A HORGÁSZTURIZMUS GAZDASÁGI HATÁSA A TISZA-TÓ TÉRSÉGÉBEN

DEBRECEN
2013

TARTALOMJEGYZÉK

VEZETŐI ÖSSZEFOGLALÓ **3**

I. ELŐZMÉNYEK **5**

I.1. A TISZA-TAVI HORGÁSZTURIZMUSRÓL RÖVIDEN **5**

I.2. A TURIZMUS ÁLTALÁNOS GAZDASÁGI HATÁSA **8**

II. A HORGÁSZTURIZMUS GAZDASÁGI HATÁSA TISZAFÜREDEN **11**

II.1. VIZSGÁLATI MÓDSZEREK **11**

II.2. EREDMÉNYEK **12**

II.2.1. A KUTATÁS EREDMÉNYEI **12**

A horgászok felmérésének eredményei 12

A szállásadók megkérdezésének eredményei 22

II.2.2. EGYÉB, A KUTATÁS SORÁN FELTÁRT INFORMÁCIÓK **26**

- Horgászegyesületi tagság 26
- Halászati hasznosító ismertsége 26
- Elégedettségi mutatók 27
- Információ-gyűjtés módszere 29

II.2.3. AZ EREDMÉNYEK ÖSSZEVETÉSE, A GAZDASÁGI HATÁS ELEMZÉSE **30**

- „Első kör" hatás 30
- Közvetett hatás 36
- Gerjesztett hatás 36
- Egyéb hatások 39

III. ÉRTÉKELÉS **41**

III.1. RÖVID ÖSSZEVETÉS A SZAKIRODALMI ADATOKKAL **41**

III.2. A HORGÁSZTURIZMUS GAZDASÁGI HATÁSÁNAK ÉRTÉKELÉSE **42**

FELHASZNÁLT IRODALOM **47**

MELLÉKLETEK **48**

I. MELLÉKLET: Horgászturista kérdőív 49

II. MELLÉKLET: Szálásadói kérdőív 53

III. MELLÉKLET: Önkormányzati adatlap 57

VEZETŐI ÖSSZEFOGLALÓ

A Tisza-tavi Sporthorgász Közhasznú Nonprofit Kft. megbízásából a Meridián Alapítvány, a Debreceni Egyetem Tájvédelmi és Környezetföldrajzi Tanszékének munkatársaival elvégezte a horgászturizmus gazdasági hatásának vizsgálatát Tiszafüreden.

A kutatás során 272 horgász, 14 szállásszolgáltató, valamint a Tiszafüredi Önkormányzat felmérése történt meg, kérdőíves módszerrel. A horgász-minta nagysága a Megbízó horgásznap-számlálásai alapján a Tiszafüredhez köthető területen számlált napok 2%-a, feltételezve, hogy a megkérdezett horgászok minimum 1 napot a területen horgásznak. A felmérés során kiderült, hogy a válaszadók összesen 25499 napot töltenek el a tónál, ezért a kapott eredmények messzemenően alkalmasak a Tisza-tónál megvalósuló horgászturisztikai költések és folyamatok reprezentálására.

A szálláshelyek kiválasztásánál elsődleges szempont a horgászok válaszaiban megadott típusok aránya volt, valamint az általuk legfontosabbnak tartott vízközelség. Az utószezonban végzett felmérés miatt a szálláshelyek egy része már nem működött, emellett a szolgáltatók alacsony válaszadási hajlandósága, valamint az értékelhetetlenül kitöltött kérdőívek miatt nem volt teljesíthető a tervezett 40 szálláshely felmérése. Ugyanakkor mivel az összes tiszafüredi szálláshely több, mint 12%-a bekerült a kutatásba, ennek a felmérésnek az eredményei is statisztikusnak foghatóak fel.

A gazdasági hatás vizsgálatakor elkülöníthető az ún. első kör hatás, amely leegyszerűsítve, a költésnek köszönhetően közvetlenül a szolgáltatóknál jelentkező bevétel. Valamint megkülönböztethető a gerjesztett hatás, amely a bevétel által generált további hatásokat jelenti, vagyis a beruházási, foglakoztatási, illetve költségvetési multiplikátorokat.

Ezek alapján a következők állapíthatóak meg a horgászturizmus Tiszafüreden, illetve a Tisza-tónál jelentkező gazdasági hatásáról:

- A rendelkezésünkre álló (primer és szekunder) adatok alapján meghatározható az **éves jeggyel rendelkező horgászok egész éves**, a Tisza-tónál megvalósuló **költése**, amely **több, mint másfél milliárd Forint (1.522.980.000 Ft).** Ez tartalmazza a becslésük szerint felszerelésre helyben kiadott összeget, valamint az éves jegyek árát is.
- Költésükben a **legnagyobb arányt** (47%) a **kifejezetten a horgászathoz kötődő kiadások** teszik ki (így a csónakhoz vásárolt üzemanyag, csalikra és etetőanyagra költött összeg, valamint a csónakbérlés illetve tárolás költsége). A Tisza-tavat meglátogató más turisták (pl. kerékpárosok, strandolni vágyók) által is igénybe vett/vehető szolgáltatóknál realizálódik a költésük 31%-a (például utazáshoz vásárolt üzemanyag, szálláshely, vendéglátóhely). A fennmaradó 22% azoknál a szolgáltatóknál jelentkezik, akik a helybéliek számára is alapvető szolgáltatásokat nyújtanak, illetve ezekre otthon is költenének, bár kevesebbet.
- A vizsgálatba bevont horgászoknak 38,6%-a szállt meg Tiszafüreden, így a velük érkező családtagokkal, ismerősökkel együtt az **általuk befizetett IFA** az **Önkormányzat 2012-es IFA-bevételének 24%-a**.
- A szolgáltatóknál megjelenő bevétel a foglakoztatáshoz is hozzájárul, ami az általunk vizsgált szálláshelyeken helybeli munkaerőt jelent. Kimutatható volt a horgászat **pozitív hatása a szezonalitás enyhítésére**, mivel az utószezonban megemelkedő horgászturisták aránya a szállás-szolgáltatók számára is érzékelhető.

- A szálláshelyeken kimutatott **külföldi horgászvendégek aránya nő**, valamint az általuk itt eltöltött átlagos vendégéjszaka-szám meghaladja a Tiszafüreden jellemző átlagos vendégéjszaka-számot.
- A horgászturizmus által generált **beruházások nem összegüknél fogva fontosak, hanem multiplikátor hatásuk miatt**. Így a horgászok által vásárolt **csónak, illetve csónakmotor** újabb költést, illetve hosszabb időtöltést eredményez. A vásárolt, vagy épített **ingatlan** az ott vendégül látott ismerősök költése révén, vagy kiadás (szállás-szolgáltatás) esetén az idegenforgalmi szuprastruktúra bővítésével jelent pozitív hatást.
- A horgászturizmusból befolyó bevételnek köszönhetően végrehajtott beruházások, fejlesztések több esetben (pl. csónakbérlési lehetőség és túravezető igénylése a tó felfedezéséhez, ismeretterjesztő tanösvény kialakítása) is bővítik, színesítik a teljes Tisza-tavi kínálatot.
- Egyértelmű és szoros összefüggés mutatható ki az éves költés összege és a lakóhely között. A **Budapestről és a megyeszékhelyekről érkezők költésének hatása mintegy tízszerese a Tiszafüreden élőkének** (és több, mint ötszöröse a többi part-menti településen élő (utazásra és esetleg szállásra is költő) horgászokénak.

KÉSZÍTETTÉK:
Halasi-Kovácsné Benkhard Borbála Rita (BBR)
Vasvári Mária (VM)
Molnárné Bodnár Réka Kata (BRK)

Debrecen, 2014. január 27.

Halasi-Kovácsné Benkhard Borbála
kutatásvezető
egyetemi tanársegéd

I. ELŐZMÉNYEK

I.1. A TISZA-TAVI HORGÁSZTURIZMUSRÓL RÖVIDEN

Gazdaságföldrajzi szempontból a Tisza-tó területe az ország belő perifériájának számított a XX. század közepén. A rossz közlekedési feltételek, az infrastrukturális adottságok és a hiányzó nyersanyagkészletek következtében elkerülte az iparosítási hullám. A térségben élők megélhetést a mezőgazdaság jelentette. Az előállított termékek fő felvevő piaca a Szovjetunió volt, azonban ez a piac fokozatosan beszűkült. A térséget nagy munkanélküliség, elszegényesedés, ebből eredően elvándorlás és elöregedés jellemezte.

Az 1973-ban átadott kiskörei duzzasztó vízszintjét három ütemben kívánták megemelni, azonban ebből csak kettő valósult meg. A térség számára már az első duzzasztás is magában rejtette a turizmus lehetőségét. Ugyanis a Közép-Tisza vidéki Intéző Bizottság 1975-ben üdülőkörzetet hozott létre (KIB 1975). A legfőbb cél a Balaton túlzsúfoltságának mérséklése és a helyi lakosság rekreációs igényeinek kielégítése volt (VÁTI 1985). Mind az anyagi támogatás, mind pedig a konkrét fejlesztési célok megfogalmazásának hiánya együttesen eredményezték a turisztikai infra- és szuprastruktúra alacsony kiépítettségét. Az üdülőkörzet egyedi arculata az 1980-as években kezdett formálódni, építve a települések (14 db) eltérő adottságaira. Ezek alapján Tiszafüreden és Kiskörén elsősorban a vízi sportok – legfőképpen a horgászat –, míg Abádszalókon a strandolás és a vitorlázás jelentette a legfőbb kínálati elemet. Az 1980-as évek végére megindult a Tisza-tavat népszerűsítő marketingmunka is (Füreder B.−Remenyik B. 2008). A fejlesztések ütemét lassította az adósságválság terhe, kivételt csupán a horgászturizmus képezett. A horgászturizmus révén tovább növekedett a tározó ismertsége, látogatottsága, miközben negatív hatásokat is generált, amelyek a mai napig problémát jelentenek (vadkempingezés).

Az 1990-es évek elején kezdődött el a Tisza-tavi kerékpárút kiépítése, amely tovább színesítette a turisztikai palettát.

A Tisza-tó kiemelt üdülőkörzetként való meghatározásával először az Országos Területfejlesztési Koncepcióban találkozhattunk, 1998-ban (28/1998-as kormányhatározat) (Michalkó G. 2005), ezt követően alakult meg a Tisza-tavi Regionális Idegenforgalmi Bizottság is.

2001-től a régiót érintő feladatokat a Magyar Turizmus Rt. koordinálta. Létrejöttek a regionális turisztikai marketingigazgatóságok és projekt irodák, amelyek tovább folytatták a Tisza-tavat népszerűsítő munkákat (Füreder B.−Remenyik B. 2008). 2003-ban alakult meg a Tisza-tó Térségi Fejlesztési Tanács, amely már 74 helységet vont be hatáskörébe.

2004-től az Európai Uniós csatlakozást követően az Észak-alföldi Regionális Operatív Programoknak köszönhetően tovább növekedett azon attrakciók és termékek száma, amelyek vonzóvá tették a Tisza-tavat. A termékek között napjainkban jelen van a vízparti üdülés, a horgászturizmus, az ökoturizmus, a kerékpáros turizmus, a falusi turizmus, a gasztroturizmus, az ifjúsági turizmus, a rendezvény- és konferenciaturizmus, a kulturális turizmus és az egészségturizmus is (Molnár A. 2008.).

Mára a horgászturizmust a Tisza-tónál nagy piaci részesedés jellemzi. A Tisza-tóra jellemző a fejlett horgászati infrastruktúra, a jó kikötői háttér, megfelelő csónakállomány, horgász-túravezetők, és horgászboltok jelenléte (Pécsi Tudományegyetem, 2011), tehát mindenképpen az egyik legmeghatározóbb turisztikai terméke a Tisza-tónak.

A Tisza-tavi turizmus fejlődését jól jellemzik a vendégszámadatok. Habár nem tudjuk teljes körűen a horgászok létszámát vizsgálni, de minden bizonnyal a tó vendégforgalmának alakulásában fontos szerepet töltött be létszámuk. Alapadatainkat a Központi Statisztikai Hivatal adattárából nyertük, 1990-2010-ig terjedő időszakra. 12 part menti településre válogattuk le az adatokat. A Tisza-tó turisztikai keresettsége kiegyensúlyozottságot mutat. Átlagos vendégszáma

40.651 fő volt a két évtized alatt. A legkisebb vendégszámot 1992-ben mérték (20.631 fő) a maximumot pedig 2003-ban (59.467 fő). A Tisza-tó vendégszáma 1990-ben 33.257 fő volt, 2010-re a látogatók száma 49,7%-kal emelkedett (49.796 fő). A Tisza-tó vendégforgalmi adatait megvizsgálva, az első megtorpanás 1992-ben volt. Ez a rendszerváltást követő mélypont az egész országban érezhető volt, amely a jövedelmek esésével és az emberek szabadidejének csökkenésével magyarázható (Michalkó G., 2008). A következő megtorpanás 1996-ban mutatkozott a turisták számának változásában. Az adatok alapján a belföldi vendégek pártoltak el a tótól, a külföldiek száma (6397 fő) nem változott 1994-hez (6615 fő) és 1995-höz (6433 fő) képest. Úgy véljük a csökkenés pontos oka nem nevezhető meg. Számos tényező befolyásolhatta ezt, így például a jövedelmek növekedésével több család számára ismét elérhetőbbé vált a Balaton, s ezt megelőzve javulni kezdett a Balaton vízminősége is.

A legnagyobb antropogén hatás a Tisza-tó esetében, bár magas a mezőgazdaságilag hasznosított területek aránya (szántók) mind a Tisza-tavi régióban, mind a tavat ölelő part menti települések területhasználatában (Vasvári et al., 2011), mégsem emiatt jelentkezett. A legnagyobb antropogén eredetű szennyezés a 2000-ben Romániából érkező cianid (Füstös, 2008) és az azt követő nehézfém szennyezés volt, amely legfőképpen a horgászok lecsökkent számával mérhető, de a rossz hírnév az egész Tisza-tavi turizmust is visszavetette. A negatív hírek a külföldi látogatók számát csökkentették a legjobban, de a belföldi kereslet is visszaesett. Erről számoltak be 2001-es cikkükben Prommer és Skwarek, akik megerősítették, hogy a látogatócsökkenés nemcsak a Tisza-tónál, de a folyót kísérő part menti desztinációk vendégszámában is megjelent. Más, a Tiszától távolabbi régiók vendégszáma pedig 15,6%-kal megugrott.

Azonban nem csak negatív irányok emelhetőek ki. A 2008-as vendégszám csúcs a Tiszafüredi Balneum**** megnyitásának volt köszönhető, hiszen ez lett a legnagyobb minőségi fokozattal rendelkező szálláshely a térségben. A 2008-as válság után kevésbé esett vissza a Tisza-tó vendégszáma. Sőt, az alacsonyabb ár-érték arány miatt még megfizethető volt a vendégek számára. A Tisza-tó fejlődése a húsz év alatt egy viszonylagos egyensúlyi állapotot mutat. Kevésbé viselte meg a gazdasági zuhanás, a térség szolgáltatói stabilabb környezetben végezhetik tevékenységüket, amely stabilitás, akár fokozhatja a befektetési intenzitást is (például új szálláshelyek - Balneum, vagy a tiszafüredi hajógyár újjáélesztése).

Az évek során – a turizmus fejlődésével – kialakult a Tisza-tó márka, amelynek létrejöttét több tényező befolyásolja. A hely ismertsége, vonzereje, a területhez kapcsolódó asszociációk, a szolgáltatók ajánlati megbízhatósága, a térség egyedisége, kulturális adottságai stb. egyaránt meghatározóak. A márkában foglalt minőség beazonosíthatóságát elősegítik a használt márkalogók (1. ábra). A nap, a kék szín, mint víz, s ezt erősíti a hullám motívum, szinte minden logóban megtalálható.

1. ábra A Tisza-tavi márkát képviselő logók
(Forrás: szervezetek, cégek honlapjai)

A horgászat az egyik legmeghatározóbb márkaeleme lett a Tisza-tónak. Így nemcsak szezonhosszabbító hatása miatt, hanem a márkaalkotásban betöltött szerepe miatt is lényeges eleme a Tisza-tavi turizmusnak. Része azoknak a termékeknek, amelyek meghatározzák a térség USP-jét, vagyis egyedi terméktulajdonságát, ezáltal jótékony hatást generálnak a térség látogatottságára (Brown-Sjohari-Stolk, 2012.). A 2010-ben készített tanulmány szerint, a Tisza-tó 30,9%-ban a béke, a nyugalom és a csend szigete volt, míg 25%-ban utaltak a horgászok a tó egyediségére, különlegességére. Tehát ez kaphatjuk, ha a Tisza-tavi márkát választjuk (Dávid-Koródi-Puczkó-Vasvári, 2010).

Korábbi kutatási eredményeinkben már foglalkozunk a Tisza-tavi horgászattal (Dávid-Koródi-Puczkó-Vasvári, 2010). Az akkor kapott eredmények és az új munkaanyag adatai a legfőbb kérdésekben hasonló arányokat mutatnak (1. táblázat).

1. táblázat A 2010-es és a 2013-as horgászturizmus felmérés eredményei

2010-es felmérés, 152 fő	2013-as felmérés, 272 fő
92,8% férfi	**95%** férfi
73,7%-a 51 és 60 év közötti korosztály	**34,5%**-a 51 és 60 év közötti korosztály
58,5% alkalmazott	**46,3%** alkalmazott
A küldő terület ¾-e a környező megyék	A küldő terület 2/3-a a környező megyék
80% rendszeresen visszajár	**80%** rendszeresen visszajár
52,6% 11 és 20 nap közötti időre érkezik	**16,9%** 11 és 20 nap közötti időre érkezik
8,6%-ban többet tölt, mint 40 nap	**64%**-ban többet tölt, mint 40 nap
62% szezonon kívül is rendszeresen horgászik	**47,4%** szezonon kívül is rendszeresen horgászik
38,7% egyáltalán nem vesz igénybe szálláshelyet	**46,7%** egyáltalán nem vesz igénybe szálláshelyet
25% az Internetről keres szállást	**17%** az Internetről keres szállást

(Forrás: Dávid-Koródi-Puczkó-Vasvári, 2010-es anyaga alapján VM)

Vonzáskörzet felmérés alapján a küldő területek ¾-ét Heves megye (23%), Jász-Nagykun-Szolnok megye (21,7%), Hajdú-Bihar megye (10,5%) és Budapest és Pest megye (19,7%) adták.

A horgászok közel 80%-a rendszeresen visszajárt a tóhoz, ezek alkalomszáma 6 és 10 közzé esett, viszont legtöbbjük az ingázó horgász szerepét töltötte be. A horgászok 52,6%-a 11 és 20 nap közötti időre érkezett, 8,6%-ban tovább maradtak, mint 40 nap.

A horgászat szezonhosszabbító hatása itt is érzékelhető volt, ugyanis 62% nyilatkozta, hogy a főszezonon kívül is horgássza a tavat.

A vadkempingezés magas aránya a 2010-es eredményekben is megmutatkozott, illetve az a tény, hogy a spórolás, a horgászidő legteljesebb kihasználása, a horgászhelyekhez való ragaszkodás, etetőhelyek védelme készteti a horgászokat a vízparton történő éjszakázásra. Az akkori válaszadók 38,7%-a egyáltalán nem, míg 34%, csak alkalomszerűen vett igénybe szálláshelyet. A szálláshely kiválasztásában az ismerősök ajánlatának és az Internetes portáloknak volt jelentősége (25-25%). Ezen felmérés alkalmával sem került említésre az utazási irodán, illetve a Tourinform irodán keresztüli szálláshelykeresés.

I.2. A TURIZMUS ÁLTALÁNOS GAZDASÁGI HATÁSA

A turizmust – mint bármely más iparágat – a pozitív gazdasági hatások alapján ítélik meg, és emiatt fejlesztik, illetve támogatják a kormányok is. A turizmus gazdasági hatásait úgy lehet definiálni, mint ***a küldő és a fogadó területek gazdaságának jellemzőiben, gazdasági struktúrájában, a turizmus fejlődése következtében végbemenő* változásokat** (Puczkó – Rátz, 1998). A pozitív gazdasági hatások teremtik meg a lehetőségét, hogy olyan környezetre pozitív hatást gyakorló tevékenységeket is elvégezzenek, amelyekre egyébként nem lenne forrás.

Gazdaságföldrajzi szempontból vizsgálva a turizmus nem más, mint **térbeli jövedelemátcsoportosítás**. A küldő területen képződött jövedelmét a turista nem ott költi el, hanem egy másik földrajzi régióban, a jövedelem keletkezésének eredeti helyétől akár több ezer kilométernyire. A fogadóterületen ez a költés, olyan jövedelem, amely nem a helyi gazdaságban képződött, de szétáramolva abban **jelentős gazdasági hatás forrása lehet**.

A turizmus gazdasági hatásait vizsgálva, az a kérdés, hogy **mekkora ez a növekedés, és a gazdaság mely területein jelenik meg**. Minden elköltött pénz bekerül a gazdaság vérkeringésébe, újabb és újabb vállalkozásokhoz jut el, s eközben - optimális esetben - újabb és újabb jövedelmeket generál, tehát megsokszorozódik, **multiplikálódik**. (A turisták költése azonban nem teljes egészében kerül be a gazdaság vérkeringésébe, annak egy része átmenetileg vagy véglegesen kiáramlik onnan; adók, import, megtakarítások, profitkiáramlások formájában.) A turizmus multiplikátorhatása a termelés és a jövedelemteremtés területén meghaladja a nemzetgazdasági átlagot, a foglalkoztatottság területén pedig megközelíti azt. A turizmus mindhárom hatást tekintve az ágazati rangsor elején található. Nemzetközi összehasonlításban a turizmus multiplikátorhatása megfelel a hasonló adottságú országok átlagának. A turizmus multiplikátorhatása elsősorban a szálláshely és kereskedelem ágazatoktól függ (GKI, 1999). A 2. ábra a turisták költésének köszönhetően beindult folyamatot, multiplikációs spirált mutatja be.

2. ábra: Az egyszerűsített multiplikátor-modell (Puczkó, Rátz 2003)

A hatás vizsgálata történhet a gazdasági hatás szintje szerint, illetve a hatás típusa szerint, ahogy az alábbiakban látható. Jelen kutatás keretében nem mindegyiknek a vizsgálatára kerülhetett sor, ezt külön jelezzük is.

Gazdasági hatás szintjei szerint:

1. Közvetlen, ún. „első kör-hatás", amely a turistákkal közvetlen üzleti kapcsolatban lévő szolgáltatásnyújtóknál, termék-előállítóknál jelentkezik.
   Kutatásunk eredményeként megrajzolható ez, a 2. ábrán is látható „első kör".
2. Közvetett hatás, azoknál a vállalkozásoknál jelentkezik, amelyek a fenti szolgáltatók számára nyújtanak szolgáltatásokat, értékesítenek árukat.
   Ennek meghatározása a jelen kutatás keretében nem lehetséges.
3. Gerjesztett hatás = multiplikátor hatás (termelési, fogyasztási, költségvetési, beruházási, foglalkoztatási multiplikátor hatás).
   A felmérés eredményeként kimutatható volt a multiplikáció néhány típusa. A hatások közül emellett csak azoknak jelentkezési helye állapítható meg, mértéke nem minden esetben.

Típus szerint is elkülöníthető, azonban a tanulmányban ezeket nem vesszük külön:

- Jövedelemteremtő képesség
- Gazdasági szerkezet változása
- Helyszíni költés = helyszíni hatás; otthoni költés = otthoni hatás.

II. A HORGÁSZTURIZMUS GAZDASÁGI HATÁSA TISZAFÜREDEN

II.1. VIZSGÁLATI MÓDSZEREK

A gazdasági hatások felmérése érdekében 3 különböző felmérést végeztünk.

- Első körben a Tiszafüredhez köthető **horgászok** szokásait, költési szerkezetét térképeztük fel, valamint meghatároztuk a vonzáskörzetet. A felmérés kérdőívvel történt, kérdezőbiztos segítségével, ami a válaszadási hajlandóságot és a válaszok kiértékelhetőségét pozitívan befolyásolta. A mintanagyság meghatározásakor a Tisza-tavi Sporthorgász KNKft. számlálási adatait vettük alapul. Így a 2012-es évben a (Megbízó által lehatárolt) Tiszafüredhez köthető területen számlált horgásznapok (13.534) 2%-át, tehát 271 horgásznapot vettünk alapul. Feltételezve, hogy az általunk megkérdezett emberek legalább egy napot a területen horgásznak, ezért a mintanagyság ennek megfelelően 271 fő, kitöltésre került **272 db kérdőív**. A kitöltést a főszezonban, 2013. július 7-től augusztus 18-ig végeztük, túlnyomórészt a parton (mivel a halőrökkel történő vízre szállás a kapott válaszokat befolyásolhatta volna). Az alapvetően csónakból horgászókat így partra érkezésükkor, illetve indulásukkor tudtuk megkérdezni. A kérdőívet az I. melléklet tartalmazza.

- A **szálláshely-szolgáltatók** felmérését azért tartottuk fontosnak, mert esetükben jól demonstrálható a fekete-fehér-szürke gazdasági jelenlét, amely módosítja a horgászturizmus gazdasági hatásának megállapítását. Azonban a település (Tiszafüred) bejárása, az utcafronton történő hirdetések rögzítése után a listánkat az Önkormányzat adataival összevetve nem találtuk jelentősnek az eltérést. Ezek a szolgáltatók adatot sem szolgáltattak nekünk, vagy félelemből, vagy azért, mert a megkereséskor már nem működött a szálláshely és sem telefonon, sem e-mailben nem tudtuk a tulajdonost, vagy az üzemeltetőt elérni.

Mivel tapasztalataink szerint a szállásadók a főszezonban a turistáknak köszönhetően nagyon elfoglaltak, nem szívesen válaszolnak az ilyen típusú (adatok utánanézését is igénylő) kérdésekre, ezért a főszezon után, október-november során töltötték ki a kérdőívünket. A kitöltésre néhány esetben a kérdezőbiztos segítségével került sor, de az esetek többségében a szolgáltató kérte, hogy saját maga tölthesse ki, így sajnos a kérdőívek egy része nem teljes mértékben értékelhető. Az **értékelésbe bevont kérdőívek száma** ezért **14 darab** (ami az összes tiszafüredi szálláshely 12,28%-a). A szállásadók által kitöltött kérdőív a II. mellékletben található.

- A fogadó területek gazdaságának jellemzőiben, gazdasági struktúrájában, a turizmus fejlődése következtében végbemenő változásokat az Önkormányzattól gyűjtött adatok segítségével szerettük volna megállapítani. Az elküldött adatlapot (III.melléklet) sajnos csak késve és hiányosan kitöltve kaptuk meg. Ezért annak elemzését önmagában nem tartjuk érdemesnek elvégezni, hanem csak a többi vizsgálat eredményeivel, valamint a Központi Statisztikai Hivataltól kapott adatokkal kiegészítve, összevetve.

A kérdőívek eredményeit SPSS for Windows adatbázis-kezelő szoftverben kódoltuk, illetve rögzítettük, majd ezen program, valamint MS Office Excel program segítségével elemeztük. A válaszok alapvető megoszlási érétkeinek vizsgálatán túl az összefüggéseket kerestük statisztikai módszerekkel (pl. szűrések, gyakorisági eloszlások, kereszttábla-elemzések, stb.). A térképes ábrázoláshoz az ArvView GIS 3.2-es szoftvert használtuk.

II.2. EREDMÉNYEK

II.2.1. A KUTATÁS EREDMÉNYEI

A HORGÁSZOK FELMÉRÉSÉNEK EREDMÉNYEI

Felmérésünk a Tisza-tavi Sporthorgász Kft. adatai alapján létszám, míg a MOHOSZ adatai alapján a nemek arányában **reprezentatív** (www.mohosz.hu). A legtöbb horgászt a tavat övező gáton kérdeztük meg (110 fő), a kikötők és pihenőparkok is kiváló helyszínnek bizonyultak. Összesen tíz állomáson végeztük felmérésünket (3. ábra).

3. ábra Kérdőívezési helyszínek (VM)

A horgászat meglehetősen férfi centrikus sport, ezt kérdőívünk is igazolta. Válaszadóink 95%-a férfi, míg 5% nő volt. 52,3% a középkorosztályba tartozik (36-55 év), emellett magas az 55 év felettiek aránya is, ez az érték meghaladja a 31%-ot.

A megkérdezettek 37%-ának szakközépiskolai végzettsége van, közel azonos a gimnáziumot (21,7%) és szakmunkásképzőt (18%) végzőt aránya. 46,3% alkalmazottként dolgozik valahol, 13,6% pedig saját vállalkozást vezet, azonban a korösszetételből adódóan magas a nyugdíjasok aránya is (20,9%). **Az alkalmazottak és a vállalkozást vezetők** majdnem **60%-os** jelenléte mindenképpen pozitív, hiszen az **aktív keresők** csoportjába tartoznak, így **magasabb költés** realizálható pihenésük során.

Felmérésünkben tájékozódtunk a horgászok állandó lakóhelyéről is, ugyanis ebből mérhető a Tisza-tó tiszafüredi partszakaszának vonzáskörzete (4. ábra).

4. ábra: A Tiszafüredre érkező horgászok állandó lakóhelye (VM)

Eredményeinkből látszik, hogy **a válaszadók nagy része tiszafüredi volt (108 fő, 39,7%).** Habár a horgászjegy vásárlásakor kötelezően megjelölendő lakóhely-adatok alapján a tisza-tavi horgászoknak legfeljebb 21%-a helybéli (ennyi az éves jegyet váltott Tisza-tó környéki településen élők aránya), a felmérésünk eredménye ezzel nem mond ellent. A Tiszafüredhez tartozó horgászterületen megfigyelt magasabb arány két okra vezethető vissza. Egyrészt Tiszafüred magas lélekszámára, városi rangjára, ahol nagyobb valószínűséggel és nagyobb számban találunk horgászó lakosokat. (A Sporthorgász KNKft. adatai alapján a tiszafüredi, éves jegyet vásárlók az összes éves jegyvásárlók 9,5%-a, a Tisza-tó part menti településeink élő éves jegy tulajdonosoknak viszont 46%-a. (5. ábra)). Másrészt arra a tényre, hogy a horgászatot, mint természethez közeli sportot kedvelő emberek pihenésükhöz, hobbijukhoz nagyobb gyakorisággal választanak helyszínül, kiindulópontul (illetve szálláshelyként) kisebb településeket, mint városokat. A Tisza-tó egészét érintő kutatás már a tapasztalatokkal (a vásárolt horgászjegy-arányokkal) megegyező képet mutatna.

5. ábra: A tiszafüredi jegytulajdonosok aránya a különböző jegytípusokban (BBR)

Magas a környező megyeszékhelyekről (Debrecen, Eger, Miskolc), valamint a fővárosból, Budapestről érkezők száma. A legnyugatabbról érkezett vendég veszprémi, a legdélebbről érkező békéscsabai, a legészakabbról érkező salgótarjáni, a keletebbről érkező pedig nyíregyházi horgász volt. **Tiszafüred legmarkánsabb vonzereje azonban a települést övező 50 km-es sugarú körben érvényesül.** Ez több dologgal is összefüggésben van, például a magas üzemanyagárakkal. A Tiszafüredre látogató horgászok többsége (96%-a) személygépkocsival érkezik. A tankolás viszont nem minden esetben Tiszafüreden jelent plusz bevételt, hanem sokszor a horgászok lakóhelyén realizálódik. De a part menti településekről érkezők magas aránya miatt ez a költés is helyinek tekinthető. A szállást igénybevevők közel fele (49%) a vízhez is autóval megy le, kicsit kevesebben (46%) járnak le gyalog (valószínűleg a vízhez közeli szálláshelyről, kempingből). A tiszafüredi lakosok kevesebb, mint fele (44,5%) autóval, harmaduk (30%) kerékpárral indul horgászni.

Az üzemanyagáron kívül a rövid utazási idő, illetve a rendelkezésre álló szabadidő is meghatározó. Ugyanis ezen horgászok – akik 50 km-en belülről érkeznek – tartózkodási ideje a legkevesebb, legtöbbször csupán egy-egy napra érkeznek a tóhoz.

A horgászok 80%-a visszatérő vendég, 12% is többször járt már a Tisza-tónál, mint 5 alkalom. Nagyon kis arányban (1,1%) találkoztunk olyan vendéggel, aki elsőnek érkezett Tiszafüredre.

Egész évben **a válaszadó horgászok összesen 25499 napnak megfelelő időt töltöttek el a tónál.** Közülük 18082 napnak megfelelőt a tiszafürediek, míg a többi fő küldő területről érkezők esetében Budapestről 865 napot, Miskolcról 321 napot, Debrecenből 313 napot, Egerből pedig 77 éves szinten napot. **A legtöbb vendég 50 és 100 nap, illetve 10 és 20 nap közötti időt tölt itt horgászattal.** 32 vendég pedig 201 és 300 nap közötti időt tölt összesen horgászattal egy évben, ők elsősorban tiszafürediek (6. ábra).

6. ábra: A horgászok tartózkodási ideje, a válaszadók számában kifejezve (VM)

A **7.** ábra megmutatja, hogy milyen gyakorisággal érkeztek a horgászok a Tisza-tóhoz, emellett a válaszadók azt is megjelölték, hogy *kivel és mennyi időre érkeznek*. Eredményünkben látszik, hogy az egyedül érkezők közel 30%-a (az összes válaszadó majdnem tizede) hetente többször érkezik a tóhoz, tehát ők a tipikus ingázók, akik vagy helyiek, vagy a közeli településeken élnek. Még ennél is többen, az összes megkérdezett 11%-a említette azt, hogy **a Tisza-tó havonta a baráti és családi kirándulások helyszíne**. Felmérésünkből az is látszik, hogy nem jellemző a horgászokra (mivel ilyen választ adott 117 fő, tehát 14,3%), hogy olyan emberekkel érkezzenek, akik nem horgásznak. A tóhoz érkezők éves tartózkodási ideje alatt az egyedül érkezők aránya a legkisebb (15,3%). A **legtöbben (32%) 1 ismerőssel érkeznek**, de magas a családdal érkezők aránya is (23,4%).

7. ábra: A horgászok érkezésének gyakorisága (VM)

A horgászat multiplikátor hatásának köszönhetően láthatjuk, hogy a horgászok többsége nem egyedül érkezett, hanem barátok, rokonok tartottak velük. **A vizsgálatba bevont horgászaink 54,8%-a másodmagukkal** (ismerőssel, vagy rokonnal) **érkeztek. 23,3% több mint 2 családtagjával érkezett**. Az átlagos családmodellt figyelembe véve ezeknél a horgászoknál 4-szeres szorzót, míg a baráti társasággal érkezőknél 5-szörös szorzót alkalmaztunk. Számításaink alapján a megkérdezett 272 fővel együtt, a horgászokhoz tartozóan a vizsgált időszakban keletkezett vendégszám 1318 fő volt. Ők is fogyasztanak, megszállnak, programokon vesznek részt. A több válaszlehetőséget megengedő kérdésünk eredményéből kiderül, hogy a horgászainkkal érkező rokonok, barátok 89,2%-a szintén horgászik a tónál, a válaszadók 45%-a strandol, 11,8% kerékpározik, vagy éppen kulturális rendezvényt látogat meg (11%). Válaszadóinknak feltettük azt a kérdést, hogy egy-egy alkalom során pontosan mennyi időt töltenek a horgászaton kívül másra (**8.** ábra).

8. ábra: A válaszadók horgászaton kívüli időtöltése (VM)

A legtöbb felsorolt kategóriánál azt láthatjuk, hogy döntően nem töltik az idejüket mással, mint a horgászattal. A horgászok a legkevesebb időt a *kiállításokra*, *kerékpározásra, evezős csónakkal való kirándulásra* fordítják. 4 és 5 óra közötti időt töltenek *tanösvény bejárással*, *látogató-központ megtekintésével*, vagy *motorcsónakos kirándulásra*. A motorcsónakkal történő kirándulásra akár 6-10 órát, vagy többet is szánnak a horgászok. Ha az egyes kategóriákra eltöltött órák átlagát nézzük a 272 válaszoló eredményéből (9. ábra), akkor is hasonló értékeket kapunk. **A legtöbb időt a motorcsónakos kirándulás tesz ki, erre átlagosan 7,2 órát fordítanak 1-1 alkalommal**, de magas a rendezvényeken eltöltött átlagidő is.

Ugyanakkor a horgászok valószínűleg (a magas csónakból való horgászat miatt is) ide sorolták azt, amikor a horgászhely felkeresésének céljából tesznek meg több órás utat egy-egy alkalommal. A motorcsónak használatának eltérő értelmezését támasztja alá az is, hogy azoknál a horgászoknál, akik (a költésekre adott válaszaik alapján) csónakot bérelnek, magasabb a csónakázásra fordított idő (átlagosan 10,3 órát), mint a csónaktulajdonosok között (átlagosan 3,99 órát töltenek saját bevallásuk szerint motorcsónakos kirándulással). Valószínűleg a ritkábban ide látogatók, csónakot bérlők inkább kirándulásnak fogják fel a horgászhelyre való eljutást is.

9. ábra: Az egyes tevékenységekre eltöltött idő átlaga (VM)

A horgászat **szezonhosszabbító hatását igazolja**, hogy **horgászaink 21%-ban egész évben horgásznak a Tisza-tavon**, azonban a legerősebb szezonnak a nyár mutatkozik, ekkor a vendégek 52%-a tölti itt szabadidejét. **A horgászok** több, mint **38%-a** nyilatkozta azt, hogy **éves szabadságának több mint 50%-át és 14%, hogy a teljes szabadságuk 100%-át töltik a Tisza-tónál**.

Kíváncsiak voltunk a horgászok általános szokásaira is, mivel ezzel összehasonlíthatóvá válnak a tiszafüredi eredményeink is. Kérdéseink között szerepelt, hogy a **Tisza-tóhoz érkezők** az ország más területén is horgásznak-e. A válaszadók **20,2%-a rendszeresen jár máshová horgászni**. A rendszeresen más vizeken horgászóknál is **a nyári szezon dominál (42%)**, és ők is egész évben horgásznak. **34,9% tölti az éves szabadságának 20-30%-át máshol**. Válaszadóink jelölhették, hogy milyen horgászhelyeket részesítenek előnyben (10. ábra). **Összesen 38 horgászhelyet jelöltek meg.** Ezek többsége horgász-tó (például Diána horgásztó, Öregbánya horgásztó, Zubogó horgásztó) volt, de több esetben folyókat (például a Hernád, Bodrog, Marcal), tavakat (például a Balaton, Velencei-tó, Omszki-tó), tározókat (például az Ostorosi-víztározó) és csatornákat (például a Keleti-főcsatorna) is megneveztek. Érdekes azonban, hogy nem került említésre a hortobágyi halastavak, a körösök vidéke, vagy a Tisza folyó egyéb szakasza. Ez azonban a lakóhellyel is magyarázható. Ha összevetjük a 4. ábrával, láthatjuk, hogy közel megegyezik az állandó lakóhely és az említett horgászvizek eloszlása az országban.

10. ábra: A horgászok említett, kedvelt horgászhelyei a Tisza-tavon kívül (VM)

A horgászok érkezésének gyakoriságából (7. ábra) látszik, hogy a válaszadók közel fele egyedül érkezik és csupán rövidebb időre, azonban hetente akár többször is meglátogatja a tavat. Ez azzal is összefüggésben van, hogy a megkérdezettek közül 108-an (39,7%) tiszafüredi lakosok. Következésképpen magas a száma **(127 fő)** azoknak, akik **nem vettek igénybe szálláshelyet** itt tartózkodásuk során. A szálláshelyet igénylők (a fennmaradó 145 fő) 90,3%-a Tiszafüreden, míg 9,7% a környező településen szállt meg. **Sokan a part menti *fizetős kempingekben* (17%) és *saját tulajdonú vízi járművökön* (13%), vagy *ingatlanukban* (12%) alszanak** (11. ábra). Gazdasági szempontból kedvezőtlen, hogy a *fizetővendéglátás* (3%), a *panziók* (1%) és *hotelek* (1%) aránya nagyon alacsony. Érdekességként megjegyezhető, hogy az egyéb válaszok között a lakókocsi kiemelkedő arányú volt (11 db). Mivel a szálláshely-típus kiválasztásánál több választ is megjelölhettek, ezért kiderült, hogy átfedés van a valamilyen típusú (fizetős) **szálláshelyet igénybevevők (29%) és a vízparton éjszakázók (31%) között átfedés** van, mivel többen mindkét választ bejelölték.

Szálláshely kiválasztásánál a legfontosabb szempont (40,6%), hogy a horgászvíz a lehető legközelebb legyen a létesítményhez, ezt követi a **kényelem (28,3) és az ár (23,8%)**. A horgászvendégek véleménye alapján kevésbé számít, hogy a szálláshelyen hűteni (2,2%), részben feldolgozni (0,9%), vagy étkezéshez elkészíteni (3,9%) lehessen a halat.

11. ábra: Kiválasztott szálláshelyek típusai (VM)

A 12. ábra alátámasztja, hogy **a szálláshely kiválasztásában** sokat számít az „ingyen reklám", ami jelen esetben megegyezik a *mások* által tett *ajánlásokkal* (29%). Ez az eredmény a szolgáltatók számára ösztönzően kell, hogy hasson a további kereslet érdekében. Szintén ezt támasztja alá, hogy a vendégek 18%-a a *saját, korábbi tapasztalatai* alapján választ szálláshelyet. 17% az *Internetet* használja, ez az első említett, hirdetésre alkalmas interpretációs „felület". Sajnálatos azonban, hogy *utazási irodákon, Tourinform irodákon* és *TV-s*, valamint *rádiós ajánlaton* keresztül senki sem keresett szállást. A megkérdezett szállásadók 93% hirdeti szolgáltatását az Interneten, közülük 57%-ban kizárólagosan ezt a marketing lehetőséget használják. Utazási,- és Tourinform irodákon, valamint TV/rádió csatornákon nem hirdetnek a kérdőívet kitöltő szállásadók. A válaszadó horgászok 26%-a *ott éjszakázik, ahol az este éri* őket, nem törődik szálláshely-foglalással (saját ingatlan illetve vízi jármű miatt, esetleg vadkempingeznek).

12. ábra: A horgászok szálláshely-kiválasztási szokásaik (VM)

A horgászat szeretetéről is kérdeztük válaszadóinkat. Arra, hogy miért szeretnek horgászni, a 13. ábra eredményeiből kapjuk meg a választ, több kategória is jelölhető volt.

13. ábra: A horgászat szeretetének okai (VM)

Láthatjuk, hogy majdnem mindenki megemlítette a *kikapcsolódást*, amely szinte egybe esik a horgászok *hobby* tevékenységével, illetve a természetben való tartózkodással. Maga a cél, azaz a halfogás, a *halhús szeretete*, vagy a *hal hazavitele* kategóriák, csak a középmezőnyben végeztek.

Az általános után konkretizáltuk kérdésünket és arra kerestük a választ, hogy miért éppen a Tisza-tavat választják kedvenc horgászhelyüknek (14. ábra).

14. ábra: A Tisza-tó szeretete horgászszemmel (VM)

A legtöbbet említett kategória a *jól megközelíthető térség* lett. Ez fontos információ a számunkra, hiszen az ingázó horgászok és a messzebbről érkezők is elégedettek a közlekedési viszonyokkal, lehetőségekkel. Tiszafüred esetében különösen érződik a 33-as főút jelenléte, amely Füzesabonynál az M3-as autópályához csatlakozik. Hasonlóan fontos megemlíteni a Debrecent

Füzesabonnyal összekötő vasútvonalat is. Ilyen kedvező közlekedési feltétel még Poroszló esetében érvényesül, azonban a többi part menti, Tisza-tavi település elérhetősége már korántsem mutatna ilyen megítélést. A másik legtöbbet említett kategória a *változatos víz* lett. Az öblökkel, szigetekkel tarkított vízfelület, a sokféle halfaj, amely egyszerre kínál tavi és folyóvízi egyedeket, a horgászhely kiválasztásának (partról, csónakból) lehetősége együttesen teszi változatossá a horgászatot.

A felmérésben részt vett horgászok ¾-e éves jegyet szokott vásárolni (15. ábra), a második leggyakoribb a heti jegyet vásárlók aránya volt, őket a 2 napi jegyesek követik (4,8%). Az éves jeggyel rendelkezők 40,2%-a tiszafüredi, 9,2%-a budapesti. A kérdőíves felmérés mintájában a Tisza-tó part menti településeiről (Tiszafüred + többi) érkezett, éves jeggyel rendelkezők aránya (49%) jóval magasabb (16. ábra15. ábra), mint a ténylegesen éves jegyet váltó „helybéli" lakosok teljes aránya (21%, Sporthorgász Kft. 2013-as adata alapján), tehát ők nagyon felülreprezentáltak!

15. ábra: A vásárolt jegy típusa a megkérdezettek körében (BBR)

Éves jegy tulajdonosok lakóhelye	Aránya az éves jegy tulajdonosok között	Aránya a mintában
Budapest	6,45%	9,2%
BP+megyeszékhelyek	22%	8,5%
Tiszafüred	9,6%	40,2%
Egyéb Tisza-tavi település	9,5%	5,1%
Összes part menti település	21%	49%

16. ábra: Az éves jegy tulajdonosok lakhely szerinti megoszlása (BBR)

Megközelítőleg azonos arányban voltak válaszadóink között a partról (36%) és a partról és csónakból egyaránt horgászók (37%). Csak csónakból 26% horgászik, ugyanakkor a csónakhasználatból adódó költés jelentős szereppel bír, hiszen a csónakbérlés, a csónakmotorhoz vásárolt üzemanyag, illetve a csónaktárolás egy évre vetített költsége elég magas: 13,5 illetve 4,2 millió Ft (ld. később 27. ábra).

A mintavételi módszer (Tiszafüredhez tartozó horgászterület felmérése, a partról) torzítja is egy kicsit a képet, hiszen:

- Tiszafüred környéke különösen alkalmas a partról történő horgászatra,
- vízen, csónakból nem történt felmérés (ld. mintavételi módszerek).

A SZÁLLÁSADÓK MEGKÉRDEZÉSÉNEK EREDMÉNYEI

A tiszafüredi szálláshelyek listájának összeállítását a Tiszafüredi Önkormányzat adatbázisa alapján végeztük. Az ismétlések kiszűrése után összesen 114 szálláshelyet tudtunk beazonosítani a településen, melyek közül 40-et (35%) a 21 kérdésből álló, saját szerkesztésű kérdőívünkkel személyesen kerestük fel 2013 ősze folyamán. A vizsgálatba vont szálláshelyek kiválasztásánál a vízközelség volt az elsődleges szempont, de az együttműködési hajlandóság elég változó volt e szálláshely-szolgáltatók részéről. Így mindösszesen 14 darab értékelhető kérdőívet sikerült kitöltetnünk, ami az összes tiszafüredi szálláshely 12,28%-át adja.

A vendégszámok (17. ábra) és vendégéjszakák (18. ábra) tekintetében a vizsgált időszakban megfigyelhető, hogy

- A horgászvendégek aránya 13,5%-ról 30%-ra nőtt 2013 első félévére, 2012-höz képest.
- Habár a belföldi vendégek közel 10-szer annyian szálltak meg ezeken a helyeken, mint a külföldiek, a horgászok körében ez az arány 2012-ben és 2013 első félévében is eltért, a horgászvendégeknek ötöde volt külföldi.
- A belföldi vendégek körében a horgászvendégek aránya kisebb mértékben nőtt (12%-ról 27%-ra), mint a külföldiek esetében (26%-ról 77%-ra).
- A vendégéjszakákat tekintve a horgászok átlagosan több vendégéjszakát töltenek el a szálláshelyeken, mint a többi vendég (19. ábra). Ez a különbség a belföldi vendégek esetében sokkal nagyobb (2012-ben átlagos 1,7 éj helyett 2,65 „horgász éjszaka"), a külföldieknél kisebb (2012-ben 2 éj helyett 2,8).
- Az átlagos vendégéjszaka-szám tekintetében a belföldi horgászok körében nem történt változás 2013 első félévére (2,65-2,63 éj). Viszont a külföldi horgászok esetében jelentős a növekedés: 2013 első félévében már 3,4 éjszakát töltöttek el átlagosan.

Tehát kijelenthető, hogy a szálláshelyek tekintetében a külföldi horgászvendégek aránya, és az általuk itt eltöltött vendégéjszakák száma, annak növekedése meghatározó és fontos a horgászturizmus fejlesztési irányának szempontjából. Figyelemre méltó azonban, hogy a válaszadók erősen felülbecsülték ezt az adatot a kérdőív 7. kérdése során. A megkérdezettek 64%-a ugyanis úgy gondolta, hogy átlagosan 4-6 napot töltenek náluk a horgászturisták, azaz csupán 29% tippelte jól ezt az adatot (2-3 nap).

Vendégszám	2012 (fő)	2013 I. félév (fő)	2012	2013 I. félév	Változás mértéke
Összes	2350	635	100%	100%	-
Belföldi	2117	588	90,09%	92,60%	2,51%
Belföldi horgász	257	159	12,14%	27,04%	14,90%
Külföldi	233	47	9,91%	7,40%	-2,51%
Külföldi horgász	61	36	26,18%	76,59%	50,41%

17. ábra: A szálláshelyek vendégszámának változása 2012-ben és 2013 I. félévében (BRK)

Vendégéjszaka szám	2012 (éj)	2013 I. félév (éj)	2012	2013 I. félév	Változás mértéke
Összes	4082	1570	100%	100%	-
Belföldi	3599	1419	88,17%	90,33%	2,16%
Belföldi horgász	681	418	16,14%	29,46%	13,32%
Külföldi	483	152	11,83%	9,67%	-2,16%
Külföldi horgász	173	124	35,82%	81,58%	45,76%

18. ábra: A szálláshelyek vendégéjszaka számának változása 2012-ben és 2013 I. félévében (BRK)

19. ábra: Átlagos tartózkodási idő a szálláshelyeken 2012 és 2013 I. félévében (BRK)

A szállásadók adatai szerint a külföldi horgászvendégek többsége a környező országokból jön (20. ábra), illetve említésre került még Németország is.

20. ábra: Tiszafüred horgászturizmusának vonzáskörzete a szállásszolgáltatók szerint
Forrás: Molnár L. Sz.

A horgászvendégek eloszlása az év folyamán **szezonalitást** mutat a szállásadók szerint is (43% szerint nyáron érkezik hozzájuk a legtöbb horgászvendég), viszont a válaszadók 1/3-a az ősz tekinti a horgászat főszezonjának. A megkérdezett szálláshelyeknek közel fele nem működött 2012 őszén, illetve harmaduk 2013 tavaszán, mindegyik szolgáltató a nyárra koncentrál. A kihasználtságuk erősen változó, ősszel 3-70% között mozgott, télen 5-50%, tavasszal 5-40%, nyáron 20-90%.

A vizsgálatba vont szálláshelyek közül a legrégebbi 1989-ben jött létre, míg a legújabb mindössze tavaly (2012) óta működik. A 2009-es év kiemelkedő volt e tekintetben, mert ekkor keletkezett a vizsgált szálláshelyek 14%-a. 1990 és 1995 között átlagosan kétévente, míg 2003 és 2007 között minden évben létrejött egy-egy új szálláshely. Kialakításukhoz önerőt, illetve egy esetben banki hitelt használtak fel.

Megfigyelhető, hogy a szállásszolgáltatás beindításához új épületet kialakító szolgáltatókat keresték fel a horgászok nagyobb arányban (2012-ben belföldiek 54,5%, külföldiek 42,6%, 2013 I. félévében 73,6% belföldi, 80,5% külföldi). A legnagyobb beruházást megvalósító szálláshely érte el a legmagasabb vendégszámot a külföldi horgászok körében.

A szolgáltatók hozzáállása a horgászvendégekhez alapvetően pozitív. Megfigyelhető, hogy azok a szálláshely-tulajdonosok, akik maguk is horgásznak, sokkal szívesebben látják vendégül a horgászokat, mivel 67% választotta a 6-os kategóriát a Likert-skáláról, míg a nem horgászó tulajdonosok körében ugyanez csupán 37,5% volt. Ugyanakkor e csoport 50%-a szerint a horgászvendégek esetében nincs különbség más vendégekhez képest. Konkrét jellemzésükkor a válaszadók többször bejelölték az *„ideális vendég”* és a *„hálás a szolgáltatásokért”* jelzőt. Öt szállásadó szerint *„csendre, nyugalomra vágyók”* a horgászok, 4 fő véleménye szerint *„szeretik a természetet”*, de mindössze hárman válaszolták azt, hogy azért kedvelik a horgászokat, mert *„többedmagukkal érkeznek”*.

A szálláshelyeken végzett felmérésünk is alátámasztja, hogy a horgászok nem egyedül, hanem családdal, több ismerőssel együtt érkeznek (21. ábra).

21. ábra: Szállást igénybevevő horgászok (BRK)

A szálláshelyek által általában nyújtott programok, kikapcsolódási lehetőségek nem igazán jellemzőek, leginkább a szabadtéri sütés-főzési lehetőségre, illetve kerékpárkölcsönzésre korlátozódnak (2-2 említés). A válaszadók közel ¾-e egyáltalán nem kínál ilyen típusú szolgáltatást, ugyanakkor a szálláshely-tulajdonosok és/vagy üzemeltetők 79%-a úgy gondolta, hogy a horgászturizmushoz kapcsolódó plusz szolgáltatások fontosak és meghatározóak a horgászok szálláshelyválasztása során. Általunk előre megadott lehetőségek közül választva a 22. ábra által illusztrált eredmény született.

22. ábra: Horgászoknak kínált plusz szolgáltatások, az említések gyakoriságában (BBR)

Az eredmények sokkal inkább a szolgáltatók horgászturizmus felé való nyitottságára utalnak, mintsem (1-2 kivételtől eltekintve) a tényleges elkötelezettségre. Ezt támasztja alá az is, hogy jelenleg a megkérdezett szállásadóknak negyede nyújt valamilyen kedvezményt a horgászvendégek számára, viszont annak típusát, mértékét nem sikerült egzaktan meghatározni (például az „érkezők számától függ", ami viszont más turisták számára is érvényesíthető lehet).

II.2.2. A KUTATÁS SORÁN FELTÁRT EGYÉB INFORMÁCIÓK

➢ **HORGÁSZEGYESÜLETI TAGSÁG**

A megkérdezett horgászok közül 4 fő (1,5%) mondta azt, hogy nem tagja semmilyen horgászegyesületnek (az „egyéb" válaszlehetőségnél 3 fő jegyezte meg, hogy ez kötelező). Demográfiai adataikat tekintve látható, hogy nem iskolázatlanság, idős kor, vagy más hátrány okozza a tudatlanságukat, hiszen a 2 nő és 2 férfi válaszadó életkorát tekintve 20-53 év közötti, végzettségük: gimnázium, szakközépiskola, valamint 2 fő felsőfokú végzettségű. A 2 budapesti, 1 egri és 1 poroszlói lakos egyike sem először jár a Tisza-tónál, ketten közülük rendszeresen horgásznak itt.

Akik horgászegyesületi tagnak vallották magukat, azoknak 72,5%-a úgy ítéli meg, hogy semmiben sem segíti őt az Egyesület, az egyesületi tagságnak nem látja előnyét. A többi válaszadó a következő előnyét látja a tagságnak:

- horgászhely-választás (összes megkérdezett 15,5%-a)
- módszertani, szakmai segítség (9,8%)
- jogi segítség (4,2%)
- egyesületi élet (3,8%)
- saját vízterülete van (3%)
- egyéb (összesen 1,6%, vagyis 1-1 válaszadó szerint): haltelepítés, kikötője van, csónaktárolás lehetőség, tisztán tartott hely.

➢ **HALÁSZATI HASZNOSÍTÓ ISMERTSÉGE**

A halászati hasznosító munkájával nagyjából (4-es érték 65%, 5-ös érték 3%) elégedettek a horgászok (ld. később a 24. ábra), ugyanakkor a hasznosító ismertsége, illetve nevének pontos ismerete (23. ábra) változó.

23. ábra: A halászati hasznosító nevének ismertsége (BBR)

A megkérdezettek fele nem tudja, vagy nem adott semmilyen választ. Ezt követően a leggyakoribb tipp (23,2%) a Tisza-tavi Kht. volt, valamint a Tisza-tavi Kft. (10,7%). A társaság pontos nevét összesen 0,7% találta el, vagyis 2 ember!

Ennek az emberekben kialakult sztereotípiák miatt van jelentősége. Egy KFT profitorientált, tehát, ha ők ilyen néven ismerik az amúgy Közhasznú Nonprofit Kft-t, másfajta elvárásokkal , illetve negatív előítélettel fordulnak felé. Ha valaki pedig Egyesületként ismeri a hasznosítót, akkor például a horgászok jelentős érdekképviseletét várhatja el.

➢ ELÉGEDETTSÉGI MUTATÓK

Az 1-5 fokozatú[1] Likert-skálával mért elégedettségi mutatóknál (melyeket az adott válaszokat átlagolva számítottunk ki) egyértelműen kitűnik (24. ábra, 25. ábra), hogy legkevésbé az árakkal elégedettek a horgászok (a horgászjegy árának elégedettségi mutatója 2,65, a horgászboltok áraié pedig 3,37). A legelégedettebbek a halőrök megvesztegethetőségével (4,86) és a csónakbérlési lehetőséggel (4,68) voltak a válaszadók.

A horgászhelyek mennyiségével elégedettebbek a horgászok (3,87), mint a horgászhelyek rendezettségével (3,53). A tájékozódási, információ-szerzési lehetőségek közül a táblarendszert értékelték jobbnak (3,89), az információs rendszer elégedettségi mutatója 3,76. A csónakbérlési lehetőséggel sokkal elégedettebbek a horgászok (4,68), mint a bérlés árával (3,57). A horgászboltok számát illetően elégedettek (4,48), a horgászboltok áraival viszont kevésbé (3,37).

A horgászjegy-vásárlási lehetőségekkel nagyjából elégedettebbek a horgászok, bár a helyek számával kicsit jobban (4,44), mint a nyitvatartással (4,24).

24. ábra: Elégedettségi mutatók (BBR)

[1] 5-ös érték: teljesen elégedett, 4: nagyjából elégedett, 3: közepesen, 2: nem elégedett, 1: egyáltalán nem elégedett

25. ábra: A horgászok elégedettsége (BBR)

26. ábra: Elégedettség a halászati hasznosító munkájával összességében (BBR)

Ha az elégedettséget a jegytípus függvényében vizsgáljuk, akkor kiderül, hogy a nem igazán elégedett és az egyáltalán nem elégedett válaszok (1 kivételével) mind az éves jegytulajdonosok között fordultak elő (de ez is csak összesen a válaszadók 3%-át jelenti). A közepesen elégedett emberek 95%-a is az éves jegy tulajdonosok közül kerül ki, mindez ennek a jegytípusnak a magasabb arányára vezethető vissza. A hasznosító munkáját az jelzi leginkább, hogy az éves jegytulajdonosok legnagyobb arányban (57%) nagyjából elégedettek (4-es érték) azzal. A teljesen elégedett 8 fő közül 5 éves jeggyel rendelkezik.

A jegytípus és a jegyek árával való megelégedettség között nem mutatható ki szignifikáns összefüggés. A jegyek árával teljesen elégedett horgászok Budapestről (5 fő), Egerből, Debrecenből és Kisújszállásról érkeztek (1-1 fő). A legkevésbé elégedettek (1-2-es értéket adtak összesen 65,8%-ban) a tiszafürediek, de ahogy korábban írtuk, ők nagyon felülreprezentáltak a mintában, vagyis nagyobb súllyal estek latba, mint az alapsokaságban (vagyis a valóságban).

- **INFORMÁCIÓ-GYŰJTÉS MÓDSZERE**

A szálláshelyek kiválasztásakor igénybevett információforrásokhoz hasonló képet mutat a Tisza-tó egészével kapcsolatos ismeretek megszerzésének módszere. A válaszadók legtöbben a személyes kapcsolatokat jelölték be (96% mindenképpen így szerez információt), 20,5%-ban az internetet is használják (nagyobb arányban, mint a szálláshely kiválasztásakor). De a következő leggyakoribb eset (17%), amikor a saját korábbi tapasztalataikra támaszkodnak. Csak ezt követi a horgászbolt, mint információ-gyűjtési helyszín (14% ezt is figyelembe veszi). Az információs táblák, ingyenes kiadványok, fizetős újságok szerepe elenyésző.

II.2.2. AZ EREDMÉNYEK ÖSSZEVETÉSE, A GAZDASÁGI HATÁS ELEMZÉSE

A horgászturizmus gazdasági hatásának számszerűsítése mellett nehézséget jelent annak kifejezése, hogy ez miként hasonlítható össze a többi turisztikai termékkel. Ugyanis a horgásztársadalom tevékenysége, így gazdasági hatása, ahogy láttuk (költési szerkezetükből, igénybevett szolgáltatásaikból, időtöltésükből adódóan) jól körülhatárolható. Ezzel szemben egy átlagos vízparti családi nyaralás például, ahol a strandolás mellett csónakkirándulásra is mennek, többször kerékpárt bérelnek, rendezvényeket látogatnak meg a turisták, már nehezen sorolható be egyik, vagy másik csoportba. Így az ő gazdasági hatásukat több terméktípus is megáénak mondhatná, valójában teljes egészében egyik sem.

➢ „ELSŐ KÖR" HATÁS

Az ún. „első kör" hatás a horgászok költési szerkezetéből rajzolható meg. A szakirodalom és a tapasztalatok alapján meghatároztuk a **14 alapvető termékcsoportot**, amelyre a horgászok a horgászat érdekében költenek. Ennek **alkalmankénti értékét** kértük meghatározni. Ebből megállapítható az egyes horgászok **éves szintre vetített költése**.

Ennek kiszámításához a saját maguk által becsült, alkalmi – napi, heti, havi, éves – költéseket szoroztuk meg a horgászatuk gyakoriságával. Tehát pl. aki hetente többször (minimum 2-szer) jár horgászni, és alkalmanként 500 Ft-ot költ a horgászat során élelmiszerre, annak az éves, horgászathoz köthető élelmiszer-költsége: 500*2*40=40.000 Ft (ahol 2 a minimum horgásznapok száma a héten, 40 pedig a hetek száma, a telet leszámítva). A havi gyakorisággal megadott értékeket pedig 9-cel szoroztuk.

Az általunk meghatározott csoportokon (tényezőkön) kívül (27. ábra) az egyébhez egyedül a cigarettát írta be néhány horgász, illetve fizetett *kísérőt* nem vett igénybe egyetlen horgász sem. Vagyis alapjában helyes volt a költési csoportok megállapítása. A korosztály és foglalkoztatottság adatok a horgászok körében **az aktív keresők magasabb részarányát mutatják**, melynek következtében **magasabb költés realizálható**.

Költségeik meghatározásánál kértük a horgászokat, hogy különítsék el az **otthoni és a helyi** (tehát Tiszafüreden, illetve a Tisza-tónál realizálódó) költéseket. Ezt sajnos nem minden esetben tudták megtenni, a horgászfelszerelésre csak teljes, éves költséget tudtak becsülni. Ezért a Tisza-tó környéki válaszadók esetében ezt teljes mértékben helyi költésnek vettük, a többi esetben csak a felét (viszont ezzel a tényezővel a későbbiekben már nem számoltunk, hiszen vitatható a ténylegesen Tiszafüreden realizálódó összeg). Ugyanakkor jól látható, hogy a vizsgált költési csoportokban a Tiszafüredre érkező horgászok esetében markánsan eltér a lakóhelyükön elköltött összeg és a Tisza-tónál realizálódó költés (az előbbi szinte nulla).

Az otthon realizálódó költések egy része függ a horgászat helyszínétől, az utazás célterületétől. Amennyiben a szükségletek kielégíthetőek helyben, a hozzávalók (pl. etetőanyag, élelmiszer, üzemanyag) megvásárolható a desztinációban, az otthonihoz hasonló (vagy akár kedvezőbb) áron, akkor a turista ezeket ma már inkább helyben vásárolja meg. Ezért a vizsgálatunk területe (Tiszafüred) speciális képet mutat, hiszen horgászboltokkal, szupermarketekkel és kisebb élelmiszerboltokkal, vendéglátóhelyekkel és benzinkutakkal (valamint szálláshelyekkel, programkínálattal) jól ellátott településről van szó. A Tisza-tó part menti településeinek egy része kevésbé jól ellátott, ezért a most kapott arányok (helyi/otthoni költés) és értékek nem mintázzák megfelelően a Tisza-tó egészét.

Mire költ helyben	Legalacsonyabb érték	Legmagasabb érték	Átlagos költés/fő	Megkérdezettek éves költése
csali, etetőanyag	1000	1000000	27865	7579300
csónakbérlés	2000	800000	13380	3612500
csónaktárolás	10000	300000	15346	4174000
szállás	5600	320000	16624	4505100
vendéglátóhely	1000	800000	16421	4466400
kísérő	0	0	0	0
szervezett túra	2000	90000	2520	685500
horgászfelszerelés	5000	7000000	56732	15431000
üzemanyag utazásra	3000	1000000	28359	7713750
üzemanyag csónakhoz	2000	1000000	50102	13627800
ajándék	1000	12000	77	21000
program	1000	156000	6575	1788500
élelmiszer	500	600000	46654	12689800
egyéb nem várt kiadás	1000	624000	3161	774500
„összes kiadás alkalmanként”	200	1560000	17365	
ÖSSZES KÖLTÉS HELYBEN				***77.069.150***

27. ábra: A horgászok helyi költései (Ft-ban) a 14 fő termékcsoportban, éves szinten (BBR)

28. ábra: Átlagos helyi költés a horgászok körében (BBR)

A **legmagasabb egyéni költés** a horgászfelszerelésnél tapasztalható (évi 7 millió forint, ami kirívó és egyedi eset). Viszont az egyes költési csoportok átlagait tekintve (28. ábra) is itt láthatjuk a legmagasabb értéket (évente a megkérdezettek átlagosan mintegy 56.000 Ft-ot költenek helyben felszerelésre). Ha kivesszük a számításból a fenti kiugró értéket, akkor 31.111 Ft az átlagos helyi költés a felszerelésre, amivel ez a költési csoport visszaesik a 3. helyre, és a motorcsónakokhoz elhasznált üzemanyag lép előre.

A felmérés eredményei alapján meghatároztuk, hogy egyes lakóhely-típusonként mennyi az átlagos éves költés. Eszerint a Budapestről + megyeszékhelyekről érkezett horgászok átlagos éves költése: 436.000 Ft/fő/év; a tiszafüredi horgászoké 282.000 Ft/fő/év, az összes többi vendégé pedig 285.000 Ft/fő/év.

Amennyiben ezt, az **átlagos, egy évre vetített, helyben (a Tisza-tónál) realizálódó** költést (amely a felszerelésre kiadott összeget is magában foglalja), megszorozzuk az eladott éves jegyek számával, az összes éves jegytulajdonos Tisza-tónál megvalósuló költése: 1 milliárd 408.086 millió forint (29. ábra).

lakóhely	átlagos költés/év/fő (Ft)	éves jegyet vásárlók száma (fő)*	összes költés (Ft) lakóhely-típusonként
Budapest + megyeszékhelyek	436.000	993	432.948.000
Tiszafüred	282.000	424	119.568.000
egyéb	285.000	3002	855.570.000
ÖSSZESEN		4419	**1.408.086.000**

*Sporthorgász KNKft. adatai alapján, 2013

29. ábra: Éves jeggyel rendelkezők egész éves költése

Ha ehhez hozzávesszük az eladott éves jegyek árát (26.000 Ft/jegy; összesen 114.894.000 Ft/év), akkor kiderül, hogy **több, mint másfél milliárd forintot (1.522.980.000 Ft)** költenek el **évente csak az éves jegytulajdonosok** a Tisza-tavi horgászataik során! Ezt a költést növeli a horgászok ingatlan (ház, lakás) vásárlásai, illetve beruházásai és a nagyobb összegű ingóságok (csónak, csónakmotor).

A kutatásba bevont horgászok által elköltött összegnek a megoszlását mutatja a 30. ábra. Mivel kísérőre senki nem költ, ezért ez nem is szerepel a diagramon, az ajándékokra fordított összeg pedig elenyészően alacsony, mind abszolút értékben (átlagosan 77 Ft, de a minimum 1000 Ft, maximálisan egy ember 12.000 Ft-ot jelölt meg), mind arányait tekintve (0,03%).

30. ábra: A mintaterületen realizálódó éves költés tényezők szerinti megoszlása (BBR)

Az „első kör” hatásnál kijelenthető, hogy a következő gazdasági hatások jelentkeznek közvetlenül a ***vizsgált mintaterületen***:

- **Bevétel a szolgáltatóknál, melyeknek egy része a helybéliek által is hétköznapi szinten igénybevett lehetőség.** Ugyanakkor például az élelmiszerre az általunk vizsgált horgászok által éves szinten helyben elköltött **közel 13 millió forint** nagyobbik része – ami az alapvető szükséglet – a turista otthoni költéséből hiányzik, és valójában csak a költés térbeli átcsoportosítását jelenti. A kisebbik része az így elköltött összegnek viszont olyan összeg, amelyet a „hurrá nyaralunk!” érzés generál, hiszen nyaraláskor költekezőbb a turista az alapvető cikkek terén is, vagyis az otthoni költésből nem hiányzik, mert ha otthon maradna a horgász, akkor ez sem keletkezne. Az egyéb, nem várt kiadások is olyan szolgáltatóknál jelentkeznek, melyek a helybeliek számára is rendelkezésre állnak, de a turista csak szükséges esetben költ ezekre az adott desztinációban, máskülönben otthon veszi igénybe ezeket a szolgáltatásokat. Ezeknek a kiadásoknak az összege a felmérésben mintegy **800.000 Ft**-ot jelentett, éves szinten (pl. szervizre, orvosi ellátásra).

- **Bevétel azon alap és idegenforgalmi szolgáltatóknál**, melyeket a Tisza-tó térségében megforduló **bármely turista igénybe vesz**. Természetesen ezek a helybeliek számára is rendelkezésre állnak, azonban a turisták ezeket a helyi lakosságnál sokkal nagyobb mértékben (pl. vendéglátóhely, programok és szervezett túrák), illetve kifejezetten a szabadidejük eltöltése érdekében veszik igénybe (pl. üzemanyag). A szállásra és ajándékra költött összegeket szinte teljes egészében az idegenforgalom generálja, ez a két költési csoport azonban a horgászok esetében (ha összehasonlítjuk a turisták hazai költési szokásaival) kisebb arányú, mint más turistatípusok esetében.

- A szállást is igénybevevő horgászok a szállásdíjon felül rögtön befizetik az **önkormányzathoz az Idegenforgalmi adót**. Ez az adó tehát közvetlenül bevételként jelentkezik a költségvetésben. Mértékének kiszámításához a 2013. évi adatok hiányossága miatt a 2012-es évet vettük alapul. A megkérdezett horgászok közül 131 fő szállt meg Tiszafüreden, ők egész évben 4950 éjszakát töltöttek el itt, ami után a befizetendő IFA (300 Ft/fő/éj) 1.485.000 Ft. Ha a velük érkező barátok, családtagok itt eltöltött idejét is hozzávesszük (összesen 678 fő), ők 25.619 vendégéjszaka itt-töltésével egész évben 7.685.700 Ft-ot fizethettek be adóként. Vagyis a horgászok és velük érkező (többségében szintén horgászó) turisták által potenciálisan befizethető adó a Tiszafüredi Önkormányzat 2012-es IFA-bevételének (19.301.000 Ft-nak) a 39%-a. Azonban, mivel a nem helybéliek 31%-a vízparton éjszakázik, 13% saját tulajdonú vízi járműben, vagy 12% saját ingatlanban, ezért ez az összeg mindenképpen kevesebb. 131 fő helyett csak 105 fő horgász szállt meg, 2998 éjszakára, családtagokkal együtt, így az általuk befizetett IFA (4.655.000 Ft) az Önkormányzat 2012-es IFA-bevételének **24%-a**! A tóhoz hosszabb időre érkezők között ráadásul az is előfordul, hogy igénybe vesz szálláshelyet, de többnyire a vízparton tölti az éjszakáit (ilyen volt a válaszadóink 5%-a).

- A **kifejezetten csak a horgászokra jellemző költés** egy része **alap szolgáltatónál** jelentkezik közvetlenül bevételként (csónakmotorhoz vásárolt üzemanyag a válaszadók saját meghatározása szerint éves szinten közel **14 millió** forint). Nagyobb arányú viszont a többségében **horgászokat kiszolgáló cégeknél jelentkező bevétel** (csali és etetőanyag, csónak bérlése vagy tárolása éves szinten összesen **15,4 millió Ft**). Itt említendő meg a horgászok által évente felszerelésre költött összeg, amely jelentős, azonban nem meghatározható, hogy ebből mennyi realizálódik helyben. Mindenesetre ennek teljes éves összege több, mint 18 millió forint. Az egyénenként felszerelésre költött összeg a jövedelemviszonyokon kívül függ a horgászat módszerétől is, ezt azonban nem vizsgáltuk.

- Elemzésünkben nem foglalkoztunk külön a horgászat adminisztrációs díjaival, vagyis az állami horgászjegy éves díjával, valamint az általuk a területen megvásárolt különböző típusú **horgászjegyek** összegével, mivel ezen összegek a MOHOSZ-nál, illetve a Sporthorgász KNKft-nél megtalálhatóak. A Tisza-tavon a halgazdálkodási jogot gyakorló Nonprofit Kft-hez befolyó összeg **multiplikációs hatása** miatt jelentős.

A felmérés helyszíne, ahogy már említettem, nagyban befolyásolja a költési szerkezetet. Másként alakulna az egyes költési csoportok aránya azokon a helyeken, ahol kevesebb a helyi, de több a szállást is igénybevevő horgász; bizonyos mértékben befolyásoló tényező az élelmiszerboltok kínálata, a benzinkutak jelenléte is.

Magukat a horgászokat is megkérdeztük, hogy származik-e jövedelmük a horgászathoz kapcsolódóan, melyre kevés igenlő válasz érkezett: 1-1 fő mondta, hogy horgásztúrát vezet, illetve horgászokat kísér, valamint kikötője van. 2 fő horgászboltot működtet, 5 fő szállásadással foglakozik, a megkérdezettek 3,3%-a (9 fő) csónakot ad bérbe. A legtöbben (6%) a kifogott hal eladásával jutnak többletbevételhez.

Jelentős eltérés figyelhető meg a költések átlagában, aszerint, hogy honnan érkezett a horgász. Ezt külön megnéztük a Tiszafüreden, többi Tisza-tavi településen, valamint a Budapestről és megyeszékhelyekről érkezők esetében (29. ábra). Az egy főre eső éves költés a Budapestről, illetve megyeszékhelyekről érkezők körében volt a legmagasabb (mintegy 400.000 Ft), több, mint másfélszerese a tiszafürediek átlagos éves költésének, és majdnem háromszorosa a többi Tisza-tavi településről érkezőkének. Ugyanakkor a legtöbbet költő horgászok átlagosan mintegy 31,5 napot töltenek el évente a Tisza-tónál, tehát ennyi idő alatt költik el ezt az összeget! A helyben elköltött összeg és a Tisza-tónál eltöltött idő aránya viszont az egyéb Tisza-tavi településen élők körében magasabb (éves költés/eltöltött napok száma=2219), mint a tiszafürediek esetében (1375).

29. ábra: A Tisza-tónál évente eltöltött napok és elköltött összeg alakulása lakóhely szerint (BBR)

➢ KÖZVETETT HATÁS

A közvetett hatás egyrészt a turisztikai szolgáltatók alkalmazottainak fizetett bérek és fizetések köre. Valamint a szolgáltatók készletbeszerzései révén azoknál a vállalkozásoknál jelentkezik, amelyek a fenti szolgáltatók számára nyújtanak szolgáltatásokat, értékesítenek árukat (és ide sorolhatóak az alapinfrastruktúrát működtető intézmények, szolgáltatók is, pl. áram, gáz, stb.). Ennek meghatározása, ahogy az I.2. fejezetben említettük, a jelen kutatás keretében nem lehetséges.

➢ GERJESZTETT HATÁS

A „gerjesztett", vagy más néven multiplikátor hatás következő típusai figyelhetőek meg a Tisza-tónál: beruházási, foglalkoztatási, költségvetési. Ezek a multiplikátorok azt mutatják meg, hogy egy egységnyi pótlólagos turisztikai költés hatására milyen arányban növekszik az adott gazdaságban az össztermelés, az eladott áruk összértéke, illetve az összes adóbevétel. A multiplikátorok meghatározásának csak akkor van értelme és lehetősége, ha az adott gazdasági területen a költés mértéke egy adott időszak (általában egy év) alatt megnövekszik. Ez a növekmény a *pótlólagos költés*. A turizmusban elköltött pénz persze akkor is hatással van a gazdaság egészére, ha a költés évről-évre ugyanakkora, mérni és számszerűsíteni a hatást azonban csak a változás folyamatában lehet. Az egyszeri, egy évnél rövidebb ideig tartó felmérés alapján ezért ennek számszerűsítésére nem vállalkozhatunk, csak a megjelenő multiplikátor típusát és becsülhető mértékét határozzuk meg.

A településen az *Önkormányzat által végrehajtott* ***beruházásoknak*** egy része habár az *alapinfrastruktúrához* tartozik, de a turisták számára is használható, érkezésüket egyszerűbbé, itt-tartózkodásukat kényelmesebbé teszi. Ennek eredményeként a desztináció (település) kívánatosabb célponttá válik, végeredményben nőhet a látogatók száma. Ilyen fejlesztés a jelenleg végrehajtás alatt álló közösségi közlekedés fejlesztése és a csapadékvíz-elvezető rendszer kiépítése. Nem csak a horgászok, hanem minden, a vízhez igyekvő turista kényelmét szolgálja az Örvényi út felújítása, melynek pályázata jelenleg áll elbírálás alatt.

Az *idegenforgalmi szuprastruktúrát bővítő, erősítő* beruházások közül egy nagyobb már megvalósult: Morotva Kerékpáros Pihenőpark kiépítése. A beruházás elsődleges célközönsége a kerékpárosok voltak, azonban a horgászok számára is sokat nyújt a terület (válaszadóink 10%-a itt horgászott).

Ezek az önkormányzati beruházások alapvetően nem elsősorban a horgászok kedvéért létrejött és mások által is használható fejlesztések, hanem fordítva, több turista-típus érdekeit is szem előtt tartó, így a horgászok igényeit is figyelembe vevő újítások. A közvetlen bevételként jelentkező IFA visszaforgatásának helyét és mértékét sajnos nem állt módunkban megállapítani, de beruházást elősegítő, gerjesztő hatásuk vitathatatlan.

A *magánszektorban* akár önerőből, akár pályázati pénzből *végrehajtott beruházások* közül csak a *szálláshelyek körében* végrehajtott fejlesztéseket tudjuk vizsgálni. Így megfigyelhető volt, hogy a megkérdezett szállásadók 50%-a teljesen új épületet hozott létre a szolgáltatása beindításához, 7%-a új épületrészt alakított ki ebből a célból. 1993 és 2008 között a válaszadók 105,5 millió Ft-ot költöttek a szálláshely fejlesztésére, önerőből (egy esetben banki hitellel támogatva), melynek csak 64%-át tették ki az új építésű házak, vagy házrészek, a többit régi épületek felújítására, bővítésre fordították. A befektetés célszerűségét, megtérülésének valószínűségét igazolják a következő

adatok: 2012-ben az új építésű szálláshelyeket vette igénybe a belföldi horgászok 54,5%-a, a külföldi horgászoknak pedig a 42,6%-a. 2013 I. félévében még jobb arány mutatkozik, mert a belföldi horgászok 73,6%-a, míg a külföldi horgászok 80,5%-a szállt meg új építésű szálláshelyen.

A legnagyobb összegű beruházást (30 millió Ft) megvalósító szálláshelynek sikerült elérnie a legmagasabb vendégszámot a külföldi horgászok körében mind 2012-ben, mind pedig 2013 I. félévében. A belföldi horgászvendégek körében azonban nem mutatható ki ilyen vagy ehhez hasonló összefüggés. A szóban forgó szálláshely teljesen új épület létrehozására fordította ezt az összeget, ellenben marketingre mindösszesen 20.000 Ft-ot költött. A szállásadók által a horgászoknak kínált plusz szolgáltatások felmérésekor a leggyakoribbak a következők voltak: hal főzési/sütési lehetőség, hal hűtése/tárolása, halfeldolgozó helyiség fenntartása. Ezek mindegyike a szolgáltató részéről az odafigyelésen kívül további beruházást, fejlesztést kívánt.

Tovább vizsgálandó a horgászok költési szerkezetének megfelelően a szolgáltatók szélesebb köre. Hiszen a horgászturizmushoz közvetlenül kapcsolódó turisztikai szereplőknél nemcsak bevételként jelenik meg a gazdasági hatás, hanem az itt végrehajtott beruházások a horgászokon kívül a többi, vízhez, a vízi élővilághoz kötődő, az iránt érdeklődő turista számára is elérhető. Sok esetben a **horgászturizmusból befolyt bevétel** teremti meg a lehetőségét (akár közvetlenül, akár pályázati önerőt képezve) annak, hogy a **turisták szélesebb körének** nyújtsanak kikapcsolódási, élményszerzési, ismeretszerzési lehetőséget. A teljesség igénye nélkül néhány példa: vízparti szálláshely működtetése; vendéglátóegység kialakítása; tanösvények és ismertetőtáblák létrehozása; vezetett vízi túrák (csónakos barangolások) eszköz- és szakember-igényének megteremtése. Ráadásul ezek azok a szolgáltatások, melyek a legnagyobb mértékben hozzájárulnak a régió egyedi arculatának kialakításához, a stratégiailag meghatározott irányvonal, illetve image erősítéséhez (pl. a Tisza-tavi „Ki-mit-tud?" részt vevő csapatainál az ismeretszerzésen túl erősödik a helyhez való kötődés; a Tiszavirág Ártéri Sétaút és Tansövény 2011-ben elnyert „az év ökoturisztikai létesítménye" díja sokak számára döntő a célterület-választásnál).

Maguknak a **horgászoknak a helyben** (bár nem egy év alatt, illetve évente ismétlődve) **megvalósuló nagyobb beruházásai** egyrészt közvetlen bevételt jelentenek az eladónak, szolgáltatónak, másrészt a beruházás tárgyától függően további hatása is lehet:

- A megkérdezett horgászok 24%-a vásárolt csónakot. Ezt természetesen nem csak a horgászathoz tudják használni, hanem más Tisza-tavi programhoz, nem horgászó ismerősökkel együtt. A Tiszafüredhez köthető csónakkészítő hírét viszi a víz ☺
- Ennél kevesebben (18,4%) fordítottak motorvásárlásra a válaszadóink közül. Ez az összeg is a vizsgált területen belül maradhat, hiszen csónakmotor vásárlására Tiszafüreden és más part menti településen is van lehetőség, nemcsak bevételt generálva ezzel, hanem a foglalkoztatást is segíti.
- Az építőiparra (így a foglalkoztatottságra), valamint az épületállományra van közvetlen pozitív hatással az a tény, hogy a felmérésünkben részt vevők 3,7%-a házat is vásárolt a településen, további 1,5% pedig házat épített annak érdekében, hogy minél többet hódolhasson kedvenc hobbyjának, a horgászatnak. Ezek az ingatlanok a turizmus további bővülését vonják maguk után, hiszen a nyaraló-tulajdonosok gyakran látnak vendégül ismerősöket, rokonokat, akiknek a költése így szintén megjelenik. Emellett igény szerint az ingatlan kiadásával, szálláshely-üzemeltetésével már az idegenforgalmi szuprastruktúra erősödik.

Hasonlóan az előző multiplikátorhoz, jelen felmérés eredményei nem alkalmasak arra, hogy részletesen meghatározzuk a ***foglalkoztatási multiplikátor*** mértékét, azonban a költési

szerkezetnek megfelelően megrajzolható szolgáltatói kör (30. ábra) alapján a következő esetekben mindenképpen megjelenik:

- szálláshelyek
- vendéglátóhelyek
- csónaképítés
- csónakmotor árusítás
- kikötő üzemeltetés
- benzinkút
- horgászbolt
- élelmiszerbolt
- egyéb turisztikai, ökoturisztikai szolgáltatók.

A szálláshelyek esetén a helyi gazdaság szempontjából előnyös, hogy a megkérdezett szálláshelyek tulajdonosai, illetve üzemeltetői 93%-a jelenleg helyi lakosok, hiszen a lakóhelyen történő munkavégzés egyrészt helyi adókat generál, másrészt a kötődést, identitás-tudatot erősíti, ami egy turisztikai desztináció hitelessége szempontjából elengedhetetlen! Azonban egyszemélyes vállalkozás keretében végzi a válaszadók fele a szállásadást, tehát nem generál jelentős további foglalkoztatottságot. A vizsgált szálláshelyeknek 14%-a foglalkoztat 1-2 fő alkalmazottat, ők mind helyi lakosok. A fekete, illetve szürke gazdasági jelenlét a felmérés alapján nem volt kimutatható a szálláshelyek esetében. A vizsgált területen a horgászvendégek arányában lehet meghatározni a szálláshelyekre gyakorolt multiplikátor hatást, így a belföldi vendégek esetében 0,12 és külföldiek esetében 0,26-ra tehető.

A költségvetési multiplikáció az önkormányzathoz, valamint a központi kasszába befizetett adók változása a turisták költéseinek függvényében.

A helyi vállalkozások nemcsak az abban dolgozók identitás-tudatát, hanem a desztináció értékeibe vetett hitüknél fogva annak autentikusságát alapozzák meg. Ez nagy jelentőségű egyrészt a turisták célterület-választásánál. Másrészt a helyi turisztikai vállalkozások alapítása nagymértékben elősegíti a tőkebeáramlást és a helyi vállalkozói kedv növekedését is a térségben. Természetesen a helybeliek kezében lévő vállalkozások nyeresége helyben visszaforgatható, az adóbevételek növekedését vonzza maga után, ami lehetővé teszi a szolgáltatások további bővülését. Habár a Tiszafüredi Önkormányzat 2013-as első félévi iparűzési adóbevétele meghaladta a 87 millió Ft-ot, ennek megoszlását, a szolgáltató szektor, illetve a turizmushoz kapcsolható vállalkozások arányát nem tudjuk meghatározni.

Komplex multiplikációs hatása van magának a halászati jogkört gyakorló **Sporthorgász KNKft-nek** is. Az eladott horgászjegyekből befolyt összeg teszi lehetővé a feladatokat ellátó stáb fenntartását, szakértők bevonását, vagyis ***munkahelyek teremtését***. A befolyt összeg egy részét a horgászturizmust kiszolgáló ***infrastruktúra fejlesztésére*** fordítják, amely azonban közvetlenül és közvetve a többi turista számára is pozitív. Hiszen a telepített halak (zsákmányként) hozzájárulnak a sokak által megcsodált (esetleg elsődleges motivációként szolgáló) madárvilág gazdagságához. Az egyes halfajok, életmódjukból adódóan fenntartják azt a különleges vízi ökoszisztémát, amely tájképileg is csodálatos strandolási, vízitúrázási háttérként (valójában alapként) felejthetetlen élményt nyújt. A további ***beruházások*** közül a horgászok számára kihelyezett információs rendszer, a cég által elindított ismeretterjesztő tevékenység az érdeklődők széles köre számára elérhető. A helyi értékek megismerése, ismeretek gyűjtése a kötődés kialakulásának alapfeltétele. Ha pedig ez megtörtént, akkor nemcsak a természet, a környezet, annak védelme iránt lesz érzékenyebb a látogató, hanem a visszatérés esélye is jelentősen megnő.

➢ **EGYÉB HATÁSOK:**

A **különböző horgászati módszerek** (úszózás, fenekezés, legyezés, bojlizás, pergetés) a Tisza-tó változatosságának köszönhetően mind megtalálhatóak a területen. Eltérő eszközigényük és eltérő módszereik miatt a hozzájuk kapcsolódó költés szerkezete is más lesz (felszerelésre fordított összeg, csónakhasználat gyakorisága, üzemanyagra költött összeg). Erre vonatkozóan nem tettünk fel kérdést, azonban megvizsgálva az egyes halfajok „szeretetét", a következő arányt kaptuk (30. ábra): legtöbben (válaszadóink 76%-a) a pontyot szeretnék a horgukon látni, második helyezett a harcsa (54%), harmadik helyen a keszegfélék állnak (44,4%). Érdekes, hogy a megkérdezett horgászoknak alig negyede (24%) mondta, hogy számára mindegy, milyen halra horgászik, viszont ők is bejelölték emellett (ilyen sorrendben) a pontyot, keszegféléket, harcsát, süllőt, kárászt, csukát. A zsákmányként vágyott hal, valamint a költés szerkezete között nem mutatható ki markáns összefüggés.

30. ábra: Milyen halra szeret horgászni a Tisza-tóban (és a hozzá tartozó Tisza-szakaszon)? (BBR)

A **horgásszal érkezők által generált hatást** már számszerűsítettük a költségvetési multiplikációnál, de természetesen a jelenlétük megfigyelhető az összes szinten és minden hatástípusnál. Nem választható el élesen a horgászat hatásától, ugyanis a válaszadó horgászok kísérői 89%-ban maguk is horgásznak. Jelentős a strandolás (45%), de a többi tevékenység közül is csak néhány éri el éppen hogy a 11%-ot (kulturális rendezvények látogatása, kerékpározás). A további vizsgálatok során az ezen tevékenységekhez kapcsolható szolgáltatókat mindenképpen be kell vonni a vizsgálandók körébe.

A horgászat érezhetően **jótékony hatással van az ún. szezonalitásra**. Ennek legfőbb oka az, hogy habár tulajdonképpen (időjárástól függően) egész évben űzhető sport (és a válaszadóink 1-5-e egész évben horgászik a Tisza-tavon), arányuk ősszel jelentősen megnő, melyet maguk a szállásadók is éreznek (ők az őszt jelölték meg, mint horgászidényt, pedig a megkérdezett horgászok 52%-a nyáron tölti el itt főleg a szabadidejét). Tehát a horgászok a főszezonon kívül is bevételt biztosítanak a szállásadóknak, vendéglátóhelyeknek és boltoknak.

Vannak további, közvetett, nehezen számszerűsíthető, de vitathatatlanul gazdasági jelentőséggel bíró hatások. Közülük az egyik az **egészségre gyakorolt jótékony hatás**. Ez egyrészt a különleges természeti környezetnek köszönhető, amely annak élvezetére sarkall. Így a csendben és a nyugalomban eltöltött idő valódi **rekreáció**, ami az emberek egészségi állapotának javulásához, fizikai kondíciójának megtartásához, pszichikai állapotának javításához járul hozzá. Az egyik legegészségesebb fehérjeforrás, a **hal fogyasztása** nem csak a halat kifogó horgászok számára magától értetődő, hanem az asszociáció (hiszen a horgászat a térség egyik legmeghatározóbb márkaeleme), a térség image is gerjeszti az ide látogató (nem horgászok) halfogyasztását (akár az itteni vendéglátóhelyeken, akár hazatérve, otthon) is.

A **márkázottság** tehát egyértelműen összekapcsolódik a hallal, hiszen a Tisza-tóról egyből erre asszociálnak a látogatók. A halászati hasznosító szerepe, valamint a horgászat fogadtatása így alapvető a Tisza-tavi régió image-ének formálásában, az USP erősítésében, az autentikusság megőrzésében!

III. ÉRTÉKELÉS

III.1. RÖVID ÖSSZEVETÉS A SZAKIRODALMI ADATOKKAL

A horgászturizmus meghatározásakor találkozunk elfogadható, alkalmazható definíciókkal és a Tisza-tónál nem általános érvényű fogalmakkal egyaránt. Akceptálható például a következő: „A horgászturizmus olyan aktív szabadidős tevékenység, amely vízen vagy vízparton történik, egyetlen célja a halfogás, és általában kapcsolódik hozzá helyszíni szolgáltatások igénybevétele." (Füstös 2010). Azonban Könyves-Müller (2001, p.127) definíciója nem állja meg a helyét a vizsgált térségben, mivel szerinte a horgászturista „az, aki vidéken eltöltött 1-2 hét alatt egész napos kizárólagos programként tekinti a horgászatot.". Kutatási eredményeink szerint a tónál általában rövidebb időt töltenek el egy-egy alkalommal a horgászok, de inkább gyakrabban (hetente, vagy havonta) érkeznek.

A Központi Statisztikai Hivatal (KSH, 2013) felmérése szerint 2012-ben a hazai belföldi több napos utazásokkor a költési szerkezet a 2. táblázatban látható módon alakult. Jelentős az eltérés a szálláshelyek igénybevételénél. Ez egyrészt a vizsgált mintában a helyiek magas arányára, másrészt a horgászat sajátosságaira vezethető vissza (vízparton töltött éjszakák az esti, hajnali kapás reményében). Ez az eredmény egyébként nem egyedi sajátosság a Tisza-tónál, hanem a horgászatra általánosan jellemző.

	KSH 2012	Tisza-tó 2013
Szállás	35%	7%
Étkezés, vendéglátóhelyek	25%	27,78%
Utazás, üzemanyag	23%	34,6%

2. táblázat: Költésszerkezet összehasonlítása egy országos (KSH, 2012-ben) kutatásban és a saját felmérésünkben (KSH, 2013 alapján BBR)

Ha más, horgászturisztikai költési szerkezetet vizsgáló irodalmat nézünk, akkor egy, szintén a Tisza-tónál elvégzett kutatásban (Füstös, 2010) is a mieinktől eltérő eredményeket kapunk (3. táblázat).

	Füstös 2010	Tisza-tó 2013
Szállás	24,6%	7%
Étkezés, vendéglátóhelyek	29%	27,78%
Csónakbérlés, csónaktárolás	29%	13%

3. táblázat. A horgászok költési szerkezetének néhány adata 2 eltérő kutatásban (Füstös, 2010, BBR)

Az eltérés okához ismernünk kellene ennek a felmérésnek a mintavételi módszerét, a vizsgált mintát és más adatokat, amelyek azonban nem állnak rendelkezésünkre.

III.2. A HORGÁSZTURIZMUS GAZDASÁGI HATÁSÁNAK ÉRTÉKELÉSE

„ELSŐ KÖR" HATÁS

A **közvetlenül, első körben jelentkező gazdasági hatás** a horgászok költéséből, annak szerkezetéből rajzolható meg. A Tisza-tónál horgászók nagy részét az aktív keresők teszik ki (korosztály és foglalkoztatottság alapján), ennek köszönhetően magasabb költés realizálható. Markánsan eltér a lakóhelyükön elköltött összeg és a **Tisza-tónál megvalósuló költés** (az előbbi szinte nulla). Ez természetesen a helyi infrastruktúra függvénye, hiszen, ahol módjában áll több (változatosabb) alapélelmiszert beszerezni, üzemanyagot tankolni, vendéglátóegységbe betérni, stb. ott meg is teszi.

A lakóhely-típusonként elkülönített, éves horgászjegy-tulajdonosok költése alapján meghatározható, hogy **csak az éves jeggyel rendelkezők évente több, mint másfél milliárd forintot** (1.522.980.000 Ft) **költenek el** a Tisza-tavi horgászataik során (beleértve a felszerelésre és horgászjegyre fordított összeget is)! Ezt a költést növeli a horgászok ingatlan (ház, lakás) vásárlásai, illetve beruházásai és a nagyobb összegű ingóságok (csónak, csónakmotor).

A költési szerkezetben a **legnagyobb arányt (47%) a *kifejezetten a horgászathoz kötődő költések* teszik ki** (első helyen a **csónakhoz vásárolt üzemanyag**, majd a csalikra és etetőanyagra költött összeg, valamint a csónakbérlés illetve tárolás költsége) (30. ábra). Nem vettük figyelembe a horgászfelszerelésre fordított összeget (mivel nehezen volt elkülöníthető a helyben, illetve otthon realizálódó összegek aránya), ugyanakkor itt volt tapasztalható mind a legmagasabb egyéni költés (évi 7 millió forint, ami kirívó és egyedi eset), mind a termékcsoportra elvileg helyben fordított teljes éves összeg, mind az egy főre eső elvileg helyi átlagos költés. Ez indokolttá tenné a (például síparadicsomokban már jól bevált) „mindent egy helyen" szolgáltatáscsoport kialakítását a Tisza-tónál is. Vagyis nagyobb, horgászfelszerelést árusító cég, diszkontáruház megtelepedése növelné ennek a termékcsoportnak a helyi arányát. Viszont ezzel a kisebb helyi horgászboltok csődbe mennének, kevesebb lenne a munkalehetőség, és elvesztené a térség a családias, helyi jellegét, ami sokak számára nemcsak a Tisza-tó egyediségét, hanem jelentős vonzerejét is képezi (Polgár 2010).

A kifejezetten horgászathoz kötődő költések nagy aránya azt mutatja, hogy megtérülésre számíthatnak azok a beruházások, fejlesztések is, amelyek csak a horgászok érdekeit szolgálják.

A turistákra általában jellemző, így ***más turistatípusnál*** (pl. kerékpár turisták, strandolók, stb.) ***is felmerülő költségek*** **31%**-át teszik ki a horgászok költésének. Legnagyobb arányú itt is az **utazáshoz szükséges üzemanyagra** elköltött összeg (csak Tiszafüreden 7,7 millió Ft). Közel azonos súllyal jelentkezik a vendéglátóhelyeken illetve szálláshelyeken megfigyelhető költés (a teljes költés 7,3-7,2%-a).

A **teljes költés 22%-a** azoknál a szolgáltatóknál jelentkezik, akik a ***helybeliek számára is alapvető*** szolgáltatásokat nyújtanak. Ezekre a termékekre a horgászok otthon is költenének tehát, így nagyobbik részük – ami az alapvető szükséglet – a turista otthoni költéséből hiányzik, és valójában csak a költés térbeli átcsoportosítását jelenti. A kisebbik része az így elköltött összegnek viszont olyan összeg, amelyet a „hurrá nyaralunk!" érzés generál, hiszen nyaraláskor költekezőbb a turista az alapvető cikkek terén. Az egyéb, nem várt kiadások (pl. szervízre, orvosi ellátásra) is olyan szolgáltatóknál jelentkeznek, melyek a helybeliek számára is rendelkezésre állnak, de a turista csak nagyon szükséges esetben költ rájuk az adott desztinációban, inkább otthon veszi igénybe ezeket a szolgáltatásokat. Az ide sorolható kiadásoknak az aránya elenyésző (1,4%), de még mindig magasabb, mint a szervezett túrára, vagy ajándékra fordított összeg.

Egyértelmű és szoros az összefüggés az éves költés összege és a lakóhely között. Legtöbbet költenek a Budapestről és megyeszékhelyről érkezők (évente átlagosan több, mint 400.000 Ft-ot fejenként), még úgy is, hogy ők töltik itt a legkevesebb időt (átlagosan 31,6 napot évente, dacára az éves jegyek magas arányának)! A legtöbb időt a Tiszafüreden élők töltenek el (minimum 174 napot/fő) horgászattal évente, de ehhez képest az ő költésük jóval kevesebb, mint a többi part menti településről érkezett horgászé. Vagyis **a Budapestről és a megyeszékhelyekről érkezők költésének hatása mintegy tízszerese a Tiszafüreden élőkének** (és több, mint ötszöröse a többi part-menti településen élő (utazásra és esetleg szállásra is költő) horgászokénak.

GERJESZTETT, MULTIPLIKÁTOR HATÁS

A horgászturizmus által gerjesztett hatás alapvetően annak köszönhető, hogy a horgászok ritkán érkeznek egyedül (mintegy 15%), leginkább (közel harmaduk) 1 ismerőssel jönnek, aki szintén horgászik. Szintén jelentős azoknak a száma (a horgászok negyede), akik családdal érkeznek, és akár rendszeresen, havonta baráti, családi kirándulások helyszíne a Tisza-tó. Ez főleg a tó 50 km-es körzetében igaz, itt érvényesül legmarkánsabban a vonzereje, azonban, ahogy korábban láttuk, nem az innen érkezők gazdasági hatása a legnagyobb. A „törzshorgászok" jelenléte számottevő – bárhonnan is érkezzenek –, mivel a horgászoknak csak mintegy ötöde szokott máshol rendszeresen horgászni.

A turizmus multiplikátorhatása elsősorban a szálláshely és a kereskedelem ágazatok teljesítményétől függ. A kereskedelem közvetlen súlyát (a bevétel mértékét) az előzőekben láthattuk. A gerjesztett hatás itt a beruházásokon túl sokkal inkább a munkaerő növekedését jelenti. Ez a nagyobb településeken (például Tiszafüreden és Poroszlón) több állandó munkahelyet jelent, míg a kisebbeken főleg szezonális jellegű.

A horgászok által igénybevett **szállások jelentősége** első ránézésre talán kevés (a horgászok 53%-a vesz igénybe valamilyen fizetős szálláshelyet), azonban hatásuk másként jelentkezik. A Tisza-tónál jelentős a szállásszolgáltatás érdekében újonnan épült ingatlanok aránya. A ***beruházás*** megtérülését látszik igazolni az a tény, hogy Tiszafüreden a horgászok **nagyobb arányban keresték fel** azokat a szálláshelyeket, ahol a szolgáltató **kifejezetten a szállásszolgáltatás beindításához alakított ki épületet**. A legnagyobb beruházást megvalósító szálláshely érte el a legmagasabb vendégszámot a külföldi horgászok körében. **Az átlagos vendégéjszaka számok** a belföldi (2,65) és a külföldi horgászok (2,68) esetén is **meghaladják a KSH által Tiszafüreden regisztrált vendégéjszakák számát** (2,5) (KSH 2011). A külföldiek által Tiszafüreden eltöltött vendégéjszakák arányát jóval meghaladja a horgászok körében a külföldiek részvétele és emelkedő tendenciát mutat.

Felmérésünk szerint a tulajdonosok (illetve üzemeltetők) túlnyomórészt úgy gondolják, hogy a horgászturizmushoz kapcsolódó plusz szolgáltatások fontosak és meghatározóak a horgászok szálláshelyválasztása során. Azonban az eredmények sokkal inkább a szolgáltatók horgászturizmus felé való nyitottságára utalnak, mintsem (1-2 kivételtől eltekintve) a tényleges elkötelezettségre.

A szálláshelyekkel kapcsolatban megemlítendő, hogy a vadkempingezés jelenléte a Tisza-tónál sajnos régóta jelen van, tájromboló hatása szembeszökő, és ezt többnyire a horgászok számlájára írják. Ugyanakkor eredményeink alapján elmondható, hogy a horgászok körében ennek nem a spórolás az elsődleges oka. Jelentős ugyanis azoknak az aránya (33%), akik igénybe vesznek szálláshelyet, kifizetik annak díját, de mégis a vízparton töltik sokszor az éjszakát, a horgászidő legteljesebb kihasználása, a horgászhelyekhez való ragaszkodás, illetve az etetőhelyek védelme érdekében. Ezt támasztja alá az is, hogy a szálláshelyek kiválasztásakor fontosabb számukra a

vízközelség, valamint a kényelem (és a fentiekkel összefüggésben, a speciális szolgáltatások), mint az ár.

A ***foglakoztatásra*** gyakorolt gerjesztett hatást a szálláshelyek esetében a horgászvendégek arányában lehet megállapítani, vagyis 0,12 (belföldiek), illetve 0,26 (külföldiek). Örvendetes, hogy a többségében (93%) helyi tulajdonosok, illetve üzemeltetők helyi lakosokat foglakoztatnak.

A felmérés alapján a horgászok és velük érkező (többségében szintén horgászó) turisták által **potenciálisan befizethető** idegenforgalmi adó a Tiszafüredi Önkormányzat 2012-es IFA-bevételének (19.301.000 Ft-nak) a 39%-a. Mivel jelentős a nem tiszafüredi, de szálláshelyet sem igénylő (vízparton, saját vagy ismerős csónakjában, ingatlanában alvó) horgászok aránya, ezért az egy évben a Tiszafüreden szállást igénybevevő horgászok és velük érkezők által **ténylegesen befizetett IFA a teljes 2012-es IFA bevétel 24%-a**.

A horgászok által igénybevett szálláshelyeken a szolgáltatók érzése szerint az ősz a horgászat fő időszaka. Ennek az az oka, hogy ekkor megnő a szálláshelyeken a horgászok aránya (és nem az abszolút létszáma). Ez is alátámasztja a horgászat szezonalitásra gyakorolt jótékony hatását, hiszen a **főszezonon kívül** (főleg ősszel), nagyarányú jelenlétükkel a szállásadók és más **szolgáltatók számára is bevételt** jelentenek.

A költési szerkezetből adódóan a beruházási, valamint a foglalkoztatási multiplikátor hatást a következő szolgáltatóknál lehet még megfigyelni:

- vendéglátóhelyek
- csónaképítés
- csónakmotor árusítás
- kikötő üzemeltetés
- benzinkút
- horgászbolt
- élelmiszerbolt
- egyéb turisztikai, ökoturisztikai szolgáltatók.

Ez a hatás a rendelkezésünkre álló adatok alapján nem számszerűsíthető, de a növekedés lehetősége adott. Minden turisztikai szolgáltatónál elmondható, hogy csak az lehet eredményes, sikeres, amelyik hiteles. Ez a sportok – ide sorolva a horgászatot – esetén azt jelenti, hogy a megfelelő kínálat, szolgáltatások kialakításához a szolgáltatónak magának is űznie kell a sportot, vagy bizonyos mértékű elkötelezettséget, kapcsolódást sugároznia kell.

Könnyen kialakulhat a kétirányú pozitív kapcsolat:

→ megfelelő szolgáltatások kialakítása, illetve az igények figyelembevétele a szolgáltató részéről; a horgászatba való bekapcsolódás, illetve az aktív horgászattal tölthető idő növelésének elősegítése

← a horgászok által előnyben részesített szolgáltatók és szolgáltatások, valamint ajánlásuk a többi horgásztársnak.

Ezt a kapcsolatot a horgászturizmusban érdekelt, ahhoz kapcsolódó minden szereplőnek akarnia és támogatnia kell (például kedvezményrendszer kialakítása, illetve bármilyen típusú együttműködés révén). A Balaton a belföldi versenyhelyzetét a szakemberek szerint azért tudta megerősíteni, illetve népszerűségét növelni a versenytársaival (így a Tisza-tóval) szemben, mert a régión belüli összefogás erősödött! (MTZrt. 2013)

A horgászturizmushoz közvetlenül kapcsolódó turisztikai szereplőknél nemcsak bevételként (és foglakoztatási multiplikációként) jelenik meg a gazdasági hatás, hanem az itt végrehajtott beruházások a horgászokon kívül a többi, vízhez, a vízi élővilághoz kötődő, az iránt érdeklődő turista számára is elérhető. Sok esetben a **horgászturizmusból befolyt bevétel** teremti meg a lehetőségét (akár közvetlenül, akár pályázati önerőt képezve) annak, hogy a **turisták szélesebb körének** nyújtsanak kikapcsolódási, élményszerzési, ismeretszerzési lehetőséget. Ráadásul ezek

azok a szolgáltatások, melyek a legnagyobb mértékben hozzájárulnak a régió egyedi arculatának kialakításához, a stratégiailag meghatározott irányvonal, illetve image erősítéséhez (pl. a Tisza-tavi „Ki-mit-tud?" részt vevő csapatainál az ismeretszerzésen túl erősödik a helyhez való kötődés; a Tiszavirág Ártéri Sétaút és Tansövény 2011-ben elnyert „az év ökoturisztikai létesítménye" díja sokak számára döntő a célterület-választásnál).

A **horgászok** helyben megvalósuló **nagyobb beruházásai** nyilván nem egy évre koncentrálódnak, de számottevőek, hiszen egyrészt **közvetlen bevételt jelentenek az eladónak**, szolgáltatónak, másrészt a beruházás tárgyától függően **további hatása** is lehet:

- ***Csónakvásárlás*** a horgászok negyedére jellemző. Ennek köszönhetően nem csak a horgászat tere nő meg, hanem az arra fordított idő és a költségek is. Ugyanis a **saját csónakkal rendelkezők 6-szor annyit költenek fejenként üzemanyagra**, mint a bérlők. Emellett **lehetőséget nyújt más Tisza-tavi programhoz**, nem horgászó ismerősökkel együtt.
- Ennél kevesebben, a horgászok alig ötöde vásárolt ***motort***, ami a vásárlásból származó kiadáson kívül **további** költést, így helyben megvalósuló **bevételt és foglakoztatást** jelent (üzemanyag, szerviz). Ugyanakkor a saját motorral rendelkezők csak 3,4-szer költenek többet üzemanyagra, mint a motorcsónakot bérlők.
- Az építőiparra (és azon belül a foglalkoztatottságra) is van pozitív hatása a horgászoknak, hiszen sokan ***házat vásárolnak*** (közel 4%), vagy akár ***építenek*** (1,5%) annak érdekében, hogy minél több időt tölthessenek el itt. Az általuk **vendégül látott rokonok, ismerősök költése** szintén megjelenik a területen. Ha a vásárolt ingatlant **kiadják** szálláshelyként, az az **idegenforgalmi szuprastruktúra** növekedését jelenti.

A költési szerkezet, az igénybevett szolgáltatások, valamint a horgászokhoz köthető beruházások és multiplikátorok alapján az alábbi (31. ábra) hatásfolyamat-ábra rajzolható meg.

31. ábra: A horgászturizmus gazdasági hatásának folyamatábrája (BBR)

A Tisza-tavi Regionális Turisztikai Projekt Iroda megbízásából, annak 2008-as adatai alapján 2011-ben készített elemzés szerint a Tisza-tónál a horgászturizmus a BCG mátrix olyan négyzetébe került, melyben megelőzhet más, a jelenlegi turizmus stratégia által húzóágazatnak gondolt turisztikai ágazatot (32. ábra).

32. ábra: BCG mátrix a Tisza-tavi turisztikai termékek súlyozásáról (Forrás: Dávid, 2011)

A fejős tehén termékek piaca már egyáltalán nem vagy csak kismértékben növekedhet magas relatív piaci részesdés mellett. Azonban az ilyen termékek cash flow-ja erősen pozitív. Ennek az állapotnak a fenntartása, biztosítása érdekében célszerű az együttműködés azokkal a turisztikai ágazatokkal, melyek a „sztárok" kategóriában találhatóak. Ezek (pl. a ma már ide sorolható ökoturizmus) iránt a kereslet igen jelentős, cash egyenlegük mégsem nyereséges, mivel a kedvező pozíció megtartása egy ilyen magas növekedésütemű piacon – ahol fontos feladat a bővülő kereslet igényeinek kielégítése, valamint a versenytársak támadásainak elhárítása - nagy költségekkel jár. A közös halmazoknak, a kapcsolódási pontoknak az erősítésére jó kezdeményezés például a pecasuli, amely az ismeretterjesztésen túl az ifjúsági turizmust is gerjesztheti, a horgászattal egyetemben. Az ismeretterjesztés egyébként a növekvő piaci részesedésű ökoturizmusnak is alapvető eleme, így további kapcsolódási pontokat kialakítva, az ökoturizmus más alapelveit is átvéve, az a horgászturizmus előnyére válhatna.

FELHASZNÁLT IRODALOM

Brown, A. – Djohari, N. – Stolk, P. (2012): Fishing for Answers: Final Report of the Social and Community Benefits of Angling Project

Dávid L. – Kóródi M. – Puczkó L. – Vasvári M. (2010): A Tisza-tó imázsa és márkázottsága. Turizmus Bulletin XIV. 2010/1-2., Budapest, pp. 85–92.

Dávid L. (2011): A Tisza-tó. In: Magyarország turisztikai régiói. Pécsi Tudományegyetem, Kempelen Farkas Hallgatói Információs Központ. http://www.tankonyvtar.hu/en/tartalom/tamop425/0051_Magyarorszag_idegenforgalmi_regioi/index.html [Letöltve: 2013. november 10.]

Füreder B. − Remenyik B. (2008): A Tisza-tó Turizmusának fejlődése. In: Dávid L. – Michalkó G. (szerk.) 2008: A Tisza-tó turizmusa, Magyar Turizmus Zrt., Budapest, pp. 31–38.

Füstös G. (2008): A Tisza-tavi horgászturizmus első harminc éve (1978-2008). In: Dávid L. – Michalkó G. (szerk.) 2008: A Tisza-tó turizmusa, Magyar Turizmus Zrt., Budapest, pp. 142–153.

GKI (1999): A turizmus statisztikai szabványosítása. http://itthon.hu/site/upload/mtrt/Turizmus_Bulletin/99_06/reflektor_1.html [Letöltés: 2013. dec. 30.]

Középtiszavidéki Intéző Bizottság (KIB) jegyzőkönyvei 1974-1997.

KSH (2011, 2013): Számokban utazunk. Interaktív térképek. http://www.ksh.hu/interaktiv/terkepek/mo/idegenf.html?mapid=OGA001 [Letöltés: 2013. december 15.]

KSH (2013): Jelentés a turizmus 2012. évi teljesítményéről. http://www.ksh.hu/docs/hun/xftp/idoszaki/jeltur/jeltur12.pdf [Letöltés: 2013. dec. 16.]

Michalkó, G. (2008): A turisztikai tér társadalomföldrajzi értelmezésének új dimenziói, PhD értekezés, MTA, Budapest.

Michalkó G. (2005): A Tisza-tó turisztikai potenciálja. Földrajzi Értesítő. 54/1-2., pp. 129 – 147.

Molnár A. 2008: A Tisza-tó régió turisztikai termékkínálata. In: Dávid L. – Michalkó G. (szerk.) 2008: A Tisza-tó turizmusa, Magyar Turizmus Zrt., Budapest, pp. 139–141.

MTZrt. (2013): Balaton kutatás 2012. www.turizmusonline.hu [Letöltés: 2013. dec. 16.]

Polgár J. (2010): A Tisza-tó vonzereje, azonosító jegyei, egyedisége. Turizmus Bulletin 2010/1-2.

Prommer, M. – Skwarek, K. (2001): Report on the Economic and Social Impacts of the Cyanide Spill and Heavy Metal Pollution on River Tisza, (Budapest, Center for Environmental Studies, manuscript)

Puczkó L. – Rátz T. (2003): A turizmus hatásai, 3. átdolgozott kiadás. Aula Kiadó, Budapest, p.490.

Vasvári M. – Dávid L. – Szabó Sz. (2011): A területhasználat néhány változása és következményei a Tisza-tónál, Gazdálkodás, 55(4), pp. 395–406.

VÁTI 1985: A Középtiszavidék Üdülőkörzet VII. ötéves tervi fejlesztési koncepciója. Budapest

Internetes források

www.mohosz.hu/cikk24.html (Letöltés: 2013. dec. 30.)

www.tisza-to.hu (Letöltés 2013. dec. 31.)

www.sporthorgasz.eu (Letöltés 2013. dec. 31.)

www.tiszataviokocentrum.hu (Letöltés 2013. dec. 31.)

www.turakozpont.hu (Letöltés 2013. dec. 31.)

www.tisza-to.lap.hu (Letöltés 2013. dec. 31.)

MELLÉKLETEK

I. MELLÉKLET: Horgászturista kérdőív

II. MELLÉKLET: Szállásadói kérdőív

III.MELLÉKLET: Önkormányzati adatlap

KÉRDŐÍV

Életkor	…….. év	Nem:	Nő ☐ Férfi ☐
Lakóhely:	……		
Iskolai végzettség	Kevesebb, mint 8 oszt. ☐	Általános iskola ☐	Szakmunkásképző ☐
	Szakközépiskola ☐	Gimnázium ☐	Egyetem, főiskola ☐
Jelenlegi foglalkozás	Diák/Hallgató ☐	Alkalmazott ☐	Vállalkozó ☐
	Munkanélküli ☐	Nyugdíjas ☐	

1. Ha nem helybéli, melyik településen szállt meg? …….

2. Lakóhelyéről mivel érkezett?

Saját személygépkocsi ☐
Ismerősök hoztak ☐
Vonat ☐
Autóbusz ☐
Bicikli ☐

3. A vízhez (a szálláshelyéről) mivel jár le?

Gyalog ☐
Személygépkocsi ☐
Bicikli ☐
Motor ☐
Egyéb: ……..

4/a. Tagja-e valamelyik horgászegyesületnek? Igen ☐ Nem ☐

4/b. Miben segítette Önt (illetve horgászatát) az adott egyesület?

Semmiben ☐
Horgászhelyek választásában ☐
Módszertani, szakmai segítség ☐
Jogi segítség ☐
Rendszeres egyesületi élet ☐
Saját vízterülete van ☐
Egyéb: .....

5. Hány alkalommal horgászott már a Tisza-tavon (ill. a hozzá tartozó Tisza-szakaszon)?

Ez az első ☐ 2-5 alkalom ☐ >5 alkalom ☐ Rendszeresen járok ☐

6. Milyen gyakran jár a Tisza-tóra horgászni, és kikkel? Kérem, jelölje be oszloponként!

	Egyedül	**Horgász ismerősökkel**	**Nem horgászó ismerősökkel, rokonokkal**
Hetente többször			
Hétvégente			
Havonta			
Félévente			
Évente 1-szer, hosszabb időre			
Évente 1-2-szer rövidebb időre			

7. Melyik évszakban horgászik a legtöbbször a Tisza-tónál (és az itteni Tisza-szakaszon)?

Tavasz ☐ Nyár ☐ Ősz ☐ Tél ☐

8. Melyik évszakban horgászik a legtöbbször általában?

Tavasz ☐ Nyár ☐ Ősz ☐ Tél ☐

9. Összesen hány napot tölt egész évben a Tisza-tónál? ……. nap

10. Évi rendes szabadságának (kiveendő szabadnapjainak) kb. hány %-át tölti el horgászattal?

Horgászattal bárhol:……..……

Horgászattal a Tisza-tavon:……...

11. Más területen szokott-e rendszeresen horgászni? Ha igen, hol? Igen ☐ Nem ☐

.....

.....

12. Miért szeret horgászni?

Teljes kikapcsolódás	☐	„Vadászat” izgalma	☐
Megszokás nyugalma	☐	Zsákmányszerzés öröme	☐
Természet harmóniája	☐	Haverok, buli	☐
Kedvenc hobby	☐	Korábbi élmények	☐
Halhús szeretete	☐	Egyéb: ……..…….....	
Halat vihetek haza	☐	.....	

13. Miért szeret a Tisza-tónál horgászni?

Változatos víz	☐	Megfelelő a tájékoztatás	☐
Kapcsolódó szolgáltatások	☐	Jegyek ár-érték aránya jó	☐
Jól megközelíthető térség	☐	Jók a fogási esélyek	☐
Családtagok számára megfelelő programlehetőség	☐	Jó szálláshelyek	☐
		Egyéb: …….…….....	

14. Milyen típusú jegyet vásárol általában?

Éves ☐ Heti ☐ 3 napi ☐ 2 napi ☐ 1 napi ☐

15. Honnan szokott leginkább horgászni?

Partról ☐ Partról és csónakból ☐ Csónakból ☐

16. A családi nyaralás helyszínét meghatározza-e az, hogy Ön horgászik? I ☐ N ☐

17. Hogyan választja ki a szállását?

Ahol az este éri	☐	Helyiektől tájékozódik	☐
Ismerősökön keresztül	☐	Szórólapok ajánlatából	☐
Utazási irodánál	☐	Internetről	☐
TourInform irodánál	☐	Korábbi tapasztalat alapján	☐
TV/rádió ajánlat	☐	Egyéb: …….…….....	

18. A szálláshely kiválasztásánál mely szempontok fontosak?

Kényelem	☐	Hal hűtése/tárolása	☐
Víz közelsége	☐	Halat fel tudom dolgozni	☐
Ára	☐	A halat elkészíthetem	☐

Egyéb: …….....……....

19. Milyen típusú szálláshelyet vesz igénybe?

Vízparton éjszakázik	☐	Hotel	☐
Fizetős kemping	☐	Panzió	☐
Saját ingatlan	☐	Fizetővendéglátás	☐
Saját vízi járművön alszik	☐	„Horgásztanya”	☐
Rokon, barát házában	☐		
Rokon, barát vízi járművén	☐	Egyéb: …….....	

20. Horgászás során, milyen szolgáltatásokat vesz igénybe saját részére?

Felszerelés vásárlása	☐	Büfé	☐
Csali, etetőanyag	☐	Étterem	☐
(Motor)csónakbérlés horgászathoz	☐	Horgászkísérő	☐
Szállás	☐	Egyéb szervezett túra	☐
Bolt	☐	Piac	☐

Egyéb: ……..…….....

21. A Tisza-tónál töltött idő alatt a horgászaton kívüli egyéb tevékenységei mennyi időt tesznek ki (órában)?

Helyi rendezvényen való részvétel	……. óra
Kiállítás megtekintése	……. óra
Tanösvény bejárása	……. óra
Látogató-központ megtekintése	……. óra
Fényképezés	……. óra
Biciklitúra	……. óra
Kirándulás motorcsónakkal	……. óra
Kirándulás evezős csónakkal (kenuval, kajakkal)	……. óra
Étterem, büfé meglátogatása	……. óra
Nem várt elfoglaltság (pl. orvos, szerviz)	……. óra

22. Mire mennyit költ egy-egy horgászat (illetve a felkészülés) során (Ft-ban kifejezve)?

	otthon	helyben		otthon	helyben
Horgászjegy			Egyéb szervezett túra		
Csali, etetőanyag			Horgászfelszerelés		
Csónakbérlés			Üzemanyagra az utazáshoz		
Csónak tárolása			Üzemanyag csónakhoz		
Szállás			Ajándék, emlék otthonra		
Vendéglátóhely			Helyi program, rendezvény		
Horgászkísérő			Élelmiszer		
Egyéb: ……			Nem várt kiadás: ……...….		

23. Egy-egy alkalommal mennyit költ összesen a Tisza-tónál? ……. Ft

24. Voltak-e a Tisza-tónál nagyobb költései?

Csónak vásárlása	☐	Ház vásárlása	☐
Csónakmotor vásárlása	☐	Ház építése	☐

Egyéb nagyobb beruházás: .....

25. Kivel/Kikkel érkezik a Tisza-tóhoz?

Mindig egyedül	☐	Rokonnal (1 fő)	☐
Ismerőssel (1 fő)	☐	Családdal (2-nél több fő)	☐
Barátokkal (max. 10 fő)	☐	Egyéb: …….....	

26. Amíg Ön horgászik, mivel töltik az idejüket, akikkel érkezett?

Strandolnak	☐	Vízi túráznak	☐
Wellness programon vesznek részt	☐	Kerékpároznak	☐
Kulturális rendezvényt látogatnak meg	☐	Lovagolnak	☐
Ők is horgásznak	☐	Egyéb: …….….....	

27. Értékelje, hogy az alábbiak közül melyikkel mennyire (1: egyáltalán nem, 5: teljes mértékben) volt elégedett látogatása során!					
Horgászhelyek mennyisége	1	2	3	4	5
Horgászhelyek rendezettsége	1	2	3	4	5
Horgászokat irányító táblarendszer kiépítettsége	1	2	3	4	5
Horgász információs rendszer megléte, haszna	1	2	3	4	5
Csónakbérlés lehetősége	1	2	3	4	5
Csónak bérlet ára	1	2	3	4	5
Szerviz lehetőségek (felszerelés, közlekedési járművek)	1	2	3	4	5
Horgászboltok száma	1	2	3	4	5
Horgászboltok árai	1	2	3	4	5
Horgászjegy vásárlási lehetőség (helyek száma)	1	2	3	4	5
Horgászjegy vásárlási lehetőség (nyitva tartás)	1	2	3	4	5
Horgászjegy ára	1	2	3	4	5
Horgásztársak együttműködése	1	2	3	4	5
Halőrzés minősége	1	2	3	4	5
Halőr felkészültsége, szakszerűsége	1	2	3	4	5
Halőr udvariassága, hozzáállása, segítőkészsége	1	2	3	4	5
Halőr megvesztegethetősége (1: megvesztegethető, 5: nem megv.)	1	2	3	4	5
Horgászvíz minősége	1	2	3	4	5
Kifogott halak mennyisége	1	2	3	4	5
Fogott halak mérete	1	2	3	4	5
Haltelepítés gyakorisága	1	2	3	4	5
Halászati hasznosító munkája	1	2	3	4	5

28. Ön szerint ki a horgászati (halászati) hasznosító a Tisza-tavon? …….

29. Honnan gyűjti be az ismereteit a Tisza-tavi horgászatához?

Személyes kapcsolatokból	☐	Információs táblákról	☐
Internetről	☐	Ingyenes kiadványokból	☐
Horgászboltból	☐	Egyéb: …….....	

30. Milyen halra szeret horgászni a Tisza-tóban (és a hozzá tartozó Tisza-szakaszon)?

Ponty	☐	Süllő	☐
Compó	☐	Harcsa	☐
Keszegfélék	☐	Balin	☐
Kárász	☐	Csuka	☐
Amur	☐	Sügér	☐
Mindegy	☐	Egyéb: …….	

31. Származik-e jövedelme a horgászathoz köthetően?
Ha igen, kérem, jelölje be, hogy miből!

Etetőanyag készítése	☐	Szállásadás	☐
Horgászbolt működtetése	☐	Kifogott hal eladása	☐
Horgásztúrák szervezése	☐	Csónak bérbeadása	☐
Horgászvezetés	☐	Büfé üzemeltetése	☐
Kikötő működtetése	☐	Étterem üzemeltetése	☐

Egyéb: …….....…

SZÁLLÁSADÓI KÉRDŐÍV

Szálláshely neve:		**Kitöltés dátuma:**	
Szálláshely címe:	……		
Tulajdonos/neve:	……		
Üzemeltető neve:	……		
Működési formája:	Kft. ☐	Bt. ☐	Egyéni vállalkozás ☐	Egyéb: …….....
Működés kezdete:	…… év		

1. Működés jellemzői (töltse ki az üzemelési időszakra vonatkozóan!)			
2012 ősz ☐	2012-13 tél ☐	2013 tavasz ☐	2013 nyár ☐
Kihasználtság: …..%	Kihasználtság: …..%	Kihasználtság: …..%	Kihasználtság: …..%
Költségei: ……..……	Költségei: ……..……	Költségei: ……..……	Költségei: ……..……

2. Kialakítás jellemzői			
Típusa (célja)	Új, szálláshely céljából épített épület ☐	Régi épület felújításával ☐	
	Új, szálláshely céljából épített épületrész ☐	Régi építésű épületrész felújításával ☐	
Beruházás időpontja	.....	**Beruházás költsége:**	……... Ft
Önerő: ……%	**Egyéb forrás típusa:**	.....	

3. A szálláshely típusa és besorolása			
Hotel ☐	Magánszállás ☐	5 csillagos ☐	4 napraforgó ☐
Motel ☐	Falusi szálláshely ☐	4 csillagos ☐	3 napraforgó ☐
Fogadó ☐	Nyaraló/magánház ☐	3 csillagos ☐	2 napraforgó ☐
Panzió ☐	Garniszálló ☐	2 csillagos ☐	1 napraforgó ☐
Kemping ☐	Ifjúsági szálló ☐	1 csillagos ☐	Kategóriajelölés nélküli ☐
Üdülőfalu ☐	Appartman/lakás ☐	Kategóriajelölés nélküli ☐	
4. Szobák / Appartmanok száma (db) és ára			
Egyágyas: …….. db	Kétágyas: …… db	Appartman: …… db	Egyéb: ……..
…… Ft	…… Ft	…… Ft	…… Ft
Férőhelyek száma összesen:		…… fő	

5. Vendégek száma és összetétele					
2012			2013 I. félév		
Vendégszám összesen: …… fő	Ebből belföldi (fő/%)		Vendégszám összesen: …… fő	Ebből belföldi (fő/%)	
	Ebből horgász			Ebből horgász	
	Ebből külföldi (fő/%)			Ebből külföldi (fő/%)	
	Ebből horgász			Ebből horgász	

6. Vendégéjszakák száma és összetétele					
2012			2013 I. félév		
Vendégéj összesen: ……	Ebből belföldi (éj/%)		Vendégéj összesen: ……	Ebből belföldi (éj/%)	
	Ebből horgász			Ebből horgász	
	Ebből külföldi (éj/%)			Ebből külföldi (éj/%)	
	Ebből horgász			Ebből horgász	

7. A horgász vendégek átlagosan hány napot tartózkodnak a szálláshelyen?

1 nap ☐ 2-3 nap ☐ 4-6 nap ☐ 1 hét ☐ 2-3 hét ☐ 1 hónap ☐

8. Melyik évszakban van a legtöbb horgász vendégük?

Tavasz ☐ Nyár ☐ Ősz ☐ Tél ☐ Egyenletes az eloszlásuk ☐

9. Honnan érkezik a horgász vendégek többsége? *(Külföldiek esetén ország megnevezése)*

1. Település neve: ……..... 2. Település neve: ……..... 3. Település neve: ……..... Nincs információja róla ☐

10. A horgász vendégek többsége kivel/kikkel érkezik a szálláshelyre?

Mindig egyedül ☐ Rokonnal (1 fő) ☐ Több ismerős (max. 10 fő) ☐

Családdal (2-nél több fő) ☐ Ismerőssel (1 fő) ☐ Egyéb: ……..

11. Kérem, sorolja fel, hogy a horgásszal érkező többi vendég számára milyen programokat/szolgáltatásokat nyújt az Ön szálláshelye?

Program(ok): ……

Szolgáltatás(ok): ……

12. A horgász vendégek többsége hogyan foglalja le szállását Önöknél?

Beeső (walk-in) vendég ☐ Helyiektől tájékozódik ☐

Ismerősön/baráton keresztül ☐ Szórólapok ajánlatából ☐

Utazási irodánál ☐ Internetről ☐

TourInform irodánál ☐ Korábbi tapasztalat alapján visszatérő vendég ☐

TV/rádió hirdetés alapján ☐ Egyéb: …….…….....

13. Hogyan reklámozza a szálláshelyet? *(Több válasz is lehetséges)*			
TV/rádióhirdetés	☐	Horgászbolt	☐
Internet	☐	Köztéri információs táblák	☐
Nyomtatott sajtó	☐	Ingyenes kiadványok	☐
Horgászati szaklap	☐	Egyéb: …….....	
Mennyit költ reklámra évente?		……..…… Ft	

14. A szálláshely foglalkoztatottsági jellemzői (fő)			
A szálláshely dolgozóinak száma összesen egy évben (2012)		Ebből helyi lakos	
Ebből állandó alkalmazott		Ebből helyi lakos	
Részmunkaidős		Ebből helyi lakos	
Szezonális dolgozó		Ebből helyi lakos	
Önkéntes/gyakornok		Ebből helyi lakos	

15. A tulajdonos (T) és/vagy üzemeltető (Ü) helyi lakos-e?	Igen ☐	Nem ☐
Ha HELYI LAKOS, akkor mindig is itt lakott-e?	Igen ☐	Nem ☐
Ha nem, akkor miért költözött ide?	……..……	
Honnan költözött ide?	……..……	
Ha NEM HELYI LAKOS, akkor hol lakik?	……..……	

16. A szálláshely tulajdonosa (T) és/vagy üzemeltetője (Ü) hogyan viszonyul a horgász vendégekhez? *(Kérjük, egyértelműen jelölje, hogy pontosan ki(k)re vonatkozik a válasz!)*

7 ☐	6 ☐	5 ☐	4 ☐	3 ☐	2 ☐	1 ☐
Kifejezetten rájuk specializálódott	Szívesen látja vendégül őket	Fenntartásokkal, de inkább vendégül látja őket	Nincs különbség más vendégekhez képest	Inkább nem, de ha nincs más vendég	Nem szívesen látja vendégül őket	Sohasem ad szállást nekik

17. A szálláshely tulajdonosa (T) és/vagy üzemeltetője (Ü) szokott-e maga is horgászni? *(Kérjük, egyértelműen jelölje, hogy pontosan ki(k)re vonatkozik a válasz!)*	Igen ☐	Nem ☐

18. Tagja-e valamelyik horgászegyesületnek? *(Kérjük, egyértelműen jelölje, hogy pontosan ki(k)re vonatkozik a válasz!)*	Igen ☐	Nem ☐

19. A tulajdonos és/vagy üzemeltető miért kedveli/nem kedveli a horgász vendégeket?

(Kérjük, egyértelműen jelölje, hogy pontosan ki(k)re vonatkozik a válasz!)

(Max. 3 válasz lehetséges személyenként!)

Ideális vendég	☐	Nem ideális vendég	☐
Csendre, nyugalomra vágyik	☐	Hangos, italozós	☐
Szereti a természetet	☐	Igénytelen, szemetes	☐
Hálás a szolgáltatásokért	☐	Halpucolás negatívumai miatt (pl. szag és hulladék)	☐
Többedmagával érkezik	☐	Korábbi rossz tapasztalok alapján	☐
Egyéb pozitívum: ……..		Egyéb negatívum: ……	

20. A horgászok szempontjából milyen plusz szolgáltatásokat kínál a szálláshely?

Kedvezmény a szálláshely árából ☐ …..% *Milyen formában?*.....

Kínált szolgáltatások és az igénybe vevők aránya			***Kik végzik ezeket a szolgáltatásokat?***							
			T tulajdonos	*üzemeltető*	*állandó alkalm..*	*részm.idős alalmazott.*	*szezonális dolgozó*	*családtag*	*külso megbízott (vállalkozó)*	*egyéb*
Kikötő üzemeltetése	☐	…..%								
Horgászkísérő biztosítása	☐	…..%								
Szervezett túrvezetés	☐	…..%								
Programajánlat	☐	…..%								
Motor/csónakbérlés	☐	…..%								
Kerékpárkölcsönzés	☐	…..%								
Horgászfelszerelés bérlése	☐	…..%								
Horgászbolt/Csali	☐	…..%								
Horgászjegy	☐	…..%								
Hal hűtése/tárolása	☐	…..%								
Halfeldolgozó helyiség fenntart.	☐	…..%								
Halfőzési/sütési lehetőség	☐	…..%								
Büfé	☐	…..%								
Étterem	☐	…..%								
Hal árusítása	☐	…..%								
Egyéb: ……		…..%								

21. A tulajdonos (T) és/vagy üzemeltető (Ü) szerint fontosak ezek a szolgáltatások a horgászok szálláshelyek közötti döntésében?

(Kérjük, egyértelműen jelölje, hogy pontosan ki(k)re vonatkozik a válasz!)

Igen ☐
Nem ☐
Talán ☐

Köszönjük válaszait!

TISZAFÜRED
ÖNKORMÁNYZATI KÉRDŐÍV

ÁLTALÁNOS ADATOK

Kapcsolattartó személy:	
Telefon/fax:	
E-mail:	
Területe:	Km²
Népessége:	Ezer fő
Foglalkoztatottak száma:	Ezer fő
Nyugdíjasok száma	Ezer fő
Munkanélküliek száma:	Ezer fő

ELÉRHETŐSÉGI VISZONYOK, INFRASTRUKTÚRA

Kerékpárutak kiépítettsége

Megnevezés	*I*	N	Jellemző adatok*
Belterületi kerékpárút			Kiépített kerékpárút-hálózat hossza a településen: **km**
Más településekkel összekötő kiépített kerékpárút			Kerékpárúton elérhető szomszédos települések **felsorolása**:

Kikötői ellátottság

Kikötő(k) neve	Kikötő(k) nyitva tartása, üzemeltetése az év során	Befogadó képesség(ük)	Kikötő(k) forgalma	Kikötő(k) szolgáltatásai

IDEGENFORGALOM

A település idegenforgalmi szempontból jelentős értékei, látnivalói

Természeti	Építészeti	Kulturális
1)	1)	1)
2)	2)	2)
3)	3)	3)

Fontosabb, évente megrendezett idegenforgalmi jelentőségű rendezvények (Kérjük, csak azokat a rendezvényeket sorolja fel, melyeken jelentős a kistérségen kívülről érkezett látogatók száma!)

Rendezvény	Időpont

GAZDASÁG

Vállalkozások által fizetett adók (ezer Ft-ban):

ÉPÍTMÉNYADÓ	2013 I. félév	2012	2011	2010
Összes vállalkozás				
Szálláshelyek				
Vendéglátóhelyek				
Csónaképítés				
Csónakmotor árusítás				
Benzinkút				
Horgászbolt				
Élelmiszerbolt				
Egyéb turisztikai szolgáltatók				

IPARŰZÉSI ADÓ	2013 I. félév	2012	2011	2010
Összes vállalkozás				
Szálláshelyek				
Vendéglátóhelyek				
Csónaképítés				
Csónakmotor árusítás				
Benzinkút				
Horgászbolt				
Élelmiszerbolt				
Egyéb turisztikai szolgáltatók				

KOMMUNÁLIS ADÓ	2013 I. félév	2012	2011	2010
Összes vállalkozás				
Szálláshelyek				
Vendéglátóhelyek				
Csónaképítés				
Csónakmotor árusítás				
Benzinkút				
Horgászbolt				
Élelmiszerbolt				
Egyéb turisztikai szolgáltatók				

FOGLALKOZTATOTTAK SZÁMA (fő)	2013 I. félév	2012	2011	2010
Összes vállalkozás				
Szálláshelyek				
Vendéglátóhelyek				
Csónaképítés				
Csónakmotor árusítás				
Benzinkút				
Horgászbolt				
Élelmiszerbolt				
Egyéb turisztikai szolgáltatók				

IDEGENFORGALMI ADÓ	2013 I. félév	2012	2011	2010
Szálláshelyek				

FEJLESZTÉSEK

Az elmúlt 10 évben indult vállalkozások:

Fő tevékenységi kör	Működés kezdete	Működés vége (ha már nem műk.)	Legmagasabb foglalkoztatott létszám

Az elmúlt 5 évben megvalósult legjelentősebb fejlesztések a településen

Fejlesztés tartalma	A fejlesztés költsége (e Ft)
1)	
2)	
3)	
4)	

Jelenleg végrehajtás alatt álló fontosabb fejlesztési projektek

Projekt tartalma	Támogatás összege (e Ft)	Támogatás folyósítója	Kezdés ideje	Befejezés várható ideje
1)				
2)				
3)				
4)				

A település beadott (elbírálás alatt lévő) fontosabb pályázatai

Pályázat tartalma	Pályázott támogatás (eFt)	Pályázat kiírója	Kezdés tervezett ideje	Befejezés tervezett ideje
1)				
2)				
3)				
4)				

Jelenleg előkészítés alatt lévő pályázatok, projektek

Pályázat, projekt tartalma	Tervezett költségvetés (eFt)
1)	
2)	
3)	
4)	

A települési önkormányzat által tervezett jövőbeni fontosabb fejlesztések

1)
2)
3)
4)