

АГЕНЦИЈСКО ПОСЛОВАЊЕ У ЛОВНОМ ТУРИЗМУ

AGENCY HUNTING TOURISM BUSINESS

Др Ристо Прентовић*

РЕЗИМЕ: *Ловни туризам, као посебан селективни облик туризма, карактеристичан је по веома специфичном туристичком производу, по својеврсној туристичкој клијентели, као и по особеном и безбедносно деликатном задовољавању њених потреба, тј. мотива туристичког путовања. Све то условљава и одређене специфичности у маркетиншком ангажману у овој туристичкој делатности. Циљ рада је да се сагледају карактеристике и посебности пословања ловно-туристичких агенција у ловном туризму и посебно у нашој земљи. Значај ових сазнања је значајан јер иста могу дати допринос даљем унапређивању наше ловно-туристичке делатности.*

Кључне речи: *ловни туризам, тржиште, агенцијско пословање.*

SUMMARY: *Hunting, as a special selective form of tourism, characterized by a specific tourist product, the kind of tourist clientele, as well as personal and delicate to satisfy its security needs and motives of the tourist travel. All of this conditional on certain specifics of marketing engagement in the tourism industry. The aim of this paper is to review the characteristics and peculiarities of business travel agents hunting in hunting tourism and especially in our country. The significance of these findings is important because the same can contribute to further improvement of our hunting and tourism activities.*

Key words: *hunting, market, agency business.*

УВОД

Ловни туризам је посебан селективни облик туризма и, као такав представља „кретање и активан боравак туриста — ловаца у специфичном амбијенту — ловишту, као делу здраве природне средине, ради лова (одстрела, хватања, посматрања и снимања) дивљачи, чиме задовољавају свој снажан мотив (при-

* Универзитет у Новом Саду, Природно-математички факултет, Департаман за географију, туризам и хотелијерство, Трг Доситеја Обрадовића 3, Нови Сад; www.dgt.uns.ac.rs

марну хоби активност која је неким пасија, а другима страст). Притом исти, поред накнаде за одстрелену дивљач (трофеји, месо, кожа и др.), смештај и исхрану, плаћају и друге пратеће услуге према, у то време важећим, ценовницима“ (Прентовић, 2008, стр. 15).

Специфичност ловнотуристичке делатности је у чињеници да је за успешност исте неопходно постојање одређеног расположивог фонда једне или више врста дивљачи у адекватном природном амбијенту прилагођеном (опремљеном, односно опскрбљеном одговарајућим објектима, средствима, уређајима и сл.) за безбедан, односно успешан лов. Иначе, лов организован у циљу остваривања туристичког промета назива се туристичким ловом. Захваљујући остваривању профита који се правасходно реализује из наплате одређене дивљачи (и посебно ловачких трофеја) ловни туризам представља својеврстан облик туристичке привреде, где се непосредно троше природни ресурси (дивљач), што није случај са већином других селективних облика туризма. Наиме, „за разлику од производа који су намењени другим сегментима туристичке тражње, која природни простор и његове елементе користи у задовољавању потреба без њиховог физичког уништавања, код ловног туризма (нарочито одстрелног и оног који се одвија уз коришћење ловних животиња) јавља се својеврсна експлоатација и непосредно физичко уништавање основног ресурса и фактора развоја, уз његову директну продају“ (Марић, 2003, стр. 102).

Ловство и са њим повезане бројне привредне (шумарство, пољопривреда, водопривреда, индустрија, угоститељство, саобраћај, трговина, занатство и др.) делатности упливишу у конституисању ловнотуристичког производа. Посебан допринос, у том контексту, пружа ловство, као посебан облик привређивања.

С друге стране, ловни туризам враћа ловству значајан део оствареног прихода, који се у највећем делу усмерава на производњу, негу и заштиту дивљачи, тј. на уношење у ловишта најмање оног броја јединки одређених врста дивљачи, колико је туристичким ловом изнесено. Поред тога, део финансијских средстава стечених кроз ловни туризам усмерава се на инвестирање за побољшавање укупних услова за спровођење туристичког лова уопште у ловиштима (изградња и одржавање ловнотехничких објеката, објеката за смештај и исхрану туриста, објеката за пружање сервисних и других услуга туристима у ловишту, транспортних средстава и др). Стога је основана констатација да је ловни туризам главни генератор развоја ловства уопште.

Из напред изложеног, проистиче да ловно-туристичку делатност карактеришу специфичне особености производа и тржишта, што имплицира и одређене посебности маркетиншке активности. У том контексту је значајно, али и специфично, место и функција агенцијског пословања у овој области туристичке привреде. Циљ рада је, стога, да се сагледају специфичности агенцијског пословања у светлу посебности ловнотуристичког производа и карактеристика тржишта ове привредне делатности у нас.

КАРАКТЕРИСТИКЕ ЛОВНО-ТУРИСТИЧКОГ ПРОИЗВОДА

Ловнотуристички производ, сагласно маркетинг концепцији и пословној политици субјеката туристичке привреде, која у центар пажње ставља потрошача (клијента) и задовољавање његових потреба односно жеља, представља тотални производ и, као такав, „претпоставља и подразумева мново више од производа у класичном смислу, са свим својим функционалним и естетским особеностима, и пратеће туристичке и друге услуге које се пружају туристима у току боравка у ловишту, а у функцији успешног, лагодног и безбедног спровођења туристичког лова. То је, заправо, комплетни туристички производ на датој дестинацији (ловишту) и претпоставља синтетизован збир производа, услуга и других туристичких вредности у функцији задовољења ловнотуристичке тражње потенцијалне клијентеле (туристи—ловци).

Посматрано са аспекта *носилаца туристичке понуде* ловнотуристички производ се може третирати као **парцијални производ**, тј. као услуге које нуде ловно-туристичке агенције (анимација, посредништво, промоција); превозници (транспортне услуге); ловишта (ловна дивљач, природни амбијент, услуге из домена организовања и спровођења туристичког лова, туристичка рецептива, транспорт у оквиру ловишта, евентуално опскрбљивање туриста-ловаца ловачким оружјем, муницијом, опремом, ловачким псима и другим потребама за успешан, безбедан и лагодан боравак на датој туристичкој дестинацији) и (евентуално) субјекти туристичке рецептиве (смештајно-угоститељске услуге) уколико исте није могуће реализовати у објектима у склопу ловишта.

У перцепцији *конзумента* ловнотуристичких услуга, ловнотуристички производ фигурира као **интегрисани** производ који представља збир већег броја парцијалних производа, тј. свих горе наведених и неких других елемената, које интегрише ловиште, односно предузеће, или други субјекат који остварује газдовање ловиштем (што је у нас доста чест случај), или одређена ловно-туристичка агенција. Посматрајући ловнотуристички производ нешто уже, тј. са аспекта дате дестинације (ловишта) може се констатовати његова специфичност у односу на уобичајени садржај туристичког производа дестинације, а она се састоји у чињеници да његову основу чини превасходно туристички лов, а тек потом услуге смештаја, исхране и превоза. И у овом контексту се, при дефинисању ловнотуристичког производа, чији садржај се одликује изразитом комплексношћу, може поћи од одређења туристичког производа уопште, који представља „збир различитих појединости, добара и услуга што служе задовољавању туристичких потреба купаца за време њиховог путовања и боравка у одредиштима“. (Кобашић, 1977, стр. 53).

Основни сегменти ловнотуристичког производа могу се извести из дефиниције *услуга у ловном туризму*, која, према члану 90. Закона о туризму, гласи: „Услуге у ловном туризму јесу: прихват и смештај ловаца – туриста; организовање лова; пружање других услуга за потребе ловног туризма (изнајмљивање ловачких паса, изнајмљивање ловачког оружја, услуге превоза до ловишта и по ловишту, обука ловачких паса и др.).

Да би уопште било лова (па и туристичког лова) неопходно је постојање квалитетне ловне дивљачи¹ и других битних услова за успешну организацију ловнотуристичких активности.

Квалитетна (трофејно пуновредна) **ловна дивљач** је примарни чинилац атрактивности туристичког производа формираног у туристичком ловишту, јер је иста основни мотив туристичких путовања туриста — ловаца и њихове потрошње на датој туристичкој дестинацији. Са економског аспекта дивљач је значајна, јер је непосредно искористива, будући да се њена продаја врши у самом ловишту. Кад је реч о иностраном ловном туризму, тада се њен извоз остварује, такође, у самом ловишту, тј. на месту њеног изловљавања, избегавајући притом трошкове транспорта и разне извозне баријере (царинске формалности и др.), уз непосредно инкасирање накнада (како за трофеје, место дивљачи и др., тако и за остале елементе продатог туристичког производа). Дивљач је атрактивна, пре свега, јер туристима -ловцима пружа могућност задовољавања њихове снажне потребе за ловом (одстрел, посматрање односно снимање дивљачи) и са њим тесно повезаном рекреативном активносту која се изводи у правом и изворном природном амбијенту.

Атрактивност дивљачи проистиче из саме њене естетске особености, а њена естетска димензија посебно до изражаја долази у њеним изворним природним стаништима, тј. ловиштима, у којима, осим економских, здравствено-рекреативних и естетских, испољава и друге, а пре свега еколошке вредности. Дивљач је, дакле, нужен и неизоставан сегмент ловнотуристичког производа. Штавише, без довољног броја квалитетне (пре свега високотрофејне) ловне дивљачи не може, ни у ком погледу, бити формиран иоле релевантан, а камо ли конкурентан ловнотуристички производ.

На квантитет и квалитет ловне дивљачи, осим природно-еколошких услова (састав тла, конфигурација земљишта, вегетација, хидрографске и климатске особености станишта и др.), утичу и релевантни **друштвени** чиниоци, а пре свега човеково планско, организовано и стручно деловање на плану унапређивања станишних услова, неге, заштите и рационалног коришћења дивљачи. То су, заправо, релевантне и целисходне мере ловног газдовања, чији је финални економски сегмент продаја ловнотуристичког производа. Друштвени, а пре свега антропогени чиниоци могу, дакле, давати битан допринос повећању квантитета и квалитета ловне дивљачи, као главног сегмента ловнотуристичког производа.

Резултат утицаја друштвених, односно антропогених фактора у ловишту је и израда разноврсних ловних објеката, тј. ловно-узгојних (производни објекти за складиштење хране, хранилишта, солила, појилишта, прихватилишта), објеката за спречавање штета од дивљачи, ловно-технички (објекти за осматрање и лов – чеке, објекти за обраду и чување одстрелене дивљачи и др.), смештајних и других објеката за потребе ловства. Све то има за резултанту увећавање функционалности ловних простора туристичке дестинације, а тиме и увећавање атрактивности датог ловнотуристичког производа.

¹ Квалитет ловне дивљачи вреднује се узимајући у обзир следеће основне карактеристике, односно параметре: трофејна вредност, телесна тежина, прираштај и опште здравствено стање.

То истовремено представља снажан мотивациони фактор опредељивања за предузимање активности потенцијалних туриста – ловаца усмерених „куповини“ датог ловнотуристичког производа.

Боравак на просторима ловнотуристичке дестинације, превасходно ради спровођења туристичког лова², траје релативно кратко (у просеку 2 – 4 дана). За тако кратко време неопходно је добро организовати тако сложу и безбедносно ризичну активност каква је туристички лов. Стога је пред носоцима ловнотуристичких услуга³ обавеза сериозне организације дате ловнотуристичке активности. Пошто обухвата систем субјеката, мера, радњи и поступака, које се спроводе још у фази промоције и припреме датог ловнотуристичког аранжмана и тежишно настављају на ловнотуристичкој дестинацији, тј. у ловишту, организациони аспект представља битан сегмент конкретног ловнотуристичког производа. Овај сегмент ловнотуристичког производа обухвата делатности везане за пропаганду, информисање, спровођење туристичког лова, организацију услуга смештаја, исхране, транспорта, снабдевања ловаца— туриста одговарајућим средствима (оружје, муниција, опрема за лов, уколико овим средствима не располажу), што се односи и на изнајмљивање ловачких паса. Ту спада и организовање пружања сервисних услуга и снабдевања туриста – ловаца другим артиклима (сувенири и други артикли).

Најсложенији и најодговорнији организациони подухват на ловнотуристичкој дестинацији (у ловишту) је организација туристичког лова која претпоставља спровођење низа мера, поступака и радњи у циљу правовременог и адекватног прихвата, смештаја и опскрбљивања туриста – ловаца неопходним потроштинама (од исхране, преко обезбеђења свих недостајућих средстава услуга и информација) за њихов удобан боравак и успешно спровођење ове главне ловнотуристичке активности. Она захтева ангажовање различитих профила стручних кадрова и других лица, а пре свега: ловника, пратилаца, преводилаца, погонича, возача транспортних средстава (теренски аутомобили, запрежна возила, пловни објекти, хеликоптери и др.) и другог пратећег особља.

Будући да, осим времена предвиђеног за спровођење туристичког лова (који се одвија у трајању од неколико до највише десетак часова дневно), и времена за одмор, у току боравка ловаца— туриста у ловишту, преостаје, истима одређени фонд непопуњеног (слободног) времена, неопходно је за исте (сходно њиховим афинитетима) организовати различите забавно-рекреативне активности, као што су: ловно стрељаштво, разне спортске активности, излети, посете културно-уметничким приредбама и установама (музеји, галерије), ловачким манифестацијама и др. И за ове активности туриста у слободном времену (тј. туристичком лову пратеће активности), неопходна је адекватна организација уз ангажовање одговарајућих извршилаца. Стога је организација ових пратећих активности битан део укупног сегмента организације као елемента ловнотуристичког производа.

Може се констатовати да је организациони сегмент ловнотуристичког производа његов нераздвајни део, и да без истог нема ловства у пуном сми-

² О организацији и спровођењу туристичког лова детаљније се разматра у: Прентовић, Р. (2005): Ловни туризам, бр 9, стр. 177–195.

³ Надлежно особље ловишта, односно представници ловно-туристичке агенције

слу, па ни ловног туризма. Штавише, ниво организованости ловнотуристичке дестинације у управној је сразмери са нивоом и квалитетом односно конкурентношћу ловнотуристичког производа.

Посебност ловнотуристичког производа произилази, дакле, из специфичности ловног туризма као особеног селективног вида туризма. Ова специфичност састоји се у његовим следећим битним карактеристикама: то је туристичко путовање које се предузима ради спровођења нарочитог облика рекреације (ради лова, тј. одстрела, посматрања или снимања дивљачи) у здравом природном амбијенту (ловишту), где се туристима – ловцима пружају и друге услуге (смештаја, исхране, транспорта, сервисне услуге и друге услуге из домена ванпансионске потрошње). Све ове услуге наплаћују се према важећој цени у време када су исте реализоване, а у укупном износу, сразмерно највећа ставка је накнада за одстрељену дивљач (трофеји, месо и други делови одстрељене дивљачи). Карактер ловнотуристичког производа сваке конкретне дестинације (ловишта) детерминисан је и њеним природно-географским особеностима и главним ловнотуристичким ресурсима (присуство одређених популација ловне дивљачи са одређеним квантитативним и квалитативним одликама), као и другим елементима као што су: ниво и квалитет објеката и услуга туристичке рецептиве, њихова приступачност, могућности транспорта, организациони елементи (квалитет организације туристичког лова и других активности гостију у ловишту), комплементарни елементи односно вредности од интереса за туристе – ловце у датој ловнотуристичкој дестинацији и др.

КАРАКТЕРИСТИКЕ И ПОСЕБНОСТИ ТРЖИШТА ЛОВНОГ ТУРИЗМА

Ловнотуристичко тржиште је, као и тржиште уопште, под сталним утицајем тражње и понуде, трошкова и добити, као и унутрашње (у датој држави) и међународне правне регулативе. **Тражња** на ловнотуристичком тржишту детерминисана је потребама, мотивима и жељама туриста – ловаца и њиховим платежним способностима. Специфичност ловнотуристичке тражње је у њеној вишеслојности, а која се заснива на специфичним потребама туриста – ловаца, а то су, поред изловљавања дивљачи, активни одмор и рекреација; боравак у здравом природном окружењу; уживање у природним лепотама односно егзотичном амбијенту ловних простора (ловишта) са специфичним биоценозама и атрактивним врстама флоре и фауне; едукација за успешне ловнотуристичке активности и др.

С друге стране, ловнотуристички производ, поред разноврсне и трофејно пуновредне ловне дивљачи, претпоставља и друге врсте услуга, а пре свега: смештај, исхрану, транспорт, едукативно-културне услуге, културно-забавне и рекреативне услуге и активности, и др. (Прентовић, 2005, стр. 103).

Под утицајем тражње формира се **понуда**, тј. дати ловнотуристички производ, чија је конкурентност детерминисана квалитетношћу и конкурентношћу свих његових сегмената. Другим речима, према Хоферу (2002, стр. 16), ловно-туристички производ треба да задовољи следеће основне услове:

1. да је политички и друштвено прихваћен у земљи ловнотуристичке дестинације;
2. да је верификован међународним правним прописима, и
3. да је трансферисан у парцијалне производе који задовољавају **потребе ловаца -туриста**, по прихватљивој (примереној, коректној) цени.

Независно од напред назначених политичких и правних критеријума, тржишна конкурентност конкретне ловнотуристичке понуде и успех (ефикасност и економски ефекти) ловног туризма дате дестинације зависе од квалитета свих битних сегмената ловнотуристичког производа. У том смислу сваки тржишно конкурентни ловнотуристички производ треба да задовољи следеће битне услове:

- оптималан (компатибилан актуелној тражњи) број и структура врста атрактивне ловне дивљачи и њихов адекватан квалитет, пре свега у смислу релевантног трофејног потенцијала;
- реална (и удобна, односно релативно брза) могућност приступа датој ловнотуристичкој дестинацији (ловишту, односно ловиштима);
- адекватни услови за обављање ловнотуристичке активности (лов преферираних врста ловне дивљачи);
- адекватни услови за привремени боравак туриста – ловаца у простору (ловишту) у коме се спроводи дати туристички лов; и
- (што је веома важно) конкурентна цена понуђеног ловнотуристичког производа.

Према Хофер-у (цит. извор), карактеристике тржишта ловног туризма су: механизми тржишне регулације, величина тржишта, реинвестирање и илегалне радње.

1. **Механизми тржишне регулације** су под утицајем различитих преференција ловаца – туриста, које привлаче, осим традиционалних приступа врсте дивљачи, начини лова, трофеји и др.), и разни новитети. Притом исти бирају дестинације са високим квалитетом и квантитетом ловне дивљачи, као и потенцијално успешним ловом. Уз то су инострани ловци – туристи практични и сензибилни и захтевају висок професионални однос домаћина и коректност, па стога, осете ли превару одустаће од лова, а у противном, платиће високу цену уколико су ловне услуге у складу са њиховим жељама односно потребама.
2. **Величина тржишта** је од посебног значаја за позиционирање и развој ловнотуристичких дестинација и на њихов укупан ловнотуристички промет. Иначе, величину туристичког тржишта могуће је одредити применом различитих поступака односно извора. Кад је реч о ловнотуристичком тржишту, ту је процена његове величине прилично деликатна, јер се знатно разликују подаци из емитивних земаља и оних из ловнотуристичких дестинација. Ово стога што се знатан део ловнотуристичког промета реализује посредством приватних контаката, што често измиче егзактним евиденцијама. Ипак, при процени величине потенцијалног ловнотуристичког тржишта полази се од броја ловаца на одређеном

**Табела 1: Број ловаца у државама Европске уније
и у неким развијенијим европским земљама**

*Table 1 – Number of hunters in the countries of the European Union
and in some developed European countries*

Држава	Број ловаца	Постотак од популације	Ловци на км ²
ЕУ			
Аустрија	110.000	1,41	1,31
Белгија	29.000	0,29	0,81
Данска	177.000	3,47	4,,11
Финска	300.000	5,96	0,89
Француска	1.650.000	2,89	3
Немачка	338.000	0,42	0,95
Велика Британија	625.000	1,12	2,56
Грчка	293.000	2,84	2,22
Ирска	120.000	3,43	1,71
Италија	925.000	1,62	3,07
Луксембург	2.200	0,55	0,85
Холандија	33.500	0,22	0,81
Португалија	300.000	3	3,37
Шпанија	1.000.000	2,56	1,98
Шведска	320.000	3,64	0,71
Укупно ЕУ	6.222.700	1,7	1,92
Изван ЕУ			
Малта	14.000	4	44,4
Норвешка	170.000	3,95	0,52
Швајцарска	30.000	0,43	0,73
Укупно изван ЕУ	214.000	2,19	0,63
Укупно у Европи	6.436.700	1,95	1,2

Извор: Hofer, 2002.

географском односно административном простору. Тај простор, са аспекта интереса нашег ловног туризма, је простор Европе у ширем, односно економски развијених европских земаља, у ужем смислу.

Према истом аутору (Табела 1) у Европи је почетком ове деценије евидентирано око 6.436.700 ловаца, од чега у земљама Европске уније 6.222.700, а у осталим земљама Европе – 214.000 ловаца.⁴

⁴ Овај податак је проблематичан, посебно ако се узме у обзир чињеница да је у то време само у СР Југославији било око 100.000 регистрованих ловаца.

Према проценама компетентних стручњака, око 20% европских ловаца одлазе у иностране ловнотуристичке дестинације ради задовољавања својих ловних потреба, а то је око 1.330.000 ловаца – туриста. Међутим, не лови сваки ловац— туриста сваке године у иностраним ловиштима, већ једном или више пута у животу. Сматра се, наиме, да годишње око 330.000 ловаца – туриста годишње креће на туристичка путовања у циљу задовољавања својих ловних потреба односно мотива. Дакле, око 330.000 потенцијалних ловаца – туриста је циљна група према којој се може деловати у смислу анимације за ловнотуристичку потрошњу. Источноевропске ловне дестинације годишње потенцијално посети од 450.000 до 460.000 иностраних ловаца.

Нофер истиче да, према подацима ловнотуристичких дестинација, годишње се у евроазијским дестинацијама реализује од 80 до 90.000 туристичких ловаца, од чега се остварује приход од 120 до 180 милиона еура. Од тога, према проценама заснованим на подацима из емитивних земаља, у ловнотуристичким дестинацијама остаје од 40 до 60 милиона еура годишње, а према подацима базираним на информацијама из ловнотуристичких дестинација њима од годишње ловнотуристичке потрошње остаје од 26 до 35 милиона.

Када се ови подаци компарирају са подацима који се односе на неке друге (нарочито масовне) облике туристичких кретања, може се констатовати да је ловнотуристичка клијентела малобројна, али веома солвентна. Ово је природно, јер су ловнотуристички аранжмани врло скупи, будући да су најчешће сви други импутути заједно знатно мањи од цене самог одстрела трофејне ловне дивљачи. Наиме, сама цена трофеја крупне дивљачи износи више хиљада, па и више десетина хиљада долара односно еура.

Иначе, доминантна тражња иностране ловнотуристичке клијентеле потиче из високо развијених европских земаља (Немачка, Аустрија, Шпанија, Италија), а рецептивне ловнотуристичке дестинације су земље у транзицији, средње и мање економске развијености, заинтересоване за интензивнији економски развој. Међутим, три високо развијене европске земље (Финска, Норвешка и Шпанија) су истовремено и емитивне и рецептивне дестинације ловног туризма. Најпопуларније ловне дестинације у Европи су Мађарска и Пољска, али и друге источноевропске земље последњих година привлаче приличан број ловаца – туриста.

1. **Реинвестирање.** Ловци – туристи су, по Нофер-у, заинтересовани за новац који плате за ловнотуристичке услуге, тј. колико се од тог новца враћа за даље унапређивање ловства у датој ловнотуристичкој дестинацији. Подаци о томе, како уочава овај аутор, су тешко доступни.
2. **Илегалне радње** су, на жалост, прагилац ловног туризма. То су, пре свега, криволов, илегална трговина ловном дивљачи и трофејима. Како извештава Нофер, 11% анкетираних немачких ловаца— туриста су свесни да су у лову у иностранству учествовали у нелегалним, и истинском лову (ловству) непримереним радњама.

УТИЦАЈ САВРЕМЕНИХ ТРЖИШНИХ КРЕТАЊА НА ЛОВНИ ТУРИЗАМ У СРБИЈИ

Последњих две деценије карактеристичне су по знатно **смањеном интересу** страних туриста – ловаца за понуду ловнотуристичких дестинација из Србије. Разлози за то су различити, а главни од њих су:

- проблеми у вези са распадом бивше СФРЈ, економске санкције СР Југославији од стране међународне заједнице, ратно окружење и др.;
- смањени фондови атрактивне (пре свега високотрофејне) дивљачи у односу на тзв. „златно доба ловног туризма“ у нас (70-е и 80-е године прошлог века);
- смањен број ловаца у главним емитивним земљама (посебно у Италији, чији су ловци били најбројнији посетиоци нашим ловиштима) и др.

С друге стране, подаци указују на чињеницу да последњих неколико година знатно расте број домаћих ловаца у комерцијалним лововима у ловиштима у нашој земљи. Разлог овој тенденцији је појава нове структуре ловаца „дубоког џепа“, који се регрутују из редова новокомпонованих бизнисмена и политичара, којима ексклузивни ловови омогућавају (поред других облика промоције) експонирање у структурама нове „елите“, као и успостављање нових пословних контаката односно успостављање повољније политичко позиционирање. Та околност је имплицирала већи одстрел, а тиме и кореспондентан комерцијални ефекат, што унеколико доприноси развоју и унапређивању ловства у појединим, иначе, већ развијеним ловиштима.

Главни недостатак комерцијалних ловова, које углавном практикује домаћа ловна клијентела, је у чињеници да већина њихових учесника у ловиштима проведе само један дан, тј. у току трајања лова. Стога изостаје пансионска и ванпансионска потрошња, што знатно умањује укупне приходе од ловног туризма.

СПЕЦИФИЧНОСТИ ПОСЛОВАЊА ЛОВНО-ТУРИСТИЧКИХ АГЕНЦИЈА

Ловно-туристичка агенција је врста туристичке агенције, која представља привредни субјекат⁵ чија комерцијална делатност обухвата посредничке, организаторске и снабдевачке послове у домену ловнотуристичких услуга. Као и свака друга туристичка агенција и она представља „привредно предузеће које услуге трећих лица које су (услуге) потребне за путовање и боравак (у току кога се спроводи задовољење специфичних потреба туриста – лов дивљачи, прим. Р.П.), посредује туристима (ловцима, прим. Р.П.), или те услуге нуди у посебним комбинацијама као нове 'сопствене услуге'“. (Klatt i Fischer, према: Штетић и Шалов, стр. 25).

⁵ Према члану 3, тачка 12) Закона о туризму, туристичка агенција је “привредно друштво, предузетник или огранак другог домаћег или страног правног лица које обавља делатност туристичких агенција (која је уређена члановима 42. до 58. овог закона, прим. Р.П.) под условима прописаним овим законом, ради стицања добити”.

Делокруг послова и задатака ловно-туристичке агенције, као и уопште туристичких агенција (по Шмиду, а према: Штетић и Шалов, стр. 26), „је организација путовања, посредовање појединачних услуга (саобраћајне, угостиољске и услуге организације и спровођења туристичког лова, прим. Р.П.) и пружање других услуга везаних уз путовање и боравак“.

Основна специфичност у пословању ловно-туристичких агенција је посредовање, а често и директна партиципација у пружању, за ловнотуристичку клијентелу примарних, ловнотуристичких услуга. У том погледу, ловно-туристичка агенција сарађује са тзв. **пружаоцима ловно-туристичких услуга**. Према члану 88, став 1. Закона о туризму пружалац ловнотуристичких услуга је „привредно друштво или јавно предузеће чији је оснивач Република Србија или аутономна покрајина које је регистровано за обављање делатности узгоја и лова дивљачи“. Пружалац ловнотуристичких услуга је, дакле, привредни субјекат који газдује ловиштем⁶, тј. корисник ловишта, који се (сходно члану 88., став 2. Закона о туризму) региструје и евидентира у складу са законом којим се уређује регистрација привредних субјеката и Законом о туризму.⁷

Пружаоци ловнотуристичких услуга⁸ у Србији су, дакле, јавна и друга предузећа, Војска Србије и ловачке организације који газдују са 323 ловишта на површини од 8.828.558,29 ха. Структура корисника ловишта је следећа:

- Ловачки савез Србије, посредством својих ловачких удружења, газдује са 229 ловишта на површинама од 7.906.922,44 ха, што износи 89,56% од укупних ловних простора;
- Јавно предузеће „Србијашуме“ газдује са 53 ловишта, укупне површине 624.348 ха, или 7,07% од укупних ловних простора;

⁶ Према члану 20. Закона о ловству („Службени гласник РС“, бр. 39/1993.године) ловиште се даје на газдовање једном кориснику (предузећу или Ловачком савезу Србије) који испуњава следеће услове: да обезбеди да стручне послове гајења, заштите и организовања лова дивљачи обављају лица са најмање ИВ степеном шумарске, ветеринарске, биолошке или пољопривредне струке сточарског смера и службе за чување ловишта (коју сачињавају ловочувари, који треба да испуњавају услове из члана 57. до 59. овог закона). Предузећа којима се на газдовање даје ловиште су јавна предузећа за газдовање шумама односно управљање националним парковима, као и други привредни субјекти који испуњавају услове за газдовање ловиштем. Ловачки савез Србије газдује ловиштем преко ловачког удружења организованог на подручју на коме је установљено ловиште, а које је његов члан. Са овим корисником ловишта Ловачки савез Србије закључује уговор којим се уређују међусобна права и обавезе у погледу газдовања ловиштем, а на који (уговор) сагласност даје министар надлежан за послове ловства. Ловиште се даје на газдовање на одређено време које не може бити краће од 10 година.

⁷ Према члану 117, став 1, Регистар туризма води Агенција за привредне регистре. У Регистру туризма региструју се. 1) туристичке агенције – организатори путовања и 2) туристичке агенције – појединци. Према ставу 3. овог закона у Регистру туризма евидентирају се, између осталог, следећи, за ловни туризам битни, чиниоци: пружаоци ловнотуристичких услуга, категорисани и некатегорисани објекти ловног туризма и туристички пратиоци.

⁸ Према сада важећим законским прописима (пре свега одредбама Закона о туризму) ловачке организације, као такве, не могу бити пружаоци туристичких услуга, већ то могу остваривати преко тзв. привредних друштава у које се могу, у складу са важећим прописима, трансформисати и са одредбама овог закона ускладити своје пословање у року од 6 месеци од дана његовог ступања на снагу (члан 132, став 1. прелазних и завршних одредаба Закона о туризму).

- Јавно предузеће „Војводинашуме“ газдује са 14 ловишта, укупне површине 108.979 ха, или 1,23% од укупних ловних простора;
- Национални паркови Србије газдују са 5 ловишта, укупне површине 146.757 ха, или 1,66% ловних простора;
- Рибарска газдинства газдују са 17 ловишта, укупне површине 19.499 ха, или 0,22% од укупних ловних простора;
- Војска Србије газдује са 4 ловишта, укупне површине 13.251 ха, или 0,15% од укупних ловних простора и
- Пољопривредно предузеће „Зобнатица“, Бачка Топола, газдује са једним ловиштем површине 2.537 ха, или 0,03% од укупних ловних простора.

У ловиштима јавних предузећа „Србијашуме“ и „Војводинашуме“, националних паркова и Војске Србије узгајају се и у ловнотуристичкој понуди су следеће врсте крупне дивљачи: јелен европски, јелен лопатар, дивокоза, муфлон, срна и дивља свиња. У ловиштима којима газдују ловачке организације и остали привредни субјекти стално гајене врсте дивљачи, које су потенцијално и у туристичкој понуди, су: јелен европски, срна, дивља свиња, зец, фазан, пољска јаребица, јаребица камењарка, а користе се, између осталог, као елементи туристичке понуде и друге врсте пернате дивљачи: шумска шљука, дивље патке, дивље гуске, препелица, грлица, голубови и др., као и предатори: вук, лисица, шакал и др.

Ловно-туристичка агенција, данас, у сарадњи са корисницима ловишта, који формирају највећи део ловнотуристичког производа остварује своју делатност. Међутим, у околностима (које су биле присутне све време од успостављања ловног туризма на нашим просторима⁹, тј. последњих више од пола века) када са око 90% ловних простора газдују непривредни субјекти (ловачке организације) ловно-туристичка агенција, не само да је доминантно била организатор туристичког путовања (што је још увек случај), већ је била својеврстан монополист на ловнотуристичком тржишту, на коме је иступала преваходно са понудом (а ретко са посредовањем) ловних туристичких аранжмана.

Управо због специфичности ловних (као и риболовних) туристичких аранжмана, на основу Скупштине УУТА (Југословенског удружења туристичких агенција), Пословодни одбор ове асоцијације „у складу са законским прописима и правилима (који су у то време важали, прим. Р.П.) у области ловства и спортског риболова у нашој земљи“, је 1990. године утврдио и прогласио **УУТА стандарде за ловне и риболовне аранжмане**, чији интегрални текст гласи:

„Због специфичности ловних и риболовних туристичких аранжмана УУТА утврђује (поред општих који важе за све туристичке аранжмане у надлежности чланица ове асоцијације, прим. Р.П.) и посебне стандарде:

- који се односе на туристичке агенције које на тржишту иступају са понудом ловних и риболовних туристичких аранжмана, и
- које ће обухватити и примењивати у својим програмима ове врсте.

⁹ Детаљније о томе говори се, између осталог, у: Прентовић, 2004

У остваривању ових стандарда, YUTA и туристичке агенције придржаваће се и законских прописа, као и правила и одлука овлашћених органа и организација у области ловне и риболовне привреде. Са њима ће се у циљу унапређења ове делатности остваривати сарадња.

Туристичка агенција носилац ових аранжмана дужна је:

Да има закључен уговор са једном или више организација које газдују са одређеним ловиштем, односно риболовним подручјем, који усвојим плановима имају утврђену активност у области туризма, а за текућу годину ловишта треба да имају и план одстрела одређене врсте и броја дивљачи.

Да за послове ловног туризма обавезно, а за риболовни било би пожељно, има ангажовано лице које је завршило најмање средњу школу и у оквиру школовања стекло одређена знања из области ловства, односно да је пред надлежном стручном комисијом успешно положило ловачки испит и за то добило одговарајућу потврду, а за рад на риболовним аранжманима да познаје спортски риболов.

Да је у време пласмана аранжмана из ове области пословно солвентно у целости, а посебно да је према партнерима пружаоцима услуга везаним за ове аранжмане, измирило обавезе.

Да је претходно потписало изјаву о прихватању Општих стандарда туристичких аранжмана YUTA.

За ловни туристички аранжман агенција ће клијенту – групи обезбедити обавезно:

- стручног водича са познавањем језика клијента,
- у сарадњи са ловиштем стручну комисију за оцену трофеја крупне дивљачи,
- потребну документацију за пренос преко границе уловљене дивљачи, у случајевима када то клијент захтева.

За риболовне аранжмане агенција ће клијенту обезбедити услуге према захтеву.

Посебне одредбе којих је агенција дужна да се придржава у пословању код ловних и риболовних туристичких аранжмана:

Агенција је дужна да се стара о безбедности клијента – учесника у ловним и риболовним туристичким аранжманима (и да у вези са тим понуди и одговарајуће осигурање код осигуравајућег завода).

Агенција је дужна да обезбеди максималне услове да клијент успешно оствари лов, односно улов.

Агенција је дужна да у ловним туристичким аранжманима отклони околности које би утицале на ривалство између група ловаца.

Агенција неће у исто време у исто ловиште водити више група клијената.

Ови YUTA стандарди и данас су на снази. Специфичности у пружању услуга ловног туризма у односу на уобичајене (класичне) туристичке услуге су бројне, а исте се посебно манифестују при: резервацији лова, асистенцији на месту пријема ловаца— туриста, у фази одвијања ловне активности, наплате услуга, као и у односу на надлежности и задатке стручних водича и пратилаца у лову.

Резервација треба да садржи: предмет резервације, назив групе ловаца, врсте дивљачи које се планирају ловити, термин лова, број и опис соба, угоститељске услуге и податке о оружју. Већина ловишта располаже са објекти-ма за смештај и исхрану ловаца -туриста, те се зато резервације и овог дела аранжмана чине у ловишту. Уколико се лов одвија у ловишту које не поседује сопствене смештајне капацитете, онда агенција резервише смештај у неком од хотела у близини ловишта са којима има склопљен уговор. После писмене резервације услуга, хотел, углавном, у писменој форми обавештава агенцију о потврди резервације. Када је резервација потврђена, страним ловцима – туристима се шаљу, поред ценовника, позивна писма (која захтевају више детаља уколико ловци долазе авионом). Поред основних података о ловцу, захтевају се подаци о врсти пушке, калибар, број метака који се уносе у земљу, као и број и време лета.

Асистенција на месту пријема. Када ловци – туристи стигну на место састанка, тј. на аеродром или неки гранични прелаз, један од представника агенције дочекује ловце, помаже им око попуњавања формулара и затим их вози у ловиште. Пријава боравка у полицији, са назнаком да се ради о ловцима – туристима који лове у аранжману „Ловотурса“, је обавезна.

Одвијање лова – За време лова, са ловцима увек борави неколико представника агенције које је она ангажовала (преводиоци, пратиоци у лову и водичи) који осим пружања стручне помоћи и превођења, воде записник о одстрељеној дивљачи и коришћеним услугама у ловишту.

Наплата туристичких услуга врши се увек по истеку аранжмана, из разлога што се не може унапред знати коју ће јединку ловац да одстрели, а чак и ако се зна, не може се са потпуном тачношћу утврдити вредност трофеја док трофеј није обрађен и прецизно измерен до тачности у милиметар и грам, јер некада је само један милиметар довољан да промени цену трофеја и по неколико десетина хиљада динара. Такође се и садржај угоститељских услуга мења на терену у зависности од тока извођења лова и склопа околности. Немогуће је и утврдити и тачан број метака који ће се испалити, а сваки пуцањ се наплаћује. После завршетка аранжмана ловцу се предаје калкулација да би имао тачан увид у остварене трошкове. Када ловац измири своје обавезе према агенцији, тада агенција мора да изврши своје обавезе плаћања према кориснику ловишта. Калкулација ловнотуристичких услуга врши се према важећим ценовницима (корисника ловишта и агенције). **Провизија** се разликује код лова на ситну и лова на крупну дивљач. Наиме, код лова на ситну дивљач она износи 10% на вредност издате фактуре, а провизија је утврђена уговором са корисником ловишта. Вредност накнаде за услуге страним ловцима – туристима се добија применом средњег курса Народне банке Србије, тј. односа динара са страном валутом на дан фактурисања. Провизија се обрачунава на укупну основицу.

Водич, обично лице из персонала агенције, има следеће задатке:

- према инструкцијама које добија од агенције треба да одведе туристе до ловишта;
- са локалним организаторима лова треба да припреми комплетну организацију лова;

- према упутствима организатора лова (ловника или ловочувара) треба да упозна ловце – туристе о начину извођења лова, као и о мерама безбедности од евентуалне несреће у лову;
- током извођења лова треба да прати ловце – туристе и врши превођење у комуницирању између ловаца – туриста и локалних организатора лова;
- потребно је да упозори локалне организаторе лова да не одстрељују дивљач за рачун туриста, осим у случају када то туристи захтевају ради повећања улова;
- треба да строго води рачуна да се лови искључиво дозвољена ловна дивљач према важећој наредби о ловостају дивљачи;
- да се брине да се у ловишту након завршетка лова дивљач очисти од изнутрица (осим грлица и препелица);
- да са локалним организаторима лова и вођом групе туриста направи записник о броју одстрељене дивљачи и извршених услуга у лову;
- по завршетку лова треба да контактира агенцију, саопшти резултате лова и док су организатори још на окупу, да се са истима договори о евентуалном лову за наредни дан;
- да не отказује лов, предвиђен у истом ловишту за наредни дан, чак и ако је улов био слаб, док се не консултује са агенцијом, јер није сигурно да је сваки пут могуће обезбедити друго ловиште;
- да се брине о квалитету укупних угоститељских услуга;
- да се брине о коректној наплати услуга према ценовнику и да врши превођење код наплате од страних угоститеља;
- да по повратку из лова, по записнику, преда дивљач у фрижидере агенције или ловачког друштва у месту где се лов изводи, а уколико је фрижидер у хотелу да помогне око стављања дивљачи у фрижидере и брине се да ови исправно функционишу (веома је важно да се дивљач правилно ређа у фрижидер, јер у случају гомилања може доћи до крварења дивљачи и веома велике штете);
- да спречава недозвољену трговину између туриста и локалних организатора лова, а нарочито замени дивљачи за робу или наплату дивљачи на лицу места;
- да се у односима између туриста и домаћих ловаца поставља реално и не држи страну ни једнима ни другима и др.

Приликом лова на крупну дивљач поред сваког ловца – туристе треба да је присутан **пратилац** или асистент у лову.¹⁰ Овај пратилац може бити из персонала ловно-туристичке агенције, а најчешће је исти из персонала организатора лова. Он је овлашћен за вођење лова и пружање истом неопходне помоћи у току спровођења туристичког лова. Осим тога што поседује неопходне ловно-стручне квалификације, пратилац лова у туристичком лову треба да је врсни познавалац ловишта и дивљачи да би задовољио све критеријуме да лов буде успешан. Мора бити уједно одевен у ловачко одело, не сме деловати запуштено, мора имати своју опрему, бити прецизан, одморан,

¹⁰ Приликом групног лова крупне и ситне дивљачи ловом руководи ловник, који је, по правилу, овлашћено стручно лице из персонала корисника ловишта.

стручан, љубазан, услужан и добар познавалац ловачких обичаја и ловачке етике. Ловачко одело и обућа (прим. Р.П.) увек мора бити чисто и прилагођено годишњем добу и временским условима“. (Ирмењи, 2006, стр. 14). Исто се односи и на услове које треба да испуњава ловник.

Организатор лова, а пре свега стручни пратилац и ловник, треба да обезбеди да ловац – туриста у лов полази адекватно опремљен оружјем, муницијом и другим техничким средствима, помагалима и опремом. Осим ловачког оружја одговарајућег типа, и калибра примереног дивљачи која се планира изловљавати и довољне количине квалитетне муниције, и др. стручни пратилац треба да има двоглед, спектив, ловачки нож, даљинометар, штап, наслон, вабилице (када су исте законом дозвољене за употребу) и, свакако, ловачки ранац за ношење неких од ових и других средстава и опреме. Осим ових средстава и опреме, стручни пратилац и ловник треба обавезно да поседују пиштољ или револвер за одбрану ловца – туристе и себе од опасне дивљачи на блиском одстојању, односно за испаливање тзв. „самилосног хица“ на рањену дивљач, како би се истој прекратиле муке.

Непосредно пре поласка у лов ваља, на љубазан и ненаметљив начин, подсетити госта (госте) да провери комплетност и исправност свог оружја, муниције и опреме. Пожељно је, наиме, „да гост испали тзв. пробни хитац, или више метака, у мету на стрелишту (ако у датом ловишту или у његовој ближој околини постоји условни објекат, било стандардни или импровизовани, прим. Р.П.) пре поласка у лов, јер се на тај начин проверава исправност, функционалност и сигурност оружја и муниције, а исто тако и способност стрелца. Стручни пратилац обавезно присуствује пробном гађању и пажљиво посматра и по томе може да оцени способности и сигурност ловца као стрелца. Видеће како гост рукује са својим оружјем и на основу тога треба да предузме и он (потребне, прим. Р.П.) мере и радње ради безбедног лова“. (Ирмењи, 2006, стр. 15). Ако је констатовао да гост не уме да рукује својим (или изнајмљеним) оружјем, тј. да има слабе стрељачке способности, стручни пратилац треба да предузме све у том моменту могуће адекватне мере у циљу обезбеђивања минималне неопходне оспособљености датог туристе – ловца, да исти приступи планираном лову. Уколико за то не постоје услови, том госту треба ускратити учешће у туристичком лову, уз пригодно и тактично образложење да би исто угрозило његову и безбедност осталих учесника у лову. Неетично је, наиме, услед мотива обезбеђивања профита, у лов водити недовољно обучене и оспособљене туристе. Уколико се испостави да оружје није исправно треба ангажовати стручњака (пушкара) да отклони квар или врсног познаваоца упуцавања оружја да унишани дато оружје, мада овај поступак, по правилу, треба да обави сам стрелац (ловац) како би оружје упуцао према својим анатомско-физиолошким, морфолошким, перцептивним и другим особеностима.

А када у лов поведе минимално обученог госта, стручни пратилац мора, поступајући уз повећани опрез, одабрати право место и друге погодности датом туристи – ловцу за безбедно пуцање. Он, притом, мора посебно „да обрати пажњу на руковање оружјем госта, да приликом пуњења оружја односно припреме за пуцање не дође до нежељених последица. Уколико на те-

рену дође до више промашаја, треба стати са ловом, смирити госта, покушати саветовати га да поново проба своје оружје, да се на тај начин поврати сигурност у себе и тек тада наставити лов“. (Исти извор). Надаље, када се код госта примети већи замор или нестабилно (погоршано) здравствено стање, ваља прекинути лов ради одмарања ловца или затражити лекарску помоћ.

Уопште узев, у туристичком лову пратилац треба да обезбеди да се ловац – туриста придржава свих правила безбедног руковања оружјем. Нарочито ваља пазити „да се никада не дозволи опаљење метка пре него што се сигурно не провери да ли је дивљач за одстрел, да ли стоји на безбедном месту, да ли је позадина безбедна, шта може да се деси ако се дивљач погоди и пробије зрно (прострел, прим. Р.П.), шта ако се промаши и (или, прим. Р.П.) зрно добије рикошет“. (Исти извор, стр. 16).

УМЕСТО ЗАКЉУЧКА

Усвајањем новог Закона о дивљачи и лову стећи ће се релевантне нормативно-правне претпоставке за успостављање реалних тржишних позиција ловно-туристичких агенција и њихово још квалитетније ангажовање у пружању услуга у ловном туризму. Наиме, у тексту нацрта овог закона утврђене су дужности туристичких агенција и пружалаца туристичких услуга, које се односе на њихове односе са иностраном клијентелом, тако што је агенција, која има закључен уговор о пружању ловнотуристичких услуга са корисником ловишта, дужна „да обезбеди ловну карту и дозволу за лов иностраном ловцу, као и све друге документе за ловачко оружје и ловачке псе иностраног ловца и извоз меса и трофеја дивљачи у складу са одговарајућим прописима“ (члан 75, став 1. Нацрта закона).

Унапређивању агенцијског пословања у ловном туризму допринеће и подзаконски прописи који ће бити донети на основу одредаба Закона о туризму и то, пре свега, оних којима се уређује ловнотуристичка делатност.

ЛИТЕРАТУРА

3. Гајић, К. (1994): Ловна привреда, Пољопривредни факултет, Београд
4. Hofer, D. (2002): The Lion's Share of the Hunt. Trophy Hunting and Conservation-Areview of the legal Euroasisan tourist hunting market and trophy trade under CITES. Traffic Europe
5. Ирмењи, Ф. (2006): Важна улога стручног пратиоца „Лорист“, бр. 7, Нови Сад
6. Кобашић, А. (1977): Маркетинг у туризму, Факултет за туризам и вањску трговину, Дубровник
7. Марић, Р. (2003): Ловство, Институт економских наука, Београд
8. Попов, Ј. Д. (2001): Incoming travel – Пословање туристичких агенција, Институт за географију ПМФ-а Универзитета у Новом Саду, Нови Сад

9. Прентовић, Р. (2004): Настанак и развој ловног туризма у нашој земљи, Научно-стручни часопис „Туризам“, бр. 8, стр. 135–137.
10. Прентовић, Р. (2005): Ловни туризам и одрживи развој, Зборник радова са научног симпозијума „Србија и савремени процеси у Европи и свету“, тара 2005, стр. 713–722.
11. Прентовић, Р. (2005): Ловни туризам ПМФ, Департман за географију, туризам и хотелијерство, Нови Сад
12. Прентовић, Р. (2005): Ловнотуристички производ „Туризам“, бр. 9, Нови Сад
13. Прентовић, Р. (2006): Основи ловства, Департман за географију, туризам и хотелијерство ПМФ-а, Нови Сад
14. Прентовић, Р. (2006): Ловиште – својеврсна туристичка дестинација, „Туризам“, бр. 10, Нови Сад
15. Прентовић, Р. (2007): Могући модел валоризације ловнотуристичких дестинација, „Туризам“, бр. 11, Нови Сад
16. Прентовић, Р. (2007): Нормативно-правна регулатива ловног туризма, Зборник радова Департмана за географију, туризам и хотелијерство ПМФ-а, Нови Сад, бр. 36, Нови Сад
17. Прентовић, Р. (2008): Етика ловног туризма, Департман за географију, туризам и хотелијерство ПМФ-а, Нови Сад
18. Прентовић, Р. (2008): Корелација ловног и руралног туризма у Војводини, Зборник радова Департмана за географију, туризам и хотелијерство ПМФ-а, Нови Сад, бр. 37, Нови Сад
19. Штетић, С. и Шалов, П. (2000): Пословање туристичких агенција, Савезни центар за унапређење хотелијерства – угоститељства, Београд
20. Закон о ловству („Службени гласник РС“, бр. 39/93)
21. Закон о туризму („Службени гласник РС“, бр. 36/2009)