



A HORGÁSZTURIZMUS HELYZETE ÉS LEHETŐSÉGEI HAZÁNKBAN A 2020-AS ÉVEK ELEJÉN

TIMÁR VILMOS – MIKLÓSNÉ VARGA ANITA – KALMÁR SÁNDOR

Széchenyi István Egyetem Albert Kázmér Mosonmagyaróvári Kar,

Agrárökonómiai Tanszék

ÖSSZEFOGLALÁS

A turizmus különböző megjelenési formái közül hazánkban turisztikai szempontból a horgászturizmusban jelentős potenciál rejlik hiszen Magyarország folyói, tavai és holtágai ezt lehetővé tennék. Kutatásunk célja feltérképezni a hazai horgászturizmus helyzetét, lehetőségeit kitérve a COVID19 vírus miatt elrendelt karantén hatásaira. Saját vizsgálatként kérdőíves kutatást készítettünk, amit online formában tettünk meg, hogy minél több emberhez eljuthasson. Kérdőívünk alapsokasága egy országos horgászegyesület tagsága, a kérdésekre 550 fő válaszolt az ország minden megyéjéből. A vizsgálati rész végén SWOT elemzés formájában foglaltuk össze strukturált módon tapasztalatainkat.

Az eredmények alapján elmondható, hogy a megfelelően felépített marketingstratégiával több horgász figyelmét fel lehetne kelteni a horgászturizmus iránt. Elsősorban a horgászok számára megfelelő infrastrukturális háttérrel rendelkező helyeket kellene népszerűsíteni.

Kulcsszavak: horgászturisták motivációja, preferált desztináció, horgászati célú üdülés, horgászturizmus SWOT

BEVEZETÉS

Természeti adottságai alapján hazánk kiválóan alkalmas lehet a horgászturizmusra, hiszen két nagy folyó is kettészeli országunkat. A Magyarországot átszelő (vagy itt eredő) vízfolyások száma megközelíti a 10 ezret (a csatornákkal együtt), a tavak száma a

nyilvántartások szerint mintegy 4 ezer. Az utóbbiak zöme nem kereskedelmi szempontból számít jelentősnek, inkább a vízi turizmus (beleértve a horgászatot is) miatt, bár számuk a különféle hatások következtében folyamatosan csökken, ami a biológiai sokféleség csökkenésével jár együtt (*Jászberényi, 2019*). A turizmus különböző megjelenési formái közül hazánkban turisztikai szempontból a horgászturizmusban jelentős potenciál rejlik hiszen Magyarország folyói, tavai és holtágai ezt lehetővé tennék. A Duna, amelynek magyarországi szakasza 417 km, kiváló lehetőséget nyújt a horgászat iránt érdeklődőknek. A Tisza magyarországi szakasza 595 km, de a turizmus mégsem az élő folyón a népszerűbb inkább a Tisza-tó, hazánk második legnagyobb tava csalogatja a pihenni és sportolni vágyó embereket (*Molnár és Remenyik, 2017*).

A „horgász-halás” szektor a magyarországi halgazdálkodást, haltermelést, az ezzel kapcsolatos keresleti és kínálati igényeket, szakmai és társadalmi, rekreációs szolgáltatásokat nyújtó, igénybe vevő és támogató szervezetek és személyek, azok szellemi és gazdasági teljesítményének összessége. A szektor ágazatokra, azokon belül specializációkra (elkülöníthető részekre) és ágazatközi specifikumokra (sajátosságokra) osztható. Számítási metodikától függően 40-100 milliárd forint közvetlen gazdasági teljesítményt eredményez évente, 4 000 – 7 000 munkavállaló, alkalmazott dolgozik az ágazatban és 700 ezer – 1,5 millió fő érintett szolgáltatás és/vagy termékvásárlóként (*Dérer, 2021*).

A szektor társadalmi jelentősége messze túlmutat a GDP-hez való hozzájárulásán, sőt, nem is ez az elsődleges feladata, hanem a hanem a széles személyi kört érintő rekreációs szolgáltatások és az ökoszisztéma-szolgáltatások biztosítás, valamint a vízvízsszattartás, kapcsolatosan a mikroklíma támogatása, figyelemmel az évszázados halászati hagyományokra és a nemzeti horgászsporthoz való sikereire is (*Dérer, 2021*).

A horgászturizmus nagyszerű megoldást jelenthet a szezonális csökkenésére a turisztikai szektorban. A turizmus ezen ága jó lehetőség a gazdaságilag elmaradott területeknek, ezt Európában már több országban is felismerték. Irodalmi áttekintésünkben először az ágazat turisztikai besorolását mutatjuk be, kitérve hazánkban való jelentőségére. Elemezzük továbbá a társadalomra és a környezetre gyakorolt pozitív és negatív hatásait, amelyből kiderül, milyen előnyökkel jár az ágazat fejlesztése és népszerűsítése, valamint milyen veszélyeket hordoz magában. A tanulmányhoz összeállított kérdőív alapsokasága egy országos horgászegyesület tagsága. A válaszok alapján jól meg lehet határozni az általános igényeket és szokásokat, amelyek

feltérképezésével az ágazat hiányosságait és egyéb problémáit is megtudhatjuk. kérdőív kiértékelése előtt felállított hipotéziseket megvizsgálva és a kérdőíveket kiértékelve készítettünk egy SWOT elemzést, amellyel összefoglalva, jól szemléltetve tudjuk bemutatni az ágazat jellemzőit. Célunk a horgászturizmus lehetőségeinek ismertetése.

IRODALMI ÁTTEKINTÉS

A turizmusnak több definícióját is megkülönböztethetjük, de a WTO és az Interparlamentáris Unió 1989-ben elfogadta a Hágai nyilatkozatot, amelyben definiálásra került a turizmus, amely meghatározás szerint „a turizmus magában foglalja a személyek lakó- és munkahelyen kívüli minden szabad helyváltoztatását, valamint, az azokból eredő szükségletek kielégítésére létrehozott szolgáltatásokat.” (Lengyel, 2014) A turizmus célja nem letelepedés vagy munkavállalás. A turistákat két kategóriába sorolhatjuk, az allocentrikus turisták inkább az ismeretlen iránt érdeklődnek, míg a pszichocentrikus turisták a jól megszokott helyeket részesítik előnyben (Fekete, 2005).

A horgászturizmus turisztikai besorolása




Számos esetben nehéz meghúzni a határvonalat az egyes turisztikai termékek közt, illetve nehéz eldönteni, hogy egy bizonyos turisztikai tevékenység melyik kategóriába tartozik. (URL9) Vannak olyan turisztikai tevékenységek, amelyek között viszonylag erősek a szinergikus hatások – ilyen többek között az aktív, az öko- és a horgászturizmus, mivel számos közös vonásuk van: az öko- és horgászturizmus kizárólagosan, az aktív turizmus pedig jelentős részben természeti erőforrásokra épül; egyik sem tömegturizmus; és mindegyikhez egyfajta elhivatottság, alázat szükséges. Raffay (2022) az 1. táblázatban mutatja meg a horgászturizmus szinergikai kapcsolatait más turisztikai termékekkel.

1. táblázat: A horgászturizmus szinergikai kapcsolatai más turisztikai termékekkel

Table 1: Synergistic relations of fishing tourism with other tourist products

	Városi turizmus	Falusi turizmus	Egészségturizmus	Kulturális turizmus	Aktív turizmus	Ökoturizmus	Horgászturizmus	Tematikus parkok, utak	MICE turizmus	VFR turizmus	3 vagy 4 S turizmus
Városi turizmus		X									
Falusi turizmus											
Egészségturizmus											
Kulturális turizmus											
Aktív turizmus											
Ökoturizmus											
Horgászturizmus											
Tematikus parkok, utak											
MICE turizmus											
VFR turizmus											
3 vagy 4 S turizmus											

Jelmagyarázat:

X	egymást kizáró tényezők
	erős kapcsolat
	közepesen erős kapcsolat
	gyenge kapcsolat

Forrás: MICHALKÓ et al. (2011) in Raffay

„Nincs kapcsolat” kategória szándékosan nem szerepel; bármely turisztikai motivációval érkező vendégérdeklődhet olyan turisztikai termékek iránt is, amelyek közt a kapcsolat nem evidens. Ma már létezik „urban fishing”, vagyis városi horgászat nevű kategória is (Amszterdam Párizs, London, Budapest, hogy csak néhány példát

említsünk), de jellemzően nem generál horgászturizmust, sokkal inkább a helyi horgászok kedvteléséről. (Raffay, 2022)

Az *aktív turizmus* gyűjtőfogalmat képez, különböző formáinak a közös pontja valamilyen természeti erőforráshoz köthető. Ez alapján elmondható, hogy a termék bázisa lehet a természeti környezet valamely eleme (például: folyó vagy állóvíz, ide vonatkozóan: a vízi turizmus, horgászturizmus, vagy egyéb kaland- és extrém turizmus.) *Fleischer és Pizam* (1997) a *falusi turizmust* a „vidéki vakációval” társítják, ahol a turista nyaralásának túlnyomó részét rekreációs tevékenységgel tölti vidéki környezetben egy farmon, tanyán, vidéki otthonban vagy a környező területeken. Más meghatározás szerint a „*falusi turizmus* nem városi és nem kiemelt gyógy- és üdülőhelyeken, hanem a falusi és tanyai térségekben folytatott vendéglátás, amely általában a vendéggel azonos épületben való együttlakás mellett valósul meg és magában foglalja a vendég részére rendszeresen nyújtott étkeztetés szolgáltatásait is” (Raffay, 2022). A *falusi- és agroturizmus* a vidék gazdaságának diverzifikációs lehetősége. A *falusi turizmus* tágabb értelmezésben pedig a vidéken folyó összes turisztikai tevékenység, szolgáltatás és intézmény. Általában jövedelemkiegészítő tevékenységként jelenik meg a szolgáltatók életében ez a fajta turizmus. A falusi turizmus fenntartható, nem tömegturizmus, amely többnyire az egész vidéki közösség érdekeit szolgálja.

A falusi turizmus megjelenési formái szerint lehet *agroturizmus*, amely azt jelenti, hogy a mezőgazdasági tevékenységet hozzákapcsolják a turisztikai szolgáltatáshoz. Az *ökoturizmus* is egy megjelenési formája, amely a természet megismeréséről és természeti értékek bemutatásáról szól. Ebbe az alcsoportba már besorolhatjuk a *horgászturizmust*, de nem minden formában lenne igaz, így a horgászturizmust az aktív- és az ökoturizmus közé helyezhetjük el, mert az aktív turizmusba minden olyan sport beletartozik, amelyet főként vidéki térségekben végzünk, ilyenek a hegymászás, lovas turizmus és kerékpározás (*Belügyminisztérium Vízügyi Főigazgatóság, 2020*)

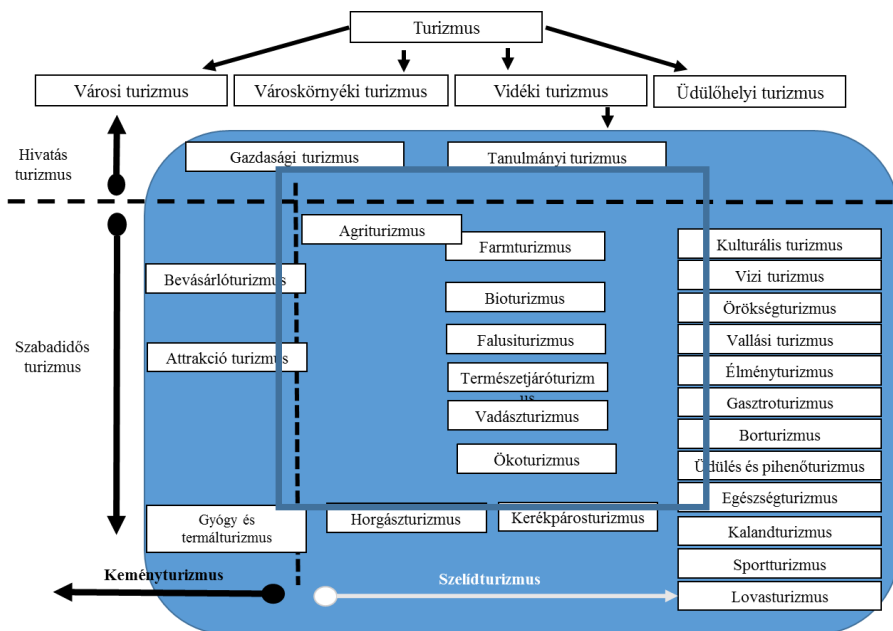
A jelenlegi nemzetközi trendek azt mutatják, hogy az ökoturizmus, a természeti értékek és a természetben végezhető tevékenységek, valamint a természet megismerése iránti vágy folyamatosan növekszik. (Gonda, 2022)

Más csoportosítás szerint megkülönböztethetünk tömegturizmust és alternatív turizmust. A tömegturizmushoz olyan szolgáltatások tartoznak, amelyek nem egyéncentrikusak, nagy tételben közel azonos élményt nyújtanak. A tömegturizmus sokkal inkább egy standard turizmus, ezáltal napjainkra kezdi elveszteni jelentőségét, és

helyébe lép az alternatív turizmus. Az alternatív turizmus lényege, hogy a vendéglátók sokkal jobban figyeljenek az egyéni igényekre. Közvetlenebb viszony alakul ki a vendég és a szolgáltató között. Az alternatív turizmusba tartozik többek között a *falusi turizmus* és az *ökoturizmus*. A horgászturizmust is az alternatív turizmushoz sorolhatjuk. A horgászat teljes mértékben egyéni igényeket elégít ki. Rengeteg tényező figyelembevételével dönthet az egyén, és maga alakíthatja ezeket. Ilyen tényező lehet a horgászat módszere, készségei, célzottan horgászott halfaj vagy bármilyen kiegészítő program. Az alternatív turizmus egyik speciális tulajdonsága, hogy nem előre eltervezett, nem menetrend szerint megy végbe. Ez kifejezetten igaz a horgászatra, hiszen sok tényező függvényében változtathatunk horgász helyet vagy horgász módszert. Befolyásolhat minket a helyválasztásban az évszak, az időjárás, illetve a víz adottságai (Székely, 2016).

A falusi turizmusban is fontos szerepe van a vizek jelenlétének, mert a szolgáltatás diverzifikációját segíti elő. Az ökoturizmusnak is egyik fő része a vizek jelenléte. A vízi turizmus fajtáit lehet területileg csoportosítani, motiváció alapján és igénybe vett eszközök szerint is. A megkülönböztethető formái alapján a következőképpen kerültek besorolásra: *fürdőturizmus*, vízi túrázás, vízi sportturizmus, vízi *kalandturizmus*, horgászturizmus és személyhajózás (Csapó és Darabos, 2011).

A különböző turizmusfajtáknak Fehér-Kóródi, 2008 szerinti rendszerezését, csoportosítását az *1. ábrán* szemléltetjük. A szerzők a fogalmi ellentmondások elkerülésére a turizmusfajták halmazaként határozták meg a vidéki turizmust a hivatás-szabadidős és a kemény-szelíd turizmus dimenzióiban.



1. ábra: A vidéki turizmus lehatárolása, összefüggései az egyes turizmuscsoportokkal, turizmuságakkal és turizmusfajtákkal

Figure 1: Delimitation of rural tourism and its connections with individual tourism groups, tourism types of tourism

Forrás: Fehér és Kóródi ábrája alapján saját szerkesztés, 2022

Az 1. ábra által meghatározott vidékiturizmus fogalom, mint halmaz határai annyira rugalmasak, hogy a következő években önálló turizmusfajták és termékek is bekerülhetnek a fogalom által átfogott körbe (Fehér-Kóródi, 2008).

A horgászturizmus definiálása

A horgászturizmusra nehéz definíciót találni, főleg hazai irodalmakban (Székely, 2016). Pölös Mihály alkotott egy definíciót, mely a horgászturizmus megfogására, mérhetőségére helyezi a hangsúlyt:

„A horgászturizmus olyan, az állandó tartózkodási helyen (helyeken) kívül, vízen vagy vízparton történő aktív szabadidős tevékenység, mely egyetlen célja a halfogás és általában kapcsolódik hozzá helyszíni szolgáltatások igénybevétele.” (Pölös, 2015). Az Európai Parlament 2015. október 29-i állásfoglalása értelmében a fenntartható horgászturizmus jelentősen hozzájárulhat a vidéki térségek fejlődéséhez, továbbá

hangsúlyozza, hogy a turizmus formája csak akkor maradhat fenn, ha az európai vizek veszélyeztetett halfajaival fenntarthatóan gazdálkodnak (*Európai Parlament, 2015*).

A szakirodalmakban megismertek szerint a következőképpen definiálhatnánk a horgászturizmust: minden olyan horgászati célú, vízen vagy vízparton történő aktív szabadidős tevékenység, amely az egyén életvitelén és a munkarendjén (lakóhely és munkahely) kívüli szabad helyváltoztatás, amihez kapcsolódik helyi szolgáltatások igénybevétele.

A helyi szolgáltatások igénybevételét elengedhetetlennek tartjuk a definíció megalkotásakor, mert a horgászturizmus nem csak a horgászturistából áll, hanem a helyi szolgáltatókból, mint a horgászbolt tulajdonosok, szállásadók, kikötők, ahol csónak, vagy felszerelés bérlésére van lehetőség, és a helyi vízgazdálkodóknak nagy bevételt jelentenek a napi vagy hetijegyes horgászok.

Michalkó Gábor (2012) a „Turizmológia” című könyvében szemléletesen leírja a turizmus transzdiszciplináris jellemzőit. A horgászturizmusban is értelmezni lehet a transzdiszciplinaritást, ha egy település horgászturizmusának fejlesztését szeretnénk feltárni egy kutatás által, akkor a kutató mellett számos szakemberre szükség van a precíz megállapításokhoz. A részterületek megfelelő ismerete elengedhetetlen, egyidejűleg szükség van hidrobiológusra, geográfusra, vízgazdálkodási szakemberre és a horgászpiac sajátos területeinek szakembereire is (*Székelly, 2016*). A sikeres turizmus alapja a tudományágakon átívelő gondolkodás (*Michalkó, 2012*).

A horgászturizmus helyzete hazánkban

Magyarországon 130.000 hektár természetes vízterületen van lehetőség horgászni, (2200 halgazdálkodási területen) a sporthorgászat 1960-as évektől kezdett népszerű lenni (*Magyar Országos Horgász Szövetség, 2021*). Az 1970-es években jelentős mennyiségű vízterület került egyesületek és horgászszervezetek kezelésé alá. A természetben eltöltött szabadidő és a rekreáció iránti igény növekedése elősegítette a horgászat népszerűsítését. A horgászat és a horgászturisztikai szektor a családtagokkal együtt 1 millió embert érint. 2019-ben Magyarországon több mint 549.000 horgászt tartottak nyilván, és évente több ezer külföldi horgászturista is érkezik hazánkba. Az ágazat számos munkahelyet teremt és tart fent, a kikötőüzemeltetőktől kezdve a horgászbolt tulajdonosokon át a halőrökig. Hatása nemzetgazdasági értelemben is jelentős. A horgász célú halgazdálkodás hozzájárul a környezet megóvásához, a vízterületek fenntarthatóságának fennmaradásához. A természetes hazai vizek halállományának bővítéséhez, minőségi fejlesztéséhez 5-10 év

szükséges, különös tekintettel a horgászturisták igényeire. A halállomány és vizeink természeti környezetének fejlesztése mellett fontos a minőségi horgásztatás, és horgászturisztikai szolgáltatások megteremtése és ezek szervezett üzemeltetése (*URL*¹).

Az urbanizációs folyamatok miatt egyre nagyobb az igény a korlátozottan rendelkezésre álló szabadidő természetközeli helyen történő eltöltésére. Az Egyesült Királyságban folyamatosan hozzák létre a városközeli, könnyen megközelíthető horgásztavakat, ahol a horgászat mellett egyéb szolgáltatások is rendelkezésre állnak. Hazánkban is folyamatosan létesülnek horgásztavak és a ráépülő turizmus, de az igazi eredményt a horgászegyesületek kezelésében lévő természetes vizeken kialakított horgászturizmus jelentené. Ehhez a horgászatnak komplex termékként kellene megjelennie, amely az attrakciót, a megközelíthetőséget, az ellátást és a vendégszeretetet foglalja magába. Példaként lehet említeni a Maconkai-víztározót, ahol évente átlagosan 10.000 vendég horgász tölt el megközelítőleg 26.000 napot. A helyi horgászegyesület kiegészítő szolgáltatásokat biztosít a családoknak. (*Ivancsó és Ercsey, 2017*).

A horgászturizmus közvetlenül és közvetetten is munkahelyet teremt. Nélkülözhetetlen elemei a vízparti szállás és adott esetben a horgászvezető. Vezetők jelenléte vadvizeinken szükséges, a vendégek helyismeretének hiánya miatt. A vezetők idegennyelv ismerete elvárt a vezető és a vendégek zökkenőmentes kommunikációja érdekében. A turistákat minél több információval kell ellátni a helyi szabályrendszerek és a környék horgászati lehetőségeinek tekintetében. Kiegészítő programok szervezése javasolt a horgászok családtagjai részére. (*URL*²).

ANYAG ÉS MÓDSZER

Primer kutatásunk során online kérdőívet készítettünk, amelyet egy országos horgásszövetség tagjai körében osztottunk meg. A kvantitatív kutatás során célul tűztük ki megismerni a többség magatartását, horgászturizmushoz való viszonyát. Az eredményekből alátámaszthatjuk a szakirodalom által jónak vélt turisztikai lehetőségeinket és feltárhatjuk a hiányosságainkat, amelyek hátráltatják a horgászturizmus fejlődését hazánkban. A kérdőív kitöltése anonim módon történt. A kérdőíves megkérdezés 2021. október 6. és október 14. között zajlott. Összesen 550 fő töltötte ki a kérdőívet, amelyben 20 kötelező kérdés és 9 nem kötelezően kitöltendő kérdés kapott helyet. Az ország minden megyéjéből volt több kitöltő, ezáltal országos

szinten vizsgálhatjuk az eredményeket. A legtöbben Győr-Moson-Sopron és Pest megyében éltek a válaszadás lehetőségével (2. táblázat). Összesen 29 kérdést fogalmaztunk meg, amelyet 3 szakaszra osztottunk. Az első szakaszban a válaszadó személyével kapcsolatban tettünk fel kérdéseket. A második szakaszban a válaszadó környezetében található vízterületeknek a megítélése volt a fő szempont. Harmadsorban a horgászturizmussal kapcsolatos kérdések szerepeltek.

2. táblázat: A válaszadók számának megoszlása megyék szerint

Table 2: Distribution of the number of respondents by county

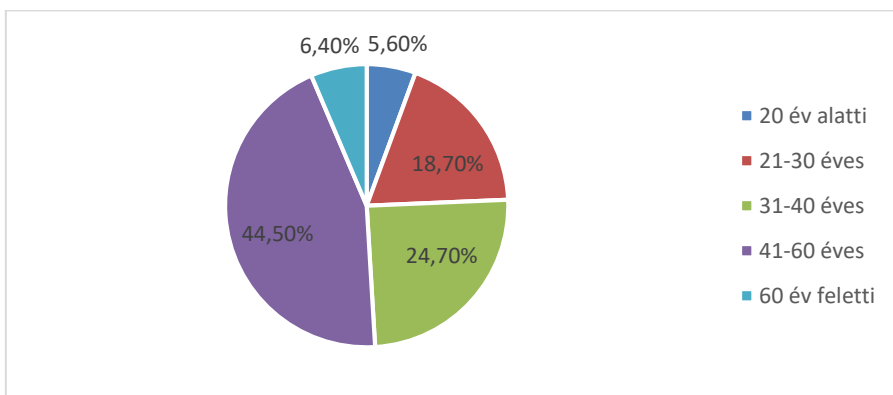
	Megye	Kitöltők száma (fő)	%
1.	Bács-Kiskun	23	4,2
2.	Baranya	11	2
3.	Békés	44	8
4.	Borsod-Abaúj-Zemplén	13	2,4
5.	Csongrád-Csanád	14	2,5
6.	Fejér	8	1,5
7.	Győr-Moson-Sopron	145	26,4
8.	Hajdú-Bihar	17	3,1
9.	Heves	11	2
10.	Jász-Nagykun-Szolnok	27	4,9
11.	Komárom-Esztergom	13	2,4
12.	Nógrád	7	1,3
13.	Pest	103	18,7
14.	Somogy	18	3,3
15.	Szabolcs-Szatmár-Bereg	13	2,4
16.	Tolna	5	0,9
17.	Vas	40	7,3
18.	Veszprém	19	3,5
19.	Zala	8	1,2
20.	Egyéb	11	2

Forrás: a kérdőíves felmérés válaszai alapján, 2021

EREDMÉNYEK

A vizsgálat alapsokasága egy országos horgászegyesület tagsága. A saját vizsgálatunk alapjául szolgáló kérdőívet összesen 550 fő töltötte ki (melyből, mind az $n=550$ db értékelhető volt.) Néhány kérdés tekintetében a nem kötelező válaszadási lehetőség miatt a válaszok száma alacsonyabb. Kérdőívünk kiértékelését a demográfiai kérdésekre adott válaszokkal kezdtük. Az 1-2. kérdésekben a **válaszadó nemére és korosztályára** vonatkozóan gyűjtöttünk adatokat. A válaszadók (93,8%-a) $n=516$ fő férfi, $n=34$ fő (7%) alatt van a hölgyek aránya.

A második kérdés a kitöltők korára vonatkozott (3. ábra). A kérdőívet kitöltők majdnem fele $n=245$ fő (44,5%) a 41-60 év közötti korosztályból kerül ki, ők azok, akik már kialakítottak egy egzsztenciát, így több időt tudnak fordítani a hobbijukra, kikapcsolódásra. A másik nagy csoport a 40 év alatti fiatalok csoportja $n=270$ fő (49%).



3. ábra: A válaszadók életkora

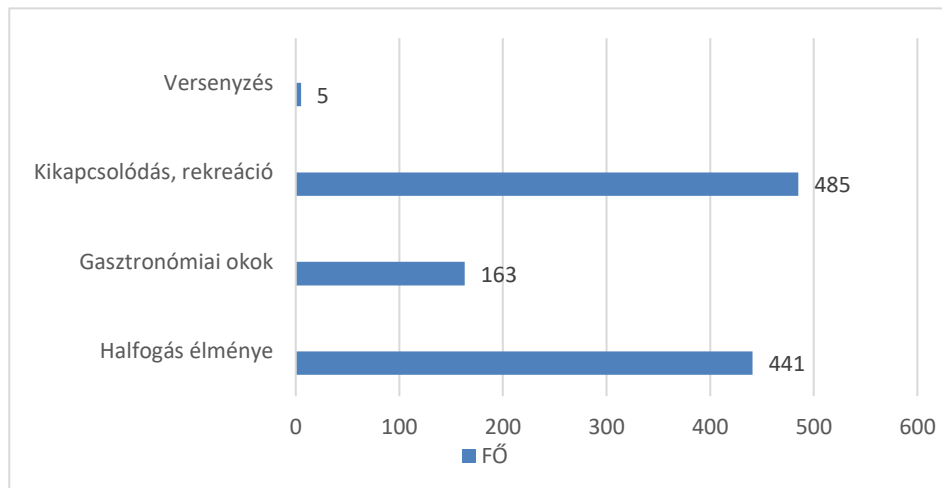
Figure 3: Age of respondents

Forrás: saját szerkesztés a kérdőíves felmérés válaszai alapján, 2021

A harmadik kérdéssel arra kerestük a választ, hogy **mióta horgászik** a kérdőív kitöltője. A korosztályi besorolás alapján feltételezhetjük, hogy a kitöltők nagy része gyermekkorától horgászik ugyanis $n=324$ fő (58,9%) több, mint 20 éve, $n=97$ fő 17,6% 11-20 éve.

A horgászat **motivációjára** vonatkozó kérdésekre adott válaszok alapján első helyen a kikapcsolódás, rekreáció szerepel, 2. helyen a halfogás élménye, 3. leggyakoribb

motivációs tényező a gasztronómia (4. ábra). A többi motivációs faktor aránya szinte elhanyagolható, de említésre méltó a versenysport, ők rendszeresen utaznak horgászati tevékenység miatt belföldön és külföldön egyaránt.

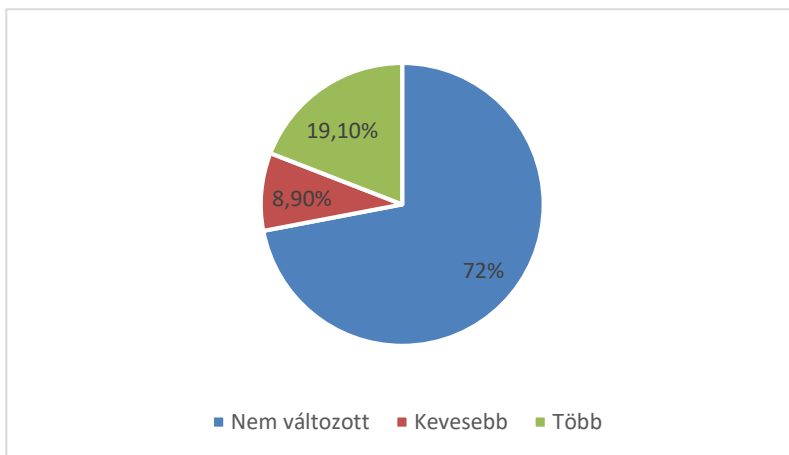


4. ábra: A horgászat célja, a horgász motivációja

Figure 4: The goal of fishing is the angler's motivation

Forrás: saját szerkesztés a kérdőíves felmérés válaszai alapján, 2021

Kérdőívünkben kitértünk a *járványhelyzet hatásaira* is. Arra kerestük a választ, hogy megváltoztatta-e a kialakult járványhelyzet a horgászati szokásokat. Azt feltételeztük, hogy a horgászok több időt töltenek a járványhelyzet hatására a hobbijukkal, de ezt a kitöltők több, mint 80%-a cáfolta meg. A kitöltők 72 százalékának nem változott a horgászattal töltött napok száma, 8,9% pedig kevesebb időt töltött horgászattal, mint a járványhelyzet előtt. Csupán 19,1% igazolta az állításunkat (5. ábra).



5. *ábra*: A járványhelyzet kialakulása óta horgászattal töltött napok száma

Figure 5: Number of days spent fishing since the outbreak of the epidemic

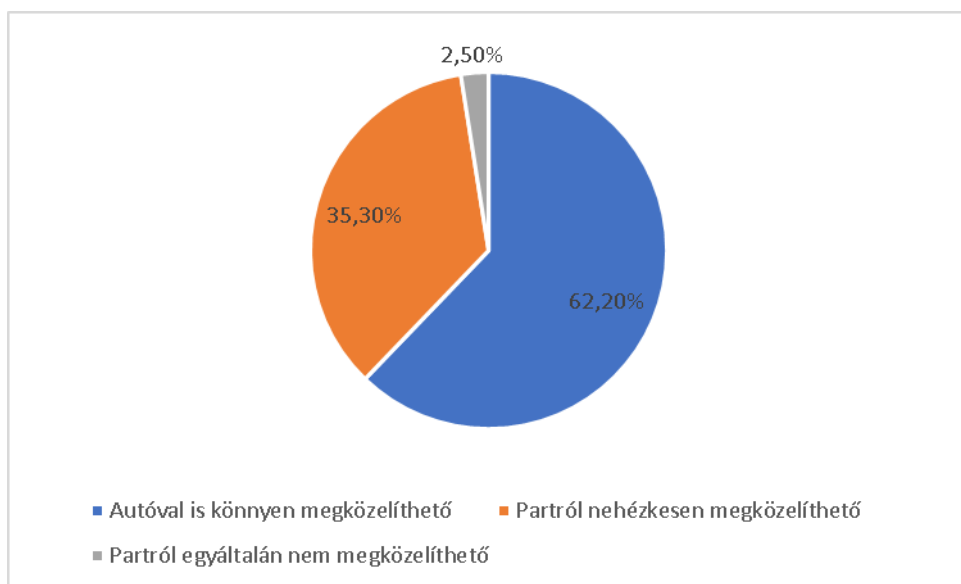
Forrás: saját szerkesztés a kérdőíves felmérés válaszai alapján, 2021

A 7. kérdéssel arra kerestük a választ, hogy ***hova helyezné magát a válaszadó az átlagkeresethez képest***. A válaszadók döntő többsége több, mint 80%-a (n=402 fő) átlag feletti vagy átlaghoz közeli jövedelműnek vallotta magát. Az eredmény arra enged következtetni, hogy az átlag feletti, illetve az átlaghoz közeli jövedelemmel rendelkezők jelentik a horgászturizmus egyik meghatározó célcsoportját.

A 8. kérdésben ***az átlagosan horgászati célú tevékenységre költött jövedelemre*** voltunk kíváncsiak, az eredmény azt mutatja, hogy a válaszadók közel 20%-a (n=109 fő) költi el a jövedelmének több, mint 10 százalékát a horgászatra. Ez egy hónapra vetítve az átlagkereset vonatkoztatásában több, mint 28.840 Ft. A kitöltők elhanyagolható része nem rendelkezik jövedelemmel. 5-10%-át költi horgászati célú tevékenységre a megkérdezettek 38,5 százaléka (n=212 fő). Ez általánosságban arra enged következtetni, hogy a horgásztúráknak nem feltétlenül az anyagi okok szabnak gátat.

A 9. kérdésben az ***előnyben részesített horgászati területek, a preferált desztinációk*** érdekeltek. A vadvizek vagy a mesterséges halastavakon szeretnek-e horgászni. Vadvízként tekinthetjük a folyókat, holtágakat, természetes tavakat és csatornákat. A kitöltők 84%-a (n=462 fő) preferálja a vadvízi területeket. Ez azt jelenti, hogy a horgászturizmus szempontjából a folyók, holtágak és természetes tavaink partjain érdemesebb fejleszteni a horgászati infrastruktúrát.

A horgászturizmus szempontjából fontos kérdés **a partszakasz megközelíthetősége**. Három opciót adtunk meg választási lehetőségként, először a legkönnyebben hozzáférhető horgász helyet, amit autóval is könnyen meg lehet közelíteni. Másodsorban a partról nehézkesen megközelíthető helyeket és utoljára azokat, amelyek partról egyáltalán nem megközelíthető (6. ábra).



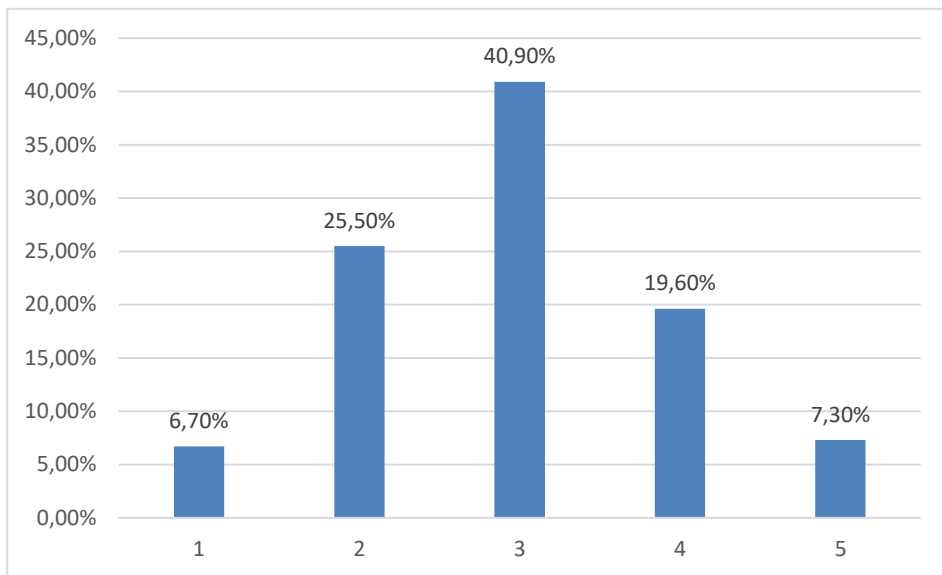
6. ábra: A horgászhelyek, partszakasz megközelíthetősége

Figure 6: Access to fishing spots and beaches

Forrás: saját szerkesztés a kérdőíves felmérés válaszai alapján, 2021

A kitöltők több, mint 62%-a (n=342 fő) választotta a legkönnyebben megközelíthetőséget, ami mindenképp pozitív eredmény. A partról nehézkesen megközelíthetőség sem okoz gondot a legtöbb horgásznak, ugyanakkor nem a legkényelmesebb opció.

A következő kérdésben **a környezetszennyezés mértékét** szeretnénk volna megtudni, amelyet 1-5-ig skáláztunk, ahol az 1-es az egyáltalán nem szennyezett, az 5-ös a nagyon szennyezett kategóriába tartozik (7. ábra).



7. ábra: Környezetszennyezés mértéke

Figure 7: Level of environmental pollution

Forrás: saját szerkesztés a kérdőíves felmérés válaszai alapján, 2021

A válaszadók többsége, majdnem 70%-a (n=343 fő) 3 vagy annál nagyobb értéket jelölt meg, ami a környezetszennyezés nagymértékű jelenlétét mutatja. Ez a vízpartot és környezetét hatalmas mértékben szennyezi, nem mellesleg a horgászat élményét is rontják, ezzel együtt a horgászturizmus arculatát is tönkretelheti. Ez ellen természetesen a szemétszedéssel lehet tenni, illetve prevencióval, ami a legjobb megoldás lehet.

A 15. kérdésben **a környékbeli szálláslehetőségekről kérdeztünk** a kitöltőktől, különös tekintettel arra, hogy mennyire alkalmas a szállás egy horgász számára. 4 csoportot képeztünk, elsőként a vízparti szállás válaszlehetőséget adtuk meg, másodikként a vízparthoz közeli szállást (8. ábra). Ezt a két szállástípust tekinthetjük ideálisnak a horgászturizmus szempontjából.

A kérdőívet kitöltők 63,8%-a (n=351 fő) válaszolta a kedvező feltételeket. Az emberek egynegyede szerint, van vízparti szálláslehetőség a környéken. Ezt a hazai horgászturizmus előnyeként jegyezhetjük fel.



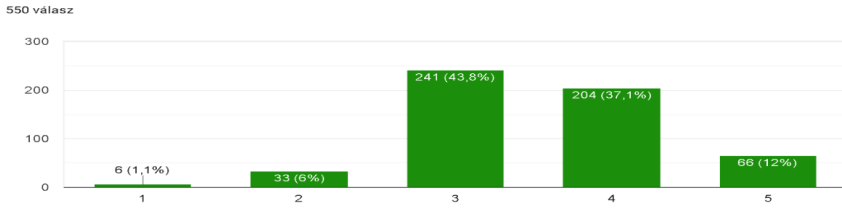
8. *ábra*: A környékbeli szálláslehetőségek megítélése

Figure 8: Assessment of accommodation options in the area

Forrás: saját szerkesztés a kérdőíves felmérés válaszai alapján, 2021

A **kiegészítő tevékenységeknek** nagy szerepe van a horgászturizmus tekintetében. Amennyiben nincs megfelelő infrastrukturális háttér, illetve nem megfelelőek a természeti adottságok akkor nem lesz elég vonzó a turisták számára. A kérdőívet kitöltők 76%-a (n=418 fő) válaszolta azt, hogy a családok is találnak programot maguknak, tehát megfelelő kiegészítő tevékenységgel rendelkeznek az ország jelentős részében a horgászturisták által potenciálisan célzott területek.

A 18. kérdésben a környékbeli **horgászat anyagi vonzatát** kérdeztük meg. Egytől ötig terjedő skálát adtunk meg válaszlehetőségként, ahol az 1-es a nagyon olcsót, az 5-ös a nagyon drága választ jelenti (9. *ábra*).



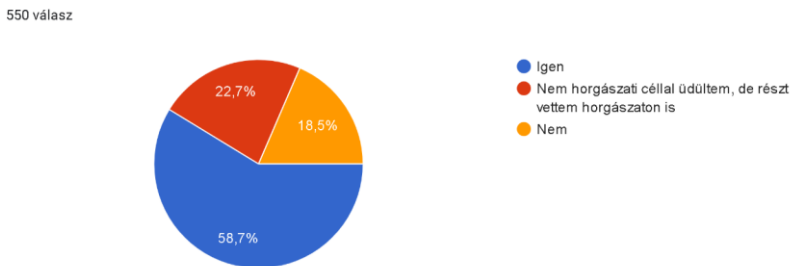
9. ábra: A környékbeli horgászat megítélése anyagi szempontból
(1-nagyon olcsó, 5-nagyon drága)

Figure 9: Assessment of fishing in the area from a financial point of view

Forrás: Saját szerkesztés a kérdőíves felmérés válaszai alapján, 2021

A 9. ábrán jól látható a fő problémák egyike. A horgászatnak jelentős anyagi vonzata van, amelyet főként az horgászengedélyek ára és a felszerelés tesz ki. A kitöltők mindössze hét százaléka véli olcsónak, illetve nagyon kedvező árúnak a horgászatot a környező vízterületeken.

A következő szakaszban a horgászturisztikai szokásokról szól a kérdőív. Első kérdésként azt tettük fel, hogy *volt-e már horgászati céllal üdülni* a kitöltő? (10. ábra)



10. ábra: Horgászati célú üdülésen való részvétel

Figure 10: Participation in a fishing holiday

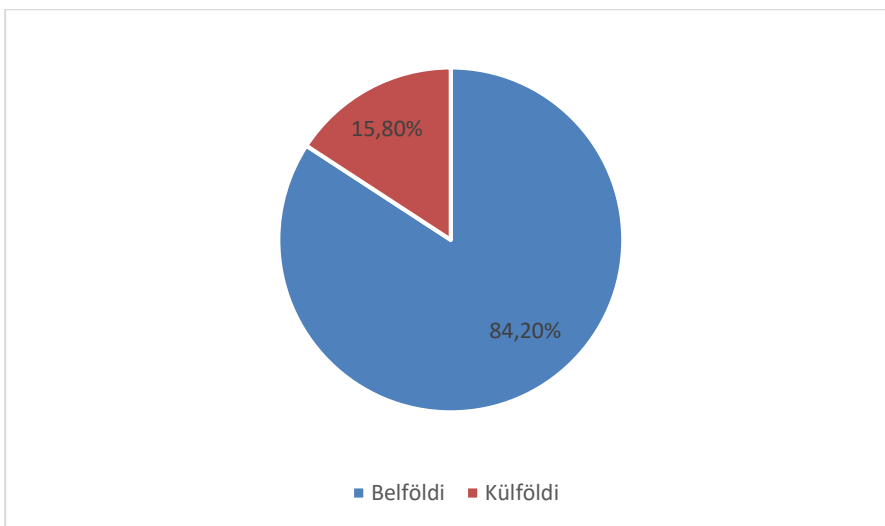
Forrás: Saját szerkesztés a kérdőíves felmérés válaszai alapján, 2021

A kördiagram jól szemlélteti, hogy többen voltak úgy nyaralni, hogy nem is horgászati céllal indultak, de az adott helyen éltek a lehetőséggel. Ehhez természetesen szükséges a jó marketing és a megfelelően kiépített infrastruktúra a horgászok számára, amelyet a

későbbiekben részletesebben próbálunk feltárni. A kitöltők 58,7%-a (n=323 fő) volt már horgászati céllal üdülni, ami nagyszerű eredmény az ágazat szempontjából. A 18,5 százaléka a kitöltőknek (n=102 fő) nem volt még horgásztúrán, ennek okát a 20. kérdésben próbáltuk megfejteni, amelyben három válaszlehetőséget és egy egyéb opciót adtunk meg, hogy mindenki ki tudja fejteni a véleményét. A megadott válaszok a következők: anyagi okok, kevés szabadidő és az érdeklődés hiánya. Elsősorban az anyagi okokra gondolhatnánk, de a kitöltők több, mint 61%-a (n=152 fő) válaszolta a kevés szabadidőt. Anyagi okok miatt 27,9% (n=69 fő) és az érdeklődés hiányát csak 11 százaléka (n=28 fő) válaszolta. Egyéb válaszok között főként a család szó szerepel, tehát a horgászok a családjukkal együtt kívánnak élni a horgászturizmus lehetőségével.

A következő kérdés *a nem horgászati célú üdülőkhöz* szólt, akik mégis éltek a lehetőséggel. Elsősorban arra gondoltunk, hogy a jó marketing, a kedvező adottságok, illetve a megfelelően kiépített infrastruktúra lehetnek a fő szempontok, de egy egyéb opció is bekerült a válaszlehetőségek közé. Az eredmények jól rávilágítanak a problémára. A jó marketing válaszlehetőséget a kitöltők 6%-a (n=20 fő) válaszolta. A marketing hiánya nagyban befolyásolja a horgászturizmus népszerűtlenségét. Külföldön a tengerpartokon standokkal állnak, hogy horgászati szolgáltatásukat reklámozzák, hazánkban sajnos nyoma sincs a megfelelő marketingnek. A válaszadók több, mint 76%-a (n=253 fő) válaszolta a kedvező körülményeket és 27 százaléka (92 fő) a jól kiépített infrastrukturális hátteret. A horgászturizmusban a kiemelkedő eredmények eléréséhez mind a háromnak egyszerre kellene teljesülnie. Az egyéb opcióban írtak többsége a ritkább halfajok miatt horgászott üdülése során.

A 22. kérdésben azt kérdeztük meg, hogy *külföldi vagy belföldi horgászati célú üdülés a preferált*. A belföldi lehetőségre érkezett a több válasz, amelyet a kitöltők 84,2 százaléka (n=463 fő) választott (11. ábra).



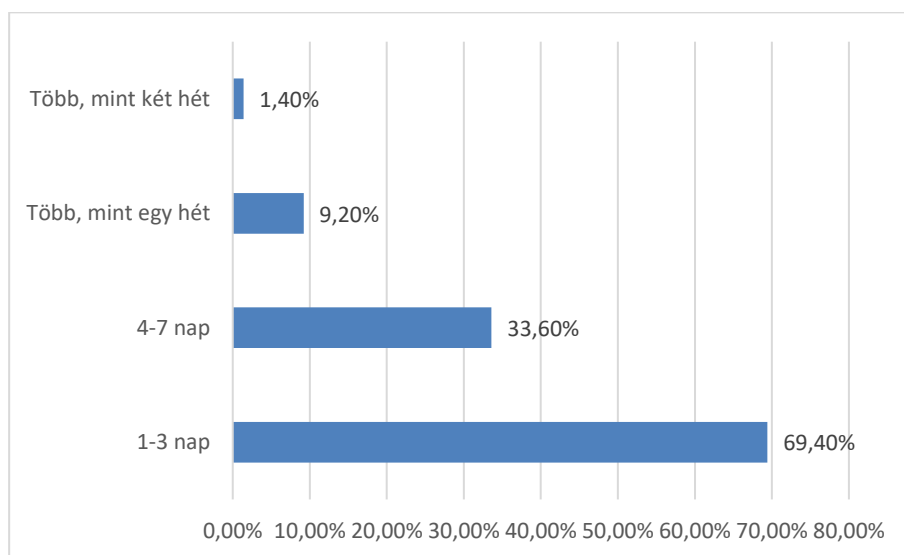
11. ábra: Belföldi és külföldi utazás preferálása

Figure 11: Preference for domestic and foreign travel

Forrás: saját szerkesztés a kérdőíves felmérés válaszai alapján, 2021

A válaszadók 15,8%-a ($n=87$ fő) a külföldi horgásztúrát részesítene előnyben. A 23. kérdésben arra voltunk kíváncsiak, hogy mely országok a legnépszerűbbek. Az általunk vélt 3 legnépszerűbb országot neveztük meg választási lehetőségként, és az egyéb opcióban azok számára is volt lehetőség más országot megjelölni, akik a felsorolt hárommal nem tudtak azonosulni. Az általunk megadott Olaszországra érkezett a legtöbb szavazat, amelyet 47,4 százalék (183 fő) választott. Másodikként említhető Spanyolország 39,4 százalékkal ($n=152$ fő) és harmadik helyen Franciaország 22,3%-kal ($n=86$ fő). Az általunk feltételezett országok egyértelműen a legnépszerűbbek. Ezeket az országokat követte az egyéb válaszlehetőségek között Svédország, illetve szomszédos országaink közül Szlovákia, Románia és Horvátország. A világ számos országa felsorolásra került, mint potenciális horgászturizmus célpontok. A legnépszerűbb országokat sikerült feltérképezni, a 24. kérdésben szeretnénk volna megtudni, hogy miért választották az adott országot. 296 válasz érkezett erre a kérdésre, amelynek nagy része egyértelműen a szürkeharcsa horgászatához köthető okokból választotta az adott országot. Sokan kimondottan a halfajt írták, volt aki a halfaj által népszerű folyót nevezte meg, amelyek nem voltak mások mint a Pó és az Ebró folyó. A válaszok között sokan a halbőséget és a sokszínűséget írták, mert a biodiverzitás is vonzó a horgászok számára.

A 26. kérdésben *egy átlagos horgásztúra időtartamát* szerettük volna megtudni. Előre megadott időintervallumok közül választhattak a kitöltők. A felépítése az 1-3 nap közötti opcióval kezdődött, amelyet a kitöltők 69,4%-a (n=347 fő) választott. Egyértelműen a hétvégékre, illetve a hosszúhétvégére korlátozódik a horgászturisták többségének ideje. A 4-7 napos horgásztúrákat a kitöltők 33,6 százalékuk (n=168 fő) választotta. Az egy hétnél hosszabb túrákat már csak 9,2% (n=46 fő), a két hétnél hosszabbat már csak 1,4% (n=7 fő) választotta, (12. ábra) oka valószínűleg a szabadidő hiánya.



12. ábra: Horgásztúrák átlagos időtartama

Figure12: Average duration of fishing trips

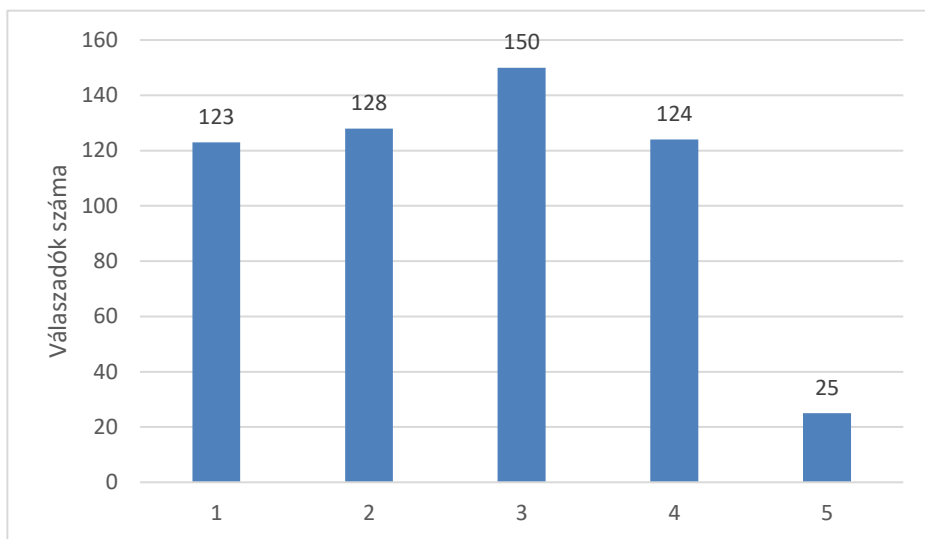
Forrás: saját szerkesztés a kérdőíves felmérés válaszai alapján, 2021

A 27. kérdésünkben *a horgászati célú üdülésen résztvevő személyekre* voltunk kíváncsiak. Előzetesen feltételeztük, hogy a családdal mennek ilyen jellegű túrákra a horgászok. A kitöltők válaszai alapján egyértelműen cáfolásra került a hipotézis. A horgászok 61,1%-a (n=306 fő) a barátját választja útitársként a horgásztúrára. A családjukkal 35,1% (n=176 fő) és egyedül 3,8 százaléka (n=19 fő) utazik horgásztúrára a válaszadóknak.

A következő kérdésben *egy adott vízterületről való információszerzés módját* kérdeztük meg. A felsorolt válaszlehetőségek között szerepelt az internet, barátok és ismerősök, illetve van aki egyedül szereti felfedezni az ismeretlen területet. A válaszadók

55,8%-a (n=307 fő) választotta az internetet. Megfelelő mennyiségű és minőségű tájékoztatás esetén jó megoldásnak tartjuk, de sok helyen nem áll rendelkezésünkre elég információ az internet használatával a véleményünk szerint. Több, mint 32%-a (n=177 fő) a válaszadóknak megkérdezi ismerőseit, és 10,2 százalékuk (n=56 fő) saját maguk által fedezik fel a területet.

Az utolsó kérdés *A horgászturizmus szezonálitása*. A válaszlehetőségeket skáláztuk, 1-től 5-ig választhattak a kitöltők (13. ábra).



13. ábra: Horgászturizmus szezonálitása

Figure 13: Seasonalization of fishing tourism

Forrás: saját szerkesztés a kérdőíves felmérés válaszai alapján, 2021

- 1-es: egyáltalán nem szezonális, télre is kiterjedhet
- 2-es: a hidegebb téli időszakot leszámítva bármikor
- 3-as: már melegebb időben, tavasz elejétől vagy közepétől ősz végéig
- 4-es: tavasz végétől ősz elejéig
- 5-ös: csak nyáron

A kitöltők által egyértelművé vált, hogy a horgászturizmus szezonhosszabbító hatással bír. A szezonálitás teljes kizárására is lehetőség van a megfelelő adottságok mellett. A kitöltők 4,5 százaléka szerint szezonális a horgászturizmus. A szezonálitás főként a

személyek komfortján múlik, hisz a téli időszakokban is nagyszerű horgászlehetőségek vannak.

SWOT analízis

A SWOT analízissel szeretnénk összefoglalóan bemutatni a horgászturizmus általános jellemzőit külön kitérve hazánkra, a szakirodalmakból és a kutatás eredményeiből megismertek alapján. A SWOT elemzés kiváló módszer a helyzetértékelésre, amelyet összefoglalt módon, jól strukturáltan lehet bemutatni.

3.táblázat: A horgászturizmus SWOT analízise

Table 3: SWOT analysis of fishing tourism

<p><u>Erősségek</u> <i>Általánosságban:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Pótlólagos jövedelemforrás, kiegészítő jövedelem ➤ Munkalehetőséget teremt ➤ Turizmus szezonhosszabbító szerepe ➤ Vízparti települések népszerűsítése ➤ Átlagosan sok helyi szolgáltatás igénybevétele ➤ Népszerűsíti az öko-, az aktív-, a gasztro- és a vízi turizmus szerepét és az üdülőturizmus vendégeinek számához is hozzájárul ➤ Kikapcsolódás és rekreáció ➤ Fellendíti a vidéki területek gazdaságát ➤ Szociális kapcsolatok kiépítése és fenntartása ➤ Rekreációs és sporttevékenység is lehet <p><i>Hazánkban:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Sok vízterület ➤ Szép környezet ➤ Népszerű úticéloknek megfelelően kiépített infrastruktúrája van ➤ Nemzetközi horgászversenyek ➤ Hazánk rendelkezik vízpart közeli utakkal és töltesekkel, amelyek könnyítik a közlekedést 	<p><u>Gyengeségek</u> <i>Általánosságban:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Környezet- és vízszennyezés ➤ A horgászturizmus függ a környezeti változásoktól (vízszint változása, időjárás, légnomás, telihold stb.) ➤ Szezonális hatása ➤ Nagyban befolyásolja a strandturizmus egyes helyeken, mert ellehetleníti a vízparti horgászatot ➤ Általánosságban véve drága tevékenység <p><i>Hazánkban:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Közkedvelt halfajokból gyér állomány a természetes vizeinkben ➤ Nincs megfelelően kiépített infrastruktúra a kevésbé népszerű helyeken ➤ Nem elég fejlett a vízparti úthálózatunk, nincs megfelelően karbantartva ➤ Megfelelő marketing hiánya ➤ Nincs elég nagy jelentősége a támogatáspolitikában
--	---

<u>Lehetőségek</u>	<u>Veszélyek</u>
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Diverzifikációs lehetőségek, kiegészítő tevékenységek szervezése ➤ Elmaradottabb régiók felzárkózása ➤ A szezonális teljes kizárása ➤ A C&R (catch and release), azaz a fogd meg és engedd vissza gondolkodásmód nagyban befolyásolhatja a halállományt ➤ Sok kiépítetlen terület, amelyeken szálláslehetőséget lehetne adni a horgászoknak ➤ Elszakadás a digitális környezettől <p><i>Hazánkban:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Nagyobb tavaink és folyóink rengeteg lehetőséget nyújtanak ➤ Hazánk turizmusának fellendítésében szerepet játszhatna ➤ Kiegészítő tevékenységek rendelkezésre állnak 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Az ellenőrizetlen horgászturizmus és horgászat komoly kárt tehet a természetben és a halállományban ➤ Szemetelés ➤ A turizmus által népszerűsített helyeken nagyobb eséllyel jelennek meg orvhorgászok és orvhalászok ➤ Nem megfelelő bánásmód a halakkal, amelyek nélkül nem létezhet a horgászturizmus ➤ Helyi lakosok és helyi horgászok ellenszenvét kiválthatja <p><i>Hazánkban:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Más országok versenyképesebbek horgászturisztikai értelemben ➤ Az így sem bő halállományunkban további károk keletkezhetnek

Forrás: Saját vizsgálat alapján, 2021

KÖVETKEZTETÉSEK ÉS JAVASLATOK

Vizsgálataink alapján a horgászturizmusra vonatkozóan a következő javaslatokat célszerű szem előtt tartani. Elsősorban a marketing fontosságát fogalmazzuk meg. Hazánkban a horgászvizeink marketingje néhány közösségi oldalon tett bejegyzés, illetve egy horgászattal foglalkozó televíziós csatornában kimerül. A megfelelően felépített marketingstratégiával több horgász figyelmét fel lehetne kelteni a horgászturizmus iránt. Elsősorban a horgászok számára megfelelő infrastrukturális háttérrel kiépített helyeket kellene népszerűsíteni. A Tisza-tó horgászturisztikája példaértékű lehet, nem a marketing, hanem a kiépített infrastruktúra miatt. Már ezzel sok horgászt vonzanak a környékre, hiszen természeti adottságok kiválóak és több kikötővel, illetve csónakbérleti lehetőséggel próbálják megteremteni az infrastrukturális háttérrel. A halállomány növeléséhez szükségesek a haltelepítések. A horgászat főként a férfiak hobbiája, de a nők körében is népszerűsíteni kellene kedvezményes horgászjegyekkel. Javasolnánk még a

környezetszennyezés minimalizálását szemétszedéssel, illetve megelőző tevékenységekkel, amelyek keretén belül a szennyezés negatív hatásaira kellene felhívni a figyelmet különböző marketingstratégiákkal.

THE SITUATION AND OPPORTUNITIES OF FISHING TOURISM IN HUNGARY AT THE BEGINNING OF THE 2020S

VILMOS TIMÁR – ANITA MIKLOSNÉ VARGA – SÁNDOR KALMÁR

Széchenyi István University, Albert Kázmér Agricultural Faculty, Mosonmagyaróvár

SUMMARY

Among the various forms of tourism in Hungary, fishing tourism has significant potential from a tourist point of view, as the rivers, lakes and backwaters of Hungary would make this possible. The aim of our research is to map the situation of domestic fishing tourism, focusing on its possibilities and effects of the quarantine ordered due to the COVID 19 virus. As our own investigation, we created a questionnaire research online in order to reach as many people as possible. The basic population of our questionnaire is membership of a national fishing association. 550 people from all counties of the country answered the questions. At the end of the investigation part, we summarized our experiences in the form of a SWOT analysis. Based on the results, it can be said that with a properly structured marketing strategy, the attention of more fishermen could be raised towards fishing tourism.

Keywords: motivation of fishing tourists, preferred destination, fishing holiday, fishing tourism SWOT

IRODALOM

Belügyminisztérium Vízügyi Főigazgatóság (2020): Magyarország felszíni vizei. <https://www.vizugy.hu/index.php?module=content&programelemid=9> Letöltés dátuma: 2020.02.28.

Bourion-Bédés S. – Tarrquinio C.- Batt M.- Tarquinio P. – Lebreuilly R. – Sorsana C.- Legrand K. – Rousseau H.- Baumann C.(2021): Psychological impact of the COVID-19

outbreak on students in a French region severely affected by the disease: results of the PIMS-CoV 19 study

<https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0165178120332200> Letöltés dátuma: 2022.05.20.

Csapó J. - Darabos F. (2011): Turizmus és közlekedés. Vizi közlekedés. Pécsi Tudományegyetem

Dérer, I. (2021): Erkölc, erő, egyetértés: a „szektor” jövőképe Magyarországon. Előadás a „A jövő kihívásai a horgászat és haltermelés területén” MOHOSZ – MA-HAL – MATE szakkonferencián, Hungexpo, Budapest, 2021.10.03. Forrás: <https://nyito.mohosz.hu/index.php/szovetseg/9-hirek/823-a-jovo-kihivaisai-a-horgaszat-es-haltermeles-teruleten>, Letöltés dátuma:2022.11.22.

Európai Parlament (2015): Az európai turizmus előmozdításának új kihívásai és elképzelései.https://www.europarl.europa.eu/doceo/document/TA-8-2015-0391_HU.html, Letöltés dátuma: 2021.10.19.

Fehér I.-Kóródi M.(2008): A vidéki turizmus fejlesztése, Szaktudás Kiadó Ház, p.29-31

Fekete M. (2005): Hétköznapi turizmus: a turizmuselmélettől a gyakorlatig. Doktori Értekezés. Nyugat-magyarországi Egyetem Közgazdaságtudományi Kar. Sopron

Fleischer A. – Pizam A.: Tourism Management, 1997

Gonda T. (2022): Alternatív turizmus, Akadémiai Kiadó ISBN: 978 963 454 768 6

Ivancsó Zs. – Ercsey I. (2017): Horgászturizmus, mint transzformáció Letöltés dátuma: 2021.09.01.

Kocsondi J. (): Idegenforgalmi ismeretek – Falusi turizmus előadás vázlat. <https://docplayer.hu/4088764-Falusi-turizmus-idegenforgalmi-ismeretek-falusi-turizmus-fogalma-eloadas-vazlat.html> Letöltés dátuma:2020.02.28.

Lengyel M. (2004): A turizmus általános elmélete. Heller Farkas Gazdaságtudományi és Turisztikai Szolgáltatások Főiskolája, Budapest

Magyar Országos Horgász Szövetség (2021): Nagy István agrárminiszter köszöntője. <https://nyito.mohosz.hu/index.php/szovetseg/629-tisztelt-horgaszars>. Letöltés dátuma: 2021.10.02.

Michalkó G. (2012): Turizmológia. Akadémia Kiadó. Budapest

Molnár Cs. – Remenyik B. (2017): A falusi turizmus helyzete és fejlesztési lehetőségei, Studia Mundi – Economica Vol.4. No.5. Letöltés dátuma: 2020.03.23.

Pölös M. (2015): A horgászturizmus helyzete, jelentősége és fejlesztési lehetőségei Magyarországon, különös tekintettel Csongrád településre. BSc. szakdolgozat Szegedi Tudományegyetem, Mérnöki Kar, Szeged

Raffay Z. (2022): A horgászturizmus pozíciójának erősítése Magyarország Turizmusában. Turisztikai és Vidékfejlesztési Tanulmányok 2022. VII. évf. 1. szám DOI: 10.15170/TVT.2022.07.01.07.

Székely A. (2016): A horgászturizmus: lehetőségek és dilemmák. Jelenkori társadalmi és gazdasági folyamatok. XI. évfolyam, 1–2. szám, p. 35–46

Timár V. (2021): A horgászturizmus helyzete és lehetőségei. BSc. szakdolgozat, Széchenyi István Egyetem, Mezőgazdaság- és Élelmiszertudományi Kar

URL¹:https://hu.wesslinggroup.com/fileadmin/user_upload/wessling_hu/Egyeb/HappyFish/02_HappyFish_Zaro_Konferencia_20191003_A_horgaszat_mint_rekreacios_tevekenyseg_jelene_es_jovoje.pdf Letöltés dátuma: 2020.12.18.

URL²:https://www.georgikon.hu/tanszekek/agrargaz/Tananyagok/T%C3%B3th%20C3%89va/Idegenforgalmi%20ismeretek/Nappali/9_horgaszatizmus.pdf Letöltés dátuma: 2020.02.28.

A szerzők levélcíme – Address of the corresponding authors:

TIMÁR VILMOS

Széchenyi István Egyetem, Albert Kázmér Mosonmagyaróvári Kar

9200 Mosonmagyaróvár, Vár tér 2.

MIKLÓSNÉ VARGA ANITA

Széchenyi István Egyetem, Albert Kázmér Mosonmagyaróvári Kar, Agrárökonómiai

Tanszék

9200 Mosonmagyaróvár, Vár tér 2.

miklosne.varga.anita@sze.hu

KALMÁR SÁNDOR

Széchenyi István Egyetem, Albert Kázmér Mosonmagyaróvári Kar, Agrárökonómiai

Tanszék

9200 Mosonmagyaróvár, Vár tér 2.

kalmar.sandor@sze.hu

SZEMLE