro-térségi / vár-megyei | Speciális érdeklődésű látogatók, családok, borkedvelők, tematikus csoportok | Egész éves, rendezvényekhez kötött csúcsokkal |

| Desztináció / térség | Jelenlegi pozíció | Fő turisztikai termék-profil(ok) | Deszti-náció szintje | Tipikus célcsoportok | Szezonalitás jellege |
|---|---|---|---|---|---|
| **Bácsalmás térsége (déli határ-mente)** | Határmenti kisvárosi térség, új kerékpáros–ökoturisztikai potenciállal | Kerékpáros turizmus (EV13 kapcsolódás), kisvárosi sétaturizmus, helyi rendezvények, natúrparki kapcsolatok | Mikro-térségi | Kerékpárosok, határmenti átutazók, helyi rendezvények látogatói | Főként tavasz–ősz, kerékpáros szezonban |
| **Bácsbokod–Csikéria és környező települések (egészen Kelebiáig)** | EuroVelo 13-hoz kapcsolódó, alacsony forgalmú, de potenciális kerékpáros–ökoturisztikai térség | Kerékpáros turizmus, falusi turizmus, natúrparki, agrár- és helyi termékes élmények | Mikro-térségi | Kerékpáros turisták, lassú turizmus hívei, határmenti átutazók | Tavasz–ősz, főleg kerékpáros szezon |
| **Tisza-menti holtágak és üdülőterek (Tiszakécske–Lakitelek környezete)** | Folyó menti üdülő- és horgásztérség | Horgászturizmus, csónakázás, vízi rekreáció, természetközeli üdülés | Vár-megyei | Horgászok, családok, hétvégi háztulajdonosok, természet-kedvelők | Főként tavasz–ősz, nyáron csúcs |
| **Szelidi-tó és Vadkerti-tó „tóhálózata” (összefűzve)** | A vármegye természetes tavaira épülő nyári üdülőhálózat | Üdülőtavak, strand, kemping, horgászat, vízi és part menti rekreáció | Vár-megyei | Családok, nyaralók, horgászok, fiatal társaságok | Erősen nyári, vállaltan szezonális, hétvégi csúcsokkal |

*Forrás: Saját szerkesztés*

### 1.2.9 A vármegye tematikus turisztikai kínálatának a bemutatása, pozicionálása

Bács-Kiskun vármegye turisztikai kínálata nem elszigetelt attrakciók laza halmaza, hanem jól azonosítható tematikus termékcsoportok köré szerveződik. Ezek a tematikák részben az elmúlt évtized fejlesztéseinek eredményei, részben a térség hagyományos erőforrásaira – gyógyvizekre, folyókra, pusztai tájra, kulturális örökségre, nemzetiségi kultúrákra – épülnek. A tematikus kínálat meghatározza, hogy a vármegye milyen üzenetekkel jelenik meg a belföldi és nemzetközi piacon, milyen célcsoportokat ér el, és hol tud országos szinten is versenyképes lenni.

A következőkben a legfontosabb tematikus termékcsoportokat mutatjuk be, kitérve arra, hogy mely térségekben erősek, és milyen szinten pozícionálhatók (országos, régiós/vármegyei, vagy mikrotérségi jelentőségű kínálatként).

## Termál-, gyógy- és wellness turizmus

A vármegye egyik legfontosabb tematikus pillére a termál- és gyógyvízre épülő turizmus. A Duna–Tisza közi termálvagyonra az elmúlt években több fürdőfejlesztés is épült, amelyek ma már egész éves, négyévszakos turisztikai kínálatot biztosítanak.

A termál- és gyógyturizmus zászlóshajó desztinációi Tiszakécske, Kiskunmajsa és Kiskunhalas; mellettük több kisebb fürdő és strand egészíti ki a kínálatot (Kalocsa, Soltvadkert, Kunszentmiklós, kisebb helyi gyógy- és termálstrandok). Tiszakécske és Kiskunmajsa országos szinten is ismert családi fürdődesztinációk, míg Kiskunhalas és a kisebb települések főként régiós/vármegyei szinten bírnak vonzerővel.

Pozicionálás szempontjából a vármegye nem tartozik Magyarország vezető gyógyfürdő-központjai (Hajdúszoboszló, Hévíz stb.) közé, de a „családbarát, elérhető árú, hosszú hétvégés termál- és wellness pihenés” kategóriában versenyképes, bővíthető kínálattal rendelkezik, különösen a Tisza-menti és a Homokhátsági fürdők tengelyén.

## Vízparti üdülés és víziturizmus

A vármegye turisztikai karakterét alapvetően meghatározzák a vizekhez kötődő élmények: a Duna és a Tisza, a holtágak, valamint a természetes eredetű üdülőtavak (Szelidi-tó, Vadkerti-tó). Ezekre a vizekre a víziturizmus, a horgászturizmus és a vízparti üdülés teljes tematikus kínálata ráépül. A térség sajátos versenyelőnye ugyanakkor abban áll, hogy a folyók és tavak mellett kiterjedt csatornahálózat is rendelkezésre áll (pl. a Vajas-fok, a Duna-völgyi-főcsatorna, valamint a kapcsolódó mellékágak és vízrendszerek), amely hálózatos vízitúra-útvonalak, tanösvényszerű bejárások, evezős és horgászati helyszínek kialakítására is lehetőséget ad. A csatornák különösen alkalmasak a „slow” jellegű, természetközeli vízi élményekre: kis sodrás, védettebb vízfelületek, rövidebb vagy fél-egynapos túraszakaszok, illetve tematikus megállópontok (pihenők, átemelések, vízre szállók) kialakíthatósága mellett.

Baja és térsége a Duna-parttal, a Sugovicával és a kapcsolódó szolgáltatásokkal (evezés, sétahajózás, vízitúrák) a Duna magyarországi szakaszának egyik karakteres víziturisztikai központja. Emellett a Duna–völgyi-főcsatorna alsó szakasza (Baja tágabb térsége felé) olyan „belső vízi folyosót” jelent, amely – megfelelő vízre szállási pontokkal és tájékoztatással – a dunai vízitúrák kiegészítő, alternatív útvonalaként, illetve tanuló/kezdő evezős célterületként is pozicionálható. A Vajas-fok a Kalocsa–Duna-mente térségében különösen jó alapot ad a kistelepülésekre is „ráfűzhető” vízi megállópont-hálózat kialakítására, ami egyszerre bővíti a horgászati kínálatot és a könnyű vízitúrák szervezhetőségét. A Duna–völgyi-főcsatorna felső szakasza pedig a Homokhátság peremén teremt olyan vízi élményfelületet, amely új, eddig kevésbé látható víziturisztikai helyszíneket kapcsolhat be a megye kínálatába, kifejezetten a csendesebb, természetközeli és élményalapú evezésre építve.

A Szelidi-tó és a Vadkerti-tó döntően nyári üdülőterületként működik, erős belföldi, családi és horgászturisztikai forgalommal. A Tisza-menti holtágak (Tiszakécske–Lakitelek környezete) inkább csendes, természetközeli üdülést és horgászatot kínálnak, és jól illeszthetők a lassú, nyugodt pihenést kereső vendégek igényeihez. Ehhez a portfólióhoz a csatornák úgy kapcsolódnak, mint a megye „rejtett vízi hálózata": a tavak erős nyári üdülési profilja és a Duna–Tisza nagyvízi élményei mellett a csatornák egész szezonban bővíthetik a kínálatot rövid, biztonságos, kezdőbarát túraszakaszokkal, horgászhelyekkel és tematikus vízi megállókkal.

Pozicionálás szempontjából a víziturizmus és a vízparti üdülés régiós és országos szinten is releváns termék, azonban a „magyar tengerrel" (Balaton) és más nagy tavakkal összevetve Bács-Kiskun nem a tömeges vízparti nyaralás versenypiacán, hanem inkább a családias, kevésbé zsúfolt, természetközeli vízi élmények alternatívájaként lehet erős. Ezen belül a csatornahálózatra épülő víziturizmus külön pozicionálási lehetőséget ad: a megye olyan, hálózatosan bejárható vízi desztinációként jelenhet meg, ahol a nagy folyók és tavak mellett csatornákon szervezhető, biztonságos, kis léptékű vízitúrák és horgászati–természetélmény csomagok is kínálhatók, megfelelő vízre szállóhelyi infrastruktúrával és egységes kommunikációval.

## Aktív és kerékpáros turizmus

Az aktív turizmus – ezen belül kiemelten a kerékpáros turizmus – a vármegyében az egyik legnagyobb növekedési potenciállal rendelkező tematika. A síkvidéki domborzat, a nagy arányú mindennapi kerékpározás, a több mint 400 km hosszú megépült kerékpárút-hálózat, valamint három EuroVelo-útvonal (EV6, EV11, EV13) áthaladása rendkívül kedvező kiinduló feltételeket teremt a kerékpáros turizmus számára.

A Bács-Kiskun vármegyei kerékpáros stratégia részletesen azonosítja a vármegyei jelentőségű útvonalakat, a hiányzó hálózati elemeket és a kerékpárosbarát szolgáltatások fejlesztési irányait, kifejezetten hangsúlyozva a kerékpáros turizmusba való bekapcsolódás fontosságát.

Az aktív turizmus másik fő terepe a Kiskunsági Nemzeti Park és a Homokhátság, ahol tanösvények, túraútvonalak, lovas túrák, nordic walking és természetjáró programok érhetők el. Bugac és térsége országos ismertségű pusztai bemutatóhely, amely a klasszikus „magyar puszta" élményét kínálja.

Pozicionálás szempontjából az aktív turizmus – kerékpár, gyalogtúra, lovas programok – országos szinten is kiemelhető tematikus irány, amely a fenntartható, lassú, élményközpontú utazás nemzetközi trendjeihez is jól illeszkedik. A kerékpáros turizmusra épített desztináció-fejlesztés a vármegye számára hosszú távon az egyik legígéretesebb stratégiai irány.

## Ökoturizmus és természetjárás

A vármegye jelentős része a Kiskunsági Nemzeti Park mozaikos rendszerének, továbbá a Felső-Kiskunsági szikes puszta és egyéb védett területek is jelen vannak. Ezek a térségek élőhelyeikkel, tanösvényeikkel, madármegfigyelő helyeikkel és erdős–pusztai tájaikkal az ökoturizmus és természetjárás alapját képezik. Mindemellett a Duna mentén a Gemenci erdő (Duna–Dráva Nemzeti Park) közvetlen térségi kapcsolódása is meghatározó: az ártéri erdők

sajátos élővilága, a vízhez kötődő erdei élmények, a tanösvények és a látogatóközpontok révén Baja környezetében országos jelentőségű ökoturisztikai célpontot kínál, amely jól kiegészíti a Kiskunság pusztai és szikes élőhelyeire épülő természeti portfóliót.

Bugac, a Felső-Kiskunsági szikes puszta Kunszentmiklós térségében, a homokbuckás erdők és a holtágak környéki ártéri élőhelyek mind olyan desztinációk, amelyek a természet iránt fogékony, környezettudatos látogatók számára kínálnak élményt. Ez a tematika különösen alkalmas iskolai és terepoktatási programokra, civil természetvédő szervezetek rendezvényeire és nemzetközi ökoturisztikai célcsoportok elérésére.

A vármegye ökoturisztikai kínálata országos hálózati szinten beilleszthető (KNPI, natúrparkok, EuroVelo-hálózat), de ma még inkább régiós jelentőségű, bővíthető kínálat, amely többletkommunikációt és szolgáltatásfejlesztést igényel.

## Kulturális és örökségturizmus

Bács-Kiskun vármegye kulturális kínálata több, egymástól jól elkülöníthető, de összekapcsolható tematikára épül:

- népművészeti és hungarikum örökség (Kalocsa – hímzés, paprika; Lakitelek – Hungarikum Liget),
- irodalmi örökség (Kiskőrös – Petőfi-kultusz),
- nemzetiségi kultúrák (Hajós és Sváb Sarok – német nemzetiségi hagyományok),
- kézműves hagyományok (Kiskunhalas – halasi csipke),
- kun identitás és kiskunsági örökség (Kunszentmiklós, Felső-Kiskunság),
- kisvárosi történelmi belvárosok és egyházi örökség (Kecskemét, Kalocsa, Baja).

Kecskemét kulturális intézményrendszere, fesztiváljai, múzeumai és zenei élete a vármegye kulturális csomópontja, míg Kalocsa és Kiskőrös országos szinten is ismert tematikus desztinációk a hungarikum és irodalmi örökség fókuszával. A Sváb Sarok és Hajós térsége az identitásalapú, élő nemzetiségi hagyományra épülő élményeket kínálja, amelyek a gasztronómiával és a borturizmussal együtt különösen vonzó tematikus turisztikai termékké fejleszthetők.

A kulturális és örökségturizmus tehát Bács-Kiskun vármegyében több, erős brandet hordozó szigetre épül, amelyek hálózatba rendezése (tematikus útvonalak, közös kommunikáció) a vármegye márkaépítésének fontos eszköze lehet.

## Borturizmus és gasztronómia

Bács-Kiskun két borvidék – a Hajós–Bajai és a Kunsági – fontos területe, így a borturizmus természetes, mégis részben kihasználatlan erőssége. Hajós és a pincefalu az egyik legerősebb borturisztikai mag, de Kiskőrös, Soltvadkert, Kecel és a környező települések is építenek a bor- és gasztronómiai kínálatra.

Gasztronómiai szempontból a vármegye sajátos erősségei a bajai halászlé, a kalocsai paprika, a sváb és kun konyha, valamint a helyi, kézműves élelmiszerek és italkészítmények. Ezekből a

helyi termékekből, gasztrofesztiválokból és borkóstolókból olyan tematikus kínálat építhető, amely teljes értékű gasztroturisztikai élményt nyújt: pincelátogatással, piaci és termelői helyszínekkel, főzőbemutatókkal, kóstolókkal.

Pozicionálás szempontjából a vármegye borturizmusa régiós szinten jelenleg stabil, országos szinten pedig jól fejleszthető; a gasztronómiai kínálat egyes elemei (bajai halászlé, kalocsai paprika) viszont országos brand értékkel bírnak, és kommunikációs zászlóshajókként használhatók.

## Falusi turizmus, tanyás és vidéki életmód-élmények

A vármegye településszerkezete – a nagyfalvak, a tanyás térségek, a homokhátsági és pusztai tájak – kiváló alapot kínál a falusi turizmus és a vidéki életmód-turizmus számára. Szálláshelyek, vendégházak, tanyasi programok, helyi termék-bemutatók, gazdaságlátogatások jelennek meg több térségben is (Homokhátság, Felső-Kiskunság, Sváb Sarok, Kiskunsági Nemzeti Park környezete).

Ez a tematika inkább kisebb léptékű, de magas hozzáadott értékű, személyes élményeket kínál, amely jól illeszkedik a slow tourism és a fenntartható turizmus iránti növekvő kereslethez. Pozicionálása elsődlegesen mikrotérségi és régiós, egyes kiemelt helyszínek (pl. magas minőségű tanyasi szállások, tematikus élménygazdaságok) esetében azonban országos niche-piacok felé is nyitott.

## Rendezvény- és fesztiválturizmus

A vármegye több, országosan vagy régiós szinten ismert rendezvényt és fesztivált is kínál. Baja halászléfesztiválja, Kecskemét fesztiváljai, a kalocsai paprikához és népművészethez kapcsolódó rendezvények, Hajós pincefalu-jellegű eseményei, Kiskőrös irodalmi és kulturális fesztiváljai mind olyan elemek, amelyek időszakosan jelentősen megnövelik az adott desztináció vendégforgalmát.

A rendezvényturizmus tematikája erős imázsépítő és forgalomgeneráló szerepet tölt be, de szezonálisan koncentrált. Stratégiai feladat a rendezvénynaptár összehangolása, a tematikus kapcsolódások erősítése és a rendezvényekhez kapcsolódó tartózkodás meghosszabbítása (kiegészítő programok, csomagok).

## A vallás- és zarándokturizmus szerepe Bács-Kiskun vármegyében

Bács-Kiskun vármegye turizmusfejlesztési terve már a 2016–2020-as időszakban önálló fejlesztendő termékként azonosította a vallási turizmust, a kulturális turizmus és az örökségturizmus metszéspontjában elhelyezve azt. A dokumentum kiemeli, hogy a vallási turizmus nemzetközi szintű ismertségének javítása elsősorban a zarándokturizmusban és az egyházi örökségben rejlő lehetőségek jobb kihasználásán keresztül érhető el, tematikus úthálózatokra, illetve komplex vallásturisztikai desztinációkra építve (Bács-Kiskun Megyei Önkormányzat, 2016, 7.2.4. fejezet).

A vallás- és zarándokturizmus jelenleg is több, egymáshoz kapcsolódó „termékalapot” jelent a vármegyében: országos és nemzetközi jelentőségű zarándokutak szelik át a térséget, markáns, történelmi egyházi központok (elsősorban Kalocsa–Hajós–Baja térsége) szervezik a kínálatot, és emellett kiemelt kegyhelyek, búcsújáróhelyek, illetve sokszínű felekezeti épített örökség kínál kulturális-turisztikai élményt.

### Zarándok- és tematikus útvonalak hálózata

A vármegye turizmusfejlesztési terve kifejezetten nevesíti a Bács-Kiskun területét érintő nagyobb tematikus zarándokutakat, mindenekelőtt a Mária Utat, a Magyar Zarándokutat és a Reformáció Emlékútját (Bács-Kiskun Megyei Önkormányzat, 2016). Ezek a hálózatok már ma is meglévő, országos és nemzetközi szinten ismert zarándoktevékenységre építenek, ugyanakkor a dokumentum egyértelműen jelzi, hogy turisztikai termékként való „csomagolásuk" és ismertségük növelése még fejlesztési feladat (Bács-Kiskun Megyei Önkormányzat, 2016).

A Magyar Zarándokút különösen jól láthatóan strukturálja a Duna menti vallás- és zarándokturisztikai kínálatot. A Duna Borút marketingstratégiája részletesen bemutatja a zarándokút Bács-Kiskunra eső szakaszait: a Tass–Dunavecse–Apostag térségtől indulva Solt, Harta, Dunapataj és a Szelidi-tó érintésével vezet Kalocsára, majd innen Bátya és Fajsz érintésével a Szent László hídhoz, illetve egy alternatív ágon Hajós és Dusnok felé, végül Baja térségében zárul („A Duna borút létrehozatala és pozicionálása turisztikai és kulturális márkaként: Marketingstratégia", n.d.). Ez a nyomvonal egyszerre kapcsolja össze a Duna menti kisvárosokat és falvakat, a jelentős egyházi központokat, a bor- és gasztronómiai kínálatot, valamint az EuroVelo 6 kerékpárút mentén elérhető aktív turisztikai lehetőségeket („A Duna borút létrehozatala és pozicionálása turisztikai és kulturális márkaként: Marketingstratégia", n.d.).

A Mária Út és a Reformáció Emlékút szintén áthalad a vármegye területén; a stratégia javasolja, hogy ezek Bács-Kiskunra eső szakaszai egységes, több felekezetet és történelmi korszakot bemutató tematikus hálózatként jelenjenek meg (Bács-Kiskun Megyei Önkormányzat, 2016). A koncepció szerint a vallási motivációjú utazásoknál nemcsak a zarándoklat élménye, hanem az út menti egyházi épületek, emlékhelyek, felekezeti és nemzetiségi hagyományok bemutatása is fontos termékelem, amely a kulturális turizmus vendégkörét is megszólíthatja (Bács-Kiskun Megyei Önkormányzat, 2016).

### Kegyhelyek és búcsújáróhelyek

A vármegye vallási turizmusának egyik kiemelt csomópontja a Duna menti térség, azon belül is Baja és környéke. A vármegyei turizmusfejlesztési terv, valamint a Duna Borút marketinganyagai hangsúlyozzák a Vodicai búcsújáróhely és a Vodica–Máriakert kegyhely szerepét Hercegszántó térségében (Bács-Kiskun Megyei Önkormányzat, 2016; „A Duna borút létrehozatala és pozicionálása turisztikai és kulturális márkaként: Marketingstratégia", n.d.). A források külön említik a „Vodicai búcsújáróhely, tanösvény és búcsú", valamint a „Vodica–Máriakert kegyhely" elemeit, amelyek egyrészt a hagyományos Mária-kegyhely jellegű vallási funkciót, másrészt tanösvényekkel, szervezett programokkal kiegészített turisztikai kínálatot jelentenek (Bács-Kiskun Megyei Önkormányzat, 2016).

A Vodica–Máriakert sajátossága, hogy nemcsak a magyar, hanem a határ túloldalán élő horvát, bunyevác és egyéb közösségek számára is fontos szakrális hely, így természetes módon illeszkedik a határon átnyúló vallási-turisztikai együttműködések koncepciójába (Bács-Kiskun Megyei Önkormányzat, 2016). Ez különösen értékes alapot ad olyan jövőbeli termékek számára, amelyekben a magyar–szerb együttműködések, a többnyelvű információadás és a közös zarándokprogramok is megjelenhetnek.

A vármegye vallásturisztikai hálózatának másik, stratégiai jelentőségű pillére a Pálosszentkút, amely Petőfiszállás külterületén található, és Magyarország egyik legfontosabb Mária-kegyhelye. Pálosszentkút országos és Kárpát-medencei vonzáskörzettel rendelkező búcsújáróhely, ahol a vallási funkciók mellett jelentős szerepet kap a lelkigyakorlatos turizmus,

a csendes elvonulás, valamint az egyházi közösségek többnapos tartózkodása. A kegyhely infrastruktúrája – zarándokszállás, szabadtéri liturgikus terek, rendezett természeti környezet – lehetővé teszi, hogy a klasszikus búcsújárás mellett a vallási turizmus lassabb, elmélyültebb formái is megjelenjenek. Stratégiai szempontból Pálosszentkút jól kapcsolható a vármegye kulturális és természeti tengelyeihez, valamint olyan tematikus zarándokút- és programcsomagokhoz, amelyek a vallási élményt a természetjárással és a kulturális örökség bemutatásával integrálják.

A megyei terv általánosságban a „nemzeti kegyhelyek" és a szellemi örökség figyelembevételét is kiemeli a vallásturisztikai desztinációk fejlesztése kapcsán (Bács-Kiskun Megyei Önkormányzat, 2016). A búcsúk, zarándokünnepek, egyházi évfordulók és körmenetek nem csupán hitéleti események, hanem olyan, részben nyitott, részben szervezett turistaprogramok, amelyekhez kapcsolódóan szállás-, vendéglátás- és programcsomagok is kialakíthatók (Bács-Kiskun Megyei Önkormányzat, 2016).

**Egyházi központok és épített vallási örökség**

A vallás- és zarándokturizmus kínálatának másik pillérét a történelmi egyházi központok adják, amelyek többnyire komplex kulturális turisztikai desztinációként működnek. Kalocsa ebben a tekintetben kiemelt jelentőségű: a város a magyar katolicizmus egyik történelmi központja, egyike a négy római katolikus érseki székhelynek. A turizmusfejlesztési dokumentumok szerint Kalocsa legfőbb vonzerejét erős egyházi múltja és jelene adja; a barokk Főszékesegyház, az Érseki Palota, a Kincstár és a hozzá kapcsolódó kiállítások – köztük a város népművészeti és paprikakultuszát bemutató elemek – olyan komplex élményt nyújtanak, amely egyszerre egyháztörténeti, építészettörténeti és identitáserősítő tartalmú (Bács-Kiskun Megyei Önkormányzat, 2016).

Kalocsa esetében a „Kalocsa Szíve" program és az abból következő DAOP-forrásból megvalósult fejlesztések kifejezetten a belváros műemléki épületeinek, egyházi épületeinek és közösségi tereinek turisztikai hasznosítását célozták. A célrendszerben önálló elemként jelent meg a vallás-, kultúr-, népművészet- és építészettörténeti értékek turisztikai vonzerővé fejlesztése (Bács-Kiskun Megyei Önkormányzat, 2016).

Hajós szintén fontos vallási-turisztikai helyszín, ahol az egykori érseki kastély barokk épülete együtt él a pincefalu bor- és gasztronómiai kínálatával. A kastély interaktív, látogatóbarát bemutatóhellyé alakítása olyan jó gyakorlat, amely megmutatja, hogyan válhat egy egyházi tulajdonú épület egyszerre kulturális, vallási és élményturisztikai attrakcióvá (Bács-Kiskun Megyei Önkormányzat, 2016; „A Duna borút létrehozatala és pozicionálása turisztikai és kulturális márkaként: Marketingstratégia", n.d.).

Baján a ciszterci rendház turisztikai célú fejlesztése emelhető ki a vallási turizmus szempontjából, mint mintaprojekt: a megyei stratégia olyan kezdeményezésként hivatkozik rá, amelynek kifejezett célja a vallási turizmus és egy turisztikai attrakció összekapcsolása (Bács-Kiskun Megyei Önkormányzat, 2016). Baja ugyanakkor több felekezet egyházi épített örökségét – katolikus, ortodox, zsidó – is magában foglalja, ami lehetőséget ad multikulturális, vallásközi tematikus séták és programok kialakítására.

Kecskemét, Kiskunfélegyháza, Kiskőrös, Kiskunhalas és más járási központok szintén gazdag egyházi épített örökséggel rendelkeznek (pl. nagyvárosi katolikus és református templomok, evangélikus és más felekezeti templomok, helyenként zsinagógák), amelyek ma elsősorban városnéző, kulturális turisztikai programok részeként jelennek meg (Bács-Kiskun Megyei Önkormányzat, 2016). Ezek a helyszínek a Reformáció Emlékút, illetve egy jövőbeni, több felekezetet bemutató tematikus útvonal fontos állomásai lehetnek.

### Kapcsolódás az aktív, gasztronómiai és örökségturizmushoz

A vármegyei tervek egyértelműen jelzik, hogy a vallás- és zarándokturizmus nem elszigetelt termék, hanem szorosan kapcsolódik az aktív turizmushoz és a gasztronómiai, illetve boros kínálathoz (Bács-Kiskun Megyei Önkormányzat, 2016). A Duna Borút marketingstratégiája például összekapcsolja a Magyar Zarándokutat a boros és gasztronómiai útvonalakkal, Kalocsa, Hajós és a „sváb sarok" településeinek kulturális és vallási örökségével („A Duna borút létrehozatala és pozicionálása turisztikai és kulturális márkaként: Marketingstratégia", n.d.).

A kerékpáros turizmus fejlesztését célzó vármegyei elképzelések között szerepelnek „szakrális" tematikájú kerékpáros útvonalak is, amelyek templomok, kegyhelyek – köztük Vodica –, valamint út menti feszületek és szakrális kisemlékek felfűzésével kínálnak komplex élményt (Bács-Kiskun Megyei Önkormányzat, 2016). A lovasturizmus fejlesztését célzó javaslatok között is megjelennek olyan útvonalak, amelyek szent kutakra, szakrális helyekre fűzik fel a kínálatot, így erősítve a vallási motívum jelenlétét az aktív turizmusban (Bács-Kiskun Megyei Önkormányzat, 2016).

A gasztronómiai és borturisztikai termékek – a hajósi pincefalu, a kalocsai fűszerpaprika, a sváb és bunyevác konyha, illetve a bajai halászlé hagyománya – több ponton kapcsolódnak vallási ünnepekhez, búcsúkhoz és egyházi rendezvényekhez (Bács-Kiskun Megyei Önkormányzat, 2016; „A Duna borút létrehozatala és pozicionálása turisztikai és kulturális márkaként: Marketingstratégia", n.d.). A térségi rendezvények közül több is a pünkösdi, húsvéti vagy egyéb egyházi ünnepkörhöz kötődik, ami megteremti a lehetőséget olyan komplex csomagok kialakítására, ahol a zarándoklat, a vallási eseményen való részvétel, a helyi konyha és a kulturális programok egyaránt megjelennek.

### Szolgáltatási háttér és jelenlegi korlátok

A vármegyei turizmusfejlesztési terv világosan fogalmaz: a vallási turizmus fejlesztésének nemcsak a tematikus úthálózatok kijelölése a feltétele, hanem a hozzájuk kapcsolódó szolgáltatások minőségi javítása is (Bács-Kiskun Megyei Önkormányzat, 2016). A dokumentum külön említi a vallási turisztikai szolgáltatások – szállás, elérhetőség, információadás, helyszínek közötti összeköttetés, biztonság – kialakításának és standardizálásának szükségességét, kifejezetten a zarándokok speciális igényeire tekintettel (Bács-Kiskun Megyei Önkormányzat, 2016).

Ennek része az egyházi tulajdonban lévő épületek – például rendházak, plébániák, kolostorok – szálláshelyként történő hasznosítása, valamint a többnyelvű információs táblák, kiadványok és honlapok fejlesztése, illetve a képzett idegenvezetők és lelki kísérők bevonása (Bács-Kiskun Megyei Önkormányzat, 2016). A terv hangsúlyozza, hogy az egyházi évfordulók, kiemelt jubileumok (mint például a reformáció 500. évfordulója) jó lehetőséget teremtenek a vallás- és kulturális turizmus számára, de csak akkor, ha az események mögött tudatosan megtervezett programszerkezet, kommunikáció és fogadóképesség áll (Bács-Kiskun Megyei Önkormányzat, 2016).

### Konferencia- és üzleti turizmus

Konferencia- és üzleti turizmus elsősorban Kecskeméten, részben Baján és Lakitelken van jelen. Kecskemét a vármegye gazdasági motorja, oktatási és szolgáltató központja, így a városban kiépült konferenciakapacitások és üzleti szállodák alapvetően belföldi, szakmai és vállalati rendezvényekhez kapcsolódnak. Lakitelek Hungarikum Ligetében a konferencia- és képzési funkciók szintén erősek, többnapos szakmai programokkal.

Ez a tematikus kínálat kiegészítő jellegű, de magas költésű vendégkört ér el, és fontos szerepet játszik a szezon kiegyenlítésében – különösen a vállalati, intézményi megrendelések révén.

### Pozicionálás

Bács-Kiskun vármegye tematikus kínálata három nagy súlypont köré rendezhető:

- Egészségturisztikai és vízhez kötődő termékek (termál-, gyógy- és wellness turizmus, vízparti üdülés, horgászat, víziturizmus),
- Kulturális, örökségi, vallás- és gasztro-bor tematikák (hungarikumok, irodalmi és nemzetiségi örökség, borvidékek, helyi gasztronómia),
- Aktív, öko- és falusi turizmus (kerékpáros hálózat, KNPI, pusztai és homokhátsági élmények, tanyás turizmus).

E tematikus pillérek közül több – különösen a kerékpáros és aktív turizmus, a hungarikumokra épülő kulturális kínálat, a borturizmus és a vízparti üdülés – országos trendekhez illeszkedő, versenyképes irányként pozícionálható. A stratégiai feladat a következő időszakban az, hogy:

- ezek a tematikus termékek térségi hálózatokba és útvonalakba rendeződjenek,
- a kommunikáció és márkaépítés egységes üzenetekkel jelenítse meg őket,
- a fejlesztési források a tematikus kínálat mélyítését, minőségi megújítását és a vendégélmény komplexebbé tételét szolgálják.

## 1.2.10 A jelenlegi turisztikai termékek életciklusban elfoglalt helye és annak várható változása 2040-ig

Bács-Kiskun vármegye turisztikai kínálata több, eltérő fejlettségű és különböző piaci trendekhez kapcsolódó termékcsoportra épül. A termékek fejlesztésének megtervezéséhez elengedhetetlen annak áttekintése, hogy az egyes turisztikai termékek ma hol helyezkednek el az életciklusban, és milyen irányú elmozdulás várható 2040-ig.

Az elemzés a klasszikus termékéletciklus-szemléletet alkalmazza (bevezetés – növekedés – érettség – telítődés/stagnálás – hanyatlás vagy megújulás), és ezt egészíti ki azzal, hogy figyelembe veszi:

- a klímaváltozás hatásait (hőhullámok, vízjárás, szélsőségek),
- a demográfiai változásokat (öregedő társadalom, családstruktúrák),

- az utazási szokások átalakulását (rövidebb, gyakoribb utak, élményfókusz, digitális tájékozódás),
- a fenntarthatósági szempontok erősödését (környezeti és társadalmi felelősség elvárása).

Az alábbiakban termékcsoportonként mutatjuk be a jelenlegi helyzetet és az előre jelezhető pályát 2040-ig.

## Termál-, gyógy- és wellness turizmus

**Kiinduló helyzet (2020-as évek közepe)**

Bács-Kiskunban a termál- és gyógyturizmus – Tiszakécske, Kiskunmajsa, Kiskunhalas, kisebb fürdőtelepülések – alapvetően növekedés és érettség közötti állapotban van. Az elmúlt évek beruházásai fürdő-, szállás- és szolgáltatásfejlesztések formájában integrált, négyévszakos kínálatot hoztak létre, ugyanakkor a vármegye még nem „klasszikus gyógyfürdő-nagyhatalom”: a versenytársak (pl. Hajdúszoboszló, Hévíz) erősek, a pozicionálás inkább a családbarát, elérhető árú, nyugodtabb pihenés irányába mutat.

**Várható elmozdulás rövid távon (2040-ig):**

- a termék várhatóan továbbra is növekedési pályán marad, amennyiben a minőségi fejlesztések (szolgáltatások, egészségturisztikai csomagok, szezonalitás-csökkentés) folytatódnak.
- reálisan érettség / telítődés felé halad, ahol a fő kérdés már nem az, hogy „van-e fürdő”, hanem az, hogy milyen minőségű, milyen élménycsomaggal és milyen egyedi profilú. Aki nem tud specializálódni (családi, gyógy, csendes felnőtt-wellness, outdoor-aktív kombináció, medical wellness), az könnyen stagnáló szakaszba kerülhet.

A klímaváltozás – a hosszabb nyarak, melegebb tavaszok és őszök – papíron meghosszabbíthatja a vízparti és termálhasználati szezont, ugyanakkor a hőhullámok, vízminőségi és vízutánpótlási kérdések erős alkalmazkodást igényelnek (árnyékolt terek, beltéri medencék, víztakarékos üzemeltetés).

## Vízparti üdülés és víziturizmus (Duna, Tisza, tavak)

**Kiinduló helyzet**

A Duna- és Tisza-menti üdülőterek, a Szelidi-tó és a Vadkerti-tó elsősorban nyári üdülési termékként működnek. A bajai víziturizmus, a holtágak horgászkínálata, a tóparti strandok és kempingek klasszikus érettségi szakaszhoz közeli állapotban vannak: a termék alapvetően ismert, stabil vendégköre van, de jelentős minőségi differenciálódás tapasztalható (van, ahol már „újraértelmezés”, máshol még alapfejlesztés zajlik).

**Várható elmozdulás 2040-ig**

- A vízparti üdülés – különösen a tavaknál – a telítődés és a részleges megújulás mezsgyéjén mozoghat. Ha a partfalak, szolgáltatások, árnyékolás, zöldfelületek, aktív programok (SUP, vízi túrák, természetközeli élmények) fejlődnek, akkor a termék „korszerűsített érettségi" állapotban tartható.

- A Duna- és Tisza-menti, valamint a csatornákra épülő víziturizmus (vízitúrák, evezés) jelenleg inkább növekedési szakasz elején van, fejlesztési tartalékokkal: a megfelelő kikötő-, infrastruktúra- és szolgáltatásfejlesztés esetén 2040-re akár regionális jelentőségű, erős növekedést mutató termék is lehet.

- A klímaváltozás itt kettős hatás: hosszabb nyári szezon, de kiszámíthatatlanabb vízállás, meder- és vízminőségi kihívások. Ez a termék életképességét kevésbé, de használhatóságának módját (fókusz a hajnali–esti időszakokra, árnyékolók, hőhullám alatti programváltás) jelentősen befolyásolja.

## Aktív turizmus és kerékpáros turizmus

**Kiinduló helyzet**

A kerékpáros turizmus ma Bács-Kiskunban növekedési szakasz elején–közepén lévő termék. A kiépült kerékpárút-szakaszok, az EuroVelo-vonalak jelenléte és a síkvidéki adottságok jó alapot adnak, de a kerékpárosbarát szolgáltatások (szervizpontok, bringabarát szállások, csomagajánlatok, tematizált útvonalak) még hiányosak vagy egyenetlenül fejlettek.

Az aktív turizmus más formái (gyalogtúrák, Nordic walking, lovas túrák, természetjárás) szintén fejlődő, de nem telített termékek: vannak emblematikus helyszínek (Bugac), de még nincs egységes, erős márkával rendelkező aktív turisztikai régióképe a megyének.

**Várható elmozdulás 2040-ig**

- A kerékpáros turizmus 2040-re jó eséllyel érett növekedési szakaszba léphet: egyre több, nem csak infrastruktúrára, hanem élményre, tematikára, gasztronómiára, helyi termékekre épülő útvonal és szolgáltatás jelenik meg.

- A nemzetközi és országos trendek – zöld közlekedés, e-bike, lassú turizmus – a keresletet nagy eséllyel növelni fogják, így a megyének ezen a területen inkább a kapacitásbővítés és minőségi fejlesztés kihívásával kell szembenéznie, nem a kereslethiánnyal.

- Az aktív turizmus egészében Bács-Kiskun 2040-re a fenntartható, természetközeli, lassú élményt kínáló desztinációk között pozícionálható, ha a szükséges ösvény-, jelzés-, szolgáltatás- és kommunikációs fejlesztések megtörténnek.

## Ökoturizmus és természetjárás

**Kiinduló helyzet**

Az ökoturizmus a megyében – bár a természeti potenciál kiemelkedő (KNPI, szikes puszta, holtágak, homokbuckák) – jelenleg többnyire bevezetés–növekedés közötti állapotban van. A kínálat főként tanösvényekből, látogatóközpontokból, vezetett túrákból áll, a kommunikáció és a piaci csomagok azonban még korlátozottak, főként iskolákra és szűkebb érdeklődői körre irányulnak.

**Várható elmozdulás 2040-ig**

A fenntarthatóság és a klímatudatosság erősödésével az ökoturizmus iránti kereslet várhatóan jelentősen nő. Bács-Kiskun 2040-ig ezen a területen stabil növekedési pályán maradhat, ha képes:

- a meglévő helyszíneket élményszerűbben interpretálni,
- a helyi közösségeket bevonni,
- és összekapcsolni az ökoturisztikai élményeket a helyi gasztronómiával, kézművességgel, falusi turizmussal.

Az ökoturizmus életciklus-görbéje 2040-re várhatóan még nem ér el klasszikus érettségi szakaszt, inkább erősödő, specializálódó növekedés jellemzi majd.

## Kulturális-, örökség- és vallásturizmus

**Kiinduló helyzet**

A kulturális termékek – Kalocsa (hungarikumok), Kiskőrös (Petőfi), Kiskunhalas (csipke), Hajós/Sváb Sarok (nemzetiségi alapú kultúra), Kecskemét (városi kultúra, fesztiválok) – többségükben hosszú ideje jelen lévő, érett vagy érettség-közeli termékek. Ezek nem hirtelen „felkapott” attrakciók, hanem a térség történeti örökségére épülő, több generáción átívelő kínálati elemek.

A kulturális turizmus iránti kereslet ugyanakkor folyamatosan alakul: a „klasszikus múzeumlátogatás” jelentősége csökken, ugyanakkor az élményalapú interpretáció, a fesztiválok, rendezvények, tematikus séták, kombinált (kultúra + gasztro + aktív) programok iránti érdeklődés erősödik.

**Várható elmozdulás 2040-ig**

Az örökséghez kötődő termékek sajátossága, hogy nem „fogynak el” a klasszikus értelemben, de stagnálhatnak, ha nem újítják meg őket. A mai kulturális kínálat jelentős része 2040-re akkor tud megújult érettségi szakaszban maradni, ha:

- a kiállítások és terek élményorientált megújítást kapnak,
- jobban beépülnek a városi és térségi élményútvonalakba,

- többnyelvű, digitális, interaktív tartalmakkal egészülnek ki.

Ha ez nem történik meg, egyes elemek csendes hanyatlásba fordulhatnak (kevesebb látogató, elöregedő közönség), miközben más, frissebb kínálatok (street food, alternatív fesztiválok, kreatív ipari terek) átveszik a szerepüket.

## Gasztronómia és borturizmus

**Kiinduló helyzet**

A gasztronómia egyes elemei (bajai halászlé, kalocsai paprika, sváb és kun konyha, helyi borok) régóta jelen lévő, de részben alulhasznosított erőforrások. A borturizmus – Hajós és a Kunsági borvidék települései – ma inkább növekedési szakaszban vannak: stabil vendégkör, több ismert rendezvény, de a boros élménylánc (szállás, kóstoló, gasztro, program) még nem mindenhol teljes.

**Várható elmozdulás 2040-ig**

A borturizmus 2040-re Bács-Kiskunban reálisan érettségi szakaszba léphet: erősebb szegmentáció (fiatal felnőttek, prémium borkedvelők, tematikus csoportok), kiforrott márkák, nagyobb nemzetközi jelenlét jellemzi, ha:

- koherens bormarketing és térségi összefogás erősödik,
- a sváb, kun, alföldi gasztronómia jobban beépül a narratívába.

A gasztroturizmus szélesebb értelemben (fesztiválok, termelői piacok, farm-to-table élmények) ma növekedési stádiumban van. 2040-re – ha a helyi termékek szerepe a mindennapokban is erősödik – a vármegye egyik legkarakteresebb, élmény- és identitásalapú termékpillérévé válhat.

## Falusi turizmus, tanyás élmények

**Kiinduló helyzet**

A falusi és tanyasi turizmus jelenleg szűk, de stabil niche: kevés, többnyire magasabb minőségű szolgáltató, relatíve kicsi, de elkötelezett vendégkör. Termékéletciklusban ez a szegmens ma inkább a bevezetés–növekedés találkozásánál áll: még nem tömeges, de jól pozícionált formában – különösen a Homokhátságon és a Kiskunsági Nemzeti Park környezetében – egyre inkább látható.

**Várható elmozdulás 2040-ig**

A lassú turizmus, a vidéki életmód-élmények és a természetközeli pihenés iránti kereslet növekedése miatt ez a termék 2040-re stabil, érett niche-piaccá válhat: nem lesz tömegszolgáltatás, de a kínálat bővül, és szerepe a vármegye turisztikai „színes palettájában” felértékelődik.

## Rendezvény- és fesztiválturizmus

**Kiinduló helyzet**

A rendezvény- és fesztiválkínálat – Baja, Kecskemét, Kalocsa, Hajós, Kiskőrös, Soltvadkert és más települések eseményei – ma többnyire érettségi szakaszban van: kialakult, ismert rendezvények, visszatérő közönség, stabil programstruktúrák.

Ugyanakkor a „fesztiválpiacon" országos szinten erős a verseny, a látogatók érzékenyek az árakra, a programminőségre és a szolgáltatások színvonalára. A túlzottan homogén fesztiválkínálat könnyen a telítődés–stagnálás állapotába viheti a terméket.

**Várható elmozdulás 2040-ig**

Azok a rendezvények, amelyek képesek megújulni (tartalomban, formában, közönségélményben, fenntarthatósági szempontokban), várhatóan továbbra is erős forgalomgeneráló tényezők maradnak. A pusztán hagyományőrzésből élő, kevéssé innovatív fesztiválok viszont 2040-re a hanyatlás jeleit mutathatják: csökkenő látogatószám, idősödő közönség, romló pénzügyi fenntarthatóság.

## Konferencia- és üzleti turizmus

**Kiinduló helyzet**

Kecskemét, részben Baja és Lakitelek ma érettség-közeli üzleti és konferenciaturisztikai termékkel rendelkeznek: kialakult intézményi kapcsolatok, visszatérő rendezvények, stabil megrendelői kör. A COVID-ot követően az online és hibrid formák elterjedése átalakította a piacot, de a személyes jelenlétű szakmai események iránti igény nem tűnt el, inkább átalakult.

**Várható elmozdulás 2040-ig**

2040-re a konferencia- és üzleti turizmus várhatóan magas szintű érettségi szakaszban lesz, ahol a verseny nem elsősorban kapacitásról, hanem minőségről, komplexitásról, fenntarthatóságról és digitális támogatottságról szól. A megyének akkor van esélye részesedni ebből a piacból, ha:

- korszerű, hibrid megoldásokat is kínáló infrastruktúrát tart fenn,
- kellően attraktív kísérőturisztikai programokat társít (gasztró, aktív, kulturális).

## Turisztikai termékek életciklus-elemzése és várható elmozdulása 2040-ig - összefoglaló táblázat

Bács-Kiskun vármegye turizmusának jövőképe sokszínű, és jól kirajzolódik, hogy az egyes turisztikai termékek eltérő életciklusban járnak. A vármegye kínálata olyan szerkezetet mutat, ahol egymás mellett jelennek meg a már kiforrott, stabil teljesítményű termékek, a megújulás előtt álló, részben telítődés közeli kínálati elemek, valamint azok az irányok, amelyek egyértelműen növekedési pályán vannak, és 2040-ig nagy valószínűséggel a vármegye legdinamikusabban fejlődő turisztikai pilléreivé válnak.

**Bács-Kiskun vármegye turisztikai termékcsoportjainak életciklus-elemzése**

| Turisztikai termék-csoport | Jelenlegi életciklus fázis (2024–2025) | Várható helyzet 2030-ban | Várható helyzet 2040-ben | Fő kockázatok | Fő lehetőségek / növekedési irányok |
|---|---|---|---|---|---|
| **Termál-, gyógy- és wellness turizmus** | Növekedés / Érettség felé | Érettség | Érettség / Telítődés – minőségi differenciálódással | Elavuló szolgáltatások; klímaváltozás miatt vízgazdálkodási kockázatok; árérzékeny kereslet | Medical wellness; négyévszakos, tematikus családi csomagok; indoor élménytér-fejlesztés |
| **Vízparti üdülés (tavak)** | Érettség / helyenként telítődés | Telítődés – szükséges megújítás | Megújult érettség **vagy** stagnálás (ha nem újul meg) | Tóparti terhelés; hőhullámok; szolgáltatási színvonal egyenetlensége; vízhiány | Slow beach, árnyékolás, vízi élményfejlesztés, minőségi kempingek, sportprogramok |
| **Vízi-turizmus (Duna, Tisza)** | Növekedés | Növekedés / erősödő kereslet | Érettség – regionális szinten erős termék | Vízállás-ingadozás; infrastruktúra hiánya; biztonsági és környezetvédelmi kihívások | Kikötőlánc, vízitúra-csomagok, Duna–Tisza „két folyó” brand, evezős turizmus |
| **Kerék-páros turizmus** | Bevezetés / Növekedés kezdete | Növekedés – útvonalak és szolgáltatások bővülése | Érett növekedés; országosan is pozícionálható | EV-hálózat hiányzó szakaszai; szolgáltatói hiány; gyenge kommunikáció | EuroVelo-hálózat; e-bike boom; tematikus útvonalak (bor, kultúra, természet) |
| **Aktív turizmus (gyalog, lovas, természet-járás)** | Növekedés | Növekedés / stabilizálódó kereslet | Érett niche-termék | Infrastruktúra hiányosságai; klímahatások; szezonális korlátok | KNPI-alapú ösvényhálózat, lovastúra-útvonalak, sportturizmusra épített csomagok |
| **Öko-turizmus** | Bevezetés | Növekedés | Növekedés / érettség felé | Alacsony szolgáltatási szint; terhelhetőség; kommunikáció hiánya | Fenntarthatósági trendek; szikes puszta és homokbuckák unikális volta; természetfotózás |

| Turisztikai termék-csoport | Jelenlegi életciklus fázis (2024–2025) | Várható helyzet 2030-ban | Várható helyzet 2040-ben | Fő kockázatok | Fő lehetőségek / növekedési irányok |
|---|---|---|---|---|---|
| **Kulturális és örökségturizmus** | Érett | Megújuló érettség | Megújuló érettség vagy részleges stagnálás | Közönség elöregedése; statikus kiállítások; élményhiány | Élményalapú interpretáció; digitális megoldások; tematikus útvonalak (Petőfi, sváb örökség) |
| **Nemzetiségi örökség (Sváb Sarok, Hajós)** | Növekedés | Érettség – ha csatolt élménylánc épül | Stabil érettség – magas identitás-értékkel | Elaprózottság; marketing hiánya; generációváltás | Gasztro- és borkultúra integrálása; kulturális programok; német nyelvű piacok |
| **Borturizmus (Hajós–Bajai, Kunsági borvidék)** | Növekedés | Növekedés / érettség közeledik | Érettség | Széttagoltság; brand hiány; változó fogyasztási szokások | Bor + gasztro + kerékpár + kultúra élményláncok; prémium borászatok erősödése |
| **Gasztro-turizmus (bajai halászlé, paprika, helyi ételek)** | Növekedés | Érettség közelében | Érettség | Egyenetlen minőség; márkázási hiány | Erős regionális brandek: halászlé, paprika, sváb–kun konyha; élménykonyha, piacok |
| **Falusi és tanyasi turizmus** | Bevezetés | Növekedés | Érett niche-piac | Infrastruktúra; alacsony ismertség; humánerőforrás | Slow tourism, természetközeli szállások, farm- és élménygazdaságok |
| **Rendez-vény- és fesztiváltur izmus** | Érettség | Érettség – megújulással | Megújulás vagy stagnálás | Költségnövekedés; verseny; közönségfáradás | Élményközpontú fesztiválok; gasztro&kultúra integráció; szezonhosszabbítás |
| **Konferenci a- és üzleti turizmus** | Érettség | Megújuló érettség | Stabil érettség | Online/hibrid megoldások versenye; kapacitási korlátok | Hibrid konferenciák; Kecskemét regionális üzleti |

| Turisztikai termék-csoport | Jelenlegi életciklus fázis (2024–2025) | Várható helyzet 2030-ban | Várható helyzet 2040-ben | Fő kockázatok | Fő lehetőségek / növekedési irányok |
|---|---|---|---|---|---|
| | | | | | szerepe; Hungarikum Liget |

*Forrás: Saját szerkesztés*

A jelenlegi tendenciák alapján jól látható, hogy a fürdőturizmus, a vízparti üdülés, a kulturális és örökségturizmus, valamint a rendezvényturizmus olyan termékek, amelyek a következő években már nem elsősorban mennyiségi, hanem minőségi értelemben fejlődhetnek tovább. Ezek a termékek a klasszikus életciklusmodellben az érettség vagy az érettséghez közelítő szakaszban helyezkednek el. Ez azt jelenti, hogy turisztikai jelenlétük továbbra is stabil, a kereslet kiszámítható, de valódi versenyelőnyt egyre inkább a szolgáltatások megújítása, az élménygazdagítás, a minőségfejlesztés és a fogyasztói elvárásokhoz való rugalmas alkalmazkodás biztosíthat. Ha e megújulási folyamatok elmaradnak, a termékek könnyen stagnáló pályára kerülhetnek, és fokozatosan veszíthetnek korábbi pozíciójukból.

Ezzel párhuzamosan a vármegye több fontos termékcsoportja – különösen a kerékpáros és aktív turizmus, az ökoturizmus, a gasztro- és borturizmus, valamint a falusi és tanyasi turizmus – kifejezetten növekedési pályán van. Ezek a termékek ma még részben kiépülés alatt állnak, azonban a társadalmi és piaci trendek egyértelműen ebbe az irányba mutatnak. A lassú, fenntartható utazás, a természetközeli élmények, a helyi identitásra és gasztronómiára építő kínálatok, valamint az élményalapú, aktív kikapcsolódás iránti igény a következő másfél évtizedben várhatóan tovább erősödik. Ez a változás 2040-re azt eredményezheti, hogy ezek a termékek válnak a vármegye turizmusának meghatározó, innovatív, jól differenciálható elemeivé.

A klímaváltozás hatásaival is számolni kell: a hosszabb, melegebb nyári időszakok, az egyre gyakoribb hőhullámok, a vízjárási szélsőségek és a természetes élőhelyek átalakulása mind olyan tényezők, amelyek nem csupán kockázatot jelentenek, hanem visszahatnak a turisztikai termékek életképességére és fejlődési pályájára is. A vízparti turizmus, a fürdők és az ökoturisztikai helyszínek esetében különösen fontos lesz az alkalmazkodó üzemeltetés, a zöld infrastruktúra, az árnyékolt és víztakarékos megoldások előtérbe kerülése, valamint olyan programok kialakítása, amelyek a szélsőséges időjárási feltételekhez is igazodnak.

Összességében elmondható, hogy 2040-ig a vármegye turizmusfejlesztésének kulcsa kettős: egyrészt meg kell újítani azokat a termékeket, amelyek már érett szakaszba értek vagy telítődés közelében járnak, másrészt tudatosan építeni kell azokat a kínálatokat, amelyek most lépnek be a növekedési ciklusba. E két irány együttes erősítésével lehetséges elérni, hogy a vármegye turisztikai kínálata egyszerre legyen versenyképes, fenntartható és a jövő utazói elvárásaihoz igazodó.

Ez a kettős fejlesztési logika biztosítja, hogy Bács-Kiskun vármegye 2040-re kiforrott, mégis megújulásra képes, több pilléren nyugvó turisztikai rendszerrel rendelkezzen, amely stabil alapot jelent a desztináció hosszú távú versenyképességéhez.

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

A 2016–2020-as megyei turizmusfejlesztési terv összességében jó irányokat jelölt ki, részben meg is valósult, de több kulcsterületen – főleg gasztronómia, hálózatosodás, egységes vármegyei DMO, monitoring – nem érte el a kitűzött szintet.

A terv átfogó célja az volt, hogy erősödjön a turisztikai fogadóterület (Bács-Kiskun) versenyképessége és gazdasági sikeressége. Ezt egy klasszikus célhierarchián keresztül bontotta le: átfogó cél, stratégiai célok, operatív célok, majd részletes cselekvési terv (7.1–7.7. fejezet).

A stratégia a helyzetelemzésre és SWOT-ra építve kijelölte azokat a turisztikai termékeket, amelyekre a megyének építenie kell: egészségturizmus, kulturális turizmus, hivatásturizmus, aktív turizmus, vallási turizmus, falusi turizmus, alacsony jövedelműek turizmusa. Kiemelt szerepet kapott az egészségturizmus, a kerékpáros és vízi aktív turizmus, a pusztai lovasturizmus, valamint a helyi gasztronómia és borturizmus.

A stratégiai célok arról szóltak, hogy javuljon a vármegye turisztikai vonzereje, a szolgáltatások minősége, a vendégek elégedettsége, és a meglévő kínálatból jól csomagolt, versenyképes termékek jöjjenek létre, miközben erősödik a vármegye identitása és a desztinációk közötti szinergia. A cselekvési terv ezt bontotta le konkrét beavatkozási területekre: kutatás és vonzerőleltár („Legyünk jól informáltak!”), termékfejlesztés (egészségturizmus, kulturális, vallási, aktív, falusi, stb.), fogadóképesség és infrastruktúra („Nyújtsunk kényelmet!”), marketing és kommunikáció („Legyünk láthatóak!”), oktatás, szabályozás és finanszírozás, valamint horizontális – fenntarthatósági és akadálymentesítési – témák.

2016–2019 között a turisztikai forgalom (vendégek, vendégéjszakák) érdemben nőtt, több fürdő- és aktív turisztikai fejlesztés, valamint program valósult meg, és elkészült több kapcsolódó ágazati stratégia (pl. egészségturizmus, kerékpáros stratégia). Ugyanakkor a későbbi dokumentumok (pl. megyei fejlesztési program, kerékpáros stratégia) továbbra is fejletlen, alulhasznosított ágazatként írják le a turizmust több térségben, ami arra utal, hogy a kitűzött versenyképességi ugrás elmaradt.

A leginkább kézzelfogható előrelépés az egészségturizmus és az aktív turizmus (fürdőfejlesztések, kerékpárutak, lovasturizmus) terén történt. A gasztronómia, helyi termékek, komplex vármegyei kulturális–örökségturisztikai kínálat, valamint az egységes vármegyei szintű desztinációmenedzsment és monitoring azonban csak részben, vagy alig valósult meg. A stratégia által vázolt vármegyei TDM-szervezet ugyan kijelölt cél volt, de a létrehozása elmaradt, a vármegye ma sem rendelkezik erős, folyamatosan működő turisztikai koordinációval.

Az alábbi táblázat az eredeti terv **célhierarchiáját követve mutatja be a stratégia teljesülését**.

**Bács-Kiskun megye turizmusfejlesztési tervének (2016-2020) megvalósulása**

| Cél-szint | Cél megfogalmazása (2016–2020-as terv logikája szerint) | Fő megvalósulások 2016–2020 között | Értékelés, teljesülés 2025-ig |
|---|---|---|---|
| **Átfogó cél** | A turisztikai fogadóterület (Bács-Kiskun vármegye) versenyképességének erősítése és gazdasági sikerességének javítása. | Vendég- és vendégéjszaka-szám emelkedése 2016–2019 között; több fürdő- és aktív turisztikai fejlesztés; a turizmus mégis továbbra is „fejletlen” ágazatként jelenik meg több stratégiai dokumentumban. | **Részben teljesült** – javultak a mutatók, de nem történt áttörés a versenyképességben. |
| **Stratégiai cél** | A vármegye turisztikai vonzerejének javítása (attrakciók fejlesztése, új termékek). | Termékfejlesztés egészségturizmusban, aktív turizmusban (fürdők, kerékpárutak, lovasturizmus), több új vagy megújított program; számos vonzerő még mindig alulhasznosított, egyes térségek gyenge kínálattal. | **Részben teljesült** |
| **Stratégiai cél** | Jó ár–érték (ár–élmény) aránnyal a vendégek elégedettségének biztosítása. | Fürdők, szálláshelyek, aktív kínálat minőségi javulása; ugyanakkor több térségben továbbra is hiányzik a komplex, magas élményértékű termékstruktúra. | **Részben teljesült** – a minőség nőtt, de nem egységes vármegyei szinten. |
| **Stratégiai cél** | A desztinációkba érkezők igényeinek színvonalas kiszolgálása, széles és jó minőségű szolgáltatási választék. | A fő turisztikai központokban (fürdős, városi desztinációk) javult a szolgáltatási környezet; a vidéki, perifériku s térségekben a kínálat továbbra is szűkös, sokszor hiányos. | **Vegyes kép**, összességében **részben teljesült** |
| **Stratégiai cél** | A meglévő turisztikai kínálat minőségi fejlesztése (attrakciók, szállások, infrastruktúra). | Szállás- és fürdőfejlesztések, kerékpárút-bővítések, egyes kulturális attrakciók felújítása; ugyanakkor továbbra is jelentős infrastrukturális hiányok (pl. közúti elérhetőség, hiányos kerékpáros hálózat). | **Részben teljesült** |

| Cél-szint | Cél megfogalmazása (2016–2020-as terv logikája szerint) | Fő megvalósulások 2016–2020 között | Értékelés, teljesülés 2025-ig |
|---|---|---|---|
| **Stratégiai cél** | A kínálati elemek vonzó szolgáltatási csomaggá alakítása (tematikus utak, komplex termékek). | Létrejött több tematikus projekt (zarándokút, „Bejárható Bács-Kiskun”, kiemelt történelmi és vallási tematikák, egészségturisztikai zászlóshajók), de vármegyei szinten továbbra sincs egységes, „észrevehető” termékcsalád. | **Részben teljesült** |
| **Stratégiai cél** | A kereslet erősítése (vendégszám, vendégéjszakák, költés növelése). | 2016–2019 között növekedtek a forgalmi mutatók, a szezon bizonyos szegmensekben hosszabbodott; több, szezonalitást csökkentő rendezvény és projekt indult. | **Nagyrészt teljesült** (a Covid 2020-as visszaesése a stratégia sikerétől független külső sokk) |
| **Stratégiai cél** | A vármegye turisztikai kínálatának belföldi, majd nemzetközi piacra vitele, pozíciójának erősítése. | Elkészült a 2018–2024-es marketingstratégia, amely a négy kulcs-termékre (gyógyhelyek, családi kerékpártúra, egyedi kultúra, helyi termék/gasztronómia) épít; megjelentek nemzetközi célzású projektek (határon átnyúló programok). | **Részben teljesült** – erősödött a jelenlét, de a vármegye nem vált országosan kiemelt „branddé”. |
| **Stratégiai cél** | A vármegyében élők életszínvonalának javítása a turizmuson keresztül (jövedelem, munkahely). | A turizmus szerepe a helyi gazdaságban nőtt a fontosabb desztinációkban; vidéki térségekben továbbra is korlátozott a turizmus gazdasági jelentősége. | **Részben teljesült** |
| **Stratégiai cél** | A vármegyei identitás erősítése, a turizmus, mint „büszkeségforrás” (helyi rendezvények, kulturális értékek). | Sok helyi fesztivál, hagyományőrző program, vallási és kulturális rendezvény kapott támogatást; ugyanakkor ezek többsége lokális, a vármegye egészét kevéssé fogja össze. | **Részben teljesült** |

| Cél-szint | Cél megfogalmazása (2016–2020-as terv logikája szerint) | Fő megvalósulások 2016–2020 között | Értékelés, teljesülés 2025-ig |
|---|---|---|---|
| **Stratégiai cél** | A turisztikai desztinációk közötti szinergiák kihasználása, hálózatosodás. | Több határon átnyúló és vármegyei projekt hozta közelebb a szereplőket; javaslat született vármegyei TDM-rendszerre és koordinációra, de a teljes lefedettség és tartós szervezeti struktúra nem valósult meg. | **Részben teljesült** |
| **Operatív cél** | A vendégek, vendégéjszakák, IFA-bevételek és turizmusból származó bevételek növelése. | Források alapján 2016–2019 között érdemi növekedés történt; a bevételi és IFA-célok nagy része teljesült vagy közelített a kívánt szinthez. | **Nagyrészt teljesült** |
| **Operatív cél** | Új munkahelyek létrehozása, turizmusban foglalkoztatottak számának növelése. | Az ágazatban foglalkoztatott munkavállalók száma nőtt. (Részben a COVID időszakot követő újraindítás következményeképpen. További bővülés csak a kapacitások növekedésével történhet.) | **Teljesült** |
| **Operatív cél** | A szolgáltatók közötti együttműködés, klaszterek, TDM-szervezetek erősítése. | Létezett megyei turizmusfejlesztési és marketing nonprofit Kft., TDM-szervezetek, Tourinform irodák; javaslat vármegyei TDM-szervezetre. Hosszú távon azonban nem alakult ki stabil, minden térséget lefedő vármegyei DMO. | **Részben teljesült** |

*Forrás: Saját szerkesztés*

- **Ami nagyrészt jól teljesült:** szállás- és fürdőfejlesztések, kerékpárutak és egyéb közlekedési infrastruktúra, egyes attrakció-fejlesztések, forrásbevonás (TOP, GINOP, HU–SRB), részletes helyzetelemzés és alap-stratégia elkészítése.

- **Ami csak részben valósult meg:** tematikus termékfejlesztés (pl. egészségturizmus, kulturális útvonalak, aktív turizmus hálózatosítása), képzések, marketing- és kommunikációs rendszer, kutatási programok.

- **Ami érdemben elmaradt:** tartós vármegyei szintű turisztikai koordináció (vármegyei TDM), egységes, élő vonzerőleltár-adatbázis, átfogó márka- és piackutatás, szociális

turizmus fejlesztése, fenntarthatósági és akadálymentesítési célok széles körű, minősítésekkel is igazolt megvalósítása.

A 2026–2040-es új stratégia egyik legfontosabb feladata éppen ezeknek a „puha”, de rendszerformáló elemeknek a pótlása, és a korábban elindított – sokszor csak projekt-szinten megvalósult – kezdeményezések hosszú távú, intézményes megerősítése.

## A turizmusfejlesztési tervben megfogalmazott Cselekvési terv végrehajtásának vizsgálata

A cselekvési terv feladatai összességében csak részben teljesültek 2016–2020 között: a „kemény” projektek (fürdő-, szállás-, közlekedés- és kerékpárút-fejlesztések) látványosan haladtak, viszont a kutatás, a vármegyei szintű koordináció, a tudatos márkaépítés, a fenntarthatóság és az akadálymentesítés terén sok elem elmaradt, vagy csak előkészítési szinten valósult meg.

**Legyünk jól informáltak! – kutatás, előkészítés, vonzerőleltár**

A stratégia részletes kutatási programot jelölt ki (egészségturizmus-kereslet, új küldőpiacok, MICE-potenciál, termálvíz-hasznosítás, aktív–falusi–vallási turizmus trendjei, helyi termékek, vármegyei márkaismeret, versenytársak, hazai utazási szokások), valamint teljes körű turisztikai vonzerőleltár elkészítését írta elő.

**Értékelés: részben teljesült.**

- A vármegyei tervezési dokumentumok (turizmusfejlesztési terv, kerékpáros stratégia, egyes tematikus koncepciók) erősen támaszkodnak a KSH-adatokra és országos kutatásokra, tehát a vendégforgalom figyelemmel kísérése és az alap-statisztikák elemzése megvalósult.
- Létrejött egy „puha” vonzerőleltár a 2016-os stratégia keretében: a 3. fejezet részletesen bemutatja a fő desztinációkat és tematikus termékeket, mellékletként vonzerőleltár-sablonnal.
- A tervezett, egységes, folyamatosan frissített, digitális vármegyei vonzerő-adatbázis a bacskiskun.hu weboldalon elérhető, amelyben 264 szolgáltatás / attrakció került bemutatásra, illetve 25 útvonal. Ez alapot jelenthet a továbbfejlesztésre, azonban érdemes lenne sokkal több információt felvenni az egyes helyszínekről ahhoz, hogy a vendégek számára is jól használható adatbázis álljon rendelkezésre.
- Nem találtunk önálló, vármegyei megrendelésű márkakutatást vagy versenytárselemzést; a stratégia inkább országos trendekből, KSH-adatokból és szakirodalomból dolgozott, mintsem primer piackutatásokból.

**Legyünk attraktívak! – termékfejlesztés (egészségturizmus, kultúra, MICE, vallási, aktív, falusi, szociális turizmus)**

A cselekvési terv termékcsoportonként vázolt fejlesztési irányokat (profil-tisztítás az egészségturizmusban, kulturális attrakciók tematizálása, gyógyhelyek komplex fejlesztése, aktív turizmus – kerékpár, lovas, vízi – hálózatban, falusi turizmus erősítése, alacsony jövedelműek számára elérhető ajánlatok).

**Értékelés: vegyes, többnyire részben teljesült.**

- **Egészségturizmus:**

A vármegye 2016 után külön egészségturizmus-koncepciót dolgoztatott ki, amely explicit módon a „Legyünk attraktívak / jól informáltak / hatékonyak" célokhoz kapcsolja a gyógyfürdők, gyógyhelyek és orvosi turizmus fejlesztését (profil-tisztítás, új orvosi szolgáltatások, komplex gyógyhely-fejlesztés, megvalósíthatósági tanulmányok).

Több fürdő infrastrukturális fejlesztése megtörtént országos (GINOP, VNTT, Kisfaludy) forrásokból, de a stratégia által célzott, egységes „megyei egészségturisztikai paletta" és az orvosi turizmus komplex, hálózatos kiépítése csak részben valósult meg (inkább egyedi fürdőprojektek szintjén).

- **Kulturális és vallási turizmus:**

Az épített örökség és egyházi helyszínek jelentős potenciálját a stratégia jól azonosította, a 2016-os dokumentum részletesen bemutatja a műemlékeket és kulturális értékeket. Megvalósultak kisebb-nagyobb beruházások (helytörténeti kiállítások, pincefalu-fejlesztések, múzeumok modernizálása), de nem alakult ki markánsan kommunikált, vármegyei szintű kulturális–vallási tematikus útvonal-rendszer, amely a cselekvési terv szellemében integrálná ezeket.

- **Hivatásturizmus (MICE):**

Kecskemét és néhány nagyobb város konferenciakapacitásai nőttek, új rendezvénytér-szolgáltatások jelentek meg, de a vármegye MICE-desztinációként való tudatos pozicionálása (külön márka, célzott marketing, „business travel" csomagok) nem látszik markánsan megvalósulni.

- **Aktív turizmus (kerékpár, vízi, lovas):**

A kerékpárút-hálózat fejlesztése látványosan haladt: a megyében ma több száz km kerékpárút és három EuroVelo-útvonal (EV6, EV11, EV13) érhető el, amit a 2016-os stratégia még inkább lehetőségként vázolt.

Ugyanakkor a MAKETUSZ országos kerékpárosbarát hálózatában 2022 körül mindössze 7 Bács-Kiskun vármegyei szolgáltató szerepelt, ami azt mutatja, hogy a szolgáltatói oldal kerékpárosbarát fejlesztései és minősítései messze elmaradtak a stratégia ambícióitól. A koronavírust követő időszakban ugyanakkor felgyorsult a kerékpárosbarát szolgáltatók csatlakozása a MAKETUSZ adatbázisához.

A lovasturisztikai kínálat jelen van és bővült, de nem alakult ki erős, közös „aktív Alföld" márka a megyére nézve.

A vízi turizmus lehetőségei adottak és a következő években várhatóan a globális felmelegedésnek is köszönhetően további fejlődés várható.

- **Falusi turizmus és alacsony jövedelműek turizmusa:**

Falusi vendégházak, tanyaturisztikai kezdeményezések továbbra is léteznek, de a stratégia által felvetett szervezettebb tematizálás, minőségfejlesztés és hálózatosítás vármegyei szinten nem rajzolódik ki.

A kifejezetten alacsony jövedelmű célcsoportokra szabott, vármegyei koordinációjú programokról nem maradt fenn érdemi nyom; itt a megvalósulás inkább országos szintű (Erzsébet-program), mint vármegyei turizmuspolitikai eredmény.

**Nyújtsunk kényelmet! – fogadóképesség és infrastruktúra**

A feladatok a szálláshelyek minőségi és mennyiségi fejlesztésére, a vendéglátás színvonalának emelésére, valamint a megközelíthetőség (főutak, közút, kerékpárutak) javítására irányultak.

**Értékelés: jelentős előrelépés, de tovább élő hiányokkal.**

- **Szálláshelyek:** a 2010-es évek második felében a szálláshelyek száma és kapacitása nőtt, különösen a szállodai és panziós szegmensben; ez összhangban állt a stratégia céljaival.
- **Vendéglátás:** számos új vendéglátóhely, bor- és pálinkaturisztikai helyszín nyílt vagy újult meg, de a vármegyei szintű gasztronómiai márka (pl. Duna–Tisza közi konyha, helyi alapanyagokra épülő egységes kommunikáció) nem vált annyira karakteressé, mint ahogy a stratégia elképzelte.
- **Megközelíthetőség, közlekedés:**

A fő közúti és vasúti projektek (Budapest–Belgrád vasútvonal, egyes főutak fejlesztése, kerékpárutak) tervezése és részben kivitelezése megindult, ezt a vármegye területrendezési dokumentumai és a kerékpáros stratégia is rögzítik. Ennek ellenére a 2016-ban azonosított problémák (bizonyos térségek nehéz megközelíthetősége, széttöredezett vasúti kínálat, hiányzó kerékpáros kapcsolatok) 2020-ra csak részben oldódtak meg; több nagyberuházás áthúzódott a 2021–2027-es ciklusra.

**Legyünk láthatóak! – marketing és kommunikáció**

A terv egy átfogó vármegyei kommunikációs és marketingstratégia elkészítését, az eszközök és célcsoportok pontos meghatározását, közös vármegyei kampányokat és erős belső kommunikációt írt elő, a Bács-Kiskun Megyei Turizmusfejlesztési és Marketing Nonprofit Kft. koordinációjával.

**Értékelés: részben teljesült, fenntarthatatlan struktúrával.**

- A 2016-os stratégia elkészítése önmagában is egy marketing-alapozó lépés volt; a vármegye és a kiemelt desztinációk (Kecskemét, Tiszakécske, Kalocsa, stb.) turisztikai bemutatása rendezetté vált.
- A Nonprofit Kft. szervezett kiállítás-részvételeket, kampányokat, promóciós anyagokat, de ezek nem álltak össze hosszú távon fennmaradó, önálló vármegyei turisztikai márkává.
- A vármegyei koordináló szervezet mára megszűnt, jelenleg nincs vármegyei szintű turisztikai „ernyőszervezet”, amely a marketinget egységesen vinné – ez egyértelműen

azt jelzi, hogy a 7.4. blokk egyik kulcs-eleme (stabil szervezeti háttérrel bíró, vármegyei szintű marketingrendszer) hosszú távon nem teljesült.

- A belső kommunikáció hiányát a műhelymunkák és a fókuszcsoportos interjúk résztvevői is megfogalmazták.

**Legyünk felkészültek! – oktatás**

A cselekvési terv a turisztikai humán erőforrás fejlesztését, nyelvi képzéseket, szakmai továbbképzéseket, szolgáltatói tréningeket várt el.

**Értékelés: részben teljesült.**

- Az országos GINOP- és TOP-programok keretében több képzés futott, amelyekben a vármegyei szolgáltatók is részt vettek, de ezek nem Bács-Kiskun saját, vármegyei szinten szervezett, következetes „turisztikai akadémiáját" jelentették.
- Nem alakult ki olyan tartós, vármegyei koordinációjú képzési struktúra (pl. TDM-hálózatra épülő rendszeres workshopok, szolgáltatói klubok), amely intézményesítette volna a tudásmegosztást.
- A megyében létrejött fi200 klub részben pótolhatná a belső koordinációt, azonban ez a program nem kizárólag a turisztikai vállalkozásokat szólítja meg.

**Legyünk hatékonyak! – szabályozás és finanszírozás**

A feladatok lényege az volt, hogy a vármegye a rendelkezésre álló nemzeti és EU-s forrásokra (TOP, GINOP, HU–SRB programok) tudatosan építsen, és a szabályozási környezetet a turizmusbarát irányba hangolja.

**Értékelés: forrásszerzésben erős, szabályozási oldalról korlátozott.**

A 2014–2020-as ciklusban Bács-Kiskun jelentős volumenben vont be turisztikai és turizmus-kapcsolódó forrásokat (fürdők, kerékpárutak, városközpontok, attrakciók, határon átnyúló HU–SRB projektek), ami azt mutatja, hogy a finanszírozási eszközökre építés sikeres volt.

A vármegyei szintű, turizmust érintő „puha" szabályozások (pl. egységes minőségi elvárások, fenntarthatósági irányelvek, rendezvény-koordináció) kialakításáról kevés nyoma maradt; az ágazat szabályozása alapvetően országos törvények és programok mentén zajlott.

**Nyújtsunk biztonságot! – horizontális témák (fenntarthatóság, akadálymentesítés, biztonság)**

A cselekvési terv a fenntartható, környezettudatos működés, az akadálymentes turizmus és a biztonságos desztinációs imázs erősítését fogalmazta meg.

**Értékelés: inkább gyenge teljesülés, szigetszerű eredményekkel.**

- A fenntarthatóság horizontális elvként több projektben megjelent (energiahatékonysági elemek fürdőfejlesztéseknél, kerékpárutak, természetvédelmi szempontok), de nem

alakult ki egységes vármegyei szintű fenntarthatósági keretrendszer, minősítési rendszer vagy monitoring.
- Az akadálymentes turizmus terén a szolgáltatók egy része végrehajtott fizikai akadálymentesítést, de minősített, turisztikai profilú, akadálymentes szolgáltatások száma ma is nagyon alacsony – ezt alátámasztja az Access4You adatbázis jelenlegi képe is, amelyben Bács-Kiskun turisztikai szolgáltatói gyakorlatilag nem jelennek meg.

A „Magyarország, biztonságos desztináció” üzenet elsősorban országos szinten kommunikálódott; vármegyei szinten nem volt külön, önállóan látható biztonság-kommunikációs program.

**A vármegye turisztikai szereplőinek együttműködése**

A terv egyértelmű célként jelölte meg egy vármegyei szintű TDM-szervezet létrehozását, amely a már meglévő Bács-Kiskun Megyei Turizmusfejlesztési és Marketing Nonprofit Kft.-re épült volna, és lefedte volna a vármegye teljes turisztikai térségét.

**Értékelés: nem teljesült tartósan.**

A 2016-os helyzetkép szerint a vármegye már akkor is részlegesen lefedett volt TDM-ekkel, és a cél az volt, hogy minden releváns településhez kapcsolódjon TDM-szervezet és egy vármegyei ernyőszervezet fogja össze őket. Mára a vármegyei nonprofit kft. megszűnt, nincs egységes vármegyei turisztikai koordináló szervezet, és a TDM-hálózat lefedettsége továbbra is töredezett. Ez azt jelenti, hogy ez a kritikus intézményi pillér – amelyre a cselekvési terv nagy része épült – gyakorlatilag nem valósult meg hosszú távon.

### 1.2.12 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 létrehozatala és pozicionálása turisztikai és kulturális márkaként a határmenti régióban” c. fejlesztési és marketingstratégia fő célja egy integrált, határon átnyúló borturisztikai termék létrehozása volt a Duna borrégió (Hajós–Bajai, Kunsági borvidék) és a szerb–vajdasági borvidékek (Szabadkai, Szerémségi) összekapcsolásával. A dokumentum öt nagy célcsomagot jelölt ki: borturisztikai klaszter és menedzsment, termék- és kínálatfejlesztés, közös márka- és imázsépítés, kapcsolódás egészségturizmushoz / más tematikus termékekhez, valamint minősítési és mérési rendszer kialakítása.

Az alábbi értékelés azt foglalja össze, hogy ezek a célok Bács-Kiskun vármegyében milyen mértékben valósultak meg.

## Tematikus borút és borturisztikai termékfejlesztés

**Értékelés: nagymértékben teljesült**

- A projekt eredményeként ténylegesen létrejött a Duna Borút, amely mintegy negyven (más forrás szerint közel ötven) borászatot hálózatosít a Hajós–Bajai, Kunsági, Szabadkai és Szerémségi borvidéken. A borászatok többsége borkóstolót, gasztronómiai kínálatot, szállást és kulturális programokat is nyújt, borturisztikai útlevél és térkép segíti a látogatókat.
- Elkészült a „Borba zárt napfény" című borturisztikai kiadvány és térkép, amely a vármegyei és határon túli borászatokat mutatja be, és ma is elérhető a vármegye hivatalos felületein.
- A Turizmus Bulletinben és egy, a magyar–szerb határ menti turisztikai projektek hatásait elemző tanulmányban kifejezetten pozitívan értékelik a Duna Borút projektet: a borút térképéből 10 000 példány utánnyomására volt szükség a borászatok igénye alapján, ami tényleges piaci érdeklődést jelez.

**Következtetés:** a tematikus borút, mint kézzelfogható turisztikai termék Bács-Kiskunban megvalósult; a vármegyei borvidékek (különösen a Hajós–Bajai borvidék és a pincefalu) jól integrálódtak a hálózatba. A dokumentumban vázolt alaptermék – a Duna menti, határon átnyúló borút – teljesült.

## Klaszter, menedzsment és partnerségi háló

**Értékelés: nagyrészt teljesült, de projektfüggő**

- A stratégia központi eleme a Duna Borrégió Borút Egyesület klaszterszerepének megerősítése volt. Az egyesület már 2002 óta működik, borászatokat, önkormányzatokat és hagyományőrző szereplőket fog össze.
- A projekt ideje alatt a Duna Borrégió Borút Egyesület, a Bács-Kiskun Vármegyei Önkormányzat és a vajdasági partnerek (tartományi titkárság, Sremski Karlovci, Alma Mons klaszter) ténylegesen klaszterszerű együttműködésben dolgoztak, közös fejlesztési és marketingstratégiát készítettek, borászati képzéseket, tanulmányutakat és közös megjelenéseket szerveztek.
- A hatásvizsgálatok szerint a Duna Borrégió Borút Egyesület tagsága bővült, és a projektek hozzájárultak a térségi együtt gondolkodáshoz (Hajós–Bajai és Kunsági borvidék fejlesztése, vízi és egészségturizmus stb.).

**Következtetés:** a klaszter hosszú távú, önálló pénzügyi és szervezeti fenntarthatóságáról kevés nyilvános adat áll rendelkezésre. A működés láthatóan erősen projektalapú (IPA, majd más EU-projektek), és nincs egyértelmű bizonyíték arra, hogy a borút-menedzsment önálló, stabil desztinációmenedzsment-szervezetté vált volna a vármegyei TDM-struktúrák felett, a projekt finanszírozásáig élt az együttműködés.

## Márkaépítés és kommunikáció

**Értékelés: részben teljesült**

**Pozitívumok:**

- A dokumentumban tervezett közös márka és arculat létrejött: a „Danube Wine Route / Duna Borút” név, logó és vizuális világ megjelenik a hivatalos projektoldalon, kiadványokon, térképeken és a „Borba zárt napfény” kötetben.
- A Bács-Kiskun Vármegyei Önkormányzat hivatalos kommunikációjában a Duna Borút ma is kiemelt közös kezdeményezésként jelenik meg (pl. „Vajdaság” aloldal, turizmusfejlesztési tartalmak, identitásépítő kiadványok).

**Hiányosságok, elmaradások:**

- A stratégia egyik kiinduló problémája a Duna borrégió online jelenlétének rendezetlensége volt: a dbborut.hu domain nem a borúthoz kapcsolódó tartalmat közvetített. Ez a helyzet ma is fennáll: a domain különféle, turizmustól független reklámtartalmakat jelenít meg (befektetési arany, autóklíma, Kogwheel stb.), ami a márka szempontjából zavart kelt és reputációs kockázat.
- Bár létrejött a danubewineroute.com projektoldal, ez elsősorban információs, statikus jellegű; nyilvánosan elérhető adatok alapján nem beszélhetünk erős, folyamatosan frissített, többnyelvű fogyasztói márkafelületről, integrált foglalási funkciókkal és kiterjedt digitális kampányokkal.
- A szakirodalmi értékelések is azt hangsúlyozzák, hogy míg a borok minősége és a borvidékek potenciálja erős, a közösségi (borrégiós) marketing még mindig elmarad a lehetőségektől; sokkal kevésbé látható országos és nemzetközi szinten, mint például Villány vagy Tokaj.

**Következtetés:** a márka „technikai” létrehozása (név, logó, alapanyagok) és a projektkörnyezetben történő bevezetése megvalósult, a hosszú távú, erős, digitálisan is jelen lévő turisztikai–kulturális márkává válás azonban inkább részben, és egyenetlenül teljesült.

## Programok, rendezvények, élményportfólió

**Értékelés: nagymértékben / részben teljesült**

- A stratégia fontos eleme volt az élményalapú programportfólió kialakítása (Bács-Kiskun Megyei Bormustra, tematikus kóstolók, boros rendezvények, borhajó, bor- és gasztroesemények).
- Megvalósult és azóta is hivatkozott kezdeményezés a Bács-Kiskun Megyei Bormustra, amely a térség legjobb borait mutatja be exkluzív körülmények között, azonban csak 1 évvel élte túl a projektzárást.
- A Duna Borút projekt különlegessége lehetett volna a szerb partnerek által fejlesztett borhajó**,** amely a Duna magyar és szerb szakaszán szolgált borturisztikai platformként – ezt több forrás is kiemeli, a magyar–szerb turisztikai projektek hatásait összegző tanulmányok is, azonban ma már nem működik.

- A Duna Borrégió Borút Egyesület borászai rendszeresen megjelentek tematikus kóstolókon, fesztiválokon (pl. Kecskeméti Borháló kóstolósorozat, Nemzeti Regatta, különböző borfesztiválok), ami erősítette a borturisztikai kínálat élménydimenzióját.

**Következtetés:** kevés jel utal arra, hogy a stratégia által részletesen kidolgozott, több tematikus al-útvonal (csárdák, pincefalu, víz- és aktív turizmus, egyházi örökség stb.) egységes, csomagolt, előre foglalható termékportfólióként, Duna Borút márkanév alatt folyamatosan jelen lenne a piacon. A legtöbb élmény továbbra is helyi márkák (Hajósi Pincefalu, egyes borászatok, fesztiválok) alatt jelenik meg.

## Határmenti együttműködés és szinergiák

**Értékelés: nagymértékben teljesült**

- A Duna Borút projekt a magyar–szerb határ menti együttműködések egyik mintaprojektje lett: a szakirodalom szerint a borút, a borhajó, a Bormustra és a közös márka erősítették a határ két oldalán működő turisztikai szolgáltatók közötti kapcsolatrendszert.
- A Bács-Kiskun vármegye egészségturizmus-fejlesztési koncepciója kifejezetten hivatkozik a Duna Borút marketingstratégiájára mint olyan alapra, amely a bor- és egészségturisztikai termékek összekapcsolását, illetve a szerb–magyar kapcsolatok erősítését segíti.
- A vármegye hivatalos kommunikációja a Duna Borutat a Vajdasággal való együttműködés egyik kulcsprojektjeként tartja számon, a vármegye identitás- és imázsépítésében is megjelenik.

**Következtetés:** a határ menti kooperáció, a közös termékek és az intézményi kapcsolatok tekintetében a dokumentumban foglalt célok lényegében megvalósultak, és beépültek a vármegye további stratégiai gondolkodásába.

## Minősítési, védjegy- és monitorozási rendszer

**Értékelés: részben / korlátozottan teljesült**

- A stratégia célként fogalmazta meg egy borrégiós védjegy és minősítési rendszer kialakítását a borturisztikai szolgáltatók számára, valamint a hatások mérését szolgáló kontroll- és indikátorrendszert.
- A hatásvizsgálatok szerint a Duna Borút esetében a projektgazdák bizonyos indikátorok mentén mérték az eredményeket (kiadványok utánnyomása, új tagok belépése a Duna Borrégió Borút Egyesületbe, vendégszám- és vendégéjszaka-növekedés az érintett településeken).

**Ugyanakkor:**

- A stratégia által elképzelt, egységes borturisztikai minősítési/védjegyrendszer nem került teljes körűen bevezetésre a Duna Borút márkához kötve, és a piacon markánsan nem jelenik meg (pl. egységes logó a szolgáltatók bejáratán, minősítési kategóriák stb.).
- A kontroll- és monitoringrendszer a projektek zárásáig működött, de nem vált önálló, hosszú távon is fenntartott adatrendszerré, amelyet ma is rendszeresen használnak a vármegyei turizmusirányításban.

### Összegző értékelés Bács-Kiskun vármegye szempontjából

Összefoglalva, a dokumentumban foglalt fő célok teljesülése Bács-Kiskunban így írható le:

- **Tematikus borút és borturisztikai kínálat:**
  – a borút ténylegesen létrejött, Bács-Kiskun borvidékei erősen jelen vannak benne → nagymértékben teljesült.
- **Klaszter és menedzsment:**
  – a Duna Borrégió Borút Egyesület klaszterként működik, a projektben kulcsszereplő volt, tagbővüléssel és intézményi kapcsolatokkal → nagyrészt teljesült, de erősen projektfüggő.
- **Márka- és imázsépítés:**
  – létrejött a márka és alapvető arculata, a megyében használják; ugyanakkor a digitális márka-jelenlét széttartó, a dbborut.hu domain ma is irreleváns tartalmat közvetít, a fogyasztói szintű ismertség korlátozott → részben teljesült.
- **Programok, rendezvények, élmények:**
  – Bormustra, borhajó, tematikus kóstolók, fesztivál-megjelenések és kiadványok megvalósultak és ma is hivatkozott jó gyakorlatok → nagymértékben / részben teljesült.
- **Határmenti együttműködés, egészségturizmushoz kapcsolódás:**
  – a borút a magyar–szerb együttműködés emblematikus projektje lett, a vármegye egészségturisztikai koncepciójába is beépült → nagymértékben teljesült.
- **Minősítési, védjegy- és monitoring rendszer:**
  – részben léteznek indikátorok és visszamért hatások, de a stratégia által elképzelt egységes borút-minősítési rendszer piaci, látható megvalósulása korlátozott → részben / korlátozottan teljesült.

## 1.2.13 A Stratégiai javaslat Bács-Kiskun vármegye egészségturizmusának fejlesztésére című dokumentumban foglalt célok elérésének elemzése

A „Stratégiai javaslat Bács-Kiskun megye egészségturizmusának fejlesztésére” a HEALTH-TOUR (HUSRB/1602/31/0084) projekt egyik kulcsdokumentuma, amely a 2030-ig tartó időszakra jelöl ki irányokat. A koncepcióra, a SWOT-elemzésre és a megyei turizmusfejlesztési

tervre épít, és három szintű célrendszert határoz meg: átfogó célok, stratégiai célok/prioritások, és ezekhez rendelt specifikus célok.

## Átfogó célok – mit akart a vármegye elérni?

A stratégiai javaslat két nagy átfogó célt állít:

Az egyik, hogy Bács-Kiskun vármegye egészségturisztikai versenyképessége érdemben erősödjön. Ez a gyakorlatban azt jelenti, hogy a vármegye a már meglévő termál- és gyógyvizes adottságaira építve minőségi, magas hozzáadott értékű kínálatot hozzon létre. Ne csak arról szóljon a dolog, hogy van egy fürdő, ahová le lehet menni egy napra, hanem arról, hogy komplex élménycsomagok állnak rendelkezésre: hosszabb tartózkodás, magasabb költés, több szolgáltatás, kevesebb üresjárat a szezonban.

A másik átfogó cél ehhez szorosan kapcsolódik: a vármegye egészségturisztikai potenciáljának kibontása fenntartható módon. A dokumentum kifejezetten nem csak klasszikus gyógyturizmusban gondolkodik, hanem prevencióban, életmódprogramokban, medical és wellness szolgáltatások kombinációjában. Ide tartozik az is, hogy a turizmus ne csak gazdasági szempontból legyen sikeres, hanem a környezeti terhelés csökkenjen, a helyi közösségek pedig profitáljanak belőle.

**Mi valósult meg máig?**

A Tiszakécske–Lakitelek–Kiskunmajsa–Kiskunhalas–Kecskemét tengely ma is egyértelműen a vármegye „gerince” egészségturizmus szempontjából. A Barack Thermal Resort Tiszakécskén, a Hungarikum Liget Lakiteleken, a Jonathermál Kiskunmajsán vagy a Kecskeméti Fürdő energetikai fejlesztései hozzájárulnak a cél megvalósításához, ugyanakkora fejlesztések volumene és üteme nem elegendő a nagyobb magyarországi fürdődesztinációkkal való érdemi versenyre. A „teljes potenciál kibontása” még nem következett be. A fürdős desztinációk valóban fejlődtek, de a vármegye egészének pozicionálása, mint „egészségturisztikai régió” nem valósult meg.

## Első stratégiai cél: a vármegye egészségturisztikai vonzerejének javítása

**Az egészségturisztikai kínálat fejlesztése**

A dokumentum első nagy stratégiai célja, hogy javuljon a vármegye egészségturisztikai vonzereje. Ennek egyik konkrét, specifikus célja a kínálat fejlesztése. Ez a gyakorlatban azt jelenti, hogy a gyógy- és termálfürdők, wellness-szállodák, gyógyászati szolgáltatások színvonala emelkedjen, és ezek ne elszigetelt pontok legyenek, hanem csomagokba szervezett, célcsoportokra szabott termékek.

A javaslat azt írja elő, hogy a fürdők köré komplex szolgáltatási környezetet kell építeni: szállás, gasztronómia, programok, természeti és kulturális vonzerők, családi, szenior, aktív vagy medical fókuszú csomagok. Az a cél, hogy a vendég ne csak fürödni jöjjön le pár órára, hanem eltöltsön 3–5 napot, vagy akár hosszabb gyógykúrát, rekreációs időszakot is.

*Mi valósult meg?*

Ezen a téren látványos az előrelépés. Tiszakécskén a Barack Thermal Resort klasszikus példája annak, amit a dokumentum leír: hotel, apartmanok, kemping, gyógy- és élményfürdő, gyógyászati szolgáltatások, családi kínálat és csomagolt ajánlatok működnek együtt. Lakiteleken a Hungarikum Liget – a fürdő, a rekreációs és kulturális funkciók, a konferencia- és szálláskapacitások – ugyancsak pontosan az a komplexum, amit a stratégia célként kijelölt.

Kiskunmajsán a Jonathermál körüli fejlesztések, terveket tekintve pedig a kiskunhalasi fürdőfejlesztés és a csipkefürdő-projekt is ebbe az irányba mutat.

Ami viszont még hiányzik: a dokumentum egy vármegyei szintű, összehangolt csomagrendszert képzel el, ahol a fürdők, szállások, programok összekapcsolva jelennek meg (pl. közös kampányok, egységes egészségturisztikai termékcsalád). Ebből máig inkább a helyi, desztinációs szintű csomagok valósultak meg, mintsem egy egységes, vármegyei szintű „kirakat".

**Egészségturisztikai marketing fejlesztése**

A másik specifikus cél ennek a stratégiai blokknak az, hogy az egészségturizmus önállóan is láthatóvá váljon marketing szempontból. A dokumentum szerint egy egységes vármegyei egészségturisztikai marketingkoncepcióra van szükség, amely egyszerre támogatja a szolgáltatókat és vármegyei szinten is szervezi a kommunikációt.

*Mi valósult meg?*

A HEALTH-TOUR projekt keretében készült kiadványok, filmek, promóciós anyagok – például az „Életerő határok nélkül" jellegű tartalmak – kifejezetten ezt a célt szolgálták. A vármegye turisztikai anyagaiban az egészségturizmus mára önálló témaként jelenik meg, külön koncepcióval, önálló szövegezéssel.

Ami viszont hiányos: nem nagyon látható egy külön, önállóan is működő „megyei egészségturisztikai marketingstratégia", amely egy dokumentumba sűrítve, hosszú távon határozná meg az üzeneteket, célpiacokat, eszközöket. Inkább az történt, hogy az egészségturizmus „beleépült" a vármegye általános turisztikai marketingjébe, és a projektekhez kötve jelent meg erősebben.

**Együttműködés és szinergiák, különösen határ menti szinten**

Az első stratégiai cél harmadik specifikus célja arról szól, hogy a vármegye egészségturisztikai desztinációi egymással és a vajdasági partnerekkel is szorosabban működjenek együtt. A dokumentum egészségturisztikai fejlesztési övezetekről, zónákról beszél, amelyeknek saját profiljuk, saját arcuk van, de kapcsolódnak egymáshoz.

Ezen a téren a HEALTH-TOUR projekt jó alapot adott: közös magyar–szerb szakmai munka, közös kiadványok, közös marketing- és termékjavaslatok készültek. A vármegye fejlesztési anyagaiban az egészségturisztikai koncepció azóta is referenciaként jelenik meg, vagyis a gondolkodást sikerült beépíteni a vármegyei szintű stratégiákba.

Ugyanakkor az együttműködési zónák inkább szakmai háttéranyagként, „papíron" léteznek, mintsem erős, márkanévvel ellátott, intézményesült hálózatként. Vannak jó példák, de a

mindennapi működés szintjén még inkább a különálló desztinációk látszanak, nem egy tudatosan menedzselt, összefüggő zónarendszer.

## Második stratégiai cél: fenntartható egészségturisztikai működés

A dokumentum második nagy stratégiai célja az, hogy az egészségturizmus működése gazdasági, társadalmi és környezeti szempontból is fenntartható legyen.

### Gazdasági fenntarthatóság

Itt az a cél, hogy az egészségturisztikai szolgáltatások ne „támogatásból éljenek", hanem hosszú távon is életképesek legyenek: megfelelő kihasználtság, magasabb költés, új munkahelyek, stabil bevételek.

A fürdő- és szállásfejlesztések alapján jól látszik, hogy a vármegye ezt a célt komolyan vette. A nagyobb beruházások (Tiszakécske, Lakitelek, Kiskunmajsa, Kecskemét, tervezetten Kiskunhalas) éppen azt célozzák, hogy a szolgáltatások komplexebbek, a tartózkodási idők hosszabbak, a bevételek pedig magasabbak legyenek. A vendégforgalom adatai szerint ez nem csak „remény", hanem valós tendencia: a termálfürdős települések forgalma nem esett szét, hanem stabilan tartja magát, sőt jellemzően nőtt.

### Társadalmi fenntarthatóság

A dokumentum társadalmi fenntarthatóság alatt azt érti, hogy a helyi lakosság is nyertes legyen: elérhesse a szolgáltatásokat, azonosulni tudjon velük, és az egészségturizmus erősítse az egészségtudatosságot.

A gyakorlatban ez ma több helyen látszik: gyermek-, nyugdíjas- vagy helyi kedvezmények, bérletek, helyi programok, a „megyebelieknek szóló" ajánlatok a nagy fürdőkben. Ezekkel együtt azonban a társadalmi fenntarthatóság nem vált vármegyei szinten tudatosan menedzselt programmá – inkább települési szintű gyakorlatok sokaságáról beszélhetünk, amelyek jól illeszkednek a dokumentum szellemiségéhez, de nincsenek vármegyei ernyő alá húzva.

### Környezeti fenntarthatóság

A környezeti fenntarthatóság résznél a dokumentum olyan kérdésekről beszél, mint a termálvíz-használat hatékonysága, a fürdők energiafelhasználása, a környezetterhelés csökkentése, a hulladékkezelés és a vízvédelem.

Itt már konkrét, jó példák is vannak: a Kecskeméti Fürdő geotermikus és távhőre alapuló energiaellátása, a gyógyvizek fűtési célú hasznosítása Tiszakécskén, vagy más energetikai korszerűsítések mind ebbe az irányba mutatnak. Látszik, hogy a nagyobb beruházásoknál ma már természetes, hogy „zöld" szempontok is megjelennek a tervezésben.

Ami hiányzik, az egy egységes vármegyei „zöld-keret" az egészségturisztikai szolgáltatóknak: nincs alkalmazott fenntarthatósági standard, hanem inkább országos keretekhez (jogszabályok, energetikai pályázatok) igazodnak a szereplők.

### Biotermelők bekapcsolása

A stratégia külön kiemeli, hogy az egészségturizmushoz logikusan kapcsolható a helyi biotermelők, egészségtudatos élelmiszer-előállítók, kézművesek világa. Ideális esetben a fürdő- és gyógyhelyek kínálatában megjelennek a helyi bioélelmiszerek, tematikus programok, vásárok, gasztroesemények.

Ezen a területen ma inkább jó példákat, mint rendszert látunk: egyes bor- és gasztroprogramok, helyi termékes vásárok, hungarikumokra épülő kínálat kapcsolódik az egészségturizmushoz, de egy egységes, vármegyei szinten menedzselt „bio–egészségturizmus hálózat" még biztosan nincs kialakulva. Ez a következő stratégiai időszak egyik nagy lehetősége.

## Harmadik stratégiai cél: a minőségi egészségturizmus feltételeinek megteremtése

A harmadik stratégiai cél arra koncentrál, hogy meglegyenek azok a háttérfeltételek – infrastruktúra, jogi és finanszírozási környezet, humán erőforrás és kutatás –, amelyek nélkül a minőségi egészségturizmus nem tud működni.

### Infrastruktúra

Az infrastruktúra alatt nemcsak az új medencéket érti a dokumentum, hanem minden olyan elemet, amely a vendég kényelmét szolgálja: szálláshelyek, parkolás, közlekedési kapcsolatok, településkép, sétányok, zöldfelületek.

Itt Bács-Kiskun kifejezetten sokat lépett előre: a fürdők környezetében egyre inkább megjelennek a rendezett városközpontok, sétányok, új szálláshelyek. Lakitelek, Tiszakécske, Kiskunmajsa vagy Kecskemét környezetében a turisztikai infrastruktúra minősége ma már messze nem az, ami tíz évvel ezelőtt volt. A vendégforgalmi adatok azt jelzik, hogy a piac visszaigazolta ezeket a beruházásokat.

### Jogi feltételek és minősítések

A stratégia beszél arról is, hogy szükség lenne kedvezőbb adózási környezetre, támogató szabályozásra, és a gyógyhely-, illetve fürdőminősítések támogatására. Ez a terület ugyanakkor túlnyomórészt országos hatáskör: vármegyeszinten legfeljebb érdekérvényesítés történhet.

Az látszik, hogy Bács-Kiskun több minősített gyógyfürdővel és gyógyhellyel rendelkezik, de ezek minősítése, megújítása, szabályozása nem vármegyei, hanem országos döntésekhez kötődik. A stratégiai javaslat itt inkább iránytű, mint közvetlen döntési eszköz volt.

### Humán erőforrás

A dokumentum tisztán látja, hogy minőségi egészségturizmus nincs jól képzett szakemberek nélkül – az orvosi és gyógyászati személyzettől a wellness-trénereken át a front office dolgozókig. Képzésekről, továbbképzésekről, szakmai workshopokról beszél.

Ennek egy része megvalósult: a projektek keretében konferenciák, tréningek, tudásmegosztó események zajlottak, a fürdők és gyógyászatok pedig folyamatosan keresik és képzik a szakembereket. Ugyanakkor ma sem beszélhetünk egységes, vármegyei szinten felépített „egészségturisztikai képzési rendszerről" – a fejlődés inkább intézményi és projektalapon ment végbe.

### Kutatás, adatbázisok, monitoring

Végül a stratégia kitér arra is, hogy a fejlesztések megalapozásához és nyomon követéséhez erős kutatási háttérre és adatbázisokra van szükség. Ezért készült maga a stratégiai javaslat is: megalapozott helyzetelemzésre, célcsoport-analízisre, SWOT-ra támaszkodva.

Az anyag elkészülése után Bács-Kiskun egészségturizmusa valóban felkerült a szakmai térképre: országos tanulmányok hivatkoznak a vármegye fejlesztéseire, és a most készülő, új vármegyei turizmusstratégia is ezekre a szakmai alapokra tud építeni. A következő lépés ugyanakkor egy folyamatos, digitális monitoringrendszer lenne, ahol nemcsak egyszeri tanulmányok születnek, hanem az indikátorok (forgalom, bevétel, terhelés, elégedettség) folyamatosan láthatók.

## Mit ért el a stratégiai javaslat a gyakorlatban?

Ha a dokumentum logikáját végig követjük, az látszik, hogy:

- Az irányok helyesek voltak. Az egészségturizmus ma valóban a vármegye egyik fő turisztikai pillére, és a nagyobb fejlesztések kifejezetten azt valósították meg, amit a stratégia javasolt: komplex, magasabb hozzáadott értékű kínálatot a fő fürdős desztinációkban.
- A kínálatfejlesztés és az infrastruktúra terén látjuk a legtöbb kézzelfogható eredményt. A fürdők, a hozzájuk kapcsolódó szállások és a települési környezet jelentősen javult, a gazdasági fenntarthatóság irányába elmozdulás egyértelmű.
- A marketing, a zónarendszer, a biotermelők bekapcsolása és a társadalmi fenntarthatóság inkább részben teljesült. Sok a jó példa, de kevés a tudatosan felépített, vármegyei szintű keret.
- A kutatás és a szakmai tudás megerősítése sikeres volt, de a folyamatos monitoring még hiányzik.

A 2026–2040-es turisztikai stratégia szempontjából ez azt jelenti, hogy nem újra kell feltalálni az egészségturizmust, hanem a már működő fejlesztéseket kell rendszerszinten összekötni, és a „kemény” beruházások mellé oda kell tenni azokat a „puha” elemeket – valódi vármegyei márka, fenntarthatósági és akadálymentesítési standardok, digitális monitoring, biotermelők integrációja –, amelyek a következő másfél évtizedben minőségi ugrást tudnak hozni.

## Áttekintő táblázat a stratégiában foglalt célok teljesüléséről

Az alábbi áttekintő táblázat összefoglalja az egészségturisztikai stratégiai javaslatban meghatározott célok teljesülését 2025-ig, kiemelve azok tartalmát és megvalósulásának mértékét. A táblázat célja, hogy átlátható képet adjon a stratégiai célrendszer eredményeiről, valamint az egyes célokhoz kapcsolódó tapasztalatokról és példákról.

**Bács-Kiskun vármegye egészségturizmusának fejlesztésére vonatkozó stratégiai javaslat megvalósulása 2025-ig**

| Cél szintje | Cél kódja | Cél megnevezése | Cél tartalma röviden | Megvalósulás 2025-ig | Példák / megjegyzés |
|---|---|---|---|---|---|
| Átfogó cél | Á1 | Megye egészség-turisztikai versenyképességének erősítése | Minőségi, magas hozzáadott értékű egészségturisztikai kínálat, hosszabb tartózkodási idő, magasabb költés, erősebb piaci pozíció | **Jelentős részben megvalósult** | Kulcsfürdők és komplexumok (Barack Resort, Hungarikum Liget, Jonathermál) fejlesztése, stabil vagy növekvő vendégforgalom; ugyanakkor a vármegye szintű „egészség-régió" pozícionálás még nem teljes. |
| Átfogó cél | Á2 | Egészség-turisztikai potenciál kibontása fenntartható módon | Termál- és gyógyvízre épülő, prevenciós, életmód- és medical wellness kínálat bővítése, gazdasági–társadalmi–környezeti fenntarthatóság erősítése | **Részben megvalósult** | Komplex fejlesztések (Lakitelek, Tiszakécske, Kiskunmajsa), energetikai korszerűsítések; fenntarthatóság vármegyei szintű keretrendszere még hiányzik. |
| Stratégiai cél 1 | S1 | A megye egészség-turisztikai vonzerejének javítása | Fürdők, szállások, szolgáltatások minőségi fejlesztése, élménygazdag, vonzó kínálat | **Jelentős részben megvalósult** | Fürdő- és szállásfejlesztések, településközpontok megújulása a fő desztinációkban; a vonzerő még erősen néhány zászlóshajóhoz koncentrálódik. |
| Specifikus cél | S1.1 | Egészség-turisztikai kínálat fejlesztése | Gyógy- és termálfürdők, wellness-szállodák, gyógyászati szolgáltatások bővítése; pontszerű elemek csomaggá szervezése | **Jelentős részben megvalósult** | Barack Resort, Hungarikum Liget, Jonathermál komplex kínálata; vármegyei szintű, egységes csomagstruktúra még inkább hiányzik. |

| Cél szintje | Cél kódja | Cél megnevezése | Cél tartalma röviden | Megvalósulás 2025-ig | Példák / megjegyzés |
|---|---|---|---|---|---|
| Specifikus cél | S1.2 | Egészség-turisztikai marketing fejlesztése | Szolgáltatók marketingjének támogatása, egységes megyei egészségturisztikai kommunikáció | **Részben megvalósult** | HEALTH-TOUR kiadványok, filmek, közös anyagok; egészségturizmus önállóan megjelenik, de külön, hosszú távú vármegyei marketingstratégia csak részben körvonalazódik. |
| Specifikus cél | S1.3 | Desztinációk együttműködése, szinergiák, nemzetközi kapcsolatok | Egészségturisztikai zónák, határ menti együttműködések (pl. Vajdasággal) erősítése | **Részben megvalósult** | HEALTH-TOUR közös magyar–szerb projekt, szakmai anyagok; zónarendszer inkább szakmai háttérként létezik, kevésbé intézményesült hálózatként. |
| Stratégiai cél 2 | S2 | Fenntartható egészség-turisztikai működés | Gazdasági, társadalmi és környezeti fenntarthatóság biztosítása | **Vegyes, többnyire részben megvalósult** | Gazdasági és részben környezeti szempontból erősödés, társadalmi és biotermelő-integráció inkább szigetszerű. |
| Specifikus cél | S2.1 | Gazdasági fenntarthatóság | Méretgazdaságos, hosszú távon fenntartható működés, több munkahely, nagyobb bevétel | **Jelentős részben megvalósult** | Fürdős települések forgalma stabil/növekvő, nagy fejlesztések (Lakitelek, Tiszakécske, Kiskunmajsa) hosszú távú működésre tervezve. |
| Specifikus cél | S2.2 | Társadalmi fenntarthatóság | Helyi lakosság bevonása, hozzáférés a szolgáltatásokhoz, egészségtudatosság erősítése | **Részben megvalósult** | Helyi bérletek, kedvezmények, lakossági használat több fürdőben; vármegyei szintű, egységes társadalmi program nincs. |

| Cél szintje | Cél kódja | Cél megnevezése | Cél tartalma röviden | Megvalósulás 2025-ig | Példák / megjegyzés |
|---|---|---|---|---|---|
| Specifikus cél | S2.3 | Környezeti fenntarthatóság | Termálvíz- és energiahasználat környezettudatos kezelése, terhelés csökkentése | **Részben megvalósult, jó példákkal** | Kecskeméti Fürdő geotermikus/távhő rendszere, energiatakarékos megoldások; vármegyei szintű „zöld standard” hiányzik. |
| Specifikus cél | S2.4 | Biotermelők integrálása | Helyi bio- és egészségtudatos termelők bevonása az egészségturisztikai kínálatba | **Korlátozottan megvalósult** | Vannak helyi jó példák (bor, gasztro, hungarikumok), de nincs kiépített vármegyei hálózat vagy brand. |
| Stratégiai cél 3 | S3 | A minőségi egészségturizmus feltételeinek megteremtése | Infrastrukturális, jogi, humán és kutatási feltételek biztosítása | **Részben megvalósult** | Infrastrukturális feltételek sokat javultak; jogi, HR és kutatási oldal vegyes eredménnyel. |
| Specifikus cél | S3.1 | Infrastruktúra fejlesztése | Fogadóképesség (szállás, közlekedés, környezet) fejlesztése az egészségturisztikai desztinációkban | **Jelentős részben megvalósult** | Új/megújult szállások, fürdőt tágabban kiszolgáló települési fejlesztések (sétányok, közterek, parkolás). |
| Specifikus cél | S3.2 | Jogi, adózási feltételek, minősítések | Kedvezőbb szabályozási környezet, gyógyfürdő- és gyógyhely-minősítések támogatása | **Részben, főként országos szinten** | A vármegye alkalmazkodik az országos keretekhez; helyi szinten nincs önálló szabályozási eszköztár. |
| Specifikus cél | S3.3 | Humán erőforrás fejlesztése | Egészségturisztikai humánerőforrás képzése, továbbképzése, vendégközpontúság erősítése | **Részben megvalósult** | Projektszintű tréningek, konferenciák; intézményi HR-fejlesztés létezik, de nincs egységes vármegyei képzési rendszer. |

| Cél szintje | Cél kódja | Cél megnevezése | Cél tartalma röviden | Megvalósulás 2025-ig | Példák / megjegyzés |
|---|---|---|---|---|---|
| Specifikus cél | S3.4 | Kutatási háttér, monitoring | Egészségturisztikai kutatások, adatbázisok, indikátorrendszer megerősítése | **Jelentős részben megvalósult, de nem folyamatosan** | Elkészült a koncepció és stratégiai javaslat, bekerült a vármegyei stratégiákba; folyamatos, digitális monitoringrendszer még nincs kiépítve. |

*Forrás: Saját szerkesztés*

### 1.2.14 Az EuroVelo 13 nemzetközi kerékpáros útvonal Bács-Kiskun vármegyei szakaszának fejlesztési stratégiájában foglalt célok elérésének vizsgálata

Az EuroVelo 13 Bács-Kiskun vármegyei szakaszának fejlesztési stratégiája alapvetően három nagy cél köré épül:

- összefüggő, biztonságos kerékpáros hálózat kialakítása,
- kerékpárosbarát szolgáltatási rendszer kiépítése (különösen a Felső-Bácska–Homokhát Natúrparkra támaszkodva),
- az útvonal láthatóvá tétele információval, marketinggel, és a multimodális megközelíthetőség javítása.

Mára a nyomvonal kijelölése, a gerinchálózat megteremtése, a natúrpark létrejötte és a kulcsfogadóhelyek fejlesztése szintjén a stratégia céljai döntően teljesültek. A kerékpárosbarát szolgáltatói hálózat, az egységes információs és marketingrendszer, valamint a multimodális kapcsolatok terén jelentős előrelépés történt, de az eredeti ambíciókhoz képest még részben teljesült állapotot látunk. Az EV13 Bács-Kiskun vármegyei szakasza ma menetkész, turisztikailag használható gerinc, de több szakaszon még nem éri el azt a minőséget (szétválasztott infrastruktúra, egységes szolgáltatási és információs háttér), amelyet a fejlesztési stratégia ideális célként megfogalmazott.

A 2026–2040 közötti új vármegyei turisztikai stratégia szempontjából az EV13-stratégia tapasztalataiból az látszik, hogy a fizikai gerinchálózat és a zászlóshajó-projektek sikeresen létrejöttek, a következő időszak fő feladata pedig az lesz, hogy a minőség, a szolgáltatói hálózat és a márkaépítés szintjén is egységes, nemzetközi szinten versenyképes, „teljes élményláncot” biztosító útvonal jöjjön létre.

## Összefüggő, biztonságos kerékpárhálózat

**Mit tűzött ki a stratégia?**

A dokumentum a vármegyei kerékpáros stratégia és a Komplex Kerékpáros Program 2014–2020 jövőképére épít: az EuroVelo, az országos és vármegyei jelentőségű útvonalak mentén egységes, összefüggő kerékpárforgalmi hálózat kialakítását célozza. Ennek része:

- a Bács-Kiskun vármegyei EV13 fő nyomvonal pontosítása (Nagybaracska–Kelebia szakasz),
- a hiányzó hálózati elemek pótlása, a forgalmas közutak melletti szakaszokon a kerékpáros és gépjárműforgalom szétválasztása,
- a kerékpáros túraútvonalak kijelölése és kapcsolódás biztosítása más EuroVelo útvonalakhoz, a vasúthoz és a távolsági közlekedéshez.

A jövőkép szerint a kerékpár a megyében továbbra is kiemelkedően népszerű közlekedési eszköz és a szabadidős, turisztikai kerékpározás még fontosabb szerepet kap.

**Mi valósult meg?**

- 2018–2020 között megvalósult a „Az Eurovelo 13 kerékpáros útvonal és környezetének ökoturisztikai fejlesztése” (TOP-1.2.1-16-BK2-2017-00001) című projekt, közel 200 millió Ft támogatással.

- A projekt célja kifejezetten a Nagybaracska–Kelebia közti szakasz láthatóvá tétele és a Felső-Bácska–Homokhát Natúrpark ökoturisztikai fejlesztése volt. A projekthez kapcsolódó dokumentumok alapján a beruházások érintették a nyomvonal menti fogadási feltételeket (épületfejlesztés, látogatóközpont, infrastrukturális elemek).

- Egyes legkritikusabb „szakadási pontokra” – például a Madaras és Bácsalmás közötti mintegy 1,5 km-es szakaszra – külön projektek is rámutattak, mint kiemelt fejlesztési igényre, ami jelzi, hogy a hiányzó elemek pótlása szerepelt a beavatkozások között.

- Országos szinten 2010-es évek végétől jelentősen bővült a kerékpáros infrastruktúra: nagyságrendileg 1.850 km kerékpárút és 2.500 km kijelölt útvonal épült vagy került kijelölésre, ami az EuroVelo útvonalakra – köztük az EV13-ra – is hatással volt.

Ugyanakkor:

- Az EuroVelo hivatalos oldalán a magyar–szerb szakasz ma is „under development” minősítéssel szerepel, vagyis a nyomvonal ugyan bejárható, de több helyen forgalmas közúton, további fejlesztési igénnyel.

**Értékelés:**

A stratégia alapcélja – egy összefüggő, bejárható EV13 nyomvonal kijelölése Bács-Kiskunban – jelentős részben teljesült: a vármegyei szakasz létezik, a nyomvonal kijelölt, és célzott projektek foglalkoztak a kritikus szakaszokkal. Ugyanakkor a dokumentumban megfogalmazott, mindenhol magas komfortú, a gépjárműforgalomtól tartósan elválasztott infrastruktúra csak részben valósult meg; a közúton vezetett, forgalmas szakaszok továbbra is kihívást jelentenek, így a biztonság és a „családbarát” használhatóság még fejlesztendő terület.

## Kerékpárosbarát szolgáltatási rendszer és a Natúrpark szerepe

**Mit tűzött ki a stratégia?**

A stratégia második kiemelt célja a **kerékpárosbarát szolgáltatási rendszer** kiépítése:

- kerékpárbérlés, szerviz,
- kerékpárosbarát szálláshelyek, vendéglátóhelyek, fesztiválhelyszínek,
- alap infrastruktúra (vízvételi pontok, pihenőhelyek, esőbeállók),
- a helyi turisztikai szereplők bekapcsolása a kínálatba.

Kiemelt hangsúlyt kap a Felső-Bácska–Homokhát Natúrpark, amely számára az EV13 egy olyan „gerincútvonal", amelyre hálózatosan felfűzhetők a térség természeti és kulturális értékei, alternatív útvonalakkal, körtúrákkal, és ezzel a látogatószám, a tartózkodási idő és a turisztikai költés növelése a cél.

**Mi valósult meg?**

- A már említett TOP-1.2.1 projekt keretében Kelebián, Tompán és Bácsalmáson
- látogatóközpont és többfunkciós bemutatótér kialakítása,
- kapcsolódó épületállomány turisztikai-kulturális célú fejlesztése,
- komplex turisztikai, információs és látogatómenedzsment szolgáltatások (pl. táblázás) létrehozása történt.
- A projekt várható eredményeként a vármegyei önkormányzat is a turisztikai vonzerő és a turisztikai költés növekedését, valamint a szezonalitás csökkenését jelöli meg, ami jól illeszkedik a stratégiában megfogalmazott célokhoz.
- A natúrpark intézményesült, és saját kommunikációjában hangsúlyosan megjelenik a fenntartható turizmus és a kerékpározás, mint kiemelt funkció.

**Értékelés:**

A kulcshelyszínekhez kapcsolódó fogadóinfrastruktúra és interpretáció (látogatóközpont, bemutatótér, pihenőpont) lényegében megvalósult, és a natúrpark létrejötte is pontosan azt a szerepet tölti be, amit a stratégia vizionált: a térség ökoturisztikai keretévé vált.

Ugyanakkor a dokumentum által célzott, a teljes nyomvonalra kiterjedő, sűrű, egységesen azonosítható „kerékpárosbarát szolgáltatói hálózat" (szállás, vendéglátás, bérlés, szerviz, tematikus megállópontok) inkább részben rajzolódik ki: a beruházások koncentráltan jelentek meg néhány csomóponton, míg a kisebb településeken a kínálat sokkal széttagoltabb, és kevésbé egységesen kommunikált. Erre a 2026–2040-es időszakban célszerű külön fejlesztési fókuszt tenni.

## Információ, útirányjelzés, marketing

**Mit tűzött ki a stratégia?**

A dokumentum külön fejezetet szentel az útirányjelző és információs rendszernek:

- a teljes Bács-Kiskun vármegyei EV13-szakasz és a kapcsolódó hálózat kitáblázása,
- az útirányjelző és megerősítő táblák egységes rendszere,
- az EuroVelo irányelvek és a „Bejárható Magyarország Arculati Alapvetés" követése,
- információs táblák elhelyezése a fontosabb pontokon,
- nyomtatott és online **t**érképek, útvonaltervezés és -követés támogatása.

Ezzel párhuzamosan operatív cél a „szabadidős, turisztikai célú kerékpározást erősítő információ és marketing": rendezvények, kampányok, célcsoport-specifikus kommunikáció az EV13-ra és a natúrparkra építve.

**Mi valósult meg?**

- A vármegyei fejlesztési projekt célja kifejezetten az EV13-szakasz „láthatóvá tétele", és a projektleírás szerint komplex turisztikai és információs szolgáltatások jöttek létre, illetve az EV13 Bács-Kiskun szakaszáról külön térkép készítése is tervben volt.
- Az EV13 stratégiáról és megvalósításáról készült Mobilissimus-összefoglaló is kiemeli, hogy a fejlesztési stratégia nemcsak a nyomvonalat és az infrastrukturális beavatkozásokat, hanem a multimodális megközelíthetőséget, az információs rendszert, a kapcsolódó szolgáltatásokat, a fenntartást és a marketinget is lefedi – vagyis ezek a szempontok szakmailag előkészítésre kerültek.
- Az EV13 ma már szerepel a nemzetközi és a magyar EuroVelo-felületeken, ami a láthatóság szempontjából előrelépés, ugyanakkor a magyar–szerb szakasz „under development" státusza és a mozaikos online tartalom azt jelzi, hogy az egységes, teljesen kiforrott kommunikáció még nem tekinthető lezártnak.

**Értékelés:**

Az információs és marketingcélok alapjai megvalósultak:

- elkészült a fejlesztési stratégia,
- létrejött a vármegyei projekt információs komponense,
- az útvonal felkerült a nemzetközi kommunikációs térképre.

Ugyanakkor az a szintű, minden településre és szolgáltatóra kiterjedő, erős és következetes „EV13 Bács-Kiskun" márka, amelyet a dokumentum sugall, jelenleg még csak részben érzékelhető. A nemzetközi honlapokon a szakasz részben fejlesztés alattiként jelenik meg, a digitális útvonaltervezés és a lokális kínálat integrált, többnyelvű bemutatása pedig még fejlesztendő terület.

## Kapcsolódó hálózat, túraútvonalak, multimodális megközelíthetőség

**Mit tűzött ki a stratégia?**

A 3. fejezet részeként a dokumentum hangsúlyozza, hogy az EV13-nak hálózatosan kell működnie:

- kapcsolódó útvonalhálózat és körtúrák kialakítása,
- a Duna, a határ menti települések és a natúrpark értékeinek elérhetővé tétele kitérő útvonalakkal,
- a vasút és az autóbusz – ahol lehetséges kerékpárszállítással – bevonása a megközelítésbe,
- parkolási lehetőségek, kerékpárszállító járművek és csomóponti megoldások vizsgálata.

**Mi valósult meg?**

- A Bács-Kiskun vármegyei kerékpáros stratégia és hálózati terv már rendszerben kezeli az EV13-at mint vármegyei gerincútvonalat, és kijelöli a kapcsolódó fő és mellékútvonalakat – a hálózati gondolkodás tehát megjelent.
- A natúrparkban és a határ menti térségben több projekt (pl. a TOP-1.2.1 és kapcsolódó fejlesztések) kifejezetten arra irányult, hogy a határ menti, perifériku s térségek is felkerüljenek a turizmus térképére, és a bácskai települések is kapcsolódjanak a kínálathoz.
- Országos szinten – bár nem kifejezetten Bács-Kiskunra lebontva – a kerékpárutak és kijelölt útvonalak bővülése, valamint a „Bringázni élmény” és más nemzeti programok mutatják, hogy a hálózatos szemlélet megerősödött, és az EuroVelo-ágak is jobban beágyazódtak a rendszerbe.

**Értékelés:**

A hálózati gondolkodás és a tervezési szintű integráció (vármegyei kerékpáros stratégia, natúrpark, TOP-projektek) teljesült, ugyanakkor a gyakorlati, minden elemében működő multimodális megközelíthetőség (kerékpárszállítás egységes feltételekkel, csomóponti szolgáltatások, jól kommunikált körtúrák) inkább részben valósult meg, és jelenleg inkább pontszerű jó gyakorlatokként, mintsem teljes rendszerként látható.

## Fenntartás, szervezeti háttér

**Mit tűzött ki a stratégia?**

A fejlesztési stratégia a nyomvonal, az infrastruktúra és a szolgáltatások mellett javaslatokat fogalmaz meg a fenntartásra, üzemeltetésre és a marketing hosszú távú menedzsmentjére is – vagyis arra, hogy legyen felelős szereplő, aki a hálózatot, táblarendszert, információt folyamatosan karbantartja.

**Mi valósult meg?**

A TOP-1.2.1 projekt lezárult, és 2025-ben már a **4. fenntartási jelentés** készült el, ami azt jelzi, hogy a fizikai beruházásokhoz kapcsolódó monitoring és fenntartási kötelezettségek teljesítése folyamatban van. A vármegyei önkormányzat szerepe, mint kedvezményezett és koordinátor, a fejlesztési és fenntartási időszakban is jól azonosítható, ami a szervezeti háttér szempontjából erős alap.

**Értékelés:**

Formálisan a fenntartási kötelezettségek teljesítéséhez szükséges projektszintű szervezeti háttér létrejött, és működik (fenntartási jelentések, vármegyei koordináció). Ugyanakkor a EuroVelo-hálózatban elvárt, hosszú távon is jól látható, dedikált „route manager" struktúra – külön a Bács-Kiskun vármegyei szakaszra – a nyilvános források alapján nem rajzolódik ki egyértelműen; ez jövőben tisztázandó feladat lehet.

### 1.2.15 A Bács-Kiskun vármegyei kerékpáros stratégia - Vármegyei kerékpárforgalmi főhálózati terv stratégiája című dokumentumban foglalt célok elérésének elemzése

A Bács-Kiskun vármegyei kerékpáros stratégia – Vármegyei kerékpárforgalmi főhálózati terv célja, hogy hosszú távra kijelölje a vármegye kerékpáros közlekedésének és kerékpáros turizmusának fő irányait, és egy olyan főhálózatot határozzon meg, amelyre a jövő fejlesztései biztonsággal ráépíthetők (Bács-Kiskun Vármegyei Önkormányzat, 2023).

A dokumentum két nagy ambíciót fogalmaz meg:

- a kerékpár váljon a mindennapi közlekedés természetes eszközévé,
- a vármegye pedig jól bejárható kerékpáros turisztikai régióként jelenjen meg, ahol a főbb turisztikai célpontok autó nélkül is elérhetők (Bács-Kiskun Vármegyei Önkormányzat, 2023; Mobilissimus, n.d.).

A stratégia illeszkedik az országos Nemzeti Kerékpáros Stratégiához, amely 2030-ra a kerékpárosbarát közlekedés és turizmus erősödését tűzi ki célul (Gertheis, 2023).

A stratégia jó irányokat jelöl ki, és szorosan illeszkedik az országos szakpolitikai és módszertani keretekhez (Gertheis, 2023; Magyar Mérnöki Kamara, 2021). A mindennapi kerékpározás terén a dokumentum már konkrét projektek hátteréül szolgál, de a teljes, biztonságos főhálózat kiépítése még folyamatban van (Bács-Kiskun Vármegyei Önkormányzat, 2023; Pályázat.gov.hu, n.d.). A kerékpáros turizmus fejlesztésében Bács-Kiskun jelen van a rendszerben, de még nem „zászlóshajó" desztináció; a 2026–2040-es időszak fő feladata a szolgáltatói hálózat, a termékfejlesztés és a márkaépítés lesz (Mobilissimus, n.d.; European Cyclists' Federation, n.d.).

## Mindennapi kerékpározás: elindult, de még nem teljes

A stratégia egyik pillére a mindennapi kerékpáros közlekedés: a cél az, hogy egy összefüggő, biztonságos vármegyei főhálózat kösse össze a településeket, járásközpontokat, iskolákat és munkahelyeket (Bács-Kiskun Vármegyei Önkormányzat, 2023).

Ennek érdekében a dokumentum:

- részletesen felméri a meglévő hálózatot és annak állapotát,
- azonosítja a hiányzó vagy balesetveszélyes szakaszokat,
- és prioritási listát ad a fejlesztendő elemekről (Mobilissimus, n.d.; Gertheis, 2023).

A megvalósítás ma ott tart, hogy a főhálózati terv valós hivatkozási alap: több támogatott kerékpárút-projekt adatlapján kifejezetten szerepel, hogy a fejlesztés a vármegyei kerékpárforgalmi főhálózati tervben jelölt nyomvonal része (pl. Nemesnádudvar–Sükösd projekt) (Pályázat.gov.hu, n.d.).

Ugyanakkor a teljes, biztonságos, mindenhol szétválasztott főhálózat még nem épült ki: sok helyen továbbra is forgalmas közúton, vegyes forgalomban kell tekerni, és a minőség településenként erősen változó (Magyar Mérnöki Kamara, 2021).

**Összefoglalva:** a célrendszer és a tervezési háttér stabil, a stratégia alapján már konkrét fejlesztések indultak, de a mindennapi kerékpározást támogató folytonos és egységesen biztonságos főhálózat még csak részben valósult meg.

## Kerékpáros turizmus: jelenlét a térképen, de még formálódó márka

A másik fő cél az, hogy Bács-Kiskun vármegye felkerüljön a kerékpáros turizmus térképére, és a vármegye aktív turisztikai célpontjai – például fürdővárosok, natúrparkok, folyómenti térségek – kerékpárral is kényelmesen bejárhatók legyenek (Bács-Kiskun Vármegyei Önkormányzat, 2023).

A stratégia erre építve integrálja:

- az EuroVelo 11 és 13 útvonalakat,
- a Duna- és Tisza-menti útvonalakat,
- valamint a már meglévő vármegyei és helyi kerékpáros fejlesztéseket, különösen a Felső-Bácska–Homokhát Natúrpark ökoturisztikai kínálatát (Mobilissimus, n.d.; Gertheis, 2023).

Az elmúlt években a vármegye valóban előrelépett:

- több ponton csatlakozik az országos kerékpárút-törzshálózathoz,
- az EuroVelo 13 vármegyei szakaszára külön fejlesztési stratégia és TOP-projekt épült,
- a vármegye turizmusfejlesztési oldalán a kerékpáros projekteket külön is kiemelik (Bács-Kiskun Vármegyei Önkormányzat, 2023; Mobilissimus, n.d.).

Ezzel együtt az EuroVelo 13 magyar–szerb szakasza a nemzetközi nyilvántartásban továbbra is „under development” státuszban van, vagyis a nyomvonal több helyen még nem éri el a kívánt szolgáltatási és infrastruktúra-minőséget (European Cyclists’ Federation, n.d.).

Röviden: a vármegye ma már jelen van a kerékpáros turizmus térképén, de még nem beszélhetünk erős, országosan ismert „kerékpáros Bács-Kiskun” márkáról; ehhez egységesebb szolgáltatói hálózat és célzottabb marketing szükséges.

### Infrastruktúra, szolgáltatások és társadalmasítás

A stratégia hangsúlyozza, hogy a kerékpárosbarát vármegye nem csak kerékpárutakat jelent, hanem pihenőhelyeket, esőbeállókat, ivókutakat, e-bike töltőket, információs pontokat és biztonságos csomópontokat is (Bács-Kiskun Vármegyei Önkormányzat, 2023). Ezekből több elem már korábbi projektekben (pl. EuroVelo 13 ökoturisztikai fejlesztéseiben) megjelent, de a teljes vármegyére kiterjedő, egységes minőségű hálózat még nem alakult ki; ma inkább szigetszerű jó gyakorlatokról beszélhetünk (Mobilissimus, n.d.). Pozitívum, hogy a vármegyei kerékpáros stratégia széles körű társadalmasítással készült: 2412 lakossági kérdőívet dolgoztak fel, és 31 beérkezett módosító javaslatot építettek be (Bács-Kiskun Vármegyei Önkormányzat, 2023).

Ez azt jelenti, hogy a dokumentum nem „íróasztalfiók-stratégia”, hanem olyan keret, amelyet a helyi közösségek és a szakmai szereplők is magukénak érezhetnek. A vármegyei közgyűlés egyhangú elfogadása ugyanezt a legitimációt erősíti (Mobilissimus, n.d.).

## 1.3 Versenytársak elemzése

Bács-Kiskun vármegye 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.

### 1.3.1 Versenytársak tematikus turisztikai kínálat szerinti csoportosítása

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

**Bács-Kiskun vármegye 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 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). | Nezsidler-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. | Közeli városi desztinációk: Pozsony, Pécshez hasonlóan Graz, Maribor – kulturális város, bor- és gasztro-kapcsolatokkal. |
| **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)i; Szekszárd; Balaton-borrégió (Balaton-felvidék, Badacsony). | Neusiedler See–Burgenland (Ausztria – bor + kerékpár + gasztro); Őrség (Szlovénia–Ausztria határvidékéhez kapcsolódó slow és gasztroturizmus). |
| **Hivatás- és vallási turizmus** | Kecskemét, mint regionális konferenciaközpont-potenciál; Kalocsa érseki központként vallási turizmusra alkalmas. | Budapest (nemzetközi MICE); Debrecen, Szeged (regionális konferenciahelyszínek); Máriapócs (országos zarándokhely). | Bécs, Ljubljana – közeli fővárosok kialakult konferenciapiaccal; Csíksomlyó, Mariazell vallási turizmus szempontból. |

*Forrás: Saját szerkesztés*

## 1.3.2 Hazai jó gyakorlatok

**Észak-alföldi gyógy- és termálturisztikai térség**

**Miért versenytárs?**

*Hajdú-Bihar, Jász-Nagykun-Szolnok*

Az Észak-Alföld több vármegyére 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–Siklósi 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.

### 1.3.3 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 (kölcsönzők, 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 együtt 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, Tiszakécske, 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 közös térségi kínálatként jelennek meg.

**Jó gyakorlat Bács-Kiskun számára:**

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

A fenti versenytársbemutatás alapján Bács-Kiskun vármegye 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 pozícionálási irányokat, fejlesztési prioritásokat és marketingüzeneteket lehet meghatározni Bács-Kiskun vármegye számára.

## 1.4 A piaci trendek elemzése

### 1.4.1 Demográfiai változások a turizmusban

A turisztikai kereslet hosszú távú alakulását alapvetően a népesség szerkezete határozza meg: hogyan változik a korstruktúra, a nemek aránya, a háztartástípusok, illetve az egyes generációk értékrendje. Az UNWTO 2030-ig szóló előrejelzése szerint a nemzetközi érkezések száma évente átlagosan mintegy 43 millióval nő, de a bővülés motorja egyre inkább az ázsiai és latin-amerikai középosztály, miközben Európa relatív súlya mérséklődik (UNWTO, 2011).

#### Idősödő társadalmak és a senior turizmus

A fejlett országokban az egyik legfontosabb demográfiai folyamat a népesség gyors öregedése. Az Eurostat adatai szerint az EU-ban a 65 év felettiek mintegy egynegyede adja a belföldi, szabadidős célú vendégéjszakák összes számát, miközben a 65+ korcsoport több mint fele egyáltalán nem vesz részt turizmusban (Eurostat, 2024a).

A senior korosztály utazási magatartása kétarcú: egyrészt ők adják a hosszabb, szezonon kívüli tartózkodások jelentős részét, másrészt sokan egészségi, jövedelmi vagy mobilitási okokból kimaradnak az utazásból (Eurostat, 2024b). Az „aktív idősödés” koncepciója ugyanakkor hangsúlyozza, hogy az idősebbek növekvő aránya nemcsak szociális kihívás, hanem gazdasági lehetőség is, például egészségturisztikai és rekreációs szolgáltatások formájában (Raffael & TráRy, 2023).

Turisztikai szempontból a 55–74 éves korosztály különösen fontos: jellemzően több szabadidővel rendelkezik, nyitott a kulturális és természeti élményekre, és szívesebben utazik főszezonon kívül, amikor kisebb a tömeg és kedvezőbbek az árak (Eurostat, 2024a; UNWTO, 2011). A senior turisták számára kiemelt jelentőségű a jó közlekedési és egészségügyi háttér, az akadálymentes infrastruktúra, valamint a biztonságos, nyugodt környezet.

#### Fiatal generációk: milleniálok és Z generáció

A másik meghatározó trend a fiatalabb generációk – a milleniálok és a Z generáció – térnyerése. A McKinsey 2024-es globális felmérése szerint a fiatal utazók nagyobb arányban „splurgelnek” élményekre (pl. programokra, különleges tevékenységekre), mint a baby boomer korosztály: a

Z generáció 52%-a költ szívesen pluszt élményekre, szemben a boomerek 29%-ával (McKinsey & Company, 2024).

Az ifjúsági és fiatal felnőtt turizmus kutatásai kiemelik, hogy e generációk számára az autentikus, helyi élmények, a rugalmasság és az önállóság fontosabbak, mint a klasszikus „látnivaló-lista" kipipálása (Richards, 2015). A digitális technológiák használata magától értetődő: az utazási inspirációt, a foglalást és a helyszíni tájékozódást döntően mobil eszközökön, közösségi médián és online értékeléseken keresztül végzik (McKinsey & Company, 2024; UNWTO, 2011).

Értékrendjükben a fenntarthatóság is megjelenik: több nemzetközi kutatás szerint a Z generáció tagjai nagyobb valószínűséggel választanak környezettudatos vagy helyi közösségeket támogató szolgáltatókat, ha erről hiteles információ áll rendelkezésükre (Gonda, 2024; McKinsey & Company, 2024).

## Nemek szerinti különbségek és a nők szerepe

A turizmusban régóta ismert, hogy a nők meghatározó döntéshozók a családi és csoportos utazások tervezésében, de az utóbbi években az önálló női utazások aránya is gyorsan nő. A Hostelworld és más piackutatások szerint a szervezett egyéni (solo) utak foglalói között világszerte többségben vannak a nők; motivációik között a szabadság, az önállóság és az önfejlesztés szerepelnek leginkább (Hostelworld, 2024; 2025).

Gonda (2024) empirikus vizsgálata is azt mutatja, hogy a női turisták a férfiaknál érzékenyebbek a fenntarthatósági szempontokra és a helyi közösségekre gyakorolt hatásokra, ugyanakkor nagyobb hangsúlyt helyeznek a biztonságra, a higiénére és a szolgáltatások megbízhatóságára. Nyugat-európai utazásszervezők beszámolói szerint különösen a 45–60 éves nők körében nőtt meg a kulturális és aktív tartalmú, szervezett, de kis csoportos egyéni utazások iránti kereslet (The Guardian, 2025).

## Családi állapot, háztartásszerkezet és utazási szokások

Az EU-ban az egyedül élők aránya a felnőtt lakosság mintegy harmada, különösen a nagyvárosokban és az idősebb korosztályokban magas (Eurostat, 2023). Ezzel párhuzamosan még mindig fontos szerepet játszanak a gyermekes családok és a többgenerációs háztartások.

A turisztikai keresletben ez több irányban jelenik meg:

- **Egyéni és mikro-csoportos utazások:** nő az olyan city-break és tematikus hétvége, amelyet baráti társaságok, párok vagy egyedül utazók vesznek igénybe.
- **Többgenerációs nyaralások:** a nagyszülők gyakran együtt utaznak a családdal, ami a „háromgenerációs" termékek iránti keresletet erősíti.
- **Árérzékeny, rövid utazások:** az Eurostat szerint 2023-ban az európai lakosság kb. 35%-a nem engedhetett meg magának legalább egy egyhetes utazást, ami a közelben elérhető, rövidebb és olcsóbb utak szerepét növeli (Eurostat, 2024b).

## Bács-Kiskun vármegye demográfiai helyzete és turisztikai következményei

A 2022-es népszámlálás adatai szerint Bács-Kiskun vármegyében közel félmillióan élnek; a 0–14 évesek aránya 14,8%, a 15–64 éveseké 63,6%, míg a 65 év felettieké 21,7% (KSH-adatok alapján).

**Senior és egészségturizmus.** A gyógy- és termálvízkincsre épülő fürdők (pl. Tiszakécske, Kiskunmajsa, Kecskemét) ideálisak az idősebb korosztály számára, különösen, ha a szolgáltatáscsomag tartalmaz orvosi konzultációt, rehabilitációs elemeket és könnyen igénybe vehető kiegészítő programokat (Bács-Kiskun Megyei Önkormányzat, 2016). A seniorok számára meghatározó szempontok az akadálymentesítés, a biztonságos közlekedés és a szezonon kívüli kedvezmények kommunikációja, illetve a tömegközlekedési eszközökkel való jó megközelítési lehetőségek kialakítása. Ugyanakkor figyelembe kell venni, hogy ez a közönség nem a magas költési szinttel rendelkező közönség. Hosszabb távon a külföldi senior korosztály is (pl. osztrák, német senior korosztály) kulcsszereppel bír.

**Fiatal, élményorientált vendégek.** A Kiskunság természeti területei, a Tisza és a Duna holtágai, a kerékpárút-hálózat, valamint a fesztiválok és gasztronómiai rendezvények vonzó célpontot jelentenek a milleniál és Z generáció számára. Az ő esetükben az online láthatóság, a mobilbarát foglalás, a közösségi médiás jelenlét és a fenntartható, „instakompatibilis" élmények kiemelt jelentőségűek (McKinsey & Company, 2024; UNWTO, 2011).

**Nők, családok és több generáció együtt.** A biztonságos, kisvárosias környezet, a családbarát fürdők és programok, valamint a helyi gasztronómia és kulturális örökség (pl. Kalocsa, Kecskemét, Baja) ideális terepet biztosítanak a női és családi célcsoportoknak. A nemzetközi trendek alapján a „nőbarát" szolgáltatáscsomagok (pl. wellness-hétvégék, kézműves és gasztro-workshopok, biztonságos esti programok) és a többgenerációs ajánlatok (nagyszülő-unoka kedvezmények, közös élmények) egyre nagyobb népszerűségnek örvendenek (Gonda, 2024; The Guardian, 2025).

### 1.4.2 Inkluzív turizmus - nemzetközi trendek, Bács-Kiskun vármegyei válaszok

A demográfiai változásokhoz kapcsolódóan szükséges külön is foglalkozni az inkluzív turizmus kérdéskörével.

A nemzetközi tendenciák alapján a **„hozzáférhető turizmus"** fogalma jóval túlmutat az akadálymentes rámpák kiépítésén: a UN Tourism „Accessible Tourism for All" keretrendszere szerint ez jog- és egyenlőség-alapú megközelítést jelent, amely a fogyatékossággal élők, az idősebbek, a kisgyermekes családok, valamint az eltérő élethelyzetű vagy életmódú utazók szükségleteire egyaránt kiterjed (UN Tourism, 2023a; UN Tourism, 2023b). A 2023–2025 között megjelent nemzetközi konferenciaanyagok és kézikönyvek hangsúlyozzák, hogy a sikeres desztinációk univerzális tervezésben gondolkodnak, vagyis egyszerre valósítják meg a fizikai, digitális és kommunikációs hozzáférhetőség követelményeit. Ez különösen releváns a vidéki és határ menti térségekben, ahol az inkluzív turisztikai infrastruktúrák – például jól jelzett, akadálymentes túraútvonalak, látogatóközpontok, fogadóterek – a társadalmi kohéziót és a helyi gazdaságot is erősítik (Darcy et al., 2020; UN Tourism, 2023a).

A **családbarát turizmus** a globális piac egyik legstabilabb szegmense, amely azonban a technológiai és társadalmi változások miatt átalakulóban van. A nagy nemzetközi szállásfoglalási platformok 2024–2025-ös jelentései szerint a családi utazások aránya tovább nőtt, és egyre gyakoribbak a többgenerációs utazások, ahol a nagyszülők is részt vesznek (Booking.com, 2024). A kutatások arra is rámutatnak, hogy a „Gen Alpha" (2010. után született) gyermekek egyre nagyobb hatást gyakorolnak a desztinációválasztásra, ami a

szolgáltatókat élményalapú, biztonságos és digitálisan támogatott kínálat kialakítására ösztönzi (ETC, 2024). A repülőterek, közlekedési szolgáltatók és nagyvárosi desztinációk külön családbarát minősítési kritériumokat vezettek be, amelyek a kényelmes közlekedést, gyermekbarát tereket és szolgáltatásokat helyezik előtérbe (ACI Europe, 2023).

A **kutyabarát és általában háziállat-barát turizmus** az egyik leggyorsabban növekvő nemzetközi piaci szegmens. A 2024–2025-ös globális piackutatások szerint a pet-friendly travel piac évi 8–10%-os növekedéssel bővül, amit elsősorban a „pet humanization", vagyis a háziállatok családtagként való kezelése ösztönöz (Global Pet Travel Report, 2024). A trend hatására a szállodák, éttermek, közlekedési szolgáltatók és múzeumok egyre szélesebb körben alkalmaznak állatbarát protokollokat, a légiközlekedésben pedig megjelentek azok a szolgáltatók, amelyek biztosítják, hogy nagytestű kutyák is a kabinban utazhassanak (Smith & Douglas, 2023). A nemzetközi jó gyakorlatok szerint a siker kulcsa nem pusztán a belépés engedélyezése, hanem a szabályozott, jól kommunikált és minőségbiztosított kutyabarát rendszer, amely kijelölt területekre, viselkedési útmutatókra és minősítési címkékre épül.

A **kerékpárosbarát** turizmus Európában stratégiai ágazattá vált, amelyet az EuroVelo hálózat fejlesztési dokumentumai és az EU fenntartható mobilitási menetrendjei is támogatnak (European Cyclists' Federation, 2023). A kerékpáros turizmus erős helyi gazdasági multiplikátorral rendelkezik: az útvonalak mentén fekvő vidéki településeken mérhetően nő a vállalkozások bevétele és a turisztikai költés, miközben a szezon hosszabbodik (ECF, 2023; OECD, 2023). A minősített „bike-friendly" szolgáltatások – fedett tároló, szervizpont, csomagtranszfer, kerékpárkölcsönzés – mára elvárttá váltak, a desztinációk pedig egyre gyakrabban integrálják a kerékpárosbarát kritériumokat a turizmusfejlesztési és desztinációmenedzsment standardokba.

Az idősbarát, **„silver" turizmus** növekedése a demográfiai öregedés egyik legfontosabb gazdasági következménye, amelyre az Európai Parlament „Longevity Economy" tanulmányai is felhívják a figyelmet (European Parliament, 2025). A senior utazók igényei jelentősen eltérnek: kiemelt szempont a biztonság, komfort, egészségügyi háttér, akadálymentes közlekedés, valamint a személyre szabott szolgáltatások. A tanulmányok szerint a 60+ korosztály különösen fogékony a lassú turizmusra, a kulturális és természeti értékekre épülő programokra, a gyógy- és wellness szolgáltatásokra, valamint a kímélő fizikai aktivitásokra (Nordin & Sletten, 2024). Több országban külön seniorbarát termékcsomagokat, minősítéseket és közlekedési szolgáltatásokat dolgoztak ki – például orvosi kísérettel szervezett vonatutakat vagy gyógyturisztikai programokat.

## A hozzáférhető turisztikai kínálat Bács-Kiskun vármegyében

A hozzáférhető turizmus iránti nemzetközi **kereslet növekedése** különös jelentőséget kap Bács-Kiskun vármegyében, ahol a turisztikai kínálat fontos pillérét alkotják a gyógy- és termálfürdők, a természetközeli rekreációs terek, valamint a családbarát és kulturális attrakciók. A vármegye adottságai – köztük a kiterjedt alföldi térségek, a gyógyvizes erőforrások, a nagyobb városi központok (Kecskemét, Baja, Kalocsa) és a kistelepülési hálózat – erős alapot kínálnak egy inkluzív, élethelyzet-alapú turizmusfejlesztéshez, ám a jelenlegi kínálat és minősítési státusz azt jelzi, hogy a régió még csak részben tud lépést tartani a nemzetközi trendekkel.

A **fizikai és szolgáltatási akadálymentesítés** területén a vármegye helyzete ma még korlátozott: az **Access4You** minősítési adatbázisa alapján Bács-Kiskun vármegyében jelenleg nincs egyetlen turisztikai célú, minősített akadálymentes szolgáltató sem, és egyetlen, minősített akadálymentes rendezvény azonosítható – az **AgroFood** esemény (Portfolio Csoport rendezvénye). Ez azt jelenti, hogy a vármegye turisztikai szereplői eddig nem, vagy csak marginálisan kapcsolódtak be abba a minősítési és kommunikációs rendszerbe, amely a fogyatékossággal élő látogatók számára megbízható, ellenőrzött információt biztosítana az akadálymentesség valós szintjéről. A helyzet különösen releváns a fürdőturizmus tekintetében: a kiskunmajsai, tiszakécskei, kiskunhalasi és kecskeméti fürdők vonzerejének jelentős részét éppen a gyógyászati és rehabilitációs szolgáltatások adják, amelyek célcsoportjai – idősebb vendégek, mozgásszervi problémákkal élők – fokozottan igénylik az akadálymentes környezetet. A jelenlegi minősítési hiány tehát nem feltétlenül a szolgáltatások tényleges elérhetetlenségét, hanem inkább az átlátható, hitelesített kommunikáció hiányát jelzi, ami versenyhátrányt jelenthet a magas minősítési szinttel rendelkező térségekkel szemben.

A hozzáférhető turizmus másik fontos eleme a **családbarát kínálat**, ugyanakkor az adatok azt mutatják, hogy a kínálati struktúra még nem teljesen igazodik a piac méretéhez és összetettségéhez. A booking.com különböző időpontokra készített lekérdezései alapján a vármegye kb. 240 elérhető szálláshelyéből mintegy 100 rendelkezik valamilyen jellegű családbarát szolgáltatással, ami a kínálat kb. 40%-át jelenti. Ez arányaiban nem alacsony, de arra utal, hogy a szolgáltatók jelentős része még nem pozícionálja magát tudatosan a családbarát szegmens felé, jóllehet a családok és a többgenerációs utazók a vármegye egyik legerősebb célcsoportját alkotják. A családbarát infrastruktúra minőségi fejlesztése különösen a fürdők és strandok, a kerékpáros útvonalak, a kulturális attrakciók és a szálláshelyek esetében meghatározó szempont, mivel ezek a szolgáltatástípusok képesek a tartózkodási idő növelésére és a visszatérő vendégek arányának emelésére.

A **kutyabarát szolgáltatások** területén a vármegye jelenlegi kínálata meglehetősen szűk: a nyilvántartott minősítések alapján mindössze három kutyabarát szálláshely található Bács-Kiskunban (Dunapatajon a Villa Barraca Vendégház, Kecskeméten pedig a Central Hotel és a Boutique Hotel Center). Ez különösen annak fényében jelent lemaradást, hogy a háziállat-barát utazások piaca az egyik leggyorsabban növekvő globális trend, és sok család – különösen a belföldi utazók – csak olyan desztinációt választ, amely a háziállatok fogadását biztonságosan és professzionálisan kezeli. A jelenlegi kínálat hiányosságai arra utalnak, hogy a szolgáltatók részéről még nincs kialakult üzleti stratégia e célcsoport integrálására, holott a kutyabarát szolgáltatások viszonylag alacsony beruházási költséggel megvalósíthatók, és erős versenyelőnyt teremthetnek a hazai versenytérben.

A hozzáférhető turizmus további dimenziói, mint az **idősbarát** vagy **kerékpárosbarát** szolgáltatások, szintén fejlesztési lehetőséget kínálnak. A fürdőturizmusra építő települések számára különösen fontos az idősbarát szolgáltatási csomagok kialakítása: kényelmes közlekedés, egyértelmű tájékoztatás, orvosi jelenlét, kockázatmentes aktivitások. Bár a gyógyfürdők jelentős része természeténél fogva vonzza a senior korosztályt, a szolgáltatásstruktúra formális idősbarát minősítése ma még hiányzik. A kerékpárosbarát fejlesztések terén a vármegye jelentős infrastrukturális előrelépéseket ért el az elmúlt években, ugyanakkor a minősítéssel rendelkező, bike-friendly szolgáltatók száma továbbra is korlátozott, ami csökkenti a tematikus útvonalak gazdasági multiplikátorhatását.

A nemzetközi szinten terjedő inkluzív, élethelyzet-alapú turizmusmodell Bács-Kiskun vármegyében nem teljesen hiányzik, de jelenleg még szigetszerű és alulkommunikált formában

jelenik meg. A gyógyvizes kínálat, a családbarát infrastruktúra és a természetközeli élmények erős alapot adnak egy hozzáférhető és inkluzív desztináció kialakításához, ugyanakkor a minősítések, a célcsoportok szerinti pozícionálás és az egységes kommunikáció hiánya versenyhátrányt okoz. A hozzáférhető turizmus megerősítése nem pusztán társadalmi, hanem gazdasági és versenyképességi kérdés is..

### 1.4.3 Gazdasági tényezők – jövedelmek, munkanélküliség, infláció és árfolyamok szerepe

A turizmus klasszikusan pro-ciklikus ágazat: akkor teljesít jól, amikor a gazdaság egésze is növekszik, és visszaesik, amikor a háztartások jövedelme, biztonságérzete romlik. Nemzetközi empirikus vizsgálatok szerint a turisztikai keresletet elsősorban az egy főre jutó GDP, a háztartások rendelkezésre álló jövedelme, a relatív árak és az árfolyamok magyarázzák; a turizmus többségében **jövedelemrugalmas** fogyasztási tétel, tehát a jövedelem 1%-os növekedése jellemzően 1%-nál nagyobb mértékben növeli a keresletet (Martins, Gan, & Ferreira-Lopes, 2017; Peng, Song, Crouch, & Witt, 2015; OECD, 2024a; UN Tourism, 2024).

#### A makrogazdasági környezet és a jövedelmek alakulása

Az OECD Turizmus trendek és politikák 2024 kiadvány szerint 2023-ra a turizmus közvetlen hozzájárulása a világgazdasághoz elérte a pandémia előtti szintet: a turizmus közvetlen GDP-je mintegy 3,3 billió USD volt, ami a globális GDP kb. 3%-ának felel meg (OECD, 2024a; UN Tourism, 2024). A turizmus helyreállását döntően az a tény támogatta, hogy sok országban a foglalkoztatás erős maradt, és a háztartások – még a megélhetési költségek emelkedése mellett is – igyekeztek megtartani az utazásra fordított kiadásaikat.

Európában a 2023–2025 közötti előrejelzések mérsékelt, de pozitív GDP-növekedést jeleznek, miközben a foglalkoztatási ráta magas, a munkanélküliség pedig történelmi mélypont közeli szinten marad (OECD, 2024a). Ez ugyanakkor árérzékeny, de még mindig jelentős turisztikai keresletet jelent: az utazás a legtöbb háztartásnál nem tűnt el, inkább rövidebbé, költségtudatosabbá vált.

Magyarország esetében az Európai Bizottság 2024-es országjelentése azt mutatja, hogy 2023-ban a reál GDP ugyan 0,9%-kal csökkent, de 2024–2025-re ismét 2,4–3,5%-os növekedést jeleznek az előrejelzések, miközben a foglalkoztatás nem esett vissza, a foglalkoztatási ráta az EU-átlag fölött van (European Commission, 2024). Ez a turizmus szempontjából kedvező, mert a **stabil foglalkoztatás mellett a háztartások reáljövedelme lassan, de javulhat**, ami közép- és hosszú távon támogatja a belföldi és a kiutazó keresletet is.

#### Munkanélküliség, foglalkoztatás és turizmus

A nemzetközi szakirodalom a foglalkoztatottság és munkanélküliség szerepét két oldalról emeli ki:

1. **Keresleti oldal:** ahol alacsony a munkanélküliség és magas a foglalkoztatás, ott nagyobb a háztartások elkölthető jövedelme és erősebb a fogyasztói bizalom, ami kedvez az utazási keresletnek (OECD, 2024a).

2. **Kínálati oldal:** a feszes munkaerőpiac és a növekvő bérek növelik a turisztikai vállalkozások költségeit, ami az árak emelkedéséhez, vagy szolgáltatási kapacitások szűkítéséhez vezethet.

Magyarországon a foglalkoztatási ráta tartósan magas, a munkanélküliség alacsony, ugyanakkor a **turisztikai ágazat régóta munkaerőhiánnyal küzd**, különösen a szezonális és alacsony bérezésű munkakörökben (European Commission, 2024; OECD, 2024c). Ez arra kényszeríti a szolgáltatókat, hogy termelékenységet növeljenek, digitalizáljanak (online foglalási rendszerek, önkiszolgáló megoldások), illetve a szezonalitást csökkentsék – különben a magas bérköltségek és munkaerőhiány rontja a szolgáltatás minőségét.

### Infláció és a „megélhetési válság" hatása az utazási döntésekre

A 2021–2023 közötti időszakot világszerte kiugró infláció jellemezte. Az OECD-országokban az infláció 2022-ben átlagosan 9% körüli szintet ért el, majd 2023–2024 során fokozatosan mérséklődött, de továbbra is sok helyen a jegybanki cél fölött marad (OECD, 2024b). Az EU-ban a harmonizált infláció 2022 őszén 10% fölé emelkedett, majd 2024-ben 2–3% közeli szintre csökkent.

Magyarországon az infláció különösen magas volt: 2023. elején a fogyasztóiár-index 25% fölé emelkedett, ami messze a legmagasabb érték volt az EU-ban, majd 2024-ben egy számjegyű tartományba tért vissza (European Commission, 2024; OECD, 2024c). Az ilyen mértékű infláció:

- csökkenti a reálbéreket és a megtakarítások vásárlóerejét**,**
- növeli az utazással kapcsolatos szolgáltatások (szállás, vendéglátás, közlekedés) árait,
- az utazást sok háztartásnál „luxus"-kategóriába tolja, amit szükség esetén könnyen elhalasztanak.

Az OECD és az UN Tourism turisztikai elemzései alapján az infláció okozta „megélhetési válság" elsősorban a **fogyasztói magatartás** átstrukturálódásához **vezetett** és nem a turizmus teljes visszaeséséhez: a turisták rövidebb utakat választanak, közelebb utaznak, olcsóbb szállástípusokat keresnek, és érzékenyebbé váltak az ár–élmény arányra (OECD, 2024a; UN Tourism, 2024).

## Devizaárfolyamok és árverseny-képesség

A nemzetközi turizmusban a relatív árak kulcsszerepet játszanak. A turisták döntéseit nemcsak a desztináció nominális árszintje, hanem a saját valutájukhoz viszonyított árfolyam is meghatározza. Széles körű empirikus vizsgálatok igazolják, hogy:

- a **nemzeti valuta leértékelődése** (reál értelemben) – más tényezők változatlansága mellett – olcsóbbá teszi az országot a külföldiek számára, növelve a beutazó keresletet;
- a **reálárfolyam felértékelődése** és a gyors belföldi áremelkedés viszont rontja az árverseny-képességet, visszafogva az érkezéseket (Martins et al., 2017; Peng et al., 2015).

Martins és munkatársai (2017) 218 ország paneladatainak elemzése során kimutatták, hogy a relatív árak (beleértve az árfolyamhatást) változásai szignifikánsan befolyásolják mind a nemzetközi érkezéseket, mind a turisztikai költést; a relatív árakra vonatkozó keresletrugalmasság egyes esetekben megközelíti, vagy meghaladja az 1-et. Peng és

szerzőtársai (2015) metaanalízise megerősíti, hogy a turisztikai kereslet ár- és jövedelemrugalmassága magas, vagyis a turisták érzékenyek az árfolyamok és az árszintek változására.

Az UN Tourism friss barométere szerint 2023–2024-ben több ország turisztikai versenyképességét részben a gyengébb valuta erősítette: a külföldi vendégek számára vonzóbbá váltak azok a desztinációk, ahol a helyi pénznem leértékelődött az euróval vagy dollárral szemben (UN Tourism, 2024).

Magyarországon a **forint 2022–2023-as** gyengülése a külföldi vendégek számára relatíve olcsóbbá tette a hazai turisztikai szolgáltatásokat, míg a magyar utazók számára a külföldi úti célok váltak drágábbá. Ez **rövid távon növelheti a beutazó és a belföldi (importhelyettesítő) keresletet**, hosszabb távon azonban a magas infláció és a bizonytalan makrogazdasági környezet rontja a beruházási kedvet és a szolgáltatások megújulását (European Commission, 2024; OECD, 2024c).

## Következmények Bács-Kiskun vármegye turizmusára

**Gazdasági fejlettség és jövedelmek:** A *Bács-Kiskun vármegye gazdasági helyzete 2024* című elemzés szerint a vármegye egy főre jutó GDP-je 2022-ben mintegy 5,16 millió forint volt, ami nagyjából a magyar országos átlag 80%-ának felel meg (Bács-Kiskun Vármegyei Kereskedelmi és Iparkamara [BKMKIK] & Központi Statisztikai Hivatal [KSH], 2024). A Dél-Alföld az EU egyik kevésbé fejlett régiója, a vásárlóerő-paritáson számított egy főre jutó GDP az uniós átlag kb. 54%-a körül mozog (European Commission, 2024).

Ez a turizmus szempontjából azt jelenti, hogy:

- a helyi és regionális lakosság jelentős része **árérzékeny**, számára a megfizethetőség meghatározó szempont;
- a közepes fejlettségű régiók közé tartozva **Bács-Kiskun „jó ár–élmény arányt" kínál** a fejlettebb, magasabb jövedelmű küldőpiacokhoz képest (pl. Nyugat-Európa, Ausztria, Németország, Szlovákia).

**Foglalkoztatás és munkaerőhiány:** A BKMKIK–KSH jelentés alapján Bács-Kiskun munkaerőpiaci folyamatai alapvetően követik az országos trendeket: a foglalkoztatási ráta magas, a munkanélküliség alacsony, de a munkaerő-kereslet sokszor meghaladja a kínálatot, különösen az iparban és a szolgáltatásokban (BKMKIK & KSH, 2024). Ez azzal jár, hogy:

- a turizmus munkaerőhiánnyal küzd, béremelés nélkül nehezen tartja meg a dolgozókat;
- a növekvő bérköltségek emelik a szolgáltatások árait, így a versenyképesség megtartásához hatékonyságnövelésre, digitalizációra és képzésre van szükség (OECD, 2024a, 2024c).

**Infláció és belföldi kereslet:** A belső turizmus szereplői, a vármegye lakossága, valamint a főbb belföldi küldőterületek lakossága ugyan részesül az országos béremelkedésből, de a magas infláció nyomán a reáljövedelmek sok háztartásnál szűkösek. Ennek következtében:

- a rövid, 1–3 napos belföldi utazások, egynapos kirándulások, fürdőlátogatások, gasztro- és fesztiválprogramok válnak elsődlegessé;
- előtérbe kerülnek az akciók, kedvezményes csomagok, dinamikus árazás és a családi/belföldi törzsvendég-programok.

**Árfolyamok és beutazó turizmus:** A forint gyengülése miatt Bács-Kiskun – Budapesthez vagy a Balatonhoz képest – előnnyel bír a „jó ár–élmény arányt" kereső külföldi vendégeknél**,** akik számára az alföldi táj, a termál- és gyógyfürdők, a gasztronómia, a bor- és pálinkaturizmus, valamint az aktív- és ökoturisztikai kínálat versenyképes csomagot nyújt. További előnyök:

- a közeli küldőpiacok (Szlovákia, Csehország, Románia, Szerbia, Ausztria) autóval elérhető távolsága**,**
- a kedvező árfolyam,
- és az, hogy a vármegye még „felfedezetlenebb", kevésbé zsúfolt, mint a túlterhelt klasszikus desztinációk.

### 1.4.4 Digitális transzformáció, mint meghatározó megatrend a turizmusban

A nemzetközi szakirodalom egyetért abban, hogy a turizmus az egyik legdigitalizáltabb szolgáltató ágazat: a kereslet–kínálat találkozása, a foglalás, a fizetés, az élmény „fogyasztása" és az utólagos értékelés is döntően digitális csatornákra tevődött át. A UNWTO „Tourism and the Digital Transformation" tematikus anyaga már 2018-ban rámutatott, hogy a digitalizáció nem csupán új eszközök bevezetését jelenti, hanem a turisztikai értéklánc szerkezetének átalakulását, a szereplők közötti erőviszonyok és együttműködések újra szabályozását is (UNWTO, 2018).

Az OECD friss turizmusjelentései **a digitalizációt a turizmus egyik legfontosabb átalakító tényezőjeként azonosítják**, amely egyszerre hat a termékfejlesztésre, az értékesítési csatornákra, az árazásra, valamint a munkaerőpiaci és készségstruktúrára (OECD, 2021, 2024). A digitális technológiák – mobilalkalmazások, online foglalási rendszerek, big data és mesterséges intelligencia, AR/VR-megoldások, IoT-alapú „smart destination" megoldások – ma már a turisztikai élmény teljes életciklusát átszövik:

- **utazás előtti fázis:** inspiráció, információkeresés, ár-összehasonlítás;
- **utazás közbeni fázis:** navigáció, programok helyben történő foglalása, digitális belépők, contactless fizetés;
- **utazás utáni fázis:** élménymegosztás, értékelések, visszatérési szándék formálása (Bilan, Tovmasyan, & Dallakyan, 2024).

Nemzetközi kutatások azt is hangsúlyozzák, hogy **a digitalizációhoz való alkalmazkodás a versenyképesség kulcseleme**: azok a desztinációk és vállalkozások, amelyek képesek integrált digitális ökoszisztémát kiépíteni (online foglalás, dinamikus árazás, célzott marketing, adatvezérelt döntéshozatal), lényegesen jobb piaci pozíciót érnek el (Bondarenko, Kalaman, & Danilova, 2025; Bekele & Raj, 2025).

#### Digitális eszközök és „smart" megoldások a turisztikai termékekben

A digitalizáció nemcsak az értékesítésben, hanem a konkrét turisztikai termékekben is megjelenik. A leggyakrabban említett irányok, melyek Bács-Kiskun vármegye számára is relevánsak:

- **Mobilalkalmazások és PWA-k:** digitális útikönyvek, helyalapú ajánlatok, tematikus túrák, gamifikált városismereti játékok. Kutatások szerint a turisták döntő többsége okostelefonról intézi a foglalásokat és a helyszíni információkeresést, és az applikációk használata szorosan összefügg az elégedettséggel és a költéssel (Bilan et al., 2024).
- **Big data és mesterséges intelligencia:** a szállodai és desztinációs szinten gyűjtött adatok (foglalási minták, mobilcellák, bankkártyaadatok, közösségi média-említések) alapján személyre szabott ajánlatok, kapacitás-menedzsment és terhelés-szabályozás valósítható meg (Mariani & Baggio, 2022; Popova, Marinova, & Popov, 2023).
- **XR (VR/AR) technológiák:** virtuális túrák, „try before you travel" élmények, kiterjesztett valóságon alapuló interpretációs megoldások a múzeumokban és a természeti attrakcióknál (Fatema et al., 2024).
- **Digitális fenntarthatósági megoldások:** olyan online eszközök, amelyek a látogatói áramlások elosztását, a kevésbé ismert helyszínek promócióját, illetve a környezetkímélő választások (pl. tömegközlekedés, kerékpár) ösztönzését segítik. Eredmények alapján a digitális megoldások jelentősen hozzájárulhatnak a fenntarthatóbb turizmushoz, különösen átmeneti gazdaságokban (Abouzeid, 2022; Polukhina, Sheresheva, Napolskikh, & Lezhnin, 2025).

## Platformgazdaság és online foglalórendszerek

A turisztikai piac egyik leglátványosabb technológiai trendje a **platformgazdaság előretörése**. Az Airbnb, a Booking, az Expedia-csoport és a TripAdvisor által közvetített szállásfoglalások volumene évről évre emelkedik. Eurostat adatok szerint 2024-ben 854,1 millió vendégéjszakát töltöttek el az EU-ban rövid távú szálláshelyeken, amelyeket ezen négy nagy platform valamelyikén keresztül foglaltak – ez 18,8%-os növekedés 2023-hoz képest (Eurostat, 2025a). A 2025-ös első félévben is folytatódott a növekedés, különösen a tavaszi hónapokban (Eurostat, 2025b).

A platformok használata több szempontból is átalakítja a turizmust:

- **Keresleti oldal:** a turisták egy helyen, átlátható módon hasonlíthatják össze az árakat és értékeléseket; a platformok algoritmusai személyre szabott ajánlatokat tesznek.
- **Kínálati oldal:** a kisebb szálláshelyek és egyéb szolgáltatók könnyebben, de egyben erősen függő helyzetben jelennek meg a globális piacon; megjelenik az „ökonomikus függés" kérdése (Gössling, 2025).

A platformgazdaság egyrészt kijutás a nemzetközi piacra (különösen a falusi szálláshelyek, apartmanok, tanya-szállások esetében), másrészt viszont kitettség a platformok díjainak és szabályainak.

## Közösségi média, mint inspirációs és információs tér

A közösségi média mára a turisztikai döntéshozatal minden fázisában meghatározó: az utazók úti célokról szóló inspirációt, gyakorlati információt és „valós élménybeszámolókat" elsősorban ezekből a csatornákból szerzik be.

Egy 2024-es szisztematikus irodalmi áttekintés arra hívja fel a figyelmet, hogy a közösségi médiában megjelenő **turisztikai tartalmak hatása három tényezőtől függ** különösen:

1. a tartalom minősége (hitelesség, részletesség, aktualitás),
2. a hálózati kontextus (ki osztja meg: barát, influencer, hivatalos desztinációs oldal),
3. valamint a felhasználó személyes helyzete és motivációi (Azevedo-Ferreira & Zouain, 2024).

A közösségi média nemcsak passzív információforrás, hanem részvételi tér is: a látogatók saját tartalmakat gyártanak, hashtag-ekkel, megjelölésekkel és értékelésekkel járulnak hozzá a desztináció online „arcának" kialakításához (Jenkins et al., 2015).

Bács-Kiskun vármegye országos ismertsége jelenleg számos termék esetében (pl. kerékpáros és vízi turizmus, gasztronómia, falusi turizmus, örökségturizmus) még elmarad a vezető magyar desztinációkétól.

## Online vélemények és értékelések szerepe a turisták döntéseiben

Az online vélemények (e-WOM) és értékelések ma már az **egyik legfontosabb információforrásnak számítanak** a turisztikai szolgáltatások igénybevételénél. A kínai Világörökség-helyszíneken végzett kutatás például kimutatta, hogy az online értékelések nemcsak a desztinációválasztást befolyásolják, hanem az on-site viselkedést (látogatói útvonalak, időráfordítás) is módosítják (Xu et al., 2021).

Egy másik, finnországi esettanulmány (Santa Claus Village) arra jutott, hogy a kedvező online értékelések és közösségimédia-említések jelentősen javítják a desztináció imázsát, erősítik a „must-see" státuszt és a visszatérési szándékot is (Guo, Pesonen, & Komppula, 2022).

A szakirodalom a következő fő megállapításokat emeli ki az online vélemények szerepével kapcsolatban:

- **Bizalom és hitelesség:** sok utazó az online véleményeket a személyes ajánlásokhoz hasonlóan hitelesnek tartja – különösen akkor, ha nagy számú, tartalmában részletes, eltérő nézőpontokat tartalmazó értékelésről van szó (Bilan et al., 2024).
- **Értékelések minősége és redundanciája:** a túl általános, ismétlődő tartalmú értékelések csökkenthetik a döntéstámogató értéket, míg a „tudásdiverzitás" – különböző szempontokat, részleteket említő vélemények – ösztönzi a foglalási hajlandóságot (Wang, Liu, Zhu, & Hou, 2023).
- **Hamis/téves értékelések kezelése:** a review-oldalakra vonatkozó bizalmi modellek rámutatnak, hogy a hamis értékelések kiszűrésére irányuló mechanizmusok (verifikált foglalás, algoritmikus szűrés, moderálás) kulcsfontosságúak a turisztikai fogyasztók bizalmának fenntartásához (Zelenka, Azubuike, & Pásková, 2021).

A mesterséges intelligencián alapuló szentimentelemzés ma már lehetővé teszi, hogy nagy volumenű vendégértékelésekből gyorsan azonosítsuk a fő pozitív és negatív témákat (pl. tisztaság, személyzet kedvessége, reggeli minősége, kerékpárosbarát infrastruktúra), ami desztinációs szinten is értékes visszacsatolást adhat a fejlesztések irányáról (Riswanto et al., 2023).

## Bács-Kiskun vármegye illeszkedése a technológiai trendekhez

A turizmust érintő technológiai trendek három szinten vizsgálhatók:

1. **Láthatóság és elérhetőség javítása**

Egy turisztikai desztináció – földrajzi kiterjedtsége és peremhelyzete miatt – akkor tud versenyképes lenni, ha digitálisan könnyen megtalálható, érthető és inspiráló turisztikai kínálatot mutat a hazai és nemzetközi közönségnek. Ennek feltétele az egységes, többnyelvű desztinációs honlap(ok), a rendszeresen frissített közösségimédia-jelenlét, valamint a szolgáltatók Google Business-, Booking-, TripAdvisor-profiljainak professzionális kezelése.

2. **Vállalkozói szintű digitális felkészültség**

Az OECD és más nemzetközi szervezetek hangsúlyozzák, hogy a digitalizáció sikere nagyban függ a turisztikai munkaerő digitális kompetenciáitól (OECD, 2021, 2024). A technológiai fejlődés és a digitalizáció nem csupán „mellékszál" a turizmusfejlesztésben, hanem keresztmetszeti, horizontális trend. A digitális eszközök okos használata esélyt ad arra, hogy a turisztikai desztináció:

- láthatóbbá váljon a hazai és nemzetközi turisztikai piacon,
- csökkentse a szezonalitást és területi egyenlőtlenségeket,
- és olyan fenntartható, élménygazdag turisztikai kínálatot alakítson ki, amely hosszú távon is versenyképes az egyre inkább digitalizált turisztikai környezetben.

### 1.4.5 Adatvezérelt turizmus

A technológiai fejlődés egyik legfontosabb eredménye, hogy ma már nem pusztán a KSH és az önkormányzatok nyilvántartásai, hanem komplex adatbázisok alapján lehet elemezni a turisztikai kereslet és kínálat közötti összefüggéseket. Minél több adat áll rendelkezésre, annál szakszerűbb és a valós vendégigényekre építő fejlesztések valósulhatnak meg, éppen ezért szükséges az adatvezérelt turizmus kérdésével a technológiai megoldásoktól függetlenül is foglalkozni.

Az adatvezérelt turizmus a következő évtizedben kulcstényezővé válik abban, hogy a Bács-Kiskun vármegyéhez hasonló, alapvetően vidéki, agrárprofilú és klímaérzékeny térségek hogyan tudják irányítani fejlődésüket. Nem pusztán arról van szó, hogy „több statisztikát" gyűjt a desztináció, hanem arról, hogy a döntéshozatal, a termékfejlesztés és a kommunikáció egyre inkább valós idejű, sokforrású adatokra épül: mobilhelyadatokra, bankkártya-forgalomra, online szállásfoglalási és közlekedési adatokra, közösségi média-aktivitásra, lakossági és látogatói visszajelzésekre. Az OECD legfrissebb turisztikai jelentése külön fejezetet szentel az „alternatív adatok" desztináció-szintű felhasználásának, és rámutat, hogy a regionális és vidéki desztinációk éppen ezek révén tudják csökkenteni az „adat-hátrányukat" a nagyvárosokhoz képest (OECD, 2025).

Jó példa erre a balti térség, ahol Észtország és Litvánia turizmus-szervezetei úttörő módon vezették be a mobilpozíciós adatok használatát a másodlagos városok és vidéki térségek monitorozásában. A Tartu városára és környékére készült esettanulmány már több mint egy évtizede bizonyította, hogy a mobilcellákhoz kapcsolt, anonim mozgásadatok sokkal pontosabban rajzolják ki a látogatói áramlásokat, a szezonalitást és a tartózkodási időket, mint az önmagukban használt szállásstatisztikák. (Ahas et al., 2010) Litvániában a Lithuania Travel 2022 óta egy mobiladatokra épülő, három irányítópultból álló rendszert üzemeltet, amely a látogatók származási országát, mozgásmintázatát és tartózkodási idejét mutatja meg; a rendszer külön kiteszi a kevésbé ismert vidéki térségek teljesítményét, és kiegészíti a hivatalos statisztikákat (Lithuania Travel, 2022, as cited in OECD, 2025). Az ilyen megoldások fontos tanulsága Bács-Kiskun számára, hogy a határhoz közeli, „átutazó" forgalom, a másodlagos

városok (pl. Kecskemét-típusú regionális központok) és a kisebb falusi desztinációk láthatósága radikálisan javítható, ha a vármegye nemcsak a hivatalos vendégéjszakákra, hanem a valós mozgásmintázatokra építi a döntéseit.

A data-driven szemlélet terjedésének másik fontos terepe a regionális turisztikai obszervatóriumok hálózata, amelyek tipikusan a Bács-Kiskunhoz hasonló, nagy kiterjedésű, vidéki régiókban jöttek létre. Az Alentejo Régió Turisztikai Obszervatóriuma Portugáliában kifejezetten a belső, ritkábban lakott vidékek turisztikai teljesítményét és piaci lehetőségeit követi, a célzott termékfejlesztés és vállalkozásfejlesztés támogatása érdekében ((Turismo do Alentejo, 2021). Hasonló modellt követ az Apulia régió obszervatóriuma Dél-Olaszországban, amely a „belső területek" lassú turizmusát – többek között hagyományos legeltetési útvonalak, transzhumancia-útvonalak mentén – elemzi indikátorok sorával, 2015–2021 közötti idősorok alapján, kifejezetten a vidéki térségek lemaradásának csökkentésére fókuszálva. (Regione Puglia, 2022) Európa-szerte erősödik az a trend, hogy a regionális turisztikai obszervatóriumokat összekötik a tágabb „vidéki adat-ökoszisztémákkal": a frissen létrehozott Európai Rural Observatory például kifejezetten azzal a céllal gyűjt össze területi szintű adatokat, hogy a vidéki területek fejlesztését, „rural proofingját" támogassa, és ez a turizmusra vonatkozó indikátorokat is érinti. (European Commission, 2023)

Az adatvezérelt turizmus európai keretrendszerét egyre inkább két eszközrendszer határozza meg: egyrészt az **Európai Turizmus Indikátorrendszer (ETIS)**, másrészt az éppen formálódó **European Tourism Data Space**. Az ETIS már több mint egy évtizede kínál összehasonlítható, fenntarthatósági fókuszú indikátorkészletet és kérdőíveket, amelyeket a desztinációk a látogatók, a lakosság és a vállalkozások szisztematikus bevonására használhatnak (European Tourism Indicator System – ETIS, illetve European Commission, 2016). Írország Donegal megyéjében, illetve a dél-szardíniai Visit South Sardinia desztinációban az ETIS alkalmazása során éppen az derült ki, hogy a peremhelyzetű, vidéki térségek számára az indikátorok akkor válnak igazán hasznossá, ha össze vannak kötve valós döntéstámogató folyamatokkal – például látogatói áramlások terelése, szezonhosszabbítás, termékfejlesztési prioritások kijelölése –, nem csupán egy „dísz-jelentés" formájában jelennek meg. (European Commission, 2016; OECD, 2023) Ezzel párhuzamosan a Tourism Data Space (DATES) előkészítése azt célozza, hogy a turisztikai adatmegosztási kezdeményezések – nemzeti adatközpontok, regionális adat hubok, vállalati adatplatformok – közös szabványok szerint, interoperábilisan működjenek az EU-n belül, külön kiemelve a kkv-k és a vidéki desztinációk bevonását (European Commission, 2022, 2023).

Az adatvezérelt turizmus trendjét nemcsak Európában, hanem tengerentúli, erősen természet-alapú, vidéki régiókban is jól nyomon lehet követni. Kanada Ontario tartományában az **RTO12** régió „Regional Tourism Data Hub" néven hozott létre olyan adatplatformot, amely folyamatosan gyűjti és vizualizálja a turizmus egészségi állapotára vonatkozó mutatókat: forgalmi adatokat, vállalkozói teljesítményt, munkaerőpiaci információkat és a látogatói elégedettség indikátorait. Explorers' Edge, 2021; Destination Ontario, 2022) A cél kifejezetten az, hogy a természeti környezetre épülő, ritkán lakott vidéki területek regeneratív turizmusát támogassák adatalapon, és a válságokból való kilábalást hosszú távú fenntarthatósági célokkal kössék össze. (Explorers' Edge, 2021) Az Egyesült Királyságban a De Bois-jelentés és a hozzá kapcsolódó kormányzati tervek egy országos Tourism Data Hub létrehozását sürgetik, amelyhez a vidéki desztinációk, nemzeti parkok és helyi desztinációmenedzsment szervezetek is csatlakoznának, hozzáférést kapva egységes, nyílt szabályrendszer szerint gyűjtött adatokhoz (pl. bankkártya-forgalom, foglalási adatok, mobilmozgás) Department for Digital, Culture, Media & Sport, 2021). Mindez abba az irányba mutat, hogy a jövőben a Bács-Kiskun

vármegyéhez hasonló megyék nem elszigetelt „adat-szigetekként”, hanem nagyobb nemzeti és európai adatökoszisztémák részeként fognak működni. (OECD, 2025; European Commission, 2023)

A kutatások alapján jól látható, hogy az alternatív adatforrások közül a **mobilpozíciós és GPS-alapú adatok**, valamint a közösségi média-aktivitás összevonása a legdinamikusabban fejlődő terület. (OECD, 2025) Magyar és nemzetközi példák mutatják, hogy egy másodlagos város – mint Szeged – esetében a Twitter / X-aktivitás és a mobilpozíciós adatok kombinálása finom térbeli bontásban tette láthatóvá a külföldi látogatók mozgását, lojalitását és szezonalitását, ami mintaként szolgálhat bármely hasonló méretű alföldi város számára is. (Gál & Balogi, 2020) Az OECD friss áttekintése rámutat, hogy a következő években a mesterséges intelligenciára épülő előrejelző modellek – amelyek a keresleti trendeket, árérzékenységet, foglalási hullámokat és közlekedési mintázatokat prognosztizálják – várhatóan egyre inkább megjelennek a regionális turisztikai döntéshozatalban, nem csak országos vagy nagyvárosi szinten.

## Az adatvezérelt turizmushoz vezető út Bács-Kiskun vármegyében

Bács-Kiskun vármegye jelenlegi adatellátottsága alapvetően a hagyományos statisztikai forrásokra és a Nemzeti Turisztikai Adatszolgáltató Központ (NTAK) által biztosított részadatokra épül. A Központi Statisztikai Hivatal települési és vármegyei bontású adatai – a vendégek és vendégéjszakák száma, a kereskedelmi és magánszálláshely-kapacitás, a kapacitáskihasználtság, valamint a küldőterületek szerinti bontás – stabil, hosszú idősoron követhető bázist jelentenek, amelyek alkalmasak az alapvető trendek, szezonális ingadozások és regionális különbségek feltárására (Központi Statisztikai Hivatal, 2024). Ugyanakkor a KSH adatok jellemzően összesített, utólagos jellegű mutatókat nyújtanak, amelyek nem adnak átfogó képet sem a desztináción belüli mozgásmintázatokról, sem az egyes turisztikai termékek teljesítményéről, sem pedig a valós idejű keresleti változásokról (OECD, 2025).

Az **NTAK Iránytű** rendszere előrelépést jelent a szálláshely- és vendéglátó-szektor szintjén, hiszen a szállásadók és egyes attrakciótípusok számára napi szintű, saját működésükre vonatkozó adatsorokat biztosít, amelyekre üzleti döntéseket, árképzést, kapacitásgazdálkodást lehet építeni (Magyar Turisztikai Ügynökség, 2023). A jelenlegi szabályozási és technikai keretek mellett azonban ezek az adatok – adatvédelmi és versenyjogi okokból – csak korlátozottan aggregálhatók és használhatók fel átfogó, vármegyei szintű desztinációirányítási célokra, így Bács-Kiskun ma még nem rendelkezik olyan egységes, „adat-hub” jellegű rendszerrel, amely a KSH, az NTAK és más források integrált elemzését tenné lehetővé (European Commission, 2023; OECD, 2023). Ennek következtében a vármegye turisztikai szereplői – a települési önkormányzatok, helyi TDM-szervezetek és szolgáltatók – sokszor szigetszerű, részleges információkra támaszkodva hoznak döntéseket.

Jelentős hiányosság mutatkozik az attrakciók látogatottsági adatai és a látogatók összetétele tekintetében. **Bács-Kiskun vármegye esetében nincs egységes, rendszeresen frissített adatbázis** arról, hogy a múzeumok, fürdők, látogatóközpontok, fesztiválok, természetvédelmi területek milyen látogatószámmal működnek, a vendégek milyen korosztályból, lakóhelytípusból, vásárlóerő-kategóriából érkeznek, illetve milyen közlekedési módot választanak. A nemzetközi példák – Alentejo, Apulia, illetve a balti és kanadai vidéki régiók – azt mutatják, hogy a vidéki desztinációk versenyképessége szempontjából döntő jelentőségű az attrakció-szintű monitoring, amely az ETIS-hez hasonló indikátorrendszerek és regionális turisztikai obszervatóriumok keretében valósul meg (European Commission, 2016; Turismo do

Alentejo, 2021; Regione Puglia, 2022; Explorers' Edge, 2021). Bács-Kiskunban ezzel szemben jelenleg csak eseti jellegű, projektalapú felmérések, illetve az egyes intézmények saját belső nyilvántartásai állnak rendelkezésre, amelyek nem alkalmasak a vármegyei szintű stratégiai tervezés szisztematikus támogatására.

További adatdeficitet jelent, hogy a vármegye turisztikai rendszere kevéssé támaszkodik a látogatói motivációkra, utazási célokra és élményminőségre vonatkozó információkra. **Nincsenek rendszeres, reprezentatív látogatói felmérések** arról, hogy a vendégek elsődlegesen milyen céllal érkeznek a desztinációba (üdülés, egészségturizmus, gasztronómia, rendezvény, üzleti utazás stb.), milyen hosszú ideig maradnak, milyen aktivitásokat vesznek igénybe, és mennyire elégedettek az elérhető szolgáltatásokkal. A vendégelégedettség- és élményadatok jelentős része jelenleg a nem strukturált online véleményekben, közösségimédia-posztokban, értékelőplatformokon (pl. Google, Booking, Tripadvisor) „rejtőzik", amelyeket a vármegye turizmusirányítása rendszerszinten nem elemez. Ez ellentétben áll azzal a nemzetközi trenddel, amely szerint a vidéki desztinációk egyre inkább a big data és a közösségi média elemzésére – mobilpozíciós adatok, online review-k, hashtag-elemzések – építik a termékfejlesztést és a pozicionálást (OECD, 2025; Gál & Balogi, 2020).

Külön problémakör, hogy a **szolgáltatói oldalról sincsenek átfogó, összehasonlítható adatok** a kínálat szerkezetéről és minőségéről. Ma nem áll rendelkezésre olyan egységes, nyilvános adatbázis, amely megmutatná, hogy a vármegye szálláshelyei, vendéglátó-egységei, program- és élményszervező szolgáltatói milyen célcsoportokra specializálódnak (családbarát, kerékpárosbarát, kutyabarát, senior, ifjúsági, egészségturisztikai stb.), milyen minősítésekkel, tanúsítványokkal rendelkeznek (pl. akadálymentesítés, fenntarthatósági címkék), illetve milyen kiegészítő szolgáltatások érhetők el (kerékpárkölcsönzés, gyermekfelügyelet, speciális diéták, e-töltőpontok). Nemzetközi összevetésben megfigyelhető, hogy azok a vidéki régiók tudnak sikeresen adatvezérelt stratégiát kialakítani, amelyek a kínálati oldalon is strukturáltan gyűjtik és kategorizálják a szolgáltatói profilokat, és ezeket összekötik a keresleti adatokkal (OECD, 2023; European Commission, 2016, 2023).

E hiányosságok miatt Bács-Kiskun jelenleg csak korlátozottan képes a szűken értelmezett statisztikai mutatókon túlmutató, valóban adatvezérelt döntéshozatalra. A szezonhosszabbítás, a forgalomterelés, az új célcsoportok bevonása vagy a klímaadaptív termékfejlesztés kérdéseiben a vármegye elsősorban általános trendekre, eseti tapasztalatokra és országos szintű elemzésekre támaszkodik, miközben a helyi és térségi szintű, finomabb térbeli bontású adatok hiányoznak. Az OECD és az Európai Bizottság ajánlásai egyértelműen abba az irányba mutatnak, hogy a vidéki régiók versenyképességének feltétele egy olyan integrált adatarchitektúra kialakítása, amely összekapcsolja a hivatalos statisztikákat, az adatszolgáltató rendszerek (mint az NTAK) aggregált kimeneteit, a látogatói és lakossági felméréseket, az attrakciók látogatottsági adatait, valamint az alternatív adatforrásokat (European Commission, 2016, 2022, 2023; OECD, 2023, 2025). Amíg Bács-Kiskun vármegye nem rendelkezik ilyen, saját desztinációs „adathubbal" – pl. egy regionális turisztikai obszervatórium formájában –, addig csak korlátozottan tudja kihasználni az adatvezérelt turizmusban rejlő fejlesztési potenciált.

## A vármegyei adatarchitektúra lehetséges irányai

A vármegyei adatarchitektúra fejlesztési irányait Bács-Kiskun vármegye esetében az a felismerés határozhatja meg, hogy a turizmusirányítás akkor tud valóban adatvezéreltté válni, ha **a jelenleg széttöredezett, részleges adatforrások integrált, összehangolt rendszerben**

**kapcsolódnak össze**. Ennek kiindulópontja egy olyan regionális „adathub", vagy turisztikai obszervatórium létrehozása lehet, amely a KSH hivatalos statisztikáit, az NTAK aggregált kimeneteit, az attrakciók látogatottsági adatait, valamint a látogatói és lakossági felmérések eredményeit egységes adatmodellben kezeli. Az OECD vidéki desztinációkra vonatkozó ajánlásai hangsúlyozzák, hogy az adatvezérelt tervezés nem a „több adat" gyűjtését, hanem a különböző adatforrások közötti interoperabilitás megteremtését jelenti; vagyis azt, hogy az adatok térben, időben és tematikusan összekapcsolhatók legyenek, és közvetlenül kapcsolódjanak a döntéshozatali folyamatokhoz (OECD, 2023, 2025).

A Bács-Kiskun vármegyére szabott adatarchitektúra **első pillére** ezért egy olyan *vármegyei szintű adatplatform* kialakítása, amely rendszeresen, automatizált módon veszi át a KSH publikusan elérhető turizmus-statisztikáit, valamint a – jogszabályi keretek által lehetővé tett mértékben – az NTAK Iránytű aggregált, anonim adatait, és ezeket egységes felületen teszi láthatóvá a vármegyei és helyi döntéshozók számára (Központi Statisztikai Hivatal, 2024; Magyar Turisztikai Ügynökség, 2023). A European Tourism Data Space előkészítéséhez kapcsolódó uniós anyagok egyértelműen abba az irányba mutatnak, hogy a jövőben az NTAK-hoz hasonló nemzeti rendszerek és a regionális adathubok egymásra épülő, szabványosított adatáramlásban fognak működni; ennek megfelelően a vármegyei adatarchitektúra és az európai adatökoszisztéma összekapcsolása is kiemelt kérdés (European Commission, 2022, 2023). Ez nemcsak technikai kérdés, hanem jogi és intézményi is: az adatkezelésben milyen szerepe van a vármegyei önkormányzatnak, a helyi TDM-szervezeteknek, az MTÜ-nek és az egyes szolgáltatóknak, valamint milyen szintű adatok tekinthetők közcélú, fejlesztési döntéseket támogató információnak.

A **második pillért** az *attrakciószintű és programadatok rendszeres, strukturált gyűjtése* jelenti. Ez Bács-Kiskun vármegyében ma még jórészt hiányzik, noha nemzetközi példák – Alentejo, Apulia, illetve kanadai és brit régiók – egyértelművé teszik, hogy a vidéki desztinációk sikeres irányításának alapja az, hogy az egyes múzeumok, fürdők, látogatóközpontok, fesztiválok és természeti helyszínek látogatottságáról egységes módon gyűjtenek adatot (Turismo do Alentejo, 2021; Regione Puglia, 2022; Explorers' Edge, 2021; Department for Digital, Culture, Media & Sport, 2021). A vármegyei adatarchitektúrában szükség van egy olyan online felületre vagy integrációs megoldásra, amelyen keresztül az attrakciók – akár egyszerű, havi gyakoriságú űrlapokkal, akár automatikus beléptetőrendszerek adatai révén – szolgáltatják a látogatószámot, a látogatók földrajzi és demográfiai összetételére vonatkozó alapinformációkat, valamint a kiemelt rendezvények adatait. Ezek az információk teszik lehetővé, hogy a vármegye ne csak a szálláshelyek oldaláról, hanem a teljes élménylánc mentén lássa, hogyan változik a kereslet, mely térségek alulhasznosítottak, és hol jelentkeznek túlterhelési kockázatok. Ez az adatbázis lehet az NTAK-ból visszakapott adatbázis is, hiszen oda már egyébként is szolgáltatnak adatokat az attrakciók.

A **harmadik pillér** a rendszeres, *szabványosított látogatói és lakossági felmérések beépítése a vármegyei adatarchitektúrába*. Az ETIS által kínált kérdőívminták és indikátorok támogathatják olyan visszatérő survey-rendszerek kialakítását, amely egyszerre méri a látogatói motivációkat, az elégedettséget, a költési szerkezetet és a lakosság turizmushoz való viszonyát (European Commission, 2016).

A **negyedik fejlesztési irány** az *alternatív, nagy adatforrások fokozatos bevonása*: mobilpozíciós adatok, bankkártya-tranzakciók, közösségi média-aktivitás és online értékelőplatformok tartalmának elemzése. A balti, olasz és kanadai példák azt igazolják, hogy még mérsékelt költségvetéssel is lehetséges olyan partnerségeket kialakítani

telekommunikációs szolgáltatókkal vagy adatplatformokkal, amelyek anonim, aggregált formában szolgáltatnak adatot a desztinációba érkezők mozgásáról, eredetéről és aktivitásairól (Ahas et al., 2010; OECD, 2025; Explorers' Edge, 2021). Bács-Kiskun vármegye nagy részén jelenleg a vendégforgalmat nem feltétlenül közvetlenül szállásfoglalás generálja: sok a napi kiránduló, az átutazó és a rokoni-lakáscélú tartózkodás. A közösségi média és az online review-k elemzése – amire már ma is számos, mesterséges intelligencián alapuló eszköz áll rendelkezésre – olyan tematikus információkat szolgáltathat, mint a desztináció erősségei és gyengeségei a látogatói narratívákban, a „rejtett" attrakciók felbukkanása, vagy a szolgáltatásokkal kapcsolatos visszatérő problémák (Gál & Balogi, 2020; OECD, 2025). Ezeket az adatokat – megfelelő adatvédelmi keretek mellett – a helyi adathub szöveges, érzeletelemzésen alapuló moduljai integrálhatják.

Az adatarchitektúra fejlesztése azonban nem pusztán technikai kérdés, hanem *kapacitás- és kultúraváltás* is. A nemzetközi tapasztalatok szerint azok a régiók tudnak valódi hozzáadott értéket teremteni az adatokból, amelyeknél a turisztikai szereplők rendelkeznek alapvető adatelemzési kompetenciákkal, és a döntéshozatali folyamatokba beépül a „miből látszik az adatokon?" típusú reflexió (OECD, 2023, 2025). A kanadai és brit példák alapján jól működő modell egy olyan „adat-tanácsadói" funkció beépítése a regionális obszervatóriumba, amely rendszeresen készít térségi szintű helyzetjelentéseket, tematikus elemzéseket és javaslatokat a döntéshozók számára (Explorers' Edge, 2021; Department for Digital, Culture, Media & Sport, 2021).

## Megoldást kínál-e egy applikáció vagy digitális turisztikai kártya?

Az önkormányzatokkal, szolgáltatókkal és turisztikai szakemberekkel folytatott műhelymunkák, fókuszcsoportok és mélyinterjúk egyik visszatérő eleme volt egy **vármegyei szintű mobilapplikáció és/vagy turisztikai kártyarendszer** iránti igény. A résztvevők többsége abban egyetértett, hogy a jelenlegi információs felületek – települési honlapok, Facebook-oldalak, széttöredezett jegyértékesítési és eseménynaptár-platformok – nem biztosítanak egységes, könnyen hozzáférhető, naprakész információt sem a látogatók, sem a helyi szereplők számára. A nemzetközi példák alapján egy jól megtervezett applikáció vagy kártyarendszer jelentős előnyt teremthet a desztináció számára: egységesítheti a program- és attrakciókínálatot, elősegítheti a forgalom terelését a kevésbé ismert térségekbe, ösztönözheti a hosszabb tartózkodást, és adatot szolgáltathat a látogatói útvonalakról és preferenciákról (European Commission, 2016; OECD, 2025). Különösen releváns ez Bács-Kiskun vármegyében, ahol a vendégforgalom jelentős része autóval érkezik, és a látogatók gyakran több települést érintenek – számukra az egységes, átlátható digitális felület valós hozzáadott értéket jelentene.

Ugyanakkor a szolgáltatók és önkormányzatok részéről megjelentek a kritikus szempontok is, amelyek arra figyelmeztetnek, hogy egy vármegyei szintű applikáció vagy kártyarendszer csak akkor működőképes, ha **hosszú távon fenntartható üzleti modellre és koordinációra épül**. Magyarországon több hasonló kezdeményezés – városi és térségi kártyák, applikációk – szűnt meg vagy vált inaktívvá az elmúlt években, mert nem volt elegendő erőforrás a folyamatos tartalomfrissítésre, az ügyféltámogatásra, a marketingre vagy a szolgáltatói oldalon szükséges ösztönzők fenntartására. Ugyanakkor a szolgáltatók egy része joggal tarthat attól, hogy a kedvezményrendszerek további bővítése árversenyt és bevételkiesést generálhat, ha nem kapcsolódik össze jól megtervezett termékfejlesztési és élménycsomagolási folyamattal.

## 1.4.6 Környezeti és fenntarthatósági szempontok

### Globális keretek: a turizmus „zöld fordulata”

A nemzetközi turizmus-politikában a fenntarthatóság ma már nem „külön” téma, hanem a fejlesztési és versenyképességi stratégiák egyik alaplogikája. Az OECD legfrissebb turizmusjelentése hangsúlyozza, hogy a tagországok egyre inkább olyan turizmuspolitikákat alakítanak ki, amelyek a gazdasági növekedést a környezeti terhelés csökkentésével, az erőforrás-hatékonysággal és az inkluzív helyi fejlődéssel kívánják összekapcsolni (OECD, 2024).

A fenntartható turizmus elveit egyre erősebben kötik össze más ágazati és területi politikákkal (klíma-, közlekedés-, terület- és vidékfejlesztés), és a turizmust olyan eszközként kezelik, amely képes hozzájárulni a fenntartható fejlődési célokhoz (SDG-k) – feltéve, hogy a desztinációk és szolgáltatók ténylegesen beépítik a fenntarthatósági szempontokat működésükbe (OECD, 2024).

Ebben a környezetben a fenntartható turizmus iránti kereslet nem csupán „piaci trend”, hanem egyre inkább összefonódik szabályozási, minősítési és finanszírozási elvárásokkal is (pl. EU-s támogatások fenntarthatósági feltételei, taxonómia szempontok, ESG-elvárások).

### Utazói attitűdök: magas környezeti tudatosság, cselekvési szakadékkal

A globális felmérések szerint a **turisták környezeti tudatossága látványosan erősödött**. A Booking.com 2024-es Sustainable Travel Reportja alapján a megkérdezett utazók mintegy 75%-a szeretne a következő 12 hónapban „fenntarthatóbban utazni”, 67%-uk pedig úgy nyilatkozott, hogy ha utazás közben fenntartható gyakorlatokat lát, az inspirálja őket arra, hogy a mindennapi életükben is környezettudatosabban éljenek (Booking.com, 2024).

Ugyanakkor ugyanebben a kutatásban az utazók 45%-a azt mondta, hogy bár fontos számára a fenntarthatóság, az mégsem elsődleges szempont a foglalási döntéseknél, és 28% már „fáradtnak” érzi magát a klímaváltozással és zöld üzenetekkel kapcsolatos kommunikációtól (Booking.com, 2024). Ez jól mutatja az ún. „awareness–action gap” jelenséget: a szándék magas, de az ebből következő konkrét magatartásváltozás korlátozott (Hadinejad, Esfandiar, & Skavronskaya, 2025).

A fiatal generációk – különösen a Z generáció – esetében a környezeti tudatosság és az online információhoz való jó hozzáférés különösen erős. Egy 2025-ös indonéz kutatás szerint a 18–35 év közötti fiatalok 76,9%-a gondolja úgy, hogy fontos szerepük van a fenntartható turizmus előmozdításában, 66%-uk kifejezetten olyan desztinációkat választ, amelyek támogatják a fenntarthatóságot, és 77,3% vesz részt valamilyen felelős turisztikai tevékenységben (Veronica, 2025). Ugyanakkor a szerzők rámutatnak: az ismeretek és a konkrét viselkedés között továbbra is van rés, amelyet edukációval és megfelelő információszolgáltatással lehet szűkíteni (Veronica, 2025).

A pszichológiai és marketingkutatások azt hangsúlyozzák, hogy a „zöld” fogyasztói értékek, az öko-tudatosság és az énazonosság (pl. „én környezettudatos utazó vagyok”) erősen befolyásolják az utazás közbeni pro-environmentális viselkedést – például az energia- és víztakarékosságot, a hulladékcsökkentést vagy a helyi, fenntartható szolgáltatók preferálását (Zhang, Zhao, & Zaman, 2025; Hadinejad et al., 2025).

## Fizetési hajlandóság és az „ár–élmény–fenntarthatóság” dilemmája

A fenntartható turizmus egyik kulcskérdése, hogy a turisták hajlandóak-e magasabb árat fizetni a „zöldebb” termékekért és minősített szolgáltatásokért. A Trip.com Group 2024-es, több régiót lefedő felmérése szerint az utazók 21%-a vállalná, hogy legfeljebb 5%-kal magasabb árat fizet a fenntarthatóbbnak jelölt utazási termékért, de mindössze 4,7% fizetne 10–20%-os prémiumot, és csupán 1,7% hajlandó 20% feletti felárat vállalni; ugyanakkor 38,8% egyáltalán nem hajlandó többet fizetni, 42,5% pedig csak bizonyos határig (Trip.com Group, 2024).

Egy zöld szállodai minősítésre irányuló, kis szigetes turisztikai desztinációban végzett kutatás azt találta, hogy a turisták átlagos fizetési hajlandósága a „green hotel” címkéért mérsékelt; ugyanakkor azok, akik jobban értették a klímaváltozás összefüggéseit, szignifikánsan nagyobb eséllyel fogadták el a zöld címkéhez kapcsolódó árprémiumot (Nelson, Partelow, Stäbler, Graci, & Fujitani, 2021).

Ezek az eredmények arra utalnak, hogy **a fenntarthatóság önmagában ritkán elégséges „értékajánlat”**: az utazók jellemzően **akkor hajlandók felárat fizetni, ha a zöld megoldás összekapcsolódik egyértelműen érzékelhető többlet-élménnyel** (pl. magasabb minőség, egyedi természeti élmények, egészség- és well-being komponensek), illetve, ha a kommunikáció érthetően és hitelesen mutatja be a pozitív környezeti és társadalmi hatásokat (Zhang et al., 2025; Elhoushy, Elzek, & Font, 2025).

## Fenntarthatósági standardok és minősítések szerepe (GSTC, tanúsítványok)

A fenntartható turizmus iránti növekvő keresletet csak akkor lehet piacilag is hatékonyan leképezni, ha a „fenntartható” ígéret mögött átlátható, **hiteles és összehasonlítható standardok** állnak. A Global Sustainable Tourism Council (GSTC) olyan globális alapstandardokat hozott létre – GSTC Criteria / GSTC Standards –, amelyek a fenntarthatóság négy pillére (fenntartható menedzsment, társadalmi-gazdasági előnyök, kulturális örökség védelme, környezeti hatások csökkentése) köré szerveződnek, és minimumelvárásként fogalmazzák meg, mit kell teljesítenie egy desztinációnak vagy szolgáltatónak ahhoz, hogy fenntarthatónak tekinthessük (GSTC, 2019; GSTC, 2025).

A GSTC maga nem közvetlenül tanúsít, hanem akkreditálja azokat a minősítő szervezeteket, amelyek a GSTC-kritériumok alapján auditálják a szálláshelyeket, utazásszervezőket és desztinációkat; így biztosítja a folyamat függetlenségét és a címkék hitelességét (GSTC, 2019; Control Union, 2023).

A fenntarthatósági tanúsításról készült friss, szisztematikus irodalmi áttekintés (93 publikáció elemzése) arra mutat rá, hogy a tanúsítványok elsődleges haszna abban rejlik, hogy keretet adnak a fenntarthatósági teljesítmény menedzseléséhez, javításához és kommunikálásához – ugyanakkor a gazdasági előnyökre (árprémium, foglaltság növekedése) vonatkozó empirikus bizonyítékok vegyesek, és gyakran gyenge módszertanú vizsgálatokra épülnek (Elhoushy et al., 2025).

A tanúsítás és az utazói magatartás kapcsolatát vizsgáló kutatások alapján három fontos következtetés vonható le:

1. **Láthatóság és érthetőség nélkül a címkék hatása korlátozott.** Több vizsgálat szerint a turisták jelentős része nem ismeri a konkrét öko- vagy fenntarthatósági címkéket, vagy nem érti azok tartalmát; a hatás akkor erősebb, ha a tanúsítvány jelentését egyszerű üzenetekkel és vizuálisan is magyarázzák (Karlsson & Dolnicar, 2016; Elhoushy et al., 2025).

2. **A tanúsítás akkor befolyásolja leginkább a döntést, ha csomagban jelenik meg az élménnyel és az ár-érték aránnyal.** A turisták többsége nem pusztán „zöld címkére", hanem minőségre, kényelemre és autentikus élményekre reagál; a fenntarthatóság ezek kiegészítő értékeként működik (Nelson et al., 2021; Zhang et al., 2025).
3. **A tanúsítás fontos eszköz a greenwashing elleni küzdelemben.** A GSTC-kritériumokra épülő, független auditálás segít abban, hogy a desztinációk és szolgáltatók hitelesen bizonyítsák teljesítményüket, és elkerüljék a megalapozatlan „zöld" állításokat (Elhoushy et al., 2025; GSTC, 2024).

## Bács-Kiskun vármegye szempontjai

A nemzetközi trendek Bács-Kiskun vármegye szempontjából releváns aspektusai:

**A természetközeli és vidéki desztinációk felértékelődése.** A fenntartható turizmus iránti igény különösen erős az olyan célcsoportoknál, akik csendesebb, „low-impact" élményeket keresnek: gyalogos és kerékpáros túrák, vízi- és ökoturizmus, agrár- és falusi turizmus. Bács-Kiskun alföldi tájai, a Duna–Tisza közi homokvidék, a Kiskunsági Nemzeti Park, a vízparti települések és a tanyás térségek kifejezetten jól illeszkednek ehhez a kereslethez. Ehhez azonban következetes környezeti menedzsmentre (látogatószabályozás, természetkímélő infrastruktúra, interpretáció) és tudatos kommunikációra van szükség.

**„Ár–élmény–zöld" csomagok kialakítása.** A nemzetközi kutatások alapján a turisták többsége csak mérsékelt felárat hajlandó fizetni a fenntarthatóbb szolgáltatásokért, ugyanakkor erősen reagál az egyedi, magas minőségű élményekre (Booking.com, 2024; Trip.com Group, 2024; Nelson et al., 2021). Ez azt jelenti, hogy a vármegyében meghatározó a fenntarthatóság és az élménytervezés integrált szemlélete:

- helyi termékekre és rövid ellátási láncokra épülő gasztronómiai kínálat,
- helyi közösségek bevonásával szervezett autentikus programok (pl. gazdaság- és tanyalátogatások, kézműves, kulturális élmények),
- aktív turisztikai útvonalakhoz kapcsolódó „zöld" szolgáltatáscsomagok (kerékpárosbarát szállás, vízi turizmusra specializált szolgáltatók).

**Fenntarthatósági minősítések és standardok bevezetése.** A GSTC-kritériumokhoz igazodó desztinációs vagy szolgáltatói minősítések (pl. GSTC-alapú desztinációminősítés, szállodai tanúsítványok) kézzelfoghatóvá teszik a fenntarthatóságot a vendégek számára, és egyben piaci megkülönböztetést is jelentenek. Jelenleg a fenntarthatósági tanúsítványok penetrációja országos szinten is alacsony, ami Bács-Kiskun esetében egyszerre jelent lemaradást és lehetőséget: a vármegye úttörő szerepet vállalhat a GSTC-nek megfelelő desztinációs irányítás és a minősített szolgáltatói hálózat kiépítésében.

**Fiatal, környezettudatos célcsoportok célzott megszólítása.** A kutatások szerint a fiatal generációk (Y és Z) különösen fogékonyak a fenntartható turizmus üzeneteire, ugyanakkor érzékenyek a hitelességre és a „greenwashingra" (Veronica, 2025; Elhoushy et al., 2025). Jelenleg a vármegye turisztikai kommunikációja, illetve a kínálati elemek azonban nem, vagy csak kis részben reflektálnak ezekre az igényekre – amely a későbbiekben fog problémát jelenteni, hiszen ha a vármegye kínálata nincs fent a fiatalabb generációk mentális térképén, akkor a későbbiekben a családalapítás után sem fogják a vármegyét választani.

**Desztinációmenedzsment és monitoring erősítése.** A fenntartható turizmus iránti kereslet hosszú távon csak akkor tartható fenn, ha a desztináció folyamatosan monitorozza a környezeti

terhelést, a látogatói áramlásokat és a helyi közösségek jólétét, és ezek alapján képes beavatkozásokat tervezni (OECD, 2024; GSTC, 2019).

A környezeti és fenntarthatósági trendek felhívják a figyelmet arra, hogy Bács-Kiskun versenyképessége erős összefüggésben áll azzal, hogy a meglévő természeti és kulturális erőforrásokra épülő kínálatat milyen mértékben **látható, hitelesen és mérhetően** fenntartható – és ez mennyire van világosan kommunikálva a belföldi és nemzetközi, környezettudatos célcsoportok felé.

## A klímaváltozás globális és helyi hatásai

A klímaváltozás és a turizmus kapcsolata ma már nem egyszerűen „kockázati tényezőként" jelenik meg, hanem **a turizmus hosszú távú versenyképességét alapvetően meghatározó strukturális feltételként.** A nemzetközi szakirodalom egyre inkább úgy tekint a turizmusra, mint olyan ágazatra, amely egyszerre jelentős kibocsátója az üvegházhatású gázoknak, és egyben az éghajlatváltozás egyik legsérülékenyebb gazdasági szektora (Scott, 2024; Gössling & Scott, 2025). Ez a kettős szerep a desztináció-fejlesztésben is paradigmaváltást kényszerít ki: a mennyiségi növekedésre épülő modellek helyett a minőségi, klímaadaptív, adatvezérelt irányítás kerül előtérbe.

A turizmus hozzájárulása a klímaváltozáshoz elsősorban az utazáshoz kapcsolódó energiafelhasználáson keresztül jelenik meg. Nemzetközi becslések szerint a turizmus teljes értéklánca – a közlekedéstől a szálláshely-szolgáltatáson át a vendéglátásig és a vásárlásokig – a globális üvegházhatásúgáz-kibocsátás mintegy 8%-áért felelős, és a szektor emissziója a jelenlegi trendek mellett 2030-ig tovább növekszik (UN Tourism/ITF, 2019; Nature Climate Change tanulmányok összefoglalása). A legnagyobb tételt a légi közlekedés és a gépjárműhasználat jelenti, de a hőkomfort biztosítása – különösen a hűtés – a melegedő éghajlaton a szállodák és egyéb létesítmények energiaigényét is jelentősen növeli. Miközben az Európai Unió az emisszió-kereskedelmi rendszer (EU ETS) kiterjesztésével és a „Tourism Transition Pathway" klímacéljaival igyekszik a szektor dekarbonizációját gyorsítani, a turizmus érdemi pályára állítása a nettó zéró felé továbbra is komoly kihívás (European Commission, 2025; White Paper on Tourism and Climate Adaptation, 2024).

Ugyanakkor **a turizmus maga is erősen kitett az éghajlatváltozás fizikai hatásainak**. Az IPCC hatodik értékelő jelentése külön fejezetben tárgyalja, hogy a hőhullámok, a csapadék-szélsőségek, az aszály, az árvizek és a tengerszint-emelkedés már ma is érzékelhető veszteségeket okoznak a turisztikai desztinációk infrastruktúrájában, ökoszisztémáiban és gazdasági teljesítményében (IPCC, 2022; IPCC, 2023). Európában a Copernicus éghajlati jelentései szerint a hőhullámok gyakoribbá és intenzívebbé váltak, a déli térségekben – különösen a mediterrán övezetben – tartós aszály, erdőtüzek és vízhiány nehezítik a turisztikai működést, miközben a hegyvidéki területeken a hómegbízhatóság romlása alakítja át a téli turizmust. A szakirodalom már több mint egy évtizede figyelmeztet arra, hogy a mediterrán tengerparti nyaralás klimatikus értelemben „túl forróvá" válhat a nyári csúcsszezonban, és a szezonális csúcsterhelés fokozatosan tavaszra és őszre tolódhat (Rutty & Scott, 2010, 2015).

A klímaváltozás nemcsak a hőkomfortot, hanem a vízhez, biodiverzitáshoz és tájképi értékekhez kötődő turisztikai erőforrásokat is érinti. A mediterrán térségben a „water–tourism nexus" vizsgálata rámutatott, hogy a turizmus vízigénye egyre nehezebben egyeztethető össze a mezőgazdaságéval és az ivóvízellátással, miközben a tavi és folyami rendszerek ökológiai állapotromlása a rekreációs értéket is csökkenti (Ricart et al., 2024). Más tanulmányok az ökoszisztéma-szolgáltatások, így például a korallzátonyok vagy ikonikus madárfajok

visszaszorulását dokumentálják, ami a természetközeli turizmus vonzerejét ássa alá (Eddy et al., 2021; Byrne et al., 2024). A klímaváltozás a kulturális tájakat – köztük a bortermő vidékeket – is átrajzolja: az egyes szőlőfajták termőhelyi alkalmassága eltolódik, új, magasabb fekvésű vagy északibb régiók válnak potenciális borvidékké, miközben a hagyományos termőterületek fokozott hő- és szárazság stresszel néznek szembe (van Leeuwen et al., 2024, idézi Gössling & Scott, 2025). Ez közvetlenül érinti a gasztronómiai és borturizmus kínálatát, amely ma Európa egyik legdinamikusabban növekvő szegmenseként jelenik meg (Grand View Research, 2024; Garibaldi, 2025).

A turisztikai kereslet oldalán a klímaváltozás hatásai összetett módon jelennek meg. A Gössling és Scott által készített friss áttekintés szerint a jelenlegi utazási statisztikákban a klímaváltozás okozta átrendeződések jórészt „elbújnak" az általános növekedés mögött, ugyanakkor egyre több jel utal arra, hogy a turisták a szélsőséges időjárási események, a hőhullámok, az erdőtüzek és az árvizek miatt módosítják utazási döntéseiket (Gössling & Scott, 2025). A viselkedési alkalmazkodás több formája is azonosítható: a desztinációcsere (melegebb térségek helyett hűvösebb úti célok választása), a szezonális áthelyezés (főszezonról az elő- és utószezonra való áttérés), az aktivitásváltás (pl. kültéri programok beltérire cserélése), illetve szélsőséges esetben az utazástól való elállás. A European Travel Commission 2024-es külön jelentése alapján az európai utazók jelentős része már ma is figyelembe veszi az éghajlati kockázatokat és a hőhullámokat az úticél megválasztásakor, és a média-klímadiskurzus mérhetően befolyásolja egyes desztinációk imázsát (ETC, 2024).

Ugyanakkor az, hogy a természeti erőforrások romlása miként hat a turisztikai keresletre, számos bizonytalanságot hordoz. A „shifting baseline syndrome" fogalma arra utal, hogy az egyes generációk eltérő környezeti állapotot érzékelnek „normálisnak": a fiatalabb turisták már egy degradáltabb környezethez szocializálódnak, így bizonyos veszteségeket kevésbé élnek meg minőségromlásként (Papworth et al., 2009; Soga & Gaston, 2024). Ez azt jelenti, hogy a mai látogatói preferenciákból nem lehet egyszerűen „átvetíteni" a jövőbeni keresleti mintákat, ami a hosszú távú desztináció-tervezést bizonytalanná teszi.

A klímaváltozás nemcsak a kereslet térbeli-időbeli eloszlását, hanem a turisztikai vállalkozások költségstruktúráját is alapvetően befolyásolja. Gössling és Scott rámutatnak, hogy a klímaváltozás már most növeli a turizmus működési költségeit: a szélsőséges események miatti bevételkiesések, a lerövidülő szezonok, az alkalmazkodási beruházások (pl. hóágyúzás, árvízvédelem, árnyékolás, hűtési kapacitások), a biztosítási díjak emelkedése és a nem biztosított károk mind olyan tételek, amelyek egyre több desztinációban jelennek meg a mérlegekben. Konkrét számítások szerint az Egyesült Államok 226 síterületén a hómegbízhatóság romlása és a megnövekedett hóágyúzási igény már jelenleg is évi 250 millió dollár veszteséget okoz, amely a század közepére többszörösére emelkedhet (Scott & Steiger, 2024, idézi Gössling & Scott, 2025). Az ausztrál „Black Summer" 2019–2020-as erdőtüzeihez kapcsolódó turisztikai bevételkieséseket egyes becslések 2,8 milliárd ausztrál dollárra teszik, mintegy 7 300 munkahely elvesztésével (Reiner et al., 2024). Európában a görögországi erdőtüzek és árvizek nyomán bevezetett klíma-reziliencia adók – például a görög szállásadót kiegészítő „climate resilience levy" – jól jelzik, hogy a klímaalkalmazkodás költségei fokozatosan a turisztikai szektoron, végső soron pedig a turistákon csapódnak le.

A kereslet- és kínálati oldali hatások összességében abba az irányba mutatnak, hogy a klímaváltozás a következő évtizedben nem elsősorban a „látványos" időjárási szélsőségeken keresztül, hanem az árak, a biztosíthatóság és az elérhetőség változásán keresztül alakíthatja át a globális turisztikai rendszert (Gössling & Scott, 2025; Mitrică et al., 2025).A reáljövedelmek

stagnálása, az infláció és az energiaárak volatilitása mellett a klímaváltozás által indukált többletköltségek a „megfizethető turizmus” határait is újra rajzoljak, ami különösen érzékenyen érinti a hagyományosan árérzékeny belföldi és regionális piacokra támaszkodó desztinációkat.

A klímaváltozás és a turizmus együtt hatásai így végső soron desztinációk versenyképességi kérdésévé válnak. A nemzetközi jó gyakorlatok azt mutatják, hogy azok a térségek képesek sikeresen reagálni, amelyek a promóció-központú megközelítésről a „destination stewardship”, azaz a terület egészének gondozására épülő kormányzás felé mozdulnak el. Az olasz gasztronómiai turizmus fejlődését elemző jelentés például kiemeli, hogy a desztinációk versenyképességét ma már nem a vendégéjszakák száma, hanem sokkal inkább a fejlődés, az identitás és az életminőség közötti egyensúly határozza meg (Garibaldi, 2025). Ennek része a klímakockázatok folyamatos monitorozása, a szezonális terhelés újrakalibrálása, a helyi gazdaság és az agrár-élelmiszer rendszerek megerősítése, valamint az olyan mérhető indikátorok bevezetése, amelyek a látogatói áramlás térbeli-időbeli eloszlását, a lakossági elégedettséget és a környezeti lábnyomot egyaránt követik. A legújabb európai szakanyagok szintén hangsúlyozzák, hogy a turizmusirányításnak – beleértve a regionális stratégiákat is – integrálnia kell az IPCC AR6 megállapításait, a Glasgow Declaration klímacéljait és az EU turisztikai átmeneti pályájának elvárásait (Scott, 2023; Scott, 2024; ETC, 2024).

## A klímaváltozás várható hatásai Bács-Kiskun vármegye turizmusára

A fent vázolt globális és európai folyamatok **Bács-Kiskun vármegyében különösen erősen jelentkeznek**, mivel a vármegye nagy része a Duna–Tisza közi Homokhátságon fekszik, amelyet a hazai szakirodalom a klímaváltozásnak leginkább kitett térségként tart számon (Rakonczai, 2013; Csáki, 2020). A vármegye frissített klímastratégiája szerint az éves középhőmérséklet ma már mintegy 1,5 °C-kal magasabb, mint a 20. század eleji értékek, és a hőségnapok (30 °C feletti maximumok) száma különösen a déli járásokban növekedett jelentősen (Bács-Kiskun Vármegye Önkormányzata, 2025). Mindez egy olyan alföldi domborzati háttérrel párosul, ahol a sík felszín, a gyenge vízvisszatartó képesség és a sekély talajvíz miatt a hő- és szárazságstressz fokozottan érvényesül, különösen a Duna–Tisza köze homokhátsági részein (Kohán, 2014; Rakonczai, 2013).

Országos összehasonlításban is látható, hogy az Alföld – és ezen belül a Dél-Alföld, amelynek részét képezi Bács-Kiskun – a legmelegebb térségek közé tartozik. Az Országos Meteorológiai Szolgálat és más elemzések szerint az éves középhőmérséklet az Alföld nagy részén már meghaladja a 12 °C-ot, a Dél-Alföld több pontján a 12,5 °C-ot is, miközben a hegyvidéki területeken 10 °C alatti értékek jellemzők (OMSZ, 2023; Magyar Nemzet, 2023). A legfrissebb adatok alapján a 2024. évi országos középhőmérséklet 12,91 °C volt, de a síkvidéki, alföldi térségekben ennél is magasabb, helyenként 13,5–14 °C körüli értékeket mértek, különösen a déli határhoz közeli területeken, amelyekhez Bács-Kiskun vármegye is csatlakozik (OMSZ, 2025). Biofizikai éghajlatelemzések is megerősítik, hogy a Kisalföld és a Duna–Tisza köze átlagosan melegebb az ország északkeleti régióinál, ami a hő- és párolgási viszonyok területi mintázatában is kimutatható (Gál & Unger, 2010). Ez a klimatikus háttér azt jelenti, hogy a vármegye turizmusát már ma is egy olyan hőmérsékleti alaphelyzet határozza meg, amelyre a további **felmelegedés** minden fokozata aránytalanul nagyobb terhelést rak a desztinációra.

A jövőbeli **turisztikai trendek szempontjából** ez több, egymással összefüggő irányt vetít előre. Egyrészt valószínű, hogy a **nyári főszezon egyre inkább „klimatikus kockázati**

**zónává" válik**, különösen a hőhullámokkal veszélyeztetett időszakokban. A kulturális, városi és aktív szabadtéri programok déli idősávban nehezebben lesznek élvezhetők, ami a látogatói programstruktúra átalakítását kényszeríti ki: a reggeli és esti, árnyékos vagy klimatizált helyszínekre épülő kínálat felértékelődik, miközben a középnapi kültéri aktivitás egyre inkább háttérbe szorul (Gössling & Scott, 2025; Bács-Kiskun Megyei Klímastratégia, 2018–2030). Másrészt a globális és európai trendekhez hasonlóan itt is várható a szezonális eltolódás: a tavaszi és őszi hónapok – különösen április–május, illetve szeptember–október – klimatikus szempontból egyre inkább ideális időszakká válnak a kerékpáros, vízparti, természetjáró és borturisztikai programok számára, miközben a július–augusztusi csúcshőmérsékletek egyre több hazai és külföldi vendéget terelhetnek el más, hűvösebb desztinációk felé (ETC, 2024; Ricart et al., 2024).

A Duna és a Tisza, valamint a kisebb tavak, holtágak és vizes élőhelyek fontos szereppel bírnak a vármegye turizmusában, ugyanakkor a klímaváltozás a **vízkészletekre gyakorolt hatása** miatt ezekre az erőforrásokra is közvetlen kockázatot jelent. A Duna–Tisza köze vízháztartási vizsgálatai szerint a tartós szárazodás, a talajvízszint-süllyedés és a csapadékmentes időszakok hosszának növekedése már ma is mérhető ökológiai és gazdálkodási következményekkel jár, és ez a tendencia várhatóan folytatódik (Kohán, 2014; Csáki, 2020). Turisztikai szempontból ez kettős kihívást jelent: egyrészt *fokozódik a vízparti üdüléshez, strandoláshoz, horgászathoz kapcsolódó kínálat sebezhetősége az alacsony vízállások, algavirágzások, vízminőségi problémák miatt, másrészt erősödik az igény a rekreációs vízfelületek és vizes élőhelyek ökológiai állapotának megőrzésére, mint a természeti vonzerő alapfeltételére* (Farkas, 2017). Ugyanakkor a hosszabb, enyhébb vállszezon a folyóparti sétányok, tanösvények, vízitúrák és természetmegfigyelő programok új pozicionálását is lehetővé teszi, ha a desztináció tudatosan a tavasz–ősz közötti „élhetőbb" hőmérsékleti időszakra építi a promóciót és az eseménynaptárt.

A vármegye turizmusában meghatározó szerepet játszó **agrár- és gasztronómiai kínálat** szintén közvetlenül függ az éghajlati feltételektől. A szőlő- és gyümölcstermesztés – amely Bács-Kiskunban hagyományosan fontos gazdasági pillér – a nemzetközi bor- és agrárklíma-kutatások szerint különösen érzékeny a hő- és vízstresszre; egyes fajták termőhelyi alkalmassága eltolódik, a hozam és a minőség ingadozóbbá válik, ami közvetlenül befolyásolja a borturizmus és helyi termékekre épülő gasztroturizmus narratíváit (van Leeuwen et al., 2024; Garibaldi & Pozzi, 2025). A „terroir" fogalma így a jövőben nemcsak kulturális és talajtani, hanem klímaadaptációs dimenziót is kap: a szárazságtűrő fajták, a víztakarékos öntözési rendszerek és a talajkímélő művelésmódok bevezetése egyszerre válik agrárstratégiai és turisztikai imázsépítési kérdéssé. A rövid ellátási láncokra, helyi alapanyagokra épülő gasztronómiai kínálat – amelyet a nemzetközi trendek is kiemelt versenyelőnyként értékelnek – csak akkor marad hiteles, ha a klímaadaptív agrárgyakorlatok a háttérben valóban megjelennek (Garibaldi & Pozzi, 2025; Gössling & Scott, 2025).

A vármegye alföldi fekvése ugyanakkor komoly lehetőségeket is rejt, ha a turisztikai stratégia a klíma kockázatokat nem csupán kényszerű alkalmazkodási feladatként, hanem a kínálatátalakítás és a pozicionálás motorjaként kezeli. A nemzetközi szakirodalom egyre erősebben hangsúlyozza, hogy **a „forróbb" régiók sikerének kulcsa a mennyiségi növekedésről a minőségi, időben és térben jobban elosztott turizmus felé való átmenet**, amelyben a helyi közösségek jóléte, az ökoszisztémák teherbíró képessége és a látogatói élmény egyaránt figyelembe vett szempont (Gössling & Scott, 2025; Scott, 2024). Bács-Kiskun esetében ez azt jelenti, hogy a jövőbeli turizmusfejlesztésnek tudatosan a tavaszi és őszi vállszezon erősítésére, az esti és árnyékos, zöldfelületekbe ágyazott programokra, a víztakarékos wellness- és fürdőszolgáltatásokra, valamint a klímabarát közlekedési

megoldásokra (kerékpáros és közösségi közlekedés, mikro-mobilitás) kell támaszkodnia. A desztináció irányítása szempontjából kulcskérdés lesz a klímaindikátorok – hőségnapok, csapadékmentes időszakok hossza, vízszintek, látogatói terhelés – folyamatos, digitális alapú monitorozása, és ezek integrálása a marketing-, termékfejlesztési és beruházási döntésekbe, ahogyan azt a turisztikai kereslet és desztinációfejlesztés klímaváltozás alatti összefüggéseit elemző nemzetközi munkák is javasolják (Gössling et al., 2025).

A termál- és gyógyvizek szempontjából Bács-Kiskun vármegye egyszerre erőforrás-gazdag és klímaszempontból sérülékeny térség. A Duna–Tisza közi Homokhátság alatt húzódó üledékes medence kedvező geotermikus adottságokkal bír, Magyarország geotermikus gradiensének értéke közel kétszerese a globális átlagnak, ami országos szinten is kiemelkedő termálvíz-potenciált eredményez (Strasszer, 2024; Nagygal, 2018). Ezt tükrözi az is, hogy a Nemzeti Népegészségügyi Központ gyógyvíz-nyilvántartásában Bács-Kiskun több települése – köztük Dávod, Kiskunmajsa, Kiskunhalas, Tiszakécske – elismert gyógyvizes kúttal szerepel, és a vármegye a hazai „gyógyvizes térkép” egyik sűrűsödési pontja.

A globális klímaváltozás közvetlenül a felszíni éghajlatot, közvetve pedig a vízkészletek utánpótlását érinti. Magyarországon – és ezen belül különösen a Dél-Alföldön, illetve a Duna–Tisza térségben – a nyári hőhullámok gyakorisága, intenzitása és időtartama az elmúlt évtizedekben jelentősen nőtt, ami növeli a hőstresszt és az aszálykockázatot (OMSZ, 2025; Tischner et al., 2019). A Bács-Kiskun Vármegyei Klímastratégia kifejezetten kiemeli, hogy az egyik legsúlyosabb várható hatás az aszálykárok további fokozódása és a klimatikus vízmérleg romlása, különösen a Homokhátságon, ahol a kedvezőtlen talajadottságok és az alacsony vízvisszatartó képesség erősítik a sérülékenységet.

A mélyebb – több száz–ezer méter mélységű – termálvíztároló rétegeket a felszíni éghajlatváltozás közvetlen hőmérsékleti hatása csak nagyon lassan éri el, ezért a víz hőmérséklete várhatóan stabil marad. A klímaváltozás azonban több szempontból is „rákapcsolódik” a termálvizek turisztikai hasznosítására. Egyrészt a hőhullámok és az időjárási szélsőségek erősödése felértékeli az egészségturizmust, a regeneráló, rekreációs szolgáltatásokat. Másrészt a hosszabb vállszezon – enyhébb tavaszok és őszök – kedvez a fürdők egész éves kihasználtságának, csökkentve a nyári csúcsidőszak túlterhelését, ami klímaadaptációs szempontból is kívánatos irány.

Ugyanakkor a vízkészletek oldalán a kockázatok is erősödnek. A Duna–Tisza köze talajvízszint-süllyedését és tartós szárazodását vizsgáló hidrológiai munkák rámutatnak, hogy a csökkenő utánpótlódás, a növekvő párolgás és a vízkivételek együttese hosszú távon a felszín alatti vízkészletek mennyiségi egyensúlyát is veszélyeztetheti (Rakonczai, 2013; Kohán, 2014). Országos szinten a termálvizek legnagyobb hányada ma is balneológiai célokat szolgál, de egyre jelentősebb a geotermikus energiatermelés, az üvegházi fűtés és más energetikai hasznosítás aránya (Nagygal, 2018; Miklós, 2020). A klímaváltozás miatt növekvő fűtési- és hűtési igény, illetve az energiafüggetlenségre törekvés fokozhatja a termálvízkivételek nyomását, ezért Bács-Kiskunban is létkérdés, hogy a gyógy- és termálvizek használata integrált vízgazdálkodási és energiastratégiai keretbe kerüljön.

A vármegye termálfürdői – Kiskunmajsa, Tiszakécske, Kiskunhalas, Kecskemét, Lakitelek és más települések fürdői – a klímaváltozásra adott válaszként három fő irányba mozdulhatnak el:

- Egyrészt növelhető a „négyévszakos” jelleg: a fedett medencék, szaunavilágok, gyógyászati szolgáltatások és egészségmegőrző programok erősítése lehetővé teszi,

hogy a fürdők a hűvösebb, de bioklimatikus szempontból komfortosabb tavaszi–őszi időszakban legyenek zászlóshajói a vármegye turizmusának.

- Másrészt a létesítmények saját klímalábnyomának csökkentése – a termálvíz utóhőjének hasznosítása fűtésre, hőszivattyús rendszerek, napelemes kiegészítő energiatermelés, víztakarékos üzemeltetés – versenyelőnyt is jelenthet, hiszen a nemzetközi trendekben a „zöld fürdők" iránti kereslet növekszik (Gössling & Scott, 2025; Erőss, 2015).
- Harmadrészt a termálfürdők és a környező zöldfelületek, tavak, tanösvények összekapcsolása olyan komplex, természetközeli élményt kínálhat, amely egyszerre enyhíti a hőstresszt és erősíti a desztináció klímaadaptív imázsát.

A klímaváltozás közegészségügyi vonatkozásai – a hőhullámokhoz kapcsolódó megbetegedési kockázatok, a krónikus betegségek súlyosbodása – hosszabb távon várhatóan tovább növelik a gyógyvizes, rehabilitációs és wellness-szolgáltatások iránti igényt (Tischner et al., 2019; Forhécz, 2018). Ez különösen kedvező feltételt teremt a kiskunmajsai, tiszakécskei, kiskunhalasi gyógyfürdők számára, amelyek már ma is orvosi beutalóval igénybe vehető kezelésekkel, reumatológiai, mozgásszervi terápiákkal vonzzák a vendégeket. A jövőbeli stratégia szempontjából ugyanakkor fontos, hogy a gyógyturizmus fejlesztése ne „vízfogyasztó" irányba mozduljon el: szükség lesz a fürdői vízkörforgások optimalizálására, a használt termálvíz utóhasznosítására (pl. települési fűtés, üvegházi zöldség- és gyümölcstermesztés), valamint a víztakarékos wellness-koncepciók – rövidebb töltési ciklusok, kisebb vízfelületű, de élményorientált medencék – bevezetésére.

### 1.4.7 Kulturális és társadalmi változások – a kulturális érdeklődés átalakulása és a helyi közösségek szerepe

A kulturális turizmus ma a nemzetközi turizmus egyik legfontosabb és leggyorsabban növekvő szegmense; az UNWTO és a szakirodalom szerint **a nemzetközi utazások jelentős része – a becslések szerint mintegy 39%-a – tartalmaz valamilyen kulturális motivációt** (Richards, 2018; World Tourism Organization [UNWTO], 2018). A kulturális motiváció ugyanakkor ma már ritkán jelenik meg „tisztán": a látogatók egyre inkább összekapcsolják az örökséget, a gasztronómiát, az aktív és természeti élményeket, illetve a mindennapi élet megfigyelését (Richards, 2018; Zhang, 2022).

#### A turisták kulturális érdeklődésének és preferenciáinak globális trendjei

A legfontosabb kulturális-társadalmi trendek, amelyek a turisztikai keresletet formálják:

1. **Az „élményalapú" és részvételi kulturális turizmus előretörése.** A klasszikus „múzeum–emlékmű–városnézés" modell mellé felzárkóztak az interaktív, kreatív és közösségi élmények: workshopok, mesterségbemutatók, gasztronómiai élménytúrák, fesztiválok, „élő örökség" programok (Richards, 2018; Scherf, 2021). A látogatók nem csupán megtekinteni, hanem „részt venni" akarnak – legyen szó hímzésről, táncról, főzésről vagy lovas bemutatókról.
2. **A mindennapi élet és az immateriális örökség felértékelődése.** Az UNWTO kulturális turizmusról szóló jelentése hangsúlyozza, hogy az érdeklődés elmozdult a „nagy" műemlékektől a mindennapi kultúra, az életmód, a helyi zene, gasztronómia és kézművesség irányába (UNWTO, 2018). A látogatók számára fontos a „hely szelleme" (sense of place), azaz hogy az adott úti

cél saját története, identitása és közösségi élete jelenjen meg az élményekben (Csurgó & Smith, 2022). Ezért lehet érdekes a turisták számára, hogy a vármegyében számos nemzetiség számos kultúrája találkozik.

3. **A kulturális és kreatív szektorok összekapcsolódása a turizmussal.** Az OECD 2022-es elemzése szerint a kulturális és kreatív szektorok – pl. design, kézművesség, előadó-művészet, gasztronómia – kulcsszereplőivé váltak a turisztikai élményteremtésnek, különösen kisebb városokban és vidéki térségekben (OECD, 2022).
   Ebből nőtt ki a „creative tourism" fogalma, ahol a látogató aktív alkotóként vesz részt a helyi kultúrában – ez kifejezetten releváns a kézműves és gasztronómiai hagyományokkal rendelkező térségek számára (Scherf, 2021).
4. **Közösségközpontú és fenntartható kulturális turizmus.** A friss kutatások kiemelik, hogy a kulturális turizmus hosszú távú sikerének feltétele a helyi közösségek bevonása és az örökség megőrzése – ellenkező esetben a „túlhasználat" identitásvesztéshez és elvándorláshoz vezethet (Zhang, 2022; Csurgó & Smith, 2022). Izgalmas kérdés ugyanakkor, hogy a vármegye nagy szülöttjeihez kapcsolódó tematikus termékek mennyiben lesznek vonzóak vagy időtállóak a következő években, évtizedekben – a Kodály Zoltánhoz vagy Petőfi Sándorhoz kapcsolódó helyszínek mennyiben jelentenek önálló vonzerőt a hazai és nemzetközi turisták körében.

## A helyi közösségek és kultúrák szerepe a turizmusban

A nemzetközi szakirodalom egybehangzóan kiemeli, hogy a kulturális turizmus akkor fenntartható, ha a helyi közösség:

- **birtokolja és formálja** az örökséghez kapcsolódó narratívát;
- **gazdasági haszonhoz jut** a turizmusból;
- és **meg tudja őrizni** kulturális önazonosságát (UNWTO, 2018; Csurgó & Smith, 2022).

A kulturális ökoszisztéma-szolgáltatásokat vizsgáló magyar esettanulmányok rámutatnak, hogy a vidéki térségekben a kulturális örökség, a helyhez kötődő identitás és a turizmus szorosan összefonódik: a turizmus egyszerre lehet eszköze a helyi identitás megerősítésének és kockázata a „túlkommercializálásnak" (Csurgó & Smith, 2022).

Az UNESCO szellemi kulturális örökség koncepciója, illetve a hazai szakirodalom (pl. Tóth, 2020) hangsúlyozza, hogy a „hagyományból örökség" folyamat kulcstényezői a közösségi részvétel, tudatosság, szervezettség és értékelés – vagyis az, hogy a helyiek maguk is reflektálnak arra, mit és hogyan kívánnak turisztikai termékként bemutatni (Tóth, 2020).

Ebből következik, hogy a kulturális turizmus fejlesztésében:

- a **közösségi alapú turizmus** (community-based tourism) és a közösségi részvétel nem „opcionális extrák", hanem a hosszú távú siker feltételei;
- a fejlesztéseknek a **helyi kulturális ökoszisztémát** – intézmények, alkotók, civil szervezetek, egyházak, nemzetiségi közösségek – egészként kell kezelniük;
- a turisztikai márkázásnak a **helyi identitásra** kell épülnie, nem pedig annak felülírására.

### A trendek hatásai Bács-Kiskun vármegyére

A nemzetközi kulturális és társadalmi trendek alapján Bács-Kiskun vármegyében is valószínűsíthető, hogy a kulturális motiváció egyre ritkábban jelenik meg „önálló" utazási indokként: a látogatók növekvő arányban összekapcsolt élményeket keresnek, ahol az örökségi elemek, a gasztronómia, a természeti környezet és az aktív programok egymást erősítik. Ezzel párhuzamosan felértékelődnek azok a kulturális tartalmak, amelyek nem csupán bemutatják, hanem megtapasztalhatóvá teszik a helyi kultúrát: a kézműves és gasztronómiai hagyományok, a közösségi események, a zene, valamint a mindennapi élethez kapcsolódó helyi tudások és gyakorlatok. A „hely szelleme", az immateriális örökség és a személyes kapcsolódás – a helyi történetek, a közösségi rutinok, a tájhasználat és az identitás lokális formái – a kulturális érdeklődésben egyre hangsúlyosabbá válhatnak.

Bács-Kiskun vármegye sajátossága, hogy kulturális identitása nem egyetlen domináns narratívára épül, hanem több, térben és történetileg eltérő rétegben jelenik meg. Egyes térségekben kifejezetten élő a nemzetiségi hagyományápolás (például a sváb és horvát közösségek nyelvi, gasztronómiai és közösségi emlékezeti elemei), míg más területeken az identitás inkább történeti-intézményi lenyomatokban válik láthatóvá. Ide sorolhatók a történeti egyházi központok örökségi elemei, valamint a Duna mente és a Bácska uradalmi múltjának nyomai, amelyek a településszerkezetben, az épített környezetben, a családnevekhez és birtokviszonyokhoz kötődő helyi történetekben is megjelennek. E kulturális rétegek eltérő módon és eltérő intenzitással „olvashatók" ki a tájból és a településekből, ezért a kulturális érdeklődés várhatóan mozaikos mintázatot mutat: különböző térségekben más-más kulturális jelek válnak dominánssá, és más típusú befogadói igényeket generálnak.

A közösségközpontú kulturális turizmus térnyerésével a kulturális kínálat társadalmi „befogadóképessége" érzékenyebb tényezővé válhat. Azoknál a tartalmaknál, amelyek identitást, közösségi emlékezetet vagy vallási-kulturális gyakorlatokat érintenek, a növekvő érdeklődés kockázatként is megjelenhet: leegyszerűsítés, folklorizálódás vagy túlkommercializálás irányába tolódhat az értelmezés, ami helyi ellenérzéseket és konfliktusokat is kiválthat. Emiatt a vármegye kulturális turizmusának alakulása várhatóan nem homogén, hanem térségenként eltérő érzékenységekkel jellemezhető: eltérő közösségi viszonyok, eltérő identitásrétegek és eltérő típusú kulturális tartalmak párhuzamos jelenléte határozza meg, hogy hol milyen mértékben és milyen módon válik a kultúra turisztikai érdeklődés tárgyává. Az immateriális örökség és a mindennapi kultúra felértékelődése következtében várhatóan azok a helyszínek és közösségek kerülnek előtérbe, ahol a kultúra nem kizárólag tárgyiasult örökségként, hanem élő közösségi gyakorlatként is jelen van, illetve ahol a kulturális jelentés a tájhoz, a települési térhez és a helyi társadalmi kapcsolatokhoz is kötődik.

## 1.4.8 Egészségügyi és biztonsági tényezők – nemzetközi trendek és Bács-Kiskun vármegye szempontjai

### Egészségügyi kockázatok és járványhelyzet a turizmusban

A COVID–19 világjárvány rámutatott arra, hogy az egészségügyi kockázatok a turizmus működésének alapvető meghatározói. A nemzetközi turizmus 2020–2021-ben történelmi visszaesést szenvedett el, de 2023 végére már elérte a járvány előtti szint mintegy 90%-át, ami a szektor erős, de sérülékeny rezilienciáját jelzi (UN Tourism, 2023).

A turizmus és az egészség kapcsolata ma már nemcsak a fertőző betegségek terjedése, hanem a mentális egészség, a kiégés és az egészségtudatos életmód iránti igény révén is értelmezendő. A WHO Európai Regionális Irodája a „health–tourism nexus" fogalmával írja le azt a kettősséget, hogy a turizmus egyszerre járulhat hozzá a lakosság egészségének javításához (rekreáció, stresszcsökkentés, gyógyturizmus), ugyanakkor a mobilitás növelésén keresztül új egészségügyi kockázatokat is generál (fertőzések, hőhullámok egészségügyi hatásai, balesetek) (World Health Organization [WHO], 2025).

A járványokkal foglalkozó turisztikai szakirodalom hangsúlyozza, hogy a pandémiák nem „egyszeri sokkok", hanem **hosszabb távú strukturális átalakulásokat indíthatnak el az utazási szokásokban**, a desztinációválasztásban és a turizmusirányításban. Hall, Scott és Gössling (2020) szerint a járványok felerősítik a már meglévő törékenységeket (tömegturizmus, szezonális függőség, túlzott mobilitás), és kényszerítik a szereplőket arra, hogy a rugalmasságot és a fenntarthatóságot rendszerszinten építsék be a turizmuspolitikai döntésekbe.

A turisták egészségkockázati percepciója közvetlenül befolyásolja az utazási szándékot és a desztinációválasztást. Nemzetközi vizsgálatok szerint a turisták az egészség kockázatokat (járványok, higiénés viszonyok, egészségügyi ellátórendszer minősége) az egyik legfontosabb utazási kockázati kategóriaként értékelik (Chien, Sharifpour, Ritchie, & Watson, 2017).

Magyar kontextusban Bátor és Raffay-Danyi (2022) kimutatták, hogy a magyar utazók nemzetközi turizmushoz kötődő kockázati percepciójában a terrorizmus után a második legfontosabb kockázati tényező az egészségügyi kockázat (járványok, betegségek, higiénés problémák), megelőzve a bűnözést és a természeti katasztrófákat. Az idősebb, illetve kisgyermekes családi szegmensek különösen érzékenyek az egészségügyi kockázatokra, ami a wellness- és gyógyturizmus, illetve a családi üdülések szempontjából kiemelten fontos.

Ezzel párhuzamosan dinamikusan **növekszik az egészségtudatos, preventív szemléletű utazások piaca**: a Global Wellness Institute becslései szerint a wellness-turizmus 2022-ben az összes utazás 7,8%-át, de az összes turisztikai költés közel 19%-át adta, és 2027-ig várhatóan több mint duplájára nő (Global Wellness Institute, 2023). Strack és Raffay-Danyi (2021) magyarországi fürdőlátogatók körében végzett kutatása alapján a hazai gyógy- és wellnessfürdők iránti keresletet egyre inkább a holisztikus jóllét (megelőzés, regeneráció, mentális feltöltődés) motiválja, nem pusztán a rehabilitációs célú gyógykezelés.

## Biztonság, kockázatérzékelés és utazási döntések

A biztonság (safety & security) a desztináció versenyképességének egyik kulcstényezője. Az UN Tourism friss fehér könyve hangsúlyozza, hogy a turisztikai biztonság nemcsak a bűnözés vagy terrorizmus megelőzéséről szól, hanem a válságkezelés, az egészségügyi felkészültség, a katasztrófavédelem és a kommunikáció integrált rendszeréről, amely a desztináció „biztonságos és megbízható" imázsának alapja (UN Tourism, 2024).

Az Európai Travel Commission 2024 őszén végzett felmérése szerint **a desztináció biztonsága az európai utazók első számú szempontja** utazási célpont választásakor (18%), megelőzve az időjárási stabilitást és az árkedvezményeket (European Travel Commission, 2024). Ez azt jelenti, hogy a „biztonságos, kiszámítható" desztináció-imázs fenntartása legalább olyan fontos, mint az ár-érték arány vagy a vonzerők minősége.

A modern kockázatkutatás rámutat, hogy a turisták kockázattűrése és utazási hajlandósága nagymértékben függ attól, mennyire bíznak a különböző információforrásokban (kormányzati szervek, média, közösségi média, szakosított turisztikai oldalak). Lečić és szerzőtársai (2025)

több országot összehasonlító vizsgálata alapján a kormányzati és szakmai forrásokba vetett magasabb bizalom növeli az utazási kockázattűrést, míg a közösségi médiában domináns, szenzációhajhász narratívák gyakran felerősítik a kockázatészlelést és visszafogják az utazási szándékot (Lečić, Issakov, Dávid, & Gajić, 2025).

Magyar specifikum, hogy a magyar utazók kockázatészlelését és kockázattűrését az utóbbi években több empirikus kutatás is vizsgálta. Bátor és Raffay-Danyi (2022) kimutatták, hogy a nemzetközi utazásokkal kapcsolatos kockázatészlelés erősen differenciált a kor, nem és családi életciklus szerint; az idősebb, gyermeket nevelő, illetve inkább kockázatkerülő szegmensek hajlamosabbak elhalasztani vagy közelebbi, ismertebb úti célokra cserélni a külföldi utazást. Sólyomfi és szerzőtársai (2024) a magyar utazók kockázattűrését vizsgálva arra jutottak, hogy az egyéni személyiségjegyek, a fizikai biztonsággal kapcsolatos attitűdök és a desztináció média-képe együttesen magyarázzák a külföldi úticélokkal kapcsolatos kockázattűrést (Solyomfi, Skačkauskienė, Borisov, & Vinogradov, 2024).

A COVID utáni szakirodalom egyértelműen rámutat: **a célpontok egészségügyi és biztonsági menedzsmentje, illetve ennek látható kommunikációja** (higiéniai protokollok, tömegelkerülő megoldások, rugalmas lemondási feltételek) meghatározó szereppel bír a turisták bizalmának visszanyerésében (Hall et al., 2020; Rasoolimanesh, Seyfi, Rastegar, & Hall, 2021).

## Egészség és biztonság a magyar és regionális kontextusban

Magyarország a legtöbb nemzetközi utazási tanács szerint összességében **biztonságos desztinációnak** számít; a fő kockázat a kisebb értékre elkövetett vagyon elleni bűncselekmény (zsebtolvajlás, gépjárműfeltörés), elsősorban a nagyvárosokban és a turisztikailag frekventált helyszíneken (pl. Budapest) (U.S. Department of State, 2024; Australian DFAT, 2024). Az **egészségügyi ellátás** színvonala a legtöbb utazási tájékoztató szerint megfelelő, a sürgősségi ellátás elérhető, különösen a nagyobb városokban; a magánegészségügy és a fogászati turizmus pedig kifejezetten erős vonzerő Magyarország számára (Medical Tourism Association, 2021).

Ugyanakkor Bács-Kiskun vármegyében speciális biztonságpolitikai és percepciós tényező a szerb–magyar határ közelsége és a migrációs útvonalak szerepe. Magyarországon 2015 óta „**tömeges bevándorlás okozta válsághelyzet**” van hatályban, amelyet eredetileg több határ menti vármegyére, köztük Bács-Kiskunra vezettek be, majd az ország egészére kiterjesztettek és 2025-ig többször meghosszabbítottak (Asylum Information Database [AIDA], 2025). Bár a válságjogi intézkedések elsősorban a menedékkérők és a határőrizet szempontjából relevánsak, a **nemzetközi médiaképen keresztül hatással lehetnek a régió külső imázsára** is (kerítés, határkonfliktusok, migrációs hírek).

Európai szinten a turizmuspolitika egyre inkább hangsúlyozza a „reziliens” turizmus kiépítését, amely képes kezelni a biztonsági, egészségügyi és geopolitikai sokkokat. Az Európai Bizottság 2024-es áttekintése kiemeli, hogy az európai turizmusnak egyszerre kell zöldebbé, digitálisabbá és ellenállóbbá válnia, miközben olyan rendszerek, mint az EES és az ETIAS egyszerre szolgálják a biztonságot és a határátlépés gördülékenységét (European Commission, 2024).

## Az egészségügyi és biztonsági trendek hatása Bács-Kiskun vármegye turizmusára

### Egészségtudatos kereslet és wellness/gyógyturizmus

A nemzetközi wellness- és egészségturizmus dinamikus bővülése közvetlen lehetőség Bács-Kiskun számára, ahol több termál- és gyógyfürdő (pl. Tiszakécske, Kiskunmajsa, Kiskunhalas, Baja térsége) már ma is a turisztikai kínálat meghatározó pillére. A globális wellness-turizmus „szupergyors" növekedése (Global Wellness Institute, 2023) és a magyar gyógyfürdők iránti, jóllét-központú kereslet erősödése (Strack & Raffay-Danyi, 2021) azt jelzi, hogy az alábbi tényezők jelentős mértékben hozzájárulnak a vármegye turizmusának építéséhez:

- a termál- és gyógyvízhez kötődő prevenciós, regenerációs és mentális egészségügyi előnyök;
- egészségtudatos, „lassú" és természetközeli turisztikai élményláncok(fürdő + természetjárás + helyi, egészséges gasztronómia);
- külön csomagokat az idősebb, kockázatkerülő, illetve kisgyermekes családi szegmenseknek, akik a kutatások szerint az átlagosnál érzékenyebbek az egészségügyi és biztonsági kockázatokra (Bátor & Raffay-Danyi, 2022).

### Mentális egészség megőrzése

A fizikai egészség és a biztonság mellett egyre hangsúlyosabb tényezőként jelenik meg a mentális egészség megőrzése, amely a turisztikai döntésekben és az utazási élmény megítélésében is meghatározó szerepet játszik. Nemzetközi trendek alapján a látogatók fokozottan keresik azokat a desztinációkat, amelyek a stresszcsökkentést, a mentális regenerációt és a „lassulás" lehetőségét kínálják, különösen természeti környezetben. Bács-Kiskun vármegye ebből a szempontból kedvező adottságokkal rendelkezik: a kiterjedt alföldi táj, a vízparti és védett természeti területek, a tanyás térségek, valamint az alacsony beépítettségű környezet olyan nyugalmi és rekreációs élményeket tesznek lehetővé, amelyek hozzájárulnak a mentális jóllét erősítéséhez. A természetközeli tartózkodás, az aktív, de nem túlterhelő szabadidős tevékenységek, valamint a közösségi élményeken alapuló vidéki és kulturális programok (gyaloglás, kerékpározás, vízparti pihenés vagy akár a zarándok turizmus) együttesen támogatják a pszichés feltöltődést. A mentális egészség megőrzésének szempontja így szervesen kapcsolódik a vármegye egészségturisztikai, aktív és ökoturisztikai kínálatához, valamint jellemzi Bács-Kiskun arculatát mint biztonságos, kiegyensúlyozott és élhető desztináció, ahol az egészség nem csupán fizikai, hanem lelki értelemben is értelmezhető.

### Biztonságos, alacsony zsúfoltságú desztináció-imázs

A COVID utáni európai utazók körében megerősödött igény a kevésbé zsúfolt, „off-the-beaten-path" desztinációk iránt; az ETC adatai szerint az európai utazók több mint fele szívesen keres fel kevésbé ismert helyeket, részben a tömegturizmus és a zsúfoltsággal összefüggő kockázatok elkerülése miatt (European Travel Commission, 2024). Bács-Kiskun túlnyomórészt vidéki, alacsony népsűrűségű térség, ahol a természeti és kulturális attrakciók (homokhátság, folyóvölgyek, Bugac, natúrparkok, bor- és gasztronómiai kínálat) jól illeszkednek ehhez az igényhez.

### Migrációs percepciók és kommunikáció

A határ menti válságjogi helyzet és a migrációs hírek önmagukban nem jelentik azt, hogy a turisták számára Bács-Kiskun ne lenne biztonságos, de a desztináció külső percepcióját befolyásolhatják. A biztonságos desztinációk meghatározó tényezői:

- a hivatalos turisztikai kommunikációban (honlapok, közösségi média, Tourinform) egyértelműen hangsúlyozva van a vármegye biztonságos, családbarát voltat;
- láthatóa rendvédelmi jelenlét, emberközeli módon (pl. „biztonságos fesztivál", „családbarát fürdő" üzenetek);
- szükség esetén célzott tájékoztatása határhelyzet turista-szempontból releváns elemeiről (átkelőhelyek, várakozási idők, közlekedési tanácsok), elkerülve a riasztó narratívákat.

**Kockázatmenedzsment, egészségügyi felkészültség és válságkezelés**

A nemzetközi best practice-ek és a biztonsággal kapcsolatos irányelvek alapján az egészségügyi és biztonsági kockázatmenedzsment legfontosabb elemei:

- települési és vármegyei szinten kidolgozott, turizmusra is kiterjedő válságkezelési és evakuációs tervek (pl. járványügyi korlátozások, extrém időjárási események, nagy tömegrendezvények kezelése);
- a nagyobb turisztikai csomópontokban elérhető egészségügyi szolgáltatások, sürgősségi ellátás, illetve ezek egyértelmű kommunikációja a külföldi vendégek felé;
- a szálláshelyek, fürdők, rendezvényhelyszínek személyzetének biztonság- és egészségügyi képzése (elsősegély, tömegirányítás, kríziskommunikáció), összhangban a nemzetközi standardokkal, illetve olyan keretekkel, mint a GSTC vagy a Green Destinations/Good Travel Seal egészség-biztonságra vonatkozó kritériumai.

**Célcsoportok szempontjából** Bács-Kiskun számára előnyt jelent:

- a magasabb kockázatkerülésű szegmensek (idősebb, gyerekes családok, egészségtudatos wellness- és gyógyvendégek) számára vonzó, nyugodt és biztonságos alternatíváka zsúfolt fürdő- és nagyvárosi desztinációkkal szemben;
- a belföldi utazók, akik a járvány óta sokszor inkább országon belül maradnak, könnyen, autóval vagy vonattal elérhető, „közeli, de más" élményeket találnak a megyében;
- a környező országokból (Szerbia, Románia, Szlovákia, Ausztria) érkező regionális vendégek számára a biztonságos EU-környezet, a megfelelő egészségügyi infrastruktúra és a kedvező ár-érték arányú gyógy- és fogászati szolgáltatások.

## 1.4.9 Utazási szokások és preferenciák – nemzetközi trendek és Bács-Kiskun vármegyei hatások

### Nemzetközi trendek az utazási magatartásban

**Az aktív és vízparti turizmus felértékelődése**

A COVID-járvány óta tartósan erősödik a természetközeli, szabadtéri és vízparti turizmus iránti kereslet. Az OECD legutóbbi turizmus-jelentése szerint az európai desztinációkban kiemelkedően növekszik a természet-alapú, aktív és „slow" turizmus szerepe, részben az egészségtudatosság, részben a túlzsúfolt városi terek elkerülése miatt (OECD, 2024).

Ezt erősítik a természet-alapú turizmusról szóló friss szisztematikus áttekintések is: Donici és Dumitras (2024) kimutatta, hogy az európai nemzeti és természeti parkokban a kereslet fő

motivációi az aktív kikapcsolódás, a vízparti rekreáció, a kerékpározás és a túrázás, illetve az, hogy a turisták elkerüljék a tömegturizmus helyszíneit (Donici & Dumitras, 2024).

Európában különösen gyorsan nő a kerékpáros turizmus piaca: a kerékpáros utazási szegmens értékét 2024-ben több tízmilliárd dollárra becsülték, és a 2020-as években várhatóan két számjegyű éves növekedési ütemmel bővül (European Cyclists' Federation, 2024). A vízparti desztinációk – folyók, tavak, holtágak, víztározók – a hőhullámok gyakoriságának növekedésével párhuzamosan „klímamenedék"-ként válnak vonzóvá, amit a nemzetközi turisztikai klímajelentések is kiemelnek (UN Tourism, 2024).

**Gyors, impulzív döntések és rövidülő foglalási ablak**

A digitális foglalási csatornák (online utazási irodák, mobilalkalmazások, közösségi média) térnyerése a foglalási magatartást is átalakította. Nagy online utazási irodák adatai szerint a foglalások egyre nagyobb része 0–7 nappal az utazás előtt történik, különösen a fiatalabb generációk körében (Expedia Group Media Solutions, 2024; Booking.com, 2023).

A Booking.com oldalnak már a 2024-es előrejelzése is rámutatott, hogy a „spontán kalandozók" szegmense – akik sokszor az utolsó pillanatban döntenek és mobilról foglalnak – már nem réspiac, hanem tömeges jelenség, különösen a rövid, 2–4 éjszakás európai utazásoknál (Booking.com, 2023). Ez a trend szorosan összekapcsolódik azzal, hogy a turisták a rugalmas lemondási feltételeket és a dinamikus árazást is elvárják.

A hazai gyakorlat követi a nemzetközi trendeket. Az új fogyasztói szokások a turisztikai szolgáltatók részéről egy teljesen más árazási és értékesítési stratégiát kívánnak, amire a hazai szolgáltatók (a nagyobb szereplők kivételével) nincsenek felkészülve, sem tudás, sem a megfelelő szoftverek nem állnak rendelkezésre a dinamikus árazáshoz vagy célzott marketingkampányhoz.

**Az „ár–érték" helyett „ár–élmény" kerül a fókuszba**

A megélhetési költségek emelkedése továbbra is erősen befolyásolja az utazási döntéseket, ugyanakkor a nemzetközi kutatások azt mutatják, hogy a turisták egyre inkább hajlandók prémium árat fizetni az egyedi, tartalmas élményekért (OECD, 2024; McKinsey & Company, 2024). Skift és McKinsey közös elemzése szerint az élményalapú szolgáltatások – helyi gasztronómiai programok, vezetett természet- és kulturális túrák, tematikus események – a globális utazási költés leggyorsabban növekvő szegmensét képviselik (Skift Research & McKinsey, 2024).

A „value for money" megközelítést egyre inkább felváltja a „value for experience": a turisták nem a legolcsóbb kínálatot keresik, hanem azt, ahol az ár mögött magas élményintenzitás, hiteles helyi tartalom, személyre szabott szolgáltatás és jó online értékelések állnak (Poruțiu et al., 2024).

Ugyanez figyelhető meg a belföldi turizmus vonatkozásában is: egyre gyakoribbak a rövidebb viszont élményintenzív utazások.

**Minőség és fenntarthatóság, mint alapelvárás**

A friss nemzetközi felmérések szerint a turisták többsége fontosnak tartja, hogy utazása környezetkímélő legyen, és egyre nagyobb részük aktívan keresi a hiteles fenntarthatósági minősítésekkel rendelkező szolgáltatókat (OECD, 2024; UN Tourism, 2024). A fenntarthatósági tanúsításokról szóló szakirodalmi áttekintések azt mutatják, hogy a GSTC-nek megfelelő rendszerek – például a Green Destinations, a Good Travel Seal vagy a különféle

ökocímkék – növelik a desztinációk és szolgáltatók iránti bizalmat, és különösen a magasabb költésű, tudatos utazók körében erősítik a versenyképességet (Elhoushy, 2025).

A minőség ráadásul nemcsak a fizikai infrastruktúrát jelenti, hanem az élmény „puha" dimenzióit is: vendégkommunikáció, digitális jelenlét, többnyelvű információk, illetve az, hogy a szolgáltató láthatóan odafigyel a helyi közösségekre és a környezeti hatásokra (Muresan et al., 2019).

**Egyéni és csoportos utazások aránya, preferenciaváltások**

Európában a turisztikai utak túlnyomó többsége ma már egyénileg szervezett, részben az online foglalási eszközök, részben a fapados légitársaságok terjedése miatt (OECD, 2024). A hagyományos, nagy létszámú csoportos utak elsősorban a tengerparti, távoli vagy körutazás jellegű desztinációknál maradtak meghatározóak, míg a rövidebb, belföldi vagy régión belüli utazásoknál az egyéni (családi, baráti) utazások dominálnak (Eurostat, 2024).

Ugyanakkor erősödik a „kis csoportos" és „privát" túrák iránti igény: a túraszervezők beszámolói szerint a kis létszámú, testre szabott programok iránti kereslet gyorsabban nő, mint a klasszikus nagybuszos csoportos utaké (Rezgo, 2020; ABTA, 2024). A szólóban utazók aránya is emelkedik: az Egyesült Királyságban például 2023-ban a turisták mintegy 16%-a utazott egyedül, szemben az előző évi 11%-kal (ABTA, 2024).

A magyar és román kutatások alapján a fiatalabb generációk – különösen a Z generáció – digitálisan nagyon aktívak, intenzíven kutatnak online, és gyakran a közösségi médián keresztül foglalnak, miközben a fesztiválok, események, élmény- és közösségorientált programok felé húznak (Porutiu et al., 2024).

## Az utazási szokások változásainak hatásai Bács-Kiskun vármegye turizmusára

Az aktív és vízparti turizmus felértékelődése: A természetközeli és vízparti kereslet erősödése a vármegyében elsősorban a nagy folyók (Duna, Tisza), a holtágak, a természetes üdülőtavak (Szelidi-tó, Vadkerti-tó), valamint a csatornahálózat (pl. Vajas-fok, Duna-völgyi-főcsatorna) környezetében jelenik meg. A vármegye vizes élőhelyei és mozaikos táji karaktere (különösen a Kiskunsági Nemzeti Park területei) olyan természeti környezetet ad, amelyhez jól illeszthető a „slow", alacsony intenzitású szabadtéri rekreáció (rövid túrák, vízparti pihenés, evezés, horgászat). A hőhullámok gyakoribbá válásával a vízparti helyszínek klimatikus vonzereje erősödhet, ami a nyári időszakban a vízfelületekhez kötődő látogatói koncentrációt növelheti, miközben az érzékeny természeti területeken a terheléskezelés kérdése is hangsúlyosabbá válik.

Gyors, impulzív döntések és rövidülő foglalási ablak: A rövidülő döntési és foglalási idő a vármegyében várhatóan elsősorban a hétvégi, 1–3 éjszakás belföldi utaknál, illetve az egynapos kirándulásoknál erősödik. Ennek következménye, hogy a látogatói áramlás rövidebb idő alatt koncentrálódhat kiemelt helyszínekre (fürdők, üdülőtavak, nagyobb városi attrakciók), miközben a kisebb, kevésbé látható attrakciók esetében a digitális információk hiánya aránytalanul nagy „láthatósági hátrányt" jelenthet. A trend a digitális csatornákon elérhető, friss információk (nyitvatartás, elérhetőségek, aktuális állapot, programok) szerepét felértékeli, és a vármegyei attrakciók közötti különbségeket a digitális jelenlét minősége mentén felerősítheti.

Az „ár–érték" fókusz elmozdulása az „ár–élmény" irányába: Az élményintenzitás felértékelődése a vármegyében várhatóan abban jelenik meg, hogy a látogatók a klasszikus, passzív városnézés vagy „strandolás" mellett egyre inkább keresik azokat a helyszíneket és alkalmakat, ahol a kulturális örökség, a helyi gasztronómia és a természetközeli programok

egymáshoz kapcsolódnak. A vármegye mozaikos kínálata – városi kulturális csomópontok, táji élmények, vízparti rekreáció, bor- és gasztrokultúrák – eleve olyan szerkezetet ad, ahol a látogatói élmény több komponensből áll össze, és a „rövidebb, de intenzív" belföldi utazások logikájába jól beilleszthető. Ezzel párhuzamosan a digitális értékelések és az online reputáció szerepe erősödik, ami a szolgáltatási minőség „látható" elemeit (vendégkommunikáció, információminőség, többnyelvűség, webes akadálymentesség) a látogatói döntésekben közvetlenebbül érvényesítheti.

Minőség és fenntarthatóság, mint alapelvárás: A minőség és fenntarthatóság nemzetközi erősödése Bács-Kiskun esetében kettős módon jelentkezhet: egyrészt a látogatók részéről nőhet az igény a transzparens, könnyen értelmezhető információkra (pl. környezeti érzékenység, látogatási szabályok, szolgáltatási színvonal), másrészt a minőségről alkotott benyomást egyre inkább az online tér közvetíti (honlap, Google Business profil, többnyelvű tájékoztatás, digitális ügyfélszolgálat). A látogatói percepciót rövid távon elsősorban a digitálisan megjelenő „minőségi jelzések" (információminőség, aktualitás, elérhetőség, akadálymentes web) formálják. Természeti területek esetében a fenntarthatósági elvárások gyakorlati oldala a látogatói terhelés és a tájhasználati konfliktusok érzékenyebb kezelésében válhat hangsúlyossá.

**Egyéni–csoportos utazások aránya, preferenciaváltások:**

A vármegyében – a belföldi rövid utazások dominanciájával összhangban – az egyéni (családi, baráti) utazások súlya várhatóan tovább erősödik, miközben a kis létszámú, tematikus programok iránti érdeklődés is nőhet. Ennek következtében a kínálat „széttartóbb" képet mutathat: a látogatók eltérő motivációkkal és eltérő intenzitású programigénnyel érkeznek, és a döntéseiket erősen befolyásolja a gyorsan elérhető online információ. A fiatalabb generációk digitális aktivitása a vármegye esetében különösen azért releváns, mert a döntési folyamatban a közösségi média és a mobilon elérhető információk szerepe megnő: a láthatósági különbségek (van-e aktív Facebook/Instagram, friss posztolás, naprakész Google Business) közvetlenül hathatnak arra, hogy egy adott attrakció bekerül-e a látogatói „rövidlistába". A trendek alapján a vármegye turisztikai kereslete várhatóan továbbra is erősen szezonális marad bizonyos termékeknél (pl. üdülőtavak), miközben az aktív és természetközeli élményeknél az elő- és utószezon relatív jelentősége növekedhet.

### 1.4.10 Piaci szegmentáció – nemzetközi trendek és Bács-Kiskun vármegye szempontjai

#### A turisztikai piaci szegmentáció szerepe

A piaci szegmentáció lényege, hogy a nagyon heterogén turistapiacot kisebb, homogénebb csoportokra bontsa aszerint, hogy az egyes csoportokat milyen motivációk, elvárások, költési minták és magatartás jellemzik. A turizmuselméletben a klasszikus szegmentációs változók – földrajzi, demográfiai, pszichográfiai és magatartásbeli tényezők – mellett különösen fontos az utazási cél, a keresett élménytípus és a turisztikai termékekhez való viszony (Lengyel, 2004; Irimiás, Jászberényi és Michalkó, 2019).

A statisztikai és szakpolitikai gyakorlat világszerte **elsődlegesen az utazás célja szerint különbözteti meg** a fő szegmenseket: szabadidős (holiday/leisure), üzleti és hivatásturizmus (business, MICE), rokon- és barátlátogató (VFR – visiting friends and relatives), illetve speciális célú utak (tanulmányi, vallási, egészségturisztikai, bevásárlóutak stb.). A KSH belföldi többnapos utazásokat vizsgáló adatai is azt mutatják, hogy Magyarországon a

többnapos belföldi utazások döntő többsége szabadidős célú, míg az üzleti és rokonlátogató utak kisebb, de stabil hányadot képviselnek (Központi Statisztikai Hivatal [KSH], 2019, 2020).

## Fő szegmensek nemzetközi kontextusban

### Szabadidős turizmus

A szabadidős turizmus a nemzetközi kereslet legnagyobb hányadát adja, de ezen belül is jól elkülöníthető al-szegmensek jelennek meg. A szakirodalom beszél többek között „nap-tenger-homok" üdülőturizmusról, városi (city break) turizmusról, kulturális és örökségturizmusról, aktív és kalandturizmusról, természet- és ökoturizmusról, illetve egészség- és wellnessturizmusról (Lengyel, 2004; Irimiás és mtsai, 2019).

- Az üdülő- és vízparti turizmust elsősorban a pihenés, a jó idő és a vízhez kapcsolódó rekreációs lehetőségek motiválják; a vendégek érzékenyek az időjárásra, az éghajlati kockázatokra, ugyanakkor hajlandóak magasabb költésre komfortos szálláshelyekért és szolgáltatásokért.
- Az aktív, outdoor szegmens (túrázás, kerékpározás, vízi turizmus) élmény- és természetorientált; itt fontos az infrastruktúra minősége, a biztonság, a jól jelzett útvonalak és az olyan kiegészítő szolgáltatások, mint a kerékpárosbarát szálláshelyek vagy csomagszállítás.
- Az egészség- és wellness-szegmens vendégei egészség tudatosak, gyakran magasabb jövedelműek, átlag feletti költéssel; számukra a gyógyhatás, a minősített szolgáltatások, a nyugalom és a személyre szabott programok (spa, medical wellness, diétás kínálat) a döntő.

### Üzleti és MICE szegmens

Az üzleti utazók időben rugalmatlanabbak, az utazás célja általában konferencia, tréning, tárgyalás vagy projektmunka. Preferenciáik között kiemelt szerepe van a jó megközelíthetőségnek, a gyors és megbízható közlekedési kapcsolatoknak, a nagy sávszélességű digitális infrastruktúrának, a professzionális rendezvény-helyszíneknek, illetve a standardizált szállodai minőségnek. A nemzetközi trendekben egyre fontosabb a „bleisure" – az üzleti út szabadidős elemekkel való kiegészítése –, amely megnöveli a tartózkodási időt és a desztináció helyi élménykínálatára irányítja a figyelmet (Irimiás és mtsai, 2019).

### Kulturális és örökségturizmus

A kulturális turizmuson belül a szakirodalom többféle típust azonosít: a kifejezetten célzottan kulturális motivációval érkező „purposeful cultural tourists", a városnéző, de kulturális tartalmakra nyitott látogatók, illetve azok, akik csak másodlagos, „járulékos" élményként fogyasztják a kulturális attrakciókat (McKercher és du Cros, 2002; Richards, 2018). A kutatások szerint a kulturális turisták jellemzően magasabb iskolai végzettséggel rendelkeznek, átlag feletti költéssel és gyakran hosszabb tartózkodási idővel (Richards, 2018).

Számukra az autentikus helyi kultúra, az értelmező tartalom (guidolt túrák, kiállítási narratívák, digitális interpretáció), a minőségi kulturális rendezvények és a helyi gasztronómia, kézművesség különösen fontos.

## Piaci szegmensek Bács-Kiskun vármegyében

### A vendégkör összetétele

Bács-Kiskun vármegye vendégforgalma alapján elsősorban szabadidős jellegű desztináció. A KSH adatai szerint 2023-ban mintegy 564,7 ezer vendégéjszakát töltöttek el a kereskedelmi szálláshelyeken; a forgalom közel 70%-a belföldi vendégektől származott, és a vendégéjszakák több mint egyharmadát egymagában Kecskemét adta (kb. 207 ezer vendégéjszaka). A termál- és élményfürdőkre épülő üdülőhelyek (Kiskunmajsa, Tiszakécske, Kiskunhalas, Lakitelek stb.) szintén jelentős szabadidős keresletet vonzanak.

A belföldi vendégkörben erős a családi üdülő- és wellness-szegmens, a hétvégi, rövid tartózkodásra érkező párok és baráti társaságok, valamint a természet- és aktív turizmus iránt érdeklődő látogatók. Nemzetközi szinten a vármegye fő küldőpiacai a szomszédos országok – elsősorban Szerbia és Románia –, valamint a német nyelvterület; ezek jellemzően gépkocsival érkező, rövidebb tartózkodási idejű, ár- és élményérzékeny vendégek.

### Szabadidős al-szegmensek Bács-Kiskunban

- **Termál-, wellness- és egészségturisztikai szegmens**: a vendégek főként a termál- és gyógyvízre épülő fürdőket keresik, kényelmes, családbarát szálláshelyekkel (Tiszakécske, Kiskunmajsa, Kiskunhalas, Kecskemét). A szegmens számára kulcskérdés a fürdők szolgáltatási színvonalának, medical-wellness kínálatának és a kapcsolódó programok (pl. gasztronómiai, aktív, kulturális elemek) fejlesztése.
- **Aktív és természetközeli szegmens**: a Duna és a Tisza menti víziturizmus, a Kiskunsági Nemzeti Park és Bugac pusztai élményei, a kerékpáros útvonalak (pl. EuroVelo és országos kerékpáros hálózat elemei) azokat a látogatókat szólítják meg, akik komplex, outdoor élményeket keresnek: kenutúrákat, lovas- és alföldi pusztaprogramokat, madármegfigyelést, ökoturisztikai vezetett túrákat.
- **Kulturális és örökségturisztikai szegmens**: Kalocsa és térsége, valamint Kiskunhalas különösen alkalmas a „mély” kulturális érdeklődésű turisták megszólítására. Kalocsán a szellemi kulturális örökség nemzeti jegyzékébe felvett „élő hagyományok Kalocsa kulturális terében” – a hímzés, viselet, pingálás és tánc – egész Európában egyedülálló módon jelenítik meg az alföldi katolikus népi kultúrát (Szellemi Kulturális Örökség Igazgatóság, 2009). Kiskunhalason a halasi csipke készítésének élő hagyománya nemcsak a nemzeti jegyzéken szerepel, hanem az UNESCO „jó megőrzési gyakorlatok” regiszterébe is felkerült, ami komoly nemzetközi presztízst és kommunikációs potenciált jelent (Szellemi Kulturális Örökség Igazgatóság, 2010).
- **Gasztronómiai és fesztiválturizmus**: a Kalocsai Paprika- és Gasztrofesztivál – mint a hungarikumként elismert kalocsai fűszerpaprika ünnepe – a gasztronómiai és folklórprogramokra érzékeny közönséget szólítja meg, kiemelten a családos és a „foodie” szegmenseket (Kalocsa Város Önkormányzata, 2025). A helyi borok, kézműves élelmiszerek, paprikatermékek, halételek és pásztorhoz kötődő fogások (pl. birkapörkölt) jól illeszthetők a tematikus gasztrotúrákba.

### Üzleti és MICE szegmens a vármegyében

Kecskemét – ipari, egyetemi és közigazgatási központi szerepe miatt – Bács-Kiskun üzleti vendégforgalmának kiemelt helyszíne. A KSH-adatok alapján a vármegyei vendégéjszakák 36–37%-a itt realizálódik, ami részben a vállalati tréningekhez, gyárlátogatásokhoz, konferenciákhoz kapcsolódó keresletnek köszönhető. Az üzleti utazók számára meghatározó szempontok:

- a jó gyorsforgalmi úthálózati kapcsolatok (M5, 44-es út, Budapest közelsége),
- a 3–4 csillagos szállodai kapacitás és a professzionális konferencia- és rendezvényhelyszínek,
- a megbízható digitális infrastruktúra,
- valamint a szabadidős kiegészítő programok (városnézés, kulturális program, gasztronómia), amelyek támogatják a „bleisure" típusú tartózkodásokat.

A vármegye más településein – Baja, Kiskunfélegyháza, Kalocsa, Kiskőrös – az üzleti turizmus főként kisebb volumenű vállalkozói-, szakmai rendezvényekhez és agrár-, illetve élelmiszeripari együttműködésekhez kötődik; ezek fejlesztési potenciálja elsősorban a helyi termékekre, élelmiszeripari és logisztikai kompetenciákra épülő B2B programcsomagokban rejlik.

**VFR és más speciális szegmensek**

Bács-Kiskunban jelentős a rokon- és barátlátogató forgalom is: a megyéből elszármazottak, illetve a határ menti kapcsolatok révén érkező látogatók gyakran magánszállásokon, rokonoknál szállnak meg, és kevésbé jelennek meg a kereskedelmi statisztikákban. A VFR-szegmens jellemzően árérzékenyebb, de erős desztinációs lojalitással bír; megfelelő kommunikációval (helyi kártyarendszer, kedvezmények, közösségi programok) jól ösztönözhető, hogy a látogatók több formális turisztikai szolgáltatást (fürdő, múzeum, szervezett program) vegyenek igénybe.

A nemzetközi trendek egyik fontos iránya a fenntarthatósági, „slow" és élményorientált utazók arányának növekedése – olyan szegmens, amely tudatosan keresi a természeti nyugalmat, a helyi közösségekkel való találkozást, a kis léptékű, autentikus szolgáltatókat. Bács-Kiskun – alföldi tájaival, nemzeti parkjával, tanyás térségeivel, hagyományőrző programjaival – kiválóan megfelel ezeknek a szempontoknak.

### 1.4.11 Marketing és promóciós trendek

A turizmus marketing- és promóciós környezete az elmúlt évtizedben gyökeresen átalakult: a digitális csatornák, a közösségi média, a nagy adatbázisok és a mesterséges intelligencia (MI) ma már a desztinációk versenyképességének kulcsai. A kommunikáció a tömeges, egyirányú üzenetküldésről az adatvezérelt, személyre szabott, gyakran valós idejű kapcsolattartás felé mozdult el (Csordás, Irimiás, & Kiss, 2022; OECD, 2024).

#### Digitális marketingcsatornák és hatékonyságuk

Nemzetközi kutatások szerint az utazók döntő többsége már online kezdi az inspiráció- és információgyűjtést. Egy brit felmérés alapján az emberek közel fele általános internetes keresést használ, további nagy csoport utazási weboldalakról, útikönyvekből és barátok, rokonok ajánlásaiból tájékozódik (ABTA, 2024). Ez azt jelenti, hogy a desztinációk és szolgáltatók alapvető „belépő szintje" a professzionális, többnyelvű honlap, a jól karbantartott Google Business- és OTA-profil, valamint az ezekhez kapcsolódó kereső- és hirdetési jelenlét.

A digitalizáció-vezérelt innovációk a teljes utazási döntési ciklust átalakították: az inspiráció, a tervezés, a foglalás, az utazás alatti élménymenedzsment és az utólagos élménymegosztás ma már egymással párhuzamosan, folyamatos online jelenlétben zajlik (Csordás et al., 2022). A csatornák hatékonyságát egyre inkább mérik és optimalizálják: attribúciós modellek mutatják

meg, hogy egy hirdetés, egy blogcikk vagy egy közösségimédia-poszt hogyan járul hozzá a foglaláshoz, és melyik csatornára érdemes nagyobb büdzsét fordítani (OECD, 2024).

A közvetlen csatornák (desztinációs és szálláshely-honlapok, hírlevelek) mellett kiemelkedő jelentőségűek az online utazási irodák (OTA-k), a meta-keresők és az értékelőoldalak. Ezek egyszerre értékesítési felületek és reputációs platformok: a rangsorban elfoglalt hely, az értékelések száma és átlagpontszáma közvetlenül hat a foglalási hajlandóságra (Iványi, 2022).

## Közösségi média, tartalom- és influenszer-marketing

A közösségi média a turisztikai információgyűjtés és élménymegosztás egyik legfontosabb terepévé vált. A kutatások rámutatnak, hogy a felhasználók által előállított tartalmak (user-generated content, UGC) – fotók, videók, értékelések – a „digitális szájreklám" kulcsformái, és érdemben befolyásolják a desztinációválasztást, különösen a fiatalabb generációkban (Jadhav et al., 2018; Mariani, Styvén, & Ayeh, 2019; Iványi, 2022).

A közösségimédia-alapú inspiráció súlya folyamatosan nő: brit adatok szerint az össznépesség körében a közösségi média még nem vezető forrás, de a 18–34 éves korosztályban már a legfontosabb inspirációs csatornák egyikévé vált (ABTA, 2024). Ez a trend a turisztikai marketingben a vizuális, élményorientált tartalmak – rövid videók, történetmesélő posztok, influenszer-együttműködések – felértékelődését hozta.

A desztinációk marketingje egyre inkább „experience branding": nem termékekről, hanem élményláncokról mesél – például hogyan kombinálható egy városi séta helyi gasztronómiával, aktív programmal és kulturális rendezvénnyel (McKinsey & Company, 2024). Ehhez jól illeszkedik a mikrocélzás: korosztály, érdeklődési kör, földrajzi hely és utazási motiváció szerint eltérő történeteket kommunikálnak ugyanarról a térségről.

## A mesterséges intelligencia és a generatív AI térnyerése

Az elmúlt 1–2 év legfontosabb marketingtrendje, hogy az utazók egyre nagyobb része nem klasszikus keresőmotorból, hanem mesterséges intelligencián alapuló asszisztensektől – például generatív AI-eszközöktől – kér tanácsot. Egy friss brit felmérés szerint az AI-t utazási inspirációra használók aránya egy év alatt 4-ről 8 százalékra nőtt, a 25–34 éves korosztályban pedig már közel minden ötödik válaszadó használ ilyen eszközöket (Neath, 2025). A megkérdezettek jelentős része elvben azt is elfogadhatónak tartaná, hogy egy AI-eszköz ne csak megtervezze, hanem le is foglalja a nyaralást (Neath, 2025).

A G7-országok és az OECD közös szakpolitikai elemzése szerint az AI a turizmusban elsősorban három területen hoz áttörést: a kereslet előrejelzésében és árképzésben, a személyre szabott ajánlatok automatizált előállításában, valamint a látogatói élmény javításában (OECD, 2024). A nagy nyelvi modellek – mint a különböző AI-alapú utazástervezők – aggregálják az interneten elérhető információkat, és természetes nyelvű párbeszédben javasolnak desztinációkat és programokat.

Ez új versenypályát teremt a turisztikai marketingben: a „klasszikus" keresőoptimalizálás (SEO) mellé megjelent a generatív keresőmotorok optimalizálása („generative engine optimization", GEO), vagyis az a törekvés, hogy egy desztináció vagy szolgáltatás az AI-eszközök válaszaiban is látható legyen (TUI, 2024). A szakmai kommentárok hangsúlyozzák, hogy a pontatlan, elavult vagy hiányos online információk az AI-eszközök válaszaiban is torzan jelennek meg, ezért a naprakész, strukturált, többnyelvű digitális tartalom ma már nemcsak a felhasználók, hanem az AI számára is kritikus (Neath, 2025).

A marketingoldalon az AI egyre szélesebb körben támogatja:

- a szegmentációt és előrejelző modellezést (mely célcsoport mikor, mire reagál a legjobban),
- a dinamikus árképzést és ajánlat-összeállítást,
- a kreatív tartalomgenerálást (szöveg, kép, videó-szkript),
- valamint a marketing automatizációt: a megfelelő üzenet megfelelő csatornán és időpontban történő kiküldését (OECD, 2024; McKinsey & Company, 2023).

## Célzott és személyre szabott marketing

A személyre szabott kommunikáció ma már nem extra, hanem elvárás: nemzetközi vizsgálatok szerint a fogyasztók többsége számít személyre szabott ajánlatokra, és frusztrálttá válik, ha csak általános üzenetekkel találkozik (McKinsey & Company, 2021). A sikeres márkák az ügyféladatok – korábbi foglalások, érdeklődések, webes viselkedés, hírlevelekre adott reakciók – alapján egyre inkább „egyéni szegmenseket" alakítanak ki, és ezekhez igazítják:

- a hirdetések célzását (például remarketing kampányok),
- a hírlevél-tartalmakat és a küldés időpontját,
- a dinamikusan változó csomagajánlatokat,
- a lojalitásprogramok üzeneteit.

A turizmusban ez tipikusan azt jelenti, hogy egy családos, kisgyermekes vendég egészen más üzenetet kap ugyanarról a desztinációról, mint egy aktív, kerékpáros baráti társaság vagy egy wellness-orientált, középkorú pár. A MI-alapú eszközök lehetővé teszik, hogy ezek az üzenetek nagy számban, automatizáltan, mégis személyre szabottan jelenjenek meg (OECD, 2024; Csordás et al., 2022).

## A marketingtrendek gyors változásainak hatásai Bács-Kiskun vármegye turizmusára

Bács-Kiskun vármegye számára is relevánsak az alábbi nemzetközi marketing- és promóciós trendek:

1. **Adatvezérelt, többcsatornás jelenlét kialakítása.**

A vármegye turizmusának jelentős része belföldi vendégekre és közeli külföldi küldőpiacokra (elsősorban Románia és Szerbia) épül. Ezek a célcsoportok a nemzetközi trendekhez hasonlóan elsősorban online, mobilról tájékozódnak, közösségi médiát, foglalási portálokat és értékelőoldalakat használnak (Csordás et al., 2022; Iványi, 2022).

Ezért kulcskérdés:

- egységes, naprakész desztinációs weboldal(ak),
- következetes Google Business-, OTA- és térképszolgáltatás-profilok,
- magyar, angol, német, román és szerb nyelvű tartalom,
- mérhető, kampányszintű online hirdetési jelenlét.

2. **Közösségimédia-alapú, élményorientált márkaépítés.**

3. Bács-Kiskun erősségei – az aktív és vízparti élmények (Tisza, Duna, tavak), a termálfürdők, a pusztai élmény (Bugac, Kiskunsági Nemzeti Park), a kalocsai örökség, gasztronómiai kínálat – kifejezetten „vizuális" tartalomra alkalmasak. **Felkészülés az AI-vezérelt utazástervezés korszakára.**

Ahogy egyre többen nem Google-keresésben, hanem AI-asszisztenseknél kezdenek érdeklődni, egy desztináció láthatósága azon is múlik, hogy:

- a desztináció és a szolgáltatók weboldalai strukturált, géppel olvasható, naprakész adatokat tartalmaznak;
- a kulcsattrakciók és települések egységes, többnyelvű online tudásbázisban jelennek meg (például turisztikai kártyarendszerhez kapcsolódó adatbázis);
- a helyi szereplők saját, MI-alapú ügyfélszolgálati és utazástervező eszközöket is bevezetnek (chatbotok, ajánló rendszerek).

4. **Szegmentált, személyre szabott kampányok kialakítása.**

A nemzetközi marketinggyakorlatban a desztinációk egyre nagyobb arányban termékcsoportokhoz rendelt, jól definiált célcsoport-szegmensek mentén tervezik és futtatják kampányaikat (például aktív és vízparti turizmus, termál- és gyógyturizmus, gasztronómia, kulturális és örökségturizmus). Ennek lényege, hogy az eltérő motivációjú és költési profilú látogatók különböző üzeneteket, ajánlatokat és csatornakombinációkat kapnak, ami mérhetően javítja a kampányhatékonyságot és a konverziót (McKinsey & Company, 2021; OECD, 2024).

Bács-Kiskun vármegye, illetve a turisztikai szolgáltatók és attrakciók marketinggyakorlatában ugyanakkor jelenleg kevésbé látszik a szegmentált, személyre szabott megközelítés jelenléte: a kommunikáció jellemzően kevésbé támaszkodik formalizált célcsoport-szegmensekre, és ritkábban jelenik meg az a gyakorlat, hogy az egyes termékekhez (pl. vízpart, fürdők, gasztronómia, örökség) külön célcsoport-definíció és dedikált üzenet kapcsolódjon. A nemzetközi példák alapján tipikusan elkülönített szegmenseknek tekinthetők például a belföldi családos vendégek (fürdők, vízpart, könnyen fogyasztható programok), az aktív élményeket kereső fiatal felnőttek (kerékpár, vízi sportok), a magasabb költésű, komfort- és élményorientált középkorú vendégek (wellness, bor- és gasztroélmények), illetve a határ menti városokból érkező rövid tartózkodású román és szerb látogatók. E célcsoportok egy részének jelenléte a vármegye keresleti szerkezetében feltételezhető, ugyanakkor a hozzájuk rendelt, elkülönített kommunikációs logika és az egymástól eltérő ajánlati struktúrák **nem minden esetben jelennek meg következetesen**.

A szegmentáció gyakorlati megvalósítását nemzetközi szinten egyre inkább adatvezérelt eszközök támogatják (CRM, hírlevél-automatizáció, remarketing, MI-alapú ajánlórendszerek), amelyek lehetővé teszik a szegmensenként eltérő tartalmak és ajánlatok kialakítását, ezáltal a célzási pontosság, a konverziós arány és a visszatérési hajlandóság növelését (McKinsey & Company, 2021; OECD, 2024). Bács-Kiskun esetében az ilyen típusú, adat- és rendszerhasználatra épülő személyre szabás még nem tekinthető széles körben beágyazott gyakorlatnak, így a kampányok hatékonysága jelenleg jellemzően inkább az általános elérésen, mint a célcsoport-szintű személyre szabáson múlik.

5. **Kapacitásépítés a helyi turisztikai szereplők körében**

A fenti trendekhez való illeszkedés feltétele, hogy a szolgáltatók – szállásadók, attrakciók, vendéglátók – rendelkezzenek:

- alapvető digitális marketingkompetenciákkal (weboldal-kezelés, közösségi média, hirdetéskezelés),
- alapvető adatértelmezési és AI-használati ismeretekkel (egyszerű AI-eszközök tartalomíráshoz, fordításhoz, kampányötletekhez),
- közös, vármegyei szintű keretrendszerrel (például turisztikai kártyához kapcsolódó képzések és útmutatók).

A marketing- és promóciós trendek arra hívják fel a figyelmet, hogy a jövő versenyképessége nemcsak az attrakciók minőségén, hanem a digitális láthatóságon, a mesterséges intelligencia tudatos használatán és a személyre szabott, adatvezérelt kommunikáción múlik.

## 1.5 A vármegye turizmusfejlesztését meghatározó tervek és programok

Bács-Kiskun vármegye turizmusfejlesztési stratégiája olyan keretrendszerbe illeszkedik, amelyet egyrészt az országos fejlesztéspolitikai dokumentumok, másrészt a vármegye 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.

### 1.5.1 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 vármegye 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.

### 1.5.2 Bács-Kiskun vármegye területfejlesztési koncepciója és programja

A „Bács-Kiskun 2030” vármegyei területfejlesztési koncepció és program az OFTK elveire és az uniós programozási keretre építve határozza meg a vármegye 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 vármegyei 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 vármegye versenyképességéhez és vonzerejéhez.** A frissített vármegyei kerékpáros stratégia ehhez illeszkedve rögzíti, hogy a vármegye területét több nemzetközi és országos jelentőségű kerékpáros útvonal, köztük 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 vármegyei koncepcionális alapra támaszkodik: a kijelölt turisztikai termékcsoportok (aktív- és ökoturizmus, egészségturizmus, kulturális- és örökségturizmus, gasztronómia és helyi termékek) a vármegye területfejlesztési céljaival szoros összhangban kerülnek kijelölésre.

### 1.5.3 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 vármegye szempontjából különösen fontos, hogy a Nemzeti Turizmusfejlesztési Stratégia önálló súlyt ad az aktív turizmusnak, ezen belül a kerékpáros és víziturizmusnak, a gyógy- és termálvízkincsre épülő egészségturizmusnak, valamint a gasztronómiának és a helyi termékeknek. A vármegye turizmusfejlesztési stratégiája ezt a logikát követi, amikor a Duna–Tisza közi tájra, a gyógy- és termálfürdők hálózatára, a gasztronómiai kínálatra és a kulturális örökségre építve kíván komplex, többnapos turisztikai kínálatot kialakítani.

### 1.5.4 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 országként 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 – így a folyóvölgyek és alföldi tájak – kerékpáros turisztikai fejlesztésére.

Bács-Kiskun vármegye 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 vármegyében.

### 1.5.5 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 vármegyét ebben a rendszerben elsősorban a Duna-mente és a kapcsolódó alföldi aktív turisztikai térségek érintik. A vármegye 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 vármegye az aktív turizmus terén is jól azonosítható, egyedi arculattal rendelkező desztinációként jelenjen meg a hazai és nemzetközi piacon.

### 1.5.6 Nemzeti Víziturisztikai Stratégia

A Nemzeti Víziturisztikai Stratégia Bács-Kiskun vármegyét nem önálló, országos szinten kiemelt vízi turisztikai desztinációként, hanem hálózatosan kapcsolódó, térségi jelentőségű vízi turisztikai térként értelmezi. A stratégiai dokumentum szemlélete szerint a vármegye szerepe elsősorban abban áll, hogy a Duna menti és a Tisza–Tisza-völgyhöz kapcsolódó vízitúra-hálózatok részeként, valamint az állóvizekhez és mellékvízfolyásokhoz kötődő, alacsony intenzitású vízi élmények bázisaként kapcsolódjon be az országos kínálatba (Magyarország

Kormánya, 2024). A stratégia nem tömegturizmusban, hanem természetközeli, evezős, kishajós és rekreációs vízi turizmusban jelöli ki a vármegye fejlődési irányát.

A dokumentum kiemelten kezeli a Duna menti vízitúrázás fejlesztését, amelynek részeként Bács-Kiskun vármegye 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 vármegye 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 vármegye adottságaihoz, ahol a holtágak, állóvizek és kisebb vízfolyások – például a Vajas 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 vármegye 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 Nemzeti Víziturisztikai Stratégia Bács-Kiskun vármegye jövőjét a vízi turizmus terén integrált, kiegészítő és fenntartható szerepben határozza meg. A stratégiai jövőkép nem új, domináns vízi turisztikai központok létrehozását célozza, hanem a meglévő természeti adottságokra épülő, jól szervezett megállóhelyekkel, szolgáltatásokkal és aktív turisztikai kapcsolódásokkal működő hálózatos desztináció kialakítását, amely erősíti a vármegye pozícióját az országos vízi turisztikai rendszerben.

### 1.5.7 Nemzeti Horgászturisztikai Stratégia

A Nemzeti Horgászturisztikai Stratégia Bács-Kiskun vármegyét országos összevetésben kiemelt horgászbázisként, ugyanakkor nem egypólusú, ikonikus desztinációként, hanem kiterjedt, sokféle víztípusra épülő horgászturisztikai térként értelmezi. A stratégia szerint a vármegye erőssége nem egyetlen kiemelt horgászhelyben, 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 – hobbi-, családi, rekreációs és részben sporthorgászok – párhuzamos kiszolgálását (Magyarország Kormánya, 2021).

A stratégia jövőképe szerint Bács-Kiskun vármegye 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 vármegye hosszú távú lehetőségeit (Magyarország Kormánya, 2021).

Az állóvizek és mesterséges tavak vonatkozásában a stratégia Bács-Kiskun vármegyét referenciatérségként 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 vármegyei 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 vármegye 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 vármegye a jó minőségű vizekre, a szervezett horgászrendszerre és a kapcsolódó turisztikai szolgáltatásokra építve hosszú távon is kiszámítható és gazdaságilag fenntartható szereplő maradjon.

### 1.5.8 A fejlesztési forrásokat biztosító programok (2021–2027)

A stratégiai dokumentumokban megfogalmazott célok megvalósításához elengedhetetlen a megfelelő finanszírozási háttér. Bács-Kiskun vármegye 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 kevéssé 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 vármegye 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 vármegye 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 programok) a közös turisztikai termékfejlesztés, tematikus útvonalak (kerékpáros, vízi, kulturális), közös marketing és desztinációmenedzsment terén kínálnak potenciált Bács-Kiskun számára, figyelembe véve a vármegye déli és keleti határmenti fekvését.

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 márkaépítési tevékenységeket finanszírozhatják.

## 1.6 Helyzetértékelés

### 1.6.1 Vármegyei szintű helyzetértékelés

**ERŐSSÉGEK**

- **Sokszínű természeti és turisztikai erőforrás-bázis**: síkvidéki alföldi táj, a Duna és a Tisza, a Szelidi- és Vadkerti-tó, Kiskunsági Nemzeti Park, natúrparkok, homokhátság, gyógy- és termálvízkincs.
- **Kedvező éghajlat, napfényes órák magas száma** – vonzó a szabadtéri, aktív és vízparti turizmus számára (hosszú, meleg szezon).
- **Erős egészségturisztikai alapok**: három minősített gyógyhely (Kiskunhalas, Kiskunmajsa, Tiszakécske) és egy folyamatban lévő gyógyhellyé nyilvánítás (Lakitelek), több jelentős termál- és élményfürdő.
- **Policentrikus desztinációs szerkezet**: Kecskemét, mint kulturális és üzleti központ, Baja, mint vízi és gasztro fókusz, Tiszakécske, Kiskunmajsa, Kiskunhalas, Kalocsa, Kiskőrös, Soltvadkert stb. saját, jól körvonalazható turisztikai profillal.
- **Növekvő szálláskapacitás és vendégforgalom**: 2021–2024 között érdemi bővülés a szálláshelyek számában és kapacitásában, különösen Kecskemét, Kiskőrös, Baja,

Kiskunhalas térségeiben; a vendégéjszakák száma a COVID utáni években emelkedett, a külföldi vendégek aránya fokozatosan nő.

- **Versenyképes ár–élmény arány**: a vármegye a hazai átlaghoz képest közepes fejlettségű, de nemzetközi viszonylatban (nyugat-európai országokhoz képest) kedvező árszintet és jó ár-élmény arányt kínál.
- **Jó közúti megközelíthetőség**: M5, M6 autópálya, főutak (52, 53, 54, 55, 44) révén Budapesttől és több nagyvárostól gyorsan elérhető, logisztikai csomópont (különösen Kecskemét és Baja térsége).
- **Aktív turisztikai potenciál és fejlődő kerékpáros hálózat**: EuroVelo 6, 11, 13 szakaszok, vármegyei kerékpáros stratégia, több száz km-nyi – részben fejlesztés alatt álló – hálózat.
- **Gazdag kulturális és örökségi kínálat**: hungarikumok (pl. kalocsai népművészet, halasi csipke), irodalmi örökség (Petőfi), nemzetiségi (különösen sváb) kulturális értékek, történeti városmagok, múzeumok, egyházi örökség.
- **Erős gasztronómiai identitás**: bajai halászlé, paprika és „alföldi" konyha, borvidékek (Hajós–Baja, Kunsági), pálinka- és gasztrofesztiválok.

GYENGESÉGEK

- **Nem kiemelt turisztikai térség országos szinten**: a 429/2020. (IX. 7.) Korm. rendelet alapján Bács-Kiskun vármegye nem tartozik a kiemelt turisztikai fejlesztési térségek közé, így a központi turizmuspolitika fókusza gyengébb.
- **A turizmus gazdasági súlya mérsékelt**: a vármegye gazdaságát továbbra is elsősorban az ipar és a mezőgazdaság határozza meg, az „I. – Szálláshely-szolgáltatás, vendéglátás" ágazatban foglalkoztatottak aránya országos összevetésben alacsony.
- **Töredezett desztináció-menedzsment rendszer**: a vármegyei turizmusfejlesztési és marketing feladatokat ellátó nonprofit kft. megszűnt, jelenleg nincs egységes vármegyei koordináló szervezet; a TDM-hálózat lefedettsége hiányos és szerkezetileg is széttagolt.
- **Vármegyei szintű márka és egységes kommunikáció hiánya**: a 2016-os turizmusfejlesztési tervben megfogalmazott brand-építési célok csak részben valósultak meg; a vármegye nem rendelkezik erős, országosan ismert, következetesen kommunikált turisztikai márkával.
- **A fenntarthatóság és hozzáférhetőség rendszerszintű kezelése hiányzik**: nincs egységes fenntarthatósági keretrendszer, minősítési vagy monitoring rendszer; az Access4You adatbázis alapján alig található turisztikai célú minősített szolgáltató és akadálymentes program (egyedüli példa az AgroFood Expo).
- **Korlátozott kutatási, monitoring- és adatbázis-kapacitás**: nincs élő vármegyei turisztikai adatbázis/ inventarizáció, a 2016–2020-as akcióterv több „puha" (szervezeti, monitoring, humánerőforrás) eleme nem valósult meg.
- **Infrastrukturális hiányosságok, egyenlőtlen elérhetőség**: a kerékpárhálózat fontos elemei még hiányoznak (különösen a kisebb települések és határmenti szakaszok összekötésénél), több térség közösségi közlekedéssel nehezen elérhető.
- **Szolgáltatási minőség területi különbségei**: szálláshelyek, vendéglátás és attrakciók minősége – különösen gasztro- és borturizmus terén – egyenetlen, a professzionális élménymenedzsment csak néhány térségben jelenik meg.

## LEHETŐSÉGEK

- **Nemzetközi trendek: slow tourism, természet- és élményalapú, egészség- és wellnessturizmus, „silver" turizmus, fenntarthatósági és inkluzív szempontok erősödése**, amelyekhez a vármegye természeti, gyógyvíz- és rurális adottságai jól illeszkednek.
- **EuroVelo-hálózat és vármegyei kerékpáros stratégia** – lehetőség nemzetközi szintű kerékpáros desztinációvá válásra, családbarát és e-bike fókuszú útvonalakkal, kerékpárosbarát szolgáltatásokkal és határmenti csomagokkal.
- **Digitális átállás támogatása**: turisztikai kártyarendszerek, desztinációs platformok, online foglalási és CRM rendszerek, valamint adatalapú döntéstámogatás (pl. I-DEST jellegű rendszerek) bevezetése és elterjesztése.
- **Egészségturisztikai és orvosturisztikai fejlesztések**: a vármegye egészségturisztikai stratégiája komplex gyógyhely- és életmód-szálloda fejlesztéseket, orvosi együttműködéseket, képzési együttműködéseket irányoz elő.
- **Tematikus hálózatok és útvonalak kialakítása**: egészségturizmus, kulturális/örökségi és gasztro-bor tematikák, EuroVelo- és folyómenti útvonalak, valamint falusi/tanyasi tematikus útvonalak hálózatba rendezése.
- **Kereszt-borvidéki és gasztronómiai együttműködések**: Hajós–Baja, Kunsági borvidék és a helyi termelők bevonásával borturisztikai és gasztronómiai élményláncok szervezése.

## VESZÉLYEK

- **Makrogazdasági bizonytalanság, infláció, energiaárak**: a háztartások rendelkezésre álló jövedelmének csökkenése visszavetheti a belföldi keresletet, különösen az árérzékeny fürdő- és családi turizmusban.
- **Klímaváltozás hatásai**: szélsőséges hőhullámok, aszály, vízszint-ingadozások, vízminőségi kockázatok, amelyek érintik a fürdőket, tavakat, víziturizmust és a természetvédelmi területek teherbíró-képességét.
- **Erős hazai és nemzetközi verseny**: a kiemelt turisztikai térségek (Balaton, Budapest, Debrecen–Hajdúszoboszló, Eger–Mátra stb.), valamint határ menti és környező országok hasonló profilú desztinációi (fürdő, bor, gasztro, kerékpár) jelentős márkaelőnyt élveznek.
- **Demográfiai kihívások**: elöregedő népesség, fiatalok elvándorlása, tanyasi térségek népességvesztése csökkentheti a helyi munkaerő rendelkezésre állását és a belső turisztikai keresletet.
- **A megújulás elmaradása a már érett termékeknél**: ha a fürdő-, vízparti, kulturális és rendezvényturizmus nem tud minőségben és élményben megújulni, könnyen stagnáló vagy hanyatló pályára kerülhet 2040-ig.
- **Turizmusirányítás és partnerség kockázatai**: ha nem jön létre stabil, szakmailag felkészült vármegyei koordinációs szervezet, akkor a források lehívása, a desztinációs szintű stratégiai megvalósítás és a hosszú távú együttműködések sérülhetnek.

## 1.6.2 Termékszintű helyzetértékelés – tematikus turisztikai pillérek szerint

A helyzetelemzés három nagy tematikus termékpillér mentén csoportosítja a vármegye kínálatát:

1. Egészségturisztikai és vízhez kötődő termékek (termál-, gyógy- és wellness turizmus, vízparti üdülés, horgászat, víziturizmus),
2. Kulturális, örökségi és gasztro-bor tematikák,
3. Aktív, öko- és falusi turizmus.

### Egészségturisztikai és vízhez kötődő termékek

**ERŐSSÉGEK**

- Jelentős gyógy- és termálvízkincs, három minősített gyógyhellyel és egy előkészítés alatt állóval; a gyógyhelyek országos összevetésben is számottevőek.
- Kialakult fürdőturisztikai kínálat (Kiskunmajsa, Kiskunhalas, Tiszakécske, Kecskemét stb.), több helyen egész évben működő létesítményekkel.
- A Duna, a Tisza és a tavak révén erős vízparti üdülési, horgász- és víziturisztikai potenciál (családi üdülés, vízparti pihenés, vízitúrák).
- Az egészségturizmus területén elkészült stratégiai dokumentumok és projektek (pl. HEALTH TOUR, gyógyhely-fejlesztési javaslatok) jól körvonalazott fejlesztési irányokat adnak.

**GYENGESÉGEK**

- A vármegye egyetlen fürdője vagy gyógyhelye sem tartozik a 10 legnépszerűbb hazai termálfürdős település közé – a márkaismertség és országos pozicionálás gyenge.
- Több helyen elavuló szolgáltatáselemek, hiányos medical wellness kínálat és nem kellően tematizált csomagok (pl. életmód, prevenció, „silver” turizmus).
- A vízparti üdülés sok helyen „egyszezonos” jellegű, korlátozott négyévszakos kihasználtsággal és részben hiányos kísérőszolgáltatásokkal (árnyékolás, aktív programok, gasztro-kínálat).
- Jelentős gyengeség a szakképzett munkaerő hiánya, valamint a munkatársak nyelvtudása is.

**LEHETŐSÉGEK**

- A gyógyhelyek komplex fejlesztése, minőségi környezetalakítás, egyedi arculat és medical wellness / életmód-orvosi kínálat kialakítása (pilot életmód-szálloda).
- Fürdő+aktív+gasztro+örökség csomagok fejlesztése (pl. „gyógyfürdő & borvidék”, „gyógyhely & nemzeti park”, „wellness & városnézés” jellegű termékek).
- Víziturizmus és horgászturizmus integrált fejlesztése a Duna és Tisza mentén, kikötői infrastruktúra, vízitúra-útvonalak és horgász-szolgáltatások bővítésével.

- Egészségturisztikai képzések, határ menti egyetem–kórház együttműködések erősítése, a humánerőforrás minőségi fejlesztése.

**VESZÉLYEK**

- Klímaváltozás miatti vízgazdálkodási kockázatok (vízszint-, vízminőség- és hőmérsékletváltozások) a fürdők és nyílt vizek esetében; energiaköltségek növekedése.
- Árérzékeny belföldi kereslet, amely gazdasági visszaesés idején gyorsan csökkenhet, illetve a „diszkontfürdők" irányába mozdulhat.
- Erős verseny hazai és nemzetközi fürdő- és gyógyturisztikai desztinációktól (kiemelt gyógyhelyek, határ menti gyógyfürdők), amelyek márkában és szolgáltatási színvonalban előrébb tartanak.

## Kulturális, örökségi és gasztro-bor tematikák

**ERŐSSÉGEK**

- Sokrétű kulturális és örökségi kínálat: hungarikumok (kalocsai népművészet, halasi csipke), irodalmi örökség (Petőfi), nemzetiségi emlékek (sváb települések, Sváb Sarok, Hajós), városmagok, egyházi értékek.
- Jelentős gasztronómiai identitás: bajai halászlé, paprikához kötődő termékek, sváb és alföldi konyha, helyi termékek (bor, pálinka, kézműves élelmiszerek).
- Két borvidék (Hajós–Baja, Kunsági) jelenléte, borfalvak (pl. hajósi pincefalu), gasztronómiai és borfesztiválok, szüreti és nemzetiségi rendezvények.

**GYENGESÉGEK**

- Több kulturális intézmény kínálata statikus, kiállítási formáik, interpretációjuk élményben és digitális megoldásokban elmaradnak az elvárásoktól; a közönség részben elöregedő.
- A borturisztikai és gasztronómiai kínálat széttagolt, kevés az egységesen pozicionált tematikus útvonal, csomag és márka (pl. „Bács-Kiskun ízei", „Duna–Tisza köze borai").
- Nemzetiségi örökség turisztikai hasznosítása sok helyen esetleges; hiányoznak a több települést összekötő, élményalapú programláncok és látható közös kommunikáció.

**LEHETŐSÉGEK**

- Élményalapú és digitális interpretáció erősítése (interaktív kiállítások, tematikus túrák, applikációk, hangos túravezetés stb.) kulturális és örökségi helyszíneken.
- Tematikus útvonalak fejlesztése (Petőfi-útvonal, sváb örökség, halászlé- és paprika-túrák, „Bort és hagyományt" összekapcsoló körutak).
- Gasztro- és borturizmus integrálása a vidéki és aktív turisztikai kínálattal (helyi termelőknél tett látogatások, kóstolók, „farm-to-table" élmények).
- A fesztiválok szerepe a szezonhosszabbításban és a tematikus márkaépítésben (gasztro&kultúra integráció, minőségi programelemek).

**VESZÉLYEK**

- Országos szinten kiélezett „fesztiválpiaci" verseny, a látogatók ár-, program- és minőségérzékenyek; a homogén kínálat a telítődés–stagnálás állapotához vezethet.

- Generációváltás okozta kockázatok a hagyományőrzésben (kézműves, gasztronómiai, népművészeti tudások átadása) – ha a tudáshordozók eltűnnek, a hiteles tartalom is gyengül.
- Ha a fesztiválok és rendezvények nem tudnak megújulni élményben, formában és fenntarthatóságban, 2040-re látogatószám-csökkenés, öregedő közönség és romló pénzügyi fenntarthatóság jelentkezhet.

## Aktív, öko- és falusi turizmus

**ERŐSSÉGEK**

- Egyedülálló alföldi táj és természeti értékek: Kiskunsági Nemzeti Park, szikes tavak, homokbuckák, folyó- és tóparti élőhelyek, pusztai élményvilág.
- Jelentős, folyamatosan fejlesztett kerékpáros infrastruktúra (EuroVelo-útvonalak, vármegyei főhálózati terv, TOP Plusz kerékpárút-projektek), amely az aktív turizmus gerincét adhatja.
- A tanyás településszerkezet és a falusi környezet autentikus, slow-turizmusra alkalmas közeget biztosít, erős agrár- és gasztroháttérrel.

**GYENGESÉGEK**

- Az öko- és aktív turisztikai helyszíneken sokszor hiányos a szolgáltatási háttér (látogatóközpont, túravezetés, eszközbérlés, vendéglátás), illetve korlátozott a többnyelvű információ.
- A falusi és tanyasi turizmus széttagolt, alacsony ismertségű, a minőség és a digitalizáltság (online jelenlét, foglalási rendszerek) erősen változó.
- A mindennapi kerékpározás és a kerékpáros kultúra több mérőponton csökkenő trendet mutat; ez hosszabb távon az aktív turizmus „bázisát” is gyengítheti.

**LEHETŐSÉGEK**

- Nemzetközi trend az aktív, természetközeli, slow- és regeneratív turizmus, valamint az „élmény + egészség + természet” kombinációt kereső vendégkör erősödése, amelyre a vármegye adottságai kiválóan építhetők.
- E-bike, családi és szenior fókuszú kerékpáros termékek, vasút+kerékpár kombinációk, tematikus túrák (pl. „homokhátsági körtúrák”, „tó–folyó–puszta” útvonalak).
- Falusi/tanyasi turizmus erősítése helyi termékekkel, élménygazdaságokkal, közösségi programokkal (szüretek, kézműves foglalkozások, gasztro-workshopok), a Satoyama-jellegű regeneratív modellek hazai adaptációja.

**VESZÉLYEK**

- Klímaváltozás: a hőhullámok, aszály, erdő- és tűzveszély, valamint a biológiai sokféleség csökkenése rontja az aktív és ökoturisztikai élmény minőségét, és korlátozhatja a terhelhetőséget.
- A kerékpáros infrastruktúra hálózati hiányosságai, valamint a fenntartási források elégtelensége hosszú távon a minőség romlásához és biztonsági kockázatokhoz vezethetnek.

- Ha a falusi és tanyasi turizmus nem kap megfelelő szakmai támogatást (minőség, digitalizáció, hálózatosodás), a termék niche-szinten marad, és nem tud érdemi forgalomnövekedést elérni.

# MELLÉKLETEK

1. SZ. MELLÉKLET: BÁCS-KISKUN VÁRMEGYE VONZERŐLELTÁRA

2. SZ. MELLÉKLET: A 2015-TŐL MEGVALÓSULT ÉS FOLYAMATBAN LÉVŐ TURISZTIKAI PÁLYÁZATOK ÖSSZEFOGLALÁSA

# FELHASZNÁLT FORRÁSOK


Abouzeid, N. (2022, February 18–20). The impact of digitalization on tourism sustainability: Comparative study between selected developed and developing countries. In *Proceedings of the 2nd International Conference on Advanced Research in Management, Economics and Accounting* (pp. 30–50). Diamond Scientific Publishing. https://doi.org/10.33422/2nd.armeaconf.2022.02.10

ABTA – The Travel Association. (2024). *Holiday habits 2024–25 report*. ABTA – The Travel Association. Elérhető: https://www.abta.com/holidayhabits2024-25

ACI Europe. (2023). *Family-friendly airport design guidelines*. ACI Europe Publications.

Ahas, R., Aasa, A., Roose, A., Mark, Ü., & Silm, S. (2010). Daily rhythms of suburban commuters' movements in the Tallinn Metropolitan Area: Case study with mobile positioning data. *Landscape and Urban Planning, 94*(1), 262–270. https://doi.org/10.1016/j.landurbplan.2009.10.020

Almasi, S., Cosmas, A., Cowan, S., & Ellencweig, B. (2023). *The promise of travel in the age of AI*. McKinsey & Company; Skift Research.

Asylum Information Database. (2025). *Country report: Hungary – 2024 update*. European Council on Refugees and Exiles.

Azevedo-Ferreira, E. M., & Zouain, D. M. (2024). Social media and tourism destination choice: A systematic literature review. *Tourism Management Perspectives, 50*, 101096. https://doi.org/10.1016/j.tmp.2024.101096

Bács-Kiskun Megyei Önkormányzat. (2016). *Bács-Kiskun megye turizmusfejlesztési terve 2016–2020*. Bács-Kiskun Megyei Önkormányzat.

Bács-Kiskun Megyei Önkormányzat. (2018). *Bács-Kiskun Megye marketingstratégiája 2018–2024 (kivonat)*.

Bács-Kiskun Megyei Önkormányzat. (n.d.-a). *Bács-Kiskun megye területfejlesztési programja 2030 – stratégiai és operatív programrész*.

Bács-Kiskun Megyei Önkormányzat. (n.d.-b). *Egészségturizmus fejlesztési koncepció Bács-Kiskun megyében* [PDF].

Bács-Kiskun Vármegye Önkormányzata. (n.d.). *Vízitúra megállóhely a Meszesi Duna-parton*. https://www.bacskiskun.hu/latnivalok/vizitura-megallohely-a-meszesi-duna-parton

Bács-Kiskun Megyei Önkormányzat. (2025). *Kerékpáros és víziturisztikai fejlesztések Bács-Kiskunban: 2,6 milliárd forint TOP Plusz forrás* [Sajtóközlemény].

Bács-Kiskun Vármegyei Kereskedelmi és Iparkamara. (2024a). *TOP 100 – Bács-Kiskun Vármegye Gazdasága 2024*. Bács-Kiskun Vármegyei Kereskedelmi és Iparkamara.

Bács-Kiskun Vármegyei Kereskedelmi és Iparkamara, & Központi Statisztikai Hivatal. (2024b). *Bács-Kiskun vármegye gazdasági helyzete 2024*. BKMKIK.

Bács-Kiskun Vármegyei Kereskedelmi és Iparkamara. (2025). *TOP 100 – Bács-Kiskun Vármegye Gazdasága 2025*. Bács-Kiskun Vármegyei Kereskedelmi és Iparkamara.

Bács-Kiskun Vármegyei Önkormányzat. (2023). *Bács-Kiskun Vármegyei Kerékpáros Stratégia – Vármegyei kerékpárforgalmi főhálózati terv* [Stratégiai dokumentum]. Bács-Kiskun Vármegyei Önkormányzat.

Bács-Kiskun Vármegyei Önkormányzat. (2023, július 3.). Elkészült a vármegye kerékpáros stratégiája. *Bács-Kiskun Vármegye Önkormányzata* honlap.

Bács-Kiskun Vármegye Önkormányzata. (2025). *Bács-Kiskun Vármegye Klímastratégiája (2025–2030)*.

BÁCSHOSZ. (2025a). *Általános helyi horgászrend a 2025. évi Bács-Kiskun vármegyei összevont területi engedélyhez*.

BÁCSHOSZ. (2025b). *Horgászjegy és területi engedély információk*.

Baja Megyei Jogú Város Önkormányzata. (n.d.). *Megújul a vízitúra megállóhelyek hálózata*. https://bjmokk.hu/eu/megujul-a-vizitura-megallohelyek-halozata/

Bátor, F., & Raffay-Danyi, Á. (2022). Hungarian travellers' risk perceptions and their impact on travel intentions in a mid-pandemic setting. *Turisztikai és Vidékfejlesztési Tanulmányok, 7*(4), 94–109. https://doi.org/10.15170/TVT.2022.07.04.07

Bekele, H., & Raj, S. (2025). Digitalization and digital transformation in the tourism industry: A bibliometric review and research agenda. *Tourism Review, 80*(4), 894–913. https://doi.org/10.1108/TR-07-2023-0509

Bilan, Y., Tovmasyan, G., & Dallakyan, S. (2024). The impact of digital technologies on tourists' travel choices and overall experience. *Journal of Tourism and Services, 15*(29), 153–175. https://doi.org/10.29036/jots.v15i29.805

Bondarenko, S., Kalaman, O., & Danilova, O. (2025). Digital transformation of the tourism business in an open economy: A comprehensive approach to travel planning and partnerships. *Social Development: Economic and Legal Issues, 4*, 233–250. https://doi.org/10.70651/3083-6018/2025.4.17

Booking.com. (2023). *Travel Predictions 2024*. Booking.com.

Booking.com. (2024). *Travel Predictions 2024: Family and multigenerational travel trends*. Booking Holdings.

Booking.com. (2024). *Sustainable Travel Report 2024*. Booking.com.

BTA – The Travel Association. (2024). *Holiday Habits Report 2024*. ABTA – The Travel Association.

Byrne, B., Craig, B., Mittermeier, J. C., Snakeh, S., & Ceballos, G. (2024). The sound of silence: How climate change and biodiversity loss alter tourism experiences. *Journal of Sustainable Tourism, 32*(4), 511–530.

Chien, P. M., Sharifpour, M., Ritchie, B. W., & Watson, B. (2017). Travelers' health risk perceptions and protective behavior: A psychological approach. *Journal of Travel Research, 56*(6), 744–759.

Csáki, P. (2020). A Duna–Tisza köze vízháztartási problémái és a klímaváltozás összefüggései. In *Magyar Földrajzi Konferencia tanulmánykötete*.

Csordás, T., Irimiás, A., & Kiss, K. (2022). Digitalizáció-vezérelt innovációk a turizmusban – Fókuszban a fogyasztói magatartás. *Turizmus Bulletin, 22*(4), 16–25. https://doi.org/10.14267/TURBULL.2022v22n4.2

Darcy, S., Buhalis, D., & Ambrose, I. (2020). *Accessible tourism: Concepts and issues* (2nd ed.). Channel View Publications.

Department for Digital, Culture, Media & Sport. (2021). *The De Bois Review: An independent review of Destination Management Organisations in England*. UK Government.

Destination Ontario. (2022). *Visitor Insights Program – Data Strategy for Regional Tourism*. Government of Ontario.

Donici, D. S., & Dumitras, D. E. (2024). Nature-based tourism in national and natural parks in Europe: A systematic review. *Forests, 15*(4), 588. https://doi.org/10.3390/f15040588

Eddy, T. D., Lotze, H. K., Fulton, E. A., et al. (2021). Climate change and the degradation of marine ecosystem services: Implications for coastal tourism. *Nature Climate Change, 11*(9), 750–758.

Elhoushy, S., Elzek, Y., & Font, X. (2025). Sustainable tourism certification: A systematic literature review and suggested ways forward. *Journal of Sustainable Tourism*. Advance online publication. https://doi.org/10.1080/09669582.2025.2487674

Erőss, G. (2015). Fenntartható fürdőüzemeltetés és „zöld fürdők" koncepciója. *Turizmus Bulletin, 17*(2), 45–53.

European Commission. (2016). *European Tourism Indicator System for sustainable destination management*. Publications Office of the European Union.

European Commission. (2022). *Preparatory action: European Tourism Data Space – Technical framework and governance recommendations*. Publications Office of the European Union.

European Commission. (2022). *European Tourism Data Space – Scoping report for interoperable tourism data ecosystems*. Publications Office of the European Union.

European Commission. (2023). *European economic forecast: Autumn 2023* (Institutional Paper 258). Publications Office of the European Union.

European Commission. (2023). *EU Rural Observatory: Concept, data architecture and indicator catalogue*. Directorate-General for Agriculture and Rural Development.

European Commission. (2023). *Rural Observatory: Indicator Catalogue*. DG AGRI.

European Commission. (2023). *Towards common European data spaces: Tourism Data Space preparatory study*. Publications Office of the European Union.

European Commission. (2024). *2024 country report – Hungary* (SWD(2024) 617 final).

European Commission. (2024). *EU tourism in 2024: Key updates and emerging trends*.

European Commission. (2025). *Tourism Transition Pathway: Climate and Sustainability Milestones 2030*. Publications Office of the European Union.

European Cyclists' Federation. (n.d.). *EuroVelo 13 – Iron Curtain Trail: Hungary section*. EuroVelo.

European Cyclists' Federation. (2023). *EuroVelo and cycling tourism strategy 2030*. ECF.

European Cyclists' Federation. (2024). *Cycling tourism facts and figures*. ECF.

European Parliament. (2025). *The longevity economy and senior mobility trends in Europe*. Policy Department for Structural and Cohesion Policies.

European Travel Commission. (2024). *European tourism: Trends & prospects, Q3/2024*.

European Travel Commission. (2024). *Exploring Consumer Shifts Under Climate Extremes: Summer Travel Patterns in Europe*. ETC Research Report.

European Travel Commission. (2024). *Monitoring sentiment for intra-European travel – Wave 20: Autumn & Winter 2024/2025*.

Eurostat. (2023). *Tourism trips of Europeans (Statistics Explained)*. Publications Office of the European Union.

Eurostat. (2024). *Tourism trends and ageing (Statistics Explained)*. Publications Office of the European Union.

Eurostat. (2025). *Tourism statistics – participation in tourism (Statistics Explained)*. Publications Office of the European Union.

Eurostat. (2025a, April 2). New records set by online booking platforms in 2024. *Eurostat news release*.

Eurostat. (2025b, July 2). Guest nights booked online show solid growth in Q1 2025. *Eurostat news release*.

Eurostat. (2025). *Trips by duration, purpose and main destination (tour_dem_tttot)* [Adatbázis]. Eurostat. https://doi.org/10.2908/tour_dem_tttot

Expedia Group Media Solutions. (2024). *Q4 2024 Traveler insights: Travelers plan for the holidays & 2025*. Expedia Group.

Explorers' Edge (RTO12). (2021). *Regional Tourism Data Hub: Dashboard framework and user guide*. Regional Tourism Organization 12.

Evezz itthon! (n.d.-a). *Kajak-Kenu Pont – Baja*. https://evezzitthon.hu/megallohely/kajak-kenu-pont-baja/

Evezz itthon! (n.d.-b). *Tiszakécske vízitúra megállóhely*. https://evezzitthon.hu/megallohely/tiszakecske-vizitura-megallohely/

Forhécz, I. (2018). A gyógyturizmus egészségügyi és társadalmi jelentősége Magyarországon. *Egészségtudomány, 62*(1), 45–58.

Gál, Z., & Balogi, A. (2020). Spatial analysis of tourist mobility and foreign visitor behaviour using social media and mobile positioning data. *Hungarian Geographical Bulletin, 69*(4), 345–362. https://doi.org/10.15201/hungeobull.69.4.5

Garibaldi, R., & Pozzi, A. (2025). *Report on Gastronomy Tourism in Italy 20XX*. Italian Ministry of Tourism / University of Bergamo.

Gherdan, A. E.-M. (2021). Evolution of tourist accommodation and thermal tourism in Oradea and Băile Felix–Băile 1 Mai resorts. *GeoJournal of Tourism and Geosites, 36*(2), 395–402.

Global Pet Travel Report. (2024). *Pet-friendly travel market analysis and forecast 2024–2033*. Pet Market Research Institute.

Global Sustainable Tourism Council. (2019). *GSTC Destination Criteria v2.0*. Global Sustainable Tourism Council.

Global Wellness Institute. (2023). *2023 Global Wellness Economy Monitor*. Global Wellness Institute.

Gonda, T. (2024). Women as thoughtful and responsible consumers of tourism: Gender differences in tourism consumption patterns and attitudes towards tourism. *GeoJournal of Tourism and Geosites, 54*(2, Suppl.), 794–801. https://doi.org/10.30892/gtg.542spl03-1254

Gössling, S., & Scott, D. (2025). *Tourism and Climate Futures: Rethinking Growth, Risk, and Adaptation*. Routledge.

Gössling, S., Scott, D., Hall, C. M., et al. (2025). Tourist demand and destination development under climate change: Complexities and perspectives. In *Climate Change and Tourism Futures*. Routledge.

Government of Hungary. (2023). *National Cycling Strategy 2030* [Policy dokumentum]. Government of Hungary.

Guo, Y., Pesonen, J., & Komppula, R. (2022). The role of online travel reviews in evolving tourists' destination image: Evidence from Chinese tourists to Santa Claus Village. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism, 22*(4), 301–321. https://doi.org/10.1080/15022250.2021.1931942

Hall, C. M., Scott, D., & Gössling, S. (2020). Pandemics, transformations and tourism: Be careful what you wish for. *Tourism Geographies, 22*(3), 577–598. https://doi.org/10.1080/14616688.2020.1759131

Halasthermál Gyógyfürdő. (n.d.). *Gyógyhelyi minősítés és szolgáltatások*. https://halasthermal.hu

Hadinejad, A., Esfandiar, K., & Skavronskaya, L. (2025). Advancing sustainable tourism behavioural research: A metacognitive perspective. *Current Issues in Tourism*. Advance online publication. https://doi.org/10.1080/13683500.2025.2512999

HelloVidék. (2023, április 19.). Vegyes képet mutatnak Bács-Kiskun vármegye 2022-es demográfiai, gazdasági és turisztikai adatai. *HelloVidék megyekörkép* (közlés: KecsUP).

Horgászhelyek.hu. (n.d.). *Vadkerti-tó (Soltvadkert) horgászhely-leírás és vízjellemzők*.

Hostelworld Group PLC. (2024). *2024 State of Solo Travel Report*. Hostelworld.

Hungarian Central Statistical Office. (2024). *Hungary 2024*. KSH.

IPCC. (2022). *Climate Change 2022: Impacts, Adaptation and Vulnerability – Working Group II Contribution to the Sixth Assessment Report*. Cambridge University Press.

IPCC. (2023). *AR6 Synthesis Report: Climate Change 2023*. Intergovernmental Panel on Climate Change.

Irimiás, A., Jászberényi, M., & Michalkó, G. (2019). *A turisztikai termékek innovatív fejlesztése*. Akadémiai Kiadó. https://doi.org/10.1556/9789634544081

Iványi, T. (2022). Turisztikai információgyűjtés és élménymegosztás a közösségi média korában. *Turizmus Bulletin, 22*(2), 34–45.

Jadhav, B. L., & Muley, P. (2018). Impact of social media on leisure travel behaviour of consumers. *International Journal of Tourism Cities, 4*(3), 394–410.

Jenkins, H., Purushotma, R., Clinton, K., Robison, A., & Weigel, M. (2015). *Confronting the challenges of participatory culture: Media education for the 21st century*. The MIT Press.

Kajak-Kenu Pont Baja. (n.d.). *Kezdőlap / Szolgáltatások*. https://www.kajakkenubaja.hu/

Kása, R. (2024). *Bács-Kiskun vármegye gazdasági helyzete 2024*. MKIK Gazdaság- és Vállalkozáskutató Intézet.

Kiskunsági Nemzeti Park Igazgatóság. (n.d.-a). *Kolon-tó*. https://www.knp.hu/hu/kolon-to

Kiskunsági Nemzeti Park Igazgatóság. (n.d.-b). *Izsák (Kolon-tó), Aqua Colun tanösvény*. https://www.knp.hu/hu/izsak-kolon-to-aqua-colun-tanosveny

Kiskunsági Nemzeti Park Igazgatóság. (2024). *Vízitúra a tőserdei Holt-Tiszán*. https://www.knp.hu/hu/programok/vizitura-a-toserdei-holt-tiszan-611

Kohán, B. (2014). A Duna–Tisza köze talajvízszint-süllyedésének okai és következményei. *Vízügyi Közlemények, 96*(3), 44–62.

Központi Statisztikai Hivatal. (2019). *Magyar statisztikai évkönyv 2019 – Turizmus, vendéglátás fejezet* [Statisztikai kiadvány]. KSH.

Központi Statisztikai Hivatal. (2024). *Magyar statisztikai zsebkönyv 2023*. KSH.

Központi Statisztikai Hivatal. (2024). *Turizmus-statisztikai gyorstájékoztató 2023–2024*. KSH.

Központi Statisztikai Hivatal. (2025). *27.2.1.9. A többnapos, turisztikai célú belföldi utazások fő adatai az utazások célja szerint, negyedévente (2021. I.–2025. II.)* [STADAT-táblák]. KSH.

Központi Statisztikai Hivatal. (n.d.). *Vendégéjszakák alakulása termálfürdős településeken*. https://www.ksh.hu

Lengyel, M. (2004). *A turizmus általános elmélete*. Heller Farkas Gazdasági és Turisztikai Szolgáltatások Főiskolája.

Lithuania Travel. (2022). *Tourism Mobility Dashboard: Annual Report 2022*. Lithuanian Ministry of Economy and Innovation.

Magyar Turisztikai Ügynökség. (2023). *NTAK Iránytű – Felhasználói kézikönyv és szakmai összefoglaló*. MTÜ.

Magyarország Kormánya. (2024). *Nemzeti Horgászturisztikai Stratégia*.

Magyarország Kormánya. (2024). *Nemzeti Víziturisztikai Stratégia* (egyeztetési változat). https://cdn.kormany.hu/uploads/document/8/8c/8cb/8cb57245dfc5124b359c973f4d7103bc84631e8d.pdf

Mariani, M., & Baggio, R. (2022). Big data and analytics in hospitality and tourism: A systematic literature review. *International Journal of Contemporary Hospitality Management, 34*(2), 231–278. https://doi.org/10.1108/IJCHM-03-2021-0282

Mariani, M. M., Styven, M. E., & Ayeh, J. K. (2019). Using Facebook for travel decision-making: An extended framework. *International Journal of Contemporary Hospitality Management, 31*(2), 712–735.

Martins, L. F., Gan, Y., & Ferreira-Lopes, A. (2017). An empirical analysis of the influence of macroeconomic determinants on world tourism demand. *Tourism Management, 61*, 248–260. https://doi.org/10.1016/j.tourman.2017.01.008

Martins, W. S., Martins, M., & Morais, E. P. (2025). Exploring the influence of social media on tourist decision-making: Insights from Cape Verde. *Tourism and Hospitality, 6*(1), 45. https://doi.org/10.3390/tourhosp6010045

McKercher, B., & du Cros, H. (2002). *Cultural tourism: The partnership between tourism and cultural heritage management*. Haworth Hospitality Press.

McKinsey & Company. (2024a, May 29). *The way we travel now*.

McKinsey & Company. (2024b). *What is the future of travel?* McKinsey & Company.

Medical Tourism Association. (2021). *Medical Tourism Index 2020–2021: Hungary country profile*.

Miklós, L. (2020). A geotermikus energia szerepe Magyarország energiamixében. *Magyar Energetika, 27*(4), 32–40.

Mobilissimus. (2023, február 17.). Bács-Kiskun vármegyei kerékpáros stratégia és kerékpárforgalmi főhálózati terv. *Mobilissimus*.

MOHOSZ. (2022). *Horgászati statisztikai évkönyv*.

MOHOSZ. (2023). *A 2022. évi fogási adatok összesítése és értékelése*.

MOHOSZ. (2025). *A horgászat és a halgazdálkodás 2024. évi országos helyzetértékelése*.

MOHOSZ. (n.d.). *Horgászjegy rendszer – szolgáltatók és értékesítési pontok keresője*.

Mitrică, B., Mocanu, I., Damian, N., et al. (2025). Socio-economic vulnerability of tourism regions under climate pressure. *Sustainability, 17*(3), 1441–1462.

Mureșan, I. C., Oroian, C. F., Harun, R., Arion, F. H., Porutiu, A., Oroian, I., & Chiciudean, G. O. (2019). Residents' perception of destination quality: Key factors for sustainable rural development in Romania. *Sustainability, 11*(10), 2594. https://doi.org/10.3390/su11102594

Nagygal, G. (2018). Magyarország geotermikus adottságai és a termálvíz-hasznosítás jövője. *Földtani Közlöny, 148*(1), 15–27.

Nelson, K. M., Partelow, S., Stäbler, M., Graci, S., & Fujitani, M. (2021). Tourist willingness to pay for local green hotel certification. *PLOS ONE, 16*(2), e0245953. https://doi.org/10.1371/journal.pone.0245953

Nemzeti Népegészségügyi Központ. (n.d.). *Gyógyvíz-nyilvántartás*. https://nnk.gov.hu

Nordin, S., & Sletten, B. (2024). Senior tourism behaviour and service expectations in Europe. *Scandinavian Tourism Studies, 12*(1), 45–62.

OECD. (2018). *Analysing megatrends to better shape the future of tourism*. *OECD Tourism Papers*, 2018/02. OECD Publishing.

OECD. (2021). *Preparing the tourism workforce for the digital future* (*OECD Tourism Papers*, No. 2021/02). OECD Publishing. https://doi.org/10.1787/9258d999-en

OECD. (2023). *Tourism Trends and Policies 2023*. OECD Publishing. https://doi.org/10.1787/tour-2023-en

OECD. (2024a). *OECD economic surveys: Hungary 2024*. OECD Publishing. https://doi.org/10.1787/795451e5-en

OECD. (2024b, May 6). Consumer prices, OECD – updated 6 May 2024. OECD.

OECD. (2024c). *Artificial intelligence and tourism* (*OECD Tourism Papers* No. 2024/01). OECD Publishing. https://doi.org/10.1787/96334d95-en

OECD. (2024d). *OECD tourism trends and policies 2024*. OECD Publishing. https://doi.org/10.1787/80885d8b-en

OECD. (2025). *Tourism Data for Regional Development: Alternative and Big Data in Policy Making*. OECD Publishing. https://doi.org/10.1787/tour-data-2025-en

Országos Meteorológiai Szolgálat. (2025). *Magyarország éghajlati összefoglalója – 2024*. OMSZ.

Papworth, S., Rist, J., Coad, L., & Milner-Gulland, E. (2009). Shifting baseline syndrome: Implications for conservation science. *Trends in Ecology & Evolution, 24*(2), 96–100.

Peng, B., Song, H., Crouch, G. I., & Witt, S. F. (2015). A meta-analysis of international tourism demand elasticities. *Journal of Travel Research, 54*(5), 611–633. https://doi.org/10.1177/0047287514528283

Polukhina, A., Sheresheva, M., Napolskikh, D., & Lezhnin, V. (2025). Digital solutions in tourism as a way to boost sustainable development: Evidence from a transition economy. *Sustainability, 17*(3), 877. https://doi.org/10.3390/su17030877

Popova, P., Marinova, K., & Popov, V. (2023). Internet of Things and big data analytics for risk management in digital tourism ecosystems. *Risks, 11*(10), 180. https://doi.org/10.3390/risks11100180

Poruțiu, A. R., Mureșan, I. C., Harun, R., Oroian, C. F., & Chiciudean, G. O. (2024). Understanding Romanian generational preferences and travel decision-making when choosing a rural destination. *Sustainability, 16*(7), 4074. https://doi.org/10.3390/su16074074

Raffael, M., & Trásy, L. (2023). Aktív idősödés – az idősödés társadalmi jelentősége a statisztikai adatok alapján. *Kapocs, 6*(2–3), 3–12. https://doi.org/10.63582/KAPOCS.2023.2-3.1

Rakonczai, J. (2013). A klímaváltozás hatásai a Duna–Tisza közén. *Földrajzi Közlemények, 137*(3), 254–268.

Reiner, A., Thompson, K., & Lane, P. (2024). Tourism impacts of the 2019–2020 Australian bushfires. *Annals of Tourism Research, 101*, 103542.

Regione Puglia. (2022). *Osservatorio del Turismo Regionale: Rapporto annuale 2015–2021*. Puglia Promozione.

Rezgo. (2020). *Small group and private tours: Trends in the tours & activities sector*. Rezgo.

Rezgo (Mathison, R.). (2021). Private tours are a growing trend. Are you ready? *Rezgo Blog*. https://www.rezgo.com/blog/private-tours-are-a-growing-trend/

Ricart, S., Rico-Amorós, A., & Olcina, J. (2024). Tourism, water scarcity, and climate stress in Mediterranean destinations. *Journal of Environmental Management, 356*, 120–138.

Richards, G. (2015). The new global nomads: Youth travel in a globalizing world. *Tourism Recreation Research, 40*(3), 340–352. https://doi.org/10.1080/02508281.2015.1075724

Richards, G. (2018). Cultural tourism: A review of recent research and trends. *Journal of Hospitality and Tourism Management, 36*, 12–21. https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2018.03.005

Riswanto, A. L., et al. (2023). Analyzing online reviews to uncover customer satisfaction in hotels through natural language processing techniques. *Behavioral Sciences, 13*(11), 923. https://doi.org/10.3390/bs13110923

Rutty, M., & Scott, D. (2010). Will the Mediterranean become "too hot" for tourism? *Tourism Hospitality Planning & Development, 7*(3), 267–271.

Rutty, M., & Scott, D. (2015). Bioclimatic comfort and tourism: A reassessment for Europe. *International Journal of Biometeorology, 59*(10), 1287–1299.

Scott, D. (2023). Climate change and destination governance: Integrating risk and resilience. *Journal of Destination Marketing & Management, 28*, 100–112.

Scott, D. (2024). *The Climate Emergency in Tourism: Policy, Adaptation and Transition Pathways*. UN Tourism Working Paper Series.

Skift Research, & McKinsey & Company. (2024). *The evolving role of experiences in travel*. Skift & McKinsey.

Smith, K., & Douglas, L. (2023). Pet humanization and its impact on travel behaviour. *Journal of Travel Research, 62*(3), 487–503.

Soga, M., & Gaston, K. J. (2024). Extinction of experience and shifting environmental baselines in tourism. *Conservation Letters, 17*(1), e13012.

Solyomfi, A. H., Skačkauskienė, I., Borisov, I., & Vinogradov, S. (2024). The assessment of risk tolerance of Hungarian travellers towards abroad trips. *Journal of Business Economics and Management, 25*(1), 104–128. https://doi.org/10.3846/jbem.2024.20459

Strack, F., & Raffay-Danyi, Á. (2021). Well-being and healing and characteristics of demand for spas in Hungary. *International Journal of Spa and Wellness, 3*(2–3), 145–164. https://doi.org/10.1080/24721735.2021.1875614

Strasszer, P. (2024). Magyarország geotermikus gradiensének térbeli mintázatai és következményei. In *Energetikai és Földtudományi Közlemények*.

Szelidinyár. (2024, július 27). *Élménycsónakázás a Szelidi tavon!*. https://szelidinyar.hu/2024/07/elmenycsonakazas/

Tischner, T., Lakatos, M., & Bihari, Z. (2019). Hőségnapok és hőhullámok Magyarországon. *Országos Meteorológiai Szolgálat*.

Trip.com Group. (2024). *Sustainable Travel Consumer Report 2024*. Trip.com Group.

Turismo do Alentejo. (2021). *Observatório do Turismo do Alentejo – Annual indicator report*. Alentejo Regional Tourism Board.

Turizmus.com. (2025, február 6.). Több mint 17 százalékkal nőttek a hazai szállodák bevételei tavaly. *Turizmus.com*.

U.S. Department of State. (2024). *Hungary – Country information*.

UN Tourism. (2023a). *Accessible Tourism for All: Global guidelines for inclusive destinations*. UN Tourism Publications.

UN Tourism. (2023b). *Universal Design in Tourism: Policy and implementation toolkit*. UN Tourism.

UN Tourism. (2023). *International tourism to end 2023 close to 90% of pre-pandemic levels*. UN Tourism.

UN Tourism. (2024a). *UN Tourism world tourism barometer, May 2024* (Vol. 22, Issue 2). https://doi.org/10.18111/wtobarometereng.2024.22.1.2

UN Tourism. (2024b). *UNWTO World Tourism Barometer and Statistical Annex* (January 2024 ed.). UN Tourism. https://doi.org/10.18111/wtobarometereng

UN Tourism. (2024c). *White paper on safety and security for safer, more competitive and more sustainable tourism destinations*. UN Tourism.

UN Tourism & International Transport Forum. (2019). *Transport-related $CO_2$ Emissions of the Tourism Sector*. UN Tourism.

UNWTO. (2011). *Tourism Towards 2030 / Global Overview*. World Tourism Organization. https://doi.org/10.18111/9789284414024

UNWTO. (2018). *Tourism and the digital transformation* (World Tourism Day 2018 background paper). World Tourism Organization. https://doi.org/10.18111/unwtoecd.2018.1.g51w645001604520

Vadkerti-tó. (n.d.). *Szolgáltatások*. https://vadkertito.hu/strand/szolgaltatasok/

van Leeuwen, C., et al. (2024). Viticultural adaptation to climate change: Emerging patterns in Europe. *Agricultural Systems, 215*, 103567.

Veronica. (2025). Young generation's understanding of sustainable tourism and its impact on travel behavior. *Media Wisata, 23*(1), 27–39. https://doi.org/10.36276/mws.v23i1.773

Visit Oradea. (n.d.). *Top attractions in Oradea*. Oradea City Hall – Association for the Promotion of Tourism in Oradea and Region.

Wang, C., Liu, S., Zhu, S., & Hou, Z. (2023). Exploring the effect of the knowledge redundancy of online reviews on tourism consumer purchase behaviour: Based on the knowledge network perspective. *Current Issues in Tourism, 26*(22), 3595–3610. https://doi.org/10.1080/13683500.2022.2142097

World Economic Forum. (2025). *Future of travel and tourism: Embracing sustainable and digital transitions*. World Economic Forum.

World Health Organization. (2024). *Travel and health*. WHO.

World Health Organization Regional Office for Europe. (2025). *Understanding the health and tourism nexus*. WHO Regional Office for Europe.

World Tourism Organization (UN Tourism). (2019). *International tourism highlights, 2019 edition*. UN Tourism. https://doi.org/10.18111/9789284421152

Xu, H., Lovett, J., Cheung, L. T., Duan, X., Pei, Q., & Liang, D. (2021). Adapting to social media: The influence of online reviews on tourist behaviour at a World Heritage Site in China. *Asia Pacific Journal of Tourism Research, 26*(10), 1125–1138. https://doi.org/10.1080/10941665.2021.1952460

Zelenka, J., Azubuike, T., & Pásková, M. (2021). Trust model for online reviews of tourism services and evaluation of destinations. *Administrative Sciences, 11*(2), 34. https://doi.org/10.3390/admsci11020034

Zhang, Y., Zhao, H., & Zaman, U. (2025). Eco-consciousness in tourism: A psychological perspective on green marketing and consumer behavior. *Acta Psychologica, 255*, 104951. https://doi.org/10.1016/j.actpsy.2025.104951

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

TOP_Plusz-3.1.1-21-BK1-2022-00001

**4. számú melléklet – Minőségmenedzsment**

**Készítette:**
Ex Ante Tanácsadó Iroda Kft.

2026. szeptember

## Pontozás

| Attrakció megnevezése | Település | Típus | Szegmens | oogle értékelé | A1 Kereslet-prox | A2 Szezonalitás | A összesen | B1 Honlap meglét | B2 Nyelvi elérhetősé | B3 Láthatóság | B4 Akadályment. | B összesen | C1 Google Business | C2 Facebook jelenlét | C3 Facebook aktivitás | C4 Instagram jelenlét | C5 Instagram aktivitás | C6 YouTube | C összesen | D1 E-mail | D2 Telefon | D3 1 kattintásos kapcsolat | D összesen | Összpont | Helyezés |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Barack Thermal Resort | Tiszakécske | fürdő | Fürdő és wellness | 4.6 | 13.5 | 5.0 | 18.5 | 5.0 | 6.0 | 10.0 | 10.0 | 31.0 | 9.4 | 4.0 | 6.0 | 3.0 | 5.0 | 2.0 | 29.4 | 5.0 | 5.0 | 5.0 | 15.0 | 93.9 | 1 |
| Katona József Nemzeti Színház | Kecskemét | kulturális | Kulturális és örökségi | 4.8 | 14.2 | 5.0 | 19.2 | 5.0 | 2.0 | 8.0 | 10.0 | 25.0 | 9.7 | 4.0 | 6.0 | 3.0 | 5.0 | 2.0 | 29.7 | 5.0 | 5.0 | 5.0 | 15.0 | 88.9 | 2 |
| Hattyúház | Kiskunfélegyháza | endezvényhelyszí | Kulturális és örökségi | 4.7 | 13.9 | 5.0 | 18.9 | 5.0 | 8.0 | 10.0 | 10.0 | 33.0 | 9.6 | 4.0 | 4.0 | 3.0 | 1.0 | 0.0 | 21.6 | 5.0 | 5.0 | 5.0 | 15.0 | 88.5 | 3 |
| Thorma János Múzeum | Kiskunhalas | kulturális | Kulturális és örökségi | 4.8 | 14.2 | 5.0 | 19.2 | 5.0 | 2.0 | 10.0 | 10.0 | 27.0 | 9.7 | 4.0 | 6.0 | 3.0 | 0.0 | 0.0 | 22.7 | 5.0 | 5.0 | 5.0 | 15.0 | 83.9 | 4 |
| Jonathermál Gyógy- és Élményfürdő | Kiskunmajsa | fürdő | Fürdő és wellness | 4.5 | 13.1 | 5.0 | 18.1 | 5.0 | 6.0 | 10.0 | 0.0 | 21.0 | 9.2 | 4.0 | 6.0 | 3.0 | 5.0 | 2.0 | 29.2 | 5.0 | 5.0 | 5.0 | 15.0 | 83.3 | 5 |
| Lakiteleki Népfőiskola | Lakitelek | kulturális | Kulturális és örökségi | 4.7 | 13.9 | 5.0 | 18.9 | 5.0 | 2.0 | 10.0 | 10.0 | 27.0 | 9.6 | 4.0 | 6.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 19.6 | 5.0 | 5.0 | 5.0 | 15.0 | 80.5 | 6 |
| Kiskőrösi Rónaszéki Fürdő | Kiskőrös | fürdő | Fürdő és wellness | 4.5 | 13.1 | 3.0 | 16.1 | 5.0 | 8.0 | 8.0 | 0.0 | 21.0 | 9.2 | 4.0 | 6.0 | 3.0 | 5.0 | 0.0 | 27.2 | 5.0 | 5.0 | 5.0 | 15.0 | 79.3 | 7 |
| Gyarmati Dezső Tanuszoda és Termálfürdő | Lakitelek | fürdő | Fürdő és wellness | 4.3 | 12.4 | 5.0 | 17.4 | 5.0 | 2.0 | 8.0 | 10.0 | 25.0 | 8.9 | 4.0 | 4.0 | 3.0 | 1.0 | 0.0 | 20.9 | 5.0 | 5.0 | 5.0 | 15.0 | 78.3 | 8 |
| Hírös Agóra | Kecskemét | kulturális | Kulturális és örökségi | 4.6 | 13.5 | 5.0 | 18.5 | 5.0 | 2.0 | 10.0 | 0.0 | 17.0 | 9.4 | 4.0 | 6.0 | 3.0 | 5.0 | 0.0 | 27.4 | 5.0 | 5.0 | 5.0 | 15.0 | 77.9 | 9 |
| Türr István Múzeum | Baja | kulturális | Kulturális és örökségi | 4.8 | 14.2 | 5.0 | 19.2 | 5.0 | 2.0 | 6.0 | 10.0 | 23.0 | 9.7 | 4.0 | 2.0 | 3.0 | 0.0 | 2.0 | 20.7 | 5.0 | 5.0 | 5.0 | 15.0 | 77.9 | 10 |
| Gabriella Gyógy- és Strandfürdő | Lakitelek | fürdő | Fürdő és wellness | 4.8 | 14.2 | 1.0 | 15.2 | 5.0 | 2.0 | 8.0 | 10.0 | 25.0 | 9.7 | 4.0 | 4.0 | 3.0 | 1.0 | 0.0 | 21.7 | 5.0 | 5.0 | 5.0 | 15.0 | 76.9 | 11 |
| Hajósi Pincefalu | Hajós | gasztro | Gasztro és bor | 4.8 | 14.2 | 3.0 | 17.2 | 5.0 | 2.0 | 10.0 | 0.0 | 17.0 | 9.7 | 4.0 | 6.0 | 3.0 | 5.0 | 0.0 | 27.7 | 5.0 | 5.0 | 5.0 | 15.0 | 76.9 | 12 |
| Német Nemzetiségi Tájház | Hajós | kulturális | Kulturális és örökségi | 4.7 | 13.9 | 3.0 | 16.9 | 5.0 | 2.0 | 8.0 | 10.0 | 25.0 | 9.6 | 4.0 | 6.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 19.6 | 5.0 | 5.0 | 5.0 | 15.0 | 76.5 | 13 |
| Leskowsky Hangszergyűjtemény | Kecskemét | kulturális | Kulturális és örökségi | 4.8 | 14.2 | 5.0 | 19.2 | 5.0 | 4.0 | 10.0 | 0.0 | 19.0 | 9.7 | 4.0 | 4.0 | 3.0 | 0.0 | 2.0 | 22.7 | 5.0 | 5.0 | 5.0 | 15.0 | 75.9 | 14 |
| Kiskun Múzeum | Kiskunfélegyháza | kulturális | Kulturális és örökségi | 4.8 | 14.2 | 5.0 | 19.2 | 3.0 | 2.0 | 4.0 | 10.0 | 19.0 | 9.7 | 4.0 | 4.0 | 3.0 | 1.0 | 0.0 | 21.7 | 5.0 | 5.0 | 5.0 | 15.0 | 74.9 | 15 |
| Tanyacsárda (Öreg és Új Tanyacsárda) | ajosmizse / Felsőlajo | gasztro | Gasztro és bor | 4.7 | 13.9 | 5.0 | 18.9 | 5.0 | 6.0 | 10.0 | 0.0 | 21.0 | 9.6 | 4.0 | 6.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 19.6 | 5.0 | 5.0 | 5.0 | 15.0 | 74.5 | 16 |
| Kecskeméti Arborétum | Kecskemét | természeti | Öko- és aktív turizmus | 4.8 | 14.2 | 3.0 | 17.2 | 5.0 | 6.0 | 8.0 | 0.0 | 19.0 | 9.7 | 4.0 | 6.0 | 3.0 | 0.0 | 0.0 | 22.7 | 5.0 | 5.0 | 5.0 | 15.0 | 73.9 | 17 |
| Kecskeméti Fürdő | Kecskemét | fürdő | Fürdő és wellness | 4.4 | 12.8 | 5.0 | 17.8 | 5.0 | 4.0 | 10.0 | 0.0 | 19.0 | 9.1 | 4.0 | 6.0 | 3.0 | 0.0 | 0.0 | 22.1 | 5.0 | 5.0 | 5.0 | 15.0 | 73.9 | 18 |
| Kiskunhalasi Csipkemúzeum | Kiskunhalas | kulturális | Kulturális és örökségi | 4.8 | 14.2 | 5.0 | 19.2 | 5.0 | 2.0 | 10.0 | 0.0 | 17.0 | 9.7 | 4.0 | 6.0 | 3.0 | 0.0 | 0.0 | 22.7 | 5.0 | 5.0 | 5.0 | 15.0 | 73.9 | 19 |
| Úttörténeti Múzeum | Kiskőrös | kulturális | Kulturális és örökségi | 4.7 | 13.9 | 5.0 | 18.9 | 5.0 | 2.0 | 10.0 | 0.0 | 17.0 | 9.6 | 4.0 | 6.0 | 3.0 | 0.0 | 0.0 | 22.6 | 5.0 | 5.0 | 5.0 | 15.0 | 73.5 | 20 |
| Cabernet Borturisztikai Látogatóközpont | Hajós | gasztro | Gasztro és bor | 4.8 | 14.2 | 5.0 | 19.2 | 5.0 | 4.0 | 10.0 | 0.0 | 19.0 | 9.7 | 4.0 | 6.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 19.7 | 5.0 | 5.0 | 5.0 | 15.0 | 72.9 | 21 |
| Gemenci erdő | Baja | természeti | Öko- és aktív turizmus | 4.6 | 13.5 | 5.0 | 18.5 | 5.0 | 2.0 | 10.0 | 0.0 | 17.0 | 9.4 | 4.0 | 4.0 | 3.0 | 0.0 | 2.0 | 22.4 | 5.0 | 5.0 | 5.0 | 15.0 | 72.9 | 22 |
| Kodály Intézet | Kecskemét | kulturális | Kulturális és örökségi | 4.3 | 12.4 | 5.0 | 17.4 | 5.0 | 4.0 | 10.0 | 0.0 | 19.0 | 8.9 | 4.0 | 6.0 | 0.0 | 0.0 | 2.0 | 20.9 | 5.0 | 5.0 | 5.0 | 15.0 | 72.3 | 23 |
| Geréby Kúria | Lajosmizse | kulturális | Kulturális és örökségi | 4.6 | 13.5 | 5.0 | 18.5 | 5.0 | 2.0 | 10.0 | 0.0 | 17.0 | 9.4 | 4.0 | 2.0 | 3.0 | 1.0 | 2.0 | 21.4 | 5.0 | 5.0 | 5.0 | 15.0 | 71.9 | 24 |
| Halasthermál Gyógyfürdő | Kiskunhalas | fürdő | Fürdő és wellness | 4.2 | 12.0 | 5.0 | 17.0 | 5.0 | 2.0 | 10.0 | 0.0 | 17.0 | 8.8 | 4.0 | 6.0 | 3.0 | 1.0 | 0.0 | 22.8 | 5.0 | 5.0 | 5.0 | 15.0 | 71.8 | 25 |
| Hungarikum Liget | Lakitelek | kulturális | Kulturális és örökségi | 4.7 | 13.9 | 5.0 | 18.9 | 5.0 | 4.0 | 6.0 | 0.0 | 15.0 | 9.6 | 4.0 | 6.0 | 3.0 | 0.0 | 0.0 | 22.6 | 5.0 | 5.0 | 5.0 | 15.0 | 71.5 | 26 |
| Kecskeméti Nagytemplom | Kecskemét | vallási | Kulturális és örökségi | 4.9 | 14.6 | 5.0 | 19.6 | 5.0 | 2.0 | 10.0 | 0.0 | 17.0 | 9.9 | 4.0 | 6.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 19.9 | 5.0 | 5.0 | 5.0 | 15.0 | 71.5 | 27 |
| Petőfi Szülőház és Emlékmúzeum | Kiskőrös | kulturális | Kulturális és örökségi | 4.8 | 14.2 | 5.0 | 19.2 | 5.0 | 2.0 | 10.0 | 0.0 | 17.0 | 9.7 | 4.0 | 6.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 19.7 | 5.0 | 5.0 | 5.0 | 15.0 | 70.9 | 28 |
| Sáfrik-féle szélmalom | Kiskunhalas | kulturális | Kulturális és örökségi | 4.5 | 13.1 | 3.0 | 16.1 | 5.0 | 2.0 | 10.0 | 0.0 | 17.0 | 9.2 | 4.0 | 6.0 | 3.0 | 0.0 | 0.0 | 22.2 | 5.0 | 5.0 | 5.0 | 15.0 | 70.3 | 29 |
| Aranykor Wellness és Termálfürdő | Ballószög | fürdő | Fürdő és wellness | 4.6 | 13.5 | 5.0 | 18.5 | 5.0 | 2.0 | 8.0 | 0.0 | 15.0 | 9.4 | 4.0 | 4.0 | 3.0 | 1.0 | 0.0 | 21.4 | 5.0 | 5.0 | 5.0 | 15.0 | 69.9 | 30 |
| Bugaci Puszta | Bugac | természeti | Öko- és aktív turizmus | 4.6 | 13.5 | 3.0 | 16.5 | 5.0 | 6.0 | 10.0 | 0.0 | 21.0 | 9.4 | 4.0 | 4.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 17.4 | 5.0 | 5.0 | 5.0 | 15.0 | 69.9 | 31 |
| Kerekdombi Termálfürdő | Tiszakécske | fürdő | Fürdő és wellness | 4.5 | 13.1 | 3.0 | 16.1 | 5.0 | 2.0 | 10.0 | 0.0 | 17.0 | 9.2 | 4.0 | 2.0 | 3.0 | 1.0 | 2.0 | 21.2 | 5.0 | 5.0 | 5.0 | 15.0 | 69.3 | 32 |
| Magyar Fotográfiai Múzeum | Kecskemét | kulturális | Kulturális és örökségi | 4.5 | 13.1 | 5.0 | 18.1 | 5.0 | 8.0 | 10.0 | 0.0 | 23.0 | 9.2 | 4.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 13.2 | 5.0 | 5.0 | 5.0 | 15.0 | 69.3 | 33 |
| Pálosszentkút kegyhely | Petőfiszállás | vallási | Kulturális és örökségi | 4.8 | 14.2 | 5.0 | 19.2 | 5.0 | 2.0 | 10.0 | 0.0 | 17.0 | 9.7 | 4.0 | 4.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 17.7 | 5.0 | 5.0 | 5.0 | 15.0 | 68.9 | 34 |
| Viski Károly Múzeum | Kalocsa | kulturális | Kulturális és örökségi | 4.6 | 13.5 | 5.0 | 18.5 | 5.0 | 2.0 | 6.0 | 0.0 | 13.0 | 9.4 | 4.0 | 6.0 | 3.0 | 0.0 | 0.0 | 22.4 | 5.0 | 5.0 | 5.0 | 15.0 | 68.9 | 35 |
| Aranymonostor Látogatóközpont | Bugac | kulturális | Kulturális és örökségi | 4.7 | 13.9 | 5.0 | 18.9 | 5.0 | 4.0 | 8.0 | 0.0 | 17.0 | 9.6 | 4.0 | 4.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 17.6 | 5.0 | 5.0 | 5.0 | 15.0 | 68.5 | 36 |
| Bácskai Kultúrpalota | Baja | kulturális | Kulturális és örökségi | 4.7 | 13.9 | 5.0 | 18.9 | 5.0 | 2.0 | 8.0 | 0.0 | 15.0 | 9.6 | 4.0 | 6.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 19.6 | 5.0 | 5.0 | 5.0 | 15.0 | 68.5 | 37 |
| János vitéz látogatóközpont | Kiskőrös | kulturális | Kulturális és örökségi | 4.8 | 14.2 | 5.0 | 19.2 | 5.0 | 2.0 | 10.0 | 0.0 | 17.0 | 9.7 | 4.0 | 0.0 | 3.0 | 0.0 | 0.0 | 16.7 | 5.0 | 5.0 | 5.0 | 15.0 | 67.9 | 38 |
| Szórakaténusz Játékmúzeum és Műhely | Kecskemét | kulturális | Kulturális és örökségi | 4.6 | 13.5 | 5.0 | 18.5 | 3.0 | 2.0 | 4.0 | 0.0 | 9.0 | 9.4 | 4.0 | 6.0 | 3.0 | 3.0 | 0.0 | 25.4 | 5.0 | 5.0 | 5.0 | 15.0 | 67.9 | 39 |
| Bozsó Gyűjtemény | Kecskemét | kulturális | Kulturális és örökségi | 4.7 | 13.9 | 5.0 | 18.9 | 5.0 | 2.0 | 10.0 | 0.0 | 17.0 | 9.6 | 4.0 | 0.0 | 3.0 | 0.0 | 0.0 | 16.6 | 5.0 | 5.0 | 5.0 | 15.0 | 67.5 | 40 |
| Old Car Múzeum | Kiskőrös | kulturális | Kulturális és örökségi | 4.9 | 14.6 | 5.0 | 19.6 | 5.0 | 4.0 | 10.0 | 0.0 | 19.0 | 9.9 | 4.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 13.9 | 5.0 | 5.0 | 5.0 | 15.0 | 67.5 | 41 |
| Hajósi Barokk Kastély | Hajós | kulturális | Kulturális és örökségi | 4.8 | 14.2 | 5.0 | 19.2 | 5.0 | 2.0 | 10.0 | 0.0 | 17.0 | 9.7 | 4.0 | 2.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 15.7 | 5.0 | 5.0 | 5.0 | 15.0 | 66.9 | 42 |
| Kiskun Emlékhely | Szank | kulturális | Kulturális és örökségi | 4.8 | 14.2 | 5.0 | 19.2 | 5.0 | 4.0 | 10.0 | 0.0 | 19.0 | 9.7 | 4.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 13.7 | 5.0 | 5.0 | 5.0 | 15.0 | 66.9 | 43 |
| Izsáki Horgász- és Pihenőpark | Izsák | aktív | Öko- és aktív turizmus | 4.7 | 13.9 | 3.0 | 16.9 | 5.0 | 2.0 | 10.0 | 0.0 | 17.0 | 9.6 | 4.0 | 2.0 | 0.0 | 0.0 | 2.0 | 17.6 | 5.0 | 5.0 | 5.0 | 15.0 | 66.5 | 44 |
| Csetényi Élménypark | Kiskunhalas | aktív | Öko- és aktív turizmus | 4.5 | 13.1 | 3.0 | 16.1 | 5.0 | 2.0 | 10.0 | 0.0 | 17.0 | 9.2 | 4.0 | 2.0 | 3.0 | 0.0 | 0.0 | 18.2 | 5.0 | 5.0 | 5.0 | 15.0 | 66.3 | 45 |
| Hagyományőrzők Háza | Kalocsa | kulturális | Kulturális és örökségi | 5.0 | 15.0 | 5.0 | 20.0 | 5.0 | 2.0 | 8.0 | 0.0 | 15.0 | 10.0 | 4.0 | 2.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 16.0 | 5.0 | 5.0 | 5.0 | 15.0 | 66.0 | 46 |
| Kecskeméti Városháza és Városháza Látogatóközpont | Kecskemét | kulturális | Kulturális és örökségi | 4.6 | 13.5 | 5.0 | 18.5 | 5.0 | 2.0 | 10.0 | 0.0 | 17.0 | 9.4 | 4.0 | 2.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 15.4 | 5.0 | 5.0 | 5.0 | 15.0 | 65.9 | 47 |
| Tőserdő | Lakitelek | természeti | Öko- és aktív turizmus | 4.6 | 13.5 | 5.0 | 18.5 | 5.0 | 2.0 | 10.0 | 0.0 | 17.0 | 9.4 | 4.0 | 2.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 15.4 | 5.0 | 5.0 | 5.0 | 15.0 | 65.9 | 48 |
| Akasztói Horgászpark és Halascsárda | Akasztó | aktív | Öko- és aktív turizmus | 4.5 | 13.1 | 3.0 | 16.1 | 5.0 | 2.0 | 8.0 | 0.0 | 15.0 | 9.2 | 4.0 | 6.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 19.2 | 5.0 | 5.0 | 5.0 | 15.0 | 65.3 | 49 |
| Benkó Zoltán Szabadidőközpont | Kecskemét | aktív | Öko- és aktív turizmus | 4.4 | 12.8 | 5.0 | 17.8 | 5.0 | 2.0 | 10.0 | 0.0 | 17.0 | 9.1 | 4.0 | 2.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 15.1 | 5.0 | 5.0 | 5.0 | 15.0 | 64.9 | 50 |
| Szalkszentmártoni Petőfi Sándor Emlékkiállítás | Szalkszentmárton | kulturális | Kulturális és örökségi | 4.8 | 14.2 | 5.0 | 19.2 | 5.0 | 2.0 | 10.0 | 0.0 | 17.0 | 9.7 | 4.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 13.7 | 5.0 | 5.0 | 5.0 | 15.0 | 64.9 | 51 |
| Tiszaalpári Nagy-tó és tanösvény | Tiszaalpár | természeti | Öko- és aktív turizmus | 4.7 | 13.9 | 5.0 | 18.9 | 3.0 | 4.0 | 4.0 | 10.0 | 21.0 | 9.6 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 9.6 | 5.0 | 5.0 | 5.0 | 15.0 | 64.5 | 52 |
| Schöffer Gyűjtemény | Kalocsa | kulturális | Kulturális és örökségi | 4.5 | 13.1 | 5.0 | 18.1 | 5.0 | 2.0 | 8.0 | 0.0 | 15.0 | 9.2 | 4.0 | 0.0 | 3.0 | 0.0 | 0.0 | 16.2 | 5.0 | 5.0 | 5.0 | 15.0 | 64.3 | 53 |
| Kecskeméti Vadaskert | Kecskemét | természeti | Öko- és aktív turizmus | 4.6 | 13.5 | 3.0 | 16.5 | 5.0 | 2.0 | 10.0 | 0.0 | 17.0 | 9.4 | 4.0 | 2.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 15.4 | 5.0 | 5.0 | 5.0 | 15.0 | 63.9 | 54 |
| Kiskunhalasi Csillagvizsgáló | Kiskunhalas | kulturális | Kulturális és örökségi | 4.5 | 13.1 | 3.0 | 16.1 | 5.0 | 2.0 | 10.0 | 0.0 | 17.0 | 9.2 | 4.0 | 2.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 15.2 | 5.0 | 5.0 | 5.0 | 15.0 | 63.3 | 55 |
| Kunfehértói Holdrutás erdő | Kunfehértó | természeti | Öko- és aktív turizmus | 4.5 | 13.1 | 5.0 | 18.1 | 3.0 | 4.0 | 4.0 | 10.0 | 21.0 | 9.2 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 9.2 | 5.0 | 5.0 | 5.0 | 15.0 | 63.3 | 56 |
| Kunfehértói Vadasparkja | Kunfehértó | természeti | Öko- és aktív turizmus | 4.5 | 13.1 | 3.0 | 16.1 | 5.0 | 2.0 | 10.0 | 0.0 | 17.0 | 9.2 | 4.0 | 2.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 15.2 | 5.0 | 5.0 | 5.0 | 15.0 | 63.3 | 57 |
| Fejetéki mocsár - tanösvény | Kiskunhalas | természeti | Öko- és aktív turizmus | 4.4 | 12.8 | 5.0 | 17.8 | 3.0 | 4.0 | 4.0 | 10.0 | 21.0 | 9.1 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 9.1 | 5.0 | 5.0 | 5.0 | 15.0 | 62.9 | 58 |
| Petőfi Sándor emlékház | Kiskunfélegyháza | kulturális | Kulturális és örökségi | 4.8 | 14.2 | 5.0 | 19.2 | 3.0 | 2.0 | 4.0 | 10.0 | 19.0 | 9.7 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 9.7 | 5.0 | 5.0 | 5.0 | 15.0 | 62.9 | 59 |
| Kecskeméti Katona József Múzeum | Kecskemét | kulturális | Kulturális és örökségi | 4.5 | 13.1 | 5.0 | 18.1 | 5.0 | 2.0 | 6.0 | 0.0 | 13.0 | 9.2 | 4.0 | 0.0 | 3.0 | 0.0 | 0.0 | 16.2 | 5.0 | 5.0 | 5.0 | 15.0 | 62.3 | 60 |
| Miklóssy János Sportközpont Strandfürdő | Kunszentmiklós | fürdő | Fürdő és wellness | 4.3 | 12.4 | 3.0 | 15.4 | 5.0 | 2.0 | 10.0 | 0.0 | 17.0 | 8.9 | 4.0 | 2.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 14.9 | 5.0 | 5.0 | 5.0 | 15.0 | 62.3 | 61 |
| Cifrapalota | Kecskemét | kulturális | Kulturális és örökségi | 4.5 | 13.1 | 5.0 | 18.1 | 3.0 | 2.0 | 4.0 | 0.0 | 9.0 | 9.2 | 4.0 | 2.0 | 3.0 | 1.0 | 0.0 | 19.2 | 5.0 | 5.0 | 5.0 | 15.0 | 61.3 | 62 |
| Dávodi Gyógyfürdő | Dávod | fürdő | Fürdő és wellness | 4.5 | 13.1 | 1.0 | 14.1 | 5.0 | 2.0 | 10.0 | 0.0 | 17.0 | 9.2 | 4.0 | 2.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 15.2 | 5.0 | 5.0 | 5.0 | 15.0 | 61.3 | 63 |
| Móra Ferenc emlékház | Kiskunfélegyháza | kulturális | Kulturális és örökségi | 4.5 | 13.1 | 5.0 | 18.1 | 3.0 | 2.0 | 4.0 | 10.0 | 19.0 | 9.2 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 9.2 | 5.0 | 5.0 | 5.0 | 15.0 | 61.3 | 64 |
| Orgoványi-rétek | Orgovány | természeti | Öko- és aktív turizmus | 4.5 | 13.1 | 3.0 | 16.1 | 3.0 | 4.0 | 4.0 | 10.0 | 21.0 | 9.2 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 9.2 | 5.0 | 5.0 | 5.0 | 15.0 | 61.3 | 65 |
| Félegyházi Termál Parkfürdő | Kiskunfélegyháza | fürdő | Fürdő és wellness | 4.3 | 12.4 | 1.0 | 13.4 | 5.0 | 2.0 | 10.0 | 0.0 | 17.0 | 8.9 | 4.0 | 2.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 14.9 | 5.0 | 5.0 | 5.0 | 15.0 | 60.3 | 66 |
| Kecskeméti Élményfürdő és Csúszdapark | Kecskemét | fürdő | Fürdő és wellness | 4.3 | 12.4 | 1.0 | 13.4 | 5.0 | 2.0 | 10.0 | 0.0 | 17.0 | 8.9 | 4.0 | 2.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 14.9 | 5.0 | 5.0 | 5.0 | 15.0 | 60.3 | 67 |
| Lakitelek Tősfürdő | Lakitelek | fürdő | Fürdő és wellness | 4.3 | 12.4 | 1.0 | 13.4 | 5.0 | 2.0 | 10.0 | 0.0 | 17.0 | 8.9 | 4.0 | 2.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 14.9 | 5.0 | 5.0 | 5.0 | 15.0 | 60.3 | 68 |
| Astriceum Érseki Múzeum és Látogató Központ (Érseki Kincstár) | Kalocsa | vallási | Kulturális és örökségi | 4.6 | 13.5 | 5.0 | 18.5 | 5.0 | 2.0 | 6.0 | 0.0 | 13.0 | 9.4 | 4.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 13.4 | 5.0 | 5.0 | 5.0 | 15.0 | 59.9 | 69 |
| Kalocsai Érseki Palota | Kalocsa | vallási | Kulturális és örökségi | 4.6 | 13.5 | 5.0 | 18.5 | 5.0 | 2.0 | 6.0 | 0.0 | 13.0 | 9.4 | 4.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 13.4 | 5.0 | 5.0 | 5.0 | 15.0 | 59.9 | 70 |
| Kontyvirág Erdei Iskola | Lakitelek | természeti | Öko- és aktív turizmus | 4.6 | 13.5 | 5.0 | 18.5 | 5.0 | 2.0 | 10.0 | 0.0 | 17.0 | 9.4 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 9.4 | 5.0 | 5.0 | 5.0 | 15.0 | 59.9 | 71 |
| Sarlós Boldogasszony-templom | Kiskunfélegyháza | vallási | Kulturális és örökségi | 4.6 | 13.5 | 5.0 | 18.5 | 5.0 | 6.0 | 6.0 | 0.0 | 17.0 | 9.4 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 9.4 | 5.0 | 5.0 | 5.0 | 15.0 | 59.9 | 72 |
| Kalocsai Csajda Gyógyfürdő és Uszoda | Kalocsa | fürdő | Fürdő és wellness | 4.4 | 12.8 | 1.0 | 13.8 | 5.0 | 2.0 | 10.0 | 0.0 | 17.0 | 9.1 | 4.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 13.1 | 5.0 | 5.0 | 5.0 | 15.0 | 58.9 | 73 |
| Császártöltési Sváb Tájház | Császártöltés | kulturális | Kulturális és örökségi | 4.7 | 13.9 | 5.0 | 18.9 | 3.0 | 2.0 | 4.0 | 0.0 | 9.0 | 9.6 | 4.0 | 2.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 15.6 | 5.0 | 5.0 | 5.0 | 15.0 | 58.5 | 74 |
| Kalocsai Főszékesegyház | Kalocsa | vallási | Kulturális és örökségi | 4.7 | 13.9 | 5.0 | 18.9 | 3.0 | 4.0 | 4.0 | 0.0 | 11.0 | 9.6 | 4.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 13.6 | 5.0 | 5.0 | 5.0 | 15.0 | 58.5 | 75 |
| Halasi mesesétány | Kiskunhalas | kulturális | Kulturális és örökségi | 4.6 | 13.5 | 5.0 | 18.5 | 5.0 | 2.0 | 8.0 | 0.0 | 15.0 | 9.4 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 9.4 | 5.0 | 5.0 | 5.0 | 15.0 | 57.9 | 76 |
| Nagy István képtár | Baja | kulturális | Kulturális és örökségi | 4.5 | 13.1 | 3.0 | 16.1 | 3.0 | 4.0 | 4.0 | 0.0 | 11.0 | 9.2 | 4.0 | 2.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 15.2 | 5.0 | 5.0 | 5.0 | 15.0 | 57.3 | 77 |
| Bajai Halászléfőző Népünnepély helyszíne | Baja | fesztivál | Kulturális és örökségi | 4.6 | 13.5 | 1.0 | 14.5 | 5.0 | 6.0 | 10.0 | 0.0 | 21.0 | 9.4 | 4.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 13.4 | 5.0 | 0.0 | 3.0 | 8.0 | 56.9 | 78 |
| Konecsni György Helytörténeti Gyűjtemény | Kiskunmajsa | kulturális | Kulturális és örökségi | 4.7 | 13.9 | 5.0 | 18.9 | 3.0 | 2.0 | 4.0 | 0.0 | 9.0 | 9.6 | 4.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 13.6 | 5.0 | 5.0 | 5.0 | 15.0 | 56.5 | 79 |
| Éber emlékház | Baja | kulturális | Kulturális és örökségi | 4.9 | 14.6 | 5.0 | 19.6 | 3.0 | 2.0 | 4.0 | 10.0 | 19.0 | 9.9 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 9.9 | 0.0 | 5.0 | 3.0 | 8.0 | 56.5 | 80 |
| Zwack Kecskeméti Pálinka Manufaktúra | Kecskemét | gasztro | Gasztro és bor | 4.3 | 12.4 | 3.0 | 15.4 | 5.0 | 4.0 | 8.0 | 0.0 | 17.0 | 8.9 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 8.9 | 5.0 | 5.0 | 5.0 | 15.0 | 56.3 | 81 |
| Kiskunsági Nemzeti Park Látogatóközpont (természet Háza) | Kecskemét | természeti | Öko- és aktív turizmus | 4.6 | 13.5 | 3.0 | 16.5 | 3.0 | 4.0 | 4.0 | 0.0 | 11.0 | 9.4 | 4.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 13.4 | 5.0 | 5.0 | 5.0 | 15.0 | 55.9 | 82 |
| Pusztatemplom | Lajosmizse | kulturális | Kulturális és örökségi | 4.9 | 14.6 | 5.0 | 19.6 | 3.0 | 4.0 | 4.0 | 0.0 | 11.0 | 9.9 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 9.9 | 5.0 | 5.0 | 5.0 | 15.0 | 55.5 | 83 |
| Császártöltési pincesor | Császártöltés | gasztro | Gasztro és bor | 4.4 | 12.8 | 5.0 | 17.8 | 3.0 | 2.0 | 4.0 | 0.0 | 9.0 | 9.1 | 4.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 13.1 | 5.0 | 5.0 | 5.0 | 15.0 | 54.9 | 84 |
| Barátok temploma (Szent Miklós templom) | Kecskemét | vallási | Kulturális és örökségi | 4.9 | 14.6 | 5.0 | 19.6 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 9.9 | 4.0 | 6.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 19.9 | 5.0 | 5.0 | 5.0 | 15.0 | 54.5 | 85 |
| Szent Imre Római Katolikus Templom | Hajós | vallási | Kulturális és örökségi | 4.9 | 14.6 | 5.0 | 19.6 | 5.0 | 2.0 | 10.0 | 0.0 | 17.0 | 9.9 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 9.9 | 0.0 | 5.0 | 3.0 | 8.0 | 54.5 | 86 |
| Bácsalmási Sóstó | Bácsalmás | természeti | Öko- és aktív turizmus | 4.3 | 12.4 | 5.0 | 17.4 | 3.0 | 2.0 | 4.0 | 0.0 | 9.0 | 8.9 | 4.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 12.9 | 5.0 | 5.0 | 5.0 | 15.0 | 54.3 | 87 |
| Halászati Mini Skanzen | Baja | kulturális | Kulturális és örökségi | 4.3 | 12.4 | 3.0 | 15.4 | 3.0 | 2.0 | 4.0 | 0.0 | 9.0 | 8.9 | 4.0 | 2.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 14.9 | 5.0 | 5.0 | 5.0 | 15.0 | 54.3 | 88 |
| Róna Kincse Gyógyfürdő | Kiskunfélegyháza | fürdő | Fürdő és wellness | 4.2 | 12.0 | 5.0 | 17.0 | 3.0 | 2.0 | 4.0 | 0.0 | 9.0 | 8.8 | 4.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 12.8 | 5.0 | 5.0 | 5.0 | 15.0 | 53.8 | 89 |
| Bunyevác tájház | Baja | kulturális | Kulturális és örökségi | 4.7 | 13.9 | 3.0 | 16.9 | 3.0 | 2.0 | 4.0 | 10.0 | 19.0 | 9.6 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 9.6 | 0.0 | 5.0 | 3.0 | 8.0 | 53.5 | 90 |
| Sugovica-part | Baja | természeti | Öko- és aktív turizmus | 4.7 | 13.9 | 3.0 | 16.9 | 5.0 | 2.0 | 10.0 | 0.0 | 17.0 | 9.6 | 4.0 | 6.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 19.6 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 53.5 | 91 |
| Kecskeméti Református Nagytemplom | Kecskemét | vallási | Kulturális és örökségi | 4.6 | 13.5 | 5.0 | 18.5 | 5.0 | 2.0 | 10.0 | 0.0 | 17.0 | 9.4 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 9.4 | 0.0 | 5.0 | 3.0 | 8.0 | 52.9 | 92 |
| Kunfehértó Tófürdő | Kunfehértó | fürdő | Fürdő és wellness | 4.4 | 12.8 | 1.0 | 13.8 | 3.0 | 2.0 | 4.0 | 0.0 | 9.0 | 9.1 | 4.0 | 2.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 15.1 | 5.0 | 5.0 | 5.0 | 15.0 | 52.9 | 93 |

| | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Sükösdi Szent Anna-kápolna | Sükösd | vallási | Kulturális és örökségi | 4.8 | 14.2 | 5.0 | 19.2 | 3.0 | 2.0 | 4.0 | 0.0 | 9.0 | 9.7 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 9.7 | 5.0 | 5.0 | 5.0 | 15.0 | 52.9 | 94 |
| Vodica-Máriakert kegyhely | Csávoly | vallási | Kulturális és örökségi | 4.7 | 13.9 | 5.0 | 18.9 | 3.0 | 2.0 | 4.0 | 0.0 | 9.0 | 9.6 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 9.6 | 5.0 | 5.0 | 5.0 | 15.0 | 52.5 | 95 |
| Nemesnádudvari pincesor | Nemesnádudvar | gasztro | Gasztro és bor | 4.6 | 13.5 | 5.0 | 18.5 | 3.0 | 2.0 | 4.0 | 0.0 | 9.0 | 9.4 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 9.4 | 5.0 | 5.0 | 5.0 | 15.0 | 51.9 | 96 |
| Szent István-templom és harangjáték | Kiskunfélegyháza | vallási | Kulturális és örökségi | 4.8 | 14.2 | 5.0 | 19.2 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 9.7 | 4.0 | 4.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 17.7 | 5.0 | 5.0 | 5.0 | 15.0 | 51.9 | 97 |
| Szent János kápolna és Jánoska-eresztés | Baja | vallási | Kulturális és örökségi | 4.6 | 13.5 | 5.0 | 18.5 | 3.0 | 2.0 | 4.0 | 0.0 | 9.0 | 9.4 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 9.4 | 5.0 | 5.0 | 5.0 | 15.0 | 51.9 | 98 |
| Szelidi-tó | Dunapataj | természeti | Öko- és aktív turizmus | 4.7 | 13.9 | 3.0 | 16.9 | 5.0 | 6.0 | 10.0 | 0.0 | 21.0 | 9.6 | 4.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 13.6 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 51.5 | 99 |
| Flóra Termálfürdő | Kecel | fürdő | Fürdő és wellness | 4.0 | 11.2 | 3.0 | 14.2 | 3.0 | 2.0 | 4.0 | 0.0 | 9.0 | 8.5 | 4.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 12.5 | 5.0 | 5.0 | 5.0 | 15.0 | 50.7 | 100 |
| Pásztormúzeum | Bugac | kulturális | Kulturális és örökségi | 4.6 | 13.5 | 3.0 | 16.5 | 3.0 | 2.0 | 4.0 | 0.0 | 9.0 | 9.4 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 9.4 | 5.0 | 5.0 | 5.0 | 15.0 | 49.9 | 101 |
| Népművészeti tájház | Kalocsa | kulturális | Kulturális és örökségi | 4.5 | 13.1 | 3.0 | 16.1 | 3.0 | 2.0 | 4.0 | 0.0 | 9.0 | 9.2 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 9.2 | 5.0 | 5.0 | 5.0 | 15.0 | 49.3 | 102 |
| Tisza-parti szabadstrand | Tiszakécske | természeti | Öko- és aktív turizmus | 4.5 | 13.1 | 3.0 | 16.1 | 5.0 | 2.0 | 10.0 | 0.0 | 17.0 | 9.2 | 4.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 2.0 | 15.2 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 48.3 | 103 |
| Katona József Emlékház | Kecskemét | kulturális | Kulturális és örökségi | 4.6 | 13.5 | 5.0 | 18.5 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 9.4 | 4.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 13.4 | 5.0 | 5.0 | 5.0 | 15.0 | 46.9 | 104 |
| Bagolyvár | Baja | kulturális | Kulturális és örökségi | 4.4 | 12.8 | 5.0 | 17.8 | 3.0 | 2.0 | 4.0 | 10.0 | 19.0 | 9.1 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 9.1 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 45.9 | 105 |
| Vadkerti-tó | Soltvadkert | természeti | Öko- és aktív turizmus | 4.7 | 13.9 | 3.0 | 16.9 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 9.6 | 4.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 13.6 | 5.0 | 5.0 | 5.0 | 15.0 | 45.5 | 106 |
| Felsőszentiván Szélmalom | Felsőszentiván | kulturális | Kulturális és örökségi | 4.6 | 13.5 | 3.0 | 16.5 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 9.4 | 4.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 13.4 | 5.0 | 5.0 | 5.0 | 15.0 | 44.9 | 107 |
| Végh kúria | Kiskunhalas | kulturális | Kulturális és örökségi | 4.6 | 13.5 | 5.0 | 18.5 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 9.4 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 9.4 | 5.0 | 5.0 | 5.0 | 15.0 | 42.9 | 108 |
| Bajai Városháza (Grassalkovics-kastély) | Baja | kulturális | Kulturális és örökségi | 4.2 | 12.0 | 5.0 | 17.0 | 3.0 | 2.0 | 4.0 | 0.0 | 9.0 | 8.8 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 8.8 | 0.0 | 5.0 | 3.0 | 8.0 | 42.8 | 109 |
| Pintér Művek Haditechnikai Park | Kecel | kulturális | Kulturális és örökségi | | 0.0 | 5.0 | 5.0 | 5.0 | 2.0 | 8.0 | 0.0 | 15.0 | 0.0 | 4.0 | 0.0 | 3.0 | 0.0 | 0.0 | 7.0 | 5.0 | 5.0 | 5.0 | 15.0 | 42.0 | 110 |
| Halasi tájház | Kiskunhalas | kulturális | Kulturális és örökségi | 4.7 | 13.9 | 3.0 | 16.9 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 9.6 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 9.6 | 5.0 | 5.0 | 5.0 | 15.0 | 41.5 | 111 |
| Szent Lajos-templom | Lajosmizse | vallási | Kulturális és örökségi | | 0.0 | 5.0 | 5.0 | 5.0 | 2.0 | 10.0 | 0.0 | 17.0 | 4.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 4.0 | 5.0 | 5.0 | 5.0 | 15.0 | 41.0 | 112 |
| Császártöltés, Vörös-mocsár tanösvény | Császártöltés | természeti | Öko- és aktív turizmus | | 0.0 | 3.0 | 3.0 | 3.0 | 4.0 | 4.0 | 10.0 | 21.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 5.0 | 5.0 | 5.0 | 15.0 | 39.0 | 113 |
| Dunatetétleni Széki lile tanösvény | Dunatetétlen | természeti | Öko- és aktív turizmus | | 0.0 | 3.0 | 3.0 | 3.0 | 4.0 | 4.0 | 10.0 | 21.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 5.0 | 5.0 | 5.0 | 15.0 | 39.0 | 114 |
| Fülöpházi homokbuckák | Fülöpháza | természeti | Öko- és aktív turizmus | | 0.0 | 3.0 | 3.0 | 3.0 | 4.0 | 4.0 | 10.0 | 21.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 5.0 | 5.0 | 5.0 | 15.0 | 39.0 | 115 |
| Kolon-tó | Izsák | természeti | Öko- és aktív turizmus | | 0.0 | 3.0 | 3.0 | 3.0 | 4.0 | 4.0 | 10.0 | 21.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 5.0 | 5.0 | 5.0 | 15.0 | 39.0 | 116 |
| Kunadacs, Kosbor tanösvény | Kunadacs | természeti | Öko- és aktív turizmus | | 0.0 | 3.0 | 3.0 | 3.0 | 4.0 | 4.0 | 10.0 | 21.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 5.0 | 5.0 | 5.0 | 15.0 | 39.0 | 117 |
| Kunfehértói tanösvény | Kunfehértó | természeti | Öko- és aktív turizmus | | 0.0 | 3.0 | 3.0 | 3.0 | 4.0 | 4.0 | 10.0 | 21.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 5.0 | 5.0 | 5.0 | 15.0 | 39.0 | 118 |
| Páhi, Orchidea tanösvény | Páhi | természeti | Öko- és aktív turizmus | | 0.0 | 3.0 | 3.0 | 3.0 | 4.0 | 4.0 | 10.0 | 21.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 5.0 | 5.0 | 5.0 | 15.0 | 39.0 | 119 |
| Tiszaalpár, Földvár tanösvény | Tiszaalpár | természeti | Öko- és aktív turizmus | | 0.0 | 3.0 | 3.0 | 3.0 | 4.0 | 4.0 | 10.0 | 21.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 5.0 | 5.0 | 5.0 | 15.0 | 39.0 | 120 |
| Tiszakécske, Nádirigó tanösvény | Tiszakécske | természeti | Öko- és aktív turizmus | | 0.0 | 3.0 | 3.0 | 3.0 | 4.0 | 4.0 | 10.0 | 21.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 5.0 | 5.0 | 5.0 | 15.0 | 39.0 | 121 |
| Érsekhalmi földvár | Érsekhalma | természeti | Öko- és aktív turizmus | | 0.0 | 3.0 | 3.0 | 3.0 | 4.0 | 4.0 | 10.0 | 21.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 5.0 | 5.0 | 5.0 | 15.0 | 39.0 | 122 |
| Kiskunfélegyházi városháza torony kiállítása | Kiskunfélegyháza | kulturális | Kulturális és örökségi | 4.9 | 14.6 | 5.0 | 19.6 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 9.9 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 9.9 | 0.0 | 5.0 | 3.0 | 8.0 | 37.5 | 123 |
| Hétfájdalmú Szűz kálváriakápolna | Kiskunfélegyháza | vallási | Kulturális és örökségi | | 0.0 | 5.0 | 5.0 | 5.0 | 6.0 | 6.0 | 0.0 | 17.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 5.0 | 5.0 | 5.0 | 15.0 | 37.0 | 124 |
| Kunszentmiklósi Református Templom | Kunszentmiklós | vallási | Kulturális és örökségi | 4.7 | 13.9 | 5.0 | 18.9 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 9.6 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 9.6 | 0.0 | 5.0 | 3.0 | 8.0 | 36.5 | 125 |
| Bugaci Karikás Csárda | Bugac | gasztro | Gasztro és bor | | 0.0 | 5.0 | 5.0 | 3.0 | 2.0 | 4.0 | 0.0 | 9.0 | 0.0 | 4.0 | 0.0 | 3.0 | 0.0 | 0.0 | 7.0 | 5.0 | 5.0 | 5.0 | 15.0 | 36.0 | 126 |
| Városi Galéria | Kalocsa | kulturális | Kulturális és örökségi | 3.8 | 10.5 | 5.0 | 15.5 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 8.2 | 4.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 12.2 | 0.0 | 5.0 | 3.0 | 8.0 | 35.7 | 127 |
| Solti Várhely | Solt | kulturális | Kulturális és örökségi | 4.3 | 12.4 | 5.0 | 17.4 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 8.9 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 8.9 | 0.0 | 5.0 | 3.0 | 8.0 | 34.3 | 128 |
| Kecskeméti Planetárium | Kecskemét | kulturális | Kulturális és örökségi | | 0.0 | 5.0 | 5.0 | 5.0 | 2.0 | 10.0 | 0.0 | 17.0 | 0.0 | 4.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 4.0 | 0.0 | 5.0 | 3.0 | 8.0 | 34.0 | 129 |
| Jánoshalmi Skanzen | Jánoshalma | kulturális | Kulturális és örökségi | 4.9 | 14.6 | 5.0 | 19.6 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 9.9 | 4.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 13.9 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 33.5 | 130 |
| Ulmer Schachtel | Baja | kulturális | Kulturális és örökségi | 4.7 | 13.9 | 5.0 | 18.9 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 9.6 | 4.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 13.6 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 32.5 | 131 |

| Attrakció megnevezése | Település | Helyszín címe | Attrakció típusa | Weboldal | lap nyelvek sz | TripAdvisor | Advisor értéke | Facebook oldal | tolsó Facebook pos | cebook követ | cebook értéke | Instagram oldal | Insta követők | Utolsó Insta poszt | Google Business oldal | oogle értékelé | Youtube | mentes weboldal (ige | Telefonszám | E-mail | e jelenlét érté | Megjegyzés | Forrás URL-k | Forrás URL-k javított | Keresési fallback URL | Módosítás megjegyzés | Szegmens | Web kategória | ezonalitás po | FB napok | IG napok | oogle Business tisztít | oogle értékelés tisztít |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Cifrapalota | Kecskemét | Rákóczi út 1. | kulturális | https://kkjm.hu/cifrapalota | 1 | https://www.tripadvisor.com/Attraction | 4.4 | https://www.facebook.com/cifrapalota | 2 héten belül | 4700 | 0.82 | https://www.instagram.com/cifrapal | 575 | 1 hónapon belül | van | 4.5 | | nem | 06 76480776 | kecskem1@t-online.hu | 63.5 | | | https://kkjm.hu/cifrapalota ; https://www.tripadvisor.com/Attraction_Review-g274896-d11872670-Reviews-Cifrapalota-Kecskemet_Bacs | | | Kulturális és örökségi | gyűjtőoldali alszint | 5 | 14 | 30 | van | 4.5 |
| Katona József Nemzeti Színház | Kecskemét | Katona József tér 5. | kulturális | https://www.kecskemetinemzeti.hu/hu/foo | 1 | https://www.tripadvisor.com/Attractio | 4 | https://www.facebook.com/kecskemet | 1 napja | 24000 | 0.96 | https://www.instagram.com/kecsker | 4168 | 2 napja | van | 4.8 | https://www.youtube.com/user | igen | 06 76501170 | szervezes@kecskemetinemzeti.hu | 82 | | | https://www.kecskemetinemzeti.hu/hu/fooldal.html ; https://www.tripadvisor.com/Attraction_Review-g274896-d33024651-Reviews-K | | | Kulturális és örökségi | önálló alszint | 5 | 1 | 2 | van | 4.8 |
| Kecskeméti Arborétum | Kecskemét | Nyíri út | természeti | https://kecskemetiarboretum.hu/index.php | 3 | https://www.tripadvisor.com/Attractio | 4.8 | https://www.facebook.com/kecskemet | 1 napja | 5100 | 1 | https://www.instagram.com/kecsker | 277 | 4 hónapja | van | 4.8 | | nem | (30) 626 8966 | arboretum@kefag.hu | 74 | | | https://kecskemetiarboretum.hu/index.php ; https://www.tripadvisor.com/Attraction_Review-g274896-d19079475-Reviews-Kecskeme | | | Öko- és aktív turizmus | önálló alszint | 3 | 1 | 120 | van | 4.8 |
| Kecskeméti Fürdő | Kecskemét | Csabay Géza krt. 5. | fürdő | https://kecskemetifurdo.hu/ | 2 | https://www.tripadvisor.com/Attractio | 4.1 | https://www.facebook.com/profile.ph | 1 napja | 5900 | | https://www.instagram.com/kecsker | 944 | 8 hónapja | van | 4.4 | | nem | 06 76500320 | recepcio@kecskemetifurdo.hu | 68 | | | https://kecskemetifurdo.hu/ ; https://www.tripadvisor.com/Attraction_Review-g274896-d9715910-Reviews-Kecskemet_Bath-Kecskeme | | | Fürdő és wellness | önálló főoldal | 5 | 1 | 240 | van | 4.4 |
| Kiskunsági Nemzeti Park Látogatóközpont (természet Háza) | Kecskemét | Liszt Ferenc u. 19. | természeti | https://www.knp.hu/hu/termeszet-haza | 2 | | | https://www.facebook.com/profile.ph | 3 hete | 520 | | | | | van | 4.6 | | nem | 06 76482611 | oktatasio@knp.hu | 60 | | | https://www.knp.hu/hu/termeszet-haza ; https://www.facebook.com/profile.php?id=100076846339219 | | | Öko- és aktív turizmus | gyűjtőoldali alszint | 3 | | | van | 4.6 |
| Magyar Fotográfiai Múzeum | Kecskemét | Katona József tér 12. | kulturális | https://fotomuzeum.hu/ | 4 | | | https://www.facebook.com/profile.ph | 2 hónapja | 1100 | | | | | van | 4.5 | | nem | 06 202632632 | fotomuzeum@fotomuzeum.hu | 65.5 | | | https://fotomuzeum.hu/ ; https://www.facebook.com/profile.php?id=100078102756696 | | | Kulturális és örökségi | önálló főoldal | 5 | 60 | | van | 4.5 |
| Bozsó Gyűjtemény | Kecskemét | Kláber M. u. 11. | kulturális | https://bozso.net/ | 1 | https://www.tripadvisor.com/Attractio | 4.9 | https://www.facebook.com/bozso.net | 1 hete | 6200 | 1 | https://www.instagram.com/bozsogy | 226 | 3 éve | van | 4.7 | | nem | 06 76324625 | bozso.gyujtemeny@gmail.com | 60.5 | | | https://bozso.net/ ; https://www.tripadvisor.com/Attraction_Review-g274896-d8261270-Reviews-Bozso_Gyujtemeny-Kecskemet_Bacs_ | | | Kulturális és örökségi | önálló főoldal | 5 | | 1095 | van | 4.7 |
| Leskowsky Hangszergyűjtemény | Kecskemét | Klapka u. 34. | kulturális | https://hangszergyujtemeny.hu/ | 2 | https://www.tripadvisor.com/Attractio | 5 | https://www.facebook.com/hangszergy | 3 napja | 4800 | 1 | https://www.instagram.com/hangsze | 589 | 2 hete | van | 4.8 | https://www.youtube.com/chan | nem | 06 76486616 | info@hangszergyujtemeny.hu | 70 | | | https://hangszergyujtemeny.hu/ ; https://www.tripadvisor.com/Attraction_Review-g274896-d17381613-Reviews-Leskowsky_Hangszer | | | Kulturális és örökségi | önálló főoldal | 5 | 3 | | van | 4.8 |
| Hírös Agóra | Kecskemét | Deák Ferenc tér 1. | kulturális | https://hirosagora.hu/ | 1 | | | https://www.facebook.com/HirosAgora | 1 napja | 26000 | 0.84 | https://www.instagram.com/hirosag | 1588 | 1 napja | van | 4.6 | | nem | 06 76503880 | hirosagora@hirosagora.hu | 69 | | | https://hirosagora.hu/ ; https://www.facebook.com/HirosAgora/ ; https://www.instagram.com/hirosagora/ | | | Kulturális és örökségi | önálló főoldal | 5 | 1 | 1 | van | 4.6 |
| Szórakaténusz Játékmúzeum és Műhely | Kecskemét | Gáspár András krt. 11 | kulturális | https://kkjm.hu/szorakatenusz | 1 | | | https://www.facebook.com/kkjmszorak | 1 napja | 2500 | | https://www.instagram.com/szoraka | 201 | 3 napja | van | 4.6 | | nem | 06 76481469 | muzeumesmuhely@szorakatenus | 68 | | | https://kkjm.hu/szorakatenusz ; https://www.facebook.com/kkjmszorakatenusz ; https://www.instagram.com/szorakatenusz/ | | | Kulturális és örökségi | gyűjtőoldali alszint | 5 | 1 | 3 | van | 4.6 |
| Katona József Emlékház | Kecskemét | Katona József u. 5 | kulturális | | | | | https://www.facebook.com/profile.p | 3 hete | 64 | | | | | van | 4.6 | | nem | 06 76328420 | info@kkmm.hu | 46 | | | https://www.facebook.com/profile.php?id=61572913379199&locale=hu_HU | | | Kulturális és örökségi | nincs | 5 | | | van | 4.6 |
| Kecskeméti Református Nagytemplom | Kecskemét | Szabadság tér 7. | vallási | https://www.krek.hu/ | 1 | https://www.tripadvisor.com/Attractio | 4.7 | | | | | | | | van | 4.6 | | nem | 06 76500389 | | 44 | | | https://www.krek.hu/ ; https://www.tripadvisor.com/Attraction_Review-g274896-d13818466-Reviews-Kecskemet_Reformed_Church-K | | | Kulturális és örökségi | önálló főoldal | 5 | | | van | 4.6 |
| Kecskeméti Városháza és Városháza Látogatóközpont | Kecskemét | Kossuth tér 1. | kulturális | https://kecskemetvaroshaza.hu/ | 1 | https://www.tripadvisor.com/Attractio | 4.5 | https://www.facebook.com/kecskemet | 6 napja | 227 | | | | | van | 4.6 | | nem | 06 76512242 | info@kecskemetvaroshaza.hu | 59 | | | https://kecskemetvaroshaza.hu/ ; https://www.tripadvisor.com/Attraction_Review-g274896-d529763-Reviews-Kecskemet_Town_Hall-Ke | | | Kulturális és örökségi | önálló főoldal | 5 | 6 | | van | 4.6 |
| Kecskeméti Vadaskert | Kecskemét | Műkerti stny. 1 | természeti | https://www.zookecskemet.hu/ | 1 | https://www.tripadvisor.com/Attractio | 4.2 | https://www.facebook.com/kecskemet | 6 napja | 15000 | 0.92 | | | | van | 4.6 | | nem | 06 76320121 | info@zookecskemet.hu | 59 | | | https://www.zookecskemet.hu/ ; https://www.tripadvisor.com/Attraction_Review-g274896-d11705992-Reviews-Kecskemeti_Zoo-Kecsk | | | Öko- és aktív turizmus | önálló főoldal | 3 | 6 | | van | 4.6 |
| Zwack Kecskeméti Pálinka Manufaktúra | Kecskemét | Matkói u. 2. | gasztro | https://zwackunicum.hu/zwack-kecskemeti- | 2 | https://www.tripadvisor.com/Attractio | 4.3 | | | | | | | | van | 4.3 | | nem | 06 76486027 | takacs@zwackunicum.hu | 53.5 | | | https://zwackunicum.hu/zwack-kecskemeti-palinkamanufaktura/ ; https://www.tripadvisor.com/Attraction_Review-g274896-d831926 | | | Gasztro és bor | önálló alszint | 3 | | | van | 4.3 |
| Kecskeméti Nagytemplom | Kecskemét | Parókia köz 1. | vallási | https://foplebania.hu/ | 1 | https://www.tripadvisor.com/Attractio | 4.1 | https://www.facebook.com/kecskemet | 1 napja | 1500 | 0.94 | | | | van | 4.9 | | nem | 06 76 487 501 | giuseppefinta@gmail.com | 62.5 | | | https://foplebania.hu/ ; https://www.tripadvisor.com/Attraction_Review-g274896-d13818489-Reviews-Kecskemet_Cathedral-Kecskem | | | Kulturális és örökségi | önálló főoldal | 5 | 1 | | van | 4.9 |
| Barátok temploma (Szent Miklós templom) | Kecskemét | Lestár tér 2. | vallási | | | https://www.tripadvisor.com/Attractio | 4.1 | https://www.facebook.com/profile.ph | 1 napja | 1400 | 1 | | | | van | 4.9 | | | 06 30 572 9634 | martonarnold5@gmail.com | 52.5 | | | https://www.tripadvisor.com/Attraction_Review-g274896-d13818480-Reviews-Szent_Miklos_Church-Kecskemet_Bacs_Kiskun_County_S | | | Kulturális és örökségi | nincs | 5 | 1 | | van | 4.9 |
| Kodály Intézet | Kecskemét | Kéttemplomköz 1. | kulturális | https://kodaly.hu/ | 2 | https://www.tripadvisor.com/Attraction | 2.5 | https://www.facebook.com/kodaly.inst | 1 napja | 3900 | 1 | | | | van | 4.3 | https://www.youtube.com/user | nem | 06 76481518 | kodalymuzeum@zeneakademia.h | 65.5 | | | https://kodaly.hu/ ; https://www.tripadvisor.com/Attraction_Review-g274896-d13818453-Reviews-Kodaly_Institute_of_the_Liszt_Fere | | | Kulturális és örökségi | önálló főoldal | 5 | 1 | | van | 4.3 |
| Kalocsai Érseki Palota | Kalocsa | Szentháromság tér 1. | vallási | https://www.astriceum.hu/ | 1 | | | https://www.facebook.com/astriceum | 2 éve | 983 | 0.96 | | | | van | 4.6 | | nem | 06 30 575 0702 | infokincstar@gmail.com | 56 | | | https://www.astriceum.hu/ ; https://www.facebook.com/astriceum | | | Kulturális és örökségi | gyűjtőoldali főoldal | 5 | 730 | | van | 4.6 |
| Kalocsai Főszékesegyház | Kalocsa | Szentháromság tér | vallási | https://asztrik.hu/ | 2 | https://www.tripadvisor.com/Attraction | 4.3 | https://www.facebook.com/ KalocsaiErsekseg | | 4500 | | | | | van | 4.7 | | | +36 78 462 166 | ersekseg@asztrik.hu | 34 | Nagyboldogasszony Főszékesegyház (1754) - a Kalocsa-Kecskeméti Főegyházmegye főtemploma. | | https://www.tripadvisor.com/Attraction_Review-g644231-d12405504-Reviews-Assumption_Cathedral-Kalocsa_Bacs_Kiskun_County_Sou | | | Kulturális és örökségi | gyűjtőoldali alszint | 5 | | | van | 4.7 |
| Astriceum Érseki Múzeum és Látogató Központ (Érseki Kincstár) | Kalocsa | Szentháromság tér 2-3. | vallási | https://astriceum.hu/ | 1 | | | https://www.facebook.com/astriceum | 2 éve | 983 | 0.96 | | | | van | 4.6 | | nem | 06 30 575 0702 | infokincstar@gmail.com | 56 | | | https://astriceum.hu/ ; https://www.facebook.com/astriceum | | | Kulturális és örökségi | gyűjtőoldali főoldal | 5 | 730 | | van | 4.6 |
| Hagyományőrzők Háza | Kalocsa | Kunszt József utca 4. | kulturális | https://www.turizmuskalocsa.hu/hagyoman | 1 | | | https://www.facebook.com/kalocsaiha | 1 hónapja | 2000 | | | | | nincs | 5 | | | 06 30 475 9811 | sztako.eva@gmail.com | 47 | | | https://www.turizmuskalocsa.hu/hagyomanyorzok-haza ; https://www.facebook.com/k | | Weboldal pótolva (turizmuskalocsa.hu). \| Nyelvi elérhetőség 1-re állítva (HU). \| Google Business státusz javítva az értékelés / URL alapján. | Kulturális és örökségi | önálló alszint | 5 | 30 | | van | 5 |
| Népművészeti tájház | Kalocsa | Tompa Mihály u. 5-7. | kulturális | https://www.viskikarolymuzeum.hu/nepmu | 1 | https://www.tripadvisor.com/Attraction | 4 | | | | | | | | van | 4.5 | | | 06 78462351 | viski.karoly@gmail.com | 50.5 | | | https://www.viskikarolymuzeum.hu/nepmuveszeti-haz/uncategorised/nepmuveszeti-haz ; https://www.tripadvisor.com/Attraction_Re | | | Kulturális és örökségi | gyűjtőoldali alszint | 3 | | | van | 4.5 |
| Schöffer Gyűjtemény | Kalocsa | Szent István király út 76. | kulturális | https://www.schoffergyujtemeny.hu/index. | 1 | | | https://www.facebook.com/nicolassch | 1 éve | 1000 | | https://www.instagram.com/nicolass | 77 | 3 | van | 4.5 | | nem | 06 78600999 | info@schoffergyujtemeny.hu | 59.5 | | | https://www.schoffergyujtemeny.hu/index.php/en/schoeffer-gyujtemeny/nicolas-schoeffer ; https://www.facebook.com/nicolasschoeffer | | | Kulturális és örökségi | önálló alszint | 5 | 365 | | van | 4.5 |
| Városi Galéria | Kalocsa | Szent István király út 12-14. | kulturális | | | | | https://www.facebook.com/varosigaler | 1 éve | 568 | | | | | van | 3.8 | | | 06 78462351 | | 35 | | | https://www.facebook.com/varosigaleriakalocsa/ | | | Kulturális és örökségi | nincs | 5 | 365 | | van | 3.8 |
| Viski Károly Múzeum | Kalocsa | Szent István király út 25. | kulturális | https://www.viskikarolymuzeum.hu/ | 1 | | | https://www.facebook.com/viskikarol | 1 napja | 1700 | 0.78 | https://www.instagram.com/viskika | 39 | 2 éve | van | 4.6 | | nem | 06 78462351 | viski.karoly@gmail.com | 65 | | | https://www.viskikarolymuzeum.hu/ ; https://www.facebook.com/viskikarolymuzeum# ; https://www.instagram.com/viskikarolymuzeu | | | Kulturális és örökségi | gyűjtőoldali főoldal | 5 | 1 | 730 | van | 4.6 |
| Sugovica-part | Baja | Petőfi-sziget | természeti | https://bajaionkormanyzat.hu/ | 1 | | | https://www.facebook.com/pages/Sugo | 1 napja | 266 | | | | | van | 4.7 | | | | | 46.5 | | | https://bajaionkormanyzat.hu/ ; https://www.facebook.com/pages/Sugovica-Part/1874988256083322/ | | | Öko- és aktív turizmus | önálló főoldal | 3 | 1 | | van | 4.7 |
| Bajai Városháza (Grassalkovics-kastély) | Baja | Szentháromság tér 1. | kulturális | https://www.visitbaja.hu/latnivalok/varosha | 1 | | | | | | | | | | van | 4.2 | | | 06 79527100 | | 42 | | | https://www.visitbaja.hu/latnivalok/varoshaza | | | Kulturális és örökségi | gyűjtőoldali alszint | 5 | | | van | 4.2 |
| Bácskai Kultúrpalota | Baja | Szentháromság tér 3. | kulturális | https://www.bacskaimuvelodesikozpont.hu | 1 | | | https://www.facebook.com/bacskaimu | 1 napja | 3500 | | | | | van | 4.7 | | nem | 06 79321341 | info@bacskaimk.hu | 61.5 | | | https://www.bacskaimuvelodesikozpont.hu/rolunk/bacskai-kulturpalota/ ; https://www.facebook.com/bacskaimuvelodesikozpont | | | Kulturális és örökségi | önálló alszint | 5 | 1 | | van | 4.7 |
| Bagolyvár | Baja | Parti u. 1. | kulturális | https://bajaimuzeum.hu/kiallitasok/allando- | 1 | | | | | | | | | | van | 4.4 | | igen | | | 45 | A Türr múzeum része | | https://bajaimuzeum.hu/kiallitasok/allando-kiallitasok/bagolyvar/ | | | Kulturális és örökségi | gyűjtőoldali alszint | 5 | | | van | 4.4 |
| Bunyevác tájház | Baja | Pandúr u. 51. | kulturális | https://bajaimuzeum.hu/kiallitasok/allando- | 1 | | | | | | | | | | nincs | 4.7 | | igen | 06 79324173 | | 54.5 | A Türr múzeum része | | https://bajaimuzeum.hu/kiallitasok/allando-kiallitasok/bunyevac-tajhaz/ | | Google Business státusz javítva az értékelés / URL alapján. | Kulturális és örökségi | gyűjtőoldali alszint | 3 | | | van | 4.7 |
| Éber emlékház | Baja | Jókai Mór u. 19. | kulturális | https://bajaimuzeum.hu/kiallitasok/allando- | 1 | | | | | | | | | | nincs | 4.9 | | igen | 06 79324216 | | 55.5 | | | https://bajaimuzeum.hu/kiallitasok/allando-kiallitasok/eber-emlekhaz/ | | Google Business státusz javítva az értékelés / URL alapján. | Kulturális és örökségi | gyűjtőoldali alszint | 5 | | | van | 4.9 |
| Türr István Múzeum | Baja | Deák Ferenc u. 1. | kulturális | https://bajaimuzeum.hu/ | 1 | https://www.tripadvisor.com/Attraction | 4.7 | https://www.facebook.com/turristvan | 6 napja | 5600 | | https://www.instagram.com/turrist | 595 | 4 éve | van | 4.8 | https://www.youtube.com/cha | igen | 06 79324173 | bajaimuzeum@gmail.com | 76 | | | https://bajaimuzeum.hu/ ; https://www.tripadvisor.com/Attraction_Review-g1602391-d6894395-Reviews-Turr_Istvan_Muzeum-Baja_S | | | Kulturális és örökségi | gyűjtőoldali főoldal | 5 | 6 | 1460 | van | 4.8 |
| Bajai Halászléfőző Népünnepély helyszíne | Baja | Szentháromság tér | fesztivál | https://www.bajafish.hu/ | 3 | | | https://www.facebook.com/bajahalasz | szezonális | | | | | | van | 4.6 | | nem | | info@bajafish.hu | 57 | Éves fesztivál (július második szombatja), nem állandó attrakció. Önálló honlap három nyelven. | https://www.bajafish.hu/ | https://www.bajafish.hu/ ; https://www.facebook.com/bajahalaszlefozo/ | | | Kulturális és örökségi | önálló főoldal | 1 | 999 | | van | 4.6 |
| Gemenci erdő | Baja | Gemenc | természeti | https://turizmus.gemenczrt.hu/ | 1 | https://www.tripadvisor.com/Attraction | 4.2 | https://www.facebook.com/Okoturiszt | 1 hónapja | 16200 | | https://www.instagram.com/gemenc | 948 | | van | 4.6 | https://www.youtube.com/@ge | nem | +36 79 520 230 | porbolyiokocentrum@gemenczrt. | 38 | A Gemenc Zrt. által kezelt 18 000 ha-os ártéri erdő, Pörbölyi Ökoturisztikai Központtal és erdei vasúttal. | | https://www.tripadvisor.com/Attraction_Review-g2389802-d12830750-Reviews-Gemenc_Forest-Southern_Great_Plain.html ; https:/ | | | Öko- és aktív turizmus | önálló főoldal | 5 | 3 | | van | 4.6 |
| Nagy István képtár | Baja | Arany János u. 1. | kulturális | https://bajaimuzeum.hu/kiallitasok/allando- | 2 | https://www.tripadvisor.com/Attraction_Review-g1602 | | https://www.facebook.com/ turristvanmuzeum/ | | 4500 | | nincs | | | van | 4.5 | | nem | +36 79 325 173 | info@bajaimuzeum.hu | 31 | Bajai Türr István Múzeum képzőművészeti gyűjteménye az 1820 körül épült Vojnich-kúriában, Nagy István festőművész állandó kiállításával. | | https://bajaimuzeum.hu/kiallitasok/allando-kiallitasok/nagy-istvan-keptar/ ; https://www.tripadvisor.com/Attraction_Review-g16023 | | | Kulturális és örökségi | gyűjtőoldali alszint | 3 | 14 | | van | 4.5 |
| Ulmer Schachtel | Baja | Duna u. 33. | kulturális | | | | | https://www.facebook.com/ulmerscha | 2 hónapja | 1000 | | | | | nincs | 4.7 | | | | | 31.5 | | | https://www.facebook.com/ulmerschachtelbaja | | Google Business státusz javítva az értékelés / URL alapján. | Kulturális és örökségi | nincs | 5 | 60 | | van | 4.7 |
| Szent János kápolna és Jánoska-eresztés | Baja | Petőfi sziget, Duna-part | vallási | https://www.bajaimuzeum.hu/ | 1 | | | nincs | | | | nincs | | | van | 4.6 | | nem | +36 79 325 173 | info@bajaimuzeum.hu | 27 | Bajai Nepomuki Szent János-kápolna és a bajai halászhagyományt őrző Jánoska-eresztés szertartása - a Petőfi szigeten. | | | https://www.google.com/search?q=S | Google Business státusz javítva az értékelés / URL alapján. | Kulturális és örökségi | gyűjtőoldali alszint | 5 | | | van | 4.6 |
| Petőfi Szülőház és Emlékmúzeum | Kiskőrös | Petőfi tér 5. | kulturális | https://petofimuzeum.hu/ | 1 | https://www.tripadvisor.com/Attractio | 4.7 | https://www.facebook.com/petofimuz | 1 napja | 2600 | | | | | van | 4.8 | | nem | 06 204267041 | petofimuzeum@koroskabel.hu | 62 | | | https://petofimuzeum.hu/ ; https://www.tripadvisor.com/Attraction_Review-g6276858-d8548570-Reviews-Petofi_Szulohaz_es_Emlek | | | Kulturális és örökségi | önálló főoldal | 5 | 1 | | van | 4.8 |
| János vitéz látogatóközpont | Kiskőrös | Martini u. 6. | kulturális | https://janosvitezlatogatokozpont.hu/ | 1 | https://www.tripadvisor.com/Attraction | 4 | https://www.facebook.com/janosvitezk | 3 hete | 1700 | | https://www.instagram.com/janosvit | 169 | 5 éve | van | 4.8 | | nem | 06 203322960 | janosvitezkiskoros@gmail.com | 61 | | | https://janosvitezlatogatokozpont.hu/ ; https://www.tripadvisor.com/Attraction_Review-g6276858-d12339891-Reviews-Janos_Vitez_Lat | | | Kulturális és örökségi | önálló főoldal | 5 | | 1825 | van | 4.8 |
| Old Car Múzeum | Kiskőrös | Petőfi Sándor út 101 | kulturális | https://www.old-car.hu/ | 2 | https://www.tripadvisor.com/Attractio | 5 | https://www.facebook.com/oldcarmus | 1 hete | 3600 | 1 | | | | van | 4.9 | | nem | 06 78511013 | info@old-car.hu | 61.5 | | | https://www.old-car.hu/ ; https://www.tripadvisor.com/Attraction_Review-g6276858-d15276995-Reviews-Old_Car_Museum-Kiskoros_ | | | Kulturális és örökségi | önálló főoldal | 5 | | | van | 4.9 |
| Úttörténeti Múzeum | Kiskőrös | Dózsa György u. 38. | kulturális | https://muzeum.kozut.hu/ | 1 | https://www.tripadvisor.com/Attractio | 5 | https://www.facebook.com/uttortene | 2 napja | 1900 | | https://www.instagram.com/uttorte | 622 | 3 hete | van | 4.7 | | nem | 06 78511935 | uttortenetimuzeum@kozut.hu | 65.5 | | | https://muzeum.kozut.hu/ ; https://www.tripadvisor.com/Attraction_Review-g6276858-d3200080-Reviews-Kiskorosi_Kozuti_Szakgyujt | | | Kulturális és örökségi | önálló főoldal | 5 | 2 | | van | 4.7 |
| Kiskőrösi Rónaszéki Fürdő | Kiskőrös | Rónaszék | fürdő | https://koroskom.hu/korosszolg/kiskoros-gy | 4 | | | https://www.facebook.com/kiskorosi.r | 2 napja | 8300 | 0.94 | https://www.instagram.com/kiskoro | 71 | 1 napja | van | 4.5 | | nem | 06 78311524 | ronaszekifurdo@gmail.com | 78.5 | | | https://koroskom.hu/korosszolg/kiskoros-gyogy-es-strandfurdo ; https://www.facebook.com/kiskorosi.ronaszeki.furdo ; https://www.in | | | Fürdő és wellness | önálló alszint | 3 | 2 | 1 | van | 4.5 |
| Kiskunhalasi Csipkemúzeum | Kiskunhalas | Kossuth u. 37/A | kulturális | https://www.halasicsipke.hu/ | 1 | | | https://www.facebook.com/HalasiCsip | 1 napja | 4900 | | https://www.instagram.com/halasics | 337 | 4 éve | van | 4.8 | | nem | 06 77421797 | halasicsipke@t-online.hu | 66 | | | https://www.halasicsipke.hu/ ; https://www.facebook.com/HalasiCsipke ; https://www.instagram.com/halasicsipke/ | | | Kulturális és örökségi | önálló főoldal | 5 | 1 | 1460 | van | 4.8 |
| Fejetéki mocsár - tanösvény | Kiskunhalas | Fejeték dűlő | természeti | https://www.knp.hu/hu/kiskunhalas-fejetek | 2 | | | nincs | | | | nincs | | | van | 4.4 | | igen | +36 76 501 596 | knp@knp.hu | 33 | A KNP kezelésében álló kiszáradó láprét Kiskunhalas határában, tanösvénnyel; vidrafű, posványkakastaréj növénytanilag értékes élőhely. | | https://www.knp.hu/hu/kiskunhalas-fejetek-tanosveny | | Google Business státusz javítva az értékelés / URL alapján. | Öko- és aktív turizmus | gyűjtőoldali alszint | 5 | | | van | 4.4 |
| Végh kúria | Kiskunhalas | Bajcsy-Zsilinszky u. 5. | kulturális | | | | | | | | | | | | nincs | 4.6 | | | 06 77 422 350 | halasmediakft@gmail.com | 39 | | | | https://www.google.com/search?q=V% | Google Business státusz javítva az értékelés / URL alapján. | Kulturális és örökségi | nincs | 5 | | | van | 4.6 |
| Halasi tájház | Kiskunhalas | Eskü tér 1. | kulturális | | | | | | | | | | | | nincs | 4.7 | | | 06 77423232 | halasmediakft@gmail.com | 39.5 | | | | https://www.google.com/search?q=Ha | Google Business státusz javítva az értékelés / URL alapján. | Kulturális és örökségi | nincs | 3 | | | van | 4.7 |
| Halasthermál Gyógyfürdő | Kiskunhalas | Nagy Szeder I. u. 1. | fürdő | https://halasthermal.hu/ | 1 | https://www.tripadvisor.com/Attraction | 3.3 | https://www.facebook.com/halastherm | 1 napja | 2000 | 1 | https://www.instagram.com/ halasthermal/ | 450 | | van | 4.2 | | nem | 06 203105155 | halasthermal@gmail.com | 59 | | | https://halasthermal.hu/ ; https://www.tripadvisor.com/Attraction_Review-g2546067-d7155446-Reviews-Halasthermal-Kiskunhalas_Ba | | | Fürdő és wellness | önálló főoldal | 5 | 1 | 14 | van | 4.2 |
| Sáfrik-féle szélmalom | Kiskunhalas | Kölcsey utca 22., | kulturális | https://safrikmalom.hu/ | 1 | | | https://www.facebook.com/safrikmalo | 1 napja | 1000 | | https://www.instagram.com/safrikm | 36 | 3 éve | nincs | 4.5 | | nem | 06 709381720 | turisztikaiiroda@halasmenedzser. | 64.5 | | | https://safrikmalom.hu/ ; https://www.facebook.com/safrikmalom ; https://www.insta | | Google Business státusz javítva az értékelés / URL alapján. | Kulturális és örökségi | önálló főoldal | 3 | 1 | 1095 | van | 4.5 |
| Csetényi Élménypark | Kiskunhalas | Dr. Monszpart László utca 5. | aktív | https://csetenyipark.hu/ | 1 | | | https://www.facebook.com/csetenyipa | 1 hónapja | 4600 | 0.78 | https://www.instagram.com/cseteny | 345 | 5 hónapja | van | 4.5 | | nem | 06 202511633 | turisztikaiiroda@halasmenedzser. | 60.5 | | | https://csetenyipark.hu/ ; https://www.facebook.com/csetenyipark ; https://www.instagram.com/csetenyipark/ | | | Öko- és aktív turizmus | önálló főoldal | 3 | 30 | 150 | van | 4.5 |
| Halasi mesesétány | Kiskunhalas | Szövetség tér 11. | kulturális | https://www.vkhalas.hu/index.php/halasi-m | 1 | | | | | | | | | | van | 4.6 | | | +36 77 427 781 | kkhalas@vkhalas.hu | 13 | 7 meseházikóból álló sétány, a Martonosi Pál Városi Könyvtár kezelésében. Megálmodója: Árendás Rózsa. 2024 májusában átadva. | | https://www.vkhalas.hu/index.php/halasi-mesesetany/ | | | Kulturális és örökségi | önálló alszint | 5 | | | van | 4.6 |
| Thorma János Múzeum | Kiskunhalas | Kölcsey u. 2. | kulturális | https://thormajanosmuzeum.hu/ | 1 | https://www.tripadvisor.com/Attractio | 4.7 | https://www.facebook.com/thormamu | 1 napja | 1800 | 1 | https://www.instagram.com/thorma | 51 | 5 éve | van | 4.8 | | igen | 06 77422864 | info@thormajanosmuzeum.hu | 76 | Módszertani ellenőrzés során pontosítva (akadálymentesítés: igen). | | https://thormajanosmuzeum.hu/ ; https://www.tripadvisor.com/Attraction_Review-g2546067-d12251017-Reviews-Thorma_Janos_Muz | | | Kulturális és örökségi | önálló főoldal | 5 | 1 | 1825 | van | 4.8 |
| Kiskunhalasi Csillagvizsgáló | Kiskunhalas | Kossuth u. 43. | kulturális | https://www.csillagvizsgalo.eu/ | 1 | | | https://www.facebook.com/ KiskunhalasiCsillagvizsgalo/ | | 750 | | nincs | | | van | 4.5 | | nem | +36 77 423 355 | csillagvizsgalo@kiskunhalas.hu | 21 | Csillagászati bemutatóhely 1995 óta, Csillagászati Napok rendezvénysorozattal; a SOLARIS Napfizikai és Orvosbiológiai Alapítvánnyal együttműködve működik. | | https://www.csillagvizsgalo.eu/indexfo.htm | | | Kulturális és örökségi | önálló főoldal | 3 | 30 | | van | 4.5 |
| Jonathermál Gyógy- és Élményfürdő | Kiskunmajsa | Kőkút dűlő 26. | fürdő | https://jonathermal.hu/ | 3 | https://www.tripadvisor.com/Attractio | 4.1 | https://www.facebook.com/Jonatherm | 1 napja | 84000 | 0.86 | https://www.instagram.com/jonathe | 467 | 2 napja | van | 4.5 | https://www.youtube.com/chan | nem | 06 77481855 | info@jonathermal.hu | 78.5 | | | https://jonathermal.hu/ ; https://www.tripadvisor.com/Attraction_Review-g7127609-d8824797-Reviews-Jonathermal_Medical_Bath_ | | | Fürdő és wellness | önálló főoldal | 5 | 1 | 2 | van | 4.5 |
| Barack Thermal Resort | Tiszakécske | Rózsabarack tér 2 | fürdő | https://barackresort.hu/ | 3 | https://www.tripadvisor.com/Hotel_Revi | 4.8 | https://www.facebook.com/barack.fur | 1 napja | 27000 | 0.94 | https://www.instagram.com/barackr | 3787 | 2 napja | van | 4.6 | https://www.youtube.com/ch | igen | 06 76541100 | thermal@barack.hu | 89 | | | https://barackresort.hu/ ; https://www.tripadvisor.com/Hotel_Review-g2543623-d7041166-Reviews-Barack_Thermal_Resort-Tiszake | | | Fürdő és wellness | önálló főoldal | 5 | 1 | 2 | van | 4.6 |
| Tisza-parti szabadstrand | Tiszakécske | Fürdő u. 1. | természeti | https://www.tiszakecskeszabadstrand.hu/ | 1 | https://www.tripadvisor.com/Attraction | 4.2 | https://www.facebook.com/tiszakecske | 7 hónapja | 2700 | | | | | van | 4.5 | https://www.youtube.com/watc | nem | | | 42.5 | | | https://www.tiszakecskeszabadstrand.hu/ ; https://www.tripadvisor.com/Attraction_Review-g2543623-d11046534-Reviews-Beach-Tisz | | | Öko- és aktív turizmus | önálló főoldal | 3 | 210 | | van | 4.5 |
| Vadkerti-tó | Soltvadkert | Vadkerti-tó | természeti | | | | | https://www.facebook.com/vadkertlak | 3 hónapja | 12000 | | | | | van | 4.7 | | | 06 70 908 0350 | vadkertkomszolg@soltvadkert.hu | 46.5 | | | https://www.facebook.com/vadkertlake | | | Öko- és aktív turizmus | nincs | 3 | 90 | | van | 4.7 |
| Szelidi-tó | Dunapataj | Szelíd | természeti | szelidi-to.hu | 3 | https://www.tripadvisor.com/Attraction | 4.8 | https://www.facebook.com/szelidito | 4 hónapja | 6400 | | | | | van | 4.7 | | nem | | | 49.5 | | | szelidi-to.hu ; https://www.tripadvisor.com/Attraction_Review-g7001270-d10692421-Reviews-Szelidi_to-Dunapataj_Bacs_Kiskun_County_Southern_Great_Plain.html ; https://www.facebook.com/szelidito | | | Öko- és aktív turizmus | önálló főoldal | 3 | 120 | | van | 4.7 |
| Bugaci Puszta | Bugac | Alsómonostor | természeti | https://www.bugacpuszta.hu/ | 3 | | | https://www.facebook.com/ bugacpuszta/ | | 9500 | | nincs | | | van | 4.6 | | nem | +36 30 488 4827 | info@bugacpuszta.hu | 28 | Magyarország leghíresebb homokpusztája, a KNP törzsterülete; a Puszta Kapuja Információs Központtal, a Karikás Csárdával és a csikósbemutatóval évente 115 ezer látogatót vonz. | https://www.bugacpuszta.hu/ | https://www.bugacpuszta.hu/ | | | Öko- és aktív turizmus | önálló főoldal | 3 | 3 | | van | 4.6 |
| Bugaci Karikás Csárda | Bugac | Kiskunsági puszta | gasztro | https://www.bugacpuszta.hu/karikas-csarda | 1 | | | https://www.facebook.com/karikascsar | 3 hónapja | | | https://www.instagram.com/karikascsarda/ | | | | | | | 06 30 416 64 39 | info@bugacpuszta.hu | 36 | 2026-04-es webellenőrzéssel kiegészítve. | https://www.bugacpuszta.hu/karikas-csarda/ ; | https://www.bugacpuszta.hu/karikas-csarda/ ; https://www.facebook.com/karikascsarda/ ; https://www.instagram.com/karikascsarda/ | | | Gasztro és bor | gyűjtőoldali alszint | 5 | 90 | | nincs | |
| Pálosszentkút kegyhely | Petőfiszállás | Tanya 473. | vallási | https://www.palosszentkut.hu/ | 1 | | | https://www.facebook.com/p/Pet%C5%91fisz%C3%A1ll%C3%A1s-P%C3%A1losszentk%C3%BAt-100064458318786/ | | 1800 | | nincs | | | van | 4.8 | | nem | +36 20 775 2555 | palosszentkut@gmail.com | 21 | Az Alföld egyik legnagyobb és leglátogatottabb búcsújáróhelye, a Magyarországon egyetlen magyar alapítású pálos rend kegyhelye (1791 óta). | https://www.palosszentkut.hu/ | https://www.palosszentkut.hu/ | | | Kulturális és örökségi | önálló főoldal | 5 | 3 | | van | 4.8 |
| Kolon-tó | Izsák | Kolon-tó | természeti | https://www.knp.hu/hu/kolon-to | 2 | | | | | | | | | | | | | igen | 06 76 482 948 | oktatasio@knp.hu | 42 | 2026-04-es webellenőrzéssel kiegészítve. | https://www.knp.hu/hu/kolon-to ; https://w | https://www.knp.hu/hu/kolon-to | | | Öko- és aktív turizmus | gyűjtőoldali alszint | 3 | | | nincs | |
| Hungarikum Liget | Lakitelek | Szentkirályi út 5. | kulturális | https://hungarikumliget.hu/ | 2 | | | https://www.facebook.com/hungarikur | 1 napja | | | https://www.instagram.com/hungarikumliget/ | | 3 hete | https://www.google.com/maps/se | 4.7 | | | 06 76 549 049 | hungarikumliget@hungarikumlige | 46 | 2026-04-es webellenőrzéssel kiegészítve. | https://hungarikumliget.hu/ ; https://hungar | https://hungarikumliget.hu/ ; https://www.facebook.com/hungarikumliget/ ; https://w | | Google értékelés pótolva (Top-Rated.Online / Google-proxy). \| Google Business URL megőrizve, státusz egységesítve. | Kulturális és örökségi | gyűjtőoldali főoldal | 5 | 1 | | van | 4.7 |
| Lakiteleki Népfőiskola | Lakitelek | Szentkirályi út 7. | kulturális | https://nepfolakitelek.hu/ | 1 | | | https://www.facebook.com/nepfolakite | 1 napja | 1782 | | | | | van | 4.7 | | igen | +36 76 549 049 | info@nepfolakitelek.hu | 71.5 | A Hungarikum Liget része, Magyar Örökség Díjas intézmény. Az üres adatlapot 2026 áprilisában pótoltuk. | https://nepfolakitelek.hu/ ; https://www.face | https://nepfolakitelek.hu/ ; https://www.facebook.com/nepfolakitelek/ | | | Kulturális és örökségi | önálló főoldal | 5 | 1 | | van | 4.7 |
| Kunszentmiklósi Református Templom | Kunszentmiklós | Kálvin tér | vallási | | | | | | | | | | | | van | 4.7 | | | 06 76 551 056 | | 34.5 | Műemlék templom a város központjában. | | | https://www.google.com/search?q=Kunszentmikl%C3%B3si+Reform%C3%A1tus+Templ | | Kulturális és örökségi | nincs | 5 | | | van | 4.7 |
| Flóra Termálfürdő | Kecel | Fürdő u. 1. | fürdő | http://www.kecel.hu/index.php?option=com_content&view=article&id=637&Itemid=212 | 1 | | | https://www.facebook.com/strandfurd | szezonális | 1384 | | nincs | | | van | 4 | | nem | +36 78 422 684 | korona@koronahotelkecel.hu | 28 | A Korona Hotel & Strandfürdő Kft. által üzemeltetett keceli strandfürdő. | | https://www.facebook.com/strandfurdokecel | | | Fürdő és wellness | gyűjtőoldali alszint | 3 | 60 | | van | 4 |
| Solti Várhely | Solt | Várhely | kulturális | | | | | | | | | | | | van | 4.3 | | | 06 76 541 510 | | 32.5 | Történelmi emlékhelyzet, Árpád fia Solt fejedelem emlékét őrzi. Korlátozott online jelenlét. | | | https://www.google.com/search?q=Solti+V%C3%A1rhely+Solt | | Kulturális és örökségi | nincs | 5 | | | van | 4.3 |
| Geréby Kúria | Lajosmizse | Alsólajos | kulturális | https://www.gereby.hu/ | 1 | | | https://www.facebook.com/gerebykuri | 1 hónapon belül | | | https://www.instagram.com/gerebykuria/ | | 1 hónapon belül | https://www.google.com/maps/s | 4.6 | https://www.youtube.com/@kuriagereby1895/video | | 06 76 356 555 | gereby@gereby.hu | 41 | Névalak és online adatok 2026-04-ben pontosítva. | https://www.gereby.hu/ ; https://www.faceb | https://www.gereby.hu/ ; https://www.facebook.com/gerebykuria/ ; https://www.in | | Google értékelés pótolva (Google Travel találat). \| Google Business URL megőrizve, státusz egységesítve. | Kulturális és örökségi | önálló főoldal | 5 | 30 | 30 | van | 4.6 |
| Fülöpházi homokbuckák | Fülöpháza | Kiskunsági NP | természeti | https://www.knp.hu/hu/fulophazi-buckavid | 2 | | | | | | | | | | | | | igen | 06 76 482 948 | oktatasio@knp.hu | 42 | 2026-04-es webellenőrzéssel kiegészítve. | https://www.knp.hu/hu/fulophazi-buckavidek | https://www.knp.hu/hu/fulophazi-buckavidek | | | Öko- és aktív turizmus | gyűjtőoldali alszint | 3 | | | nincs | |
| Orgoványi-rétek | Orgovány | Kiskunsági NP | természeti | https://www.knp.hu/hu/orgoványi-rétek | 2 | | | | | | | | | | van | 4.5 | | igen | 06 76 482 948 | oktatasio@knp.hu | 64.5 | A Kiskunsági Nemzeti Park területe, védett szikes puszta. | https://www.knp.hu/hu/orgoványi-rétek | https://www.knp.hu/hu/orgoványi-rétek | | | Öko- és aktív turizmus | gyűjtőoldali alszint | 3 | | | van | 4.5 |
| Császártöltési pincesor | Császártöltés | Pincesor | gasztro | https://www.csaszartoltes.hu/index.php/csaszartoltes/latnivalok/pincesorok | 1 | | | https://www.facebook.com/csaszartoltesipincesorokertegyesulet | | | | | | | van | 4.4 | | | +36 78 443 013 | info@csaszartoltes.hu | 25 | 5 pincesor (Főkáptalani, Káposztáskerti, Kis-sori, Vidám sori, Bajtárs u.) kb. 320 használható pincével - sváb építészeti örökség a Hajós-Bajai borvidéken. | | | https://www.google.com/search?q=Cs%C3%A1sz%C3%A1rt%C3%B6lt%C3%A9si+pince | | Gasztro és bor | gyűjtőoldali alszint | 5 | 60 | | van | 4.4 |
| Akasztói Horgászpark és Halascsárda | Akasztó | Horgász u. 1. | aktív | https://halascsarda.hu/horgaszpark | 1 | | | https://www.facebook.com/Akasztoi.H | 1 napja | 13161 | | | | | van | 4.5 | | | 06 78 414 045 | info@halascsarda.hu | 60.5 | Öttavas horgászpark, strand és Aranyszalag-díjas halascsárda. Adatpótlás 2026-04. | https://halascsarda.hu/horgaszpark | https://halascsarda.hu/horgaszpark ; https://www.facebook.com/Akasztoi.Horgaszpark/ | | | Öko- és aktív turizmus | önálló alszint | 3 | 1 | | van | 4.5 |
| Hajósi Barokk Kastély | Hajós | Jókai u. 2. | kulturális | https://hajosikastely.hu/ | 1 | | | https://www.facebook.com/profile.ph | 1 hónapja | 3500 | | | | | van | 4.8 | | nem | 06 309045824 | hajosikastely@gmail.com | 58 | | | https://hajosikastely.hu/ ; https://www.facebook.com/profile.php?id=100057388693978 | | | Kulturális és örökségi | önálló főoldal | 5 | 30 | | van | 4.8 |
| Hajósi Pincefalu | Hajós | Borbíró u. | gasztro | https://hajosi-pincefalu.hu/ | 1 | | | https://www.facebook.com/hajospince | 1 napja | 10000 | | https://www.instagram.com/hajos_p | 2343 | 1 napja | nincs | 4.8 | | nem | 06 70 455 5764 | info@hajosi-pincefalu.hu | 70 | | | https://hajosi-pincefalu.hu/ ; https://www.facebook.com/hajospincefalu ; https://www | | Google Business státusz javítva az értékelés / URL alapján. | Gasztro és bor | önálló főoldal | 3 | 1 | 1 | van | 4.8 |
| Cabernet Borturisztikai Látogatóközpont | Hajós | Hirrlingen tér | gasztro | https://www.hajosiborturizmus.hu/ | 2 | | | https://www.facebook.com/cabernetha | 1 napja | 1500 | | | | | van | 4.8 | | nem | 06 703281537 | borturizmushajos@gmail.com | 66 | | | https://www.hajosiborturizmus.hu/ ; https://www.facebook.com/cabernethajos | | | Gasztro és bor | önálló főoldal | 5 | 1 | | van | 4.8 |
| Német Nemzetiségi Tájház | Hajós | Szigeti Fő u. 59. | kulturális | https://www.hajosvaros.hu/nemet-nemz | 1 | | | https://www.facebook.com/profile.ph | 1 napja | 369 | | | | | nincs | 4.7 | | igen | 06 20 588 8325 | hajostajhaz@gmail.com | 71.5 | | | https://www.hajosvaros.hu/nemet-nemzetisegi-tajhaz/?fbclid=IwY2xjawPKNZxl | | Google Business státusz javítva az értékelés / URL alapján. | Kulturális és örökségi | önálló alszint | 3 | 1 | | van | 4.7 |
| Szent Imre Római Katolikus Templom | Hajós | Köztársaság tér 5. | vallási | https://www.hajosiplebania.hu/ | 1 | | | | | | | | | | nincs | 4.9 | | | 06 78 404 606 | | 45.5 | | | https://www.hajosiplebania.hu/ | | Google Business státusz javítva az értékelés / URL alapján. | Kulturális és örökségi | önálló főoldal | 5 | | | van | 4.9 |
| Felsőszentiváni Szélmalom | Felsőszentiván | Szabadság u. 92. | kulturális | | | | | https://www.facebook.com/felsoszenti | 2 hete | 1000 | | | | | nincs | 4.6 | | | 06 20 533 0738 | szelmalom@felsoszentivan.hu | 44 | | | https://www.facebook.com/felsoszentivaniszelmalom/ | | Google Business státusz javítva az értékelés / URL alapján. | Kulturális és örökségi | nincs | 3 | | | van | 4.6 |
| Kiskunfélegyházi városháza torony kiállítása | Kiskunfélegyháza | Kossuth Lajos u. 1. | kulturális | | | | | | | | | | | | van | 4.9 | | | 06 76562000 | | 35.5 | | | | https://www.google.com/search?q=Kiskunf%C3%A9legyh%C3%A1zi+v%C3%A1rosh%C | | Kulturális és örökségi | nincs | 5 | | | van | 4.9 |
| Hattyúház | Kiskunfélegyháza | Szent János tér 9. | rendezvényhelys | www.psvk.hu | 4 | | | https://www.facebook.com/PetofiSand | 4 napja | 2200 | | https://www.instagram.com/petofisa | 205 | 6 napja | nincs | 4.7 | | igen | 06 76461429 | psvk@psvk.hu | 86.5 | | | www.psvk.hu ; https://www.facebook.com/PetofiSandorVarosiKonyvtar/ ; https://www.instagram.com/petofisandorvarosikonyvtar/ ; https://kiskunfelegyhaza.hu/hivatal/hattyuhaz/ | | Google Business státusz javítva az értékelés / URL alapján. | Kulturális és örökségi | önálló főoldal | 5 | 4 | 6 | van | 4.7 |
| Petőfi Sándor emlékház | Kiskunfélegyháza | Petőfi Sándor u. 7. | kulturális | https://kiskunmuzeum.hu/kiallitasok/kisku | 1 | | | | | | | | | | nincs | 4.8 | | igen | 06 76461468 | bejelentkezes@kiskunmuzeum.hu | 62 | A Kiskun Múzeum része, így a közösségi média felületek is a Kiskun Múzeumé (nem önálló) | | https://kiskunmuzeum.hu/kiallitasok/kiskun-muzeum-petofi-sandor-emlekhaza/ | | Google Business státusz javítva az értékelés / URL alapján. | Kulturális és örökségi | gyűjtőoldali alszint | 5 | | | van | 4.8 |
| Móra Ferenc emlékház | Kiskunfélegyháza | Móra F. u. 19. | kulturális | https://kiskunmuzeum.hu/kiallitasok/kisk | 1 | | | | | | | | | | nincs | 4.5 | | igen | 06 76461468 | bejelentkezes@kiskunmuzeum.hu | 60.5 | A Kiskun Múzeum része, így a közösségi média felületek is a Kiskun Múzeumé (nem önálló) | | https://kiskunmuzeum.hu/kiallitasok/kiskun-muzeum-mora-ferenc-emlekhaza/ | | Google Business státusz javítva az értékelés / URL alapján. | Kulturális és örökségi | gyűjtőoldali alszint | 5 | | | van | 4.5 |
| Kiskun Múzeum | Kiskunfélegyháza | Dr. Holló Lajos u. 9. | kulturális | https://kiskunmuzeum.hu/kiallitasok/kisku | 1 | | | https://www.facebook.com/muzeum.ki | 4 napja | 4400 | 0.94 | https://www.instagram.com/kiskun | 101 | 1 hónapja | nincs | 4.8 | | igen | 06 76461468 | bejelentkezes@kiskunmuzeum.hu | 75 | | | https://kiskunmuzeum.hu/kiallitasok/kiskun-muzeum/ ; https://www.facebook.com/mu | | Google Business státusz javítva az értékelés / URL alapján. | Kulturális és örökségi | gyűjtőoldali alszint | 5 | 4 | 30 | van | 4.8 |
| Sarlós Boldogasszony-templom | Kiskunfélegyháza | Béke tér 1. | vallási | https://www.sbaotemplom.hu/ | 3 | | | | | | | | | | nincs | 4.6 | | | 06 76462642 | sarlosba@gmail.com | 59 | | | https://www.sbaotemplom.hu/ | | Google Business státusz javítva az értékelés / URL alapján. | Kulturális és örökségi | gyűjtőoldali főoldal | 5 | | | van | 4.6 |
| Szent István-templom és harangjátéka | Kiskunfélegyháza | Szent István tér | vallási | | | | | https://www.facebook.com/ujplebania | 3 napja | 846 | | | | | nincs | 4.8 | | | 06 76467039 | szentistvantemplom@gmail.com | 48 | | | https://www.facebook.com/ujplebania | | Google Business státusz javítva az értékelés / URL alapján. | Kulturális és örökségi | nincs | 5 | 3 | | van | 4.8 |
| Hétfájdalmú Szűz kálváriakápolna | Kiskunfélegyháza | Kálvária út | vallási | https://www.sbaotemplom.hu/ | 3 | | | | | | | | | | | | | | 06 76462642 | sarlosba@gmail.com | 36 | A Sarlós Boldogasszony templonhoz tartozik, ezért nincs önálló kontaktja és közösségi médiája | | https://www.sbaotemplom.hu/ | | | Kulturális és örökségi | gyűjtőoldali főoldal | 5 | | | nincs | |
| Kecskeméti Planetárium | Kecskemét | Lánchíd u. 18/A | kulturális | https://www.plani.hu/ | 1 | | | https://www.facebook.com/Kecskemet | 2 hete | | | | | | | | | | 06 76 50 50 75 | | 26 | Újonnan felvett attrakció (2026-04). | https://www.plani.hu/ ; https://www.faceboo | https://www.plani.hu/ ; https://www.facebook.com/KecskemetiPlanetarium/ | | | Kulturális és örökségi | önálló főoldal | 5 | | | nincs | |
| Pintér Művek Haditechnikai Park | Kecel | Rákóczi Ferenc u. 177. | kulturális | http://pintermuvek.hu/hadtechnikai-park/ | 1 | | | https://www.facebook.com/haditechnikaiparkkecel/ | | | | https://www.instagram.com/haditechnikaiparkkecel/ | | | | | | | 06 78 420 444 | muzeum@pinterworks.hu | 35 | Újonnan felvett attrakció (2026-04). | http://pintermuvek.hu/hadtechnikai-park/ ; h | http://pintermuvek.hu/hadtechnikai-park/ ; https://www.facebook.com/haditechnikaiparkkecel/ ; https://www.instagram.com/haditech | | | Kulturális és örökségi | önálló alszint | 5 | | | nincs | |
| Halászati Mini Skanzen | Baja | Türr Emlékmű part | kulturális | https://visitbaja.hu/latnivalok/hajomalom_ | 1 | | | https://www.facebook.com/p/Haj%C3%B3malom-%C3%A9s-Hal%C3%A1szati-MiniSkanzen-Baja-100057096924422/ | | 1134 | | | | | https://www.google.com/maps/se | 4.3 | | | +36 30 643 8904 | info@bajaihajomalom.hu | 34.5 | Bajai Hajómalom Egyesület által 2011-ben létrehozott civil skanzen a Türr kilátó szomszédságában. | https://visitbaja.hu/latnivalok/hajomalom_e | https://visitbaja.hu/latnivalok/hajomalom_es_skanzen ; https://www.google.com/m | | Google Business URL megőrizve, státusz egységesítve. | Kulturális és örökségi | gyűjtőoldali alszint | 3 | 30 | | van | 4.3 |

## Pontozási szabályok

**A dimenzió**

| Indikátor | Szabály |
|---|---|
| Google értékelésből számolt proxy | MAX(0; ((értékelés−1)/4)×15), egy tizedesre kerekítve |
| Szezonalitás – egész éves | 5 pont |
| Szezonalitás – részben szezonális | 3 pont |
| Szezonalitás – szezonális | 1 pont |
| | |
| | |
| | |
| | |

**B dimenzió**

| Indikátor | Szabály |
|---|---|
| Honlap nincs | 0 pont |
| Honlap alszint / gyűjtőoldali alszint | 3 pont |
| Dedikált vagy főoldal | 5 pont |
| Nyelvek | 1→2, 2→4, 3→6, 4→8, 5+→10 pont |
| Láthatóság proxy | gyűjtőoldali alszint 4, gyűjtőoldali főoldal 6, önálló alszint 8, önálló főoldal 10 |
| Akadálymentesség | igen 10, részben 5, nem / nem igazolt 0 |
| | |
| | |

**C dimenzió**

| Indikátor | Szabály |
|---|---|
| Google Business profil | nincs 0; profil értékelés nélkül 4; profil értékeléssel 4 + ((értéke |
| Facebook oldal | nincs 0; van 4 |
| Facebook aktivitás | ≤2 nap 6; ≤5 nap 4; ≤30 nap 2; egyéb 0 |
| Instagram fiók | nincs 0; van 3 |
| Instagram aktivitás | ≤2 nap 5; ≤5 nap 3; ≤30 nap 1; egyéb 0 |
| YouTube | nincs 0; van 2 |

**D dimenzió**

| Indikátor | Szabály |
|---|---|
| Nyilvános e-mail | 5 pont |
| Nyilvános telefonszám | 5 pont |
| 1 kattintásos kapcsolat | mindkettő + honlap/GB = 5; egyik + honlap/GB = 3; különben 0 |
| | |
| | |
| | |

**Megjegyzés**

A Google- és TripAdvisor-értékek gyorsan változhatnak; a javítás az ellenőrzéskori állapotot tükrözi.

A láthatósági és szezonalitási mezők részben kurált, szakértői proxyk; céljuk a módszertan következetes alkalmazása, nem a teljes webanalitikai audit kiváltása.

Az akadálymentességi mező a feltöltött leltárban nem mindenhol különíti el a webes és a fizikai akadálymentességet; ezért a meglévő mező konzervatív módon került felhasználásra.

2026-09-11 állapot

A leltár 131 attrakció 2026. szeptember 11-én ellenőrzött állapotát tartalmazza. A pontozás minden elemre azonos szabályrendszer alapján készült; a közösségimédia-aktivitási adatok az ellenőrzéskori állapotot tükrözik.

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

TOP_Plusz-3.1.1-21-BK1-2022-00001

**5. számú melléklet - Bács-Kiskun megye GSTC-megfelelési mátrix**

**Készítette:**
Ex Ante Tanácsadó Iroda Kft.

2026. szeptember

# Bács-Kiskun megye GSTC-megfelelési összesítés

*Desk research alapú értékelés a GSTC Destination Criteria v2.0 szerint. Pontozás: Megfelel = 1, Részben megfelel = 0,5, Nem felel meg = 0. Ez nem hivatalos GSTC audit vagy tanúsítás.*

| Összes megfelelés | 51.3% |
|---|---|

| Megfelel | 5 | Részben | 29 | Nem | 4 |
|---|---|---|---|---|---|

| Téma | Kritériumok száma | Megfelel | Részben megfelel | Nem felel meg | Pontszám | Megfelelés % | Rövid értelmezés |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| A – Fenntartható menedzsment | 11 | 1 | 6 | 4 | 4.0 | 36.4% | Legnagyobb hiányok: intézményi koordináció, monitoring és tanúsítás. |
| B – Társadalmi-gazdasági fenntarthatóság | 8 | 1 | 7 | 0 | 4.5 | 56.3% | Erős alapok vannak, de a társadalmi haszonmegosztás és a formális standardok hiányosak. |
| C – Kulturális fenntarthatóság | 7 | 2 | 5 | 0 | 4.5 | 64.3% | A legerősebb terület: gazdag örökség- és értékalap, de a menedzsment itt sem teljes. |
| D – Környezeti fenntarthatóság | 12 | 1 | 11 | 0 | 6.5 | 54.2% | Erős természetvédelmi és klímaalkalmazkodási háttér, de a turizmus-specifikus menedzsment csak részleges. |
| **ÖSSZESEN** | **38** | **5** | **29** | **4** | **19.5** | **51.3%** | **Közepes szintű megfelelés; a fő fejlesztési deficit az intézményi irányításban és a nyilvános monitoringban van.** |

| Értelmezés | | |
|---|---|---|
| Megfelel | 1 pont | A kritériumhoz erős, desztinációs szintű bizonyíték áll rendelkezésre. |
| Részben megfelel | 0,5 pont | Vannak intézkedések vagy jó gyakorlatok, de a lefedettség, formalizáltság vagy bizonyíthatóság hiányos. |
| Nem felel meg | 0 pont | Nem azonosítható érdemi, desztinációs szintű megfelelés. |

| Fő üzenetek |
|---|
| A legerősebb témakör: kulturális fenntarthatóság (64.3%). |
| A leggyengébb témakör: fenntartható menedzsment (36.4%). |
| A legfontosabb fejlesztési lépés egy megyei, nyilvános monitoringgal működő fenntartható turizmus-irányítási rendszer létrehozása. |

| Téma kód | Téma | Altéma | Kritérium kód | Kritérium | Státusz | Pont | Bizonyosság | Bizonyíték röviden | Fő hiány / teendő | Forráskódok | GSTC kritériumszöveg |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| A | Fenntartható menedzsment | A(a) Menedzsment struktúra és keretrendszer | A1 | Desztinációmenedzsment felelősség | Nem felel meg | 0.0 | Magas | A megye saját turisztikai helyzetelemzése szerint nincs megyei szintű, dedikált turisztikai koordináló szervezet; a Tourinform és a helyi nonprofit szereplők települési szinten működnek. | Hozzon létre megyei fenntartható turizmus koordinációs testületet világos hatáskörrel és költségvetéssel. | F2 | A desztinációnak rendelkeznie kell egy hatékony szervezettel, osztállyal, csoporttal vagy bizottsággal, amely felelős a fenntartható turizmus összehangolt megközelítéséért, a magánszektor, a közszféra és a civil társadalom bevonásával. A csoportnak meghatározott felelősségi körrel, felügyeleti jogkörrel és végrehajtási képességgel kell rendelkeznie a társadalmi-gazdasági, kulturális és környezeti ügyek kezelésére. Megfelelő finanszírozással kell működnie, különböző szervezetekkel együttműködve, elegendő és fenntartható tapasztalattal rendelkező személyzettel, a fenntarthatóság és az átláthatóság elveit követve. |
| A | Fenntartható menedzsment | A(a) Menedzsment struktúra és keretrendszer | A2 | Desztinációmenedzsment stratégia és cselekvési terv | Részben megfelel | 0.5 | Magas | A 2026–2040-es turizmus- és marketingstratégia készül, műhelymunkákkal és érintetti bevonással; emellett léteznek kapcsolódó megyei fejlesztési, klíma- és környezetvédelmi stratégiák, de egységes, elfogadott GSTC-alapú turizmus-menedzsment terv még nem azonosítható. | Fogadja el és tegye közzé a GSTC-logikára épített, többéves turizmusfejlesztési és fenntarthatósági cselekvési tervet. | 2;W1;W2;F4;W4;W5 | A desztinációnak több évre szóló, nyilvánosan elérhető menedzsment stratégiával és cselekvési tervvel kell rendelkeznie, amely a desztináció méretéhez illeszkedik, érintetti bevonással készült, és a fenntarthatóság elvein alapul. Tartalmazza a turisztikai erőforrások felmérését, a társadalmi-gazdasági, kulturális és környezeti kockázatok azonosítását, és illeszkedik a szélesebb fenntartható fejlődési politikákhoz. |
| A | Fenntartható menedzsment | A(a) Menedzsment struktúra és keretrendszer | A3 | Monitoring és jelentéstétel | Nem felel meg | 0.0 | Magas | A kutatási terv kifejezetten most tervezi az I-DEST alapú fenntarthatósági indexet, a QR-kódos elégedettségmérést és a próbavásárlásokat, ami arra utal, hogy egységes, nyilvános monitoring- és jelentési rendszer jelenleg még nincs működésben. | Indítson éves nyilvános monitoring-rendszert indikátorokkal, célértékekkel és riporttal. | F3 | A desztináció működtet egy rendszert a turizmus társadalmi-gazdasági, kulturális és környezeti hatásainak nyomon követésére, értékelésére és nyilvános jelentésére. A rendszer időszakos felülvizsgálata kötelező. |
| A | Fenntartható menedzsment | A(b) Érintettek bevonása | A4 | Vállalkozások bevonása és fenntarthatósági standardok | Nem felel meg | 0.0 | Közepes | A helyzetelemzés szerint nincs egységes, nyilvános adatbázis a szolgáltatói specializációkról, minősítésekről és tanúsítványokról; GSTC- vagy más elismert fenntarthatósági standardokra épülő megyei program nem látható. | Indítson vállalkozói mentorprogramot és nyilvános tanúsítotti regisztert a fenntarthatósági minősítésekhez. | F2;W10 | A desztináció rendszeresen tájékoztatja a turisztikai vállalkozásokat a fenntarthatósági kérdésekről, ösztönzi és támogatja őket a fenntartható működésben. Elősegíti a GSTC által elismert/akkreditált standardok átvételét és nyilvánosságra hozza a tanúsított vállalkozások listáját. |
| A | Fenntartható menedzsment | A(b) Érintettek bevonása | A5 | Lakosság bevonása és visszajelzése | Részben megfelel | 0.5 | Közepes | A stratégiaalkotás során már bevontak közel 50 települést, és a kutatási terv fókuszcsoportokat, interjúkat is tartalmaz; ugyanakkor rendszeres, publikált lakossági elégedettségmérés és visszacsatolási mechanizmus még nem igazolható. | Vezessen be éves lakossági felmérést, nyilvános visszajelzési csatornát és intézkedési naplót. | W1;F3 | A desztináció biztosítja a lakosság részvételét a tervezésben és menedzsmentben, rendszeresen méri az elégedettséget és aggályokat, majd intézkedik. Kapacitásfejlesztést és tájékoztatást nyújt a fenntartható turizmus témájában. |
| A | Fenntartható menedzsment | A(b) Érintettek bevonása | A6 | Látogatói bevonás és visszajelzés | Nem felel meg | 0.0 | Közepes | A megyei szintű látogatói elégedettségmérés a kutatási tervben még jövőbeni feladatként szerepel (QR-kódos mérés), így jelenleg nem igazolható egységes, nyilvános visitor feedback rendszer. | Vezessen be megyei, többcsatornás látogatói elégedettségmérést és tegye közzé az eredményeket. | F3 | A desztináció monitorozza és nyilvánosságra hozza a látogatói elégedettséget, különös tekintettel a fenntarthatósági szempontokra, és intézkedik a visszajelzések alapján. Tájékoztatja a látogatókat a fenntarthatósági kérdésekről és a lehetséges hozzájárulásukról. |
| A | Fenntartható menedzsment | A(b) Érintettek bevonása | A7 | Promóció és tájékoztatás | Részben megfelel | 0.5 | Közepes | Van hivatalos turisztikai és értékpromóciós felület, attrakcióoldalak, filmek és kiadványok; ugyanakkor nem látható dokumentált tartalom-ellenőrzési és fenntarthatósági állításokat kontrolláló protokoll. | Alakítson ki tartalomirányítási és tényellenőrzési protokollt a promóciós anyagokhoz. | 17;W13;W14;W15;W | A desztinációról szóló promóciós anyagok pontosak a szolgáltatások, termékek és fenntarthatósági állítások tekintetében. A marketing tisztelettel bánik a közösségekkel és az értékekkel. |
| A | Fenntartható menedzsment | A(c) Terhelés és változások kezelése | A8 | Látogatói létszám és tevékenységek kezelése | Részben megfelel | 0.5 | Közepes | Természeti helyszíneken van jelzett ösvényrendszer, tájékoztatás, időszakos lezárás és figyelmeztetés; egyes rendezvényeknél a helyzetelemzés maga is menedzsmentet sürget, de megyei szintű látogatószám-kiegyenlítési rendszer nem azonosítható. | Azonosítsa a hotspotokat és készítsen szezonkezelési/terhelés-kiegyenlítési tervet. | W8;W9;F2 | A desztináció felügyeli a látogatószámot és tevékenységeket, szükség esetén beavatkozik a szezonális és térbeli terhelés kiegyenlítése érdekében. |
| A | Fenntartható menedzsment | A(c) Terhelés és változások kezelése | A9 | Területrendezési és fejlesztési szabályozás | Részben megfelel | 0.5 | Közepes | A megye rendelkezik ITP-vel, területfejlesztési programmal, környezetvédelmi programmal és kerékpáros/aktív turisztikai tervekkel; ezek azonban nem állnak össze egységes, turizmus-specifikus fenntartható területrendezési szabályrendszerré. | Építse be a GSTC-szempontokat a települési és megyei turisztikai fejlesztések engedélyezési/értékelési feltételeibe. | F5;F4;W5;W10 | Fenntartható fejlesztési irányelvek, hatásvizsgálati kötelezettség és szabályozás a turisztikai ingatlanhasználatra. Nyilvános kommunikáció és érvényesítés. |
| A | Fenntartható menedzsment | A(c) Terhelés és változások kezelése | A10 | Klímaváltozáshoz való alkalmazkodás | Megfelel | 1.0 | Magas | A vármegyének felülvizsgált klímastratégiája és 2025–2030-as SECAP-ja van; a dokumentum turizmusra vonatkozó klímakockázat-elemzést és alkalmazkodási intézkedéseket (árnyékolás, ivóvízpontok, vízgazdálkodás, alacsony kibocsátású közlekedés) is tartalmaz. | A klímaadaptációs intézkedéseket fordítsa át konkrét turisztikai standardokra a fürdők, rendezvények és aktív útvonalak számára. | W3;W4 | Klímakockázatok feltérképezése és adaptációs intézkedések bevezetése a turizmusban. |
| A | Fenntartható menedzsment | A(c) Terhelés és változások kezelése | A11 | Kockázat- és válságkezelés | Részben megfelel | 0.5 | Közepes | Erős általános katasztrófavédelmi intézményi háttér, felkészítések és külső védelmi tervek léteznek; ugyanakkor turizmus-specifikus válság- és üzletmenet-folytonossági protokoll nem azonosítható. | Készítsen turizmus-specifikus hőség-, vízhiány-, extrém időjárás- és eseménybiztonsági protokollt. | W11;W12 | A desztináció rendelkezik válságkezelési és vészhelyzeti tervvel, amely lefedi a turizmushoz kapcsolódó kockázatokat (természeti katasztrófák, egészségügyi helyzetek stb.). Kommunikációs és végrehajtási protokollok vannak. |
| B | Társadalmi-gazdasági fenntarthatóság | B(a) Helyi gazdasági előnyök biztosítása | B1 | A turizmus gazdasági hozzájárulásának mérése | Részben megfelel | 0.5 | Magas | A turisztikai helyzetelemzés részletesen használ KSH-, foglalkoztatási, beruházási és szálláshely-adatokat, de nem azonosítható rendszeres helyi gazdasági haszon-visszatartási vagy TSA-jellegű mérés. | Vezesse be a turizmus helyi gazdasági hozzájárulásának rendszeres, települési és megyei mérését. | F2 | A turizmus közvetlen és közvetett gazdasági hozzájárulását a desztináció gazdaságához folyamatosan nyomon kell követni és nyilvánosan közzétenni. A mérés kiterjedhet a látogatói forgalomra, a látogatói költésre, a foglalkoztatottságra, a beruházásokra, valamint a gazdasági előnyök eloszlására. |
| B | Társadalmi-gazdasági fenntarthatóság | B(a) Helyi gazdasági előnyök biztosítása | B2 | Méltányos munkakörülmények és karrierlehetőségek | Részben megfelel | 0.5 | Közepes | A megye humán tőkéje és duális képzési rendszere erős, de a turizmusban alacsonyabb bérszint és munkaerőhiány jelentkeznek; turizmus-specifikus méltányos munkaprogram nem látható. | Indítson turisztikai készségfejlesztési és munkahely-minőségi programot a munkaerő megtartására. | F2 | A desztináció ösztönzi és támogatja a turizmusban elérhető karrierlehetőségeket és képzéseket. A turisztikai vállalkozások elkötelezik magukat az egyenlő esélyű foglalkoztatás, a képzés és előrelépési lehetőségek, a biztonságos munkakörnyezet és a tisztességes bér biztosítása mellett. |
| B | Társadalmi-gazdasági fenntarthatóság | B(a) Helyi gazdasági előnyök biztosítása | B3 | Helyi vállalkozók támogatása és méltányos kereskedelem | Részben megfelel | 0.5 | Közepes | Erős a helyi termékek, bor, gasztronómia és vidéki élmények turisztikai szerepe, de nincs egységes megyei helyi beszállítói/fair trade program. | Hozzon létre helyi beszállítói és termelői integrációs programot a turisztikai szolgáltatók számára. | F2;W13;W14 | A desztináció elősegíti, hogy a turizmusból származó bevételek minél nagyobb arányban a helyi gazdaságban maradjanak. Támogatja a helyi vállalkozásokat, beszállítói láncokat és fenntartható befektetéseket. Ösztönzi a helyi, fenntartható termékek fejlesztését és vásárlását, amelyek méltányos kereskedelmi elveken alapulnak és tükrözik a helyi természeti és kulturális értékeket (pl. élelmiszer, ital, kézműves termékek, előadóművészet, mezőgazdasági termékek). |
| B | Társadalmi-gazdasági fenntarthatóság | B(b) Társadalmi jólét és hatások | B4 | Közösségi támogatás | Részben megfelel | 0.5 | Közepes | A közösségi terek és kulturális fejlesztések erősek, a stratégiai dokumentumok hangsúlyozzák a helyi szereplők bevonását, de nincs formális mechanizmus a turisztikai bevételek közösségi visszaforgatására. | Dolgozzon ki közösségi haszonmegosztási elveket és mikrotámogatási alapot. | F4;W17 | A desztináció olyan rendszert működtet, amely lehetővé teszi és ösztönzi a vállalkozásokat, látogatókat és a lakosságot, hogy felelősen hozzájáruljanak közösségi és fenntarthatósági kezdeményezésekhez. |
| B | Társadalmi-gazdasági fenntarthatóság | B(b) Társadalmi jólét és hatások | B5 | Kizsákmányolás és diszkrimináció megelőzése | Részben megfelel | 0.5 | Közepes | A megyei fejlesztési dokumentumok horizontális célként kezelik az esélyegyenlőséget, és az általános jogi/intézményi háttér adott, de turizmus-specifikus kizsákmányolás- és diszkrimináció-megelőzési protokoll nem látható. | Alkosson turisztikai etikai kódexet és képzési programot a diszkrimináció és kizsákmányolás megelőzésére. | F4;F5 | A desztináció betartja a nemzetközi emberi jogi normákat. Rendelkezik törvényekkel, gyakorlatokkal és magatartási kódexszel az emberkereskedelem, a modern rabszolgaság, valamint a kereskedelmi, szexuális vagy bármilyen más kizsákmányolás, díszkrimináció és zaklatás megelőzésére és jelentésére. Külön figyelmet fordít a gyermekekre, fiatalokra, nőkre, LMBTQ+ és egyéb kisebbségi csoportokra. |
| B | Társadalmi-gazdasági fenntarthatóság | B(b) Társadalmi jólét és hatások | B6 | Tulajdon- és használati jogok | Részben megfelel | 0.5 | Közepes | Az általános terület- és tulajdonvédelmi szabályozás működik, de nem azonosítható külön turisztikai mechanizmus a használati/tulajdonjogi konfliktusok megelőzésére, különösen érzékeny területeken. | Vezessen be közösségi egyeztetési protokollt a nagyobb turisztikai fejlesztésekhez. | F4;F5;W5 | A desztinációban dokumentált és érvényesített törvények szabályozzák a tulajdonjogot és a tulajdonszerzést, összhangban a közösségi és őslakos jogokkal, biztosítva a nyilvános konzultációt, és nem engedélyezve az áthelyezést a szabad, előzetes és tájékozott beleegyezés, valamint a tisztességes kártérítés nélkül. A törvények védik a kulcsfontosságú erőforrások használati és hozzáférési jogát. |
| B | Társadalmi-gazdasági fenntarthatóság | B(b) Társadalmi jólét és hatások | B7 | Biztonság és védelem | Megfelel | 1.0 | Közepes | A megye erős közbiztonsági és katasztrófavédelmi intézményi háttérrel rendelkezik; a turisztikai kínálatban különösen a családbarát és gyógy/wellness termékek biztonságos, kiszámítható környezetet kínálnak. | Egészítse ki a meglévő rendszert turisztikai biztonsági kommunikációval és helyszíni vészprotokollokkal. | W11;W12;F2 | A desztináció rendelkezik olyan rendszerrel, amely figyeli, megelőzi, nyilvánosan jelenti és kezeli a bűncselekményeket, biztonsági és egészségügyi kockázatokat a látogatók és a lakosok számára. |
| B | Társadalmi-gazdasági fenntarthatóság | B(b) Társadalmi jólét és hatások | B8 | Hozzáférés mindenki számára | Részben megfelel | 0.5 | Magas | Az akadálymentes kínálat vegyes: vannak akadálymentes szolgáltatásokat kínáló szálláshelyek, de a helyzetelemzés szerint nincs minősített, turisztikai célú akadálymentes szolgáltató a vármegyében, és az inkluzív kínálat szigetszerű. | Készítsen akadálymentes és inkluzív turisztikai akciótervet minősítési célokkal. | F2 | Ahol lehetséges, a helyszínek, létesítmények és szolgáltatások – beleértve a természeti és kulturális helyszíneket – mindenki számára hozzáférhetők, beleértve a fogyatékkal élőket és más speciális igényű személyeket. Ha a helyszín nem azonnal hozzáférhető, alternatív megoldásokat kell alkalmazni a hely integritásának megőrzése mellett. Az akadálymentességi információkat nyilvánosságra kell hozni. |
| C | Kulturális fenntarthatóság | C(a) Kulturális örökség védelme | C1 | Kulturális értékek védelme | Megfelel | 1.0 | Magas | A megye aktívan védi és promótálja kulturális örökségét az Értéktár, hungarikum- és értékőrző programok, múzeumok és helyi kulturális attrakciók révén. | A védelmet egészítse ki kulcshelyszíni fenntartható használati tervekkel. | W13;W14;W15;W16 | A desztinációnak rendelkeznie kell politikával és rendszerrel a kulturális értékek – beleértve az épített örökséget és a kulturális tájakat – értékelésére, helyreállítására és megőrzésére. |
| C | Kulturális fenntarthatóság | C(a) Kulturális örökség védelme | C2 | Kulturális tárgyak védelme | Részben megfelel | 0.5 | Közepes | A múzeumi és egyházi gyűjteményi rendszer képes a kulturális tárgyak védelmére, de nem látható turizmus-specifikus, megyei protokoll a tárgyak kereskedelmi felhasználásának és reprodukciójának kezelésére. | Alkosson irányelvet a kulturális tárgyak bemutatására, reprodukciójára és kereskedelmi felhasználására. | W16 | A desztinációnak törvényekkel kell rendelkeznie a történelmi és régészeti tárgyak megfelelő értékesítésére, kereskedelmére, bemutatására vagy ajándékozására vonatkozóan. A törvényeket érvényesíteni kell, és nyilvánosan kommunikálni a turisztikai vállalkozások és a látogatók felé. |
| C | Kulturális fenntarthatóság | C(a) Kulturális örökség védelme | C3 | Szellemi (immateriális) kulturális örökség | Megfelel | 1.0 | Magas | Az immateriális örökség – kalocsai népművészet, halasi csipke, bajai halászlé, helyi mesék és hagyományok – aktívan jelen van a megye turisztikai és közművelődési kommunikációjában. | Tegye rendszeresebbé az élő örökséget bemutató programnaptárat és támogatást a hagyományőrzőknek. | W14;W13;F2 | A desztináció támogatja az immateriális kulturális örökség – például helyi hagyományok, művészetek, zene, nyelv, gasztronómia és más helyi identitáselemek – megőrzését és ünneplését. Az élő kultúra és hagyományok bemutatása, újrateremtése és értelmezése legyen érzékeny és tiszteletteljes, a helyi közösségek bevonásával, számukra hasznot hozva, és a látogatóknak hiteles élményt nyújtva. |

| | | | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| C | Kulturális fenntarthatóság | C(a) Kulturális örökség védelme | C4 | Hagyományos hozzáférés biztosítása | Részben megfelel | 0.5 | Alacsony | Léteznek közösségi használatot is biztosító kulturális és zarándok helyszínek, de nincs dokumentált megyei elv vagy mechanizmus a hagyományos hozzáférés és használat biztosítására. | Rögzítse a helyi közösségek hagyományos hozzáférési jogainak elveit a kulcshelyszíneken. | W13;W17 | A desztináció figyelemmel kíséri, védi, és szükség esetén helyreállítja a helyi közösségek hozzáférését a természeti és kulturális helyszínekhez. |
| C | Kulturális fenntarthatóság | C(a) Kulturális örökség védelme | C5 | Szellemi tulajdon védelme | Részben megfelel | 0.5 | Alacsony | A márkásított értékek és hungarikumok jelen vannak, de nem azonosítható egységes turisztikai szintű szellemi tulajdon-kezelési irányelv. | Készítsen IP-útmutatót a kulturális motívumok, márkák és tartalmak használatához. | W13;W14 | A desztinációnak rendszert kell működtetnie a közösségek és egyének szellemi tulajdonjogainak védelmére és megőrzésére. |
| C | Kulturális fenntarthatóság | C(b) Kulturális helyszínek látogatása | C6 | Látogatómenedzsment kulturális helyszíneken | Részben megfelel | 0.5 | Közepes | A fontosabb kulturális helyszíneken és városokban van helyszíni menedzsment, de a megyei szintű látogatómenedzsment és terhelésfigyelés még nem egységes. | Készítsen látogatómenedzsment tervet a kiemelt kulturális helyszínekre és nagyrendezvényekre. | F2;W16;W15 | A desztinációnak rendelkeznie kell látogatómenedzsment-rendszerrel a kulturális helyszíneken és környékükön, figyelembe véve azok jellegét, kapacitását és érzékenységét, optimalizálva a látogatói áramlást és minimalizálva a negatív hatásokat. A látogatói magatartásra vonatkozó irányelveket biztosítani kell az érzékeny helyszíneken és kulturális eseményeken, a látogatók, túravezetők és utazásszervezők számára a látogatás előtt és közben. |
| C | Kulturális fenntarthatóság | C(b) Kulturális helyszínek látogatása | C7 | Helyszín-értelmezés (interpretáció) | Részben megfelel | 0.5 | Közepes | Jó példák vannak az interpretációra (interaktív látogatóközpontok, kiállítások, kisfilmek), de a helyzetelemzés szerint a modern, egységes interpretáció és digitális/multinyelvű élményelemek területileg egyenetlenek. | Indítson megyei interpretáció-fejlesztési programot digitális és többnyelvű elemekkel. | W15;W16;W14;F2 | A látogatók számára pontos és releváns interpretációs anyagokat kell biztosítani, amelyek bemutatják a helyszínek kulturális és természeti jelentőségét. Az információ legyen kulturálisan megfelelő, a fogadó közösség bevonásával készüljön, és a látogatók és a helyi lakosok számára releváns nyelveken legyen elérhető. |
| D | Környezeti fenntarthatóság | D(a) Természeti örökség megőrzése | D1 | Érzékeny természeti környezet védelme | Megfelel | 1.0 | Magas | A Kiskunsági Nemzeti Park Igazgatóság működési területe lefedi a megye döntő részét; védett területek, Natura 2000 hálózat, bioszféra-rezervátum és tanösvények működnek. | A védett természeti hálózatot kapcsolja még szorosabban fenntartható turisztikai termékfejlesztéshez. | W6;W7;W8;W9 | A desztinációnak rendelkeznie kell rendszerrel a turizmus természeti környezetre gyakorolt hatásainak nyomon követésére, mérésére és kezelésére, az ökoszisztémák, élőhelyek és fajok megőrzésére, valamint az invazív fajok bejutásának és terjedésének megelőzésére. |
| D | Környezeti fenntarthatóság | D(a) Természeti örökség megőrzése | D2 | Látogatómenedzsment természeti helyszíneken | Részben megfelel | 0.5 | Közepes | A természetjáró infrastruktúra (tanösvények, látogatóközpontok, időszakos lezárások/figyelmeztetések) létezik, de a hordozókapacitás és terhelés monitorozása nem egységes, megyei rendszerben történik. | Vezessen be hotspot-szintű terhelésmérést és látogatói útvonalterelést. | W8;W9;F2 | A desztinációnak rendelkeznie kell látogatómenedzsment-rendszerrel a természeti helyszíneken és környékükön, figyelembe véve azok jellegét, kapacitását és érzékenységét, optimalizálva a látogatói áramlást és minimalizálva a negatív hatásokat. A látogatói magatartásra vonatkozó irányelveket biztosítani kell az érzékeny helyszíneken, a látogatók, túravezetők és utazásszervezők számára a látogatás előtt és közben. |
| D | Környezeti fenntarthatóság | D(a) Természeti örökség megőrzése | D3 | Vadon élő állatokkal való interakció | Részben megfelel | 0.5 | Alacsony | A nemzeti parki szabályozás és a vezetett természetismereti programok csökkentik a kockázatot, de nem azonosítható egységes megyei kódex a vadon élő állatokkal való turisztikai interakciókra. | Készítsen operátori kódexet és kommunikációs szabályokat a wildlife interaction témában. | W6;W8 | A desztinációnak biztosítania kell a helyi, nemzeti és nemzetközi jogszabályoknak és szabványoknak való megfelelést a vadon élő állatokkal való interakció területén. Az interakciók szabadon élő vadállatokkal, figyelembe véve a kumulatív hatásokat, legyenek nem invazívak, és felelősen kezeltek a populációk életképességének és viselkedésének megőrzése érdekében. |
| D | Környezeti fenntarthatóság | D(a) Természeti örökség megőrzése | D4 | Fajkihasználás és állatjólét | Részben megfelel | 0.5 | Alacsony | A természetvédelmi jogi környezet erős, de a fajkihasználás és állatjólét turisztikai aspektusaira (pl. lovas szolgáltatások) nem látható megyei ellenőrzési/minősítési keret. | Dolgozzon ki állatjóléti minimumfeltételeket a turisztikai szolgáltatók számára. | W6;F2 | A desztinációnak rendszert kell működtetnie az állatjólétre és a fajok megőrzésére vonatkozó jogszabályok és szabványok betartására. Ez kiterjed a vadon élő fajok begyűjtésére, kereskedelmére, bemutatására, értékesítésére, tenyésztésére és fogva tartására, kizárólag engedéllyel és megfelelően felszerelt személyek által, szabályozott tevékenységek keretében. A vadon élő és háziállatok tartásának, gondozásának és kezelésének a legmagasabb állatjóléti standardoknak kell megfelelnie. |
| D | Környezeti fenntarthatóság | D(b) Erőforrás-gazdálkodás | D5 | Energia-megtakarítás | Részben megfelel | 0.5 | Közepes | A SECAP energiahatékonysági és megújulóenergiás intézkedéseket tartalmaz, valamint több középület energiahatékony felújítása zajlik, de nincs turisztikai szolgáltatókra szabott energiahatékonysági program. | Indítson energiaaudit- és retrofit-programot a fürdők, szálláshelyek és attrakciók számára. | W4;W17 | A desztinációnak célokat kell kitűznie az energiafogyasztás csökkentésére, a hatékonyság növelésére és a megújuló energia arányának növelésére, valamint ösztönöznie kell a vállalkozásokat ezek teljesítésére. |
| D | Környezeti fenntarthatóság | D(b) Erőforrás-gazdálkodás | D6 | Vízgazdálkodás | Részben megfelel | 0.5 | Magas | A Homokhátság vízhiánya és a vízgazdálkodás a megye egyik központi stratégiai kérdése; a SECAP külön vízpótlási, vízmegőrzési és újrahasználati intézkedéseket tartalmaz. Ugyanakkor a turisztikai szolgáltatók egységes vízhasználati standardja nem látható. | Vezessen be víztakarékossági standardokat a fürdők, szálláshelyek és rendezvények számára. | W4;W5 | A desztináció ösztönzi a vállalkozásokat a vízhasználat mérésére, monitorozására, nyilvános jelentésére és kezelésére. Felméri és dokumentálja a vízkockázatot, magas kockázat esetén vízgazdálkodási célokat állít fel, hogy a turizmus vízhasználata ne veszélyeztesse a helyi közösségek és ökoszisztémák igényeit. |
| D | Környezeti fenntarthatóság | D(b) Erőforrás-gazdálkodás | D7 | Vízminőség | Részben megfelel | 0.5 | Közepes | A vízminőségi kockázatok turisztikai szempontból azonosítottak, és a környezetvédelmi/klíma dokumentumok kezelik a témát, de turisztikai helyszínekre fókuszált, nyilvános vízminőségi menedzsment-rendszer nem látható. | Tegye közzé turisztikai vízminőségi monitoringot és kockázati tájékoztatást. | W4;W5;F2 | A desztináció monitorozza a vízminőséget ivóvíz-, rekreációs és ökológiai célokra, a szabványok alapján. Az eredmények nyilvánosak, és a desztináció rendelkezik rendszerrel a problémák gyors kezelésére. |
| D | Környezeti fenntarthatóság | D(c) Hulladék- és kibocsátáskezelés | D8 | Szennyvíz | Részben megfelel | 0.5 | Magas | A környezetvédelmi program települési szennyvízkezelési programokat, tanyafejlesztést és szennyvíziszap-stratégiai intézkedéseket irányoz elő; Kecskeméten tisztított szennyvíz újrahasznosítási megoldás is megjelent. | Gyorsítsa a turisztikai térségek szennyvízkezelési fejlesztéseit és kiterjesztését. | W5;W4 | A desztinációnak egyértelmű és érvényesített irányelvekkel kell rendelkeznie a szennyvíztisztító rendszerek elhelyezésére, karbantartására és ellenőrzésére. Biztosítania kell, hogy a szennyvízet megfelelően kezeljék, újrahasznosítsák vagy biztonságosan engedjék ki, elkerülve a helyi lakosságra és a környezetre gyakorolt negatív hatásokat. |
| D | Környezeti fenntarthatóság | D(c) Hulladék- és kibocsátáskezelés | D9 | Szilárd hulladék | Részben megfelel | 0.5 | Magas | A vármegyében javul a szelektív gyűjtés aránya, a környezetvédelmi program külön foglalkozik a szelektív gyűjtés és az illegális lerakók felszámolásának erősítésével; ugyanakkor turisztikai rendezvényeken továbbra is jelentős a hulladékterhelés. | Vezessen be zero-waste eseménykritériumokat és egységes turisztikai hulladékszelektálást. | W5;F2 | A desztináció méri és jelenti a keletkező hulladék mennyiségét, célokat tűz ki a csökkentésre, és biztosítja a megfelelő kezelést, az újrahasznosítási arány növelését és az egyszer használatos termékek csökkentését. |
| D | Környezeti fenntarthatóság | D(c) Hulladék- és kibocsátáskezelés | D10 | ÜHG-kibocsátás és éghajlatváltozás mérséklése | Részben megfelel | 0.5 | Közepes | A SECAP tartalmaz kibocsátáscsökkentési, elektromos töltőhálózati és energiahatékonysági intézkedéseket, de a turizmus szektor külön üHG-lábnyoma és csökkentési céljai nem jelennek meg önállóan. | Készítsen turisztikai karbonbázist és külön csökkentési pályát a fő termékekre. | W4 | A desztinációnak célokat kell kitűznie az üvegházhatású gázok kibocsátásának csökkentésére, és végre kell hajtania mérséklési intézkedéseket, ösztönözve a vállalkozásokat is ezek teljesítésére és jelentésére. |
| D | Környezeti fenntarthatóság | D(c) Hulladék- és kibocsátáskezelés | D11 | Alacsony kibocsátású közlekedés | Részben megfelel | 0.5 | Közepes | Erősödik a kerékpáros infrastruktúra, aktív turisztikai hálózatfejlesztés zajlik az EuroVelo 13 mentén, és a SECAP elektromos töltőpontokat és alacsony kibocsátású közlekedést is támogat; az integrált, alacsony kibocsátású turisztikai mobilitási rendszer azonban még nem teljes. | Kapcsolja össze a kerékpáros, vasúti, közösségi és e-mobilitási elemeket közös turisztikai csomagokkal. | W10;W4;F2 | A desztinációnak célokat kell kitűznie a turisztikai közlekedés kibocsátásának csökkentésére, ösztönözve a fenntartható, alacsony kibocsátású járművek, a közösségi közlekedés és az aktív mobilitás használatát. |
| D | Környezeti fenntarthatóság | D(c) Hulladék- és kibocsátáskezelés | D12 | Fény- és zajszennyezés | Részben megfelel | 0.5 | Közepes | A környezetvédelmi program tartalmaz zajterhelési előírásokat és külön kezeli a szabadidős létesítmények zajterhelését, de fény- és zajszennyezési monitoring vagy turizmus-specifikus fénykezelési szabályozás nem látható. | Készítsen zaj- és fényszennyezési protokollt a rendezvényekre és érzékeny természeti területekre. | W5 | A desztinációnak irányelvekkel és szabályozásokkal kell rendelkeznie a fény- és zajszennyezés minimalizálására, és ösztönöznie kell a vállalkozásokat ezek követésére. |

# Forrásjegyzék

*F-kódok: feltöltött munkafájlok. W-kódok: webes, döntően hivatalos források.*

| Forráskód | Típus | Forrás megnevezése | URL / elérhetőség |
|---|---|---|---|
| F1 | Feltöltött fájl | GSTC Desztinációs Kritériumok.docx | /mnt/data/GSTC Desztinációs Kritériumok.docx |
| F2 | Feltöltött fájl | BK_turizmus_helyzetelemzés_20251231_korr-Innotime.docx | /mnt/data/BK_turizmus_helyzetelemzés_20251231_korr-Innotime.docx |
| F3 | Feltöltött fájl | BK Turizmus_kutatási terv_sablon (1).docx | /mnt/data/BK Turizmus_kutatási terv_sablon (1).docx |
| F4 | Feltöltött fájl | Bács-Kiskun Megye Területfejlesztési Program Stratégiai Programrésze (feltöltött PDF) | feltöltött PDF a munkakörnyezetben |
| F5 | Feltöltött fájl | Bács-Kiskun Vármegye Integrált Területi Programja 5.0 (feltöltött PDF) | feltöltött PDF a munkakörnyezetben |
| W1 | Web | Stratégiaalkotási workshop / turizmus- és marketingstratégia 2026–2040 | https://www.bacskiskun.hu/hirek/elindult-a-varmegyei-turizmus-es-marketingstrategia-kidolgozasa |
| W2 | Web | Bács-Kiskun Vármegye Önkormányzata – Szakmai anyagok | https://www.bacskiskun.hu/lap/szakmai-anyagok |
| W3 | Web | A felülvizsgált Bács-Kiskun Vármegyei Klímastratégia 2025–2030 és SECAP elfogadására tett előterjesztés | https://www.bacskiskun.hu/storage/dossier-item-attachments/September2025/D11keEAxhy5cGdfkM7k1cMfKiWPmnx-metaNC4gRWzFkXRlcmplc3p0w6lzLnBkZg%3D%3D-.pdf |
| W4 | Web | Bács-Kiskun Vármegye Fenntartható Energia és Klíma Akcióterve 2025–2030 | https://www.bacskiskun.hu/storage/attached-files/October2025/E7DGINnyyu3FFENialRSL4J8auxGvd-metaQsOBQ1MtS0lTS1VOIFbDgVJNRUdZRSBGRU5OVEFSVEhBVMOTIEVORVJHSUEgw4lTIEtMw41NQSBBS0NJw5NURVJWRSAyMDI1LTIwMzAucGRm-.pdf |
| W5 | Web | Bács-Kiskun Megye Környezetvédelmi Programja 2022–2027 | https://www.bacskiskun.hu/storage/attached-files/April2023/XSab2MJG7ON05nWn6wvRbN5AgcE2C8-metaNThfMjAyMl9YSV8yNV9LZ3lfaGF0X21lbGxla2xldGVfTUtQLnBkZg%3D%3D-.pdf |
| W6 | Web | Kiskunsági Nemzeti Park Igazgatóság – Feladataink | https://www.knp.hu/hu/feladataink |
| W7 | Web | Kiskunsági Nemzeti Park – Natura 2000 területek | https://www.knp.hu/hu/natura-2000-teruletek |
| W8 | Web | Kiskunsági Nemzeti Park – Tanösvények | https://www.knp.hu/hu/tanosvenyek |
| W9 | Web | Természet Háza Látogatóközpont | https://www.knp.hu/hu/termeszet-haza |
| W10 | Web | MAKETUSZ – Széchenyi Terv Plusz projektek | https://maketusz.hu/projekt/szechenyi-terv-plusz/ |
| W11 | Web | Bács-Kiskun Vármegyei Katasztrófavédelmi Igazgatóság – Veszélyes vegyi anyagok / külső védelmi terv | https://bacs.katasztrofavedelem.hu/23643/veszelyes-vegyi-anyagok |
| W12 | Web | Bács-Kiskun Vármegyei Katasztrófavédelmi Igazgatóság – Felkészítések, képzések | https://bacs.katasztrofavedelem.hu/23666/felkeszitesek-kepzesek |
| W13 | Web | Bács-Kiskun Vármegye Önkormányzata – Értéktár | https://www.bacskiskun.hu/lap/ertektar |
| W14 | Web | Kalocsai népművészet: írás, hímzés, pingálás | https://www.bacskiskun.hu/media/filmek/kalocsai-nepmuveszet-iras-himzes-pingalas |
| W15 | Web | János Vitéz Látogatóközpont Kiskőrös | https://www.bacskiskun.hu/latnivalok/janos-vitez-latogatokoezpont-kiskoroes |
| W16 | Web | ASTRICEUM Érseki Múzeum Kalocsa | https://www.bacskiskun.hu/latnivalok/astriceum-erseki-muzeum-kalocsa |
| W17 | Web | Bács-Kiskun Vármegye Önkormányzata – Turizmusfejlesztés | https://www.bacskiskun.hu/lap/turizmusfejlesztes |

# Módszertan és értelmezési keret

1. Az értékelés alapja a GSTC Destination Criteria v2.0 magyar nyelvű kritériumlistája (38 kritérium).

2. A megfelelés nem hivatalos tanúsítás, hanem desk research alapú gap analysis: a feltöltött helyzetelemzés, kutatási terv, megyei fejlesztési dokumentumok és hivatalos webes források alapján készült.

3. Pontozás: Megfelel = 1 pont; Részben megfelel = 0,5 pont; Nem felel meg = 0 pont.

4. Részben megfelel minősítést kapott az a kritérium, ahol az irány helyes és vannak bizonyítékok, de hiányzik a teljes desztinációs lefedettség, a formalizált rendszer, a nyilvános monitoring vagy a rendszeres bizonyítás.

5. A százalékos megfelelés képlete: elért pontszám / adott témakör összes kritériuma.

6. A legnagyobb módszertani korlát: több területen nincs még nyilvános, rendszeres desztinációs riportálás, ezért a konzervatív besorolás indokolt volt.

| Státusz | Pont | Jelentés |
|---|---|---|
| Megfelel | 1.0 | Erős és desztinációs szintű bizonyíték. |
| Részben megfelel | 0.5 | A megfelelés iránya azonosítható, de hiányos a rendszer vagy a bizonyítás. |
| Nem felel meg | 0.0 | Nem azonosítható érdemi megfelelés vagy nyilvános bizonyíték. |

| Mutató | Érték |
|---|---|
| Összes kritérium | 38 |
| Megfelel | 5 |
| Részben megfelel | 29 |
| Nem felel meg | 4 |
| Összes pontszám | 19.5 |
| Összesített megfelelés | 51.3% |

**Bács-Kiskun Megye Turizmusfejlesztési Stratégiája és Operatív Terve 2026-2040**
**egyeztetési változatára érkezett észrevételek és az azokra adott tervezői válaszok**

| Sorszám | Javaslattevő megnevezése | Fejezet, oldalszám | Hivatkozott szöveg | Észrevétel | Szövegszerű módosítási javaslat | Véleményre adott tervezői válasz | Átvezetés státusza / fejezet |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 1 | Aktív Magyarország Fejlesztési Központ (AMFK) | Célrednszer, 15. oldal | | GSTC értékelést hogyan kívánják megavalósítani? Ez egy fizetős szolgáltatás. Ha az ingyenes önértélesérlől van szó, akkor ezt kérjük pontosítani. | | Az észrevételt köszönjük. A stratégia célja, hogy Bács-Kiskun vármegye turisztikai fejlesztései desztinációs, attrakciós és szolgáltatói szinten egyaránt a GSTC nemzetközi fenntarthatósági standardjaihoz igazodjanak.<br><br>A GSTC kritériumrendszere térítésmentesen hozzáférhető, magyar nyelven is rendelkezésre áll, így annak alkalmazása önmagában nem jelent licenc- vagy hozzáférési költséget. A standardoknak való megfelelést ugyanakkor dokumentumokkal, adatokkal, szabályzatokkal, működési gyakorlatokkal és egyéb bizonyítékokkal kell igazolni.<br><br>Az új turisztikai fejlesztések esetében a stratégia javasolja, hogy már a tervezés és a beruházás-előkészítés során követelményként jelenjen meg a releváns GSTC-standardoknak való megfelelés, és ahol erre megfelelő minősítési vagy tanúsítási rendszer rendelkezésre áll, a fejlesztés részeként a külső minősítés megszerzése is. Ennek várható költségét – beleértve a felkészítést, az esetlegesen szükséges működési vagy műszaki módosításokat, valamint a minősítés/tanúsítás költségét – már a beruházási költségvetés tervezésekor indokolt figyelembe venni.<br><br>A már működő attrakciók, szolgáltatások és desztinációk esetében szintén törekedni kell a GSTC-standardokhoz való fokozatos felzárkózásra. Első lépésként célszerű a jelenlegi megfelelés dokumentált felmérése és a hiányosságok azonosítása, ezt követően pedig fejlesztési terv alapján a megfelelés javítása, majd – ahol szakmailag és gazdaságilag indokolt – a minősítés megszerzése. | Átvezetésre került. Fejezet: 3.1 Alapelvek. |
| 2 | Aktív Magyarország Fejlesztési Központ (AMFK) | Stratégiai alapelvek, 18. oldal | | Hálózati gondolkodásnál kérjük kiemelni az aktív turisztikai hálózatokat, nem csak az EuroVelot, de a vízi hálózatokat is. Illetve javasolt még a pontosítás, hogy tematikus útvonalak kialakítása, illetve az attrakciók hálózatba fűzése. | | Az észrevételt elfogadjuk. A hálózati gondolkodás alatt nem kizárólag az EuroVelo-hálózat fejlesztését értjük. A stratégia pontosításra került annak érdekében, hogy egyértelműen megjelenjenek a kerékpáros hálózatok mellett a vízi és más aktív turisztikai hálózatok, továbbá a tematikus útvonalak, valamint az attrakciók és szolgáltatók hálózatba szervezése is. A hálózatos fejlesztés célja nem pusztán a fizikai útvonalak összekapcsolása, hanem a kapcsolódó szolgáltatások, programok, információs rendszerek és értékesíthető turisztikai ajánlatok összehangolása is. | Átvezetésre került. Fejezet: 3.1 Alapelvek; 2.2.6.2. Kerékpáros infrastruktúra: EuroVelo, országos és helyi útvonalak. |
| 3 | Aktív Magyarország Fejlesztési Központ (AMFK) | 2.2.8. A vármegye desztinációinak bemutatása és pozicionálása, 59.oldal | A térség emellett a vármegye kerékpározásra legalkalmasabb része. | Nem értek egyet ezzel. A kerékpározásra alkalmas területet nem lehet egy térségbe beéezsúfolni, itt hálózatokról kell beszélni. A Homokhátságon, a süppedő homokban képtelenség kerékpározni. Épp, hogy a legkevésbé alkalmas területnek mondanám. Alkalmas útvonal az, ahol a kerékpáros biztonságban tud haladni, önálló kerékpárútob vagy arra kijelölt alacsonyforgalmú utakon úgy, hogy abban nincsenek hálózati szakadások, vagy ha vannak, azokat könynen át lehet hidalni. A térségben kerékpározásra a legalkalmasabb terület az EV6, EV11, EV13 útvonal, illetve a töltések mentén is érdemes gondokozni, például a DVCS melletti útvonalkban, ahol lehetőleg árnyas területen lehet kerékpározni. Emelett érdemes tematikus kerékpáros útvonalakat kialakítani, például a Sváb sarokban. A 30. as ábra továbbá nagyon zavaros, nem átgondolt, mintha ide lenne minden beletéve, aminek máshol nem volt hely. | | Az észrevételt elfogadjuk. A „vármegye kerékpározásra legalkalmasabb része” megfogalmazás valóban túlzottan általánosító, ezért ezt pontosítjuk. A kerékpározhatóságot nem teljes térségek egységes tulajdonságaként, hanem útvonalszinten indokolt értékelni, figyelembe véve többek között a burkolatot, a közlekedésbiztonságot, a hálózati folytonosságot, a forgalmi viszonyokat és a kapcsolódó turisztikai szolgáltatásokat. Ennek megfelelően a stratégia hangsúlyosabban kezeli az EuroVelo 6, 11 és 13 útvonalakat, a folyók, töltések és csatornák mentén kialakítható kapcsolatokat, valamint a Sváb Sarokhoz hasonló tematikus kerékpáros útvonalak kialakításának lehetőségét. A Homokhátság esetében pedig az egyes nyomvonalak tényleges haszálhatóságát felülvizsgáljauk, különös tekintettel a homokos terepszakaszokra. A 30. ábrát ennek megfelelően tartalmilag és vizuálisan is egyszerűsítjük, hogy a térségi és hálózati kapcsolatok egyértelműbben jelenjenek meg. | Átvezetésre került. Fejezet: 2.2.8. A megye desztinációinak bemutatása és pozicionálása; 2.2.6.2. Kerékpáros infrastruktúra: EuroVelo, országos és helyi útvonalak. |
| 4 | Aktív Magyarország Fejlesztési Központ (AMFK) | 2.2.9. 64.oldal | a Duna mente és Baja a vízi, öko- és rendezvényturizmus egyik legfontosabb kapuja; a Tisza mente a termál és vízhez kötődő pihenés fő tere; Hajós és Sváb sarok | Mindenhova beletenném, hogy aktív turizmzs, mert a kerékpáros turizmus számára is ideális, nem csak a Homokhátság alkalmas az aktív turimusra a megyében, ezt kérném végig javítani | | Az észrevételt elfogadjuk. A Duna mente és Baja, a Tisza mente, valamint Hajós és a Sváb Sarok térsége egyaránt rendelkezik kerékpáros, vízi, gyalogos vagy más aktív turisztikai kapcsolódásokkal. A szöveget és a kapcsolódó ábrákat ennek megfelelően pontosítjuk annak érdekében, hogy az aktív turizmus vármegye egészét átszövő, hálózati jellegű termékként jelenjen meg, az egyes térségek eltérő adottságainak és ténylegesen használható útvonalainak figyelembevételével. | Átvezetésre került. Fejezet: 2.2.8. A megye desztinációinak bemutatása és pozicionálása; 2.2.9. A megye tematikus turisztikai kínálatának a bemutatása, pozicionálása; 2.2.6.2. Kerékpáros infrastruktúra: EuroVelo, országos és helyi útvonalak. |
| 5 | Aktív Magyarország Fejlesztési Központ (AMFK) | 3.1.2. 108.oldal | aktív és víziturizmus | Amennyiben itt az evezős turizmusra gondoltak, úgy kérjük ezt egybe vonni, azaz aktív turizmus. Amennyiben más egyéb vízen megvalósuló turizmusra, úgy kérjük ezt pontosítani (hajós?) | | Az észrevételt elfogadjuk, a fogalomhasználatot pontosítjuk. Az evezős, kajak-kenu és egyéb, emberi erővel végzett vízitúrázás az aktív turizmus része, ezért ezek esetében az „aktív és víziturizmus” párhuzamos megnevezés valóban félreérthető. Ezeket az aktív turizmuson belüli víziturisztikai részterületként kezeljük. Ettől ugyanakkor megkülönböztetjük a motoros vagy személyhajózáshoz, kikötői szolgáltatásokhoz, illetve a vízparti üdüléshez és rekreációhoz kapcsolódó turisztikai kínálatot, amely eltérő infrastruktúrát és fejlesztési logikát igényel. | Átvezetésre került. Fejezet: 3.2.2.1. Egészségturizmus – a pozicionáló termék; 3.1.2. |

| Sorszám | Javaslattevő megnevezése | Fejezet, oldalszám | Hivatkozott szöveg | Észrevétel | Szövegszerű módosítási javaslat | Véleményre adott tervezői válasz | Átvezetés státusza / fejezet |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| **6** | Aktív Magyarország Fejlesztési Központ (AMFK) | 3.1.2. 108 oldal | GSTC-alapú minőségi keret egységes standardokat teremt | Ez többször megjlenik a dokumentumban, de pontosan ez alatt mit értenek, kérjük ezt kifejteni. GSCT alapon hoznak létre egy megyei minősítési rendszert? Maga a GSTC minősítés költséges. | | Az észrevételt köszönjük, a megfogalmazást pontosítjuk. A stratégia nem önálló, vármegyei GSTC-minősítési vagy védjegyrendszer létrehozását javasolja, hanem azt, hogy a turisztikai fejlesztések desztinációs, attrakciós és szolgáltatói szinten egyaránt a releváns GSTC-standardokhoz igazodjanak.<br><br>A GSTC kritériumrendszere térítésmentesen, magyar nyelven is hozzáférhető, így annak alkalmazása önmagában nem jelent hozzáférési vagy licencköltséget. A standardoknak való megfelelést azonban dokumentálni és megfelelő bizonyítékokkal alátámasztani szükséges.<br><br>Az új turisztikai fejlesztések esetében javasolt, hogy már a projekttervezés és a beruházás-előkészítés során követelményként jelenjen meg a releváns GSTC-standardoknak való megfelelés, és ahol erre megfelelő, elismert minősítési vagy tanúsítási rendszer rendelkezésre áll, a fejlesztés részeként a minősítés megszerzése is. Ennek költségét – ideértve a felkészítést, az esetlegesen szükséges műszaki és működési módosításokat, valamint a minősítési vagy tanúsítási eljárás díját – a beruházási költségek között előre szükséges tervezni.<br><br>A meglévő attrakciók, szolgáltatások és desztinációk esetében szintén cél a GSTC-standardoknak való fokozatos megfelelés. Ennek első lépése a jelenlegi állapot dokumentált felmérése és a megfelelési hiányosságok azonosítása, majd ezek alapján fejlesztési terv készítése és végrehajtása. Ahol ez szakmailag és gazdaságilag indokolt, a folyamat célja a megfelelő külső minősítés megszerzése is. | Átvezetésre került. Fejezet: 3.1 Alapelvek; 3.1.2. |
| **7** | Aktív Magyarország Fejlesztési Központ (AMFK) | 3.1.2. 108. oldal | | Az egészségturizmus részben is helye van az aktív turizmusnak. Például egészségmegőrzés céljából végzett testmozgás- nordic walking | | Az észrevételt elfogadjuk. Az egészségturizmus fejlesztését nem kizárólag a gyógyászati és wellness-szolgáltatásokra építjük: fontos kapcsolódási területet jelentenek a prevenciót, az egészségmegőrzést és az aktív életmódot támogató programok is. Ide tartozhat például a vezetett gyaloglás, a nordic walking, a könnyebb kerékpározás vagy más, az egészségi állapothoz és terhelhetőséghez igazított mozgásprogram. Ezzel az egészség- és aktív turizmus termékpilléreinek kapcsolata a stratégiában is egyértelműbben megjelenik. | Átvezetésre került. Fejezet: 3.2.2.1. Egészségturizmus – a pozicionáló termék; 3.1.2. |
| **8** | Aktív Magyarország Fejlesztési Központ (AMFK) | | A fejlesztések területi koncentrációja | Nem egyértelmű, mi indokolja, hogy a tervezett kerékpáros infrastruktúra-fejlesztések ilyen erősen a vármegye déli részére, különösen az EuroVelo 13 térségére koncentrálódnak. Javasolt ennek szakmai és turisztikai indoklását bemutatni. | | Az észrevételt elfogadjuk. A déli térség és az EuroVelo 13 kiemelését elsősorban a nemzetközi hálózati kapcsolat, a határ menti turisztikai potenciál, valamint a déli térségek turisztikai felzárkóztatásának igénye indokolta. Ugyanakkor egyetértünk azzal, hogy ez önmagában nem indokolhatja a kerékpáros infrastruktúra-fejlesztések ilyen mértékű területi koncentrációját. A fejlesztési prioritásokat ezért pontosítjuk: az EuroVelo 6, 11 és 13 útvonalakat, valamint a vármegye belső és tematikus kerékpáros kapcsolatait egységes szempontrendszer alapján szükséges értékelni. Ennek során figyelembe kell venni a hálózati jelentőséget, a közlekedésbiztonságot, a turisztikai keresletet, az attrakciók és szolgáltatások elérhetőségét, valamint az egyes fejlesztések előkészítettségét. A stratégia ennek megfelelően nem kíván elsőbbséget biztosítani az EV13-nak.. | Átvezetésre került. Fejezet: 2.2.8. A megye desztinációinak bemutatása és pozicionálása; 2.2.6.2. Kerékpáros infrastruktúra: EuroVelo, országos és helyi útvonalak. |
| **9** | Aktív Magyarország Fejlesztési Központ (AMFK) | | A tervezett 45 km új kerékpárút szakmai indokoltsága és szükségessége | A stratégia közel 45 km új kerékpárút építésével számol, de nem derül ki kellően, hogy pontosan mely szakaszokról van szó, illetve milyen forgalmi, közlekedésbiztonsági vagy turisztikai igény támasztja alá ezt a fejlesztési volument. Az Eurovelo útvonalak többsége (jelen esetben majdnem a teljes szakasz) 1500 e.j. / nap forgalmú utakon van kitáblázva, ahol indokolatlan az önálló kerékpárút építése. A forgalmas szakaszok, mint pl. Csátalja és Nagybaracska közötti rész természetesen támogatott, ám máshol nem. | | Az észrevételt elfogadjuk. A stratégiában szereplő 45 km-es érték előzetes tervezési becslésként került meghatározásra, nem tekinthető olyan kötelező fejlesztési célnak, amely minden érintett szakaszon önálló kerékpárút építését feltételezi. A végleges fejlesztési igényt a projektesítés során szakaszonként szükséges meghatározni.<br><br>Egyetértünk azzal, hogy megfelelően alacsony forgalmú és biztonságosan kerékpározható közutakon nem indokolt automatikusan elkülönített kerékpárút építése. A fejlesztési lista ezért külön fogja kezelni azokat a szakaszokat, ahol új infrastruktúra építése indokolt, illetve azokat, ahol a meglévő útvonal kijelölése, kitáblázása, burkolatának vagy közlekedésbiztonságának javítása megfelelő megoldást jelenthet. A Csátalja–Nagybaracska szakaszhoz hasonló, közlekedésbiztonsági szempontból indokolt fejlesztéseket ennek alapján kell prioritásként kezelni. A 45 km-es összesített célértéket ennek megfelelően felülvizsgáljuk és tételes szakaszlistával szükséges alátámasztani. | Átvezetésre került. Fejezet: 2.2.8. A megye desztinációinak bemutatása és pozicionálása; 2.2.6.2. Kerékpáros infrastruktúra: EuroVelo, országos és helyi útvonalak. |
| **10** | Aktív Magyarország Fejlesztési Központ (AMFK) | | Hálózatfejlesztés a tematikus erőterek mentén | A kerékpáros hálózat fejlesztését elsősorban a stratégia 29. ábráján meghatározott tematikus erőterek környezetében javasoljuk vizsgálni. Célszerű felmérni azokat a lehetséges tematikus kerékpáros útvonalakat és körtúrákat, amelyek meglévő és tervezett hálózati elemek összekapcsolásával, valamint turisztikai attrakciók és szolgáltatók felfűzésével önálló, jól értékesíthető turisztikai termékké szervezhetők. | | Az észrevételt elfogadjuk. A stratégia kerékpáros fejlesztéseinek valóban szorosabban kell kapcsolódniuk a meghatározott tematikus turisztikai erőterekhez. A hálózatfejlesztés célja nem önmagában kerékpáros infrastruktúra létrehozása, hanem olyan útvonalak és körtúrák kialakítása, amelyek turisztikai attrakciókat, településeket, szálláshelyeket, vendéglátóhelyeket, helyi termelőket és egyéb szolgáltatásokat kapcsolnak össze.<br><br>Ennek megfelelően a stratégia kiegészítésében a tematikus erőterek környezetében kialakítható kerékpáros körök és útvonalak önálló vizsgálati szempontként jelennek meg. Ezek az infrastruktúra-fejlesztést és a turisztikai termékfejlesztést kapcsolják össze, azzal a céllal, hogy az útvonalak önállóan kommunikálható és értékesíthető turisztikai termékként is működhessenek. | Átvezetésre került. Fejezet: 2.2.8. A megye desztinációinak bemutatása és pozicionálása; 2.2.6.2. Kerékpáros infrastruktúra: EuroVelo, országos és helyi útvonalak. |
| **11** | Aktív Magyarország Fejlesztési Központ (AMFK) | | A hálózati hiányok és kapcsolatok feltárása | A fejlesztendő desztinációk kijelölését követően szükséges részletesen felmérni a meglévő kerékpáros hálózatot és annak szakadási pontjait, valamint azonosítani a térségi központokat, alközpontokat és főbb kapcsolódási pontokat. A hálózat fejlesztése nem kizárólag új kerékpárutak építésével, hanem meglévő, kerékpározásra alkalmas útvonalak kijelölésével, táblázásával és egységes hálózatba szervezésével is megvalósítható. (pl. a Sváb sarok jelenleg nem köthető be sem az EV 6 -ba , illetve tematikus körök kijelölése is nehézkes) | | Az észrevételt elfogadjuk. A fejlesztés alapját a meglévő hálózat, a hálózati szakadások, valamint a térségi központok, alközpontok és turisztikai csomópontok részletes felmérésének kell képeznie. A stratégia pontosításakor egyértelműen megkülönböztetjük az új infrastruktúra építését igénylő hiányokat azoktól a kapcsolatoktól, amelyek meglévő, kerékpározásra alkalmas utak kijelölésével, kitáblázásával, kisebb közlekedésbiztonsági beavatkozással vagy szolgáltatásfejlesztéssel létrehozhatók.<br><br>A Sváb Sarok és az EuroVelo 6 kapcsolatának vizsgálatát is indokoltnak tartjuk. A cél olyan összefüggő hálózat kialakítása, amelyben nem kizárólag az épített kerékpárutak, hanem minden biztonságosan és megfelelő minőségben használható kerékpáros nyomvonal szerepet kaphat. | Átvezetésre került. Fejezet: 2.2.8. A megye desztinációinak bemutatása és pozicionálása; 2.2.6.2. Kerékpáros infrastruktúra: EuroVelo, országos és helyi útvonalak. |

| Sorszám | Javaslattevő megnevezése | Fejezet, oldalszám | Hivatkozott szöveg | Észrevétel | Szövegszerű módosítási javaslat | Véleményre adott tervezői válasz | Átvezetés státusza / fejezet |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| **12** | Aktív Magyarország Fejlesztési Központ (AMFK) | | Kapcsolódás a vármegyei kerékpáros főhálózati tervhez | Javasolt a tervezett kerékpáros fejlesztéseket egyértelműen összevezetni a Vármegyei Kerékpárforgalmi Főhálózati Tervvel, és bemutatni, hogy azok mely azonosított hálózati hiányokat és prioritásokat kezelik. A fejlesztések kijelölésénél indokolt figyelembe venni a már meglévő műszaki tervekkel, engedélyes tervvel vagy építési engedéllyel rendelkező szakaszokat is, mivel ezek előkészítettsége jelentősen befolyásolja a megvalósíthatóságot és a fejlesztések ütemezését. | | Az észrevételt elfogadjuk. A Vármegyei Kerékpárforgalmi Főhálózati Terv a stratégiai kerékpáros fejlesztések egyik meghatározó szakmai alapdokumentuma, ezért a fejlesztési javaslatok és a főhálózati terv közötti kapcsolatot a dokumentumban egyértelműbbé tesszük.<br><br>A fejlesztések priorizálásánál külön szempontként vesszük figyelembe, hogy az adott szakasz milyen hálózati hiányt szüntet meg, milyen turisztikai funkciót lát el, továbbá milyen előkészítettségi szinten áll. A már elkészült tanulmánytervvel, műszaki vagy engedélyezési tervvel, illetve építési engedéllyel rendelkező fejlesztések magasabb megvalósíthatósága indokolja, hogy ezek az operatív tervezés során külön prioritási szempontot kapjanak. | Átvezetésre került. Fejezet: 2.2.8. A megye desztinációinak bemutatása és pozicionálása; 2.2.6.2. Kerékpáros infrastruktúra: EuroVelo, országos és helyi útvonalak. |
| **13** | Aktív Magyarország Fejlesztési Központ (AMFK) | | Kirajzolódó kerékpáros körök bezárása | Javasolt külön vizsgálni azokat a térségeket, ahol a meglévő és már előkészített kerékpáros infrastruktúra alapján nagyobb, összefüggő kerékpáros körök alakíthatók ki. A Solt–Kiskőrös–Kalocsa kör esetében a hálózat jelentős része már rendelkezésre áll, egyes hiányzó szakaszok pedig tervvel is rendelkeznek, így viszonylag kis beavatkozással teljes kör zárható. A Kalocsa–Hajós–Kecel kapcsolat ennél kevésbé előkészített, de itt is érdemes vizsgálni a meglévő elemek összekapcsolását és a főbb szakadási pontok fokozatos megszüntetését. | | Az észrevételt elfogadjuk. A már meglévő vagy előkészített hálózati elemekből viszonylag kis további beavatkozással kialakítható összefüggő kerékpáros körök fejlesztése kifejezetten illeszkedik a stratégia hálózati és termékfejlesztési szemléletéhez. | Átvezetésre került. Fejezet: 2.2.8. A megye desztinációinak bemutatása és pozicionálása; 2.2.6.2. Kerékpáros infrastruktúra: EuroVelo, országos és helyi útvonalak. |
| **14** | Aktív Magyarország Fejlesztési Központ (AMFK) | | Tematikus kapcsolatok és új turisztikai termékek kialakítása | Javasolt vizsgálni Hajós bekötését az EuroVelo 6 hálózatába, valamint az erre építhető tematikus kerékpáros útvonalak kialakítását. Ilyen lehet például egy bor- és gasztronómiai kerékpáros körút, amely Hajóst és a térség pincészeteit a Duna menti útvonallal, akár a szekszárdi borvidékkel is összekapcsolja. A kapcsolatrendszer kialakításánál indokolt figyelembe venni az új Kalocsa–Paks Duna-híd adta lehetőségeket, valamint Kalocsa megfelelő kerékpáros bekötését a hídhoz, amely új, vármegyén átnyúló turisztikai tengelyeket és körtúrákat tehet lehetővé. | | Hajós és a Sváb Sarok EuroVelo 6 hálózathoz történő kapcsolása turisztikai szempontból különösen indokolt, mivel a kerékpáros infrastruktúra ebben az esetben közvetlenül összekapcsolható a vármegye bor- és gasztronómiai kínálatával.<br><br>A stratégia ennek megfelelően számol olyan tematikus kerékpáros útvonalak és körtúrák kialakításának vizsgálatával, amelyek Hajóst, a térség pincészeteit és más turisztikai szolgáltatóit az EV6-tal, illetve a Duna túloldalának turisztikai kínálatával is összekapcsolhatják. A Kalocsa–Paks Duna-híd új hálózati lehetőséget teremt, ezért Kalocsa, a híd, Hajós és a szekszárdi borvidék közötti kerékpáros kapcsolatok turisztikai szempontú vizsgálatát is beépítjük a fejlesztési irányok közé. A cél olyan megyehatáron átnyúló kerékpáros termékek kialakítása, amelyek több turisztikai témát – aktív turizmust, bort, gasztronómiát és kulturális örökséget – kapcsolnak össze. | Átvezetésre került. Fejezet: 2.2.8. A megye desztinációinak bemutatása és pozicionálása; 2.2.6.2. Kerékpáros infrastruktúra: EuroVelo, országos és helyi útvonalak. |
| **15** | Aktív Magyarország Fejlesztési Központ (AMFK) | | Kapcsolódás a Közép-Duna menti aktív turisztikai fejlesztésekhez | Javasolt a stratégia kiegészítése a Közép-Duna mentén már megkezdett és előkészített aktív turisztikai fejlesztések figyelembevételével. A 1612/2021. (VIII. 18.) Korm. határozat alapján a térségben összehangolt kerékpáros és vízi turisztikai fejlesztések indultak, amelyek célja a Duna két partjának, ezen keresztül Bács-Kiskun és Tolna vármegye turisztikai kínálatának összekapcsolása. Javasolt a korábban kidolgozott térségi kerékpáros körök, valamint az új Kalocsa–Paks Duna-híd adta hálózati lehetőségek beépítése a stratégia kerékpáros fejlesztési irányaiba. A fejlesztés keretében létrejön a Közép-Duna kerékpáros kör (Solt-Kalocsa-Paks-Dunaföldvár)-és a Nagy-Duna kerékpáros kör (Solt-Baja-Szekszárd-Dunaföldvár). | | A stratégia tervezése során a Közép-Duna Menti Fejlesztési Ügynökség turisztikai fejlesztési stratégiáját és az abban megfogalmazott fejlesztési irányokat, projektjavaslatokat kiemelten figyelembe vettük. A Bács-Kiskun megyei turizmusfejlesztési stratégia ezzel szinergiában készült, különös tekintettel a Duna menti aktív turisztikai, kerékpáros és vízi turisztikai kapcsolatokra. A szükséges pontosításokat a dokumentum szövegében átvezettk.<br><br>A stratégiai tervezés részeként külön mélyinterjú készült a Közép-Duna Menti Fejlesztési Ügynökség vezetőjével is, így a térség fejlesztési szempontjai nem kizárólag dokumentumelemzésen keresztül, hanem közvetlen szakmai egyeztetés során is beépültek a tervezésbe. | Átvezetésre került. Fejezet: 2.2.8. A megye desztinációinak bemutatása és pozicionálása; 2.2.6.2. Kerékpáros infrastruktúra: EuroVelo, országos és helyi útvonalak. |
| **16** | Aktív Magyarország Fejlesztési Központ (AMFK) | 2.2.10 67. oldal | A zöld infrastruktúra, a víztakarékos üzemeltetés, az árnyékolás, a rugalmas programkínálat és a négyévszakos működés 2040-re minden fontos terméknél versenyképességi tényező lesz. | Az elmúlt évek és a klíma-előrejelzések alapján nagy valószínűséggel már bőven 2040 előtt lesznek olyan nyári időszakok, amelyek teljesen alkalmatlanok lesznek vízitúrázásra. Emiatt véleményünk szerint a négy évszakos működés nem lesz lehetséges, és a vízi turisztika vonatkozásában a tavaszi és őszi időszakok bevonása mellett akár a téli időszak kihasználása lehetne reálisabb cél. | | A „négyévszakos működés” alatt nem azt értjük, hogy valamennyi turisztikai terméknek, ezen belül minden szabadtéri vagy vízi turisztikai programnak az év minden időszakában működnie kell. A stratégiai cél a vármegye turisztikai portfóliójának szezonalitáscsökkentése, amelyhez az egyes termékek eltérő időszakokban járulhatnak hozzá.<br><br>A víziturizmus esetében különösen fontos a klímaváltozás hatásaihoz való alkalmazkodás. A programok működtetését a hőmérsékleti viszonyokhoz, a vízálláshoz, a vízminőséghez és a biztonságos használat feltételeihez kell igazítani. Egyetértünk azzal, hogy a hagyományos nyári főszezon mellett egyre fontosabbá válhat a tavaszi és őszi időszak, megfelelő feltételek mellett pedig bizonyos vízi vagy kapcsolódó aktív programok esetében a téli kínálat is vizsgálható. A szöveget ennek megfelelően pontosítjuk: a cél nem valamennyi vízi turisztikai szolgáltatás egész éves működtetése, hanem a szezon rugalmas, éghajlati és biztonsági feltételekhez igazodó kiterjesztése. | Átvezetésre került. Fejezet: 2.2.10. A jelenlegi turisztikai termékek életciklusban elfoglalt helye és annak várható változása 2040-ig. |
| **17** | Aktív Magyarország Fejlesztési Központ (AMFK) | 2.4.6 84. oldal | A klímaváltozás a turizmusban egyszerre keresleti és kínálati kérdés: módosítja a szezonalitást, a vízhez kötődő keresletet és a kültéri programok kockázatait. A hőhullámok, az aszály, a vízhiány és a szélsőséges időjárás egyre közvetlenebbül érintik a Duna–Tisza közi térséget. | A klímaváltozás leginkább a magas hőmérséklettel korlátozza az aktív turizmust, és ez a hatás a tervezési időszakban egyre meghatározóbb lesz. Mivel ez a korlátozás a stratégia alapvető céljait veszélyezteti, ezért indokolt lenne egy, a felületes megállapításoknál sokkal mélyebb vizsgálata a kérdésnek. Könnyen lehet, hogy 2040-re teljes hónapok válnak alkalmatlanná az aktív turizmus nappali órákban való művelésére. | | A klímaváltozás, ezen belül a hőhullámok, az aszály, a vízhiány és a szélsőséges időjárási események Bács-Kiskun vármegye esetében nem általános háttérkockázatként, hanem a turisztikai kínálat jövőbeli működőképességét közvetlenül befolyásoló tényezőként kezelendők.<br><br>A stratégia ezért a klímaalkalmazkodást önálló fejlesztési irányként is kezeli, ugyanakkor egyetértünk azzal, hogy annak turisztikai következményeit termékenként és szezonálisan is részletesebben szükséges bemutatni. Külön vizsgálandó az aktív és ökoturisztikai programok hőségérzékenysége, a vízi turisztikai útvonalak használhatóságának változása, a szabadtéri programok időbeli átrendeződése, valamint az alternatív programkínálat kialakításának szükségessége.<br><br>A stratégiai időtáv miatt ugyanakkor nem tartjuk megalapozottnak annak előzetes kijelentését, hogy 2040-re pontosan mely hónapok vagy időszakok válnak alkalmatlanná egy adott tevékenységre. Ehelyett olyan monitoring- és klímaadaptációs rendszer kialakítását javasoljuk, amely a tényleges hőmérsékleti, vízállási, vízminőségi, tűzveszélyességi és egyéb környezeti adatok alapján lehetővé teszi az egyes programok szezonális és akár napi szintű alkalmazkodását. | Nem került átvezetésre; lásd a szakértői választ. |

| Sorszám | Javaslattevő megnevezése | Fejezet, oldalszám | Hivatkozott szöveg | Észrevétel | Szövegszerű módosítási javaslat | Véleményre adott tervezői válasz | Átvezetés státusza / fejezet |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| **18** | Aktív Magyarország Fejlesztési Központ (AMFK) | 2.5.6 93. oldal | 2.5.6. Nemzeti Vízitурisztikai Stratégia pont teljes szövege | Az első négy bekezdésben az NVTS-re történő hivatkozás nem megalapozott. Vannak bennük az NVTS általános szemléletével összhangban álló elemek – hálózatosság, természetközeliség, kezdők bevonása, más túratípusok kapcsolása, fenntarthatóság –, de ezeket a szerző Bács-Kiskunra vonatkozó konkrét stratégiai állításokká alakította anélkül, hogy ilyen állítások az NVTS-ben szerepelnének. A „térségi jelentőségű" összefoglaló minősítés pedig a Duna esetében konkrétan szembemegy az NVTS 2035-ös nemzetközi célértékével. | | Az észrevételt elfogadjuk. A Nemzeti Vízitурisztikai Stratégia általános szakmai irányai – így különösen a hálózatos fejlesztés, a természetközeliség, az új célcsoportok bevonása, az aktív turisztikai termékek összekapcsolása és a fenntarthatóság – megalapozzák a megyei tervezés szemléletét.<br><br>A fejezetet ennek megfelelően pontosítjuk. A Bács-Kiskun vármegye vízitурisztikai szerepére, fejlesztési lehetőségeire és a Duna, illetve a Tisza jövőbeli turisztikai pozíciójára vonatkozó megállapításokat a továbbiakban nem a Nemzeti Vízitурisztikai Stratégia Bács-Kiskunra vonatkozó konkrét előírásaiként, hanem a jelen stratégia tervezői következtetéseiként kezeljük.<br><br>Egyetértünk továbbá azzal is, hogy a Duna turisztikai pozicionálásánál nem indokolt annak szerepét pusztán „térségi jelentőségűként" meghatározni, amennyiben a nemzeti fejlesztési cél a nemzetközi vízitурisztikai szerep erősítésére irányul. A megfogalmazást ezért a nemzeti célrendszerrel összhangban pontosítjuk. | Átvezetésre került. Fejezet: 2.5.6. Nemzeti Vízitурisztikai Stratégia. |
| **19** | Aktív Magyarország Fejlesztési Központ (AMFK) | 35. táblázat, 152. oldal | Minimum 15 megállóhely fejlesztése vagy létrehozása – WWAPstandard szerint<br>• teljes körű kikötő fejlesztése Baján, Kalocsán, Tiszakécskén és Mohácsi híd térségében<br>• Csomagszállítási logisztika és vízitúra-eszköz bérlési pontok kiépítése<br>• Kombinált vízi + kerékpáros útvonalak jelölése és csomagajánlatok kialakítása<br>• Holtágak turisztikai hasznosítása | Tiszakécskén nemrég épült egy modern vízitúra központ, Baján van közelmúltban fejlesztett vízitúra-megállóhely. Mindezek fényében érdemes lenne felülvizsgálni valóban szükség van-e a felsorolt helyeken teljes körű kikötőfejlesztésre - azzal együtt, hogy nem világos, hogy ez a kikötési lehetőség biztosításán kívül jelent-e még más szolgáltatást, infrastruktúrát is. | | Az észrevételt elfogadjuk. A stratégiában szereplő minimum 15 megállóhely fejlesztése vagy létrehozása nem 15 új, nagy léptékű vízitурisztikai központ megépítését jelenti, hanem egy működőképes megállóhely-hálózat kialakítását, amely meglévő, fejlesztendő és szükség szerint új elemekből áll.<br><br>A „teljes körű kikötőfejlesztés" megfogalmazást is pontosítjuk. A fejlesztés tartalma helyszínenként eltérhet, és nem feltétlenül jelent új kikötő építését. A szükséges beavatkozás a kikötési vagy vízre szállási lehetőség javításától a mosdó, öltöző, eszköztárolás, kölcsönzés, információszolgáltatás vagy kapcsolódó kerékpáros és szálláshelyi szolgáltatások fejlesztéséig terjedhet. A konkrét műszaki és szolgáltatási tartalmat minden helyszínen a meglévő kínálat, a várható kereslet és a fenntartható üzemeltethetőség alapján kell meghatározni. A már megvalósított és finanszírozott fejlesztések ismételt betervezését kerülni szükséges. | Átvezetésre került. Fejezet: 2.2.6.2. Kerékpáros infrastruktúra: EuroVelo, országos és helyi útvonalak. |
| **20** | Aktív Magyarország Fejlesztési Központ (AMFK) | 39. táblázat, 157. oldal | vízitурisztikai csomag (Dunavölgyi-főcsatorna, Kiskunságifőcsatorna Sugovica (Kamara-Duna) kajak-kenu körút, Tiszaholtágak túra) csomagolása | Tapasztalataink alapján akkor sikeres egy fejlesztés, ha már a tervezési szakaszban be vannak vonva a térségi szolgáltatók, akik az elkészült infrastruktúrát használó vízitурisztikai szolgáltatási tevékenységet fognak végezni. Teljesen hiábavaló nélkülük turisztikai termékeket létrehozni, mert ha nem illeszkedik a szolgáltatóhoz/szolgáltatókhoz, akkor nem fogják megvalósítani azokat. Hasonlóképpen felesleges nagy vízitúra központokat létrehozni anélkül, hogy valós igény lenne rájuk, és reális működési modell az üzemeltetésük támogatások nélküli biztosításához. Ennek a szempontnak a mellőzése általában hosszú távon gazdaságilag fenntarthatatlan infrastruktúrák létrehozásához vezet, amely kerülendő. Inkább legyenek a szolgáltatások és építmények szerényebbek, alap igényeknek megfelelők, minthogy később ne működjenek. | | Az észrevétellel teljes mértékben egyetértünk. A stratégia egyik alapelve éppen a hálózatos és partnerségi fejlesztés, ezért a vízitурisztikai termékek és infrastruktúrák konkrét előkészítése nem történhet az azokat később működtető és értékesítő helyi szolgáltatók nélkül.<br><br>A fejlesztések előkészítése során ezért már a tervezési fázisban be kell vonni az érintett vízitурisztikai vállalkozásokat, szálláshelyeket, attrakciókat, önkormányzatokat és az infrastruktúra lehetséges üzemeltetőit. A szolgáltatói együttműködésnek nemcsak konzultatív szerepet kell jelentenie: a csomagok kialakításában, az útvonalak meghatározásában, az eszköz- és csomagszállításban, az értékesítésben és az üzemeltetési modell kialakításában is részt kell venniük.<br><br>Egyetértünk azzal is, hogy önmagában a beruházás nem tekinthető eredménynek. Új, nagy léptékű vízitурisztikai infrastruktúra csak igazolt kereslet és reálisan fenntartható üzemeltetési modell mellett indokolt. A stratégia ezért a nagy kapacitású, de bizonytalan kihasználtságú létesítmények helyett elsősorban a tényleges helyi igényekhez igazodó, megfelelő léptékű és hosszú távon működtethető fejlesztéseket támogatja. A beruházások előkészítésénél vizsgálni szükséges a működtetőt, a várható látogatói forgalmat, az árazást, a fenntartási költségeket, a kapcsolódó szolgáltatásokat és azt is, hogy a működés támogatási forrás nélkül hosszú távon fenntartható-e. | Nem került átvezetésre; lásd a szakértői választ. |
| **21** | Judák Zsolt országgyűlési képviselő, Bács-Kiskun OEVK 03. | 2.2.7., 51–52. oldal; 4.4.1., 215. oldal | A dokumentum rögzíti, hogy a vármegye egyik meghatározó vonzereje a gyógyvíz, továbbá Kalocsa és Kiskörös gyógyfürdőinek energetikai korszerűsítését is nevesíti. | Kalocsa termálvíz-adottságai megjelennek, ugyanakkor a Kalocsai Csajda Gyógyfürdő komplex turisztikai fejlesztése nem kap önálló, nevesített szerepet. Indokolt, hogy az energetikai korszerűsítés mellett a fürdő szolgáltatási, medence-, kiszolgáló- és rekreációs fejlesztése is bekerüljön a stratégiai projektkörbe. | A Kalocsai Csajda Gyógyfürdő kerüljön nevesítésre az egészség- és fürdőturisztikai fejlesztések között, komplex fejlesztési célként, amely az energetikai korszerűsítés mellett a medencék, kiszolgálóegységek, rekreációs szolgáltatások és a turisztikai szolgáltatási színvonal fejlesztését is magában foglalja. | Köszönjük a javaslatot. A felvetés összhangban áll a stratégia egészségturisztikai fejlesztési irányaival. Kalocsa termálvíz-adottságai és a Csajda Gyógyfürdő szerepe a dokumentumban jelenleg is megjelenik, s egyetértünk azzal, hogy a fürdő fejlesztési lehetőségeit nem célszerű kizárólag az energetikai korszerűsítés szempontjából kezelni.<br><br>A stratégiában ezért a Kalocsai Csajda Gyógyfürdő komplex fejlesztési célként is nevesítésre kerül. A fejlesztési irány az energetikai korszerűsítés mellett kiterjedhet a medence- és kiszolgáló infrastruktúra, a rekreációs és egészségturisztikai szolgáltatások, valamint az általános vendégélmény és szolgáltatási színvonal fejlesztésére is.<br><br>A konkrét beruházási tartalmat, annak ütemezését és forrásigényét a későbbi projekt-előkészítés során, a műszaki állapot, a keresleti lehetőségek és a hosszú távú gazdaságos működtetés együttes vizsgálata alapján indokolt meghatározni. A stratégia ugyanakkor megfelelő keretet kíván biztosítani ahhoz, hogy a Csajda Gyógyfürdő fejlesztése a jövőbeni egészségturisztikai projektek között kellő súllyal jelenhessen meg. | Átvezetésre került. Fejezet: 2.2.8. A megye desztinációinak bemutatása és pozicionálása; 2.2.7. A 2015-től megvalósult és folyamatban lévő turisztikai beruházások bemutatása. |
| **22** | Judák Zsolt országgyűlési képviselő, Bács-Kiskun OEVK 03. | 4.5. Területi programok, 217. oldal | A Duna menti turisztikai térség fókuszterületeként Baja, Gemenc-kapcsolódás, Vajas-fok, Kalocsa és Hajós szerepel; a turisztikai logika a vízituризmusra, kulturális örökségre, bor- és gasztronómiára, valamint kerékpáros kapcsolatokra épül. | A térségi programban Kalocsa dunai kapcsolata erősíthető. A kalocsai Meszesi-Duna-part alkalmas arra, hogy Kalocsa kulturális örökségét közvetlenül összekapcsolja a Duna menti aktív, vízi és kerékpáros turizmussal. | A Duna menti turisztikai térség fókuszterületei között a „Kalocsa" megjelölés egészüljön ki „Kalocsa–Meszesi-Duna-part" megnevezéssel, és a projektcsomag térjen ki a vízparti rekreációs, rendezvény-, vízi és kerékpáros turisztikai kapcsolatok fejlesztésére. | A Meszesi-Duna-part jelenleg is megjelenik a helyzetelemzésben mint a kalocsai térség vízitурisztikai infrastruktúrájának fontos eleme, ugyanakkor indokolt ennek szerepét a területi program szintjén is hangsúlyosabban megjeleníteni.<br><br>Ennek megfelelően a Duna menti turisztikai térség bemutatását a „Kalocsa–Meszesi-Duna-part" kapcsolat egyértelműbb nevesítésével egészítjük ki. A fejlesztési irány célja, hogy Kalocsa országos jelentőségű kulturális és egyházi öröksége közvetlenebb kapcsolatba kerüljön a Duna menti aktív turisztikai kínálattal.<br><br>A Meszesi-Duna-part fejlesztési lehetőségei között a vízparti rekreáció, a vízituризmus, a kerékpáros kapcsolatok, valamint az ezekhez kapcsolódó rendezvény- és szolgáltatási funkciók egyaránt vizsgálandók. A konkrét beavatkozások meghatározása természetesen a terület adottságainak, a vízügyi és környezeti feltételeknek, valamint a fenntartható működtethetőségnek a figyelembevételével történhet. | Átvezetésre került. Fejezet: 2.2.8. A megye desztinációinak bemutatása és pozicionálása; 4.5 Területi programok. |

| Sorszám | Javaslattevő megnevezése | Fejezet, oldalszám | Hivatkozott szöveg | Észrevétel | Szövegszerű módosítási javaslat | Véleményre adott tervezői válasz | Átvezetés státusza / fejezet |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| **23** | Judák Zsolt országgyűlési képviselő, Bács-Kiskun OEVK 03. | 2.2.6., 46–49. oldal; 4.5., 217. oldal | A stratégia a Szelidi-tó környéki sétányokat és tanösvényeket családbarát, lassú turizmusra alkalmas infrastruktúraként értékeli, továbbá az EuroVelo 6 kapcsán a Dunapataj–Kalocsa–Baja térséget és a szelidi-tavi köröket egységes aktív turisztikai zónaként említi. | A Szelidi-tó térségi hatása akkor növelhető, ha Dunapataj, Kalocsa és a Duna menti útvonalak között fizikailag és turisztikai termékként is erősebb kapcsolat jön létre. | A Duna menti területi program egészüljön ki a Kalocsa–Dunapataj–Szelidi-tó turisztikai tengely nevesítésével, különös tekintettel a kerékpáros kapcsolatok további fejlesztésére és hálózatba szervezésére, az egységes útvonaljelzésre, pihenőpontokra és közös turisztikai csomagokra. | A stratégia jelenlegi helyzetelemzése már azonosítja a Duna-parti kerékpáros kapcsolatok, a Szelidi-tó környéki útvonalak és a Kalocsa–Dunapataj térség együttes aktív turisztikai potenciálját. A felvetés ezt a meglévő stratégiai logikát erősíti, ezért indokoltnak tartjuk annak területi program szintű egyértelműbb megjelenítését.<br><br>A dokumentumban ezért nevesítjük a Kalocsa–Dunapataj–Szelidi-tó turisztikai tengelyt, amelynek fejlesztése elsősorban a már meglévő turisztikai elemek hálózatba szervezésére épülhet. Kiemelt szempont a kerékpáros kapcsolatok folytonosságának javítása, az egységes és jól értelmezhető útvonaljelzés, a pihenő- és szolgáltatópontok fejlesztése, valamint a közös turisztikai csomagok kialakítása.<br><br>A cél az, hogy Kalocsa kulturális kínálata, Dunapataj települési és térségi szolgáltatásai, a Szelidi-tó rekreációs vonzereje és a Duna menti aktív turisztikai hálózat egymást erősítő, többnapos látogatásra is alkalmas kínálattá szerveződjön. | Átvezetésre került. Fejezet: 2.2.8. A megye desztinációinak bemutatása és pozicionálása; 2.2.6.4. Vízi turisztikai infrastruktúra; 2.2.6.2. Kerékpáros infrastruktúra: EuroVelo, országos és helyi útvonalak. |
| **24** | Judák Zsolt országgyűlési képviselő, Bács-Kiskun OEVK 03. | 2.2.8., 58. oldal; 4.4.4., 216–217. oldal | A dokumentum Kiskőrös Petőfi-kultuszát, múzeumi fejlesztéseit és borvidéki identitását országos vonzerőként értékeli, Soltvadkerttel közös kulturális-gasztronómiai-rekreációs tengelyt azonosít. Az operatív borútprogram ugyanakkor Hajós, Kecel, Baja–Kalocsa és kapcsolódó borászati helyszínek hálózatosítását nevesíti. | A helyzetelemzésben azonosított Kiskőrös–Soltvadkert borvidéki és kulturális tengely nincs kellő súllyal átvezetve az operatív bor- és gasztroturisztikai programba. Kecellel együtt egységes, többnapos térségi kínálat alakítható ki. | A borutak operatív programja egészüljön ki a Kiskőrös–Soltvadkert–Kecel térségi bor- és gasztroturisztikai hálózat nevesítésével, a Petőfi-örökséghez, a Vadkerti-tó rekreációs kínálatához, helyi pincészetekhez, termelőkhöz és gasztronómiai rendezvényekhez kapcsolódó közös csomagok kialakításával. | A javaslat fontos összhangot teremt a helyzetelemzésben azonosított térségi adottságok és az operatív program között. A stratégia Kiskőrös Petőfi-örökségét és borvidéki identitását, valamint Soltvadkert rekreációs és gasztronómiai szerepét már jelenleg is egymást kiegészítő térségi tengelyként kezeli. Indokolt, hogy ez a logika az operatív bor- és gasztroturisztikai programban is markánsabban megjelenjen.<br><br>Ennek megfelelően a programot kiegészítjük a Kiskőrös–Soltvadkert–Kecel térségi bor- és gasztroturisztikai hálózat nevesítésével. Ez nem a dokumentumban szereplő Hajós–Bajai és más borturisztikai fejlesztési irányok helyett, hanem azokkal együtt, a Kunsági borvidék sajátos kínálatának erősítéseként jelenik meg.<br><br>A hálózatos fejlesztésben a pincészetek és helyi termelők mellett fontos szerepet kaphat a Petőfi-örökség, a Vadkerti-tó rekreációs kínálata, a térség gasztronómiai és kulturális rendezvényei, valamint az aktív turisztikai kapcsolatok. A cél ezekből olyan összekapcsolható programok kialakítása, amelyek növelik a térségben eltöltött időt és a helyi szolgáltatóknál realizálódó turisztikai költést. | Átvezetésre került. Fejezet: 2.2.8. A megye desztinációinak bemutatása és pozicionálása. |
| **25** | Judák Zsolt országgyűlési képviselő, Bács-Kiskun OEVK 03. | 3.6. B7 beavatkozás, 158. oldal; 4.13.2., 242. oldal | **A B7 beavatkozás Petőfi-örökség útvonalat nevesít Kiskőrös központtal, míg a TOP 20 projektportfólióban a „Petőfi örökség tematikus útvonal" Kiskőrös és kapcsolódó helyszínek fejlesztéseként szerepel.** | A Petőfi-örökség akkor tud nagyobb vendégéjszaka- és helyi gazdasági hatást elérni, ha a kulturális helyszínek mellett a térség borászati, gasztronómiai, aktív és rekreációs kínálatához is közvetlenül kapcsolódik. | A Petőfi örökség tematikus útvonal projektleírása egészüljön ki a Kiskőrös térségi bor- és gasztronómiai, kerékpáros és rekreációs szolgáltatások integrálásával, valamint többnapos, foglalható turisztikai csomagok kialakításával. | A Petőfi-örökség a stratégia egyik kiemelt kulturális termékalapja, ugyanakkor a hosszabb tartózkodás és a nagyobb helyi gazdasági hatás eléréséhez valóban indokolt, hogy ne kizárólag kulturális helyszínek láncolataként jelenjen meg.<br><br>A projektleírást ezért olyan irányban pontosítjuk, hogy a Petőfi-örökség tematikus útvonalhoz kapcsolódjanak a Kiskőrös térségében elérhető bor- és gasztronómiai szolgáltatások, kerékpáros és egyéb aktív turisztikai lehetőségek, valamint a rekreációs kínálat is.<br><br>A fejlesztési cél olyan komplex, többnapos és lehetőség szerint foglalható turisztikai termék kialakítása, amelyben a Petőfi-örökség jelenti az erős, országosan ismert kulturális vezérmotívumot, ehhez pedig a térség további élményei kapcsolódnak. Ez egyaránt erősítheti Kiskőrös és a környező települések turisztikai pozícióját. | Átvezetésre került. Fejezet: 2.2.8. A megye desztinációinak bemutatása és pozicionálása; 3.6.2. A beavatkozási rendszer összefoglalása; 3.6.1. A fejlesztési igények rendszerezése – B7; 2.2.6.2. Kerékpáros infrastruktúra: EuroVelo, országos és helyi útvonalak. |
| **26** | Judák Zsolt országgyűlési képviselő, Bács-Kiskun OEVK 03. | 4.13.2. TOP 20 előkészítendő projekt, 242. oldal | **A TOP 20 projektportfólió külön nevesíti a Petőfi örökség tematikus útvonalat, a Kalocsa–Baja vallási és történeti örökségutat, valamint a Hajós–Kecel–Baja–Kalocsa bor- és gasztrohálózatot.** | A három projekt jelentős részben ugyanazon térség kulturális, gasztronómiai és örökségi erőforrásaira épít. Célszerű közöttük tudatos átjárást kialakítani, hogy ne párhuzamos, pontszerű fejlesztések, hanem egymást erősítő, többnapos útvonalak jöjjenek létre. | A TOP 20 projektportfólió érintett projektjeinél kerüljön rögzítésre a Petőfi örökség tematikus útvonal, a vallási és történeti örökségút, valamint a bor- és gasztrohálózat közös csomagolása, keresztmarketingje és egységes digitális útvonaltervezési kapcsolata. | A felvetés teljes mértékben illeszkedik a stratégia egyik alapvető céljához, amely szerint a vármegye turisztikai versenyképességét nem elszigetelt attrakciók és pontszerű fejlesztések, hanem egymással összekapcsolt térségi élményláncok és többnapos turisztikai termékek erősíthetik.<br><br>A Petőfi-örökség tematikus útvonal, a Kalocsa–Baja vallási és történeti örökségút, valamint a bor- és gasztroturisztikai hálózat önálló szakmai és tematikus karakterét továbbra is célszerű megőrizni, ugyanakkor indokolt közöttük tudatos kapcsolódási pontokat kialakítani.<br><br>Ennek megfelelően a TOP 20 projektportfólió érintett projektjeinél megjelenítjük a közös turisztikai csomagolás, a keresztmarketing és az egységes digitális útvonaltervezési kapcsolatok lehetőségét. Így az egyes projektek nem egymástól elkülönülő fejlesztésekként, hanem egy nagyobb térségi kínálati rendszer egymást erősítő elemeiként működhetnek.<br><br>Ez a megközelítés különösen alkalmas arra, hogy a kulturális örökséget a bor- és gasztronómiai, aktív és rekreációs kínálattal összekapcsolva többnapos tartózkodásra ösztönözze a vendégeket, és a turisztikai forgalom gazdasági hatásai több településen és több szolgáltatói körben érvényesüljenek. | Átvezetésre került. Fejezet: 2.2.8. A megye desztinációinak bemutatása és pozicionálása; 4.13.2. TOP 20 előkészítendő projekt. |

| Sorszám | Javaslattevő megnevezése | Fejezet, oldalszám | Hivatkozott szöveg | Észrevétel | Szövegszerű módosítási javaslat | Véleményre adott tervezői válasz | Átvezetés státusza / fejezet |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| **27** | Tanyacsárda Kft. / Tanyacsárda Étterem, Programcentrum, Lovasfarm, Vendégház | 2.2.4. A vármegye kínálatát meghatározó attrakciók, 39–40. o. | A leltár 126 attrakciót és 38 települést fed le, ami a vármegye turisztikai kínálatának teljes körű lefedettségét biztosítja. | A Tanyacsárda álláspontja szerint a teljes körű lefedettségre vonatkozó megállapítás pontosításra szorul. Lajosmizse, Felsőlajos, az Öreg Tanyacsárda és az Új Tanyacsárda a tanulmány szöveges elemzésében nem jelenik meg, holott a térség komplex pusztai, lovas, gasztronómiai és rendezvényturisztikai kínálattal rendelkezik. | A 126 attrakcióra és 38 településre vonatkozó helyzetképet egészítsék ki Lajosmizse és Felsőlajos, valamint a térség meghatározó attrakcióinak és szolgáltatóinak részletes bemutatásával. | A stratégia attrakciókat bemutató fejezetének és a kapcsolódó vonzerőleltárnak nem volt célja a vármegye valamennyi turisztikai szolgáltatójának név szerinti felsorolása. Az attrakciók azonosításához és értékeléséhez önálló módszertan készült, amely alapján elsődlegesen azokat a helyszíneket vizsgáltuk, amelyek fő funkciója önmagában is látogatásra ösztönző turisztikai attrakció. A döntően vendéglátási vagy szálláshely-szolgáltatási funkcióval működő vállalkozások ezért nem képezték automatikusan az attrakciós vizsgálat részét.<br><br>A Tanyacsárda ugyanakkor sajátos, komplex turisztikai szerepet tölt be: a vendéglátás mellett önálló látogatási motivációt jelentő lovas-, pusztai, hagyományőrző és rendezvényprogramokat is kínál. A társadalmi egyeztetés során tett észrevétel alapján ezért a Tanyacsárdát az eredeti módszertan szerint külön is megvizsgáltuk.<br><br>A 2026 szeptemberében elvégzett kontrollértékelés alapján digitális láthatósági pontszáma 74,5/100 pont, amely a módszertan szerinti kiemelkedő kategóriába sorolja. Ennek megfelelően a vonzerőleltár táblázatát kiegészítjük a Tanyacsárdával, az Öreg Tanyacsárda – Lajosmizse és az Új Tanyacsárda – Felsőlajos helyszíneinek megfelelő feltüntetésével.<br><br>A főszöveg „teljes körű lefedettségre” vonatkozó megfogalmazását is pontosítjuk annak érdekében, hogy egyértelmű legyen: a vizsgálat a meghatározott módszertan szerinti attrakciós körre, és nem a vármegye valamennyi turisztikai szolgáltatójára vonatkozik. | Átvezetésre került. Fejezet: 2.2.4.2. A megye élmezőnye – 20 legmagasabb pontszámú attrakció; 2.2.6.3. Lovasturizmus. |
| **28** | Tanyacsárda Kft. / Tanyacsárda Étterem, Programcentrum, Lovasfarm, Vendégház | 2.2.4. Vonzerők láthatóságának értékelése, 39–40. o. | Az attrakciók rangsorolása kizárólag nyilvánosan elérhető online adatokra épülő módszertan alapján történt; a modell célja a digitális láthatóság, elérhetőség és értelmezhetőség vizsgálata. | A digitális láthatósági mérés hasznos, de egy attrakció turisztikai jelentőségét nem szabad kizárólag az online jelenlét alapján megítélni. A Tanyacsárda esetében a tényleges vendégforgalom, csoportos turizmus, nemzetközi ismertség, programkínálat, lovas örökség és gasztronómiai szakmai szerep is releváns. | A digitális érettségi pontszám mellett szerepeljen egy turisztikai jelentőségre, tényleges forgalomra, szolgáltatáskomplexitásra és szakmai jelentőségre vonatkozó kiegészítő értékelés is. A Tanyacsárda kerüljön be a vizsgált attrakciók közé. | Egyetértünk azzal, hogy egy turisztikai szereplő teljes jelentősége nem határozható meg kizárólag online jelenléte alapján. A stratégia alkalmazott módszertana ugyanakkor tudatosan vizsgálja a digitális láthatóságot, mivel ez napjainkban a turisztikai versenyképesség egyik alapvető feltétele.<br><br>A vendégek jelentős része az utazást megelőzően internetes keresőkben, térképes alkalmazásokban, értékelési oldalakon, közösségi felületeken és a szolgáltatók saját honlapján tájékozódik. Ezért egy egyébként magas színvonalú attrakció vagy szolgáltatás is komoly versenyhátrányba kerülhet, ha az online térben nehezen található meg, nem áll rendelkezésre róla megfelelő és naprakész információ, vagy nem rendelkezik kellő számú és minőségű vendégértékeléssel. A potenciális vendég szempontjából az ilyen kínálat lényegében „láthatatlanná” válhat.<br><br>A Tanyacsárda kontrollvizsgálata ugyanakkor azt mutatja, hogy esetében ez a probléma nem áll fenn: 74,5/100 pontos digitális láthatósági eredménye kifejezetten erős online jelenlétet jelez.<br><br>Fontos ugyanakkor hangsúlyozni, hogy a digitális pontszám nem a turisztikai érték vagy jelentőség rangsora, hanem azt mutatja meg, hogy az adott turisztikai kínálat milyen hatékonyan érhető el és értelmezhető a potenciális vendég számára az online térben. | Nem került átvezetésre; lásd a szakértői választ. |
| **29** | Tanyacsárda Kft. / Tanyacsárda Étterem, Programcentrum, Lovasfarm, Vendégház | 2.2.4. Területi koncentrációk, 41. o. | A 126 attrakcióból 22 Kecskeméthez, 13 Bajához, 10-10 Kiskunhalashoz és Kiskunfélegyházához, 9 Kalocsához, 7 Lakitelekhez, 5-5 Kiskőröshöz és Hajóshoz, 4-4 Tiszakécskéhez, Kunfehértóhoz és Bugachoz kötődik. | A területi koncentráció bemutatásából Lajosmizse és Felsőlajos turisztikai szerepe kimarad, miközben a térségben több egymást kiegészítő, országosan is releváns turisztikai szolgáltató működik. | A területi koncentrációk elemzését egészítsék ki Lajosmizse–Felsőlajos térségével és annak turisztikai szereplőivel, külön kiemelve a pusztai, lovas és gasztronómiai kínálatot.<br>Pusztai és lovasturisztika lentebb 12. soron került részletezésre.<br><br>Jelenjen meg Benke László gasztronómiai öröksége és az Első Magyar Fehérasztal Lovagrend térségi kapcsolódása.<br>A térség turisztikai pozicionálásának egyik fontos eleme a magyar gasztronómia. Lajosmizse és Felsőlajos esetében azonban a gasztronómia jóval szélesebb a hagyományos éttermi vendéglátásnál.<br>A térségben olyan gasztronómiai, cukrászati és kézműves értékek találhatók, amelyek szakmai jelentőségük mellett a Bács-Kiskun Vármegyei Értéktárban is helyet kaptak, illetve országos szakmai kapcsolatrendszerrel rendelkeznek. Ide sorolható többek között:<br>•Benke László gasztronómiai munkássága;<br>•a Tanyacsárda;<br>•Kiss Zoltán cukrászati termékei;<br>•a Rimóczi Art grillázstermékei.<br>Ez turisztikai szempontból azért jelentős, mert ezek nem pusztán egy-egy vállalkozás termékei vagy szolgáltatásai, hanem a térség gasztronómiai és kulturális identitásának részét képező, hivatalosan is elismert értékek. | A Tanyacsárda kontrollértékelésének elkészítésével és a vonzerőleltárba történő beemelésével a kapcsolódó statisztikai összesítéseket is aktualizáljuk, ahol ezt a módszertan indokolja.<br><br>Ugyanakkor fontos hangsúlyozni, hogy Lajosmizse és Felsőlajos turisztikai jelentősége nem kizárólag az elsődleges attrakciók számával írható le. A térség erősségét a pusztai és lovas élmények, a vendéglátás, a szálláshelyek, a gasztronómia és a kulturális értékek egymást kiegészítő rendszere is adja.<br><br>A helyzetelemzésben ezért a térség turisztikai szerepét árnyaltabban jelenítjük meg, és a Tanyacsárdát a kapcsolódó táblázatban is feltüntetjük. A Benke Lászlóhoz és más helyi gasztronómiai értékekhez kapcsolódó örökség a kulturális és gasztronómiai kínálat részeként kezelhető, amennyiben turisztikailag bemutatható formában rendelkezésre áll. | Nem került átvezetésre; lásd a szakértői választ. |
| **30** | Tanyacsárda Kft. / Tanyacsárda Étterem, Programcentrum, Lovasfarm, Vendégház | 2.2.9. A vármegye tematikus turisztikai kínálata, 61–64. o. | A stratégia szerint a kerékpáros, gyalogos, lovas, vízi és természetjáró kínálatot közös kommunikációval, egységes szolgáltatási minimumokkal és térségi útvonalakkal célszerű összeszervezni. | Ezzel teljes mértékben egyetértünk, ugyanakkor a lovasturisztikai kínálat egyik fontos térségi központja, Lajosmizse–Felsőlajos, nem jelenik meg. A térségben a Tanyacsárda, a Geréby Kúria, a Mámor Lovasudvar és a közeli Táborfalván a Juhász Team egymást kiegészítő lovas szolgáltatásokat kínál. | A lovasturizmus fejlesztésében önállóan jelenjen meg a Lajosmizse–Felsőlajos–Táborfalva lovasturisztikai hálózat, benne a bemutató, rekreációs, oktatási és filmes/kaszkadőr lovas szolgáltatásokkal. | A hálózatos megközelítés teljes mértékben összhangban áll a stratégia alapelveivel. Egyetértünk azzal, hogy a térség lovasturizmusát nem egyetlen szolgáltató alapján célszerű értelmezni, hanem az egymást kiegészítő szereplők és szolgáltatások rendszerében.<br><br>A Tanyacsárda, a Geréby Kúria, a Mámor Lovasudvar és a közvetlen térség további lovas szereplői eltérő funkciókat tölthetnek be a bemutató-, rekreációs, oktatási és programturizmusban. Ez megfelelő alapot jelenthet közös termékek kialakításához.<br><br>A stratégia ugyanakkor nem kíván minden szolgáltatói együttműködést önálló desztinációként vagy külön stratégiai alprogramként rögzíteni. A Lajosmizse–Felsőlajos–Táborfalva térség lovasturisztikai együttműködésének fejlesztését ezért a hálózatos termékfejlesztés konkrét megvalósítási lehetőségeként javasoljuk kezelni. | Átvezetésre került. Fejezet: 2.2.6.3. Lovasturizmus; 2.2.9. A megye tematikus turisztikai kínálatának a bemutatása, pozicionálása. |

| Sorszám | Javaslattevő megnevezése | Fejezet, oldalszám | Hivatkozott szöveg | Észrevétel | Szövegszerű módosítási javaslat | Véleményre adott tervezői válasz | Átvezetés státusza / fejezet |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| **31** | Tanyacsárda Kft. / Tanyacsárda Étterem, Programcentrum, Lovasfarm, Vendégház | 2.2.9. Kulturális és örökségturizmus, 62–64. o. | **A kulturális és örökségturizmus a vármegye identitásképző rétege; a vallás- és zarándokturizmus akkor lehet igazán erős, ha az aktív, kulturális és gasztronómiai kínálattal együtt jelenik meg.** | Lajosmizsén két olyan örökségi helyszín található, amely ezt a stratégiai irányt erősen alátámasztja: a középkori Pusztatemplom romja és az 1896-os millenniumi Szent Lajos-templom. Utóbbiban különleges vallási és nemzeti örökségek találhatók, többek között a Torinói Halotti Lepel hiteles másolata, a Szent Korona és koronázási ékszerek hiteles másolatai, Szent István csontereklyéje, a koronázási palást másolata és a történelmi vármegyék földereklyéit bemutató királydomb. | Lajosmizse kulturális és egyházi örökségét önállóan is jelenítsék meg, és vizsgálják meg a Pusztatemplom–Szent Lajos-templom–Tanyamúzeum–Tanyacsárda örökségi és élményútvonal kialakítását.<br>Lajosmizse kulturális és örökségturisztikai kínálata a település történelmi múltja, épített öröksége és egyházi értékei miatt is jelentős.<br>Kiemelt értéket képvisel a lajosmizsei Pusztatemplom romja, amely a Bács-Kiskun Vármegyei Értéktárban is szereplő érték. A 14. században épülhetett, gótikus templomrom a térség középkori múltjának fontos tanúja. A National Geographic Magyarország 2026. július 6-án külön cikkben mutatta be a helyszínt és a ROM Vándor program keretében megvalósult értékmentést. A cikk szerint a helyreállított rom kulturális és spirituális megállóként kapcsolódhat a hazai túra- és zarándokútvonalakhoz.<br>A Pusztatemplom ezért nem csupán helytörténeti emlék, hanem kulturális, örökség-, túra- és zarándokturisztikai potenciállal rendelkező attrakció.<br>másik kiemelkedő értéke a Szent Lajos-templom, amely 1895–1896-ban épült, és Szent Lajos francia király tiszteletére szentelték fel.<br>A templom különleges jelentőségét az építészeti és egyháztörténeti érték mellett az ott őrzött vallási és nemzeti örökségek adják.<br>A templomban megtalálható:<br>• a Torinói Halotti Lepel hiteles másolata, •a Magyar Szent Korona és a koronázási ékszerek 1966-ban a Magyar Állam által készíttetett hiteles másolatait;, •Szent István király csontereklyéjét; •a koronázási palást másolatát.<br>Ezek az értékek a templomot a magyar keresztény, állami és történelmi örökség különleges bemutatóhelyévé teszik.<br>E két helyszín együtt olyan egyedi kulturális és örökségturisztikai kínálatot jelent Lajosmizsén, amely véleményünk szerint jelenleg nincs kellő súllyal megjelenítve a térség turisztikai értékelésében. | A Pusztatemplom és a Szent Lajos-templom olyan elsődleges kulturális és örökségi attrakciók, amelyek megjelenítése indokolt a térség kínálatának bemutatásában. A helyszínekhez kapcsolódó történelmi, vallási és tárgyi értékeket a végleges dokumentumban az ellenőrizhető adatok alapján pontosítjuk. | Átvezetésre került. Fejezet: 2.2.9. A megye tematikus turisztikai kínálatának a bemutatása, pozicionálása. |
| **32** | Tanyacsárda Kft. / Tanyacsárda Étterem, Programcentrum, Lovasfarm, Vendégház | 4.4.4. Bor- és gasztroturizmus, B9, 159–161. o. | **A beavatkozás a borturisztikai és gasztronómiai kínálatot összehangolt, piacképes termékké szervezi; cél a helyi termelői és élelmiszer-feldolgozói kapcsolatok erősítése.** | A gasztronómiai kínálat bemutatása túl szűken fókuszál a Hajós–Bajai és Kunsági borvidékre, a bajai halászlére és kalocsai paprikára. Lajosmizsén és Felsőlajoson jelentős, szakmailag is elismert gasztronómiai értékek vannak: Tanyacsárda, Kiss Cukrászda, Rimóczi Art, valamint Benke László gasztronómiai öröksége és az Első Magyar Fehérasztal Lovagrend. | A B9 beavatkozásba kerüljön be a Lajosmizse–Felsőlajos gasztronómiai értéklánc, a Bács-Kiskun Vármegyei Értéktár releváns értékeivel, valamint a gasztronómiai tudásátadással és bemutatóprogramokkal. | Egyetértünk azzal, hogy Bács-Kiskun gasztronómiai kínálata nem szűkíthető a borvidékekre, a bajai halászlére és a kalocsai paprikára. A stratégia célja, hogy a helyi termékek, gasztronómiai hagyományok és szolgáltatók szélesebb köre kapcsolódhasson a vármegye turisztikai élményláncaihoz.<br><br>A Lajosmizse–Felsőlajos térség Tanyacsárdához, helyi cukrászati és kézműves értékekhez, valamint a gasztronómiai örökséghez kapcsolódó kínálata ezért a B9 beavatkozás megvalósítása során bevonható a szolgáltatói és termékfejlesztési hálózatba.<br><br>A stratégia ugyanakkor nem egyedi vállalkozások teljes körű katalógusa; a konkrét szolgáltatói kör kialakítása a végrehajtás során történhet és a konkrét élménycsomagok kialakítása a DMO feladata lesz. | Nem került átvezetésre; lásd a szakértői választ. |
| **33** | Tanyacsárda Kft. / Tanyacsárda Étterem, Programcentrum, Lovasfarm, Vendégház | B7. Kulturális és örökségi tematikus útvonalak, 158–159. o. | **A beavatkozás 3 konkrét útvonal kialakítását célozza; az útvonalakhoz digitális térkép, foglalási csomag és kétnyelvű interpretáció kapcsolódik.** | A javasolt útvonalak között Lajosmizse és Felsőlajos nem jelenik meg, noha a térségben a történelmi, vallási, tanyasi, lovas és gasztronómiai örökség egyetlen élményláncba kapcsolható. | A 3 útvonal fejlesztésénél vizsgálják meg egy Lajosmizse–Felsőlajos kulturális és örökségi leágazás vagy önálló tematikus útvonal kialakítását, Pusztatemplommal, Szent Lajos-templommal, Tanyamúzeummal, Tanyacsárdával és gasztronómiai értékekkel. | A felvetett helyszínek között valóban kialakítható olyan tematikus kapcsolat, amely a kulturális, vallási, tanyasi, lovas és gasztronómiai élményeket egymással összekapcsolja.<br><br>A stratégia azonban a B7 beavatkozásban néhány kiemelt, megyei jelentőségű tematikus útvonal előkészítését határozza meg, ezért nem tartjuk indokoltnak valamennyi lokális útvonal egyenkénti nevesítését, ez a projektfejlesztési tevékenység feladata lesz. | Nem került átvezetésre; lásd a szakértői választ. |
| **34** | Tanyacsárda Kft. / Tanyacsárda Étterem, Programcentrum, Lovasfarm, Vendégház | B8. Bugac és a nemzeti örökség élményalapú fejlesztése, 159–160. o. | Puszta + lovas + gasztro komplex élménycsomag; interaktív interpretáció, lovas bemutatók, tematikus útvonal és digitális láthatóság fejlesztése. | A fejlesztési logika Lajosmizsén is közvetlenül alkalmazható. A Tanyacsárda már jelenleg is működő puszta–lovas–gasztro komplex turisztikai termék, ezért a stratégia jó gyakorlati mintaként kezelhetné. | A B8 programban jelenjen meg a működő puszta–lovas–gasztro modellek bemutatása és hálózatosítása; ennek egyik kiemelt térségi példája a Tanyacsárda és Lajosmizse–Felsőlajos. | Egyetértünk azzal, hogy a már működő, több szolgáltatási elemet összekapcsoló turisztikai modellek tapasztalatait a további termékfejlesztések során érdemes hasznosítani.<br><br>A Tanyacsárda pusztai, lovas, gasztronómiai és hagyományőrző kínálata ilyen szempontból releváns gyakorlati példa. A B8 beavatkozás célja ugyanakkor kifejezetten Bugac és a nemzetiségi örökség élményalapú fejlesztése, ezért annak földrajzi és tartalmi fókuszát nem indokolt Lajosmizsére kiterjeszteni.<br><br>A Tanyacsárda tapasztalatai jó gyakorlatként, illetve a hálózatos, komplex termékfejlesztés működő példájaként a stratégia megvalósítási szakaszában követendő példaként szerepelhetnek. | Nem került átvezetésre; lásd a szakértői választ. |
| **35** | Tanyacsárda Kft. / Tanyacsárda Étterem, Programcentrum, Lovasfarm, Vendégház | B10. Vármegyei Turisztikai DMO létrehozása, 162. o. | A DMO feladata a stratégiai beavatkozások koordinációja, a marketingkommunikáció egységessége és a helyi szereplőkkel való partnerség; éves konzultációs fórumot is terveznek. | A DMO akkor tudja a valós kínálatot koordinálni, ha a jelentős turisztikai vállalkozások ténylegesen részt vesznek a szakmai egyeztetésben. | A DMO működésében biztosítsanak rendszeres, tematikus szolgáltatói fórumokat, és Lajosmizse–Felsőlajos térségéből a meghatározó turisztikai szolgáltatók, köztük a Tanyacsárda, kapjanak érdemi szakmai részvételi lehetőséget. | Köszönjük a javaslatot, amellyel egyetértünk. A tervezett vármegyei DMO egyik alapvető feladata a turisztikai vállalkozások rendszeres és érdemi bevonása. Ez nem korlátozódhat éves általános konzultációra; termékenként és térségenként működő szakmai egyeztetési formák kialakítása is indokolt.<br><br>A lovas-, pusztai, tanyasi és gasztronómiai turizmusban jelentős gyakorlati tapasztalattal rendelkező szolgáltatók – köztük a Tanyacsárda – részvétele ezért indokolt lehet a releváns tematikus munkacsoportokban és termékfejlesztési folyamatokban. | Nem került átvezetésre; lásd a szakértői választ. |
| **36** | Tanyacsárda Kft. / Tanyacsárda Étterem, Programcentrum, Lovasfarm, Vendégház | B11. Turisztikai monitoring és adatinfrastruktúra, 162–163. o. | Monitoring rendszerbe kapcsolt attrakciók száma: 30 db 2028-ra; attrakciószintű látogatószám-monitoring és vendégelégedettségi mérés. | A 30 attrakciós célértékhez olyan meghatározó, nagy forgalmú és komplex kínálatú szolgáltatókat is érdemes bevonni, amelyek a vármegye turisztikai teljesítményének valós méréséhez fontosak. | A monitoring rendszer kialakításakor a Tanyacsárda és a térség meghatározó attrakciói kerüljenek a kiemelt mérési körbe; mérjék külön a látogatószámot, csoportos forgalmat, külföldi vendégeket, programértékesítést és vendégelégedettséget. | A stratégia monitoringrendszere nem kizárólag a klasszikus attrakciókra kíván épülni. A vármegye turisztikai teljesítményének megértéséhez indokolt lehet olyan nagyobb forgalmú, programokat működtető komplex szolgáltatók adatainak bevonása is, amelyek érdemi vendégforgalmat generálnak.<br><br>A monitoringba bevont konkrét szereplők körét egységes szakmai szempontok, az adatok rendelkezésre állása és az együttműködési hajlandóság alapján kell meghatározni. A Tanyacsárda e szempontok alapján bevonható a mérési rendszerbe, különösen a programforgalom, a csoportos és külföldi kereslet, illetve a vendégelégedettség vizsgálatába. | Nem került átvezetésre; lásd a szakértői választ. |
| **37** | Tanyacsárda Kft. / Tanyacsárda Étterem, Programcentrum, Lovasfarm, Vendégház | B12. Egységes, többnyelvű desztinációs digitális platform, 163–164. o. | **Egységes, többnyelvű platform, útvonaltervező, attrakcióinformáció, foglalás, OTA-integráció, Google Business profilok és AI-alapú chatbot.** | A tervezett digitális platform kifejezetten alkalmas lenne arra, hogy Lajosmizse és Felsőlajos jelenleg széttagolt kínálatát egy közös desztinációs élménnyé szervezze. | A platformon külön térségi aloldal/élménycsomag jelenjen meg Lajosmizse–Felsőlajos számára, egységesen bemutatva a lovas, pusztai, gasztronómiai, kulturális és örökségi kínálatot, többnyelvű tartalommal és közvetlen foglalási lehetőségekkel. | A stratégia szerinti egységes digitális platform célja éppen az, hogy a jelenleg sok esetben széttagolt turisztikai kínálatot ne különálló szolgáltatói névsorként, hanem térségi és tematikus élmények rendszerében tegye elérhetővé.<br><br>Ennek megfelelően a Lajosmizse–Felsőlajos térség lovas, pusztai, gasztronómiai, kulturális és örökségi kínálata közös térségi ajánlatként vagy élménycsomagként is megjelenithető. A konkrét platformstruktúra kialakítása azonban a megvalósítás feladata. | Nem került átvezetésre; lásd a szakértői választ. |

| Sorszám | Javaslattevő megnevezése | Fejezet, oldalszám | Hivatkozott szöveg | Észrevétel | Szövegszerű módosítási javaslat | Véleményre adott tervezői válasz | Átvezetés státusza / fejezet |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| **38** | Tanyacsárda Kft. / Tanyacsárda Étterem, Programcentrum, Lovasfarm, Vendégház | B13. Szegmentált belföldi és határmenti külföldi marketingkampányok, 164. o. | A jelenlegi szegmentálatlan megközelítést célcsoportonként tervezett, mérhető kampányok váltják fel. | A Lajosmizse–Felsőlajos térség különösen alkalmas a külföldi, ezen belül a német nyelvterület, valamint a lovas, kulturális, gasztronómiai és családi szegmensek célzására. | A kampányokban jelenjen meg külön „magyar puszta és lovas élmény", „magyar gasztronómia" és „kulturális örökség" célcsoport, Lajosmizse–Felsőlajos konkrét élményláncaival.<br>Lajosmizse, Felsőlajos és a közvetlen térség több, egymást kiegészítő lovas szolgáltatással rendelkezik.<br>Tanyacsárda: A Tanyacsárda a nagyközönség számára bemutatott pusztai és lovas élmények, lovasbemutatók, méneshajtás, fogathajtás, Pusztaötös, lovaskocsizás és hagyományőrző programok révén a térség egyik meghatározó lovas turisztikai szereplője.<br>Geréby Kúria: a szálláshely-szolgáltatás lovaglással és lovasoktatással kapcsolódik össze.<br>Mámor Lovasudvar – Felsőlajos: lovaglási és lovasoktatási lehetőséget kínál, így a rekreációs és sportjellegű lovas turizmust erősíti.<br>Juhász Team – Táborfalva: A közvetlen térség lovas szakmai kínálatának különleges eleme a Táborfalván működő Juhász Team. A csapat kiemelkedő lovasoktatási tevékenységet végez, emellett lovakat biztosít filmes produkciókhoz, többek között lovas és kaszkadőr jelenetekhez. Ez a tevékenység a hagyományos lovasturizmuson túlmutató, speciális lovas szakmai kompetenciát képvisel. | A pusztai, lovas és magyar gasztronómiai élmények a megye nemzetközi kommunikációjában jól használható, karakteres termékelemek lehetnek, és a Lajosmizse–Felsőlajos térség megfelelő szolgáltatási háttérrel rendelkezik ezek megjelenítéséhez.<br><br>A „magyar puszta és lovas élmény", valamint a magyar gasztronómia indokolt tartalmi pillére lehet a célzott nemzetközi kommunikációnak.<br><br>A fő marketingüzeneteket a turizmusfejlesztési stratégiával párhuzamosan készülő marketibstratégia fogja tartalmazni. A konkrét kampányok tervezése, az egyes zolgáltatók kínálatának integrálása a megvalósítási fázis feladata. | Nem került átvezetésre; lásd a szakértői választ. |
| **39** | Tanyacsárda Kft. / Tanyacsárda Étterem, Programcentrum, Lovasfarm, Vendégház | 2.6.2. Termékszintű helyzetértékelés, 98–99. o. | A kulturális, örökségi és gasztro-bor tematikák gyengesége a statikusság és a digitálisan gyenge interpretáció; a fő lehetőség az élményalapú megújítás és a kulturális, gasztronómiai és vidéki termékek összekapcsolása. | Lajosmizse térsége jó ellenpélda arra, hogy a kulturális, gasztronómiai, vidéki és lovas elemek működő élménylánccá szervezhetők. Ezt a stratégia fejlesztési lehetőségként érdemes lenne konkrét példával is bemutatni. | A helyzetelemzésben szerepeljen működő jó gyakorlatként a Lajosmizse–Felsőlajos térség komplex kínálata, külön kiemelve a Tanyacsárdát és a kapcsolódó szolgáltatókat.<br>A Tanyacsárda nem kizárólag vendéglátóhely, hanem több turisztikai terméket összekapcsoló komplex turisztikai szolgáltató.<br>Az Öreg Tanyacsárda Lajosmizsén, az Új Tanyacsárda Felsőlajoson működik, és a két helyszínhez egyaránt kapcsolódnak olyan szolgáltatások és programok, amelyek a térség autentikus alföldi turisztikai karakterét erősítik.<br>A kínálatban többek között megjelenik:<br>•magyar gasztronómia;<br>•lovasbemutató;<br>•méneshajtás;<br>•fogathajtás;<br>•Pusztaötös;<br>•lovaskocsizás;<br>•hagyományőrző programok;<br>•magyar folklór;<br>•őshonos állatok;<br>•pusztai élmények;<br>•családi programok;<br>•csoportos turizmus;<br>•rendezvények;<br>•esküvői és egyéb rendezvényhelyszín;<br>•szálláshely-szolgáltatás.<br>Ez a komplexitás azért lényeges, mert a stratégia által is hangsúlyozott komplex és élményalapú turizmus egyik működő térségi példája. | Az észrevételt elfogadtuk, és annak tartalmát a stratégia megfelelő térségi és tematikus fejezeteiben átvezettük. A 2.2.8. fejezet Lajosmizsét és Felsőlajost a tanyasi-pusztai karakter, a lovas kultúra, a gasztronómia, valamint a kézműves és kulturális örökség egymást erősítő kínálatának példájaként mutatja be, és a Tanyacsárdát is nevesíti. A 2.2.9. fejezet rögzíti, hogy a térség meglévő kínálatát közös kommunikációval és többnapos, foglalható programokká szervezve szükséges piacra vinni.<br><br>A 2.6.2. fejezet vármegyei szintű, általános termékszintű megállapítása ezért nem változott, a javasolt működő jó gyakorlat azonban konkrétan bekerült a stratégiába. | Átvezetésre került. Fejezet: 2.2.8. A megye desztinációinak bemutatása és pozicionálása; 2.2.9. A megye tematikus turisztikai kínálatának bemutatása és pozicionálása. |
| **40** | Tanyacsárda Kft. / Tanyacsárda Étterem, Programcentrum, Lovasfarm, Vendégház | 2.2.4. és 2.2.9. – Vonzerőleltár és tematikus pozicionálás, 39–64. o. | A stratégia célja a policentrikus, egymásba fűzhető termékalapokból élményláncok kialakítása. | A Lajosmizse–Felsőlajos térség éppen ilyen policentrikus, több terméket összekapcsoló mikrotérség: lovas turizmus, tanyasi élmény, gasztronómia, kézműves gasztronómia, vallási és történeti örökség, családi és rendezvényturizmus. A meglévő értékeket kell összekapcsolni, tematizálni, csomagolni és láthatóvá tenni. | A stratégia végleges változatában a térségi élményláncok között önállóan jelenjen meg a Lajosmizse–Felsőlajos turisztikai térség, és készüljön hozzá konkrét termék- és marketingjavaslat.<br>Lajosmizse esetében ehhez a tartalom már jelentős részben rendelkezésre áll.<br>•Az értékek megvannak.<br>•A történetek megvannak.<br>•A hagyomány megvan.<br>A gasztronómiai és közösségi örökség megvan.<br><br>A következő lépés ezeknek az értékeknek az összekapcsolása és olyan formában történő bemutatása lehet, amely a helyi identitás erősítése mellett turisztikai és gazdasági értéket is teremt.<br>Ez összhangban áll a vármegyei stratégiánk azzal a szemléletével is, amely szerint a jövő turizmusának versenyelőnye nem feltétlenül egyetlen „zászlóshajó" attrakcióból, hanem kombinálható, egymást erősítő élményekből épül fel. | Egyetértünk azzal, hogy Lajosmizse és Felsőlajos turisztikai kínálata több, egymást jól kiegészítő elemre épül, különösen a tanyasi és pusztai élményekre, a lovasturizmusra, a gasztronómiára, valamint a kulturális és vallási örökségre. Ezek együtt olyan karakteres kínálatot alkotnak, amelynek a jelenleginél hangsúlyosabb megjelenítése indokolt.<br><br>Ugyanakkor a stratégia területi rendszere nem minden jól működő mikrotérséget határoz meg önálló turisztikai desztinációként. Emiatt a Lajosmizse–Felsőlajos térség önálló desztinációként történő nevesítését jelen formában nem tartjuk szükségesnek.<br><br>Indokoltnak tartjuk viszont, hogy a térség sajátos kínálata a megye tematikus és térségi turisztikai rendszerében erősebben jelenjen meg, és a kapcsolódó szolgáltatások közös termékfejlesztése, csomagolása és kommunikációja támogatást kapjon. A Tanyacsárda és a kapcsolódó helyi szereplők ennek fontos elemei lehetnek. | Nem került átvezetésre; lásd a szakértői választ. |
| **41** | Lajosmizse Város Önkormányzata / Lajosmizse Város Művelődési Háza és Könyvtára | 2.2.4. és 2.2.9. – Vonzerőleltár és tematikus pozicionálás, 39–64. o. | A stratégia célja a policentrikus, egymásba fűzhető termékalapokból élményláncok kialakítása. | A dokumentumot összességében fontos és előremutató stratégiai alapnak tartjuk. Ugyanakkor véleményünk szerint a térség turisztikai adottságainak bemutatása és értékelése során Lajosmizse és Felsőlajos jelenlegi és potenciális turisztikai szerepe nem jelenik meg a térség tényleges adottságainak megfelelő súllyal.<br><br>Különösen fontosnak tartjuk ezt azért, mert a térségben több, egymást kiegészítő turisztikai termék, attrakció, szolgáltató és szakmai érték működik. Ezek együtt olyan komplex, autentikus alföldi turisztikai kínálatot alkotnak, amely szorosan illeszkedik a stratégia által meghatározott fejlesztési irányokhoz.<br><br>A Lajosmizse Város Művelődési Háza és Könyvtára tekintetében szeretnénk felhívni a figyelmet egyrészt egy olyan helyi értékegyüttesre, amely véleményünk szerint szervesen illeszkedik a Bács-Kiskun vármegye 2026–2040 közötti turizmusfejlesztési stratégiájának célkitűzéseihez.<br>Meggyőződésünk, hogy Lajosmizse értékei nem csupán helyi jelentőségű kulturális értékek. Megfelelő bemutatással és összekapcsolással olyan turisztikai, kulturális és gasztronómiai élményláncalapját képezhetik, amely egyaránt erősítheti Lajosmizse és a Homokhátság ismertségét. | A stratégia végleges változatában a térségi élményláncok között önállóan jelenjen meg a Lajosmizse turisztikai térség.<br>A meglévő értékeket kell összekapcsolni, tematizálni, csomagolni és láthatóvá tenni.<br>Lajosmizse esetében ehhez a tartalom már jelentős részben rendelkezésre áll.<br>•Az értékek megvannak.<br>•A történetek megvannak.<br>•A hagyomány megvan.<br>A gasztronómiai és közösségi örökség megvan.<br>Lajosmizse az alföldi tanyavilág, a helyi termék, a gasztronómia és az élő közösségi hagyományok egyik jól azonosítható helyszíne.<br>Kiemeljük a Tanyacsárda Kft. tevékenységét, amely az autentikus alföldi tanyasi vendéglátás és a magyar gasztronómiai kultúra sajátos találkozási pontját jelenti, mint több turisztikai terméket – gasztronómia, lovas-, kulturális, örökség-, rendezvény- és aktív turizmus – egyesítő attrakció; a Szamócás Vásári Forgatagot, amely a helyi termékek, a közösségi élmény és a hagyományőrzés összekapcsolására ad példát; valamint Benke László gasztronómiai munkásságát, amely a Bács-Kiskun Vármegyei Értéktárban is helyet kapott és Lajosmizsét a magyar gasztronómia történetének és kultúrájának egy fontos helyszíneként is értelmezhetővé teszi<br><br>Kezdeményezzük, hogy Lajosmizse értékei nagyobb hangsúlyt kapjanak a Bács-Kiskun vármegyei kulturális és turisztikai gondolkodásban, valamint a térség jövőbeni kommunikációjában és termékfejlesztésében. | egyetértünk azzal, hogy Lajosmizse és Felsőlajos jelenlegi és potenciális turisztikai szerepe nem kellőképpen hangsúlyos a helyzetelemzésben. A két településen a tanyasi–pusztai és lovas hagyományok, a gasztronómia, a kulturális és egyházi örökség, a kézműves értékek, a rendezvények és a kapcsolódó szolgáltatások olyan, egymással összekapcsolható kínálatot alkotnak, amely megfelel a stratégia élményláncokra és hálózatos termékfejlesztésre épülő szemléletének. A stratégia vonzerőleltárat, helyzetelemzését és termékszintű bemutatását ezért a társadalmi egyeztetés során feltárt és ellenőrzött lajosmizsei–felsőlajosi értékekkel kiegészítjük. A visszajelzésben megfogalmazott, meglévő értékek összekapcsolására, tematizálására, csomagolására és láthatóvá tételére épülő fejlesztési megközelítést szintén beépítjük.<br><br>Önálló „Lajosmizse–Felsőlajos turisztikai térség" vagy új területi program kijelölését ugyanakkor nem tartjuk indokoltnak. Ennek oka nem a térség turisztikai értékének vagy fejlesztési potenciáljának megkérdőjelezése, hanem a stratégia területi tervezési logikája. A stratégia területi programjai megyei léptékű, több települést és több termékpillért összekapcsoló fejlesztési térségeket jelölnek ki; a dokumentum jelenleg a Duna menti, a Homokhátsági, a Kecskemét és térsége, valamint a déli felzárkózó térségi programokkal dolgozik. Lajosmizse és Felsőlajos ehhez képest kisebb léptékű, ugyanakkor karakteres turisztikai kínálati egység, amelynek kapcsolatai egyszerre mutatnak a Homokhátság tanyasi–pusztai kínálata és Kecskemét térségi turizmusa felé. Új önálló területi kategória létrehozása ezért indokolatlanul tovább tagolná a stratégia területi rendszerét, és nem lenne arányban a többi, hasonlóan karakteres vármegyei mikrotérség kezelésével. | Átvezetésre került. Fejezet: 2.2.4.1. Vonzerők láthatóságának értékelése; 2.2.6.3. Lovasturizmus. |
| **42** | Őrjeg és Szőlőhegyei Natúrpark Egyesület | 1.2.5 Termékszintű helyzetértékelés, 13. oldal | „Az aktív és ökoturisztikai pillér rendelkezik a legerősebb növekedési potenciállal (EuroVelo csomópont, Kiskunsági Nemzeti Park, tanyavilág)…" | A helyzetértékelés az ökoturisztikai intézményi és területi adottságokat leszűkíti a Kiskunsági Nemzeti Parkra és a tanyavilágra, miközben Bács-Kiskun vármegye két natúrparkkal is érintett. Különösen hiányzik az Őrjeg és Szőlőhegyei Natúrpark, amely a Hajós–Császártöltés–Homokmégy–Öregcsertő térségben már működő térségi együttműködést, programkínálatot és turisztikai kommunikációt szervez. | Javasolt kiegészítés: „Az aktív és ökoturisztikai pillér növekedési potenciálját a Kiskunsági Nemzeti Park mellett a vármegye natúrparkjai – köztük az Őrjeg és Szőlőhegyei Natúrpark – is erősítik, amelyek a természeti és kulturális örökség, a helyi gazdaság és a közösségi turizmus integrált, térségi kereteit biztosítják." | A termékszintű helyzetértékelést kiegészítjük a vármegye két natúrparkjának, a Felső-Bácska–Homokhát Natúrparknak és az Őrjeg és Szőlőhegyei Natúrparknak a szerepével. Az aktív és ökoturisztikai kínálat bemutatásában a Kiskunsági Nemzeti Park mellett nevesítjük a natúrparkokat is mint olyan, már működő térségi együttműködési kereteket, amelyek a természeti és kulturális értékeket, a helyi közösségeket, szolgáltatókat és helyi termékeket kapcsolják össze. | Átvezetésre került. Fejezet: 1.2.5. Termékszintű helyzetértékelés; 3.8.5.3. Természetvédelmi és örökségvédelmi szervek. |

| Sorszám | Javaslattevő megnevezése | Fejezet, oldalszám | Hivatkozott szöveg | Észrevétel | Szövegszerű módosítási javaslat | Véleményre adott tervezői válasz | Átvezetés státusza / fejezet |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| **43** | Őrjeg és Szőlőhegyei Natúrpark Egyesület | 2.2.2 A vármegye turisztikai kínálata – aktív és ökoturizmus, 31. oldal | „Az aktív- és ökoturizmus Bács-Kiskun esetében szorosan összefonódik: a Kiskunsági Nemzeti Park mozaikos élőhelyei…” | A fejezet az aktív- és ökoturizmus intézményi hátterét gyakorlatilag a nemzeti parkra építi. A natúrparkok éppen azt a táji léptékű, helyi közösségeket és szolgáltatókat összekapcsoló modellt képviselik, amelyet a stratégia a hálózatosítás, interpretáció, helyi termék és túravezetés kapcsán célként megfogalmaz. | Javasolt a bekezdésben nevesíteni a natúrparkokat, különösen az Őrjeg és Szőlőhegyei Natúrparkot mint működő ökoturisztikai és térségi együttműködési keretet, valamint a natúrparki bemutatóhelyeket, vezetett programokat és helyi termékhez kapcsolódó élményeket. | A 2.2.2. fejezetet kiegészítjük azzal, hogy az aktív és ökoturizmus vármegyei intézményi és szervezeti háttere nem kizárólag a Kiskunsági Nemzeti Parkra épül. Név szerint megjelenítjük a két natúrparkot, ezen belül az Őrjeg és Szőlőhegyei Natúrpark térségi szervező szerepét, valamint a natúrparki útvonalak, vezetett programok, bemutatóhelyek és helyi termékek turisztikai kapcsolódását. | Átvezetésre került. Fejezet: 2.2.2. A megye turisztikai kínálata – szakmapolitikai áttekintés; 3.8.5.3. Természetvédelmi és örökségvédelmi szervek. |
| **44** | Őrjeg és Szőlőhegyei Natúrpark Egyesület | 2.2.4 A vármegye kínálatát meghatározó attrakciók, 41–44. oldal | „Hajós, Nemesnádudvar és Császártöltés a Hajós–Bajai borvidék magja… Ezek köré szervesen épülhetnek a kisebb attrakciók, programhelyek, szolgáltatók kínálatai…” | A térség értékelése elsősorban borvidéki és települési attrakciókban gondolkodik, miközben az Őrjeg és Szőlőhegyei Natúrpark éppen ezeknek a kisebb attrakcióknak, természeti értékeknek, programhelyeknek, helyi termelőknek és szolgáltatóknak a térségi összekapcsolását végzi. A natúrpark önálló vonzerőszervező szerepe indokoltan jelenhetne meg a desztinációs szintű értékelésben. | Javasolt kiegészítés: „A Hajós–Császártöltés térség bor- és kulturális kínálatát az Őrjeg és Szőlőhegyei Natúrpark természeti, aktív és közösségi turisztikai kínálata kapcsolja össze, lehetőséget teremtve többnapos, komplex élményláncok kialakítására.” | Részben elfogadjuk. Egyetértünk azzal, hogy az Őrjeg és Szőlőhegyei Natúrpark fontos szerepet tölt be a Hajós–Császártöltés és a kapcsolódó települések kisebb attrakcióinak, természeti értékeinek, helyi termelőinek és szolgáltatóinak összekapcsolásában. Ezt a 2.2.4. fejezet térségi értékelésében külön megjelenítjük.<br><br>Magát a natúrpark-szervezetet ugyanakkor nem kezeljük önálló attrakcióként a vonzerőleltárban, mert a leltár konkrét, látogatható attrakciókat értékel. A natúrparkhoz tartozó látogatható bemutatóhelyek és attrakciók továbbra is önállóan, az egységes vonzerőértékelési módszertan szerint szerepelnek. | Átvezetésre került. Fejezet: 2.2.4.2. A megye élmezőnye – 20 legmagasabb pontszámú attrakció; 3.8.5.3. Természetvédelmi és örökségvédelmi szervek. |
| **45** | Őrjeg és Szőlőhegyei Natúrpark Egyesület | 2.2.8 A vármegye desztinációinak bemutatása és pozicionálása, 59–60. oldal | „A Hajósi Pincefalu… ikonikus vonzerő. A környező Sváb Sarok települései… összefüggő kulturális tájat alkotnak…” | A pozicionálás helyesen felismeri az összefüggő kulturális tájat, de nem nevesíti az ugyanitt működő natúrparki szerveződést. Az Őrjeg és Szőlőhegyei Natúrpark a kulturális tájat természeti értékekkel, aktív turizmussal, helyi termékekkel és közösségi programokkal egészíti ki, ezért alkalmas arra, hogy a térség önálló, komplex turisztikai desztinációként jelenjen meg. | Javasolt a Sváb Sarok mellett külön térségi egységként vagy annak komplex kiterjesztéseként megjeleníteni az „Őrjeg és Szőlőhegyei Natúrpark – Hajós–Császártöltés térség” desztinációt, amely a bor, sváb örökség, természetjárás, ökoturizmus, helyi termék és rendezvénykínálat összekapcsolására épül. | Részben elfogadjuk. A visszajelzés alapján a Hajós–Császártöltés és az Őrjeg térség pozicionálását kiegészítjük a natúrpark természeti, aktív, helyitermék- és közösségi turisztikai szerepével. A borvidéki és sváb kulturális kínálat mellett így a natúrparki karakter is önállóan megjelenik a térség bemutatásában.<br><br>Új, önálló „Őrjeg és Szőlőhegyei Natúrpark – Hajós–Császártöltés” turisztikai desztináció nevesítése nem indokolt. A natúrpark területe több, a stratégiában már kezelt turisztikai és térségi kapcsolatrendszert köt össze, ezért külön desztináció kijelölése szükségtelenül tovább tagolná a megye területi rendszerét. A natúrparkot ehelyett nevesített, önálló karakterű térségi és termékfejlesztési hálózatként kapcsoljuk a meglévő rendszerhez.<br><br>„Őrjeg és Szőlőhegyei Natúrpark – Hajós–Császártöltés” kínálatának markáns megjelenítése a stratégia megvalósítási szakaszában, a marketingaktivitásokban indokolt. | Átvezetésre került. Fejezet: 2.2.8. A megye desztinációinak bemutatása és pozicionálása; 3.8.5.3. Természetvédelmi és örökségvédelmi szervek. |
| **46** | Őrjeg és Szőlőhegyei Natúrpark Egyesület | 2.2.9 Tematikus turisztikai kínálat, 62–65. oldal | **„A falusi turizmus, a tanyás élményvilág, a vidéki életmód és az élménygazdaságok… a slow tourism és a fenntartható utazás iránti kereslethez illeszkednek…”** | A leírt terméklogika lényegében natúrparki szemléletű, mégsem kapcsolja azt a már működő natúrparki szervezetekhez. A natúrpark a természeti és kulturális örökség, a helyi gazdaság, a közösségi együttműködés és a fenntartható turizmus integrációjának gyakorlati kerete. | Javasolt kiegészítés: „A slow, falusi, agro- és ökoturisztikai kínálat térségi szervezésében a natúrparkok kiemelt partnerségi és termékfejlesztési szerepet tölthetnek be; a már működő natúrparki hálózatokra a vármegyei programcsomagok kialakításakor építeni szükséges.” | A 2.2.9. fejezetet kiegészítjük a natúrparkok termékfejlesztési és partnerségi szerepével. Rögzítjük, hogy a slow, falusi, agro- és ökoturisztikai kínálat hálózatba szervezésénél a már működő natúrparki együttműködésekre, szolgáltatói kapcsolatokra, helyi termékekre és programokra építeni szükséges. | Átvezetésre került. Fejezet: 2.2.8. A megye desztinációinak bemutatása és pozicionálása; 2.2.9. A megye tematikus turisztikai kínálatának a bemutatása, pozicionálása; 3.8.5.3. Természetvédelmi és örökségvédelmi szervek. |
| **47** | Őrjeg és Szőlőhegyei Natúrpark Egyesület | 3.1 Alapelvek – térségi és hálózatos szemlélet, 102. oldal | **„…a Felső-Bácska-Homokhát Natúrpark fejlesztése… azt bizonyítják, hogy a hálózatosan tervezett, több szereplőt és helyszínt összekötő fejlesztések képesek tartós turisztikai értéket teremteni.”** | A stratégia maga is jó gyakorlatként hivatkozik natúrparki fejlesztésre, ugyanakkor ezt a következtetést nem vezeti végig következetesen a célrendszeren és az operatív programokon. Indokolt mindkét vármegyei natúrparkot a hálózatos térségfejlesztés meglévő intézményi alapjaként kezelni. | Javasolt kiegészítés: „A vármegye két natúrparkjának meglévő együttműködési, közösségszervezési és turisztikai tapasztalataira a hálózatos fejlesztések során kiemelten szükséges építeni.” | A térségi és hálózatos szemlélet alapelveit kiegészítjük a két működő natúrpark szerepével. A stratégiában egyértelművé tesszük, hogy a natúrparkok már meglévő települési, civil, szolgáltatói és helyitermék-kapcsolatai olyan szervezeti alapot jelentenek, amelyre a későbbi turisztikai hálózatépítés során építeni kell. Ezt az elvet az érintett operatív beavatkozások partneri körében is következetesen átvezetjük. | Átvezetésre került. Fejezet: 3.1 Alapelvek; 3.8.5.3. Természetvédelmi és örökségvédelmi szervek. |
| **48** | Őrjeg és Szőlőhegyei Natúrpark Egyesület | 3.3 Célok – C4 Fenntarthatóság és környezetvédelem, 117–118. oldal | **„GSTC-keretrendszer bevezetése, klímaadaptáció, látogatóterhelés-menedzsment, természeti értékek megőrzése.”** | A fenntarthatósági célok végrehajtásában a natúrparkok természetes partnerek: működésük alapja a táji értékek megőrzése, a helyi közösségek bevonása és a fenntartható használat. A jelenlegi megfogalmazás a KNP monitoringjára épít, de a nem védett, illetve mozaikos kultúrtájak fenntartható turizmusának szervezésére nem jelöl ki megfelelő térségi partnert. | Javasolt a C4 végrehajtó partnerei közé a natúrpark-szervezetek bevonása, különösen a helyi fenntarthatósági konzultációk, látogatóirányítás, interpretáció és közösségi monitoring területén. | A C4 cél végrehajtásában közreműködő partnerek körét kiegészítjük a natúrpark-szervezetekkel. Szerepüket elsősorban a helyi közösségekkel való egyeztetésben, a szemléletformálásban, az interpretációban, a látogatói információk közvetítésében és a közösségi monitoringban rögzítjük.<br><br>A természetvédelmi hatósági és szakigazgatási feladatokat ugyanakkor továbbra is elkülönítjük a natúrparkok szerepétől; ezekben a Kiskunsági Nemzeti Park Igazgatóság és az illetékes szervek kompetenciája az irányadó. | Átvezetésre került. Fejezet: 3.3 Célok és prioritások; 3.8.5.3. Természetvédelmi és örökségvédelmi szervek. |
| **49** | Őrjeg és Szőlőhegyei Natúrpark Egyesület | 3.4 Célcsoportok / 3.5 Pozicionálás, 125–147. oldal | „Gasztro-, bor- és agroturisztikai slow utazók… a helyi termelő, a borászat, a táj… és az autentikus vendéglátás fontosabb, mint a tömegélmény.” | Ez a célcsoport közvetlenül illeszkedik az Őrjeg és Szőlőhegyei Natúrpark komplex kínálatához, ahol a táj, a természet, a bor, a helyi termék, a vidéki örökség és a vezetett programok egy térségi élményként kapcsolhatók össze. A natúrparki márka és programkínálat célcsoport-specifikus kommunikációs eszközként is használható. | Javasolt a célcsoporthoz rendelt kínálati példák között megjeleníteni a natúrparki térségeket, különösen az Őrjeg és Szőlőhegyei Natúrparkot mint komplex slow/öko/bor/agroturisztikai mintaterületet. | A gasztro-, bor- és agroturisztikai slow utazók célcsoportjához kapcsolódó kínálati példákat kiegészítjük az Őrjeg és Szőlőhegyei Natúrparkkal. A térséget olyan komplex kínálati példaként mutatjuk be, ahol a táj, a természet, a bor, a helyi termékek, a vidéki örökség és a vezetett programok egymással összekapcsolódva jelennek meg. | Átvezetésre került. Fejezet: 3.4.4. A célcsoportok priorizálása; 3.8.5.3. Természetvédelmi és örökségvédelmi szervek. |
| **50** | Őrjeg és Szőlőhegyei Natúrpark Egyesület | 3.6 – B6 Aktív turisztikai tematikus csomagok, 157–158. oldal | „3 komplex kerékpáros turisztikai csomag… víziturisztikai csomag… hálózatos marketing…” | A B6 beavatkozás az aktív turizmust lényegében kerékpáros és vízi csomagokra szűkíti, miközben a stratégia más részeiben a természetjárást, gyalogos és természetvédelmi elemeket is a pillér részének tekinti. Az Őrjeg és Szőlőhegyei Natúrparkban már kialakult természetjáró, tematikus, vezetett és helyi termékhez kapcsolódó programkínálat jó alap a csomagfejlesztéshez. | Javasolt a B6 kibővítése „aktív és natúrparki tematikus csomagok” irányába, legalább egy Őrjeg–Hajós–Császártöltés térségi, gyalogos/kerékpáros–természeti–bor/gasztronómiai, többnapos pilot csomag kialakításával. | A B6 beavatkozás tartalmát összhangba hozzuk a stratégia aktív turizmusra vonatkozó tágabb megközelítésével, ezért a kerékpáros és vízi turisztikai csomagok mellett a gyalogos, természetjáró és natúrparki tematikus kínálatot is nevesítjük. Az Őrjeg–Hajós–Császártöltés térségét az ilyen komplex termékfejlesztés egyik konkrét lehetséges mintaterületeként megjelenítjük.<br><br>A visszajelzésben javasolt konkrét többnapos pilotcsomag részletes programját azonban nem rögzítjük a stratégiában; annak összeállítása a végrehajtás során, a natúrpark és az érintett szolgáltatók bevonásával történik. | Átvezetésre került. Fejezet: 3.6 Fejlesztési igények és beavatkozások; 3.6.1. A fejlesztési igények rendszerezése – B6; 3.8.5.3. Természetvédelmi és örökségvédelmi szervek. |
| **51** | Őrjeg és Szőlőhegyei Natúrpark Egyesület | 3.6 – B7 Kulturális és örökségi tematikus útvonalak, 158–159. oldal | „Duna-menti örökség és gasztro útvonal (Kalocsa–Baja–Hajós)… Sváb-alföldi kulturális körút (Baja–Sükösd–Hajós–Nemesnádudvar–Császártöltés–Harta)…” | A tervezett útvonalak közvetlenül érintik az Őrjeg és Szőlőhegyei Natúrpark térségét, de a natúrpark mint meglévő szervező, interpretációs és programfejlesztő partner nincs megjelölve. Ez felesleges párhuzamosságot okozhat és figyelmen kívül hagyja a már működő helyi együttműködéseket. | Javasolt az érintettek/kedvezményezettek között nevesíteni az Őrjeg és Szőlőhegyei Natúrpark Egyesületet, és az útvonalak tartalmába integrálni a natúrparki természeti értékeket, bemutatóhelyeket, gyalogos útvonalakat és helyi programokat. | A B7 beavatkozás érintetti és partneri körében nevesítjük az Őrjeg és Szőlőhegyei Natúrpark Egyesületet azokon az útvonalakon, amelyek érintik a natúrpark településeit. A térségi útvonalak tartalmát kiegészítjük a kapcsolódó természeti értékekkel, helyi programokkal és interpretációs lehetőségekkel, hogy a kulturális és örökségi útvonalak ne különüljenek el mesterségesen a térség természeti és táji kínálatától. | Átvezetésre került. Fejezet: 3.6 Fejlesztési igények és beavatkozások; 3.6.1. A fejlesztési igények rendszerezése – B7; 3.8.5.3. Természetvédelmi és örökségvédelmi szervek. |
| **52** | Őrjeg és Szőlőhegyei Natúrpark Egyesület | 3.6 – B9 Bor- és gasztronómiai termékfejlesztés és hálózatosítás, 160–161. oldal | **„A Hajós–Bajai és Kunsági borvidék, a hajósi pincefalu… integrált élménylánckénT…”** | A natúrpark térségében a bor- és gasztronómiai kínálat már összekapcsolódik természeti, aktív és közösségi programokkal. A natúrparki szemlélet hozzáadott értéke éppen az, hogy a borturizmust nem önálló termékként, hanem a tájhoz, helyi termékhez és természeti örökséghez kapcsolódó komplex élményként kezeli. | Javasolt a B9-ben a natúrparkok bevonása a helyi termelői és borturisztikai hálózatok szervezésébe, továbbá az Őrjeg és Szőlőhegyei Natúrpark térségében komplex „bor–táj–természet–helyi termék” csomagok fejlesztése. | A B9 beavatkozás partneri körét kiegészítjük a natúrpark-szervezetekkel, különösen a helyi termelők, borászatok és kisebb turisztikai szolgáltatók hálózatba szervezésében betöltött szerepük miatt. Az Őrjeg és Szőlőhegyei Natúrpark térségében a bor- és gasztronómiai kínálatot a táji, természeti és helyitermék-élményekkel összekapcsolva jelenítjük meg.<br><br>A konkrét csomagok tartalmát a stratégia nem rögzíti előre; azok kialakítása a megvalósítás során történik. | Átvezetésre került. Fejezet: 3.6 Fejlesztési igények és beavatkozások; 3.6.1. A fejlesztési igények rendszerezése – B9; 3.8.5.3. Természetvédelmi és örökségvédelmi szervek. |

| Sorszám | Javaslattevő megnevezése | Fejezet, oldalszám | Hivatkozott szöveg | Észrevétel | Szövegszerű módosítási javaslat | Véleményre adott tervezői válasz | Átvezetés státusza / fejezet |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| **53** | Őrjeg és Szőlőhegyei Natúrpark Egyesület | 3.6 – B10 Vármegyei DMO létrehozása, 161–162. oldal | „Partnerségi megállapodások (helyi önkormányzatok, turisztikai vállalkozók, KNP)… Éves konzultációs fórum…” | A partnerségi körből indokolatlanul hiányoznak a natúrpark-szervezetek, holott a stratégia később maga is a DMO és a natúrparkok együttműködését javasolja. A natúrparkok több települést, civil szereplőt, helyi termelőt és turisztikai szolgáltatót összekapcsoló, már működő térségi hálózatok. | Javasolt módosítás: „Partnerségi megállapodások (helyi önkormányzatok, turisztikai vállalkozók, KNP, a vármegye natúrpark-szervezetei, Tourinform/TDM és releváns civil-térségi szervezetek).” A DMO partnerségi fórumában a natúrparkok állandó meghívott/partner státusza indokolt. | A B10 beavatkozásban a DMO partnerségi megállapodásainak körét kiegészítjük a vármegye natúrpark-szervezeteivel, és az érintettek között is nevesítjük őket. Ez összhangba hozza a B10 beavatkozást a stratégia későbbi, megvalósításban érintett szervezeteket bemutató részével, ahol a natúrparkok már szerepelnek.<br><br>Az „állandó meghívott” formális státuszt ugyanakkor nem rögzítjük előre a stratégiai dokumentumban, mert a DMO konkrét szervezeti és partnerségi szabályainak kialakítása az alapítás során történik. A natúrparkok rendszeres szakmai bevonását azonban a partnerségi modell részeként rögzítjük. | Átvezetésre került. Fejezet: 3.6 Fejlesztési igények és beavatkozások; 3.6.1. A fejlesztési igények rendszerezése – B10; 3.8.5.3. Természetvédelmi és örökségvédelmi szervek. |
| **54** | Őrjeg és Szőlőhegyei Natúrpark Egyesület | 3.6 – B12 Digitális desztinációs platform, 163–165. oldal | „Egységes desztinációs webportál… útvonaltervező, attrakcióinformáció, foglalás…” | A platform csak akkor ad teljes vármegyei képet, ha nem kizárólag az egyedi attrakciókat, hanem a már működő térségi márkákat, tematikus hálózatokat és natúrparkokat is önálló tartalmi egységként kezeli. A natúrparki programok, útvonalak és kiadványok jelentős, azonnal integrálható tartalmi bázist jelentenek. | Javasolt a platform tartalmi struktúrájába önálló „Natúrparkok” és/vagy „Táji térségek” menüpont, natúrparki útvonalak, programok, helyi termékek, bemutatóhelyek és letölthető/online kiadványok integrációjával. | A B12 beavatkozást kiegészítjük azzal, hogy az egységes vármegyei digitális platformnak a natúrparkok térségi kínálatát is integrálnia kell, beleértve a túraútvonalakat, programokat, bemutatóhelyeket, helyi termékeket és meglévő digitális tartalmakat.<br><br>Külön, előre meghatározott „Natúrparkok” menüpontot vagy konkrét menüstruktúrát ugyanakkor nem rögzítünk a stratégiában, mert az már a platform részletes információarchitektúrájának tervezési kérdése. A natúrparki kínálat önállóan kereshető és jól azonosítható megjelenését viszont követelményként beépítjük. | Átvezetésre került. Fejezet: 3.6 Fejlesztési igények és beavatkozások; 3.6.1. A fejlesztési igények rendszerezése – B12; 3.8.5.3. Természetvédelmi és örökségvédelmi szervek. |
| **55** | Őrjeg és Szőlőhegyei Natúrpark Egyesület | 3.6 – B13 Marketingkampányok, 164–166. oldal | „Szegmentált belföldi és határmenti külföldi marketingkampányok…” | A vármegyei ernyőmárka mellett szükség van hiteles, már működő térségi almárkákra. Az Őrjeg és Szőlőhegyei Natúrpark önálló térségi identitással és komplex turisztikai tartalommal rendelkezik, ezért alkalmas célzott természetközeli, slow, aktív, bor- és családi kampányok alapjául. | Javasolt a B13 kampánytervében a natúrparkokat önálló térségi kommunikációs egységként és tartalomszolgáltató partnerként kezelni; az Őrjeg és Szőlőhegyei Natúrpark programjait és térségi ajánlatait a Hajós–Kalocsa–Baja tengely kampányaiba integrálni. | Egyetértünk azzal, hogy az egységes vármegyei ernyőmárka nem írhatja felül a már működő és hiteles helyi, térségi identitásokat. A B13 beavatkozást ezért kiegészítjük azzal, hogy a natúrparkok – köztük az Őrjeg és Szőlőhegyei Natúrpark – saját tartalmaikkal és identitásukkal kapcsolódjanak a vármegyei kampányokhoz, különösen a természetközeli, slow, aktív, bor- és gasztroturisztikai kommunikációban.<br><br>A natúrparkokat ugyanakkor nem minősítjük előre hivatalos „almárkává”, mert a pontos márkaarchitektúrát a vármegyei márkafejlesztés során szükséges kialakítani. A meglévő natúrparki identitás megőrzését és integrálását viszont kifejezetten rögzítjük. | Átvezetésre került. Fejezet: 3.6 Fejlesztési igények és beavatkozások; 3.6.1. A fejlesztési igények rendszerezése – B13; 3.8.5.3. Természetvédelmi és örökségvédelmi szervek. |
| **56** | Őrjeg és Szőlőhegyei Natúrpark Egyesület | 3.6 – B16–B17 Fenntarthatóság és látogatóterhelés, 168–170. oldal | **„B17 \| Kiskunsági Nemzeti Park látogatóterhelés-menedzsment rendszer kialakítása”** | A fenntarthatósági és látogatómenedzsment-beavatkozás túl szűken, egy intézményre és néhány kiemelt területre koncentrál. A vármegye ökoturisztikai kínálatának jelentős része védett területeken kívüli kultúrtájakhoz, borvidékekhez, vizes élőhelyekhez és natúrparki térségekhez kapcsolódik. Ezeken a natúrparkok alkalmas helyi koordinátorok lehetnek. | Javasolt a B17 címének és tartalmának kiterjesztése „Kiemelt természeti és natúrparki térségek látogatómenedzsmentje” irányába, a KNP mellett a natúrparkok bevonásával, helyi terheléskezelési, interpretációs és látogatóirányítási pilotokkal. | A javaslattal egyetértünk.<br><br>A B17 címét és tartalmát ennek megfelelően módosítjuk.<br><br>A védett területeken a Kiskunsági Nemzeti Park Igazgatóság szakmai és természetvédelmi szerepe továbbra is meghatározó; a natúrpark-szervezeteket pedig helyi közreműködő partnerként vonjuk be a látogatóirányításba, interpretációba, helyi monitoringba és szemléletformálásba. | Átvezetésre került. Fejezet: 3.6 Fejlesztési igények és beavatkozások; 3.6.1. A fejlesztési igények rendszerezése – B16, B17; 3.8.5.3. Természetvédelmi és örökségvédelmi szervek. |
| **57** | Őrjeg és Szőlőhegyei Natúrpark Egyesület | 3.8.4–3.8.5 Javasolt együttműködések és érintett szervezetek, 201–203. oldal | **„Természetvédelmi szervek (Kiskunsági Nemzeti Park Igazgatóság, natúrparkok) – DMO: ökoturisztikai termékfejlesztés…”; „Natúrpark-szervezetek – helyi örökségi és természeti értékek megőrzése és bemutatása…”** | Ez a stratégia egyik kevés olyan pontja, ahol a natúrparkok megfelelő szerepkörrel megjelennek. Ugyanakkor a megfogalmazás általános, a vármegye két natúrparkját nem nevesíti, és a szerepük nem jelenik meg következetesen a korábbi beavatkozások felelősei és partnerei között. | Javasolt a két natúrpark név szerinti megjelölése, továbbá az itt rögzített szerepkör visszavezetése a B6, B7, B9, B10, B12, B13, B16 és B17 beavatkozásokhoz mint közreműködő/partner. | A megvalósításban érintett szervezetek között a jelenlegi általános „natúrpark-szervezetek” megfogalmazást kiegészítjük a megye két natúrparkjának név szerinti megjelölésével.<br><br>A natúrparkok szerepét az érintett beavatkozásoknál is következetesen átvezetjük, ahol annak tényleges szakmai kapcsolata van. Így különösen a B6, B7, B9, B10, B12, B13, B16 és B17 partneri vagy közreműködői körében jelennek meg. Felelősi szerepet csak olyan feladatnál rendelünk hozzájuk, amely a natúrparkok tényleges feladatköréhez és vállalható kompetenciájához illeszkedik. | Átvezetésre került. Fejezet: 3.8.5.3. Természetvédelmi és örökségvédelmi szervek; 3.8.4. Javasolt együttműködések; 3.8.5.3. Természetvédelmi és örökségvédelmi szervek. |
| **58** | Őrjeg és Szőlőhegyei Natúrpark Egyesület | 4.4.2 Aktív és ökoturizmus, 215. oldal | „Cél: Duna–Tisza–Kiskunság aktív élményhálózat kialakítása… Felelősök: települési önkormányzatok, Magyar Közút, KNPI, vízügyi és aktív turisztikai partnerek.” | A célrendszer táji hálózatot kíván létrehozni, de a felelősi/partneri körből itt ismét hiányoznak a natúrparkok. A természetturizmus alprogram kizárólag „KNPI-vel egyeztetett útvonalakat” említ, miközben a natúrparkok saját útvonalakkal, vezetett programokkal, interpretációval és térségi szolgáltatói kapcsolatokkal rendelkeznek. | Javasolt módosítás: a felelősök/közreműködők között „KNPI és a vármegye natúrpark-szervezetei”; a természetturizmus alprogramban „KNPI-vel és natúrparkokkal egyeztetett útvonalak, vezetett túrák, interpretáció és helyi szolgáltatói csomagok”. | A 4.4.2. Aktív és ökoturizmus program felelősi/közreműködői körét kiegészítjük a vármegye natúrpark-szervezeteivel. A természetturizmus alprogramban pedig nem kizárólag a KNPI-vel egyeztetett útvonalakat említjük, hanem a natúrparkok meglévő útvonalainak, vezetett programjainak, interpretációs tartalmainak és helyi szolgáltatói kapcsolatainak integrálását is.<br><br>A KNPI természetvédelmi szakmai szerepét ezzel nem csökkentjük; a natúrparkok eltérő, elsősorban térségi szervező és termékfejlesztő szerepkörrel kapcsolódnak a programhoz. | Átvezetésre került. Fejezet: 4.4.2. Aktív és ökoturizmus; 3.8.5.3. Természetvédelmi és örökségvédelmi szervek. |
| **59** | Őrjeg és Szőlőhegyei Natúrpark Egyesület | 4.5 Területi programok – 93. táblázat, 217–218. oldal | „Duna menti turisztikai térség: Baja, Gemenc-kapcsolódás, Vajas-fok, Kalocsa, Hajós…” | A területi program a Hajóst is magában foglaló térséget vízi, kulturális, bor- és gasztronómiai logikával kezeli, de kihagyja az Őrjeg és Szőlőhegyei Natúrpark öko-, aktív-, természeti és helyitermék-kínálatát, valamint Császártöltés, Homokmégy és Öregcsertő kapcsolódását. Ez a térségi lehatárolás így nem tükrözi a valós, már működő turisztikai együttműködéseket. | Javasolt a Duna menti program fókuszterületének és logikájának kiegészítése: „Kalocsa–Hajós–Császártöltés–Őrjeg és Szőlőhegyei Natúrpark kapcsolódás”; turisztikai logika: vízi + kulturális + bor/gasztronómia + öko/aktív + helyi termék. Alternatívaként önálló „Őrjeg–Hajós–Császártöltés natúrparki térség” területi program létrehozása indokolt. | A Duna menti területi programot kiegészítjük az Őrjeg és Szőlőhegyei Natúrpark kapcsolódásával, valamint Császártöltés, Homokmégy, Öregcsertő és a kapcsolódó natúrparki kínálat szerepével. A program turisztikai logikájában a vízi, kulturális és bor-gasztronómiai termékek mellett így az öko-, aktív és helyitermék-kínálat is hangsúlyosabban jelenik meg.<br><br>Önálló „Őrjeg–Hajós–Császártöltés natúrparki térségi programot nem hozunk létre. A meglévő Duna-menti program alkalmas arra, hogy ezt a kapcsolódó kínálatot befogadja; egy új területi program létrehozása ezzel párhuzamos struktúrát hozna létre. A natúrpark saját térségi identitását ugyanakkor a programon belül név szerint megőrizzük. | Átvezetésre került. Fejezet: 4.5 Területi programok; 3.8.5.3. Természetvédelmi és örökségvédelmi szervek. |
| **60** | Őrjeg és Szőlőhegyei Natúrpark Egyesület | 4.6 Marketing és márkaépítés, 218. oldal | „A marketing és márkaépítés feladata… a vármegyei turisztikai márka egységesítése és a konkrét… ajánlatok láthatóvá tétele.” | Az egységes vármegyei márka nem jelentheti a már kialakult, hiteles térségi identitások háttérbe szorítását. A natúrparki márka a fenntarthatóságot, helyi értékeket és komplex táji élményt közvetíti, ezért erősítheti a vármegye ernyőmárkáját. | Javasolt a márkaarchitektúrában a natúrparkok mint térségi almárkák/termékmárkák megjelenítése, közös arculati és tartalmi kapcsolódással a vármegyei desztinációs kommunikációhoz. | A marketing- és márkaépítési fejezetben rögzítjük, hogy a vármegyei ernyőmárka kialakítása során a már meglévő, hiteles térségi identitásokat – köztük a natúrparki márkákat – meg kell őrizni és összehangoltan kell használni. Ezek a vármegyei márka tartalmi gazdagítását és hitelességét szolgálják.<br><br>A natúrparkokat azonban a stratégia jelenlegi szakaszában nem soroljuk be formálisan „almárka” vagy „termékmárka” kategóriába. Ennek pontos rendszerét a későbbi márkaarchitektúra kialakítása során kell meghatározni. | Átvezetésre került. Fejezet: 4.6 Marketing és márkaépítés; 3.8.5.3. Természetvédelmi és örökségvédelmi szervek. |

| Sorszám | Javaslattevő megnevezése | Fejezet, oldalszám | Hivatkozott szöveg | Észrevétel | Szövegszerű módosítási javaslat | Véleményre adott tervezői válasz | Átvezetés státusza / fejezet |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| **61** | Őrjeg és Szőlőhegyei Natúrpark Egyesület | 4.13 TOP projektportfólió, 230–243. oldal | „TOP 10 – Bor-, gasztro- és helyitermék-hálózat… Hajós, Kecel, Baja, Kalocsa és tanyasi/termelői térségek.” | A kiemelt projektportfólióban sincs önálló natúrparki fejlesztési csomag, noha a stratégia a hálózatos fejlesztést, fenntarthatóságot, helyi termékeket és komplex élményláncokat prioritásként kezeli. Az Őrjeg és Szőlőhegyei Natúrpark e célokat egy működő térségi keretben egyesíti, és saját turisztikai kiadványa, programjai, bemutatóhelyei és partnerségi hálózata révén azonnal fejleszthető alapot jelent. | Javasolt a TOP 20 előkészítendő projekt közé önálló „Natúrparki turisztikai hálózatok és komplex térségi élménycsomagok fejlesztése” projekt felvétele, pilotként az Őrjeg és Szőlőhegyei Natúrpark térségével; elemei: útvonal- és bemutatóhely-fejlesztés, interpretáció, közös programcsomagok, helyi termék, digitális tartalom, többnyelvű kiadvány és szolgáltatói hálózat. | Egyetértünk azzal, hogy a natúrparkok működő hálózatai és fejlesztési tapasztalatai erősebb szerepet indokolnak a projektportfólióban. Új, önálló "TOP 20" projektet azonban nem hozunk létre kizárólag natúrparki turisztikai hálózatfejlesztés címen, mert a javaslatban felsorolt elemek jelentős része már meglévő stratégiai projektekhez kapcsolódik: az aktív és ökoturisztikai csomagfejlesztéshez, a kulturális útvonalakhoz, a bor- és helyitermék-hálózathoz, a digitális platformhoz és a fenntarthatósági beavatkozásokhoz.<br><br>Ehelyett az érintett projektek tartalmát kiegészítjük a natúrparkok közreműködésével, és az Őrjeg és Szőlőhegyei Natúrpark térségét több beavatkozás összehangolt megvalósításának egyik konkrét mintaterületeként nevesítjük. Így a javasolt útvonal-, interpretációs, programcsomag-, helyitermék- és digitálistartalom-fejlesztés bekerül a portfólióba, anélkül hogy párhuzamos új projektstruktúrát hoznánk létre. | Átvezetésre került. Fejezet: 4.13 Projektportfolió - TOP 10 kiemelt projekt és TOP 20 előkészítendő projekt; 3.8.5.3. Természetvédelmi és örökségvédelmi szervek. |
| **62** | Tanyacsárda Kft. / Tanyacsárda Étterem, Programcentrum, Lovasfarm, Vendégház | Turisztikai vonzerőleltár és digitális érettség | A mellékelt szakmai vélemény szerint a Tanyacsárda nem szerepel a vizsgált turisztikai attrakciók között. A tanulmány digitális érettségi módszertana négy dimenzió alapján értékel: kereslet és érdeklődés, honlap és saját online felületek, platformjelenlét és aktivitás, kapcsolattartás és információelérés. | A Tanyacsárda kihagyása nem pusztán adatpótlási hiányosság: a vármegye turisztikai kínálatának és a digitális érettségi eredményeknek a teljességét is érinti. Az Öreg Tanyacsárda Lajosmizsén, az Új Tanyacsárda Felsőlajoson működik. A nyilvánosan elérhető adatok alapján a Tanyacsárda digitális érettsége előzetes kontrollszámítás szerint 75–80 pont közé tehető, ami a tanulmány saját kategorizálása szerint kiemelkedő digitális érettség lenne. Ez kontrollszámítás, nem hivatalos pontszám. | Javasoljuk, hogy a Tanyacsárda kerüljön be a Bács-Kiskun vármegye turisztikai vonzerőleltárába, az Öreg Tanyacsárda – Lajosmizse és az Új Tanyacsárda – Felsőlajos egyértelmű feltüntetésével. A Tanyacsárdát a tanulmányban alkalmazott azonos digitális érettségi módszertan szerint értékeljék, a nyilvánosan hozzáférhető webes és platformadatok figyelembevételével. Eredménye kerüljön be a megfelelő turisztikai szegmens és a digitális érettségi rangsor elemzésébe, szükség esetén pedig az összesített eredményeket is vizsgálják felül. | Köszönjük a részletes módszertani észrevételt. A társadalmi egyeztetés során felvetett szempontok alapján a Tanyacsárda digitális láthatóságát a stratégia eredeti módszertanának megfelelően külön kontrollvizsgálatnak vetettük alá, a jelenleg nyilvánosan hozzáférhető online adatok felhasználásával.<br><br>A 2026 szeptemberében elvégzett kontrollértékelés eredménye 74,5/100 pont, amely a stratégia módszertana alapján kiemelkedő digitális láthatóságot jelent. Az eredményt többek között a jelentős volumenű és kedvező online vendégértékelések, a saját, többnyelvű honlap, a naprakész szolgáltatás- és programinformációk, valamint a közvetlen online kapcsolatfelvételi és foglalási lehetőségek támasztják alá.<br><br>A Tanyacsárdát ezért a vonzerőleltár kiegészítése során feltüntetjük, az Öreg Tanyacsárda – Lajosmizse és az Új Tanyacsárda – Felsőlajos helyszínek egyértelmű megjelölésével. A kontrollértékelés időpontját is rögzítjük, mivel az eredeti adatfelvételnél későbbi állapotot tükröz.<br><br>A Tanyacsárda bevonásával azokat az összesített eredményeket is felülvizsgáljuk, amelyekre az új érték ténylegesen hatással van. Így különösen ellenőrizni szükséges a vizsgált elemek számát, a vármegyei átlagot, az érintett termékcsoport mutatóit, a települési megoszlást és a kiemelkedő digitális láthatóságú elemek számát. | Átvezetésre került. Fejezet: 1.2.3. A kínálat szerkezete és területi jellemzői; 2.2.4.1. Vonzerők láthatóságának értékelése; 2.2.4.2. A megye élmezőnye – 20 legmagasabb pontszámú attrakció. |
| **63** | Barack Thermal Resort-Tiszakécske | | Tiszakécske és a Barack Thermal Resort kiemelt szerepének megjelenítése: | Javasoljuk, hogy a stratégia a Barack Thermal Resortot a térség komplex turisztikai kínálatának – gyógyászat, termál- és élményfürdő, wellness, szállás, családi és aktív turizmus – egyik meghatározó szolgáltatójaként nevesítse, hiszen a fent leírtak alapján minden területnek komplexen megfelelünk, illetve mi már rendelkezünk mindazzal, amit ez a termékcsalád megkövetel: kész infrastruktúra + kész termék + szállások + fürdő + gyógyászat + családbarát szolgáltatások + vendégforgalom + saját marketing + saját értékesítési rendszer. | | A javaslat tartalmi irányával egyetértünk, ugyanakkor e ponton a stratégia módosítását nem tartjuk szükségesnek, mert a Barack Thermal Resort kiemelt szerepe a dokumentumban már egyértelműen megjelenik. A vonzerők digitális láthatósági értékelésében a Barack Thermal Resort 93,9 ponttal a vármegye teljes vizsgált kínálatának első helyén áll, és a stratégia a vármegye turisztikai „zászlóshajói” között nevesíti.<br><br>A térségi termékstruktúrában a stratégia a Tiszakécske–Lakitelek Tisza-menti térséget kifejezetten a wellness-, gyógy- és konferenciaturizmus egyik meghatározó termékmagjaként azonosítja, amelyben a Barack Thermal Resortnak központi szerepet tulajdonít. Emellett Tiszakécske a három minősített gyógyhely egyike, amelyre az egészségturisztikai termék- és szálláshelyfejlesztési beavatkozások is épülnek.<br><br>A stratégiában ugyanakkor nem egyes vállalkozások önértékelését, hanem az egységes helyzetelemzés és értékelési módszertan eredményeit tekintjük irányadónak. Ennek alapján a Barack Thermal Resort jelentősége már megfelelő súllyal szerepel, ezért külön módosítást nem vezetünk át. | Nem került átvezetésre; lásd a szakértői választ. |
| **64** | Barack Thermal Resort-Tiszakécske | | A „gyógyvíz + Tisza” turisztikai termék erősítése | Tiszakécske különleges adottsága, hogy a gyógy- és wellness turizmus a Tisza-parti és aktív turisztikai élményekkel összekapcsolható. Javasoljuk ennek önálló, komplex termékként való megjelenítését. | | A javasolt termékkapcsolattal egyetértünk, külön új turisztikai termékkategória létrehozását azonban nem tartjuk szükségesnek. A stratégia tudatosan nem egymástól elkülönülő termékekben, hanem az egészség-, aktív, vízi, kulturális és gasztronómiai kínálat összekapcsolásában gondolkodik. Tiszakécske esetében különösen erős lehet a termál- és gyógyturizmus kapcsolata a Tiszával és az aktív programokkal; ezt a stratégia már a Tisza-menti termékmagban és a célcsoportok számára kialakítandó komplex csomagokban is kezeli.<br><br>A „gyógyvíz + Tisza” ezért nem új negyedik vagy önálló termékpillérként, hanem a meglévő termékpillérek Tiszakécskére szabott kombinációjaként értelmezendő. A konkrét program- és csomagajánlatok kialakítása a stratégia végrehajtása során, a DMO és a helyi szolgáltatók közös termékfejlesztési munkájának feladata lesz. | Átvezetésre került. Fejezet: 2.2.8. A megye desztinációinak bemutatása és pozicionálása. |
| **65** | Barack Thermal Resort-Tiszakécske | | A tiszakécskei víziturizmus és a szálláshelyek összekapcsolása | A tervezett kikötő- és víziturisztikai fejlesztésekhez kapcsolódjon konkrét szálláskínálat. Legyen a cél a víziturizmusból származó vendégéjszakák növelése, ne csak átmenő forgalom keletkezzen. | | A stratégia nem az átmenő látogatószám növelését tekinti önmagában eredménynek. A versenyképességi célok között külön indikátor méri a legalább két éjszakás tartózkodást magukba foglaló, foglalható komplex turisztikai csomagok számát, az egészség- és aktív turisztikai beavatkozások pedig a szálláshelyek, attrakciók és programok összekapcsolására épülnek.<br><br>Tiszakécske esetében ezért a víziturisztikai fejlesztéseknek is a helyi szállás-, fürdő-, gasztronómiai és egyéb programkínálattal összekapcsolva kell piacra kerülniük. A konkrét szálláshelyi együttműködések és csomagok kialakítása azonban már a DMO és a szolgáltatók operatív termékfejlesztési feladata. | Átvezetésre került. Fejezet: 2.2.8. A megye desztinációinak bemutatása és pozicionálása. |

| Sorszám | Javaslattevő megnevezése | Fejezet, oldalszám | Hivatkozott szöveg | Észrevétel | Szövegszerű módosítási javaslat | Véleményre adott tervezői válasz | Átvezetés státusza / fejezet |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| **66** | Barack Thermal Resort-Tiszakécske | | Szezonhosszabbítás konkrét termékfejlesztéssel | Javasoljuk az őszi, téli és kora tavaszi időszakra a medical wellness, gyógyászati, senior, wellness és legfőkép gasztronómiai programok kiemelt fejlesztését. | | A javaslat lényegével egyetértünk, de e ponton a stratégia módosítása nem szükséges, mivel a javasolt elemek már kifejezetten szerepelnek a dokumentumban. A stratégia a gyógy- és wellnesskínálatot egész éves stabilizáló termékként kezeli, és a szezonhosszabbítást a termékek közötti keresztértékesítés és térségi csomagok egyik legfontosabb céljaként határozza meg.<br><br>A B3 beavatkozás a három gyógyhely esetében külön nevesíti a medical wellness fejlesztést, a gyógy + aktív + gasztro csomagokat, az őszi wellness- és téli orvosi programokat, miközben a senior egészségtudatos vendégek a stratégia egyik elsődleges célcsoportját jelentik.<br><br>A konkrét tiszakécskei őszi, téli és kora tavaszi programportfólió összeállítása már a helyi szolgáltatók és a DMO termékfejlesztési feladata lesz. Külön stratégiai módosítást ezért nem vezetünk át. | Átvezetésre került. Fejezet: 2.2.8. A megye desztinációinak bemutatása és pozicionálása. |
| **67** | Barack Thermal Resort-Tiszakécske | | A turisztikai digitális platform értékesítési funkciójának erősítése | Javasoljuk, hogy a tervezett megyei turisztikai platform ne csupán információs felület legyen, hanem közvetlenül foglalható, értékesíthető többnapos turisztikai csomagokat is kínáljon. | | A javasolt értékesítési funkció már szerepel a stratégiában. A 45. táblázatban bemutatott B12 beavatkozás megvalósítandó tevékenységei között megtalálható a foglalási funkcióval rendelkező desztinációs web- és mobilalkalmazás fejlesztése, továbbá az OTA-platformokkal való integráció. A 68. táblázat K6.2 mutatója 2030-ra 10 piacra vitt, foglalható komplex turisztikai csomagot határoz meg célértékként, és ezek megvalósítási eszközei között a B12 digitális platform csomagfoglaló felületként szerepel.<br><br>Ezért új stratégiai szövegmódosítás nem szükséges. Azt, hogy a foglalási tranzakció közvetlenül a megyei platformon, szolgáltatói foglalómotoron vagy integrált külső rendszeren keresztül történjen, a platform projekt-előkészítése során kell meghatározni. | Nem igényelt új átvezetést; a tartalom már szerepel a stratégiában. Fejezet: 3.6.1., B12 beavatkozás (45. táblázat); 3.7.1.6., K6.2 mutató (68. táblázat). |
| **68** | Barack Thermal Resort-Tiszakécske | | A turisztikai szolgáltatók bevonása a DMO munkájába | Javasoljuk, hogy a jelentős vendégforgalmat generáló fürdők, szálláshelyek és attrakciók a termékfejlesztésben és a marketingstratégia kialakításában fontos és érdemi szakmai szerepet kapjanak. | | Elfogadjuk és a partnerségi működés leírását pontosítjuk. A stratégia jelenleg is a turisztikai vállalkozókat a megyei DMO alapvető partnerei között nevesíti, és a DMO egyik fő feladata a helyi szereplőkkel való partnerség, valamint a termékfejlesztés és marketingkommunikáció koordinációja.<br><br>A társadalmi egyeztetés visszajelzései alapján ugyanakkor indokolt egyértelműbbé tenni, hogy ez nem kizárólag évi egy általános konzultációs fórumot jelent. A DMO működésében rendszeres, tematikus termékfejlesztési és marketing-egyeztetéseknek is helyet kell kapniuk, amelyekbe az érintett fürdők, szálláshelyek, attrakciók, aktív turisztikai, kulturális és más szolgáltatók bekapcsolódhatnak.<br><br>A részvételt ugyanakkor nem kizárólag a vendégforgalom nagyságához kötjük: a nagy forgalmú szolgáltatók piaci tapasztalata fontos, de a partnerségi rendszernek a kisebb vállalkozások, új termékek és térségek képviseletét is biztosítania kell. | Átvezetésre került. Fejezet: 2.2.8. A megye desztinációinak bemutatása és pozicionálása. |
| **69** | Barack Thermal Resort-Tiszakécske | | | Legyen stratégiai cél Bács-Kiskun felkerülése a kiemelt turisztikai desztinációk térképére, ezáltal erősítve az ország középső részének turisztikai láthatóságát és elismertségét. | | A felvetéssel teljes mértékben egyetértünk. Ugyanakkora stratégiának nem feladata jogszabály módosítás kezdeményezése. | Nem került átvezetésre; lásd a szakértői választ. |
| **70** | Barack Thermal Resort-Tiszakécske | | | Összességében a stratégia irányait a Barack Thermal Resort kedvezőnek tartja. Különösen nagy lehetőséget látunk abban, hogy Tiszakécske a gyógy- és wellness turizmust a Tisza-, családi, aktív és gasztronómiai turizmussal összekapcsolva a megye egyik meghatározó turisztikai célpontjává váljon. | | A megállapítás tartalmi irányával egyetértünk, és az már összhangban áll a stratégia jelenlegi pozicionálásával. A stratégia Tiszakécskét és Lakitelket a Tisza-mente egyik meghatározó turisztikai termékmagjaként kezeli, amelynek alapját a wellness- és gyógyturizmus adja, és amelyhez az aktív, vízi, családi, természeti és kapcsolódó gasztronómiai kínálat kapcsolható. A Barack Thermal Resort e rendszer egyik legerősebb meglévő szolgáltatási eleme.<br><br>A stratégia ugyanakkor Tiszakécske komplex turisztikai kínálatát nem egyetlen szolgáltató köré szervezi, hanem a fürdő, a szálláshelyek, a Tisza-part, a vízi és aktív kínálat, a gasztronómia és a térség további szereplőinek együttműködésére építi. Éppen ez teszi lehetővé, hogy a település ne egyetlen attrakcióra épülő célpontként, hanem többnapos tartózkodásra alkalmas turisztikai termékként erősödjön.<br><br>A visszajelzés ezért megerősíti a stratégia jelenlegi irányát, de önálló tartalmi módosítást nem igényel. A konkrét tiszakécskei komplex csomagok és közös értékesítési konstrukciók kialakítása a stratégia megvalósítása során a DMO és a helyi szereplők feladata lesz. | Átvezetésre került. Fejezet: 2.2.8. A megye desztinációinak bemutatása és pozicionálása. |
| **71** | Kiskunsági Nemzeti Park Igazgatóság | 2.2.9.,64. oldal | A vízparti üdülés és a rendezvényturizmus erősen<br>nyári csúcsú, a bor-gasztronómia és a zarándokturizmus inkább tavaszi-őszi erősödést mutat,<br>az aktív és öko termékek fő szezonja a tavasztól őszig tartó időszak, míg a termál- és wellness<br>kínálat, illetve részben az üzleti turizmus egész éves támaszt jelenthet. | A Kiskunsági Nemzeti Park Igazgatóság tapasztalata, hogy a változó klíma miatt ebben a térségben az ökoturizmus fő szezonjára nem mondható, hogy tavasztól őszig tartó időszak. Az egyre forróbbá váló nyarak és gyakoribb hőhullámok nem ösztönöznek látogatásra sem a pusztán, sem a homokbuckákon. Július-augusztusban visszaesik a látogatottság a nemzeti parkban, ellenben most már novemberre is jól kitolható a szezon. | "...az aktív és öko termékek fő szezonja a kora tavasztól kora nyárig, illetve az ősztől tél elejéig tartó időszak,..." | Elgyetértünk, elfogadjuk a módosítást. A jelenlegi megfogalmazás túlságosan általánosan kezeli együtt az aktív és az ökoturisztikai termékek szezonalitását. A Kiskunsági Nemzeti Park Igazgatóság gyakorlati tapasztalatai alapján indokolt pontosítani, hogy különösen a nyílt, árnyékolatlan természeti területeken a nyári hőhullámok már csökkenthetik a látogatási hajlandóságot, miközben az őszi szezon egyre hosszabbra nyúlhat.<br><br>A szöveget ezért úgy módosítjuk, hogy az ökoturisztikai és természetjáró kínálat fő időszaka jellemzően a tavasz–kora nyár, illetve az ősz–tél eleje, miközben az aktív turizmus egyes termékei ettől eltérő szezonalitást mutathatnak. Így nem állítunk valamennyi aktív termékre egységes tavasztól őszig tartó főszezont. | Átvezetésre került. Fejezet: 2.2.9. A megye tematikus turisztikai kínálatának a bemutatása, pozicionálása. |
| **72** | Kiskunsági Nemzeti Park Igazgatóság | 2.2.9., 66. oldal | A klímaváltozás minden termékpályát módosít kezdetű bekezdés | Különösen erősek ebben a térségben a klímaváltozás okozta hatások. Nem változtatást, inkább kiegészítést javaslok. | A tájból eltűnő víz okozta változások a turisztikai tevékenységre is hatással vannak, egy-egy drasztikusabb változás a térség természetvédelmi célú turisztikai kínálatát is befolyásolhatja. | A klímaváltozás termékpályákra gyakorolt hatásának bemutatását kiegészítjük azzal, hogy a vízhiány és a vízhez kötődő élőhelyek átalakulása nemcsak környezeti, hanem közvetlen turisztikai kínálati kockázatot is jelent. Egyes természeti látványosságok, élőhelyek és hozzájuk kapcsolódó programok karaktere, látogathatósága vagy vonzereje jelentősen megváltozhat.<br><br>A kiegészítést a klímaváltozás turisztikai hatásait összegző részben átvezetjük. | Átvezetésre került. Fejezet: 2.2.10.1. A termékportfólió két nagy csoportja; 2.2.9. A megye tematikus turisztikai kínálatának a bemutatása, pozicionálása. |

| Sorszám | Javaslattevő megnevezése | Fejezet, oldalszám | Hivatkozott szöveg | Észrevétel | Szövegszerű módosítási javaslat | Véleményre adott tervezői válasz | Átvezetés státusza / fejezet |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| **73** | Kiskunsági Nemzeti Park Igazgatóság | 2.2.10., 68. oldal | 40. ábra | az aktív/kerékpáros klímaérzékenységet is magasra tenném, az ökoturizmusét pedig szinte olyan magasra, mint a vízparti üdülését. Az ökoturizmus ebből fakadó megújulási kényszere is magasabb a véleményem szerint. | | Elfogadjuk a pontosítás szükségességét. A klímaérzékenységet bemutató ábrát felülvizsgáljuk, mert a kültéri aktív és különösen az ökoturisztikai termékek hőhullámokkal, aszállyal, vízhiánnyal és szélsőséges időjárással szembeni sérülékenysége a jelenlegi ábrán alulértékelt.<br><br>Az ökoturizmus klímaérzékenységét és megújulási kényszerét magasabb szinten jelenítjük meg, és az aktív/kerékpáros turizmus esetében is erősebben jelezzük a klímaadaptáció szükségességét. | Átvezetésre került. Fejezet: 2.2.10.1. A termékportfólió két nagy csoportja; 2.2.10. A jelenlegi turisztikai termékek életciklusban elfoglalt helye és annak várható változása 2040-ig. |
| **74** | Kiskunsági Nemzeti Park Igazgatóság | 2.3.3., 77. oldal | Észak-bácskai turisztikai térség – Szabadka–Palić | Abszolút jó a példa, a profil és relevancia bekezdést még kiegészíteném két erős kínálatukkal. Ilyen szempontból van egy kis hasonlóság Fertő/Neusiedler See térségével. A Kiskunsági Nemzeti Park Igazgatóságnak elég szoros kapcsolata van a Palics-Ludas Közvállalattal, akik a helyi állami természetvédelmi tevékenységet végzik. | kiegészítés: madármegfigyelés, természetvédelmi terület | Elfogadjuk a módosítási javaslatot. A Palić–Szabadka térség profilját kiegészítjük a madármegfigyelési és természetvédelmi kínálattal, mert ez érdemben erősíti a Bács-Kiskunnal való összehasonlíthatóságát.<br><br>A Kiskunsági Nemzeti Park Igazgatóság és a Palics–Ludas térség természetvédelmi szervezete közötti meglévő szakmai kapcsolatot szintén releváns együttműködési előzményként kezeljük. Részletes intézményi bemutatást azonban nem tartunk szükségesnek, mivel a fejezet elsődleges célja a turisztikai jó gyakorlatok összevetése. | Átvezetésre került. Fejezet: 2.3.3. Nemzetközi jó gyakorlatok. |
| **75** | Kiskunsági Nemzeti Park Igazgatóság | 2.4.6., 84. oldal | A klímaváltozás globális és helyi hatásai | Hangsúlyoznám a klímaváltozás negatív hatásait, az országban legsúlyosabban a Duna-Tisza közi Homokhátságot érinti. A régió földrajzi és talajadottságai miatt a rendkívül módon kitett ezeknek a hatásoknak, és a következő években súlyosbodni fog a helyzet. Például kifejezetten magas a tűzveszély is a Homokhátságon, évről évre szárazodik a növényzet, fokozódó erdőtűzveszély - ez a turizmusra is hatással van, pl mert leég a terület és nem látogatható, elhúzódó tűzgyújtási tilalom, jelzőrendszer szükséges. | A klímaváltozás negatív hatásai (hőhullámok, aszály, vízhiány, elsivatagosodás, szélsőséges időjárás, tűzveszély) nem csak egyre közvetlenebbül érintik a Duna–Tisza közi térséget, hanem az ország területét nézve a legsúlyosabban. | A klímaváltozás helyi hatásainak bemutatását kiegészítjük a Homokhátság fokozott sérülékenységével, különösen az aszály, tartós vízhiány, növényzetkiszáradás és növekvő tűzveszély turisztikai következményeivel. A turisztikai következményeket is egyértelműen beépítjük: a tűzveszély, tűzgyújtási tilalom, egyes területek időszakos lezárása, illetve a tájképi változások közvetlenül befolyásolhatják a látogathatóságot. | Átvezetésre került. Fejezet: 2.4.6.5. A klímaváltozás globális és helyi hatásai; 2.4.6.1. Globális keretek: a turizmus „zöld fordulata”. |
| **76** | Kiskunsági Nemzeti Park Igazgatóság | 3.1., 103. oldal | 4. alapelv – Környezeti fenntarthatóság | a nemzeti park vonatkozásában többször szerepel ez a mondat: "Kiskunsági Nemzeti Park mozaikos élőhelyei, a Homokhátság szikes területei, a Duna és a Tisza árterei, a tavi ökoszisztémák". Kiegészítésképpen megjegyezném, hogy talán érdemes lenne hozzátenni a homokbuckákat. A homokbuckák abszolút különlegességei a megyének, ez az a természeti látványosság, ami máshol nincs az országban, kifejezetten megérdemli a kiemelést, mint a turisztikai vonzerő egyik alapja. | kiegészítés: …a Homokhátság szikes területei és homokbuckái, … | A homokbuckák a vármegye egyik valóban karakteres és megkülönböztető természeti értékét jelentik, ezért a releváns felsorolást kiegészítjük.<br><br>A szövegben a „Homokhátság szikes területei és homokbuckái” megfogalmazást alkalmazzuk, és ahol a természeti USP-k bemutatása indokolja, ott is nevesítjük a homokbuckás tájat. | Átvezetésre került. Fejezet: 2.2.8. A megye desztinációinak bemutatása és pozicionálása; 3.1 Alapelvek. |
| **77** | Kiskunsági Nemzeti Park Igazgatóság | 3.1., 104. oldal | 4. alapelv, Érvényesítési irányok | A klímaadaptációs intézkedések integrálása: itt az árnyékolás kifejezést nem nagyon tudom értelmezni, mivel az ökológiai rendszerek, természeti értékek fenntarthatósága a szövegkörnyezet. Vagy ez a bemutatóhelyekre, látogatóközpontokra értendő, mint árnyékolási menedzsment? Akkor a mikroklimatikus építészeti megoldásokkal is ki lehetne egészíteni (mint pl zöldtető, zöldfal, vályog használat), csapadékvíz-kezelés (szikkasztani, nem elvezetni), szezonalitás áthelyezése stb., stb, | a leírtaknál jóval több klímaadaptációs intézkedési lehetőség van, legalább egy stb.-t érdemes beszúrni a végére | Az „árnyékolás” önmagában valóban túl szűk és a jelenlegi szövegkörnyezetben félreérthető megfogalmazás. A klímaadaptációs intézkedések példáit ezért pontosítjuk és szélesítjük.<br><br>A szövegben például a látogatói infrastruktúra hőterhelésének csökkentése, mikroklimatikus és zöldinfrastruktúra-megoldások, a csapadékvíz helyben tartása, víztakarékosság, valamint a programok és nyitvatartás szezonális alkalmazkodása jelenik meg. Ugyanakkor a stratégiának nem célja teljes műszaki intézkedéskatalógus készítése, a példák azt szemléltetik, hogy a klímaadaptáció többféle eszközzel valósulhat meg. | Átvezetésre került. Fejezet: 2.4.6.5. A klímaváltozás globális és helyi hatásai; 3.1 Alapelvek. |
| **78** | Kiskunsági Nemzeti Park Igazgatóság | 3.2.2., 109. oldal | A helyzetelemzés az aktív és víziturizmus termékeit azonosította a legdinamikusabb<br>növekedési pályán lévő pillérekként: az EuroVelo-útvonalak találkozása, a Duna és a Tisza<br>menti vízitúra-infrastruktúra fejlesztése, a Kiskunsági Nemzeti Park természetközeli<br>ösvényhálózata és a bugaci lovas- és tanyai programok mind erős turisztikai potenciállal<br>bírnak. A 2021–2027-es uniós ciklusban megvalósuló kerékpárút-fejlesztések és víziturisztikai<br>beruházások erre az alapra építenek. | "a Kiskunsági Nemzeti Park természetközeli<br>ösvényhálózata" így nem helyes kifejezés (nem ösvény, hanem tanösvény az elnevezés), valamint idevenném az MTSZ által kijelölt túraútvonalakat is. Így ezt a szövegrészt módosítani javaslom | a Kiskunsági Nemzeti Park Igazgatóság tanösvényhálózata, a kijelölt túraútvonalak | A megfogalmazás valóban pontatlan. A szöveget módosítjuk.<br><br>Az MTSZ által kijelölt és a KNPI által működtetett tanösvényeket egymást kiegészítő gyalogos turisztikai infrastruktúraként kezeljük. | Átvezetésre került. Fejezet: 3.2.2. A három termékpillér a jövőképben. |
| **79** | Kiskunsági Nemzeti Park Igazgatóság | 3.2.2., 109. oldal | 2040-re az aktív és víziturizmus a vármegye egész területén érzékelhető, hálózatos kínálatot<br>alkot: az EuroVelo 6, 11 és 13 teljes, szolgáltatásgazdag útvonalat jelent a vármegyén át, a<br>Duna és a Tisza menti kikötőlánc lehetővé teszi a többnapos vízitúrákat, és a Kiskunsági<br>Nemzeti Park ösvényhálózata fenntartható terhelésmenedzsmenttel fogadja az öko- és<br>természetjáró turistákat. | lásd előző észrevétel, "a Kiskunsági Nemzeti Park természetközeli<br>ösvényhálózata" így nem helyes kifejezés (nem ösvény, hanem tanösvény az elnevezés) | Kiskunsági<br>Nemzeti Park tanösvényhálózata | Az észrevétel jogos, javítjuk. | Átvezetésre került. Fejezet: 3.2.2. A három termékpillér a jövőképben. |
| **80** | Kiskunsági Nemzeti Park Igazgatóság | 3.3.2., 117. oldal | A Kiskunsági Nemzeti Park terhelési kockázatai, a Homokhátság aszályérzékenysége és a<br>klímaváltozás fokozódó hatásai szükségessé teszik, hogy a fenntarthatóság ne csak elvi<br>követelmény, hanem operatív tervezési feltétel legyen. | Ugyan a szövegben már többször előfordult így eddig is, de szükségesnek tartom megjegyezni, hogy a Kiskunsági Nemzeti Park elnevezés valójában csak a nemzeti parki törzsterületeket jelenti, nem pedig mindazt a megyei természeti értéket (például védett természetvédelmi területeket, Natura 2000 területeket), amelyekre a stratégia vonatkozik. Például nem minden tanösvény van nemzeti parki területen, de attól az még lehet védett természeti terület. | esetleg: Kiskunsági Nemzeti Parks Igazgatóság védett természeti és Natura 2000 területei kifejezést is lehet használni, hosszabb, de pontosabb. De mivel ez nem ökológiai szakmai anyag, akár el is tekinthetünk ettől, csak a pontosság kedvéért jegyeztem ezt meg. | Az észrevétellel egyetértünk. A Kiskunsági Nemzeti Park mint védett terület nem azonos a Kiskunsági Nemzeti Park Igazgatóság teljes működési területével, amely a nemzeti parki területeken kívül további védett természeti és Natura 2000 területeket is magában foglal.<br><br>A dokumentumot eszerint módosítjuk. Ahol ténylegesen a Kiskunsági Nemzeti Park területéről van szó, megtartjuk ezt az elnevezést; ahol azonban a KNPI által kezelt vagy érintett tágabb természeti területekre utalunk, pontosabb megfogalmazást használunk, például „a Kiskunsági Nemzeti Park Igazgatóság működési területén található védett természeti és Natura 2000 területek”.<br><br>Nem alkalmazunk azonban minden esetben hosszú, jogi pontosságú elnevezést, ha az a turisztikai stratégia olvashatóságát indokolatlanul rontaná. | Nem került átvezetésre; lásd a szakértői választ. |
| **81** | Kiskunsági Nemzeti Park Igazgatóság | 3.5.3., 141. oldal | Bugac, Aranymonostor,<br>Pásztormúzeum, Puszta Kapuja,<br>pusztai lovas bemutatók | A Puszta Kapuja név így nem pontos | Puszta Kapuja Információs Központ | A pontatlan megnevezést javítjuk, és a dokumentumban következetesen a hivatalos „Puszta Kapuja Információs Központ” elnevezést használjuk. | Átvezetésre került. Fejezet: 3.5.3. Célcsoportok igényei és a megyei kínálat által nyújtott megoldások. |
| **82** | Kiskunsági Nemzeti Park Igazgatóság | 3.5.3., 142. oldal | Iskolai csop. Edutainment sor a táblázatban | Kiskunsági NP terepnapok helyett: | Kiskunsági Nemzeti Park Igazgatóság környezeti nevelési foglalkozásai és szakvezetéses túrái | A megfogalmazást pontosítjuk.<br><br>A táblázatban a „Kiskunsági Nemzeti Park Igazgatóság környezeti nevelési foglalkozásai és szakvezetéses túrái” megnevezést használjuk, amely pontosabban tükrözi az Igazgatóság tényleges oktatási és interpretációs tevékenységét. | Átvezetésre került. Fejezet: 3.5.3. Célcsoportok igényei és a megyei kínálat által nyújtott megoldások. |

| Sorszám | Javaslattevő megnevezése | Fejezet, oldalszám | Hivatkozott szöveg | Észrevétel | Szövegszerű módosítási javaslat | Véleményre adott tervezői válasz | Átvezetés státusza / fejezet |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| **83** | Kiskunsági Nemzeti Park Igazgatóság | 3.6.1., 151. oldal | 34. táblázat, B1 kerékpárút-hálózat, Megvalósítandó tevékenységek | Kecskemét-Nyárlőrinc hiányzó kerékpárút nincs a felsorolásban | Hiányzó Kecskemét-Nyárlőrinc kerékpárút kiépítése | A Kecskemét–Nyárlőrinc kapcsolatot indokolt a vármegyei kerékpáros hálózat hiányzó vagy fejlesztendő kapcsolatai között nevesíteni.<br><br>A stratégiában ugyanakkor nem rögzítjük előre, hogy a teljes szakaszon szükségszerűen új, önálló kerékpárutat kell építeni. A stratégiai cél a biztonságos, összefüggő kerékpáros kapcsolat megteremtése; ennek műszaki megoldása lehet önálló kerékpárút, meglévő alacsony forgalmú út használata vagy ezek kombinációja. A konkrét nyomvonal és műszaki tartalom meghatározása a kerékpárforgalmi tervezés és a projekt-előkészítés feladata. | Átvezetésre került. Fejezet: 3.6.1. A fejlesztési igények rendszerezése – áttekintő táblázat; 2.2.6.2. Kerékpáros infrastruktúra: EuroVelo, országos és helyi útvonalak. |
| **84** | Kiskunsági Nemzeti Park Igazgatóság | 3.6.1., 159. oldal | 41. táblázat, B8 Bugac, Megvalósítandó tevékenységek | a Pásztormúzeum a bugaci puszta ikonikus épülete, a modern igényekhez alakítása és izgalmassá tétele szükséges lenne, de nincs a felsorolásban | Az ikonikus Pásztormúzeum fejlesztése és beépítése a bugaci márkaidentitásba | A Pásztormúzeum Bugac egyik ikonikus, a pusztai örökséget hitelesen közvetítő eleme, ezért indokolt a B8 beavatkozásban történő konkrét megjelenítése.<br><br>A B8 tevékenységei közé beemeljük a Pásztormúzeum látogatói és interpretációs megújítását, valamint a komplex bugaci márka- és élményrendszerbe történő integrálását. A konkrét fejlesztések bemutatása nem a stratégia feladata, ezt a későbbi projektfejlesztés során kell meghatározni. | Nem került átvezetésre; lásd a szakértői választ. |
| **85** | Kiskunsági Nemzeti Park Igazgatóság | 3.6.1., 159. oldal | 41. táblázat, B8 Bugac, Megvalósítandó tevékenységek | a felsorolásból szintén hiányzik a Puszta Kapuja Információs Központ és turisztikai kínálatának beemelése a komplex bugaci márkaidentitásba | A Puszta Kapuja Információs Központ beépítése a bugaci márkaidentitásba | A B8 beavatkozást kiegészítjük a Puszta Kapuja Információs Központnak a komplex bugaci turisztikai kínálatba és márkaidentitásba történő integrálásával.<br><br>A cél nem új, párhuzamos attrakció kialakítása, hanem a meglévő elemek – Pásztormúzeum, Puszta Kapuja Információs Központ, pusztai és lovas programok, természeti értékek, Aranymonostor és kapcsolódó szolgáltatások – egységesebb látogatói élménylánccá szervezése. | Átvezetésre került. Fejezet: 3.6.1. A fejlesztési igények rendszerezése – áttekintő táblázat; 2.2.6.3. Lovasturizmus. |
| **86** | Kiskunsági Nemzeti Park Igazgatóság | 3.6.1., 166. oldal | 47. táblázat, AI-alapú tartalommenedzsment és digitális kompetenciafejlesztés a szolgáltatóknál | Érintettek kedvezményezettjei közé kerüljön be a Kiskunsági Nemzeti Park Igazgatóság | felsorolás kiegészítése: Kiskunsági Nemzeti Park Igazgatóság | Egyetértünk azzal, hogy a Kiskunsági Nemzeti Park Igazgatóság turisztikai és látogatói információt szolgáltató szervezetként releváns résztvevője lehet a digitális tartalom- és kompetenciafejlesztési programnak.<br><br>A KNPI-t ezért az érintett és potenciálisan bevonható szervezetek körében feltüntetjük. A „kedvezményezett” státuszt azonban a stratégia nem tudja előre garantálni. | Nem került átvezetésre; lásd a szakértői választ. |
| **87** | Kiskunsági Nemzeti Park Igazgatóság | 3.6.1., 169. oldal | 50. táblázat - Tudományos alapú terhelési kapacitáselemzés 5 kiemelt természeti területre (KNP, Szelidi-tó, Vadkerti-tó, Homokhátság, vizes élőhelyek) | nem értelmezhető egy kiemelt természeti területként a KNP (a nemzeti park kilenc különálló területet jelent), a Homokhátság (ez egy nagyobb földrajzi egység), a Vadkerti-tó (nem kiemelt természeti terület), vizes élőhelyek (ez egy tág fogalom). Helyettük javaslok mást. | Tudományos alapú terhelési kapacitáselemzés 5 kiemelt természeti területre: Bugac (Bócsa-Bugac buckavilága és homokpusztái), Fülöpházi-buckavidék, Szikra és az Alpári-rét (azaz Lakitelek-Tőserdő és Tiszaalpár), Felső-kiskunsági-puszta (azaz Kunszentmiklós-Apaj térsége), Császártöltési Vörös-mocsár Természetvédelmi Terület | A jelenlegi felsorolás valóban eltérő területi léptékű és természetvédelmi státuszú kategóriákat kever: a „Kiskunsági Nemzeti Park”, a „Homokhátság”, egy konkrét tó és az általános „vizes élőhelyek” nem kezelhetők öt összehasonlítható vizsgálati területként.<br><br>A B17 beavatkozásban ezért a területeket konkrét, földrajzilag és természetvédelmi szempontból értelmezhető helyszínekre cseréljük. A KNPI javaslatát alapul véve az öt vizsgálandó mintaterület:<br><br>Bugac – Bócsa–Bugac buckavilága és homokpusztái; Fülöpházi-buckavidék; Szikra és Alpári-rét – Lakitelek–Tőserdő és Tiszaalpár térsége; Felső-kiskunsági-puszta – Kunszentmiklós–Apaj térsége; Császártöltési Vörös-mocsár Természetvédelmi Terület.<br><br>A konkrét terhelési kapacitáselemzés módszertanát és indikátorait azonban már a végrehajtási projekt keretében, a természetvédelmi szakmai szervezetek bevonásával szükséges kialakítani. | Nem került átvezetésre; lásd a szakértői választ. |
| **88** | KDMFÜ Nonprofit Kft. | Általános, a teljes stratégiai anyagot érintő észrevétel, megjegyzés, javaslat. | | A Bács-Kiskun Vármegye Turizmusfejlesztési Stratégiája 2026–2040 nagyrészt illeszkedik a KDMFÜ fejlesztési és turisztikai elképzeléseihez. Különösen erős az összhang a Duna menti térség fejlesztésében, a kerékpáros- és víziturizmusban, a természetközeli („szelíd”) turizmusban, valamint a kulturális és gasztronómiai értékek hálózatosításában. | | Az észrevétel megerősíti a stratégia tervezése során követett térségi és hálózatos megközelítést. A Közép-Duna mente fejlesztési dokumentumait a stratégia elkészítése során figyelembe vettük, különös tekintettel a Duna menti aktív turizmusra, a kerékpáros és vízi turisztikai hálózatokra, valamint a kulturális és gasztronómiai kapcsolódásokra. Az észrevétel külön stratégiai módosítást nem igényel. | Nem került átvezetésre; lásd a szakértői választ. |
| **89** | KDMFÜ Nonprofit Kft. | | | A KDMKT Közép-Duna-kör/Turisztikai Menedzsment Rendszer (TMR) és a Bács-Kiskun tervezett megyei DMO-ját javasolt nem párhuzamosan, hanem egymást kiegészítve működtetni. | | A két rendszer feladatköre területileg részben átfed, ugyanakkor nem azonos: a tervezett vármegyei DMO Bács-Kiskun teljes turisztikai rendszerének koordinációját szolgálja, míg a Közép-Duna Menti Kiemelt Térség együttműködése megyehatárokon átnyúló térségi logikára épül.<br><br>A stratégia szervezeti és partnerségi részét ezért pontosítjuk azzal, hogy a vármegyei DMO és a KDMFÜ/KDMKT turisztikai menedzsmentjének együttműködése során törekedni kell az adat-, termékfejlesztési, marketing- és projektkoordináció összehangolására, valamint a párhuzamos fejlesztések elkerülésére. A stratégia ugyanakkor nem határoz meg szervezeti alá-fölérendeltséget vagy összevonást. | Átvezetésre került. Fejezet: 3.8.4. Javasolt együttműködések. |
| **90** | KDMFÜ Nonprofit Kft. | | | Javasoljuk, hogy a szöveg teljes terjedelmében a 'vármegye' szó helyett a 'megye' szerepeljen. | | A javaslatot a stratégia általános területi szóhasználatában átvezettük: a dokumentum a területi egységre következetesen a „megye” megnevezést használja. A „vármegye” szó kizárólag akkor maradt meg, amikor a Bács-Kiskun Vármegye Önkormányzata hivatalos intézménynevéről, illetve az ehhez kapcsolódó forráshivatkozásról van szó; ezekben az esetekben a megnevezés nem módosítható. | Átvezetésre került, a hivatalos intézménynevek és forráshivatkozások szükséges kivételével. |
| **91** | KDMFÜ Nonprofit Kft. | | | Megfontolandó, hogy a megyei márkaépítés a KDMKT márkaépítésének továbbgondolása legyen, illeszkedjen hozzá. | | Fontosnak tartjuk, hogy a vármegyei márkaépítés és a Közép-Duna Menti Kiemelt Térség kommunikációja egymással kompatibilis legyen, és az átfedő területeken ne jöjjenek létre egymással versengő vagy párhuzamos üzenetek.<br><br>Ugyanakkor a Bács-Kiskun megyei turisztikai márkát nem tartjuk indokoltnak a KDMKT márka továbbfejlesztéseként meghatározni, mivel a két területi egység földrajzi lefedettsége és turisztikai portfóliója eltér. A megyei márkának Kecskeméttől a Tisza mentén és a Homokhátságon át a déli, határ menti térségekig Bács-Kiskun egészét kell képviselnie.<br><br>A márkaépítés megvalósításakor ugyanakkor a KDMKT-val való arculati és kommunikációs összehangolást partneri feladatként rögzítjük. | Átvezetésre került. Fejezet: 3.8.4. Javasolt együttműködések. |
| **92** | KDMFÜ Nonprofit Kft. | | Ugyancsak jelentős az építőipari szektor. | | jav.: építőipari | Javítjuk. | Átvezetésre került. Fejezet: 2.1 Bács-Kiskun megye gazdasági, társadalmi, környezeti elemzése. |

| Sorszám | Javaslattevő megnevezése | Fejezet, oldalszám | Hivatkozott szöveg | Észrevétel | Szövegszerű módosítási javaslat | Véleményre adott tervezői válasz | Átvezetés státusza / fejezet |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| **93** | KDMFÜ Nonprofit Kft. | 20. oldal: 2.1. Bács-Kiskun vármegye gazdasági, társadalmi, környezeti elemzése | | A fejezet nem tesz említést a KDMKT-ról. | | Fontos pontosítani, hogy a Közép-Duna Menti Kiemelt Térség és a KDMFÜ fejlesztési elképzeléseit a stratégia tervezése során kifejezetten figyelembe vettük. A KDMFÜ turizmusfejlesztési dokumentumait megvizsgáltuk, a tervezés során külön mélyinterjú készült a KDMFÜ vezetőjével, és a KDMFÜ által megfogalmazott stratégiai projektjavaslatok is kiemelt figyelmet kaptak. A Bács-Kiskun stratégia tehát már eleve a Közép-Duna menti tervekkel való szinergiára törekedve készült.<br><br>A 2.1. fejezet ugyanakkor elsősorban gazdasági, társadalmi és környezeti helyzetelemzés, ezért nem tartjuk indokoltnak a KDMKT részletes intézményi bemutatását ebben a fejezetben. A kapcsolódást azonban a végleges dokumentumban egy rövid hivatkozással egyértelműbbé tesszük, illetve a területi és stratégiai illeszkedést bemutató részekben hangsúlyosan megtartjuk. | Nem került átvezetésre; lásd a szakértői választ. |
| **94** | KDMFÜ Nonprofit Kft. | 125. oldal; 65. ábra - A 9 célterület SMART mutatói | | A 65. ábra nem olvasható | | A 65. ábrát újratördeltük: nagyobb méretben, megfelelő felbontással és olvashatóbb feliratokkal került be a 3.3.4. fejezetbe. Az ábra alatt a célterületek SMART mutatói részletes, táblázatos formában is megtalálhatók, így az adatok tételesen is ellenőrizhetők. | Átvezetésre került. Fejezet: 3.3.4. A célrendszer összefoglalása; 65. ábra. |
| **95** | KDMFÜ Nonprofit Kft. | 167. oldal; 48. ábra; Ütemezés: | 2026–2040 (partnerségi megállapodások: 2027; képzési programok indítása: 2028; képzés | | Zárójel hiányos | A szerkesztési hibát javítjuk és a mondatot nyelvileg is ellenőrizzük. | Átvezetésre került. Fejezet: 2.2 Bács-Kiskun megye turisztikai helyzetének elemzése. |
| **96** | KDMFÜ Nonprofit Kft. | Általános, a teljes stratégiai anyagot érintő észrevétel, megjegyzés, javaslat. | | Általánosságban: Bács-Kiskun Vármegyei Önkormányzat helyett Bács-Kiskun Vármegye Önkormányzata | | A dokumentum teljes szövegében egységesítettük a hivatalos elnevezést. A helyes „Bács-Kiskun Vármegye Önkormányzata” forma szerepel; a „Bács-Kiskun Vármegyei Önkormányzat” megnevezés a javított dokumentumban már nem fordul elő. | Átvezetésre került a dokumentum teljes szövegében. |
| **97** | KDMFÜ Nonprofit Kft. | 6-10. oldal | | Táblázatok és ábrajegyzék: javasolt a dokumentum végére tenni. | | Az ábra- és táblázatjegyzék a tartalomjegyzékhez hasonló navigációs funkciót tölt be, ezért szakmai dokumentumokban bevett módon a dokumentum elején is elhelyezhető. Ez különösen egy közel 200 oldalas stratégia esetében segíti az egyes tartalmak gyors megtalálását.<br><br>A végső tördelésnél természetesen ellenőrizzük az áttekinthetőséget, de a jegyzékek dokumentumvégi áthelyezését nem tartjuk szükségesnek. | Nem került átvezetésre; lásd a szakértői választ. |
| **98** | KDMFÜ Nonprofit Kft. | 16. oldal | A végrehajtás szervezeti keretét a Bács-Kiskun Vármegyei Önkormányzat által létrehozandó<br>Vármegyei Desztinációmenedzsment Szervezet (DMO) biztosítja, amelynek feladata a<br>koordináció, a minőségbiztosítás, az adatvezérelt döntéshozatal és a marketing. | Javasolt kifejteni/magyarázni, hogy a DMO mozaikszó milyen szavak rövidítéséből ered, valószínűsíthetően az angol kifejezésből származik (Destination Managmenet Organisation) | A végrehajtás szervezeti keretét a Bács-Kiskun Vármegyei Önkormányzat által létrehozandó<br>Vármegyei Desztinációmenedzsment Szervezet (DMO - Destination Managmenet Organisation) biztosítja, amelynek feladata a<br>koordináció, a minőségbiztosítás, az adatvezérelt döntéshozatal és a marketing. | A fogalom első előfordulásánál feltüntetjük a teljes megnevezést:<br><br>Desztinációmenedzsment-szervezet (Destination Management Organization, DMO).<br><br>A továbbiakban a dokumentumban a DMO rövidítést használjuk következetesen. | Nem került átvezetésre; lásd a szakértői választ. |
| **99** | KDMFÜ Nonprofit Kft. | EuroVelo 6+11+13 egyedülálló csomóponti találkozására, | | Javasolt a három EuroVelo útvonal térképi megjelenítése, amely vizuálisan is jól szemlélteti azok térségi elhelyezkedését és nyomvonalát. | | A három EuroVelo útvonal vármegyei térbeli kapcsolatainak vizuális bemutatása javítja a stratégia érthetőségét, ezért az aktív turisztikai infrastruktúrát bemutató részt áttekintő térképpel egészítjük ki.<br><br>A térképi megjelenítés alapján a kapcsolódó szöveget is ellenőrizzük és szükség esetén pontosítjuk annak érdekében, hogy a három útvonal térbeli viszonyát és megyei kapcsolódását egyértelműen, félreérthetetlenül mutassa be. A stratégia jelenleg mindhárom EuroVelo útvonal megyei szerepével részletesen foglalkozik. | Átvezetésre került. Fejezet: 2.2.6.2. Kerékpáros infrastruktúra: EuroVelo, országos és helyi útvonalak. |
| **100** | KDMFÜ Nonprofit Kft. | 1. sz. melléklet | | A vonzerőleltár értékelése kapcsán hiányzik az alkalmazott módszertan részletes bemutatásából, hogy kik voltak az értékelők, kiket vontak be az értékelési folyamatba. | | Az 1. számú melléklet módszertani leírását kiegészítettük az értékelés résztvevőinek és folyamatának pontosításával. Az adatgyűjtést és az adatok ellenőrzését a stratégia készítésében közreműködő szakértői csapat végezte, egységesen meghatározott, nyilvánosan elérhető online adatforrások alapján. Nem működött külön értékelőbizottság, és az attrakciók, szolgáltatók vagy önkormányzatok nem adtak saját pontszámot.<br><br>A társadalmi egyeztetés résztvevői a vonzerőleltár hiányzó elemeinek és tényadatainak jelzésével vettek részt a validálásban. A pontszámokat valamennyi attrakció esetében azonos indikátorok, súlyok és előre rögzített képletek alapján automatizált számítás állította elő. Így a kiegészítés egyértelművé teszi, hogy kik végezték az adatfeldolgozást, kik kapcsolódtak be a validálásba, és hogy nem szubjektív szakértői pontozás történt. | Átvezetésre került az 1. számú melléklet részletes módszertani leírásában. |
| **101** | KDMFÜ Nonprofit Kft. | | | Észrevétel: A turisztikai desztinációk jellemzően nem igazodnak szigorúan a közigazgatási – jelen esetben a vármegyei – határokhoz. Ezért érdemes a fejlesztési és együttműködési lehetőségeket tágabb, térségi összefüggésben is vizsgálni, és építeni a szomszédos térségekkel való kapcsolódásokra. Ilyen együttműködési keretet jelenthet például a Közép-Duna Mente térsége, mely Bács-Kiskun vármegyében 29 települést foglal magába. A kiemelt térség komplex turisztikai stratégiával és fejlesztési elképzelésekkel rendelkezik, lehetőséget teremtve a térségi szinergiák kihasználására, az együttműködések erősítésére, valamint a párhuzamos fejlesztések elkerülésére. | | A felvetéssel teljes mértékben egyetértünk, ugyanakkor fontos jelezni, hogy ez a szemlélet már a stratégia tervezése során is érvényesült, ezért alapvető stratégiai módosítást nem igényel. A stratégia nem abból indul ki, hogy a turisztikai desztinációk vagy hálózatok a megye közigazgatási határánál véget érnek.<br><br>A Közép-Duna Menti Fejlesztési Térség turizmusfejlesztési stratégiáját kifejezetten figyelembe vettük, a Bács-Kiskun stratégia annak fejlesztési irányaival szinergiában készült. A tervezési folyamat részeként külön mélyinterjú készült a KDMFÜ vezetőjével, és a KDMFÜ stratégiai projektjavaslatai – különösen a Duna menti, kerékpáros és aktív turisztikai kapcsolatok – kiemelt figyelmet kaptak.<br><br>A megye korábbi területfejlesztési programja is kifejezetten számol a Közép-Duna Menti Fejlesztési Tanáccsal és a térség megyehatárokon átnyúló fejlesztési rendszerével. | Átvezetésre került. Fejezet: 4.5 Területi programok; 2.2.6.2. Kerékpáros infrastruktúra: EuroVelo, országos és helyi útvonalak. |
| **102** | KDMFÜ Nonprofit Kft. | 2.2.1 fejezet 4. ábra - Szálláshely kínálat alakulása Bács-Kiskun vármegyében 2021-2025 - 26. oldal | A TOP 6 turisztikailag frekventált járás (Kecskeméti, Kiskőrösi, Bajai, Kiskunhalasi, Kalocsai,<br>Kiskunmajsai) 1.000 feletti férőhellyel rendelkezik. | Az ábra értékei és a leírás nincs összhangban. A szövegben 1.000 szerepel az ábra narancssárga oszlopainak értékével ellentétben. Helyesen 10.000. | A TOP 6 turisztikailag frekventált járás (Kecskeméti, Kiskőrösi, Bajai, Kiskunhalasi, Kalocsai, Kiskunmajsai) 10.000 feletti férőhellyel rendelkezik. | Az észrevételben javasolt 10.000 férőhelyes érték nem helyes. A hat kiemelt járás férőhely-kapacitása 1.232 és 3.993 férőhely között alakul; a Kecskeméti járás 3.993, a Kiskőrösi 1.995, a Kiskunhalasi 1.721, a Kalocsai 1.665, a Bajai 1.634, a Kiskunmajsai pedig 1.232 férőhellyel szerepel.<br><br>Ezért a szövegben szereplő „1.000 feletti férőhellyel rendelkezik” megfogalmazás helyes, és azt nem módosítjuk. | Átvezetésre került. Fejezet: 2.2.1. A megye turizmusa a statisztikák tükrében. |
| **103** | KDMFÜ Nonprofit Kft. | 2.2.1 fejezet 5. ábra - 27. oldal | | Az 5. ábra címe: TOP6 járás... De az ábrán csak 5 járás adatai szerpelnek, hiányzik a Kecskeméti Járás. | | Az észrevételt elfogadjuk, javítjuk. | Átvezetésre került. Fejezet: 2.2.1. A megye turizmusa a statisztikák tükrében. |
| **104** | KDMFÜ Nonprofit Kft. | 2.2.1 fejezet - 7. ábra, 28. oldal | | Észrevétel: Az összehasonlítás területi szintje nem egységes. A kék oszlop Kecskemét esetében a Kecskeméti járás 2024. évi adatait tartalmazza, míg a zöld oszlopban Kecskemét települési adatai szerepelnek. Ezzel szemben Kiskunmajsa esetében mindkét adat települési szintű. Javasolt az összehasonlítás módszertani egységesítése, azonos területi szintű adatok alkalmazásával. | | Az észrevétel módszertanilag helytálló: járási és települési szintű mutatók közvetlen összevetése ugyanabban az időszoros összehasonlításban félrevezető lehet.<br><br>A 7. ábrát ezért azonos területi szintű adatokra építve újraszerkesztjük. | Átvezetésre került. Fejezet: 2.2.1. A megye turizmusa a statisztikák tükrében. |

| Sorszám | Javaslattevő megnevezése | Fejezet, oldalszám | Hivatkozott szöveg | Észrevétel | Szövegszerű módosítási javaslat | Véleményre adott tervezői válasz | Átvezetés státusza / fejezet |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| **105** | KDMFÜ Nonprofit Kft. | 2.2.5 fejezet - 44. oldal | Ezért lenne ideális, ha létrejönne egy saját DMSZ szervezet. | Javasolt a DMSZ rövidítés helyett a szakmailag egységesen alkalmazott DMO (Destination Management Organization) kifejezés következetes használata a dokumentum egészében. | Ezért lenne ideális, ha létrejönne egy saját DMO szervezet. | A dokumentumban a létrehozandó vármegyei szervezetre következetesen a DMO – desztinációmenedzsment-szervezet megnevezést használjuk. A „DMSZ" előfordulásokat javítjuk, kivéve, ha valamely külső dokumentum hivatalos megnevezésének vagy idézetének részei. | Átvezetésre került. Fejezet: 2.2.5.1. Megyei szintű koordináció hiánya. |
| **106** | KDMFÜ Nonprofit Kft. | | | Észrevétel: 2026 elejétől a Kisfaludy Hitelprogram keretében elérhető finanszírozási lehetőségek köre kibővült: a Kisfaludy Turisztikai Hitelközpont rendszerén keresztül olyan kombinált konstrukciók is elérhetővé váltak, amelyek a kedvezményes hitelfinanszírozást vissza nem térítendő állami támogatással kapcsolják össze. Javasolt, hogy a dokumentum finanszírozási lehetőségeket bemutató része térjen ki ezekre az új konstrukciókra is. | | A finanszírozási lehetőségeket bemutató fejezetet a véglegesítéskor a 2026-ban ténylegesen elérhető Kisfaludy Turisztikai Hitelközpont-konstrukciókkal aktualizáljuk, beleértve azokat a konstrukciókat is, amelyek kedvezményes hitelt és vissza nem térítendő támogatási elemet kapcsolnak össze.<br><br>Ugyanakkor a stratégia 2040-ig terjedő időtávja miatt a finanszírozási fejezet célja nem az aktuális pályázati termékek teljes katalógusának rögzítése. Jelezzük azt is, hogy a konkrét finanszírozási konstrukciók folyamatosan változnak, ezért a DMO és a vármegyei önkormányzat feladata lesz azok rendszeres nyomon követése. | Átvezetésre került. Fejezet: 4.8.1. Indikatív forrásbevonási terv. |
| **107** | KDMFÜ Nonprofit Kft. | 2.2.12 fejezet - 69. oldal | | Javaslat: Érdemes feltüntetni a projekt megvalósításának időszakát, illetve egyértelműen jelezni, hogy a projekt 2019-ben lezárult. Ez segíti az információk időbeli kontextusba helyezését és a bemutatott eredmények aktualitásának megfelelő értelmezését. | | A 2.2.12. fejezetet kiegészítjük a projekt megvalósításának időszakával, és egyértelműen jelezzük, hogy a projekt 2019-ben lezárult.<br><br>Ez azért is fontos, mert a fejezet célja nem egy jelenleg futó projekt bemutatása, hanem annak értékelése, hogy a korábbi stratégia és fejlesztés eredményei mennyiben maradtak fenn, illetve milyen további fejlesztési feladatokat alapoznak meg. | Átvezetésre került. Fejezet: 2.2.7. A 2015-től megvalósult és folyamatban lévő turisztikai beruházások bemutatása; 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. |
| **108** | KDMFÜ Nonprofit Kft. | 54. táblázat - 174. oldal | | Észrevétel: Észrevétel: Tekintettel arra, hogy a RevPAR pénzértékben (Ft) kifejezett mutató, javasolt megjegyezésben feltüntetni a célérték meghatározása tekintetében különböző tényezőket, pl. az inflációkövető indexálás beépítésével számolni kell. Ez biztosíthatja, hogy a mutató célértéke hosszabb távon is reálértéken értelmezhető és összehasonlítható maradjon. | | Az indikátor jelenértéken értelmezendő. | Átvezetésre került. Fejezet: 2.2.7. A 2015-től megvalósult és folyamatban lévő turisztikai beruházások bemutatása. |
| **109** | Tanyacsárda Kft. / Tanyacsárda Étterem, Programcentrum, Lovasfarm, Vendégház | | | 1. A Tanyacsárda hiánya a turisztikai vonzerőleltárból<br><br>A tanulmány egyik legfontosabb hiányosságának tartjuk, hogy a vizsgált attrakciók között nem szerepel a Tanyacsárda, illetve nem jelenik meg megfelelően a hozzá kapcsolódó Öreg Tanyacsárda (Lajosmizse) és Új Tanyacsárda (Felsőlajos).<br><br>Álláspontunk szerint ez nem pusztán egy hiányzó adatlap vagy adminisztratív adatpótlási kérdés, hanem a vármegye turisztikai kínálatának elemzését érdemben befolyásoló hiányosság.<br><br>A Tanyacsárda ugyanis nem kizárólag vendéglátóhely, hanem több turisztikai terméket egyesítő, komplex turisztikai attrakció: gasztronómiai, lovas-, kulturális és örökségi, hagyományőrző, aktív-, rendezvény- és csoportos turisztikai kínálattal rendelkezik. A hivatalos bemutatkozás szerint az Öreg Tanyacsárda több mint ötven éve működik Lajosmizsén, a Tanyacsárda pedig étterem, programközpont, lovastelep és szálláshely funkciókat is ellát. (Tanya Csárda)<br><br>Különösen fontosnak tartjuk, hogy a két helyszín földrajzi és funkcionális megkülönböztetése is megjelenjen az elemzésben:<br><br>Öreg Tanyacsárda – 6050 Lajosmizse, Bene 625.<br><br>Új Tanyacsárda – 6055 Felsőlajos, Közös 150.<br><br>Ezek az adatok a Tanyacsárda hivatalos honlapján egyértelműen és több helyen is rendelkezésre állnak. (Tanya Csárda) | | A vonzerőleltár összeállítása során nem a vármegye valamennyi turisztikai szolgáltatójának teljes körű felsorolása volt a cél. Az attrakciók azonosításához és értékeléséhez önálló módszertan készült, és elsődlegesen azokat a helyszíneket vizsgáltuk, amelyek fő funkciója önmagában is látogatásra ösztönző turisztikai attrakció. A döntően vendéglátási vagy szálláshely-szolgáltatási funkcióval működő vállalkozások ezért nem kerültek automatikusan az attrakciós vizsgálatba. A Tanyacsárda ugyanakkor a vendéglátáson túl önálló lovas-, pusztai, hagyományőrző és rendezvényprogramokat is kínál, ezért a társadalmi egyeztetés alapján indokoltnak tartjuk a felvételét. A vonzerőleltárt ennek megfelelően kiegészítjük a Tanyacsárda, az Öreg Tanyacsárda – Lajosmizse és az Új Tanyacsárda – Felsőlajos helyszínek egyértelmű megjelölésével. | Átvezetésre került. Fejezet: 2.2.6.3. Lovasturizmus. |
| **110** | Tanyacsárda Kft. / Tanyacsárda Étterem, Programcentrum, Lovasfarm, Vendégház | | | 2. A Tanyacsárda digitális jelenléte alapján indokolt lett volna az értékelés<br><br>A tanulmány saját módszertana szerint a digitális érettség négy fő dimenzió alapján kerül meghatározásra:<br><br>A – kereslet és érdeklődés: 20 pont,<br><br>B – honlap és saját online felületek: 35 pont,<br><br>C – platformjelenlét és aktivitás: 30 pont,<br><br>D – kapcsolattartás és információelérés: 15 pont.<br><br>A módszertan alapján a 70 pont feletti attrakciók a tanulmány szerint kiemelkedő digitális érettségűnek minősülnek.<br><br>A Tanyacsárda esetében ezekhez a mutatókhoz szükséges adatok jelentős része nyilvánosan, közvetlenül ellenőrizhető módon rendelkezésre áll.<br><br>A Tanyacsárda önálló honlappal rendelkezik, amely többek között bemutatja az Öreg és az Új Tanyacsárdát, a programokat, a lovas tevékenységet, a rendezvényeket és a kapcsolódó szolgáltatásokat. A honlap többnyelvű tartalmakat is biztosít. (Tanya Csárda)<br><br>A kapcsolattartási adatok szintén teljes körűen hozzáférhetők: nyilvános e-mail-cím, több telefonszám, valamint külön elérhetőség áll rendelkezésre az Öreg Tanyacsárdához, az Új Tanyacsárdához és a lovastelephez. (Tanya Csárda)<br><br>A Tanyacsárda Google Business jelenléte ugyancsak jelentős. Az Öreg Tanyacsárda | | A Tanyacsárda digitális jelenlétét a társadalmi egyeztetés keretében az eredeti módszertan alapján külön megvizsgáltuk. Fontos hangsúlyozni, hogy a digitális láthatóság ma a turisztikai versenyképesség egyik alapvető feltétele: a vendégek jelentős része az interneten keres információt, értékeléseket és foglalási lehetőséget, ezért egy online nehezen megtalálható vagy nem megfelelően bemutatott szolgáltatás a potenciális vendég számára gyakorlatilag láthatatlanná válhat. A Tanyacsárda esetében ugyanakkor kifejezetten erős digitális jelenlétet azonosítottunk. Ennek megfelelően a digitális értékelését is beemeljük a vizsgálatba. | Nem került átvezetésre; lásd a szakértői választ. |

| Sorszám | Javaslattevő megnevezése | Fejezet, oldalszám | Hivatkozott szöveg | Észrevétel | Szövegszerű módosítási javaslat | Véleményre adott tervezői válasz | Átvezetés státusza / fejezet |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| **111** | Tanyacsárda Kft. / Tanyacsárda Étterem, Programcentrum, Lovasfarm, Vendégház | | | 3. A digitális érettség várható pontszáma<br><br>A tanulmányban alkalmazott pontozási rendszer alapján saját kontrollszámítást végeztünk.<br><br>A jelenleg nyilvánosan hozzáférhető adatok figyelembevételével a Tanyacsárda digitális érettsége várhatóan 70 pont feletti, vagyis a tanulmány saját kategorizálása szerint kiemelkedő digitális érettségű attrakció lenne.<br><br>Előzetes kontrollértékelésünk alapján a Tanyacsárda eredménye körülbelül 75–80 pont közötti tartományba tehető.<br><br>Ezt az értéket nem végleges hivatalos pontszámként, hanem a tanulmány saját módszertanával végzett kontrollszámításként kezeljük. A végleges pontszám meghatározását természetesen a tanulmány készítőire bízzuk, azonban álláspontunk szerint a Tanyacsárda adatainak teljes körű bevonása nélkül a digitális érettségi eredmények nem tekinthetők teljes körűnek. | | A társadalmi egyeztetés alapján a Tanyacsárdát a stratégia eredeti négy dimenziós digitális értékelési módszertana szerint külön is megvizsgáltuk. A 2026 szeptemberében nyilvánosan rendelkezésre álló adatok alapján 74,5/100 pontos kontrollértékelést állapítottunk meg, amely a stratégia kategorizálása szerint kiemelkedő digitális láthatóságot jelent. A pontszámot a végleges vonzerőleltárban az értékelés időpontjának feltüntetésével szerepeltetjük. | Nem került átvezetésre; lásd a szakértői választ. |
| **112** | Tanyacsárda Kft. / Tanyacsárda Étterem, Programcentrum, Lovasfarm, Vendégház | | | 4. Különösen fontos módszertani szempont<br><br>A tanulmány maga is rögzíti, hogy a vizsgálat során bizonyos esetekben webes ellenőrzéssel pótolták a hiányos adatokat, különösen a fürdők esetében.<br><br>Ezért szeretnénk kérni annak tisztázását, hogy a Tanyacsárda esetében miért nem történt meg ugyanez az adatpótlás.<br><br>A Tanyacsárda esetében ugyanis a vizsgálathoz szükséges információk jelentős része nem hiányzik, hanem nyilvánosan elérhető és ellenőrizhető.<br><br>Ezért szakmailag indokoltnak tartjuk, hogy a Tanyacsárda értékelése ugyanazon adatgyűjtési és adatpótlási elvek alapján történjen, mint a tanulmányban már szereplő attrakcióké. | | A vonzerőleltár elsődlegesen az attrakcióként működő helyszínekre fókuszált, míg a döntően vendéglátási és szálláshelyi funkciójú szolgáltatók nem kerültek automatikusan a vizsgált körbe. A társadalmi egyeztetés ugyanakkor rámutatott arra, hogy a Tanyacsárda komplex programkínálata alapján indokolt kivételt jelent. Ezért az eredeti módszertannal, a nyilvánosan hozzáférhető webes adatok felhasználásával elvégeztük a kontrollértékelését. | Nem került átvezetésre; lásd a szakértői választ. |
| **113** | Tanyacsárda Kft. / Tanyacsárda Étterem, Programcentrum, Lovasfarm, Vendégház | | | 5. Lajosmizse és Felsőlajos szerepe<br><br>A Tanyacsárda kihagyása egyben Lajosmizse és Felsőlajos turisztikai szerepének alulreprezentálását is eredményezi.<br><br>A Tanyacsárda két helyszínen működő, egymással szorosan összekapcsolódó turisztikai kínálata révén jelentős térségi vonzerőt képvisel. Az Öreg Tanyacsárda Lajosmizsén, az Új Tanyacsárda pedig Felsőlajoson található; a két helyszínhez a vendéglátáson túl lovasprogramok, lovasbemutatók, hagyományőrző programok, rendezvények és csoportos turisztikai szolgáltatások kapcsolódnak. (Tanya Csárda)<br><br>Ezért a Tanyacsárda vizsgálatba történő bevonása nemcsak egyetlen attrakció pótlását jelentené, hanem Lajosmizse és Felsőlajos turisztikai pozíciójának pontosabb bemutatását is. | | Egyetértünk azzal, hogy a Tanyacsárda bevonása Lajosmizse és Felsőlajos turisztikai kínálatának pontosabb bemutatását is segíti. A két település turisztikai jelentősége ugyanakkor nem kizárólag az elsődleges attrakciók számával mérhető: a lovas-, pusztai és tanyasi élmények, a vendéglátás, a szálláshelyek, a gasztronómiai és kulturális értékek együtt alkotják a térség kínálatát. A végleges helyzetelemzésben ezt a komplexitást hangsúlyosabban jelenítjük meg. | Nem került átvezetésre; lásd a szakértői választ. |
| **114** | Tanyacsárda Kft. / Tanyacsárda Étterem, Programcentrum, Lovasfarm, Vendégház | | | 6. Kérésünk<br><br>A fentiek alapján tisztelettel kérjük, hogy a tanulmány véglegesítése során:<br><br>a Tanyacsárda kerüljön be a Bács-Kiskun vármegye turisztikai vonzerőleltárába; | | A javaslatot elfogadjuk. A Tanyacsárdát a végleges turisztikai vonzerőleltárban feltüntetjük, figyelembe véve komplex vendéglátási, lovas-, pusztai, hagyományőrző és programturisztikai funkcióját. | Átvezetésre került. Fejezet: 2.2.6.3. Lovasturizmus. |
| **115** | Tanyacsárda Kft. / Tanyacsárda Étterem, Programcentrum, Lovasfarm, Vendégház | | | 6. Kérésünk<br><br>az Öreg Tanyacsárda – Lajosmizse és az Új Tanyacsárda – Felsőlajos megfelelően és egyértelműen kerüljön feltüntetésre; | | A dokumentumban egyértelműen megkülönböztetjük az Öreg Tanyacsárda – Lajosmizse és az Új Tanyacsárda – Felsőlajos helyszíneket, ugyanakkor a közös márka és digitális jelenlét miatt a digitális értékelést egy komplex turisztikai szereplőként kezeljük. | Nem került átvezetésre; lásd a szakértői választ. |
| **116** | Tanyacsárda Kft. / Tanyacsárda Étterem, Programcentrum, Lovasfarm, Vendégház | | | 6. Kérésünk<br><br>a Tanyacsárda a tanulmányban alkalmazott azonos digitális érettségi módszertan szerint kerüljön értékelésre; | | A javaslatot elfogadjuk. A Tanyacsárda digitális láthatóságát ugyanazon négy dimenzió – kereslet és érdeklődés; honlap és saját online felületek; platformjelenlét és aktivitás; kapcsolattartás és információelérés – mentén vizsgáltuk, mint az eredeti módszertanban szereplő attrakciókat. | Átvezetésre került. Fejezet: 2.2.4.1. Vonzerők láthatóságának értékelése. |
| **117** | Tanyacsárda Kft. / Tanyacsárda Étterem, Programcentrum, Lovasfarm, Vendégház | | | 6. Kérésünk<br><br>az értékeléshez a nyilvánosan hozzáférhető webes és platformadatok kerüljenek figyelembevételre, a más attrakciók esetében alkalmazott adatpótlási gyakorlattal azonos módon; | | A javaslatot elfogadjuk. A kontrollértékelés során a nyilvánosan hozzáférhető honlap-, platform-, értékelési és kapcsolattartási adatokat vettük figyelembe, az eredeti vizsgálat adatpótlási logikájával összhangban. | Átvezetésre került. Fejezet: 3.1 Alapelvek. |
| **118** | Tanyacsárda Kft. / Tanyacsárda Étterem, Programcentrum, Lovasfarm, Vendégház | | | 6. Kérésünk<br><br>a Tanyacsárda eredménye kerüljön be a megfelelő turisztikai szegmens és a digitális érettségi rangsor elemzésébe; | | A javaslatot elfogadjuk. A Tanyacsárda értékelési eredményét a megfelelő turisztikai termékkörben és a digitális láthatósági eredmények között is figyelembe vesszük. A besorolásnál ugyanakkor jelezzük, hogy komplex szolgáltatóról van szó, amely egyszerre kapcsolódik a gasztronómiai, lovas-, tanyasi és hagyományőrző kínálathoz. | Átvezetésre került. Fejezet: 2.2.6.3. Lovasturizmus. |
| **119** | Tanyacsárda Kft. / Tanyacsárda Étterem, Programcentrum, Lovasfarm, Vendégház | | | 6. Kérésünk<br><br>ennek szükségessége esetén a települési és szegmensenkénti összesített eredmények is kerüljenek felülvizsgálatra. | | Áttekintjük az értékelőtáblát. | Átvezetésre került. Fejezet: 1.2.3. A kínálat szerkezete és területi jellemzői; 2.2.4.2. A megye élmezőnye – 20 legmagasabb pontszámú attrakció. |
| **120** | Tanyacsárda Kft. / Tanyacsárda Étterem, Programcentrum, Lovasfarm, Vendégház | | | Megítélésünk szerint a Tanyacsárda bevonása a tanulmány szakmai teljességét és a Bács-Kiskun vármegye turisztikai kínálatának reálisabb bemutatását egyaránt szolgálná.<br><br>Nem a Tanyacsárda kiemelt vagy kedvezőbb elbírálását kérjük, hanem azt, hogy ugyanazon objektív szempontrendszer alapján kerüljön értékelésre, amelyet a tanulmány a vizsgált 126 attrakció esetében alkalmazott. | | Egyetértünk a megközelítéssel. A Tanyacsárda nem kiemelt vagy kedvezőbb elbírálásban részesül, hanem ugyanazon módszertani keret szerint került kontrollértékelésre, mint a vizsgálat többi eleme. A társadalmi egyeztetés ebben az esetben a vizsgált kör pontosításához járult hozzá. | Átvezetésre került. Fejezet: 1.2.3. A kínálat szerkezete és területi jellemzői. |

| Sorszám | Javaslattevő megnevezése | Fejezet, oldalszám | Hivatkozott szöveg | Észrevétel | Szövegszerű módosítási javaslat | Véleményre adott tervezői válasz | Átvezetés státusza / fejezet |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| **121** | Tanyacsárda Kft. / Tanyacsárda Étterem, Programcentrum, Lovasfarm, Vendégház | | | Tárgy: Szakmai vélemény a Bács-Kiskun Vármegye Turizmusfejlesztési Stratégiája és Operatív Terve 2026–2040 című tanulmányhoz - Lajosmizse, Felsőlajos és a kapcsolódó térség turisztikai szempontú véleményezése<br><br>A „Bács-Kiskun Vármegye Turizmusfejlesztési Stratégiája és Operatív Terve 2026–2040” című dokumentum áttekintését követően szeretnénk megfogalmazni szakmai észrevételeinket Lajosmizse, Felsőlajos és a közvetlen térség turisztikai szerepével kapcsolatban.<br><br>A dokumentumot összességében fontos és előremutató stratégiai alapnak tartjuk. Ugyanakkor véleményünk szerint a térség turisztikai adottságainak bemutatása és értékelése során Lajosmizse és Felsőlajos jelenlegi és potenciális turisztikai szerepe nem jelenik meg a térség tényleges adottságainak megfelelő súllyal.<br><br>Különösen fontosnak tartjuk ezt azért, mert a térségben több, egymást kiegészítő turisztikai termék, attrakció, szolgáltató és szakmai érték működik. Ezek együtt olyan komplex, autentikus alföldi turisztikai kínálatot alkotnak, amely szorosan illeszkedik a stratégia által meghatározott fejlesztési irányokhoz. | | Köszönjük a részletes szakmai véleményt. Egyetértünk azzal, hogy Lajosmizse és Felsőlajos turisztikai kínálata több, egymást kiegészítő termékből épül fel, ezért indokolt a térség bemutatásának árnyalása. A végleges dokumentumban a lovas-, tanyasi, gasztronómiai, kulturális és programturisztikai kapcsolódásokat a jelenleginél hangsúlyosabban jelenítjük meg. | Átvezetésre került. Fejezet: 1.2.3. A kínálat szerkezete és területi jellemzői; 2.2.8. A megye desztinációinak bemutatása és pozicionálása; 2.2.6.3. Lovasturizmus. |
| **122** | Tanyacsárda Kft. / Tanyacsárda Étterem, Programcentrum, Lovasfarm, Vendégház | | | 1. Lajosmizse és Felsőlajos turisztikai karaktere<br><br>Lajosmizse és Felsőlajos egyik legfontosabb turisztikai értéke az autentikus alföldi, tanyasi és pusztai környezet, amelyhez szorosan kapcsolódik a magyar lovas kultúra, a hagyományőrzés és a gasztronómia.<br><br>A térség turisztikai értéke ezért nem egyetlen attrakcióban ragadható meg, hanem több, egymást erősítő elem együttesében:<br><br>tanyasi és pusztai környezet;<br><br>lovasturizmus;<br><br>lovasoktatás;<br><br>lovasbemutatók;<br><br>fogathajtás;<br><br>lovas szakmai tudás;<br><br>magyar hagyományőrzés;<br><br>magyar gasztronómia;<br><br>cukrászat és kézműves gasztronómia;<br><br>gasztronómiai tudásátadás; | | Köszönjük a kiegészítést. A felsorolt kínálati elemek jól mutatják a térség összetett alföldi karakterét. A helyzetelemzésben ezért hangsúlyosabban jelenítjük meg a tanyasi-pusztai környezet, a lovas kultúra, a gasztronómia, a hagyományőrzés és a kulturális értékek egymást erősítő kapcsolatát. Ez ugyanakkor nem jelent automatikusan új, önálló turisztikai desztinációs kategória létrehozását. | Átvezetésre került. Fejezet: 2.2.8. A megye desztinációinak bemutatása és pozicionálása; 2.2.6.3. Lovasturizmus. |
| **123** | Tanyacsárda Kft. / Tanyacsárda Étterem, Programcentrum, Lovasfarm, Vendégház | | | 2. A Tanyacsárda szerepe a térség turizmusában<br><br>A Tanyacsárda nem kizárólag vendéglátóhely, hanem több turisztikai terméket összekapcsoló komplex turisztikai szolgáltató.<br><br>Az Öreg Tanyacsárda Lajosmizsén, az Új Tanyacsárda Felsőlajoson működik, és a két helyszínhez egyaránt kapcsolódnak olyan szolgáltatások és programok, amelyek a térség autentikus alföldi turisztikai karakterét erősítik.<br><br>A kínálatban többek között megjelenik:<br><br>magyar gasztronómia;<br><br>lovasbemutató;<br><br>méneshajtás;<br><br>fogathajtás;<br><br>Pusztaötös;<br><br>lovaskocsizás;<br><br>hagyományőrző programok;<br><br>magyar folklór;<br><br>őshonos állatok; | | Az észrevételt elfogadjuk. A Tanyacsárdát a továbbiakban nem kizárólag vendéglátóhelyként, hanem komplex turisztikai szolgáltatóként és programhelyszínként értelmezzük, amelynek lovas-, hagyományőrző, pusztai, rendezvény- és gasztronómiai kínálata önálló látogatási motivációt is képes teremteni. | Átvezetésre került. Fejezet: 2.2.8. A megye desztinációinak bemutatása és pozicionálása; 2.2.6.3. Lovasturizmus. |
| **124** | Tanyacsárda Kft. / Tanyacsárda Étterem, Programcentrum, Lovasfarm, Vendégház | | | 3. A térség lovasturisztikai ökoszisztémája<br><br>Fontosnak tartjuk, hogy a térség lovasturizmusát ne kizárólag egyetlen szolgáltató vagy attrakció alapján értelmezzük.<br><br>Lajosmizse, Felsőlajos és a közvetlen térség több, egymást kiegészítő lovas szolgáltatással rendelkezik. | | Köszönjük a javaslatot. Egyetértünk azzal, hogy a térség lovasturisztikai kínálatát hálózati megközelítésben célszerű értelmezni. A stratégia termékfejlesztési logikájában ezért megjelenítjük annak lehetőségét, hogy az egymást kiegészítő lovas szolgáltatók közös programok és tematikus ajánlatok kialakításában működjenek együtt. | Átvezetésre került. Fejezet: 2.2.6.3. Lovasturizmus; 2.2.8. A megye desztinációinak bemutatása és pozicionálása. |
| **125** | Tanyacsárda Kft. / Tanyacsárda Étterem, Programcentrum, Lovasfarm, Vendégház | | | Tanyacsárda<br><br>A Tanyacsárda a nagyközönség számára bemutatott pusztai és lovas élmények, lovasbemutatók, méneshajtás, fogathajtás, Pusztaötös, lovaskocsizás és hagyományőrző programok révén a térség egyik meghatározó lovas turisztikai szereplője. | | Az észrevételt elfogadjuk. A Tanyacsárda lovasbemutatói, fogathajtási, pusztai és hagyományőrző programjai alapján indokolt, hogy a térség meghatározó lovasturisztikai szereplői között is megjelenjen. | Átvezetésre került. Fejezet: 2.2.8. A megye desztinációinak bemutatása és pozicionálása; 2.2.6.3. Lovasturizmus. |
| **126** | Tanyacsárda Kft. / Tanyacsárda Étterem, Programcentrum, Lovasfarm, Vendégház | | | Geréby Kúria<br><br>A Geréby Kúriában a szálláshely-szolgáltatás lovaglással és lovasoktatással kapcsolódik össze. | | A Geréby Kúria szálláshelyi és lovas szolgáltatásainak kapcsolata releváns a térségi lovasturisztikai hálózat bemutatásában. A stratégia szolgáltatói és termékfejlesztési összefüggéseiben figyelembe vehető, ugyanakkor a vonzerőleltárba történő önálló besorolását az attrakciókra alkalmazott módszertan szerint szükséges kezelni. | Átvezetésre került. Fejezet: 2.2.8. A megye desztinációinak bemutatása és pozicionálása; 2.2.6.3. Lovasturizmus. |
| **127** | Tanyacsárda Kft. / Tanyacsárda Étterem, Programcentrum, Lovasfarm, Vendégház | | | Mámor Lovasudvar – Felsőlajos<br><br>A Mámor Lovasudvar lovaglási és lovasoktatási lehetőséget kínál, így a rekreációs és sportjellegű lovas turizmust erősíti. | | A Mámor Lovasudvar lovaglási és lovasoktatási kínálata a térségi lovasturizmus fontos kiegészítő eleme lehet. A hálózatos termékfejlesztés során indokolt e szolgáltatói kapcsolat figyelembevétele. | Átvezetésre került. Fejezet: 2.2.8. A megye desztinációinak bemutatása és pozicionálása; 2.2.6.3. Lovasturizmus. |

| Sorszám | Javaslattevő megnevezése | Fejezet, oldalszám | Hivatkozott szöveg | Észrevétel | Szövegszerű módosítási javaslat | Véleményre adott tervezői válasz | Átvezetés státusza / fejezet |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| **128** | Tanyacsárda Kft. / Tanyacsárda Étterem, Programcentrum, Lovasfarm, Vendégház | | | Juhász Team – Táborfalva<br><br>A közvetlen térség lovas szakmai kínálatának különleges eleme a Táborfalván működő Juhász Team.<br><br>A csapat kiemelkedő lovasoktatási tevékenységet végez, emellett lovakat biztosít filmes produkciókhoz, többek között lovas és kaszkadőr jelenetekhez.<br><br>Ez a tevékenység a hagyományos lovasturizmuson túlmutató, speciális lovas szakmai kompetenciát képvisel. | | Köszönjük a kiegészítést. Ugyanakkor az egyes szolgáltatók, szolgáltatások nevesítése a stratégiában nem indokolt. A megvalósítás során, a konkrét termékfejlesztési folyamatoban viszont egyértelműen számolni kell ezekkel a szolgáltatásokkal. | Átvezetésre került. Fejezet: 2.2.8. A megye desztinációinak bemutatása és pozicionálása; 2.2.6.3. Lovasturizmus. |
| **129** | Tanyacsárda Kft. / Tanyacsárda Étterem, Programcentrum, Lovasfarm, Vendégház | | | 3. A térség lovasturisztikai ökoszisztémája<br><br>Szereplő \| Fő turisztikai termék<br>Tanyacsárda \| Pusztaélmény, lovasbemutató, hagyományőrzés, gasztronómia<br>Geréby Kúria \| Szállás + lovaglás + lovasoktatás<br>Mámor Lovasudvar \| Lovaglás + lovasoktatás + rekreáció<br>Juhász Team \| Lovasoktatás + lovas szakmai tudás + filmes/kaszkadőr lovas szolgáltatás | | A felsorolt szereplők eltérő, egymást kiegészítő szolgáltatásai jól alátámasztják a hálózatos lovasturisztikai termékfejlesztés lehetőségét. Ezt a stratégia végrehajtási során szükséges figyelembe venni. | Átvezetésre került. Fejezet: 2.2.8. A megye desztinációinak bemutatása és pozicionálása; 2.2.6.3. Lovasturizmus. |
| **130** | Tanyacsárda Kft. / Tanyacsárda Étterem, Programcentrum, Lovasfarm, Vendégház | | | 4. A lovasturisztikai kínálatban rejlő fejlesztési lehetőség<br><br>A fenti szolgáltatások alapján a térségben már jelenleg is adottak egy komplex lovasturisztikai hálózat alapjai.<br><br>Ez a sokszínűség jelentős fejlesztési lehetőség.<br><br>Javasoljuk egy Lajosmizse–Felsőlajos–Táborfalva lovasturisztikai hálózat vagy tematikus útvonal kialakításának megvizsgálását. | | A javaslatot támogatjuk mint vizsgálandó termékfejlesztési lehetőséget. A stratégia szintjén nem tartjuk indokoltnak külön önálló alprogram létrehozását, ugyanakkor a DMO későbbi termékfejlesztési munkájában indokolt lehet a szolgáltatók együttműködésére épülő tematikus lovas hálózat vagy útvonal kialakításának vizsgálata. | Átvezetésre került. Fejezet: 2.2.8. A megye desztinációinak bemutatása és pozicionálása; 2.2.6.3. Lovasturizmus. |
| **131** | Tanyacsárda Kft. / Tanyacsárda Étterem, Programcentrum, Lovasfarm, Vendégház | | | 5. Gasztronómia, cukrászat, helyi értékek és gasztronómiai hagyományőrzés<br><br>A térség turisztikai pozicionálásának egyik fontos eleme a magyar gasztronómia. Lajosmizse és Felsőlajos esetében azonban a gasztronómia jóval szélesebb a hagyományos éttermi vendéglátásnál.<br><br>A térségben olyan gasztronómiai, cukrászati és kézműves értékek találhatók, amelyek szakmai jelentőségük mellett a Bács-Kiskun Vármegyei Értéktárban is helyet kaptak, illetve országos szakmai kapcsolatrendszerrel rendelkeznek.<br><br>Ide sorolható többek között:<br><br>Benke László gasztronómiai munkássága;<br><br>a Tanyacsárda;<br><br>Kiss Zoltán cukrászati termékei;<br><br>a Rimóczi Art grillázstermékei.<br><br>Ez turisztikai szempontból azért jelentős, mert ezek nem pusztán egy-egy vállalkozás termékei vagy szolgáltatásai, hanem a térség gasztronómiai és kulturális identitásának részét képező, hivatalosan is elismert értékek. | | Egyetértünk azzal, hogy a térség gasztronómiai kínálata jóval szélesebb a hagyományos éttermi szolgáltatásnál. A helyi gasztronómiai, cukrászati és kézműves értékeket a vármegye bor- és gasztroturisztikai hálózatosításának részeként célszerű kezelni, különösen akkor, ha azok látogatható, bemutatható vagy programba szervezhető élményt kínálnak. Ezt a stratégia megvalósítása során szükséges figyelembe venni. | Átvezetésre került. Fejezet: 2.2.8. A megye desztinációinak bemutatása és pozicionálása. |
| **132** | Tanyacsárda Kft. / Tanyacsárda Étterem, Programcentrum, Lovasfarm, Vendégház | | | 5.1. Benke László gasztronómiai öröksége és az Első Magyar Fehérasztal Lovagrend<br><br>A térség gasztronómiai jelentőségét tovább erősíti Benke László gasztronómiai munkássága, amely a Bács-Kiskun Vármegyei Értéktárban is helyet kapott.<br><br>Benke László alapította az Első Magyar Fehérasztal Lovagrendet, amely a magyar gasztronómiai hagyományok, a vendéglátás kultúrájának és a magyar konyha értékeinek képviseletében és továbbadásában tölt be szerepet.<br><br>Benke László halálát követően a Lovagrend nagymestere Garaczi János, a Tanyacsárda egyik tulajdonosa lett, aki maga is Venesz-díjas mesterszakács.<br><br>Ez különleges kapcsolatot jelent a vármegye gasztronómiai öröksége és a jelenleg is működő turisztikai szolgáltatás között. | | Benke László gasztronómiai öröksége fontos eleme a helyi identitásnak. A gasztroturizmus a stratégia horizontális céljaként szerepel. A konkrét ajánlatok vagy marketingüzenetek megfogalmazása már a megvalósítási szakasz feladata. | Átvezetésre került. Fejezet: 2.2.8. A megye desztinációinak bemutatása és pozicionálása. |
| **133** | Tanyacsárda Kft. / Tanyacsárda Étterem, Programcentrum, Lovasfarm, Vendégház | | | A Tanyacsárda mint az Első Magyar Fehérasztal Lovagrend fellegvára<br><br>A Tanyacsárda az Első Magyar Fehérasztal Lovagrend fellegvára, ezáltal a magyar gasztronómiai hagyományőrzésnek és szakmai kapcsolatrendszernek is fontos helyszíne.<br><br>A Lovagrend tagjai az ország különböző pontjain megrendezett gasztronómiai eseményeken képviselik és népszerűsítik a magyar gasztronómia értékeit.<br><br>Tevékenységük része többek között gasztronómiai rendezvényeken való részvétel és szakmai zsűrizés.<br><br>A Lovagrend tagjai például részt vesznek a Karcagi Birkafőző Fesztivál és a Bajai Halfőző Fesztivál gasztronómiai szakmai munkájában, többek között zsűrizési feladatokat is ellátva.<br><br>Ez azt jelenti, hogy a Lajosmizsén működő Tanyacsárda nemcsak helyi turisztikai szolgáltatóként kapcsolódik a magyar gasztronómiához, hanem egy országos gasztronómiai szakmai és hagyományőrző kapcsolatrendszer egyik központjaként is értelmezhető. | | Köszönjük a kiegészítést. A Lovagrendhez kapcsolódó gasztronómiai hagyományőrzés és szakmai hálózat tovább erősítheti Lajosmizse gasztronómiai pozicionálását. Erre a megvalósítás szakaszában építeni szükséges. | Átvezetésre került. Fejezet: 2.2.8. A megye desztinációinak bemutatása és pozicionálása. |

| Sorszám | Javaslattevő megnevezése | Fejezet, oldalszám | Hivatkozott szöveg | Észrevétel | Szövegszerű módosítási javaslat | Véleményre adott tervezői válasz | Átvezetés státusza / fejezet |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| **134** | Tanyacsárda Kft. / Tanyacsárda Étterem, Programcentrum, Lovasfarm, Vendégház | | | 5.2. Kiss Cukrászda – Kiss Zoltán cukrászati termékei<br><br>A Kiss Cukrászda Lajosmizse gasztronómiai kínálatának fontos szereplője.<br><br>Kiss Zoltán cukrászati termékei a Bács-Kiskun Vármegyei Értéktárban is helyet kaptak.<br><br>A cukrászati szakmai háttér jelentőségét tovább növeli, hogy Kiss Zoltán a Magyar Cukrász Ipartestület alelnöki tisztségét tölti be.<br><br>Turisztikai szempontból ez azt jelenti, hogy Lajosmizsén nem csupán egy helyi cukrászda működik, hanem országos szakmai jelentőséggel bíró cukrászati tudás és termékkultúra is jelen van. | | Köszönjük a kiegészítést. A Kiss Cukrászda és az általa képviselt cukrászati értékek a térség gasztronómiai kínálatának részeként figyelembe vehetők. Erre a megvalósítás szakaszában építeni szükséges. | Átvezetésre került. Fejezet: 2.2.8. A megye desztinációinak bemutatása és pozicionálása. |
| **135** | Tanyacsárda Kft. / Tanyacsárda Étterem, Programcentrum, Lovasfarm, Vendégház | | | 5.3. Rimóczi Art Csokoládé és Grillázs Szalon<br><br>A térség gasztronómiai és kézműves turisztikai kínálatának egyik különleges eleme a Rimóczi Art Csokoládé és Grillázs Szalon.<br><br>A Rimóczi Art grillázstermékei szintén a Bács-Kiskun Vármegyei Értéktárban szereplő értéket képviselnek.<br><br>A vállalkozás tulajdonosa, Rimóczi László a Magyar Grillázs Szövetség elnöke, így a tevékenység mögött jelentős országos szakmai tudás és kompetencia áll.<br><br>A Szalonban a vásárlás mellett bemutatóterem és élménytér is működik. A látogatók megismerhetik a grillázs- és csokoládékészítés folyamatát, illetve tanfolyamokon sajátíthatják el a grillázs és a csokoládébonbonok elkészítésének technikáját és művészetét.<br><br>Ez már egyértelműen túlmutat a hagyományos cukrászati vagy kereskedelmi szolgáltatáson:<br><br>helyi érték + kézművesség + gasztronómia + élmény + hagyományőrzés + tudásátadás. | | Köszönjük a kiegészítést. A bemutatótér, a kézműves készítési folyamat megismerhetősége és a kapcsolódó foglalkozások alapján a Rimóczi Art turisztikai szempontból nem csupán kereskedelmi szolgáltatásként, hanem élmény- és tudásátadási elemként is értelmezhető. Erre a megvalósítás szakaszában építeni szükséges. | Átvezetésre került. Fejezet: 2.2.8. A megye desztinációinak bemutatása és pozicionálása. |
| **136** | Tanyacsárda Kft. / Tanyacsárda Étterem, Programcentrum, Lovasfarm, Vendégház | | | 6. Kulturális, egyházi és örökségturizmus<br><br>Lajosmizse kulturális és örökségturisztikai kínálata a település történelmi múltja, épített öröksége és egyházi értékei miatt is jelentős. | | Köszönjük a kiegészítést. Az egyes települések értékkínálata a megvalósítás során a termékfejlesztés feladata lesz. | Átvezetésre került. Fejezet: 2.2.8. A megye desztinációinak bemutatása és pozicionálása. |
| **137** | Tanyacsárda Kft. / Tanyacsárda Étterem, Programcentrum, Lovasfarm, Vendégház | | | 6.1. A lajosmizsei Pusztatemplom<br><br>Kiemelt értéket képvisel a lajosmizsei Pusztatemplom romja, amely a Bács-Kiskun Vármegyei Értéktárban is szereplő érték.<br><br>A 14. században épülhetett, gótikus templomrom a térség középkori múltjának fontos tanúja. A National Geographic Magyarország 2026. július 6-án külön cikkben mutatta be a helyszínt és a ROM Vándor program keretében megvalósult értékmentést. A cikk szerint a helyreállított rom kulturális és spirituális megállóként kapcsolódhat a hazai túra- és zarándokútvonalakhoz. (National Geographic)<br><br>A Pusztatemplom ezért nem csupán helytörténeti emlék, hanem kulturális, örökség-, túra- és zarándokturisztikai potenciállal rendelkező attrakció. | | A javaslatot elfogadjuk. A Pusztatemplom középkori épített örökségi értéke alapján indokolt, hogy Lajosmizse kulturális és örökségturisztikai kínálatában hangsúlyosan megjelenjen. A végleges dokumentumban az ellenőrzött történeti és látogathatósági adatok alapján kezeljük, és figyelembe vesszük a túra- és zarándokturisztikai kapcsolódásait is. | Átvezetésre került. Fejezet: 2.2.8. A megye desztinációinak bemutatása és pozicionálása. |
| **138** | Tanyacsárda Kft. / Tanyacsárda Étterem, Programcentrum, Lovasfarm, Vendégház | | | 6.2. Szent Lajos-templom – egyházi és nemzeti örökség<br><br>Lajosmizse egyházi és kulturális turizmusának másik kiemelkedő értéke a Szent Lajos-templom, amely 1895–1896-ban épült, és Szent Lajos francia király tiszteletére szentelték fel. (Lajosmizse)<br><br>A templom különleges jelentőségét az építészeti és egyháztörténeti érték mellett az ott őrzött vallási és nemzeti örökségek adják.<br><br>A templomban megtalálható, illetve őrzik:<br><br>a Torinói Halotti Lepel hiteles másolatát;<br><br>a Magyar Szent Korona és a koronázási ékszerek 1966-ban a Magyar Állam által készíttetett hiteles másolatait;<br><br>Szent István király csontereklyéjét;<br><br>a koronázási palást másolatát;<br><br>egy királydombot, amelyen a történelmi Magyarország vármegyéinek földereklyéi kaptak helyet.<br><br>A Lajosmizse Város Önkormányzata által közzétett dokumentum szintén kiemeli a templom halotti lepel-másolatát, a koronázási ékszerek hivatalos másolatait, Szent István csontereklyéjét és a történelmi vármegyék földjeit bemutató királydombot. (Lajosmizse)<br><br>Ezek az értékek a templomot a magyar keresztény, állami és történelmi örökség | | Köszönjük a részletes kiegészítést. A Szent Lajos-templom egyházi, építészeti és örökségi szerepe indokolja, hogy a térség kulturális turisztikai kínálatában megjelenjen. Az egyes ereklyékre és történeti értékekre vonatkozó részleteket a végleges beépítés előtt ellenőrizzük, és a dokumentumban kizárólag igazolt információkat szerepeltetünk. | Átvezetésre került. Fejezet: 2.2.8. A megye desztinációinak bemutatása és pozicionálása. |
| **139** | Tanyacsárda Kft. / Tanyacsárda Étterem, Programcentrum, Lovasfarm, Vendégház | | | 7. Tanyasi és falusi turizmus<br><br>A térség egyik legerősebb turisztikai alapja az autentikus tanyasi környezet.<br><br>A tanyasi turizmus különösen erőssé válik akkor, amikor más turisztikai termékekkel kapcsolódik össze:<br><br>tanyasi élmény + lovasturizmus + gasztronómia + hagyományőrzés + családi program + szállás. | | Elfogadjuk. A helyzetelemzés Lajosmizse–Felsőlajos térségi bemutatását kiegészítjük a tanyasi és pusztai turizmus szerepével, és bemutatjuk annak kapcsolatát a lovas-, gasztronómiai, hagyományőrző és családi programkínálattal. A Tanyacsárdát ennek működő példájaként nevesítjük. Önálló új turisztikai termékpillért azonban nem hozunk létre, mivel a tanyasi/falusi kínálat a stratégia rendszerében horizontálisan több termékhez kapcsolódik. | Átvezetésre került. Fejezet: 2.2.8. A megye desztinációinak bemutatása és pozicionálása; 2.2.9. A megye tematikus turisztikai kínálatának a bemutatása, pozicionálása; 2.2.6.3. Lovasturizmus. |

| Sorszám | Javaslattevő megnevezése | Fejezet, oldalszám | Hivatkozott szöveg | Észrevétel | Szövegszerű módosítási javaslat | Véleményre adott tervezői válasz | Átvezetés státusza / fejezet |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| **140** | Tanyacsárda Kft. / Tanyacsárda Étterem, Programcentrum, Lovasfarm, Vendégház | | | 8. Családi és élményturizmus<br><br>Lajosmizse és Felsőlajos a családos vendégek számára is jelentős potenciállal rendelkezik.<br><br>A lovak és más állatok, a pusztai környezet, a szabadtéri programok, a lovasbemutatók és a gasztronómiai élmények egymással kombinálhatók.<br><br>A térség ezért alkalmas lehet egész napos, illetve többnapos családi programcsomagok kialakítására. | | Részben elfogadjuk. A családi turizmust nem emeljük önálló térségi termékké, mivel a stratégia célcsoport-alapú megközelítésében a családos vendégek több termékpillérhez kapcsolódó célcsoportként jelennek meg. A Lajosmizse–Felsőlajos térségi bemutatását ugyanakkor kiegészítjük azzal, hogy a lovas-, állatos, pusztai, gasztronómiai és szabadtéri programok kombinációja kifejezetten alkalmas családi, akár egész napos vagy többnapos ajánlatok kialakítására. | Átvezetésre került. Fejezet: 2.2.8. A megye desztinációinak bemutatása és pozicionálása; 2.2.9. A megye tematikus turisztikai kínálatának a bemutatása, pozicionálása; 2.2.6.3. Lovasturizmus. |
| **141** | Tanyacsárda Kft. / Tanyacsárda Étterem, Programcentrum, Lovasfarm, Vendégház | | | 9. A gasztronómiai és kulturális értékek turisztikai összekapcsolása<br><br>A térség egyik legnagyobb lehetősége, hogy a gasztronómiai és kulturális értékek nem elszigetelten, hanem egymást erősítve jelenhetnek meg.<br><br>Lajosmizsén egymás mellé állítható:<br><br>Pusztatemplom<br>→ középkori örökség<br><br>Szent Lajos-templom<br>→ keresztény és nemzeti örökség<br><br>Tanyamúzeum<br>→ tanyasi és népi örökség<br><br>Tanyacsárda<br>→ pusztai, lovas és gasztronómiai örökség<br><br>Első Magyar Fehérasztal Lovagrend<br>→ magyar gasztronómiai hagyományőrzés<br><br>Kiss Cukrászda<br>→ cukrászati örökség<br><br>Rimóczi Art<br>→ grillázs-, csokoládé- és kézműves örökség.<br><br>Ez egy rendkívül erős „Lajosmizse – értékekben gazdag turisztikai térség” | | Részben elfogadjuk. A Lajosmizse–Felsőlajos térségi bemutatását kiegészítjük a kulturális, egyházi, tanyasi, lovas és gasztronómiai értékek összekapcsolhatóságával, és a releváns helyszíneket – így a Pusztatemplomot, a Szent Lajos-templomot és a Tanyacsárdát – beemeljük a megfelelő részekbe. Ugyanakkor nem vezetjük be a „Lajosmizse – értékekben gazdag turisztikai térség” elnevezést új területi vagy márkakategóriaként, mivel a stratégia egységes megyei desztinációs rendszerét nem kívánjuk új mikrotérségi kategóriákkal bővíteni. | Átvezetésre került. Fejezet: 2.2.8. A megye desztinációinak bemutatása és pozicionálása; 2.2.9. A megye tematikus turisztikai kínálatának a bemutatása, pozicionálása; 2.2.6.3. Lovasturizmus. |
| **142** | Tanyacsárda Kft. / Tanyacsárda Étterem, Programcentrum, Lovasfarm, Vendégház | | | 10. Többnapos turisztikai termék kialakításának lehetősége<br><br>A többnapos turisztikai termék kialakításának alapjai már jelenleg is rendelkezésre állnak.<br><br>Például:<br><br>1. nap<br><br>Tanyacsárda – pusztai és lovas program + magyar gasztronómia<br><br>2. nap<br><br>Lovaglás/lovasoktatás – Geréby Kúria vagy Mámor Lovasudvar<br><br>3. nap<br><br>Kulturális és örökségi program – Pusztatemplom + Szent Lajos-templom + Tanyamúzeum<br><br>Kiegészítő programok<br><br>Kiss Cukrászda + Rimóczi Art – cukrászati, grillázs- és csokoládéélmény.<br><br>Ez akár egy tematikus:<br><br>„Lajosmizse ízei és értékei”<br><br>vagy | | A konkrét háromnapos mintaprogramot és a javasolt fantázianeveket nem építjük be a stratégiába, mivel ezek már a későbbi termékfejlesztés és értékesítés szintjéhez tartoznak. A stratégiában ugyanakkor rögzítjük, hogy Lajosmizse–Felsőlajos összekapcsolható lovas-, pusztai, kulturális és gasztronómiai kínálata alkalmas többnapos, foglalható térségi termékcsomag kialakítására, amelynek kidolgozása a későbbi DMO-termékfejlesztés feladata. | Átvezetésre került. Fejezet: 2.2.8. A megye desztinációinak bemutatása és pozicionálása; 2.2.9. A megye tematikus turisztikai kínálatának a bemutatása, pozicionálása; 2.2.6.3. Lovasturizmus. |
| **143** | Tanyacsárda Kft. / Tanyacsárda Étterem, Programcentrum, Lovasfarm, Vendégház | | | 11. A térség turisztikai ereje a hálózatosodásban rejlik<br><br>A térség egyik legfontosabb turisztikai versenyelőnye nem egyetlen kiemelkedő attrakció, hanem a több, országos vagy akár nemzetközi szinten is jegyzett szakmai értéket képviselő szolgáltató és attrakció egymást erősítő jelenléte.<br><br>A térségben egyszerre található meg:<br><br>tanyasi és pusztai turizmus<br><br>lovasturizmus<br><br>lovasoktatás és rekreáció<br><br>magas szintű lovas szakmai tudás<br><br>filmes/kaszkadőr lovas szolgáltatás<br><br>magyar gasztronómia<br><br>országosan jelentős cukrászati szakmai tudás<br><br>Bács-Kiskun Vármegyei Értéktárban szereplő értékek<br><br>grillázs- és csokoládékészítés<br><br>kézműves gasztronómia<br><br>gasztronómiai élménybemutatók és tudásátadás | | A megállapítást részben elfogadjuk. A stratégia helyzetelemzésében hangsúlyosabban bemutatjuk, hogy Lajosmizse és Felsőlajos turisztikai erősségét nem egyetlen attrakció, hanem több, egymást kiegészítő lovas-, tanyasi, gasztronómiai, kulturális és szolgáltatói elem együttese adja. Ezt a hálózatos termékfejlesztés egyik vármegyei példájaként is megjelenítjük. Önálló térségi turisztikai márka kijelölését ugyanakkor nem építjük be a stratégiába. | Átvezetésre került. Fejezet: 2.2.8. A megye desztinációinak bemutatása és pozicionálása; 2.2.9. A megye tematikus turisztikai kínálatának a bemutatása, pozicionálása; 2.2.6.3. Lovasturizmus. |

| Sorszám | Javaslattevő megnevezése | Fejezet, oldalszám | Hivatkozott szöveg | Észrevétel | Szövegszerű módosítási javaslat | Véleményre adott tervezői válasz | Átvezetés státusza / fejezet |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| **144** | Tanyacsárda Kft. / Tanyacsárda Étterem, Programcentrum, Lovasfarm, Vendégház | | | 12. Digitális megjelenés és turisztikai információ<br><br>A térség turisztikai fejlesztésében a digitális láthatóságot is kiemelten fontosnak tartjuk.<br><br>Javasoljuk egy olyan egységes térségi digitális turisztikai megjelenés kialakítását, amely nem különálló szolgáltatókként, hanem komplex turisztikai úti célként mutatja be Lajosmizsét és Felsőlajost.<br><br>Ebben a rendszerben a Tanyacsárda, a Geréby Kúria, a Mámor Lovasudvar, a Juhász Team, a Kiss Cukrászda, a Rimóczi Art, a Pusztatemplom, a Szent Lajos-templom és a további helyi értékek egymásra hivatkozva, egymást ajánlva jelenhetnének meg. | | Önálló Lajosmizse–Felsőlajos digitális turisztikai rendszert nem javaslunk, mert ez párhuzamos lenne a stratégiában tervezett egységes vármegyei digitális platformmal. A B12 beavatkozás keretében viszont biztosítjuk annak lehetőségét, hogy Lajosmizse és Felsőlajos lovas-, pusztai, kulturális és gasztronómiai kínálata összekapcsolt térségi és tematikus ajánlatként jelenjen meg, az egyes attrakciók és szolgáltatók közötti kereszthivatkozásokkal. | Átvezetésre került. Fejezet: 2.2.8. A megye desztinációinak bemutatása és pozicionálása; 2.2.9. A megye tematikus turisztikai kínálatának a bemutatása, pozicionálása; 2.2.6.3. Lovasturizmus. |
| **145** | Tanyacsárda Kft. / Tanyacsárda Étterem, Programcentrum, Lovasfarm, Vendégház | | | 13. A Tanyacsárda digitális érettségi vizsgálata<br><br>Amennyiben a tanulmány digitális érettségi vizsgálatot végez a térség turisztikai attrakciói és szolgáltatói körében, a Tanyacsárda kimaradása szakmailag indokolatlanul torzíthatja a térség képét.<br><br>Javasoljuk, hogy a Tanyacsárda a többi vizsgált attrakcióval azonos módszertan alapján kerüljön be a digitális érettségi vizsgálatba.<br><br>A részletes Tanyacsárda digitális érettségének kontrollértékelését a tanulmányban alkalmazott módszertan alapján külön mellékletként is csatoljuk.<br><br>Ez a kontrollértékelés nem a tanulmány készítőinek hivatalos pontszáma, hanem a közzétett módszertan alapján elvégzett szakmai kontroll. | | Elfogadjuk, és a kért kontrollvizsgálatot elvégeztük. A Tanyacsárdát a stratégia eredeti digitális láthatósági módszertana alapján, a 2026 szeptemberében nyilvánosan elérhető adatok felhasználásával értékeltük. A kontrollvizsgálat eredménye 74,5/100 pont, amely kiemelkedő digitális láthatóságot jelent. A Tanyacsárdát ennek megfelelően beemeljük a vonzerőleltárba és a digitális értékelésbe, az értékelés időpontjának feltüntetésével. | Átvezetésre került. Fejezet: 2.2.4.1. Vonzerők láthatóságának értékelése; 2.2.8. A megye desztinációinak bemutatása és pozicionálása; 2.2.9. A megye tematikus turisztikai kínálatának a bemutatása, pozicionálása. |
| **146** | Tanyacsárda Kft. / Tanyacsárda Étterem, Programcentrum, Lovasfarm, Vendégház | | | 14. Javaslataink a tanulmány kiegészítésére<br><br>A fentiek alapján javasoljuk, hogy a tanulmány véglegesítése során:<br><br>Lajosmizse és Felsőlajos turisztikai szerepe kerüljön részletesebb bemutatásra. | | A helyzetelemzés térségi és tematikus részeit kiegészítjük Lajosmizse és Felsőlajos turisztikai kínálatának részletesebb bemutatásával, különösen a lovas-, tanyasi/pusztai, gasztronómiai, kulturális és egyházi örökségi elemekre, valamint ezek összekapcsolhatóságára fókuszálva. | Átvezetésre került. Fejezet: 2.2.8. A megye desztinációinak bemutatása és pozicionálása; 2.2.9. A megye tematikus turisztikai kínálatának a bemutatása, pozicionálása; 2.2.6.3. Lovasturizmus. |
| **147** | Tanyacsárda Kft. / Tanyacsárda Étterem, Programcentrum, Lovasfarm, Vendégház | | | 14. Javaslataink a tanulmány kiegészítésére<br><br>A két település komplex turisztikai térségként jelenjen meg. | | A stratégia területi rendszerében nem minden karakteres mikrotérség jelenik meg önálló desztinációként, ezért új „Lajosmizse–Felsőlajos turisztikai térség” kategóriát nem hozunk létre. A visszajelzés tartalmi részét ugyanakkor elfogadjuk: a két település egymást kiegészítő kínálatát a helyzetelemzésben és a termékfejlesztési részekben a jelenleginél hangsúlyosabban mutatjuk be. | Átvezetésre került. Fejezet: 2.2.8. A megye desztinációinak bemutatása és pozicionálása; 2.2.9. A megye tematikus turisztikai kínálatának a bemutatása, pozicionálása. |
| **148** | Tanyacsárda Kft. / Tanyacsárda Étterem, Programcentrum, Lovasfarm, Vendégház | | | 14. Javaslataink a tanulmány kiegészítésére<br><br>Az Öreg Tanyacsárda és az Új Tanyacsárda megfelelően legyen azonosítva. | | A vonzerőleltárban és a kapcsolódó szövegrészekben egyértelműen megkülönböztetjük az Öreg Tanyacsárda – Lajosmizse és az Új Tanyacsárda – Felsőlajos helyszíneket. A közös márka és digitális jelenlét miatt a digitális kontrollértékelést ugyanakkor egy komplex turisztikai szereplőre végeztük el. | Átvezetésre került. Fejezet: 2.2.8. A megye desztinációinak bemutatása és pozicionálása; 2.2.9. A megye tematikus turisztikai kínálatának a bemutatása, pozicionálása. |
| **149** | Tanyacsárda Kft. / Tanyacsárda Étterem, Programcentrum, Lovasfarm, Vendégház | | | 14. Javaslataink a tanulmány kiegészítésére<br><br>A Tanyacsárda kerüljön be a térség meghatározó turisztikai szolgáltatói és attrakciói közé. | | A Tanyacsárdát felvesszük a vonzerőleltár táblázatába, és Lajosmizse–Felsőlajos térségi bemutatásában komplex turisztikai szolgáltatóként és programhelyszínként is nevesítjük. A besorolásnál jelezzük, hogy elsődleges funkciója részben vendéglátás, ugyanakkor lovas-, pusztai és hagyományőrző programkínálata önálló látogatási motivációt is jelent. | Átvezetésre került. Fejezet: 2.2.8. A megye desztinációinak bemutatása és pozicionálása; 2.2.9. A megye tematikus turisztikai kínálatának a bemutatása, pozicionálása; 2.2.6.3. Lovasturizmus. |
| **150** | Tanyacsárda Kft. / Tanyacsárda Étterem, Programcentrum, Lovasfarm, Vendégház | | | 14. Javaslataink a tanulmány kiegészítésére<br><br>A térség lovasturisztikai kínálata kerüljön önállóan értékelésre. | | Önálló új stratégiai termékpillért vagy külön értékelési rendszert nem hozunk létre a lovasturizmus számára, mivel volumenében és bevételi oldalát tekintve ezt az előzetes elemzések nem indokolják. A 2.2.9. tematikus kínálati részben ugyanakkor kiegészítjük a lovasturizmus bemutatását Lajosmizse–Felsőlajos szerepével, és a fejlesztési beavatkozások között is megjelenítjük a térségi lovas szolgáltatók hálózatos együttműködését. | Átvezetésre került. Fejezet: 2.2.6.3. Lovasturizmus; 2.2.8. A megye desztinációinak bemutatása és pozicionálása; 2.2.9. A megye tematikus turisztikai kínálatának a bemutatása, pozicionálása. |
| **151** | Tanyacsárda Kft. / Tanyacsárda Étterem, Programcentrum, Lovasfarm, Vendégház | | | 14. Javaslataink a tanulmány kiegészítésére<br><br>Jelenjen meg a Tanyacsárda, a Geréby Kúria, a Mámor Lovasudvar és a Juhász Team. | | A Tanyacsárdát, a Geréby Kúriát és a Mámor Lovasudvart a Lajosmizse–Felsőlajos lovasturisztikai kínálat bemutatásában nevesítjük. A táborfalvai Juhász Teamet – mivel nem Bács-Kiskun vármegyében működik – nem vesszük fel a vármegyei vonzerő- vagy szolgáltatói leltárba, ugyanakkor a térségen kívüli, kapcsolódó szakmai partnerként megjelenhet a lovasturisztikai hálózati kapcsolatok bemutatásában. | Átvezetésre került. Fejezet: 2.2.8. A megye desztinációinak bemutatása és pozicionálása; 2.2.9. A megye tematikus turisztikai kínálatának a bemutatása, pozicionálása; 2.2.6.3. Lovasturizmus. |
| **152** | Tanyacsárda Kft. / Tanyacsárda Étterem, Programcentrum, Lovasfarm, Vendégház | | | 14. Javaslataink a tanulmány kiegészítésére<br><br>Vizsgálják meg egy Lajosmizse–Felsőlajos–Táborfalva lovasturisztikai hálózat kialakításának lehetőségét. | | Önálló stratégiai alprogramot nem hozunk létre ezen a néven, ugyanakkor a lovasturisztikai termékfejlesztésnél nevesítjük a Lajosmizse–Felsőlajos térség szolgáltatói együttműködését és a Táborfalva irányába kialakítható kapcsolódást. A hálózat tényleges szolgáltatói összetételének és foglalható programjainak kialakítása a végrehajtás során, az érintett szolgáltatók bevonásával történik. | Átvezetésre került. Fejezet: 2.2.8. A megye desztinációinak bemutatása és pozicionálása; 2.2.9. A megye tematikus turisztikai kínálatának a bemutatása, pozicionálása; 2.2.6.3. Lovasturizmus. |
| **153** | Tanyacsárda Kft. / Tanyacsárda Étterem, Programcentrum, Lovasfarm, Vendégház | | | 14. Javaslataink a tanulmány kiegészítésére<br><br>A Kiss Cukrászda és a Rimóczi Art jelenjen meg a térség gasztronómiai és élményturisztikai kínálatában. | | A Kiss Cukrászdát és a Rimóczi Artot a Lajosmizse–Felsőlajos térségi gasztronómiai és kézműves kínálat bemutatásában feltüntetjük. Az attrakciós leltárba azonban csak azok a funkcióik kerülhetnek be önálló attrakcióként, amelyek tényleges látogatói élményt – például bemutatót, foglalkozást vagy interpretációt – kínálnak; a hagyományos vendéglátási és kereskedelmi szolgáltatás önmagában nem képezi az attrakcióértékelés tárgyát. | Átvezetésre került. Fejezet: 2.2.8. A megye desztinációinak bemutatása és pozicionálása; 2.2.9. A megye tematikus turisztikai kínálatának a bemutatása, pozicionálása. |
| **154** | Tanyacsárda Kft. / Tanyacsárda Étterem, Programcentrum, Lovasfarm, Vendégház | | | 14. Javaslataink a tanulmány kiegészítésére<br><br>A Bács-Kiskun Vármegyei Értéktárban szereplő helyi és gasztronómiai értékek kerüljenek be a turisztikai értékelésbe. | | A Bács-Kiskun Megyei Értéktárban szereplő, turisztikailag látogatható és bemutatható helyi értékeket figyelembe vesszük és a releváns helyeken beépítjük a helyzetelemzésbe, illetve a vonzerőleltárba. Az értéktári szereplés azonban önmagában nem tesz egy értéket turisztikai attrakcióvá, ezért nem építjük be automatikusan az értéktár valamennyi helyi elemét az attrakcióértékelésbe. | Átvezetésre került. Fejezet: 2.2.8. A megye desztinációinak bemutatása és pozicionálása; 2.2.9. A megye tematikus turisztikai kínálatának a bemutatása, pozicionálása. |
| **155** | Tanyacsárda Kft. / Tanyacsárda Étterem, Programcentrum, Lovasfarm, Vendégház | | | 14. Javaslataink a tanulmány kiegészítésére<br><br>Jelenjen meg Benke László gasztronómiai öröksége és az Első Magyar Fehérasztal Lovagrend térségi kapcsolódása. | | Az észrevételt köszönjük. | Átvezetésre került. Fejezet: 2.2.8. A megye desztinációinak bemutatása és pozicionálása; 2.2.9. A megye tematikus turisztikai kínálatának a bemutatása, pozicionálása. |
| **156** | Tanyacsárda Kft. / Tanyacsárda Étterem, Programcentrum, Lovasfarm, Vendégház | | | 14. Javaslataink a tanulmány kiegészítésére<br><br>Jelenjen meg a Tanyacsárda az Első Magyar Fehérasztal Lovagrend fellegváraként betöltött szerepe. | | Értékelő vagy marketingjellegű minősítést nem áll módunkban megjeleníteni a stratégiában. Ettől függetlenül nagyra becsüljük a Tanyacsárda tevékenységét, a megvalósítás során a konkrét termékfejlesztésben megkerülhetetlen szerepe lesz. | Átvezetésre került. Fejezet: 2.2.8. A megye desztinációinak bemutatása és pozicionálása; 2.2.9. A megye tematikus turisztikai kínálatának a bemutatása, pozicionálása. |
| **157** | Tanyacsárda Kft. / Tanyacsárda Étterem, Programcentrum, Lovasfarm, Vendégház | | | 14. Javaslataink a tanulmány kiegészítésére<br><br>Vizsgálják meg egy gasztronómiai és kézműves tematikus útvonal kialakításának lehetőségét. | | A stratégiába nem emelünk be kész, új önálló útvonalat, mivel annak konkrét nyomvonala, szolgáltatói köre és működtetési rendszere még nincs kidolgozva, ez projektfejlesztési feladat. A B7 kulturális és örökségi útvonalfejlesztés, illetve a B9 bor- és gasztroturisztikai hálózatosítás beavatkozásait azonban kiegészítjük azzal, hogy Lajosmizse–Felsőlajos kulturális, gasztronómiai és kézműves értékeiből térségi tematikus útvonal/élménylánc alakítható ki. | Átvezetésre került. Fejezet: 2.2.8. A megye desztinációinak bemutatása és pozicionálása; 2.2.9. A megye tematikus turisztikai kínálatának a bemutatása, pozicionálása. |

| Sorszám | Javaslattevő megnevezése | Fejezet, oldalszám | Hivatkozott szöveg | Észrevétel | Szövegszerű módosítási javaslat | Véleményre adott tervezői válasz | Átvezetés státusza / fejezet |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| **158** | Tanyacsárda Kft. / Tanyacsárda Étterem, Programcentrum, Lovasfarm, Vendégház | | | 14. Javaslataink a tanulmány kiegészítésére<br><br>A lovas, tanyasi, gasztronómiai, cukrászati, családi, kulturális és örökségi turizmus összekapcsolása jelenjen meg fejlesztési irányként. | | A fejlesztési beavatkozásoknál kifejezetten rögzítjük, hogy Lajosmizse–Felsőlajos esetében a lovas-, tanyasi/pusztai, gasztronómiai, kézműves, családi, kulturális és örökségi kínálat összekapcsolása a hálózatos termékfejlesztés egyik konkrét iránya. Ezt a kapcsolódó B6, B7 és B9 beavatkozások közötti szinergiaként vezetjük át. | Átvezetésre került. Fejezet: 2.2.6.3. Lovasturizmus; 2.2.8. A megye desztinációinak bemutatása és pozicionálása; 2.2.9. A megye tematikus turisztikai kínálatának a bemutatása, pozicionálása. |
| **159** | Tanyacsárda Kft. / Tanyacsárda Étterem, Programcentrum, Lovasfarm, Vendégház | | | 14. Javaslataink a tanulmány kiegészítésére<br><br>Készüljön többnapos, komplex térségi turisztikai programcsomag. | | Elfogadjuk a fejlesztési célt. A stratégiában rögzítjük, hogy a térség egymást kiegészítő kínálatára többnapos, foglalható termékcsomag építhető. A konkrét program, ár, szolgáltatói kör és értékesítési konstrukció kidolgozása ugyanakkor nem a stratégia, hanem a későbbi DMO és az érintett szolgáltatók közös operatív feladata lesz. | Átvezetésre került. Fejezet: 2.2.6.3. Lovasturizmus; 2.2.8. A megye desztinációinak bemutatása és pozicionálása; 2.2.9. A megye tematikus turisztikai kínálatának a bemutatása, pozicionálása. |
| **160** | Tanyacsárda Kft. / Tanyacsárda Étterem, Programcentrum, Lovasfarm, Vendégház | | | 14. Javaslataink a tanulmány kiegészítésére<br><br>Készüljön egységes, naprakész digitális térségi turisztikai megjelenés. | | Külön Lajosmizse–Felsőlajos digitális turisztikai platformot nem építünk be a stratégiába. A B12-ben szereplő egységes vármegyei digitális platformon belül viszont a térség kínálatát összekapcsolt térségi és tematikus ajánlatként jelenítjük meg, amelyből elérhetők a kapcsolódó attrakciók, programok és szolgáltatók. | Átvezetésre került. Fejezet: 2.2.8. A megye desztinációinak bemutatása és pozicionálása; 2.2.9. A megye tematikus turisztikai kínálatának a bemutatása, pozicionálása. |
| **161** | Tanyacsárda Kft. / Tanyacsárda Étterem, Programcentrum, Lovasfarm, Vendégház | | | 14. Javaslataink a tanulmány kiegészítésére<br><br>A Tanyacsárda kerüljön be a tanulmány digitális érettségi vizsgálatába. | | Elfogadjuk, és a módosítást elvégeztük. A Tanyacsárda digitális kontrollértékelése elkészült, eredménye 74,5/100 pont. Az eredményt beépítjük a vonzerőleltárba, és a Tanyacsárda bevonása miatt felülvizsgáljuk az érintett darabszámokat, átlagokat, termékcsoportos és települési összesítéseket is. | Átvezetésre került. Fejezet: 1.2.3. A kínálat szerkezete és területi jellemzői; 2.2.4.1. Vonzerők láthatóságának értékelése; 2.2.4.2. A megye élmezőnye – 20 legmagasabb pontszámú attrakció; 2.2.8. A megye desztinációinak bemutatása és pozicionálása; 2.2.9. A megye tematikus turisztikai kínálatának a bemutatása, pozicionálása. |
| **162** | Tanyacsárda Kft. / Tanyacsárda Étterem, Programcentrum, Lovasfarm, Vendégház | | | 14. Javaslataink a tanulmány kiegészítésére<br><br>A lajosmizsei Pusztatemplom, mint jelentős középkori épített örökségi érték, kerüljön be a térség turisztikai attrakcióinak értékelésébe, különös tekintettel a kulturális, örökség-, túra- és zarándokturizmusban rejlő lehetőségekre. | | A lajosmizsei Pusztatemplomot felvettük a vonzerőleltárba és az eredeti módszertan szerint elvégeztük digitális kontrollértékelését is, amelynek eredménye 55,5/100 pont. A helyzetelemzés kulturális és örökségturisztikai részében bemutatjuk a Pusztatemplom szerepét, beleértve kulturális, túra- és zarándokturisztikai kapcsolódásait is. | Átvezetésre került. Fejezet: 2.2.8. A megye desztinációinak bemutatása és pozicionálása; 2.2.9. A megye tematikus turisztikai kínálatának a bemutatása, pozicionálása. |
| **163** | Tanyacsárda Kft. / Tanyacsárda Étterem, Programcentrum, Lovasfarm, Vendégház | | | 14. Javaslataink a tanulmány kiegészítésére<br><br>A Szent Lajos-templom kerüljön be a térség kiemelt kulturális és egyházi turisztikai értékei közé, különös tekintettel a millennium évében épült templomra és az ott őrzött különleges vallási és nemzeti örökségi értékekre. | | A Szent Lajos-templomot beemeljük a térség kulturális és egyházi turisztikai értékei közé, valamint felvesszük a vonzerőleltárba. Az eredeti módszertan alapján elvégzett digitális kontrollértékelés eredménye 41/100 pont. A templomhoz kapcsolódó történeti, vallási és nemzeti örökségi értékeket ellenőrzött források alapján, tárgyszerűen építjük be a helyzetelemzésbe. | Átvezetésre került. Fejezet: 2.2.8. A megye desztinációinak bemutatása és pozicionálása; 2.2.9. A megye tematikus turisztikai kínálatának a bemutatása, pozicionálása. |
| **164** | Tanyacsárda Kft. / Tanyacsárda Étterem, Programcentrum, Lovasfarm, Vendégház | | | 14. Javaslataink a tanulmány kiegészítésére<br><br>Vizsgálják meg a Pusztatemplom és a Szent Lajos-templom összekapcsolását egy olyan lajosmizsei kulturális és örökségturisztikai útvonalban, amelyhez a Tanyamúzeum, a Tanyacsárda, a lovas hagyományok és a helyi gasztronómiai értékek is kapcsolódhatnak. | | Kész, önálló útvonalat nem rögzítünk a stratégiában, mivel annak részletes tartalma és működtetési rendszere még nincs kidolgozva. A kulturális és örökségi tematikus útvonalak fejlesztési beavatkozását ugyanakkor kiegészítjük a Pusztatemplom–Szent Lajos-templom–Tanyamúzeum kapcsolatára épülő helyi örökségi útvonal kialakításának lehetőségével, amelyhez a Tanyacsárda, a lovas hagyományok és a helyi gasztronómiai kínálat kiegészítő élményelemként kapcsolódhat. | Átvezetésre került. Fejezet: 2.2.8. A megye desztinációinak bemutatása és pozicionálása; 2.2.9. A megye tematikus turisztikai kínálatának a bemutatása, pozicionálása; 2.2.6.3. Lovasturizmus. |
| **165** | Tanyacsárda Kft. / Tanyacsárda Étterem, Programcentrum, Lovasfarm, Vendégház | | | ÖSSZEGZÉS<br><br>A Tanyacsárda álláspontja szerint a cél nem az, hogy egyetlen szolgáltató kerüljön előtérbe, hanem az, hogy Lajosmizse és Felsőlajos valódi turisztikai értékei a maguk összetettségében jelenjenek meg a vármegye turizmusfejlesztési stratégiájában.<br><br>A térségben már jelenleg is rendelkezésre állnak azok a turisztikai elemek, amelyekre a stratégia a következő 15 év fejlesztési irányait építeni kívánja.<br><br>Különösen erős adottság, hogy a térségben több, a Bács-Kiskun Vármegyei Értéktárban is elismert gasztronómiai és kulturális érték koncentrálódik, miközben ezekhez működő, látogatható és élményt nyújtó vállalkozások, szakmai közösségek és turisztikai szolgáltatások kapcsolódnak.<br><br>A Benke László által alapított Első Magyar Fehérasztal Lovagrend, annak Garaczi János nagymesterhez és a Tanyacsárdához kötődő jelenléte, valamint a Lovagrend országos gasztronómiai rendezvényeken betöltött szakmai szerepe tovább erősíti Lajosmizse gasztronómiai pozícióját.<br><br>Ehhez kapcsolódik a Kiss Cukrászda és a Rimóczi Art országos szakmai jelentősége, valamint az általuk képviselt, értéktárban is elismert gasztronómiai és kézműves örökség.<br><br>Ugyanilyen fontos a lajosmizsei Pusztatemplom és a Szent Lajos-templom jelenléte. A Pusztatemplom a középkori múlt és az alföldi táj különleges találkozási pontja, amelynek turisztikai jelentőségét a közelmúltbeli értékmentés és a National Geographic Magyarország bemutatása is erősíti. (National Geographic)<br><br>A Szent Lajos-templom pedig az egyházi, keresztény és magyar nemzeti örökség | | | A visszajelzés fő szakmai megállapítását elfogadjuk. A társadalmi egyeztetés eredményeként a stratégia Lajosmizse és Felsőlajos bemutatását több ponton kiegészítjük: a Tanyacsárdát felvesszük a vonzerőleltárba és elvégeztük digitális kontrollértékelését; a Pusztatemplomot és a Szent Lajos-templomot szintén beemeljük és értékeljük; részletesebben megjelenítjük a térség lovas-, tanyasi/pusztai, gasztronómiai, kézműves, kulturális és egyházi örökségi kínálatát; valamint ezek hálózatos összekapcsolását fejlesztési irányként is rögzítjük. Önálló Lajosmizse–Felsőlajos desztinációs kategóriát ugyanakkor nem hozunk létre, és a konkrét útvonalak, programcsomagok, valamint értékesítési konstrukciók részletes kidolgozása nem a stratégiai dokumentum feladata. | Átvezetésre került. Fejezet: 1.2.3. A kínálat szerkezete és területi jellemzői; 2.2.8. A megye desztinációinak bemutatása és pozicionálása; 2.2.9. A megye tematikus turisztikai kínálatának a bemutatása, pozicionálása; 2.2.6.3. Lovasturizmus. |
| **166** | Lajosmizse Város Önkormányzata / Lajosmizse Város Művelődési Háza és Könyvtára | | | A dokumentumot összességében fontos és előremutató stratégiai alapnak tartjuk. Ugyanakkor véleményünk szerint a térség turisztikai adottságainak bemutatása és értékelése során Lajosmizse és Felsőlajos jelenlegi és potenciális turisztikai szerepe nem jelenik meg a térség tényleges adottságainak megfelelő súllyal.<br><br>Különösen fontosnak tartjuk ezt azért, mert a térségben több, egymást kiegészítő turisztikai termék, attrakció, szolgáltató és szakmai érték működik. Ezek együtt olyan komplex, autentikus alföldi turisztikai kínálatot alkotnak, amely szorosan illeszkedik a stratégia által meghatározott fejlesztési irányokhoz. | | A helyzetelemzésben Lajosmizse és Felsőlajos turisztikai kínálatának bemutatását kiegészítjük, külön kitérve a tanyasi–pusztai, lovas, gasztronómiai, kulturális és rendezvényturisztikai kínálatra, valamint az ezek közötti kapcsolatokra. A módosítás során figyelembe vesszük a társadalmi egyeztetésben külön jelzett attrakciókat és szolgáltatókat is. A térség bemutatása így nem kizárólag az egyedi attrakciók számán, hanem a működő, egymást kiegészítő turisztikai kínálaton is alapul.<br><br>Ez ugyanakkor nem jelenti Lajosmizse–Felsőlajos új, önálló desztinációként történő kijelölését; a stratégia meglévő területi rendszerét megtartjuk. | Átvezetésre került. Fejezet: 2.2.8. A megye desztinációinak bemutatása és pozicionálása; 2.2.9. A megye tematikus turisztikai kínálatának a bemutatása, pozicionálása; 2.2.6.3. Lovasturizmus. |
| **167** | Lajosmizse Város Önkormányzata / Lajosmizse Város Művelődési Háza és Könyvtára | | | A Lajosmizse Város Művelődési Háza és Könyvtára tekintetében szeretnénk felhívni a figyelmet egyrészt egy olyan helyi értékegyüttesre, amely véleményünk szerint szervesen illeszkedik a Bács-Kiskun vármegye 2026–2040 közötti turizmusfejlesztési stratégiájának célkitűzéseihez.<br><br>Meggyőződésünk, hogy Lajosmizse értékei nem csupán helyi jelentőségű kulturális értékek. Megfelelő bemutatással és összekapcsolással olyan turisztikai, kulturális és gasztronómiai élményláncot alapját képezhetik, amely egyaránt erősítheti Lajosmizse és a Homokhátság ismertségét. | | Egyetértünk azzal, hogy Lajosmizse kulturális, gasztronómiai, tanyasi és közösségi értékei nem kizárólag helyi jelentőségűek, hanem megfelelő összekapcsolással a megye turisztikai kínálatában is értelmezhető élményláncot alkothatnak. Ez elsősorban a megvalósítási szakaszban lesz releváns.<br><br>A kiegészítés Lajosmizse sajátos turisztikai karakterének erősebb megjelenítését szolgálja. Az önálló turisztikai térség kialakítására vonatkozó területi kérdést korábban részletesen indokoltuk; annak megfelelően új területi kategóriát nem hozunk létre. | Átvezetésre került. Fejezet: 2.2.8. A megye desztinációinak bemutatása és pozicionálása; 2.2.9. A megye tematikus turisztikai kínálatának a bemutatása, pozicionálása. |

| Sorszám | Javaslattevő megnevezése | Fejezet, oldalszám | Hivatkozott szöveg | Észrevétel | Szövegszerű módosítási javaslat | Véleményre adott tervezői válasz | Átvezetés státusza / fejezet |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| **168** | Lajosmizse Város Önkormányzata / Lajosmizse Város Művelődési Háza és Könyvtára | | | A vármegyei stratégia egyik alapvető felismerése, hogy Bács-Kiskun rendkívül gazdag természeti és kulturális örökséggel, valamint jelentős gasztronómiai hagyományokkal rendelkezik, ezek azonban eddig nem minden esetben szerveződtek egységes, piacképes desztinációs termékké. A stratégia ezért 2040-re olyan turisztikai desztináció kialakítását tűzi ki célul, amelyben az alföldi táj és a kulturális örökség komplex élménnyé válik.<br><br>Lajosmizse ebben a gondolkodásban különleges lehetőséget jelent. | | A felvetés jól illeszkedik a stratégia élményláncokra épülő termékfejlesztési megközelítéséhez. A helyzetelemzésben Lajosmizsét olyan példaként mutatjuk be, ahol az alföldi táj, a tanyasi életforma, a lovas hagyományok, a gasztronómia, a kulturális örökség és a közösségi programok egymással összekapcsolható turisztikai kínálatot alkotnak.<br><br>A visszajelzés alapján tehát nem új stratégiai cél vagy külön beavatkozás készül, hanem a már meglévő stratégiai célkitűzés helyi tartalmát tesszük pontosabbá és konkrétabbá Lajosmizse példájával. | Átvezetésre került. Fejezet: 2.2.8. A megye desztinációinak bemutatása és pozicionálása; 2.2.9. A megye tematikus turisztikai kínálatának a bemutatása, pozicionálása; 2.2.6.3. Lovasturizmus. |
| **169** | Lajosmizse Város Önkormányzata / Lajosmizse Város Művelődési Háza és Könyvtára | | | A Lajosmizsei Értéktárban számos olyan érték szerepel, amely együttesen képes megmutatni a település sajátos karakterét: az alföldi tanyavilágot, a helyi gazdálkodási és termelői hagyományokat, a gasztronómiát, a közösségi rendezvényeket, valamint azokat a személyekhez és intézményekhez kötődő teljesítményeket, amelyek Lajosmizse hírnevét messze a település határain túlra vitték.<br><br>E körből különösen fontosnak tartjuk kiemelni a Tanyacsárda Kft. tevékenységét, amely az autentikus alföldi tanyasi vendéglátás és a magyar gasztronómiai kultúra sajátos találkozási pontját jelenti, mint több turisztikai terméket – gasztronómia, lovas-, kulturális, örökség-, rendezvény- és aktív turizmus – egyesítő attrakció; a Szamócás Vásári Forgatagot, amely a helyi termékek, a közösségi élmény és a hagyományőrzés összekapcsolására ad példát; valamint Benke László gasztronómiai munkásságát, amely a Bács-Kiskun Vármegyei Értéktárban is helyet kapott és Lajosmizsét a magyar gasztronómia történetének és kultúrájának egy fontos helyszíneként is értelmezhetővé teszi.<br><br>Ezek mellett a Lajosmizsei Értéktár további elemei is azt mutatják, hogy a település identitása nem egyetlen attrakcióra épül. Lajosmizse értéke éppen a sokszínűségében és az értékek egymáshoz kapcsolhatóságában rejlik.<br><br>Ez különösen fontos a jelenlegi turizmusfejlesztési gondolkodásban. | | Egyetértünk, a leírt komplex kínálat valóban jelentős értéket képvisel. Ugyanakkor. stratégia kereteibe nem építhető bele valamennyi település, térség valamennyi értéke. Ezeknek a feltárása, csomagolása, a piacravitelük segítése a stratégia megvalósítási szakaszában tud megvalósulni. | Átvezetésre került. Fejezet: 2.2.8. A megye desztinációinak bemutatása és pozicionálása; 2.2.9. A megye tematikus turisztikai kínálatának a bemutatása, pozicionálása; 2.2.6.3. Lovasturizmus. |
| **170** | Lajosmizse Város Önkormányzata / Lajosmizse Város Művelődési Háza és Könyvtára | | | A vármegyei stratégia ugyanis a növekedési lehetőségek között nevesíti az aktív, öko-, bor-gasztro- és falusi turizmust, és hangsúlyozza, hogy ezek akkor válhatnak valódi húzóerővé, ha az infrastruktúrát piacképes szolgáltatások, tematizálás és tudatos márkaépítés egészíti ki. Ugyancsak kiemelt irány az úgynevezett élményláncok kialakítása, vagyis az egymáshoz kapcsolható helyi értékekből és szolgáltatásokból összeálló komplex kínálat.<br><br>Úgy véljük, Lajosmizse éppen erre kínál jó példát. | | A termékszintű helyzetértékelést kiegészítjük azzal, hogy Lajosmizse és Felsőlajos esetében már jelenleg is rendelkezésre állnak olyan, egymással összekapcsolható lovas-, tanyasi, gasztronómiai, kulturális, rendezvény- és szolgáltatási elemek, amelyekre komplex turisztikai ajánlat építhető.<br><br>A stratégia ezzel egyben pontosítja azt a vármegyei szintű megállapítást is, hogy a kínálat sok esetben széttagolt: Lajosmizse esetében több olyan működő példa is azonosítható, amely már ma több élményelemet kapcsol össze, ezért itt a fejlesztés hangsúlya elsősorban a meglévő kínálat további hálózatosítására és közös piacra vitelére helyezhető. | Átvezetésre került. Fejezet: 2.2.8. A megye desztinációinak bemutatása és pozicionálása; 2.2.9. A megye tematikus turisztikai kínálatának a bemutatása, pozicionálása; 2.2.6.3. Lovasturizmus. |
| **171** | Lajosmizse Város Önkormányzata / Lajosmizse Város Művelődési Háza és Könyvtára | | | A tanyasi életforma és tájélmény, a helyi termékek, a gasztronómiai hagyományok, a rendezvények és a kulturális örökség egymásra építve olyan történetet képesek elmesélni, amely egyszerre szólhat a helyi lakosságnak, a belföldi turistáknak és a külföldi vendégeknek.<br><br>A stratégia a Homokhátsági térség egyik meghatározó irányaként éppen a tanyavilág, az ökoturizmus, az aktív turizmus, valamint a tanyasi és helyi termékkínálat összekapcsolását jelöli meg.<br><br>Ezért fontosnak tartjuk, hogy a Lajosmizsei Értéktár ne kizárólag megőrző és dokumentáló szerepet töltsön be, hanem az abban szereplő értékek a jövőben a település és a térség turisztikai és kulturális kínálatának aktív elemeivé váljanak.<br><br>A stratégia egy másik fontos üzenete, hogy a vármegye turizmusának nem pusztán új attrakciókra van szüksége. A meglévő értékeket kell összekapcsolni, tematizálni, csomagolni és láthatóvá tenni. A marketing és márkaépítés feladata éppen az, hogy a konkrétan kommunikálható és értékesíthető ajánlatok láthatóvá váljanak. | | L. az előző válaszunkat. | Átvezetésre került. Fejezet: 2.2.8. A megye desztinációinak bemutatása és pozicionálása; 2.2.9. A megye tematikus turisztikai kínálatának a bemutatása, pozicionálása. |
| **172** | Lajosmizse Város Önkormányzata / Lajosmizse Város Művelődési Háza és Könyvtára | | | Mi úgy látjuk, hogy Lajosmizse esetében ehhez a tartalom már jelentős részben rendelkezésre áll.<br><br>Az értékek megvannak.<br><br>A történetek megvannak.<br><br>A hagyomány megvan.<br><br>A gasztronómiai és közösségi örökség megvan.<br><br>A következő lépés ezeknek az értékeknek az összekapcsolása és olyan formában történő bemutatása lehet, amely a helyi identitás erősítése mellett turisztikai és gazdasági értéket is teremt.<br><br>Ez összhangban áll a vármegyei stratégiának azzal a szemléletével is, amely szerint a jövő turizmusának versenyelőnye nem feltétlenül egyetlen „zászlóshajó” attrakcióból, hanem kombinálható, egymást erősítő élményekből épül fel. | | A megállapítás összhangban áll a stratégia alapvető termékfejlesztési szemléletével. Lajosmizse esetében ezért a stratégiai kiegészítésben nem elsősorban új attrakciók létrehozását helyezzük előtérbe, hanem a már meglévő kulturális, tanyasi, lovas, gasztronómiai, közösségi és szolgáltatási értékek összekapcsolását, tematizálását, csomagolását és láthatóbbá tételét.<br>A konkrét programcsomagok és értékesíthető ajánlatok kidolgozása már a stratégia végrehajtási szakaszának feladata. | Átvezetésre került. Fejezet: 2.2.8. A megye desztinációinak bemutatása és pozicionálása; 2.2.9. A megye tematikus turisztikai kínálatának a bemutatása, pozicionálása; 2.2.6.3. Lovasturizmus. |

| Sorszám | Javaslattevő megnevezése | Fejezet, oldalszám | Hivatkozott szöveg | Észrevétel | Szövegszerű módosítási javaslat | Véleményre adott tervezői válasz | Átvezetés státusza / fejezet |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| **173** | Lajosmizse Város Önkormányzata / Lajosmizse Város Művelődési Háza és Könyvtára | | | Ezért szeretnénk kezdeményezni, hogy Lajosmizse értékei nagyobb hangsúlyt kapjanak a Bács-Kiskun vármegyei kulturális és turisztikai gondolkodásban, valamint a térség jövőbeni kommunikációjában és termékfejlesztésében.<br><br>Meggyőződésünk, hogy Lajosmizse nem egyszerűen egy újabb település lehet a vármegye turisztikai térképén, hanem az alföldi tanyavilág, a helyi termék, a gasztronómia és az élő közösségi hagyományok egyik jól azonosítható helyszíne.<br><br>A Lajosmizsei Értéktár értékeinek tudatos bemutatása ezért nemcsak kulturális örökségünk megőrzésének eszköze lehet, hanem hozzájárulhat ahhoz a vármegyei célhoz is, hogy a Duna–Tisza köze sajátos, összetéveszthetetlen karaktere felismerhető és versenyképes turisztikai termékekben jelenjen meg.<br><br>Lajosmizse értékei készen állnak arra, hogy megmutassuk őket.<br><br>Ehhez szeretnénk partnerséget és együttműködést kezdeményezni annak érdekében, hogy a Lajosmizsei Értéktárban őrzött értékek a jövőben ne csupán a település kulturális örökségének részei legyenek, hanem Lajosmizse és a Homokhátság turisztikai identitásának meghatározó elemeivé is váljanak. | | A végleges stratégiában Lajosmizse turisztikai karakterét a jelenleginél hangsúlyosabban mutatjuk be, ugyanakkor a stratégia kereteit szétfeszítené, ha a megye valamennyi potenciális értékét részletesen bemutatnánk.<br><br>Az önálló Lajosmizse-desztináció: l. korábbi válaszok. | Átvezetésre került. Fejezet: 2.2.8. A megye desztinációinak bemutatása és pozicionálása; 2.2.9. A megye tematikus turisztikai kínálatának a bemutatása, pozicionálása; 2.2.6.3. Lovasturizmus. |
| **174** | Lajosmizse Város Önkormányzata / Lajosmizse Város Művelődési Háza és Könyvtára | | | A fentiekben leírt részletes, megalapozott és szakmai véleményezésünk és javaslataink a Bács-Kiskun Vármegye Turizmusfejlesztési Stratégiája és Operatív Terve 2026-2040 című dokumentum kihagyhatatlan része, ezért határozott kérésem, hogy javaslatainkat szíveskedjenek beleépíteni a dokumentum végleges változatába. | | A javaslatcsomag szakmailag megalapozott elemeit elfogadjuk és beépítjük a stratégia végleges változatába. A visszajelzés nyomán részletesebben bemutatjuk Lajosmizse és Felsőlajos turisztikai szerepét; kiegészítjük a helyzetelemzést a tanyasi–pusztai, lovas, gasztronómiai, kulturális, egyházi és közösségi értékekkel; a Tanyacsárdát felvesszük a vonzerőleltárba; nagyobb hangsúlyt kapnak a turisztikailag hasznosítható helyi értéktári elemek; továbbá a termékfejlesztésben megjelenítjük a meglévő értékek hálózatos összekapcsolását és a kulturális intézmények partnerségi szerepét.<br><br>A javaslatokat ugyanakkor nem változtatás nélkül, hanem a stratégia egységes módszertani és területi rendszerébe illesztve építjük be. Ennek megfelelően – a 42. sorban részletesen bemutatott szakmai indokok alapján – nem hozunk létre külön Lajosmizse–Felsőlajos turisztikai térséget vagy ötödik területi programot. Ez nem a térség turisztikai súlyának csökkentését jelenti: Lajosmizse–Felsőlajos sajátos karakterét és fejlesztési potenciálját a végleges dokumentumban a korábbinál lényegesen hangsúlyosabban, nevesítve jelenítjük meg. | Átvezetésre került. Fejezet: 2.2.8. A megye desztinációinak bemutatása és pozicionálása; 2.2.9. A megye tematikus turisztikai kínálatának a bemutatása, pozicionálása; 2.2.6.3. Lovasturizmus. |
| **175** | Őrjeg és Szőlőhegyei Natúrpark Egyesület | | | A stratégia számos helyen helyesen és előremutatóan épít a hálózatos, térségi és fenntartható turizmusfejlesztésre, sőt a Felső-Bácska–Homokhát Natúrpark fejlesztését olyan korábbi jó példaként említi, amely bizonyítja a több szereplőt és helyszínt összekötő fejlesztések létjogosultságát. Ehhez képest jelentős hiányosságnak tartom, hogy az Őrjeg és Szőlőhegyei Natúrpark név szerint nem jelenik meg a dokumentumban, annak ellenére, hogy Hajós, Császártöltés és a kapcsolódó térség több helyen is hangsúlyos turisztikai térként szerepel. Véleményem szerint a natúrpark valamiért csupán természetvédelmi, táji szereplőként értelmezett tévesen, viszont a valóságban térségi turisztikai együttműködési és termékfejlesztési keretként is. Az Őrjeg és Szőlőhegyei Natúrpark az elmúlt években több település, turisztikai szolgáltató, helyi termelő, civil és szakmai szereplő együttműködését segítette, rendszeresen szervez természetismereti és ökoturisztikai programokat, továbbá a térség természeti, kulturális, borászati, gasztronómiai és aktív turisztikai értékeit egységes kínálatként igyekszik bemutatni. E szemlélet szorosan illeszkedik a stratégia azon céljához, hogy az egyedi attrakciók helyett összekapcsolható térségi kínálatok jöjjenek létre. | | Az észrevétel jogosan mutat rá arra, hogy miközben a stratégia a natúrpark-szervezetekkel általánosságban már számol, és a Felső-Bácska–Homokhát Natúrparkot több helyen példaként is megjeleníti, az Őrjeg és Szőlőhegyei Natúrpark turisztikai szerepe nem jelenik meg kellő súllyal és következetességgel.<br><br>A stratégia helyzetelemzését ezért kiegészítjük az Őrjeg és Szőlőhegyei Natúrpark név szerinti bemutatásával, és egyértelművé tesszük, hogy a natúrpark nem kizárólag természet- és tájvédelmi kapcsolódási pont, hanem több települést, helyi közösséget, szolgáltatót és termelőt összekapcsoló turisztikai együttműködési és termékfejlesztési keret is. Ezt a szerepet az aktív és ökoturisztikai, bor- és gasztronómiai, valamint térségi kínálat bemutatásában is átvezetjük.<br><br>A módosítás egyben összhangot teremt a korábbi megyei fejlesztési dokumentumokkal is, amelyek az Őrjeg natúrparki térségében már konkrét turisztikai fejlesztésekkel – például natúrparki agrotúra útvonallal és információs-közösségi központtal – számoltak. | Átvezetésre került. Fejezet: 3.8.5.3. Természetvédelmi és örökségvédelmi szervek. |
| **176** | Őrjeg és Szőlőhegyei Natúrpark Egyesület | | | Különösen indokoltnak tartom ezért a natúrparki szemlélet és az Őrjeg és Szőlőhegyei Natúrpark hangsúlyosabb megjelenítését az aktív és ökoturizmus, a slow-, agro-, bor- és gasztroturizmus, a desztinációfejlesztés, a fenntarthatóság, a látogatómenedzsment, a marketing, a digitális kommunikáció és a térségi együttműködések területén. A stratégia aktív és ökoturisztikai programja jelenleg a Duna–Tisza–Kiskunság hálózatát határozza meg, a természetturizmusban pedig elsősorban a KNPI szerepét emeli ki, ezért itt különösen indokoltnak látom a vármegye natúrparkjainak bevonását. | | A visszajelzés alapján a natúrparkok szerepét nem egyetlen fejezetben, hanem a hozzájuk ténylegesen kapcsolódó stratégiai beavatkozásokban is következetesen átvezetjük.<br><br>Ennek megfelelően az Őrjeg és Szőlőhegyei Natúrpark, illetve általánosan a vármegye natúrpark-szervezeteinek szerepét kiegészítjük az aktív és ökoturisztikai termékfejlesztésben, a slow-, agro-, bor- és gasztroturizmusban, a DMO partnerségi rendszerében, a digitális tartalomfejlesztésben, a marketingben, a fenntarthatósági feladatokban és a látogatómenedzsmentben.<br><br>Ugyanakkor a stratégia egyértelműen megkülönbözteti a szervezetek feladatait. A Kiskunsági Nemzeti Park Igazgatóság természetvédelmi szakmai és jogszabályi kompetenciáit a natúrparkok nem veszik át. A natúrpark-szervezetek szerepét elsősorban térségi koordinációban, szolgáltatói hálózatépítésben, program- és termékfejlesztésben, interpretációban, helyi közösségek bevonásában és kommunikációban rögzítjük. A stratégia jelenlegi megvalósítási fejezete is külön kezeli a KNPI és a natúrpark-szervezetek szerepét; ezt tesszük most következetessé az operatív beavatkozásokban is. | Átvezetésre került. Fejezet: 3.8.5.3. Természetvédelmi és örökségvédelmi szervek; 3.8.5.3. Természetvédelmi és örökségvédelmi szervek. |
| **177** | Őrjeg és Szőlőhegyei Natúrpark Egyesület | | | Javaslom továbbá, hogy az Őrjeg és Szőlőhegyei Natúrpark önálló térségi turisztikai egységként, illetve jól azonosítható aldesztinációként is jelenjen meg a stratégiában. A Hajósi Pincefalu, a Hajós–Bajai borvidék, a Sváb Sarok kulturális öröksége, az Őrjeg természeti értékei, a kerékpáros és gyalogos útvonalak, valamint a helyi termékek és programok együttesen már olyan komplex kínálatot alkotnak, amelyre önálló térségi turisztikai arculat és termékcsomag építhető. | | Egyetértünk azzal, hogy a Hajósi Pincefalu, a Hajós–Bajai borvidék, a sváb kulturális örökség, az Őrjeg természeti értékei, a gyalogos és kerékpáros lehetőségek, valamint a helyi termékek és programok együtt jól azonosítható, komplex turisztikai kínálatot alkotnak. A stratégia ezért az Őrjeg és Szőlőhegyei Natúrparkot nevesített turisztikai kínálati térségként és hálózatként hangsúlyosabban jeleníti meg, és a Hajós–Császártöltés térség jelenlegi bor- és kulturális pozicionálását kiegészítjük a natúrparki, ökoturisztikai és aktív tartalommal. A stratégia jelenleg Hajóst önállóan is bor- és agroturisztikai fókuszú térségként kezeli.<br><br>Új, formális önálló desztinációt vagy aldesztinációs szervezeti szintet ugyanakkor nem hozunk létre. A stratégia célja egy egységes megyei desztinációmenedzsment-rendszer létrehozása, amelyen belül a karakteres térségek saját identitással és termékkínálattal jelenhetnek meg. A natúrpark meglévő területi identitásának megtartását és erősítését támogatjuk, de ehhez nem szükséges új párhuzamos desztinációmenedzsment-struktúra kialakítása. | Átvezetésre került. Fejezet: 2.2.8. A megye desztinációinak bemutatása és pozicionálása; 2.2.6.2. Kerékpáros infrastruktúra: EuroVelo, országos és helyi útvonalak; 3.8.5.3. Természetvédelmi és örökségvédelmi szervek. |

| Sorszám | Javaslattevő megnevezése | Fejezet, oldalszám | Hivatkozott szöveg | Észrevétel | Szövegszerű módosítási javaslat | Véleményre adott tervezői válasz | Átvezetés státusza / fejezet |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| **178** | Őrjeg és Szőlőhegyei Natúrpark Egyesület | | | Ennek megfelelően indokoltnak tartom egy „Natúrparki turisztikai hálózatok és komplex térségi élménycsomagok fejlesztése” programelem megjelenítését is. Ez nem egy újabb, párhuzamos turisztikai struktúra létrehozását jelentené, hanem éppen a már működő helyi együttműködések, civil kezdeményezések és szolgáltatói hálózatok bekapcsolását a vármegyei desztinációmenedzsmentbe. | | A javaslat tartalmát elfogadjuk, de új önálló programelemet nem hozunk létre. A javasolt programelem tartalma szorosan illeszkedik több, a stratégiában már meglévő beavatkozáshoz, ezért egy új, párhuzamos program létrehozása helyett ezek tartalmát és partneri körét egészítjük ki.<br><br>A natúrparki hálózatokra épülő aktív és ökoturisztikai csomagfejlesztést, kulturális és örökségi útvonalakat, helyitermék- és gasztroturisztikai együttműködéseket, digitális megjelenést, marketinget és látogatómenedzsmentet az érintett beavatkozásokban név szerint is összekapcsoljuk a natúrpark-szervezetekkel. A vármegye korábbi operatív programjában az Őrjeg öt településére közös natúrparki agrotúra-útvonal is szerepelt, ezért a hálózatos térségi termékfejlesztésnek már van tervezési előzménye is. | Átvezetésre került. Fejezet: 3.8.5.3. Természetvédelmi és örökségvédelmi szervek. |
| **179** | Őrjeg és Szőlőhegyei Natúrpark Egyesület | | | Végül fontosnak tartom, hogy a stratégia a helyi és térségi civil turisztikai együttműködések megerősítésére is nagyobb hangsúlyt helyezzen. Ebbe a gondolkodásba jól illeszkedik a Kalocsa környéki településeket és turisztikai szereplőket összefogni kívánó, jelenleg formálódó Potaföld térségi kezdeményezés is. Bár az együttműködés még kialakulóban van, civil szervezeti keretek között a jövőben a Kalocsa környéki turisztikai programok, helyi értékek és szolgáltatók egyik meghatározó térségi összefogásává válhat. Célszerűnek tartom ezért, hogy a stratégia kellően nyitott legyen az ilyen alulról szerveződő natúrparki, civil és kistérségi együttműködések befogadására és partnerként történő bevonására, hiszen ezek jelenthetik a vármegyei turisztikai stratégia helyi beágyazottságának és hosszú távú működőképességének egyik legfontosabb alapját. | | Elfogadjuk azt az alapelvet, hogy a stratégia végrehajtásának nyitottnak kell lennie az alulról szerveződő helyi és térségi turisztikai együttműködések bevonására. A DMO partnerségi rendszerét és a megvalósításban érintett szereplők bemutatását ezért kiegészítjük a helyi és térségi civil turisztikai hálózatokkal. A stratégia jelenlegi DMO-modellje már a helyi szereplőkkel való partnerséget tekinti a megyei koordináció egyik alapfeladatának; ezt a civil és natúrparki együttműködések irányában pontosítjuk.<br><br>A Potaföld kezdeményezést annak jelenlegi, formálódó státuszára tekintettel nem rögzítjük önálló végrehajtó szervezetként vagy stratégiai felelősként. Ugyanakkor a Kalocsa környéki települések és turisztikai szereplők együttműködésére irányuló kezdeményezést, mint alulról építkező térségi kezdeményezés a stratégia megvalósításának fontos partnere lehet. | Átvezetésre került. Fejezet: 3.8.5.3. Természetvédelmi és örökségvédelmi szervek; 3.8.5.3. Természetvédelmi és örökségvédelmi szervek. |
| **180** | Tanyacsárda Kft. / Tanyacsárda Étterem, Programcentrum, Lovasfarm, Vendégház | | | Mivel a teljes térségünk (Lajosmizse és Felsőlajos) kimaradt az értékelésből mellékeljük a szöveges szakmai véleményünket a térség turisztikai vonzerőleltárával, karakterével.<br>A térségünk turisztikai ereje nem egyetlen kiemelkedő attrakcióban, hanem a több, országos vagy akár nemzetközi szinten is jegyzett szakmai értéket képviselő szolgáltató és attrakció egymást erősítő jelenlétében rejlik. | | A visszajelzés lényegi megállapítását elfogadjuk. A társadalmi egyeztetés során megküldött részletes szakmai anyag alapján felülvizsgáltuk Lajosmizse és Felsőlajos megjelenését a helyzetelemzésben és a vonzerőleltárban. Egyetértünk azzal, hogy a térség turisztikai jelentősége nem kizárólag egy-egy önálló attrakció alapján értelmezhető, hanem a lovas-, tanyasi–pusztai, gasztronómiai, kulturális és egyéb turisztikai szolgáltatások egymást erősítő jelenléte adja sajátos karakterét.<br><br>Ennek megfelelően a stratégia Lajosmizsére és Felsőlajosra vonatkozó helyzetelemzését kiegészítjük, és a társadalmi egyeztetés során jelzett, az alkalmazott módszertan alapján releváns attrakciókat és szolgáltatói kapcsolódásokat átvezetjük. A Tanyacsárdát komplex turisztikai programkínálata miatt felvesszük a vonzerőleltárba, és az eredeti digitális láthatósági módszertan szerint elvégzett kontrollértékelésével szerepeltetjük.<br><br>A térség erősebb megjelenítése ugyanakkor nem jár új, önálló Lajosmizse–Felsőlajos turisztikai térség vagy desztináció létrehozásával; ennek tervezési indokait a 42. sorra adott válaszban részletesen bemutattuk. A módosítás célja, hogy Lajosmizse–Felsőlajos tényleges turisztikai súlya és hálózatosan működő kínálata a meglévő vármegyei stratégiai rendszerben a korábbinál pontosabban és hangsúlyosabban jelenjen meg. | Átvezetésre került. Fejezet: 2.2.6.3. Lovasturizmus. |
| **181** | Kiskunmajsa Város Önkormányzata | | | Köszönjük a Bács-Kiskun Vármegye Turizmusfejlesztési Stratégiája és Operatív Terve 2026–2040 című dokumentum megküldését. Az alapos munkával összeállított anyag megállapításaival egyetértésünket fejezzük ki, mind a feltárt lehetőségek, mind az országos és nemzetközi turisztikai trendek összevetése, valamint az ezekből levont következtetések tekintetében. | | Köszönjük a pozitív visszajelzést. Örömmel vesszük, hogy a helyzetfeltárás megállapításai, a hazai és nemzetközi turisztikai trendek értékelése, valamint az ezekből levont stratégiai következtetések összességében összhangban állnak Kiskunmajsa Város Önkormányzatának szakmai álláspontjával. | Nem került átvezetésre; lásd a szakértői választ. |
| **182** | Kiskunmajsa Város Önkormányzata | | | A helyzetértékelésben nem találtuk a kiskunmajsai Konecsni György Helytörténeti Gyűjtemény említését, amely helyi kismúzeumként véleményünk szerint indokoltan jelenhetne meg a település turisztikai értékei között. | | A társadalmi egyeztetés során jelzett Konecsni György Helytörténeti Gyűjteményt megvizsgáltuk. A gyűjtemény működő, látogatható helyi kulturális intézmény, Kiskunmajsa turisztikai kínálatában is megjelenik, és az önkormányzat a működtetéséhez, valamint látogatói szolgáltatásaihoz kapcsolódóan jelenleg is önálló intézményi feladatokat lát el. A vonzerőleltárt kiegészítjük. | Átvezetésre került. Fejezet: 2.2.8. A megye desztinációinak bemutatása és pozicionálása. |
| **183** | Kiskunmajsa Város Önkormányzata | | | Emellett hiányoltuk a szanki Kiskun Emlékhely értékelését is, holott a kun identitás megjelent a szakmai anyagban, mint egyedi jellemző. Minden bizonnyal nem véletlenül maradtak ki a vármegyei vonzerő leltárból, ezért a javítás és a turisztikai szempontoknak való jobb megfelelés szándéka miatt is érdeklődöm ennek okáról. | | Az eszrevétellel egyetértünk.<br><br>A Kiskun Emlékhelyet felvesszük a kulturális és örökségturisztikai vonzerőleltárba, és az eredeti módszertan szerint elvégezzük digitális láthatósági kontrollértékelését. | Átvezetésre került. Fejezet: 2.2.8. A megye desztinációinak bemutatása és pozicionálása. |
| **184** | Kiskunmajsa Város Önkormányzata | | | Kérjük továbbá annak indoklását, hogy a dokumentumban sem az aktív-, sem az ökoturizmus kapcsán nem található a lovas turizmus, illetve lovas programokra vonatkozó megállapítás vagy következtetés. Kérjük, ennek okát is szíveskedjenek megjelölni. | | A felvetéssel egyetértünk, és a végleges helyzetelemzésben a lovasturizmust önálló fejezetben mutatjuk be.<br><br>Ez ugyanakkor nem jelenti azt, hogy a lovasturizmust önálló stratégiai termékpillérként kezeljük. A stratégia fejlesztési rendszerében a lovasturizmus továbbra is az aktív turizmus részeként jelenik meg, szoros kapcsolatban a tanyasi–pusztai élményekkel, az ökoturizmussal, a kulturális örökséggel és a gasztronómiai kínálattal. | Átvezetésre került. Fejezet: 2.2.6.3. Lovasturizmus. |
| **185** | Vaskút Nagyközség Önkormányzata | | | A terv elkészítését és társadalmi egyeztetését fontos és időszerű kezdeményezésnek tartom. | | Köszönjük a pozitív visszajelzést. | Nem került átvezetésre; lásd a szakértői választ. |
| **186** | Vaskút Nagyközség Önkormányzata | | | A terv véglegesítése során fontosnak tartom, hogy a stratégia még hangsúlyosabban építsen Bács-Kiskun sajátos turisztikai karakterére és egyedi értékeire, valamint arra, hogy ezek egymást erősítve, komplex turisztikai kínálatként jelenjenek meg. | | A felvetés szakmai irányával teljes mértékben egyetértünk, ugyanakkor e ponton külön stratégiai módosítást nem tartunk szükségesnek, mert ez a megközelítés már a dokumentum egyik alapvető szervezőelve.<br><br>A stratégia jövőképe kifejezetten arra épül, hogy 2040-re Bács-Kiskun a Duna–Tisza közének egyedi, fenntartható és versenyképes turisztikai desztinációjává váljon, és a megye ne általános, más térségekre is ráhúzható kínálatot fejlesszen, hanem saját, összetéveszthetetlen karakterét jelenítse meg. A dokumentum ennek alapját többek között a gyógyító vizekben, az alföldi tájban, a pusztai és tanyasi örökségben, a Duna és a Tisza menti tájban, a kulturális és gasztronómiai értékekben azonosítja.<br><br>A stratégia emellett nem elszigetelt attrakciókban gondolkodik, hanem abban, hogy ezek az értékek egymást erősítő, komplex turisztikai élménnyé és piacképes termékekké szerveződjenek. Ez már a jövőkép, a pozicionálás és a teljes termékfejlesztési rendszer része. | Nem került átvezetésre; lásd a szakértői választ. |

| Sorszám | Javaslattevő megnevezése | Fejezet, oldalszám | Hivatkozott szöveg | Észrevétel | Szövegszerű módosítási javaslat | Véleményre adott tervezői válasz | Átvezetés státusza / fejezet |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| **187** | Vaskút Nagyközség Önkormányzata | | | Különösen értékes lehet a térségi és települési együttműködések további erősítése, a természeti és vízi értékek, a gasztronómia, a kulturális örökség, valamint az aktív és kerékpáros turizmus összehangoltabb fejlesztése. | | A felvetéssel egyetértünk, ugyanakkor külön stratégiai módosítást itt sem tartunk szükségesnek, mert a javasolt megközelítés a stratégia alapelvei között már kifejezetten szerepel.<br><br>A dokumentum első alapelve a térségi, integrált és komplex tervezés, amely a vármegye turisztikai rendszerének egységes, hálózatos fejlesztését írja elő. A harmadik alapelv pedig a hálózati gondolkodás, vagyis a szereplők és a turisztikai termékek tudatos összekötése.<br><br>Ennek megfelelően a természeti és vízi értékek, a gasztronómia, a kulturális örökség, az aktív és kerékpáros turizmus nem különálló fejlesztési szigetekként, hanem egymással összekapcsolható termékekként jelennek meg. A stratégia végrehajtásának szervezeti modellje szintén erre épül: a létrehozandó DMO egyik alapfeladata a helyi önkormányzatok, vállalkozások, attrakciók, civil és szakmai szereplők együttműködésének koordinációja és a térségi termékfejlesztés szervezése. | Nem került átvezetésre; lásd a szakértői választ. |
| **188** | Vaskút Nagyközség Önkormányzata | | | Emellett érdemes lehet még nagyobb hangsúlyt helyezni arra, hogy a stratégia ne csupán a látogatók számának növelését, hanem a tartózkodási idő meghosszabbítását, a szezonalitás mérséklését, a helyi értékekre épülő turisztikai élmények bővítését és a fenntartható, minőségi turizmus kialakítását is egyértelműen támogassa. | | A felvetéssel teljes mértékben egyetértünk, azonban e ponton sem tartjuk szükségesnek a stratégia további bővítését, mert valamennyi felsorolt cél már konkrétan megjelenik a cél- és beavatkozási rendszerben.<br><br>A stratégia nem pusztán a vendégszám növelésére épít. A vendégélmény gazdagításához rendelt C8 cél például konkrétan meghatározza az átlagos tartózkodási idő növelését 2,6 éjszakára 2030-ra, 2,8 éjszakára 2035-re és 3,0 éjszakára 2040-re, valamint többnapos, foglalható komplex termékcsomagok kialakítását.<br><br>A szezonalitás mérséklése szintén önálló fejlesztési logikaként jelenik meg: a stratégia a termékek közötti keresztértékesítést, a szezonon kívül is működő egészség-, aktív, kulturális és gasztronómiai kínálat összekapcsolását, valamint a térségi csomagok kialakítását tekinti a szezonkiegyenlítés egyik fő eszközének.<br><br>A fenntarthatóság és minőség pedig nem kiegészítő elem, hanem horizontális alapelv: külön GSTC-alapú minőségbiztosítási, fenntarthatósági és klímaadaptációs beavatkozások kapcsolódnak hozzá. | Nem került átvezetésre; lásd a szakértői választ. |
| **189** | Vaskút Nagyközség Önkormányzata | | | Összességében olyan stratégiát tartok kívánatosnak, amely a meglévő értékekre és eredményekre építve ad egyértelmű, közös jövőképet arról, hogy milyen turisztikai arculatot, milyen élményt és milyen turisztikai gazdaságot szeretnénk Bács-Kiskunban 2040-re létrehozni. | | A felvetéssel teljes mértékben egyetértünk, ugyanakkor külön stratégiai módosítást nem tartunk szükségesnek, mert a dokumentum már kifejezetten erre a kérdésre ad választ.<br><br>A stratégia rögzített jövőképe szerint:<br><br>2040-re Bács-Kiskun vármegye a Duna–Tisza közének egyedi, fenntartható és versenyképes turisztikai desztinációja lesz, ahol a gyógyító vizek, az alföldi táj és a kulturális örökség komplex élménnyé válik, miközben a turizmus a helyi közösségek életminőségét és a természeti értékek megőrzését is szolgálja.<br><br>A jövőképhez a stratégia mérföldköveket, SMART célokat, beavatkozásokat és monitoringmutatókat is rendel, tehát nemcsak kívánatos állapotot fogalmaz meg, hanem azt is meghatározza, hogyan kell 2040-ig eljutni hozzá. A dokumentum átfogó célja szintén kimondja, hogy 2040-re a vármegye elismert, egyedi arculatú és fenntartható turisztikai desztinációvá válik a Duna–Tisza közén. | Nem került átvezetésre; lásd a szakértői választ. |
| **190** | Érsekcsanád Község Önkormányzata | | | Elöljáróban engedje meg, hogy kifejezzem elégedettségem amiatt, hogy a korábbi jelzések, megbeszélések és vélemények alapján az aktív turizmus sokkal erőteljesebben jelenik meg a dokumentumban, mint azt korábban láthattuk. Ez mindenképp pozitív és mutatja azt, hogy a dokumentum készítői nyitottak a vélemények befogadására. | | Az aktív és ökoturizmus kezdettől fogva az egyik kiemelt területe volt a stratégiának, kiemelt szerepét a végleges stratégiában is megtartjuk. | Nem került átvezetésre; lásd a szakértői választ. |
| **191** | Érsekcsanád Község Önkormányzata | | | Ugyanakkor jelezni szeretném azt is, hogy az elkészített anyag, mely a mesterséges intelligencia erőteljes használatától bűzlik, a „ctrl C" és „ctr V" felhasználása miatt téves és hibás megjegyzéseit folyamatosan és sorozatban hibásan ismételgeti szó szerint, stratégiaként terjedelmében többet foglalkozik a múlttal, mint a jövővel, jelenlegi formájában alkalmatlan az elfogadásra, csupán egy második körös munkaanyagként értelmezhető. | | A dokumentum készítésének módjára vonatkozó minősítést nem kívánjuk értékelni, ugyanakkor az ismétlődésekre és az esetleges szerkesztési következetlenségekre vonatkozó szakmai észrevételt figyelembe vesszük. A véglegesítés során teljes dokumentumszintű szerkesztési és konzisztencia-ellenőrzést végzünk, és ahol indokolt, csökkentjük a tartalmi ismétlődéseket.<br><br>Fontos ugyanakkor jelezni, hogy a stratégia egy részletesen meghatározott műszaki leírás alapján készült, amely tételesen rögzítette a feldolgozandó témaköröket és az elemzés szükséges mélységét. Ennek része volt az előző időszak turisztikai fejlesztéseinek, projektjeinek és eredményeinek részletes áttekintése is. Ezt nem tartjuk elhagyhatónak, mivel a stratégia jövőbeni fejlesztési irányai csak annak ismeretében határozhatók meg megalapozottan, hogy milyen fejlesztések valósultak meg korábban, azok milyen eredményt hoztak, milyen hálózatok és infrastruktúrák jöttek létre, illetve milyen hiányok és továbbfejlesztési szükségletek maradtak fenn.<br><br>A végleges dokumentumban ezért nem csökkentjük az előző időszak szakmai elemzésének érdemi tartalmát, ugyanakkor ahol ugyanazok a projektek vagy következtetések több fejezetben ismétlődnek, a szöveget tömörítjük és a kereszthivatkozásokat erősítjük. Ezzel az előírt helyzetfeltárási mélység megmarad, miközben a stratégia jövőorientált részei áttekinthetőbbé válnak. | Nem került átvezetésre; lásd a szakértői választ. |

| Sorszám | Javaslattevő megnevezése | Fejezet, oldalszám | Hivatkozott szöveg | Észrevétel | Szövegszerű módosítási javaslat | Véleményre adott tervezői válasz | Átvezetés státusza / fejezet |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| **192** | Érsekcsanád Község Önkormányzata | | | Az anyag teljesen tévesen jelöli ki a turisztika jövőbeli szerepét, nem veszi tudomásul azt, hogy azt, hogy a turisztika nem „csak egy" ágazat, hanem a vármegye jövőbeli kitörési lehetősége, mely formálja a gazdaságot, a településfejlesztési irányokat, a kulturális életet, a vállalkozók és a civil szervezetek munkáját is. Hatása van nem csak a gazdasági mutatókra, hanem a települések élhetőségére, a lakosok életminőségére, és sportolási, kikapcsolódási és kulturális fogyasztási szokásaira is. Nem mutatja be, hogy hogyan tud reagálni a rendszer a napról napra változó trendekre, csupán bemutatja azokat. Nem mutat eszközöket, nem mutatja be a valóban működő környékbeli jó gyakorlatokat, csupán tanulmányokból idézve próbál valamiféle irányt mutatni. | | Egyetértünk azzal, hogy a turizmus hatása túlmutat a szálláshely-szolgáltatáson és vendéglátáson, kapcsolatban áll a települések élhetőségével, a helyi gazdasággal, a kulturális élettel, a rekreációval, a civil közösségekkel és a helyi szolgáltatások fennmaradásával. Ezt az átfogó szerepet a jövőképben és a gazdasági-társadalmi hatások bemutatásában erősebben megjelenítjük.<br><br>A turizmust ugyanakkor nem határozzuk meg a vármegye minden települése számára kizárólagos vagy elsődleges gazdasági kitörési ágazatként, mert a települések turisztikai adottságai és gazdasági szerkezete jelentősen eltérnek. A stratégiában a turizmust a gazdasági diverzifikáció, a területi kiegyenlítés és az életminőség javításának egyik fontos eszközeként kezeljük. | Átvezetésre került. Fejezet: 3.2 Jövőkép. |
| **193** | Érsekcsanád Község Önkormányzata | | | Ha a fent leírtakat az anyag készítője nem érzi át, akkor gyártott egy olyan anyagot, ami mehet a fiókba, hisz használhatatlan, bár elkészült. | | A megfogalmazott értékelést tudomásul vesszük; az azt megalapozó konkrét szakmai kifogásokra a következő sorokra adott válaszokban tételesen reagálunk. Megyjegyzendő azonban, hogy a stratégiaalkotás során igyekeztünk a lehető legszélesebbre kitárni a partnerségi kört. A visszajelzések azt igazolják, hogy stratégiai célrendszer alkalmas arra, hogy egy tudatos fejlesztési folyamat alapja legyen, amely teljesíti a rögzített eredményességi mérőszámokat. | Nem került átvezetésre; lásd a szakértői választ. |
| **194** | Érsekcsanád Község Önkormányzata | | | Ha a fent leírtakat az anyag készítője átérzi, akkor átdolgozza az egész stratégiát, mely munkába bevonja azokat, akik majd a megvalósításban is részt vesznek. A bevonás valós bevonást kell, hogy jelentsen, nem csak jelenléti ívekkel és fotódokumentációkkal lefedett konzultációt nagyjából félévente. Biztos vagyok abban, hogy ha egy szűkebb körben havi rendszerességgel tudtuk volna átbeszélni a felmerülő kérdéseket, akkor nem jutottunk volna el oda, hogy ilyen kritikát kell megfogalmazni. Ugyanakkor számos polgármesterrel és szakmai szervezettel tárgyalok folyamatosan<br><br>és a maga stílusában, de mindenki kritizálja és elégtelennek érzi az elkészült anyag szakmai minőségét. | | A stratégia társadalmasítása során sok vélemény, korrekciós javaslat, észrevétel érkezett. Ezeket figyelembe vettük.<br><br>A partnerségre vonatkozó javaslatot elfogadjuk. A stratégia összességében egy keretrendszer, amely kijelöli a megvalósítás legfőbb prioritásait, a konkrét feladatok a projekttervezéstől a termékfejlesztésig és a marketingig a megvalósítás fázisában jelentkeznek. Ezért a DMO partnerségi rendszerét kiegészítjük rendszeres tematikus szakmai munkacsoportokkal és szükség szerinti célzott egyeztetésekkel, így a partnerség nem kizárólag az éves konzultációs fórumra épül. Fix havi gyakoriságot a stratégia nem ír elő, mert az egyes témák eltérő egyeztetési intenzitást igényelnek. | Átvezetésre került. Fejezet: 3.2 Jövőkép. |
| **195** | Érsekcsanád Község Önkormányzata | | | Érthetetlen, hogy a Duna menti EuroVelo6 nemzetközi kerékpárút osztrák és német szakaszainak jó és működő példáit miért nem mutatja be tételesen az anyag, miért nem vette fel a vármegye turisztikával foglalkozó csapata már eddig is velük a kapcsolatot, miért nem szerveztünk tanulmányutakat, ahol a polgármesterek élőben láthatták volna, hogy hogyan működik valami jól. | | EuroVelo-hálózatokat és azok fejlettebb szakaszainak működését részletesen vizsgáltuk, beleértve a kerékpáros infrastruktúra, a kapcsolódó szolgáltatások, az útvonalmenedzsment, a multimodális kapcsolatok és a turisztikai termékfejlesztés gyakorlatát is. Ezek tapasztalatai a stratégia szakmai megalapozásában és az EuroVelo-standardok alkalmazásában hasznosultak; a stratégia maga is route manager szemléletű koordinációval és az EuroVelo-standard alkalmazásával számol.<br><br>Az EuroVelo 6 osztrák, német vagy más felső-dunai szakaszain kialakult desztinációs modell automatikus adaptációja azonban nem megvalósítható. Ezek a térségek eltérő táji, településszerkezeti, közlekedési, szolgáltatási és turisztikai adottságokkal rendelkeznek, ezért közvetlen összehasonlításuk Bács-Kiskunnal csak korlátozottan értelmezhető. A stratégia célja nem egy másutt működő modell másolása, hanem Bács-Kiskun saját adottságaira és egyedi értékeire épülő, önálló USP-vel rendelkező kerékpáros kínálat kialakítása. A Duna és a Tisza, az alföldi táj, a pusztai és tanyasi örökség, a természeti területek, a bor- és gasztronómiai kínálat, valamint a kulturális értékek olyan kombinációt jelentenek, amelynek önálló turisztikai karaktert kell adni. Ez összhangban áll a stratégia jelenlegi megközelítésével is, amely a Duna–Tisza közi táj és a helyi turisztikai termékek összekapcsolására épít.<br><br>Az európai jó gyakorlatokat ezért benchmarkként és módszertani referenciaként használjuk, nem pedig másolandó desztinációs modellként. A végleges stratégiában ezt a megközelítést egyértelműsítjük, de további részletes osztrák vagy német esettanulmányok beemelését nem tartjuk szükségesnek. | Nem került átvezetésre; lásd a szakértői választ. |
| **196** | Érsekcsanád Község Önkormányzata | | | Mi Érsekcsanádon és Érsekcsanádról eddig is szerveztünk olyan szakmai utakat, megbeszéléseket, ahol mindez megvalósult:<br><br>- A Magyar Természetjáró Szövetség, a KNP és a DDNP, a Bajai Obszervatórium és számos önkormányzat bevonásával szakmai fórumot szerveztünk a természetjárás térségbeli szerepéről, lehetőségeiről. A rendezvényen Elnök úr is részt vett.<br><br>- A német Hanns Seidel Alapítvány bevonásával bajor Duna menti járások turisztikai szakembereit hoztuk el Érsekcsanádra, akik megismerték több térségbeli település turisztikai adottságait, és szakmai segítségnyújtást ígértek. Ennek részeként már jártunk is Deggendorfban.<br><br>- A Hanns Seidel Alapítvány idei rendezvényére a bajorországi nemzeti parkok turisztikai vezetőit hozzuk el, és számos szervezet (Aktív Magyarországért FÜ, MAKETUSZ, Magyar Természetjáró Szövetség, KNP, Gemenc Zrt) és több önkormányzat részvételével beszéljük át az aktív turisztika adminisztrációs hibáit, lehetőségeit, jó gyakorlatait.<br><br>- Hajós, Dusnok, Hercegszántó és Érsekhalma települések vezetőivel szakmai tanulmányutat szerveztünk az EuroVelo6 kerékpárút osztrák szakaszára, ahol a turisztikai szervezet vezetőjétől megismertük az ő stratégiakészítésüket, jó gyakorlataikat, és azon kihívásaikat, melyekre reagálniuk kellett (ezek az előttünk lévő anyagban maximum ha pár sorban, felsorolásszerűen jelennek meg). A térség LEADER egyesületének vezetője pedig a településfejlesztési pályázataik rendszerét mutatta be, és jó példák sorát nézhettük meg személyesen is.<br><br>Sajnos az itt felsorolt alkalmak jó tapasztalatai a stratégia egyetlen sorában sem tükröződnek vissza, ami egyrészt hiba, másrészt elszalasztott lehetőség. Kijelenthetem, hogy mind a német, mind az osztrák szervezetek partnerek lennének | | A visszajelzésben bemutatott szakmai kapcsolatokat és tanulmányutakat pozitív és hasznos előzménynek tekintjük, ugyanakkor ezek közvetlen stratégiai beépítését nem tartjuk szükségesnek. A 212. sorra adott válaszban ismertetett módszertani elvet itt is irányadónak tekintjük: az európai EuroVelo-hálózatok és fejlettebb Duna menti kerékpáros térségek tapasztalatai a háttérkutatás és a szakmai benchmarking szintjén relevánsak, de nem cél azok desztinációs modelljének átvétele.<br><br>A stratégia feladata ebben a tekintetben az, hogy kijelölje a fejlesztési irányokat, a szükséges együttműködéseket és az operatív megvalósítás kereteit. A konkrét külföldi tapasztalatok adaptálása, a helyi működési modellek kialakítása és az egyes települési vagy mikrotérségi projektek részletes kidolgozása már a stratégia elfogadását követő megvalósítási szakasz feladata.<br><br>A felsorolt útvonalmenedzsment-, szolgáltatásfejlesztési, kerékpárosbarát működési, rendezvényszervezési vagy együttműködési gyakorlatokkal kapcsolatos ismeret nem nélkülözhető a megvalósítási fázisban, akár aprojekttervezés akár a szolgáltatásfejlesztés során. | Nem került átvezetésre; lásd a szakértői választ. |

| Sorszám | Javaslattevő megnevezése | Fejezet, oldalszám | Hivatkozott szöveg | Észrevétel | Szövegszerű módosítási javaslat | Véleményre adott tervezői válasz | Átvezetés státusza / fejezet |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| **197** | Érsekcsanád Község Önkormányzata | | | Meglátásom szerint stratégia készítése előtt rögzíteni szükséges néhány tényt. Ezen tények megállapításához szükséges egy kicsit „hátrébb lépni" és kívülről szemlélni Bács-Kiskun adottságait és lehetőségeit. Ha ezt meg tudjuk tenni, akkor érthető meg, hogy milyen jelentőséggel bír ezen dokumentum, és miért nem elégséges még mindaz, ami jelen állapotban előterjesztésre került.<br><br>Éppen ezért is jó ez a véleményezési fázis, hisz talán lehetőség nyílik arra, hogy más kiinduló nézőpontból, és az elérendő célok átstrukturálásával a végleges anyag már valódi turisztikai stratégia, egy valós iránymutatás lehessen. | | A felvetés alapelvét elfogadjuk. A társadalmi egyeztetés célja éppen annak ellenőrzése, hogy a helyzetelemzésből levont következtetések és a célrendszer megfelelően tükrözik-e a megye hosszú távú lehetőségeit. Önálló módosítást ehhez a bevezető megjegyzéshez nem rendelünk, az abból következő konkrét változtatásokat a következő pontoknál vezetjük át. | Átvezetésre került. Fejezet: 2.5.7. Nemzeti Horgászturisztikai Stratégia. |
| **198** | Érsekcsanád Község Önkormányzata | | | 1/ A helyzetelemzés jól leírja azt, hogy „vármegye gazdaságának motorját egyértelműen az ipar, ezen belül a járműipar és az élelmiszeripar adja, kiegészülve a kereskedelemmel és az építőiparral. A turizmus nem a vármegye gazdasági élvonalának fő húzóereje, hanem elsősorban kis- és középvállalkozásokra épülő, széttagoltabb szolgáltatási szektor." A gazdaság motorjának tartott ágazatok azonban jellemzően a vármegye néhány településen (kiemelve Kecskemétet) erősek, a vármegye településeinek nagyon nagy többségében nincsenek jelen és ezért gazdasági húzóhatásuk sincs.<br><br>Ez meg is jelenik a stratégiában: „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." | | A stratégia azonosítja Kecskemét és néhány ipari központ gazdasági túlsúlyát, valamint a déli és nyugati térségek tartós lemaradását.<br><br>Egyetértünk abban is, hogy a turizmus gazdaságdiverzifikációs jelentősége éppen a kevésbé iparosodott vagy iparral egyáltalán nem rendelkező rendelkező vidéki és periférikus térségekben lehet nagyobb. A stratégia mind a területi megközelítésében mind magának a stratégiai célrendszernek a kialakításában számol ezzel. A fő stratégiai pillérekhez rendelt horizontális célok (bor-, gasztro, agroturizmus) azok a kínálati elemek, amelyek azokat a településeket is "helyzetbe hozhatják", amelyek egyébként nem rendelkeznek kiemelkedő attrakciókkal. Ezért kiemelten fontos a partnerség és a hálózatos tervezési és működési logika. A stratégia egy keretrendszer, amelyet a megvalósítási szakasz tud feltölteni konkrét tartalommal.<br><br>Viszont hiva lenne azt llítani, hogy a turizmus önmagában képes a területi gazdasági különbségek felszámolására. | Átvezetésre került. Fejezet: 3.2 Jövőkép. |
| **199** | Érsekcsanád Község Önkormányzata | | | a) Tekintettel arra, hogy jelen körülmények között a következő 15 évben nem várható olyan ipari beruházások sora, amely a gazdaságilag elmaradott településeken valósulna meg (magyarán mondva nem várható, hogy autógyár, vagy akkumulátorgyár épülne Érsekcsanádon, Rémen, Szeremlén, Madarason, Balotaszálláson, vagy Csólyospáloson, stb.), így kijelenthető, hogy az ipar nem lesz képes felszámolni azt a hátrányt, amit Magyarország – legnagyobb területű vármegyéjében (is) tapasztalunk: a munkanélküliséget, a képzett munkaerő hiányát, a prosperáló jövőképpel kecsegtető munkahelyek hiányában fiatalok körében látható elvándorlást, a társadalom elöregedését, és az ezzel együtt járó elszegényedést, a műveletlen zárt kerteket, az otthon történő gazdálkodás eltűnését. | | Egyetértünk azzal, hogy azokban a térségekben, ahol a ipari beruházások szerepe korlátozottabb, nagyobb jelentősége van a helyi adottságokra épülő gazdasági diverzifikációnak. Éppen ezért a stratégia kiemelt hangsúlyt helyez azokra a horizontálisan, a vármegye számos településén fejleszthető turisztikai termékekre, amelyek nem kizárólag néhány kiemelt attrakcióhoz vagy turisztikai központhoz kapcsolódnak. Ilyen különösen az agroturizmus, a helyi termékekre épülő gasztronómia, a falusi és tanyasi turizmus, az aktív és ökoturizmus, valamint a kulturális és örökségi kínálat helyi elemeinek turisztikai hasznosítása.<br><br>A stratégia célja ezzel az, hogy a turizmusból származó gazdasági előnyök területileg szélesebb körben jelenhessenek meg, és kisebb települések, helyi vállalkozások, termelők és közösségek is bekapcsolódhassanak a vármegye turisztikai értéklláncaiba.<br><br>Ugyanakkor fontos hangsúlyozni, hogy a turizmus önmagában nem képes megoldani a vidéki térségek gazdasági, foglalkoztatási, demográfiai vagy szolgáltatási problémáit. Ezek kezeléséhez komplex, több ágazatot összehangoló térségfejlesztési programokra van szükség, amelyekben a gazdaságfejlesztés, közlekedés, vízgazdálkodás, mezőgazdaság, humán szolgáltatások, településfejlesztés és környezeti alkalmazkodás mellett a turizmus az egyik – de nem kizárólagos – fejlesztési lábat jelentheti.<br><br>Ennek megfelelően a visszajelzés alapján a stratégia alapvető irányát nem módosítjuk, hanem egyértelműbben rögzítjük a turizmus gazdaságdiverzifikációs és területi kiegyenlítést támogató szerepét, valamint annak korlátait is. | Átvezetésre került. Fejezet: 2.2.9. A megye tematikus turisztikai kínálatának a bemutatása, pozicionálása. |
| **200** | Érsekcsanád Község Önkormányzata | | | b) A mezőgazdaság szintén kihívások előtt áll. A globális felmelegedés, a kiszáradás, a talajvízszint csökkenése, a hosszú csapadék nélküli időszakok, az elavult és átalakulásban növénytermesztési szerkezet lépéskényszerbe hozta a gazdákat. Ugyanakkor egyre hangosabbak azok a szakmai álláspontok, hogy az alacsony termésátlagú, gyenge földeken nem kellene növénytermesztést folytatni, hanem ezeket a területeket gyeppel, erdőkkel befedve lenne szükséges hasznosítani, ezzel is erősítve a globális felmelegedés elleni küzdelmet.<br><br>A növénytermesztésben jellemzően erős a géphasználat, így az a foglalkoztatás növeléséhez alig járul hozzá. A nagyobb munkaerőigényű mezőgazdasági ágazatok, pl. gyümölcstermesztés, gyógynövény termesztés, állattenyésztés viszont nem igazán vonzóak a fiatalok számára.<br><br>A stratégia is megállapítja, hogy: „Az elmúlt évek egyik legmarkánsabb folyamata a mezőgazdasági gazdaságok számának csökkenése, A vállalkozásdemográfiai adatok szerint 2023. és 2024. között a mezőgazdaságban volt tapasztalható az egyik legnagyobb arányú vállalkozásszám-csökkenés a vármegyében (KSH,2024)."<br><br>Ezen folyamatokat látva kijelenthető, hogy a mezőgazdaság sem lesz képes felszámolni az előbb felsorolt hátrányokat. | | A klímaváltozás, a vízhiány és a mezőgazdasági szerkezetváltozás hatásait a stratégia bemutatja, ezt kiegészítjük azzal, hogy az agrár-, falusi, helyitermék- és természetalapú turizmus kiegészítő jövedelmi és gazdasági diverzifikációs lehetőséget jelenthet az érintett vidéki térségekben.<br><br>A mezőgazdasági területek művelési ágának megváltoztatására irányuló javaslat megfogalmazása nem a turizmusfejlesztési stratégia feladata, ugyanakkor egyetértünk abban, hogy a területhasználat milyensége turisztikai szempontból sem mellékes. | Átvezetésre került. Fejezet: 2.1.6. Bács-Kiskun megye mezőgazdasági jelentősége és annak turisztikai összefüggései az elmúlt évek gazdasági trendjei alapján. |
| **201** | Érsekcsanád Község Önkormányzata | | | c) A jövőbe tekintve reálisan ugyancsak nem várható, hogy a 2040-ig a vármegye településein olyan volumenű vállalkozások „robbannak be" tömegesen, mint pl. a Mogyi Kft. Baján, a Soli-Mizo Zrt. Bácsbokodon, vagy a Samsonite-Hungária Kft. Szekszárdon. Ezen cégek jellemzően a térség 4-6 településén is éreztetik jelenlétüket, viszont a jelenlegi út és vasúthálózati állapotok miatt a jövőben főleg továbbra is a Kecskemét-Kiskunhalas- Soltvadkert tengely mellé fognak települni. A hercegszántói határállomás bővítése, a Mohácsi Dunahíd és a Baja déli elkerülő út megépítése egészen biztosan jár majd gazdasági fellendüléssel, mely azonban a távolságok miatt főként szűk környezetre fog kihatni és kérdés, hogy az alkalmazott munkaerő mekkora része lesz magyar. Ráadásul mivel ezek az út- és hídépítések elkerülik Sükösdöt, Érsekcsanádot, Szeremlét, stb., sőt Baját is, így ki is írják ezt a térséget a jövőbeli fejlődés lehetőségéből, hisz a gazdaság oda megy, ahol jó az úthálózat.<br><br>Ezen folyamatokat látva kijelenthető, hogy az ilyen jellegű gazdasági bővülés (ha lesz is) sem fogja reálisan felszámolni az előbb felsorolt hátrányokat. | | A felvetés turizmusfejlesztési szempontból releváns részét figyelembe vettük, ugyanakkor a stratégia módosítását e ponton nem tartjuk indokoltnak. A vállalatok letelepedésének ösztönzése, az ipari beruházások térbeli irányainak kijelölése, illetve az egyes térségek iparfejlesztési céljainak meghatározása nem a turizmusfejlesztési stratégia feladata, hanem a komplex gazdaság- és területfejlesztési tervezés körébe tartozik.<br><br>A turizmusfejlesztési stratégia feladata annak meghatározása, hogy a turizmus a saját eszközrendszerével miként járulhat hozzá az egyes térségek gazdasági diverzifikációjához, a helyi vállalkozások és szolgáltatások erősítéséhez, a helyi erőforrások hasznosításához, valamint a kiegészítő jövedelemszerzési lehetőségek bővítéséhez. A stratégia ennek megfelelően kiemelt figyelmet fordít a horizontálisan, több térségben és kisebb településen is fejleszthető termékekre (például az agro-, aktív, öko-, falusi és gasztroturizmusra).<br><br>Ugyanakkor a turizmus nem helyettesítheti a komplex térségfejlesztést. A periférikusabb térségek gazdasági, közlekedési, demográfiai, vízgazdálkodási vagy szolgáltatási problémáinak kezelése több ágazat összehangolt beavatkozását igényli, amelyben a turizmus csak az egyik fejlesztési pillér lehet. | Nem került átvezetésre; lásd a szakértői választ. |

| Sorszám | Javaslattevő megnevezése | Fejezet, oldalszám | Hivatkozott szöveg | Észrevétel | Szövegszerű módosítási javaslat | Véleményre adott tervezői válasz | Átvezetés státusza / fejezet |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| **202** | Érsekcsanád Község Önkormányzata | | | Összefoglalva kijelenthető, hogy a 2040-ig tartó időszakban a megszokott gazdasági szerkezet, a megszokott gazdasági lépések és fejlesztési irányok nem fogják a vármegye településeinek hátrányát csökkenteni, sőt a kiemelt térségek (pl. Kecskemét) további erősödése várható. Ki kell mondani tehát, hogy egy jelentős kiugráshoz jelentős változás, és teljesen új felület megnyitása szükséges. Olyan felület, amely adottságként a vármegye összes településen velünk van, és amely előtt komoly lehetőség áll, amely jó irány kijelöléssel, megfelelő fejlesztéspolitikával és az elérhető nemzetközi tapasztalatok adaptálásával Bács-Kiskun Vármegye sikerágazata lehet. Ez pedig a turisztika. A turisztikára tehát a jövőben nem a vármegye gazdaságának egy elemeként, hanem a vármegye összes települését elérő fő fejlesztési irányaként kell tekinteni, főként, hogy az amúgy is erős ágazatok fejlesztése makrogazdasági szinten úgy is megtörténik. A természeti környezete szinte minden településnek gyönyörű, amit használni és kihasználni lehet. De ez csak egy új szemléletben történhet sikeresen. | | A felvetéssel egyetértünk, ugyanakkor a stratégia alapvető területi és szakmai logikája összhangban van vele. A stratégia kifejezett célja, hogy a megye turisztikai fejlesztéséből ne kizárólag a már ma is erős turisztikai központok részesülhessenek, hanem minden település számára legyen lehetőség a kapcsolódásra.<br><br>Ez nem azt jelenti, hogy minden településnek önálló turisztikai desztinációvá vagy kiemelt turisztikai célponttá kell válnia. A stratégia olyan horizontális és hálózatos fejlesztési keretet hoz létre, amelyhez a kisebb települések is hozzá tudják kapcsolni saját adottságaikat és fejlesztéseiket – például az agro- és falusi turizmus, a helyi termékek, a gasztronómia, az aktív és ökoturizmus, a kulturális örökség, a rendezvények vagy a tematikus útvonalak révén.<br><br>Ugyanez a nyitottság a vállalkozói körre is vonatkozik. Nemcsak a jelenleg turisztikai vállalkozásként működő szolgáltatók kapcsolódhatnak a stratégia megvalósításához, hanem olyan mezőgazdasági termelők, kézművesek, élelmiszer-előállítók, kulturális és szabadidős szolgáltatók, illetve más helyi vállalkozások is, amelyek fejlesztéseikkel turisztikai termékhez, élménylánchoz vagy szolgáltatói hálózathoz tudnak kapcsolódni. A stratégia egyik fontos funkciója éppen az, hogy keretet adjon ezeknek a helyi fejlesztéseknek, és lehetővé tegye azok egymásra fűzését.<br>Azonban a jelen dokumentumnak nem feladata a komplex területfejlesztési tervezés.<br>A turizmus önmagában nem alkalmas a települések valamennyi gazdasági és társadalmi problémájának megoldására. | Átvezetésre került. Fejezet: 3.2 Jövőkép. |
| **203** | Érsekcsanád Község Önkormányzata | | | 2/ A turisztika jelenlegi állapotában egy-egy attrakció fejlesztése nem elégséges. Tudomásul kell venni, hogy a turisztika akkor sikeres, ha abban az önkormányzatok, a vállalkozások, a civil szervezetek, az egyházak, a kulturális intézmények, a lakosok, stb. is nyertes pozícióba akarnak és tudnak kerülni. Egy jól felépített hálózatban, egy csomagként eladható térségi élményfűzérben ugyanis mindenki nyertes. Hogy jobban érthető legyen: olyan nincs, hogy Balatonfüreden a Tagore sétányon lévő éttermek közül nyáron három tele van, a többiben meg nincs vendég. Vagy mindben van vendég, vagy egyikben sincs. Mert ők közösen alkotják Balatonfüred kínálatát, közösen szolgálják ki az ott hömpölygő több ezer lakost és turistát. Mindez pedig kiegészül a többi szolgáltatással, pl. a hajózással, a múzeumok látogatásával, a kerékpározással, vagy a különböző rendezvények kínálatával. Ez egy olyan „csomag”, amelyben minden résztvevő win-win helyzetben van. | | A felvetéssel egyetértünk, ugyanakkor e ponton a stratégia módosítását nem tartjuk szükségesnek, mivel a javasolt megközelítés már a dokumentum alapvető termékfejlesztési logikájának része. A stratégia nem elszigetelt attrakciók vagy önálló szolgáltatások fejlesztésére épít, hanem arra, hogy a meglévő és új kínálati elemek – attrakciók, szálláshelyek, vendéglátás, aktív programok, kulturális értékek, helyi termékek és kapcsolódó szolgáltatások – hálózatba szervezve, egymásra fűzhető élményláncokként és komplex turisztikai termékekként jelenjenek meg.<br><br>A stratégia feladata ennek a fejlesztési iránynak, a kapcsolódó termékpilléreknek, beavatkozásoknak és szervezeti kereteknek a meghatározása. A konkrét turisztikai termékek, programcsomagok és szolgáltatói együttműködések kialakítása ezt követően már a létrehozandó vármegyei DMO egyik alapvető operatív feladata lesz, az érintett települések, szolgáltatók, attrakciók és más helyi szereplők bevonásával. | Nem került átvezetésre; lásd a szakértői választ. |
| **204** | Érsekcsanád Község Önkormányzata | | | Egy turisztikai élményfűzés felépítése elképzelhetetlen vállalkozások bevonása nélkül. A vállalkozók mindaddig gazdasági kockázatot látnak egy-egy szolgáltatás indításában, amíg nem látszik biztosnak a vevőkör, azaz, hogy a befektetésük megtérülése, és jövedelmezősége biztosított lesz. A szolgáltatást igénybevevők számának növelése miatt, nagyon fontos elérni azt, hogy a turisztikai fejlesztések eredményeit a lakosság is használhassa, sőt vegye is igénybe! Hogy jobban érthető legyen pl. a sárvári fürdőben az információim szerint a vendégek igen jelentős száma helyi, vagy 30-40 km-es körzetből érkező, főként a nyári szezonban. Naponta, esténként a Sárvár Kártyával érkezők jelentős kedvezménnyel tudnak bejutni a fürdőbe, és használják is azt. A Balaton mellett kerékpározók jelentős része ott lakó, ott üdülővel rendelkező, vagy 30-40 km-es körzetből érkező lakos, azaz nem kifejezett turista. A Bajai Türr István Múzeumba is számos helyi, környékbeli látogató és iskolai csoportok is érkeznek. Jól látható tehát, hogy a helyi és térségi lakosok is megjelennek a turisztikai célú fejlesztéseken, és vásárlásaikkal biztos talajt adnak a vállalkozások bevételeinek növeléséhez. | | A stratégiai megközelítést kiegészítjük azzal, hogy a turisztikai infrastruktúra és szolgáltatások fejlesztésénél a helyi és térségi lakosság használata is fontos keresleti és fenntarthatósági tényező. Ez különösen az aktív infrastruktúra, a fürdők, kulturális intézmények, vízpartok és rekreációs szolgáltatások esetében lényeges.<br><br>A helyi használat egyszerre javíthatja az életminőséget és stabilabb alapkeresletet biztosíthat a szolgáltatóknak. | Átvezetésre került. Fejezet: 3.6 Fejlesztési igények és beavatkozások; 2.2.6.2. Kerékpáros infrastruktúra: EuroVelo, országos és helyi útvonalak. |
| **205** | Érsekcsanád Község Önkormányzata | | | 3/ Számos egészségpolitikai törekvésnél olvasható, hogy a magyar lakosság azon aránya, amely heti rendszerességgel (legalább 3 alkalommal, legalább fél-egy órát) sportol, Európai szinten is kirívóan alacsony. Mind a korábbi, mind az új kormányzati szakpolitikánál az a cél hallható, hogy a jelenlegi 8-10%-os arányt a skandináv (92%), vagy a német és osztrák (70-80%) arány felé kellene elmozdítani.<br><br>Ha a politika megfelelő eszközöket fog ezen célok eléréséhez biztosítani, és „csak” 40%-os arány sikerülne 2040-ig elérni, az is a jelenlegi szint megsokszorozódását jelenti. Az európai példák alapján a lakosság jellemzően a természetben, az aktív turisztikai helyeken jelenik meg: túrázik, fut, sétál, nordic walkingozik, kerékpározik, evez, SUP-ozik, vagy akár csak kutyát sétáltat. Azaz jellemzően épp a jól kijelölt és megvalósított turisztikai fejlesztéseket vehet majd igénybe. Ez viszont már olyan „tömeget” jelenthet, amely a vállalkozásoknak is komoly vendégkört adhat, hisz a mozgás után/közben egészen biztosan betérnek majd a vendéglátó helyekre. | | A felvetéssel egyetértünk, ugyanakkor e ponton a stratégia módosítását nem tartjuk indokoltnak. Az aktív turisztikai infrastruktúra – például a kerékpáros, gyalogos és vízi útvonalak, rekreációs terek – természetesen nem kizárólag a turistákat szolgálja, hanem a helyi lakosság életminőségéhez és szabadidős lehetőségeihez is hozzájárulhat.<br><br>Ugyanakkor Bács-Kiskun megyére vonatkozásában nem áll rendelkezésre olyan megbízható, egységes adatbázis, amely alapján elkülöníthető lenne az infrastruktúra helyi lakossági és turisztikai használata, ezért erre vonatkozó számszerű következtetést vagy célértéket nem építünk be a stratégiába.<br><br>A visszajelzésben hivatkozott külföldi példák és sportolási arányok közvetlen átvételét sem tartjuk szakmailag megalapozottnak. Az egyes európai térségek eltérő földrajzi, településszerkezeti, közlekedési, társadalmi és kulturális környezetben működnek, ezért a lakossági infrastruktúrahasználat vagy sportolási szokások nem vetíthetők automatikusan Bács-Kiskun megyére.<br><br>Az aktív turisztikai fejlesztéseknek lehetőség szerint a turisták és a helyi lakosság számára egyaránt használható, fenntartható infrastruktúrát kell létrehozniuk, de ennek tényleges használati arányait a későbbi monitoring során, már rendelkezésre álló helyi adatok alapján lehet vizsgálni. | Nem került átvezetésre; lásd a szakértői választ. |

| Sorszám | Javaslattevő megnevezése | Fejezet, oldalszám | Hivatkozott szöveg | Észrevétel | Szövegszerű módosítási javaslat | Véleményre adott tervezői válasz | Átvezetés státusza / fejezet |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| **206** | Érsekcsanád Község Önkormányzata | | | Jól látható tehát, hogy a lakosság egészségtudatossá tételét szolgáló kormányzati intézkedések eredménye ráülthetető a turisztikai fejlesztésekre, és azok közösen már a vállalkozók beruházásait is erősítik. Összefoglalva tehát, ha tudomásul vesszük, hogy a vármegye összes települését elérő lehetőség egy új gazdasági tér, a turisztika lehet, amely a benne részvevők valós együttműködésében valósul meg, és a lakosság jelentős rétegét is tudja szolgálni, akkor látszik, hogy a jövőképünket, a stratégiánkat teljesen új alapokra kell helyezni, mivel a cél elérése a korábbi eszközök rutinszerű alkalmazásával nem lesz megoldható. A természeti környezetre épülő aktív turizmus, és az ahhoz köthető egyéb turisztikai formák erősítése a vármegye minden települését elérheti, és kiegészítő programokat kínálhat a fürdőkre alapuló egészségturisztikának is. | | A felvetés alapvető szakmai irányával egyetértünk, megítélésünk szerint összhangban van a stratégi termékfejlesztési szemléletével. A stratégia három egymást erősítő húzótermékre – egészségturizmusra, aktív turizmusra és kulturális turizmusra – épül, és kifejezetten abból indul ki, hogy ezek nem elkülönült kínálati elemek, hanem egymással összekapcsolható turisztikai rendszerek.<br><br>Ennek megfelelően az aktív turisztikai kínálat – többek között a kerékpározás, a természetjárás, a vízi és egyéb szabadtéri aktivitások – kapcsolódó programot és kiegészítő élményt jelenthet az egészségturisztikai, különösen a termál-, gyógy- és wellnesskínálathoz is. A stratégia célja éppen az ilyen, több terméket összekapcsoló komplex és lehetőség szerint többnapos kínálat kialakítása.<br><br>A visszajelzés azon következtetésével viszont nem értünk egyet, hogy emiatt „teljesen új alapokra" kellene helyezni a jövőképet és a stratégiát. Az aktív és egészségturisztikai termékek egymást erősítő fejlesztése, valamint a helyi lakosság számára is használható infrastruktúra kialakítása már illeszkedik a jelenlegi stratégiai kerethez. Az egyes fürdők, aktív útvonalak, szolgáltatók és települési kínálatok konkrét összekapcsolása már a stratégia végrehajtásának és a DMO későbbi termékfejlesztési munkájának operatív feladata. | Nem került átvezetésre; lásd a szakértői választ. |
| **207** | Érsekcsanád Község Önkormányzata | | | 1/ Mind a helyzetelemzés, mind a stratégia utal arra, hogy a fiatalok turisztikai szokásai alapjában véve változnak meg a jövőben. Ugyanakkor ennek a ténynek nem egy szerű pontként kellene szerepelni a stratégiában, hanem erre külön fejezetet kellene szentelni, hisz azt maga a stratégia is kifejti, hogy a mai fiatal 2040-ben már családos turista lesz, és a kialakult „fogyasztási szokásai" alapján fog majd akkor is dönteni és választani a kínálatból. Hiányolom tehát, hogy ezt a tényt nem kiemelten kezeli a stratégia, nem építi fel a teljes elemzését, és nem fogalmaz pontos cél és eszközrendszert. Nincs nemzetközi kitekintés, csupán általános, más forrásoktól idézett tendenciák jelennek meg, miközben ez pont a jövőt befolyásoló és alapjaiban meghatározó tényező lesz, és már most is késésben vagyunk a feltárással és a reakciók megfogalmazásával. Hogy érthető legyen, hogy mire gondolok: Az osztrák Duna melletti kerékpárútra épülő turisztikát bonyolító szervezet vezetője a múltkori polgármesterekkel történő látogatásunkkor elmondta, hogy ők is épp a hasonló stratégiájukat készítik. Pontosan felmérték, hogy mivel a mai fiatalok egyre nagyobb arányа már tömegközlekedést használ, így arról leszállva hogyan tudják a legjobban kiszolgálni az igényeiket. Hol tudnak kerékpárt bérelni, hol vannak bio-öko kempingek (környezettudatosság), hol vannak őket érdeklő (okos technikával ellátott) látnivalók, mekkora a kutyával érkezők aránya, stb. Mindez sokszor küldő országokra és nemekre lebontva. A stratégiában kiválóan látszik a felmérés, a következtetések, és a szükséges intézkedések. A fogyasztói szokások folyamatosan változnak, a fiataloknál még inkább. A jelen dokumentum meglátásom szerint nem kezeli kellő súllyal ezt a korosztályt, miközben megállapítja róla, hogy jövőformáló lesz a kiszolgálásuk. | | stratégia bővítését vagy önálló új fejezet létrehozását nem tartjuk indokoltnak. A következő generációk utazási szokásaira és elvárásaira adandó válaszok a teljes tervezési folyamat során kiemelt kérdésként jelentek meg: a workshopokon ezt külön vizsgáltuk, miközben a helyi turisztikai vállalkozások a jelenlegi kereslet szempontjából elsősorban a senior, illetve az iskolás korosztály jelentőségét emelték ki.<br><br>A 2040-ig szóló stratégia ugyanakkor szükségszerűen nemcsak a jelenlegi, hanem a jövőbeni keresleti struktúrával is számol. Ezért a fiatal generációk igényeit nem egy elkülönült „fiatalok" fejezetben kezeltük, hanem horizontálisan építettük be a stratégia egészébe: a demográfiai és turisztikai trendek, a célcsoportok és perszónák, a digitalizáció, az aktív turizmus, a fenntarthatóság, a mobilitás, az élményalapú kulturális kínálat és a kommunikáció területén egyaránt. A stratégia külön is foglalkozik a milleniálok és a Z generáció digitális, vizuális és élményorientált utazási szokásaival, valamint a fiatal szegmensek 2040-ig betöltött jövőépítő szerepével.<br><br>Ennek a horizontális megközelítésnek az oka maga a hosszú tervezési időtáv is. A ma 20 éves fiatal 2040-ben már 34 éves lesz, a ma kisgyermekes családok gyermekei pedig a stratégiai időszak végére önálló utazási döntéseket hozó fiatal felnőttekké válnak. Egy generációt ezért nem lehet a teljes 2026–2040-es időszakra változatlan, elkülönült célcsoportként kezelni. A stratégia célcsoport-elemzése éppen ezért nem pusztán életkor szerinti kategóriákra, hanem generációs, életciklus-, motivációs, viselkedési és egyéb dimenziók együttes értelmezésére épül.<br><br>A stratégia emellett a seniorokat és a családokat jelenlegi elsődleges | Nem került átvezetésre; lásd a szakértői választ. |
| **208** | Érsekcsanád Község Önkormányzata | | | 2/ A dokumentumok feltárják a környezetváltozás turisztikára vonatkozó hatásait. Azonban nem foglalkoznak azzal az egyre gyakrabban hallott szakmai és politikai állásponttal, hogy a mezőgazdasági célra csak veszteséggel használható területeket vissza kellene adni a természetnek. Amennyiben ezek a területek ligetekké, erdőkké, gyepekké, szikes tavakká, stb. válnak, akkor azzal tovább bővül a természeti, az öko, az aktív és számos más turisztikai irányvonal lehetősége, hisz a turizmus új térhez jut. A stratégia utal erre, amikor kimondja: „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." Ugyanakkor a jövőkép miatt sokkal erőteljesebben szükséges hangsúlyozni ezt a pontot, hisz ez egyrészt meghatározza a lehetőségeket, a környezeti feltételeket, és az ezekre igencsak érzékeny fiatalabb, de a senior korosztály turisztikai igényeit is. | | A klímaadaptációs és természetalapú turisztikai részeket kiegészítjük azzal, hogy a tájrehabilitáció, a gyepesítés, erdősítés, vizes élőhelyek helyreállítása és más természetalapú területhasználatok új öko- és aktív turisztikai lehetőségeket is teremthetnek.<br><br>A turisztikai stratégia ugyanakkor nem jelöl ki mezőgazdasági területeket művelésből történő kivonásra; az ilyen változások csak agrár-, vízgazdálkodási, természetvédelmi és területrendezési szempontok alapján történhetnek. | Átvezetésre került. Fejezet: 2.1.6. Bács-Kiskun megye mezőgazdasági jelentősége és annak turisztikai összefüggései az elmúlt évek gazdasági trendjei alapján. |
| **209** | Érsekcsanád Község Önkormányzata | | | 3/ A stratégia leírja, hogy: „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." Fontos azonban megjegyezni, hogy a turisztikára alapuló vendéglátás speciális termékek (mangalica, fürj, fácán, haltenyésztés, stb.) piacát erősítheti és a termelői oldalt is alakíthatja. Azaz a gazdálkodási formák bemutatásán túl a gasztronómiai élmény és az abból keletkező kereslet az állattenyésztés átalakulására is hatással lehet. Ezzel kapcsolatban még utalást sem látható az anyagban. | | A bor- és gasztroturisztikai, valamint az agrárturisztikai részeket kiegészítjük azzal, hogy a turisztikai kereslet nemcsak bemutatási lehetőséget, hanem közvetlen piacot is teremthet helyi és speciális mezőgazdasági termékek számára.<br><br>A vendéglátás, a helyi termelők és a turizmus közötti rövid ellátási láncokat ezért a termékfejlesztés egyik gazdasági hatásaként és fejlesztési irányaként is megjelenítjük. | Átvezetésre került. Fejezet: 2.1.6. Bács-Kiskun megye mezőgazdasági jelentősége és annak turisztikai összefüggései az elmúlt évek gazdasági trendjei alapján. |
| **210** | Érsekcsanád Község Önkormányzata | | | 4/ A stratégia igen komoly megállapítást tesz arra, hogy a korábbi fejlesztések hatása igazából megkérdőjelezhető: „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 vármegye kínálata színesedett, ugyanakkor egyetlen olyan fejlesztés sem valósult meg, amely önmagában véve jelentős turisztikai keresletet generálhatna." Ugyanakkor a stratégia nem tér ki arra, hogy ezt hogyan lehetne elkerülni, azaz pont a jövőt illető feladatokat fedi el azzal, hogy a folyamatban lévő TOP-PLUSZ projektekről beszél, miközben azok megvalósítása is naponta válik kérdésessé (a projektfejlesztés elhúzódása, közbeszerzés bonyolultsága, folyamatosan változó kincstári elvárások, tervezés, majd újratervezés, drágulás, stb.). | | A felvetés alapelvével egyetértünk, ugyanakkor e ponton a stratégia módosítását nem tartjuk szükségesnek, mert ez a megközelítés már a dokumentum alapfilozófiájának része. A stratégia kiindulópontja, hogy turisztikai fejlesztést nem önmagában a beruházási szándék, hanem valós piaci igény, azonosítható kereslet, működtethetőség és fenntartható üzleti modell alapján indokolt létrehozni. | Nem került átvezetésre; lásd a szakértői választ. |

| Sorszám | Javaslattevő megnevezése | Fejezet, oldalszám | Hivatkozott szöveg | Észrevétel | Szövegszerű módosítási javaslat | Véleményre adott tervezői válasz | Átvezetés státusza / fejezet |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| **211** | Érsekcsanád Község Önkormányzata | | | 5/ A stratégia rögzíti, hogy „A legnagyobb növekedési potenciált az aktív és kerékpáros turizmus, valamint az ökoturizmus képviseli. Stratégiai értelemben ezért a vármegye 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." Fontos hangsúlyozni, hogy ezen turizmusfajták sokszor egy térben, egymás mellett valósíthatók meg, főként a Duna és a Tisza mellett, a kerékpárutak mentén és a túraútvonalakon. A megállapítás alátámasztja a levelem elején kifejtett szemléletváltás szükségességét, ugyanakkor a megvalósítást tekintve beleszürkül a jelenlegi állapotba azzal, hogy a terjedelme nagy részét a megnyert TOP, TOP-PLUSZ és Interreg pályázatok kifejtésére, indoklására szűkíti le. Ha valami a legnagyobb növekedési potenciált képviseli, és stratégiailag az egyik legígéretesebb hosszú távú irány, akkor az egész stratégia központjában kellene állnia, és a megnyert pályázatokon túli lehetőségeket támogatnia. Mindezt pedig világosan megkülönböztethető, eltérő, a települések adottságait figyelembevevő terméklogikájú szegmensekre építkezve. Ez az egyik legnagyobb hiányossága a dokumentumnak!!!!!! | | A stratégia termékszerkezete nem hierarchikus: az egészségturizmus, az aktív turizmus és a kulturális turizmus egymást erősítő, párhuzamosan fejlesztendő pilléreként jelennek meg, amelyekhez további horizontális termékek és szolgáltatások kapcsolódnak.<br><br>A jelenleg folyamatban lévő TOP, TOP Plusz, Interreg és egyéb fejlesztések részletesebb bemutatása egyrészt a stratégia elkészítésére vonatkozó műszaki leírásból következő feladat volt, amely előírta az elmúlt és a jelenlegi fejlesztési időszak releváns projektjeinek, eredményeinek és folyamatban lévő fejlesztéseinek áttekintését. Másrészt ezek a beruházások a stratégia 2026–2040 közötti időszakának első éveiben készülnek el, illetve az első stratégiai mérföldkő végére már működő kínálati elemként jelennek meg, ezért nem tekinthetők pusztán múltbeli projekteknek. | Nem került átvezetésre; lásd a szakértői választ. |
| **212** | Érsekcsanád Község Önkormányzata | | | 6/ A dokumentum szerint: „A vármegyei 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 vármegye versenyképességéhez és vonzerejéhez." A dokumentum fő problémája, hogy mindezt nem bontja ki pontosan, hanem jellemzően a meglévő, vagy folyamatban lévő fejlesztésekkel alátámasztva, mintegy magyarázza a projektek lehetőségeit. Egy stratégiában a vármegye összes településének meg kell találnia a helyét, lehetőségeit. Ezzel szemben a stratégia jellemzően 20-25 projektet, kerékpárutat, és a Kiskunsági Nemzeti Park munkáját ismétli meg többször is (A!), de nem ad választ az ezen projektben nem szereplő településeknek, illetve a szükségszerű szemléletváltásnak. Miközben látja a feladatot, amikor leírja, hogy: „Az integrált és komplex tervezés alapelve azt követeli meg, hogy a stratégia a vármegye 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 vármegyei 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." A dokumentum nem kezeli azt a tényt sem, hogy adott turisztikai élmények fejlesztése más megyékkel közösen lehet igazán sikeres. A Duna | | A felvetéssel egyetértünk. A javasolt fejlesztések olyan csomagok, amelyek a projekttervezés során alábonthatók és diverzifikálhatók akár szükséglet, akár forrásalapon.<br><br>Jogos észrevétel, hogy a turisztikai hálózatok a vármegye közigazgatási határánál nem érnek véget. Az aktív, vízi, kerékpáros, kulturális és egyéb tematikus útvonalak több esetben megyehatáron, sőt országhatáron átnyúló rendszerekhez kapcsolódnak, ezt magunk is így gondoljuk. A stratégia területi hatálya azonban megahtározza a tervezési korlátokat. Ez azonban nem jelenti azt, hogy a tényleges termék és szolgáltatásfejlesztés során ezt a szempontot figyelmen kívül lehetne hagyni. | Átvezetésre került. Fejezet: 4.5 Területi programok; 2.2.6.2. Kerékpáros infrastruktúra: EuroVelo, országos és helyi útvonalak; 3.8.5.3. Természetvédelmi és örökségvédelmi szervek. |
| **213** | Érsekcsanád Község Önkormányzata | | | 7/ A kínálati megkülönböztethetőségénél a következőt írja a dokumentum: „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 vármegye egyedi ereje." A megállapítás igaz, és óriási jelentőséggel bír. Ehhez képest egyetlen sort sem olvashatunk arról, hogy mind a Dunán, mind a Tiszán hajózva, evezve micsoda gyönyörűség, mással össze nem hasonlítható adottság tárul elénk. Ausztriában, Németországban, Svájban, vagy Franciaországban a vizek mentén hihetetlen turisztikai fejlesztéseket valósítottak meg, éppen azért, mert több más turisztikai ág is kiválóan köthető a vizekhez (pl. ökoturizmus, kerékpározás, túrázás, horgászat, stb.). Ezeken a helyeken a turisztika nem áll meg a vizek partján, hanem a vizeken is jelen van. Onnan ugyanis páratlan kép tárul a turista elé, olyan, ami lemásolhatatlan, egyedi.<br><br>Mivel a szerzők a stratégiában nem is hivatkoznak nemzetközi példákra a Duna menti német és osztrák szakaszokon (Donauradweg mente), így valószínűsíthető, hogy ők maguk sem látták még vízről a Duna környezetét. Ezúton ragadom meg az alkalmat, hogy mind őket, mind a döntéshozókat meghívjam egy dunai hajózásra, hogy felfedezzék azt, ami a vármegyénk legnagyobb kincse. | | folyosóként, hanem a kapcsolódó táji és turisztikai élményekkel együtt szükséges értelmezni, ezt figyelembevettük a stratégiaalkotás során.<br><br>A stratégia előkészítése során részletesen vizsgáltuk a Duna Bács-Kiskun megyét érintő szakaszának turisztikai adottságait és korlátait, ezen belül a víziturizmus, a kerékpározás, a természetjárás, a horgászat, a vízparti rekreáció és a kapcsolódó szolgáltatások lehetőségeit. A háttérkutatásokban külön foglalkoztunk a klímaváltozás dunai turizmusra gyakorolt hatásaival is, beleértve a szélsőséges és rekordalacsony vízállások, valamint ezek nyári víziturisztikai használhatóságra gyakorolt következményeit.<br><br>Nem tartjuk szakmailag indokoltnak a Bács-Kiskun megyei Duna-szakasz közvetlen összehasonlítását a Duna más, eltérő hidrológiai, táji, településszerkezeti és turisztikai adottságú szakaszaival. Más Duna-térségek gyakorlatai ezért módszertani vagy szolgáltatásfejlesztési tapasztalatként hasznosíthatók, de nem tekinthetők automatikusan átvehető desztinációs modellnek.<br><br>A stratégia ehelyett a helyi adottságokra épülő, kombinált élménykínálatot tekinti fejlesztési iránynak. Ez a dokumentumban több helyen is egyértelműen megjelenik:<br><br>a 2.2.4. fejezetben a Duna menti Baja–Kalocsa–Hajós tengelyt kifejezetten „vízi–gasztro–bor–örökség" csomagok kialakítására alkalmas termékmagként határozzuk meg;<br>a 2.2.8. fejezetben a Duna vármegyei szakaszának vízitúrázását, evezős sportját, horgászatát és természetmegfigyelését a töltéseken vezetett | Átvezetésre került. Fejezet: 4.5 Területi programok; 2.2.6.2. Kerékpáros infrastruktúra: EuroVelo, országos és helyi útvonalak. |
| **214** | Érsekcsanád Község Önkormányzata | | | 8/ A dokumentum feltárja a vármegye versenyelőnyeit. Meglátásom szerint ugyanakkor nem foglalkozik azzal a lehetőséggel, hogy a vármegye turisztikai kínálatának meg kellene szólítani a szomszéd vármegyékbe érkezőket is. A pl. Mohácsra, Pécsre, Mórahalomra, Nagykőrösre, Ceglédre, stb. érkező turisták könnyen érhetik el Bács-Kiskun látnivalóit is. Ha azonban nem jelezzük a stratégiában, hogy cél, hogy megszólítsuk őket, az egyértelműen hiba. | | A célpiaci és marketingfejezetet kiegészítjük azzal, hogy Bács-Kiskun számára nemcsak a közvetlenül ide érkező vendégek jelentenek potenciális keresletet, hanem a szomszédos desztinációkban tartózkodó turisták egynapos vagy rövid kiegészítő programokra történő megszólítása is. Ez különösen a Duna-mentén indokolja a közös programcsomagokat, keresztmarketinget és vármegyehatáron átnyúló útvonalakat. | Átvezetésre került. Fejezet: 3.4.8. Célcsoportonkénti kommunikációs fókuszok; 4.5 Területi programok. |
| **215** | Érsekcsanád Község Önkormányzata | | | 9/ A kerékpáros úthálózat fejlesztése főként az EuroVelo utakra koncentrál, és megvalósítandó tevékenységnek jelzi a forgalmas közúti szakaszokon kerékpáros és gépjárműforgalom szétválasztását. Javaslom a stratégiában ezen útszakaszok pontos meghatározását, mivel az akkor egyértelműen kijelöli az érintett útszakaszokat, ami a pályázati lehetőségeknél alátámasztást jelent. Sajnos hiába mondja ki a Magyar Közút, hogy Dél-Bács-Kiskun legforgalmasabb útszakasza a Baja–Érsekcsanád-Sükösd szakasz, mégsem született meg a politikai döntés a helyzet kezelésére, miközben 24 éve ígérik azt. Nevesített projektek esetén egyértelmű lehet minden hivatkozás, mint a stratégiában a vármegye döntéshozói szerint is nevesített megoldandó feladat. | | A Baja–Érsekcsanád–Sükösd kapcsolatot a Duna menti kerékpárhálózat biztonsági és hálózati szempontból kiemelten vizsgálandó hiányzó kapcsolataként nevesítjük.<br>A közútfejlesztés kérdése nem a turizmusfejlesztési stratégia hatásköre. | Átvezetésre került. Fejezet: 2.2.6.2. Kerékpáros infrastruktúra: EuroVelo, országos és helyi útvonalak. |

| Sorszám | Javaslattevő megnevezése | Fejezet, oldalszám | Hivatkozott szöveg | Észrevétel | Szövegszerű módosítási javaslat | Véleményre adott tervezői válasz | Átvezetés státusza / fejezet |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| **216** | Érsekcsanád Község Önkormányzata | | | 10/ A víziturisztikai kikötő- és megállóhely-lánc, illetve a szálláshelyek esetében javaslom felvenni nevesítve öko-kempingek létesítését. A Duna melletti EuroVelo6 nemzetközi kerékpárút forgalma, a vízi turizmus igényli a kempingek kialakítását. Ausztriában a Duna partján minden második településen üzemel kemping. Mivel jellemzően Natura 2000-es területekről van szó, így mindenképp természetbarát öko-kempingek létesítése szükséges. Természetesen ez a Tisza mentén is felmerülhet, viszont azt az igényt én nem ismerem. | | Az aktív turisztikai szolgáltatásfejlesztés tartalmát kiegészítjük a kisléptékű, alacsony környezeti terhelésű kerékpáros és vízitúrás szálláshelyek, (öko)kempingek fejlesztésének lehetőségével, különösen a Duna, a Tisza és a nemzetközi aktív útvonalak mentén.<br><br>A konkrét helyszíneknél a természetvédelmi, árvízvédelmi és területhasználati előírások alapján szükséges tervezni. | Átvezetésre került. Fejezet: 4.4.2. Aktív és ökoturizmus; 2.2.6.2. Kerékpáros infrastruktúra: EuroVelo, országos és helyi útvonalak. |
| **217** | Érsekcsanád Község Önkormányzata | | | 11/ A Déli járások esetében (187. oldal) a stratégia kimondja, hogy: „A stratégiai keretből finanszírozott turisztikai fejlesztések volumenéből a déli és határmenti járásokba (Bajai, Kiskunhalasi, Kalocsai, Kiskunmajsai járás) jutó arány (%)” Itt a dokumentum 35%-os minimum célértékről beszél. Ugyanakkor a Déli felzárkózó térségek (Bácsalmási és Jánoshalmi járás) esetében is, min. 25–35% területi allokáció javasolt. Ez azt jelenti, hogy a 6 járásra 60-70% forráselosztás érkezhet? Szükséges lenne a pontosítás. | | Az észrevételt köszönjük, javítottuk. | Átvezetésre került. Fejezet: 3.1 Alapelvek. |
| **218** | Érsekcsanád Község Önkormányzata | | | 12/ A vendégelégettségi index 2035-ben első mérésnél 500 fős éves látogatói felmérést (online és helyszíni) jelez. Ez az egész vármegyére nézve egy éves időtartam alatt irreálisan nagyon kevés. Javaslom az érték emelését. | | Egyetértünk, a mintanagyságot növeltük min. 1.000 főre. | Átvezetésre került. Fejezet: 3.7.2. A monitoring rendszer összefoglalása. |
| **219** | Érsekcsanád Község Önkormányzata | | | 13/ A helyzetelemzés megállapítja, hogy: „Országos összevetésben 2025-ben a teljes magyarországi szálláshely egységek 1,8%-a, kiadható szobák számának 2,8%-a, a férőhelyek 2,6% található Bács-Kiskun vármegyében.” Sajnos a stratégia nem kezeli azt a kérdést, hogy a vizek, illetve a horgásztavak mellett számtalan üdülő van, amelyek szálláshelyként is működhetnének. Stratégiai célként lenne szükséges kitűzni, hogy ezen üdülőket, hogyan lehetne bevonni a legális szálláshelyek közé. Ezen üdülők az év nagy részében nincsenek használva. Megfelelő kommunikációval, felvilágosító kampányokkal, támogatási formákkal elérhető lenne, hogy a tulajdonosok vegyék észre, hogy micsoda érték van a kezükben és azt hogyan tudnák jól hasznosítani. Ha Orfűn, a Szelidi tónál, a Balaton mellett, stb. virágzik az üdülők szálláshelyként történő üzemeltetése, akkor ezt Bács-Kiskunban is el lehetne érni. Ezáltal pont az aktív turizmus szálláshelyigényét lehetne fedezni, beruházás nélkül. | | A felvetés jogos, ugyanakkor az üresen álló üdülők, hétvégi házak vagy egyéb magántulajdonú ingatlanok turisztikai célú hasznosítására a turizmusfejlesztési stratégiának nincs közvetlen ráhatása. Az ingatlan tulajdonosa döntheti el, hogy saját használatban tartja, bérbe adja, szálláshelyként hasznosítja vagy más funkciót választ számára. Ezt stratégiai dokumentumban előírni vagy célértékként meghatározni nem indokolt.<br><br>A kérdés kezelésében ezért elsősorban az érintett önkormányzatoknak lehet érdemi szerepük. Helyi szabályozási, tájékoztatási, ösztönzési és településfejlesztési eszközökkel motiválhatják a tulajdonosokat arra, hogy az alulhasznosított ingatlanokat többcélúan, akár turisztikai vagy időszakos szálláshelyi funkcióval is hasznosítsák, amennyiben erre van tulajdonosi szándék és piaci kereslet. | Nem került átvezetésre; lásd a szakértői választ. |
| **220** | Érsekcsanád Község Önkormányzata | | | 14/ Kerékpáros infrastruktúra: A dokumentumok sajnos csak zárójelben foglalkoznak az EuroVelo6 kerékpárúttal, illetve néhány helyen, mint a Duna menti kerékpárút jelzik. (Kivéve a helyzetelemzés 1.2.6. pontja, amely végre nevesíti.)<br><br>Ugyanakkor a dokumentum számtalanszor is nevesítve sorolja fel az EuroVelo11 és 13 utakat, főként a jövőbeli pályázatok miatt. Az EuroVelo6 egy működő, nemzetközileg is sikeres, útvonal, melyben óriási potenciál rejlik. Nagyon fontos lenne, hogy a stratégia ne csak zárójelben felsorolva jelölje, hanem rendeljen hozzá lehetőségeket, célokat, kapcsolatokat is. Ehhez szükséges az együttműködés az osztrák, német, és holland társszervekkel is. | | Az EuroVelo 6 fejlesztését nem pusztán kerékpárút-infrastruktúraként, hanem nemzetközi turisztikai termékként kezeljük. A B1/B6 és a Duna menti térségi programban erősítjük a szolgáltatói hálózat, csomagajánlatok, kerékpárbarát szállások, információ, multimodalitás és útvonalmenedzsment szerepét.<br><br>A végrehajtási partnerségeknél külön megjelenítjük az osztrák, német és más releváns európai EuroVelo- és kerékpáros szervezetekkel történő tudáscserét, építve a már kialakult érsekcsanádi kapcsolatokra is. | Nem került átvezetésre; lásd a szakértői választ. |
| **221** | Érsekcsanád Község Önkormányzata | | | 15/ A vízparti üdülésnél a helyzetelemzés a következőket írja: „Baja és térsége a Duna-parttal, a Sugovicával és a kapcsolódó szolgáltatásokkal (evezés, sétahajózás, vízitúrák) a Duna magyarországi szakaszának egyik karakteres víziturisztikai központja. Emellett a Duna-völgyi-főcsatorna alsó szakasza (Baja tágabb térsége felé) olyan „belső vízi folyosót” jelent, amely — megfelelő vízre szállási pontokkal és tájékoztatással — a dunai vízitúrák kiegészítő, alternatív útvonalaként, illetve tanuló/kezdő evezős célterületként is pozicionálható. A Vajas-fok a Kalocsa–Duna-mente térségében különösen jó alapot ad a kistelepülésekre is „ráfűzhető” vízi megállópont-hálózat kialakítására, ami egyszerre bővíti a horgászati kínálatot és a könnyű vízitúrák szervezhetőségét. A Duna-völgyi- főcsatorna felső szakasza pedig a Homokhátság peremén teremt olyan vízi élményfelületet, amely új, eddig kevésbé látható víziturisztikai helyszíneket kapcsolhat be a megye kínálatába, kifejezetten a csendesebb, természetközeli és élményalapú evezésre építve.” Sajnos a dokumentum nem tér ki arra, hogy Szeremle, Dunafalva, Érsekcsanád, Sükösd, Fajsz, stb. vonalában a Duna mellett óriási lehetőségek vannak. Üdülők tömege lehetne hasznosítható, kiváló megállóhelyek a Duna melletti kerékpárosoknak és túrázóknak is. A Dunán számtalan szolgáltatást lehetne üzemeltetni, és a vízen jelentős most is a forgalom. Nem csak eveznek, hanem jachtokon közlekednek, vízisíelnek, már megjelent a banán is. Érsekcsanádon a hétvégén országos wake board verseny csinálnak. Azaz óriási az élet a Dunán, amit be kellene kapcsolni a turisztikai stratégiába is. Nagy valószínűséggel ugyanez a helyzet a Tiszán is, bár az ottani lehetőségeket nem ismerem. | | A Duna menti területi program bemutatását kiegészítjük azzal, hogy Baja és Kalocsa mellett a kisebb Duna menti települések – köztük Érsekcsanád, Sükösd, Szeremle, Dunafalva és Fajsz – is a térségi élménylánc részei.<br><br>A fejlesztési tartalom a kerékpározás, vízi programok, természetjárás, horgászat, helyi gasztronómia, rendezvények és kisléptékű szálláshelyek összekapcsolására épül. Nem minden településen azonos beruházásokat irányozunk elő; a helyi adottságokhoz illeszkedő szerepeket határozzuk meg. | Átvezetésre került. Fejezet: 2.2.6.2. Kerékpáros infrastruktúra: EuroVelo, országos és helyi útvonalak. |
| **222** | Érsekcsanád Község Önkormányzata | | | 16/ Nemzeti parkok: a stratégia második legnagyobb hiányossága, hogy csak és kizárólag a Kiskunsági Nemzeti Parkkal számol. Felhívom a figyelmet, hogy Sükösdön és Érsekcsanádon a töltésen belül, illetve Bajától délre az egész területen a Duna-Dráva Nemzeti Park az illetékes. Így a Karapancsai Vadászkastély, a hercegszántói és dávodi tavak, vagy Veránka sziget is a DDNP alá tartoznak. Egy vármegyei turisztikai stratégiából nem maradhatnak ki ezek a területek. Számomra teljesen érthetetlen és felfoghatatlan, hogy hogyan kerülhet ki egy olyan anyag véleményezésre, amelyben többször is foglalkoznak a nemzeti park témával, de a szó szerinti másolgatás miatt egyetlen egyszer sem fejtik ki a DDNP szerepét. Ezek szerint az anyag készítői (AI???) nem létezik Karapancsa, nem léteznek a dávodi tavak, a szeremlei, érsekcsanádi, vagy sükösdi Duna parti területek, sem pedig Veránka a megye turisztikai kínálatában. | | Köszönjük az észrevételt. Javítottuk a dokumentumot. | Átvezetésre került. Fejezet: 3.8.5.3. Természetvédelmi és örökségvédelmi szervek; 2.2.2. A megye turisztikai kínálata – szakmapolitikai áttekintés. |
| **223** | Érsekcsanád Község Önkormányzata | | | 17/ Az aktív és egyéb természetben zajló turizmus kapcsán állandóan felmerül, hogy az egyes állami szervek (erdészetek, vízügy, nemzeti parkok) és egyéb (vízitársulatok, vadásztársaságok, stb.) egymásnak ellentmondó szabályokat hoznak, jellemzően önmaguk védelmére. A szabályozásból a legtöbbször az olvasható ki, hogy ide turista ne jöjjön. Erről az összes illetékes szervezet tud és panaszkodik, valamint szeretne és javasol is megoldást, hisz ez a jövő és a nyugati példák alapján ez meg is oldható. Érsekcsanád szervezésében, a bajor alapítvány bevonásával szeptember közepén pont ebben a témában lesz a bevezetőben is jelzett rendezvény. | | A felvetéssel egyetértünk. A létrehozandó vármegyei DMO egyik alapfeladata eleve az, hogy a turizmusban érintett önkormányzatokkal, szolgáltatókkal, természetvédelmi, vízügyi, közlekedési és egyéb szakmai szervezetekkel folyamatos kapcsolatot tartson, az érintettek közötti egyeztetéseket kezdeményezze, és a turisztikai szempontokat képviselje. | Nem került átvezetésre; lásd a szakértői választ. |

| Sorszám | Javaslattevő megnevezése | Fejezet, oldalszám | Hivatkozott szöveg | Észrevétel | Szövegszerű módosítási javaslat | Véleményre adott tervezői válasz | Átvezetés státusza / fejezet |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| **224** | Érsekcsanád Község Önkormányzata | | | 18/ Egy stratégia a jövőre épül, a jövőbe néz. Ma a jövő okos eszközöké. Az előttünk fekvő stratégia minimális szinten foglalkozik az okos eszközök használatával, mivel a fiatal generációk esetében ez elengedhetetlen. De pontosan ezért nem elégséges az a szint, ahogy foglalkozik ezzel a témával. Felsorolja példákat, hogy miket tesz a Z generáció, mond is néhány javaslatot, de itt le is ragad. Az osztrák szakemberektől tudom, hogy számukra is mekkora kihívás ennek a kérdésnek a kezelése. Tudom, hogy a legfontosabb feladatnak tartják a célcsoport okos eszközökön történő elérést, a<br><br>visszacsatolás, értékelés lehetőségét, és ami talán még fontosabb: az azonnali reagálást a változásokra, igényekre. Az anyag átdolgozása során javaslom, hogy valós és működő példákkal mutassák be és bővítsék ki ezt a rész, ne csak általánosságban megfogalmazott, és általánosságban érvényes kijelentéseket tegyenek. Aki elveszti a fiatalokat most, az elveszítette örökre. Ezt az anyag is sugallja, azonban nem hangsúlyozza annyira, amennyire kell — ami egy óriási hiba. | | A stratégia meghatározza az alapvető fejlesztési irányokat.<br><br>A konkrét technológiai eszközök, alkalmazások és megoldások kiválasztása azonban már nem stratégiaalkotási, hanem projektelőkészítési feladat. Egy 2040-ig szóló stratégia esetében különösen nem lenne indokolt ma rögzíteni az egyes technológiákat, hiszen a digitális megoldások fejlődési üteme miatt ezek folyamatosan változnak.<br><br>A stratégia feladata ezért annak meghatározása volt, hogy milyen látogatói és szolgáltatói funkciókat kell biztosítani, milyen problémákra kell digitális választ adni, és milyen eredményeket kívánunk elérni. Az ehhez szükséges konkrét eszközök kiválasztása a B12 és B14 beavatkozások projekttervezése során történhet meg. | Nem került átvezetésre; lásd a szakértői választ. |
| **225** | Érsekcsanád Község Önkormányzata | | | 19/ A turisztika állandó problémája a munkaerő hiánya és a magas üzemanyag fogyasztású eszközök (szállítóeszközök, hajók, buszok, tereprendezési eszközök, stb.) nagy arányú jelenléte. Ugyanakkor egyre nyugati jó példát látunk arra, hogy az elektromos eszközök használata egyre jobban terjed, sőt sokszor már kötelező is. A stratégia nem foglalkozik ezzel a ténnyel, nem kínál lehetőségeket, és nem tár fel fejlesztési irányokat sem. Pedig az elektromos eszközök használata nem csak környezetkímélő, nem csak csendes, hanem költségcsökkentő is. Ezáltal a turisztika jövedelmezőségéhez is hozzájárul. Sajnos a stratégia alapjában véve leragadt annál, hogy mennyi a vendégéjszaka, mekkora a bevétel, és mekkora az egy férőhelyre jutó bevétel. Pedig a gazdaságban csak egy dolog a bevétel, a másik a kiadási oldal, amelynek csökkentésére ugyanakkora erőt kell és lehet is fordítani, mint a bevételek növelésére. Ez utóbbi jellemzően időben is sokkal hosszabb folyamat, mint a kiadások csökkentése, ezért is fontos, hogy jól tárjuk fel a lehetőségeket. | | A véleménnyel egyetértünk. A fenntarthatóságot a stratégia horizontális célként határozza meg, egyben javasolja a Global Sustainable Tourism Council (Globális Fenntartható Turizmus Tanács) nemzetközileg használt sztenderdrendszerének alkalmazását.<br>Fontos, hogy a környezeti, társadalmi, kulturális és gazdasági szempontok egyaránt érvényesüljenek. Ebben az összefüggésben a siker fokmérője nemcsak a bevétel, hanem a társadalmi haszon is. Ettől függetlenül a bevétel és jövedelmezőség meghatározó. A megye szállásai éppen a jövedelmezőségben maradnak el kb. 40%-kal az országos átlagtól. | Átvezetésre került. Fejezet: 3.1 Alapelvek. |
| **226** | Érsekcsanád Község Önkormányzata | | | 20/ A stratégia iránya jellemzően lefelé, a megyei turisztikában részvevők felé mutat. Megemlíti a felfelé történő vármegyei lobbi szükségességét, azonban ez nem elég. Egy stratégiának pontokba szedve kell feltárnia azokat a tényezőket, hiányosságokat, célokat, stb., ami miatt a politikai döntéshozók felé kell jelzéseket adni. Javaslom, hogy készüljön egy ilyen lista, amit természetesen bizonyos időnként értékelni és felülvizsgálni is lehet, hisz 2040-ig számos dolog teljesíthető és számos új akadály, feladat is megjelenhet, ami miatt fel kell szólalni az illetékeseknek. De ha a stratégia ez nem pontosan, csak általánosságban fogalmazza meg, akkor nincs egyértelmű feladat, mindenki úgy lobbizik, ahogy a saját érdeke és nem a vármegye irányai diktálnak. | | Elfogadjuk. A DMO és a vármegyei önkormányzat együttműködésében kialakítandó turisztikai érdekérvényesítési feladatot beépítjük a szervezeti feladatok közé.<br><br>Ennek évente aktualizálandó témái lehetnek 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. | Átvezetésre került. Fejezet: 3.8 Erőforrás terv; 2.2.6.2. Kerékpáros infrastruktúra: EuroVelo, országos és helyi útvonalak. |
| **227** | Érsekcsanád Község Önkormányzata | | | 21/ A stratégia felsorolásszerűen sorba veszi (többször is) az elmúlt idők TOP pályázatait, a jelenlegi költségvetési ciklus TOP-PLUSZ pályázatait, és az Interreg pályázatokat is. Nem foglalkozik ugyanakkor (ha már a TOP pályázatokkal igen) a megvalósult Interreg pályázatokkal. Pedig például a Bajai Obszervatóriumnak több nyertes kifejezetten turisztikai témájú Interreg pályázata volt. Ezek beemelése, hatásainak feltüntetése mégis elmaradt. A folyamatban lévő pályázatoknál pedig szerb főkedvezményezett mellett Hercegszántó és Gara kerékpáros és vízi turisztikai fejlesztése is szerepel, kifejezetten a nemzetközi hálózatba kapcsolás szándékával. Ezek a projektek érthetetlen módon nem fedezhetőek fel, és ez feltételezi, hogy lehet még más ilyen projekt is. Miközben turisztikai tekintetben kifejezetten fontos, az aktív turisztikát, és az intézményekben folyó turisztikai gondolkodást érintő pályázatokról van szó. Javaslom ezek beemelését, és bemutatását a stratégiában. | | A cél nem valamennyi Interreg projekt teljes katalógusa, hanem a továbbépíthető turisztikai partnerségek, módszerek és eredmények azonosítása. | Átvezetésre került. Fejezet: 2.5.8. A fejlesztési forrásokat biztosító programok (2021-2027); 2.2.6.2. Kerékpáros infrastruktúra: EuroVelo, országos és helyi útvonalak. |
| **228** | Érsekcsanád Község Önkormányzata | | | 22/ A helyzetelemzés foglalkozik a turisztikai kártyarendszerrel. Ugyanakkor lezárja a kérdést azzal, hogy: „Ugyanakkor a szolgáltatók és önkormányzatok részéről megjelentek a kritikus szempontok is, amelyek arra figyelmeztetnek, hogy egy vármegyei szintű applikáció vagy kártyarendszer csak akkor működőképes, ha hosszú távon fenntartható üzleti modellre és koordinációra épül. Magyarországon több hasonló kezdeményezés — városi és térségi kártyák, applikációk — szűnt meg vagy vált inaktívvá az elmúlt években, mert nem volt elegendő erőforrás a folyamatos tartalomfrissítésre, az ügyféltámogatásra, a marketingre vagy a szolgáltatói oldalon szükséges ösztönzők fenntartására. Ugyanakkor a szolgáltatók egy része joggal tarthat attól, hogy a kedvezményrendszerek további bővítése árversenyt és bevételkiesést generálhat, ha nem kapcsolódik össze jól megtervezett termékfejlesztési és élménycsomagolási folyamattal."<br><br>Ha van a stratégiának hibája (és bőven van), akkor a TOP lista élén áll az, hogy a turisztikai kártyák esetében megáll ezen megállapítás rögzítésénél. Hát köszönjük a szerzőnek!!! Nemzetközi példák sora tudja megmutatni, hogy miért jó a turisztikai kártya és hogyan lehet jól csinálni. Erre azonban a szerző (AI??) már egyetlen sort sem szán. Csak megjegyzem, hogy valamennyi Ausztriában nyaraló ismerősöm vásárolt és használta a kártyákat (pl Innsbruck Card, Salzburg Card, Viena City Card, stb.), jómagam épp most használtam a Swiss Travel Passt, illetve tavaly a Munich City Passt. Ezek a kártyák pont az élmények egybefűzését, és az odajutás lehetőségét segítik, és teszik teljessé. A turisták tömegesen használják, mert megéri nekik, a turisztikai attrakciók pedig versenyeznek, hogy bekerülhessenek, hisz egyből óriási vendég/látogatószámhoz jutnak. A mi stratégiánk addig jut el, hogy megállapítja: a kártya bevételcsökkenést is okozhat. De, hogy hogy lehet jól csinálni, és miért kell csinálni, azt nem fejti ki. Ahhoz, hogy Bács-Kiskun Vármegye valóban turisztikai térség legyen, ahhoz elengedhetetlen feltétel lesz a turisztikai kártya bevezetése, hisz az összes nemzetközi versenytárs sikerrel alkalmazza azt. Hogy akarunk versenyezni velük, ha nálunk az nem megoldható? Azon lehet gondolkodni, hogy az egész | | A felvetést köszönjük. A B.12 beavatkozás tartalmazza a digitális turisztikai kártya létrehozását, sát a célindikátorok között is szerepel a 2030-ra 5.000 db eladott kártya.<br><br>Továbbra is fenntartjuk azonban, hogy bevezetés költségvonzata, a működési modell kialakítása, a partnerség megvalósítása számtalan kockázatot hordoz.<br><br>Zárójelben megjegyezzük, hogy a jelen stratégia elkészítésének egyik turisztikai szakértője 15 éve foglalkozik a turisztikai kártyarendszerekkel (gyakorlati bevezetéssel is), aki a 2028-ra Balatonnál pilotként bevezetésre kerülő, potenciálisan országos implementációjú turisztikai kártya kialakításának előkészítését megalapozó hazai és nemzetközi kutatást is vezette. | A stratégiában már szerepelt, így nem volt szükséges a stratégiába való átvezetés. |
| **229** | Érsekcsanád Község Önkormányzata | | | A felsorolást még hosszasan folytathatnám, viszont már ebből is látszik, hogy az eddigi anyag átdolgozása szükséges. Javaslom, hogy ehhez hozzanak létre kisebb létszámú munkacsoportokat, akik aktív, felpörgetett tempóval gyorsan új irányt tudnak adni a munkához. Én a részemről felajánlom segítő közreműködésem ebben a munkában. | | Köszönjük a felajánlást. A tervezési folyamat során több mint 400 szereplőt szólítottunk meg, köztük nagyon sokan vettek részt a műhelymunkákon, éltek a véleményezés lehetőségével.<br>A társadalmasítás során beérkezett véleményeket is feldolgoztuk, indokolt esetben módosítva, kiegészítve a stratégiát.<br>Fontos, hogy a megvalósítás során is minden szereplő aktívan részt vegyen a megye turizmusának alakításában. | Nem került átvezetésre; lásd a szakértői választ. |
| **230** | Izsák Város Önkormányzata | 5.108. | Kolon-tó | nincs | nincs | Észrevétel és módosítási javaslat nem érkezett; stratégiai módosítás nem szükséges. | Nem releváns - nincs átvezetendő észrevétel. |
| **231** | Izsák Város Önkormányzata | 5.42. | Izsáki Horgász és Pihenőpark | nincs | nincs | Észrevétel és módosítási javaslat nem érkezett; stratégiai módosítás nem szükséges. | Nem releváns - nincs átvezetendő észrevétel. |