

ПРОМЕТ И ЛОВНО- ТУРИСТИЧКА ТРАЖЊА У ЛОВИШТИМА Ј.П. „ВОЈВОДИНАШУМЕ“ НА ПОДРУЧЈУ БАЧКЕ

MARKET AND HUNTING TOURISM DEMAND IN HUNTING GROUNDS OF P.C. „VOJVODINAŠUME” IN BAČKA REGION

Арменски Тања*, Марковић Владимир*, Зоран Ристић*, Баровић Владимир*

РЕЗИМЕ: *Ловни туризам представља сегмент развоја ловства који се манифестује кроз значајне економске приходе, неопходне за постизање и одржавање оптималних станишних услова и адекватног фонда дивљачи сваке гајене врсте. Интензивне политичке и економске промене 90. година прошлог века, утицале су на смањење броја ловаца- туриста у Бачкој. Поред тога, недостатак финансијских средстава, генерисаних кроз инострани ловни туризам, оспорио је и успорио интензивну производњу дивљачи, нарочито у ограђеним и делом ограђеним ловиштима. У раду је анализирана структура, карактеристике ловно-туристичке тражње и висина остварених прихода у ловиштима којима газдује Ј.П. „Војводина“ на подручју Бачке. Иако је приметан пораст броја ловаца-туриста, у односу на потенцијале и ловно-туристичку понуду, укупан број ловаца туриста који је боравио у ловиштима Ј.П. „Војводинашуме“ на територији Бачке је много мањи од оптималног, а тиме и девизни прилив.*

Кључне речи: *ловно- туристичка тражња, ловни туризам, Ј.П. „Војводинашуме“, Бачка*

ABSTRACT: *Hunting tourism is key driver of hunting development that has been manifested through significant incomes that are necessary to achieve and maintain optimal habitat conditions and an adequate number of each harvested species of big and small games. Intense political and economic changes during 90 th of the last century, have influenced on decline in number of hunting tourists in Backa. In addition, the lack of funds, generated through foreign hunting tourism, contested and slowed*

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

** Филозофски факултет, Нови Сад

production of games, especially in enclosed and partially enclosed hunting grounds. The aim of the study is to analyze structures and characteristics of hunting tourism demand and amount of income realized in the hunting areas managed by "Vojvodina" company in Backa. Although there has been an increase in the number of tourist-hunters, in relation to resources and hunting and tourism activities, the total number of hunters who stayed in the hunting P.C. "Vojvodinašume" in the territory of Backa is much less than optimal, and thus the inflow of foreign currency.

Key words: *hunting tourism demand, hunting tourism, P.C. "Vojvodinašume", Backa*

УВОД

„Свако добро пословање почиње са обезбеђивањем довољног броја потрошача. Потом је неопходно постојећег потрошача задржати, јер се процењује да је трошак привлачења нових купаца пет пута већи од трошкова задржавања постојећих купаца.“

Filip Kotler

Подаци у вези са анализом потрошача, добијени су анализом уговора о продаји ловно-туристичких аранжмана, прибављених од ловно туристичке агенције „Quattro Cervi“ (која послује у склопу Ј.П. „Војводинашуме“), интервјуисањем ловних субјеката који су најнепосредније везани за производњу и продају ловно-туристичког производа и узимањем података о промету иностраних ловаца туриста из документације Ј.П. „Војводинашуме“. Проблематика истраживања потрошача била је отежана чињеницом да се истраживање морало вршити у току целе ловне године, по појединим ловним сезонама за појединачне врсте дивљачи у свим ловиштима Бачке, што није било изводљиво због недостатка истраживача, али и због саме природе пословања ловачких организација и предузећа. Осим тога, истраживање у оквиру једне ловне године не може да служи као параметар за одређивање динамике кретања ловаца туриста, али је била добра одредница за анализу преференција иностраних и домаћих потрошача.

Анализом потрошача дат је осврт на основне карактеристике ловаца-туриста који долазе у нашу земљу, те је оцењен систем вредности ловног туризма у Бачкој, користећи се методом ланца вредности, као незаобилазном иницијалном базом за дефинисање конкурентности ловно-туристичке дестинације.

КАРАКТЕРИСТИКЕ ПОТРОШАЧА

Туристи могу имати различите представе о дестинацији и о користима које могу имати од куповине туристичког производа, а у складу са својом културом, системом вредности и друштвено-економским статусом (Gunn, 1979; Goodall, 1988). С тога је неопходно различите компоненте туризма повезати у складу са приоритетима туриста, њиховим мотивима и очекивањем.

Према карактеристикама потрошача неопходно је јасно издиференцирати и формирати туристички производ (понуду), која ће максимално задовољити потребе потрошача- ловаца.

За Бачку као ловно-туристичку дестинацију посебно је важно стање ловства у Европској унији, као и потрошња европских ловаца (страна 18). Због тога, неопходно је још једном напоменути да у земљама ЕУ има укупно 6,2 милиона ловаца или око 1,7 % укупне популације ЕУ (Hofer, 2002). Pinet (1995) процењује просечну личну потрошњу ловаца ЕУ на око 1.500 еура годишње, односно око 10 милиона еура које годишње потроше ловци у Европи. Тиме се удео потрошње за лов у иностранству процењује на око 131 милиона еура. Његове су процене да око 30% европских ловаца путује у иностранство ради лова. Будући да се број ловаца туриста разликује од земље до земље, зависно од чиниоца, као што су финансијска и економска ситуација, национална традиција у ловству, те могућност лова у властитој земљи, ове податке неопходно је озбиљно схватити те пронаћи мере и методе за привлачење ове клијентеле у нашу земљу. Pinet (1995) такође процењује да око 50% европских ловаца-туриста, лови у иностранству једном или два пута у животу, а осталих 50% лове у иностранству сваке године. Већина ловаца из Немачке је оријентисана на суседне европске земље, а 47% њих лови у земљама Источне Европе.

Истраживањем су обухваћене следеће карактеристике потрошача-ловаца:

- а) Сврха долазака, активности и трајање боравка
- б) Учесталост долазака
- в) Потрошња гостију
- г) Задовољство

а) Сврха долазака, активности и трајање боравка

Домаћу тражњу углавном чине чланови ловачких удружења. Код ове групе потрошача карактеристично је да „косе, оно што узгоје“. Ово подразумева да је основни мотив бављења ловом дружење, љубав према лову, провођење слободног времена у природи. Чланови ловачких друштава углавном лове у ловиштима којим газдују њихова ловачка удружења. О ловно-туристичким кретањима, може се говорити у смислу посећивања ловачких манифестација, сајмова, скупова, хајки, такмичења у спортском стрељаштву те комерцијалних ловава углавном на ситну дивљач, мада се последњих година повећава број домаћих ловаца који преферира лов крупне дивљачи. Код иностраних посетилаца основни мотив је лов. Из тог разлога просечан боравак ловаца туриста траје од 2 до 5 дана. Немци углавном долазе у лов на крупну трофејну дивљач, а Италијани на ситну. Осим лова већина иностраних туриста није заинтересивана за неке друге активности.

б) Учесталост долазака

Узимајући у обзир појам туристичких кретања, домаћи ловци туристи углавном путују циљно, ради праћења ловачких сајмова, конференција, такмичења или организованих ловава, те учествују у ловно-туристичким кретањима и по неколико пута у току године. Иностранци туристи долазе у лов нај-

чешће једном годишње. Ово спада у такозвани трећи годишњи одмор (поред летовања и зимовања) (Pinet, 1995).

в) Потрошња гостију

Домаћи ловци су углавном средње и ниже платежне моћи. Ово је основни разлог због чега су домаћи ловци претежно оријентисани на лов ситне дивљачи (зец, фазан) и само делимично на лов крупне дивљачи попут срнеће или јеленске дивљачи. Сопственим залагањем у ловачким друштвима кроз узгој и заштиту дивљачи и плаћањем чланарина, чланови ловачких удружења стичу право на лов по ценама које су ниже од цена одстрела дивљачи за ловце који нису чланови ловачког удружења или за иностране ловце.

Код потрошње страних гостију на подручју Бачке, разликују се ловци из Немачке који троше у просеку 3.000 еура по ловачком аранжману (специјализована агенција „Јеленик“, просек цена продатих ловно туристичких аранжмана). Ловци из Италије су клијентела средње и високе платежне моћи, те троше у просеку 1.000 еура по ловно туристичком аранжману.

г) Задовољство

Ниво задовољства иностраних ловаца зависи од многобројних фактора. Најзначајнија је реализација успешног лова, што подразумева постојање одређеног фонда дивљачи, професионалност организатора лова, добру организацију пружаоца ловно-туристичких услуга, одређени ниво квалитета услуга које су укључене у ловно-туристички аранжман (смештај, храна, трансфер итд), гостопримство итд. Ловци из Италије се по темпераменту и ловачкој култури битно разликују од ловаца из Немачке. Више су захтевни по питању менија, преферирају боље опремљени смештајни капацитет, најчешће одседају у хотелима. Склони су променама договора и сатница, при доласку и у току боравка у дестинацији. Ово се може образложити чињеницом да је велики део ловаца из Италије, који долазе у нашу земљу, средње и више платежне моћи, те од уложених средстава за путовање (лов), очекују максималну вредност, односно корист. Ловци из Немачке припадају високо платежној категорији туриста, који у месту сталног боравка могу да приуште луксуз, а при боравку у домицилној земљи преферирају ловачке куће, салаше, аутентичну храну и пића. Мање су захтевни по питању нивоа квалитета угоститељских услуга, али не трпе импровизацију у организацији лова (Арменски, 2009).

Домаћи ловци, генерално могу да се категоришу као незадовољни потрошачи. Ловачки Савез Војводине се сусреће са проблемом опадања броја чланова ловачких удружења. Као разлози ове проблематике наводе се високе чланарине, непостојање повластица за дугогодишње чланове и пензионере итд. Бачка је 1996. године бројала 11.968 чланова ловачких удружења, а 2000. године ловачка удружења су бројала 10.809 чланова—ловца. Овај тренд је праћен и старењем популације ловаца (Малетин, 2005). Опадање бројности није равномерно по ловачким друштвима. Највеће опадање броја чланова је по великим удружењима, а најмањи по малим, због боље организације и чвршћих веза међу члановима.

ПОСТОЈЕЋА ЛОВНО-ТУРИСТИЧКА ТРАЖЊА

Према Стратегији развоја Републике Србије процењује се да је тржиште посебних интереса (меке и грубе активности) у Европи око 443 хиљаде долазака, од чега 44% представљају индивидуални путници (197 хиљада), док остатак од 56% (245 хиљада) чине путовања организована од стране туроператора. Највећа емитивна тржишта посебних интереса су Немачка (102.000 долазака), Велика Британија (71.000 долазака), Француска (31.000 долазака), Холандија (27.000 долазака) и Италија (22.000 долазака). Финансијски гледано, ово тржиште само у наведене 4 дестинације има вредност од преко 177 милиона евра (PATA, Pacific Aia Travel Association, 2005).

Према истом извору процењује се да се у категорији специјалних интереса на подручју Србије реализује укупно 200.000 (3%) ноћења и то 127.624 (63,8%) домаћих туриста и 72,376 (36,2%) страних туриста, а тржишни потенцијал се процењује на 1.000.000 (6,6%) ноћења и то 350.000 (35%) домаћих и 650.000 (65%) страних туриста.

Према Прентовићу (2004) екстензивни и интензивни развој ловног туризма у нашој земљи, а посебно оног који је извозно оријентисан почео је да се остварује после Светске изложбе лова одржане у Диселдорфу 1954. године. Од тада, све до распада СФРЈ, ратног расплета и санкција Међународне заједнице, расте заинтересованост иностраних туриста за лов у нашој земљи. Та изложба је заправо била прилика за показивање нашег потенцијалног ловног богатства и светске вредности наших трофеја, као и пратећих ловно-туристичких услова и могућности наших ловишта. Интересовању иностраних ловаца за нашу ловно-туристичку понуду у том периоду (од 1954. до 1991. године) давале су подстицај и околности које су произилазиле из нашег тада повољног статуса у међународној економској размени, а пре свега: релативно велики углед СФРЈ у свету, развијени односи са иностранством, пасошке и царинске олакшице за туристе и све већи развој туризма уопште у свету и код нас. Као илустрација експанзије ловног туризма од средине педесетих до почетка деведесетих година прошлог века, могу послужити следећи подаци:

- Период седамдесетих и осамдесетих година прошлог века третирају се као „златно доба ловног туризма“. Тада је у СФРЈ годишње боравило од 25.000 до 30.000 страних ловаца туриста.
- Годишњи приход од иностраних ловаца- туриста повећао се са 5.000.000 на преко 12.000.000 долара, ако се овом додају и други приходи од страних ловаца, приходи од ловног туризма су достигали и до 20.000.000 долара.
- Осамдесетих година у ловиштима Србије боравило је 10.000 ловаца годишње и реализовало приход од 10.000.000 немачких марака.

Распадом СФРЈ са ратним исходима, а посебно санкције према Србији, почетком деведесетих година прошлог века, пресудно су утицале на чињеницу да је наредних неколико година обим ловног туризма драстично смањен, а ловно-туристички извоз готово замро. Овај тренд се, са извесним осцилацијама, још увек одржава. Стање се још више погоршало након интервенци-

је НАТО пакта на нашу земљу. Осим свих тих недаћа, овако лошем тренду у развоју ловног туризма у нашој земљи допринеле су и друге околности, а пре свега законска дерегулација, чиме је у овој области створен прави „хаос“. Појавиле су се на десетине посредника и организатора иностраног ловног туризма од којих неколико у власништву страних држављана. Као последица дерегулације, односно непотпуне нормативно- правне уређености ловног туризма у нашој Републици и до данас, нема тачних података о броју страних ловаца- туриста који у нашој земљи користе ловно-туристичке услуге, јер нема законске обавезе вођења централне евиденције, па ни инструмената за целовито праћење и валоризовање ефеката ловно-туристичког пословања. Иако нема целовите евиденције о квантитативним показатељима ловно-туристичког промета код нас, процене комплементарних аналитичара наговештавају „да је тај број у односу на најбоље године десеткован, као усталом и девизни прилив“ (Шелмић и сар., 1998).

Непостојање података о промету ловаца туриста у статистичким заводима изузетно отежава процену ловно-туристичке тражње.

Према подацима Ј.П. „Војводинашуме“ у ШГ Сомбор у периоду од 2001. до 2005. године реализован туристички промет приказан је табелама 1–4:

Туристички промет у ШГ Сомбор се у посматраном периоду повећао за 25,3% (са 144 ловаца у 2001. години, на 193 ловаца у 2005. ловној години), са тим да су у 2001/02. години у структури ловаца доминантни инострани ловци (133 иностраних, 11 домаћих), а 2004/05. године повећало се учешће домаћих ловаца (108 иностраних, 85 домаћих). Укупно реализован туристички промет у ШГ Сомбор у посматраном периоду износи 802 ловаца, односно 611 иностраних и 191 домаћих. Највећи број иностраних ловаца туриста забележен је у 2003/04. години, када је у шумском газдинству боравило 186 иностраних и 58 домаћих ловаца. У овој години реализовано је и највише прихода (8.020.192,00 динара од одстрела, а 1.508.339,00 динара од услуга). Укупно реализован приход од одстрела износи 669.691,00 еура, а од пратећих услуга (у лову и остале

Табела 1. Промет иностраних и домаћих ловаца у ШГ Сомбор у ловној 2001/02. години

Table 1. The turnover of foreign and local hunters in FE Sombor in 2001/02.

	Агенција посредник	Ино ловци-туристи		Бр. домаћих ловаца	Остварен приход	
		Земља из које долазе	Бр. ловаца		Одстрел	Услуге
					Дин	Дин
2001/2002.	FIWI-HUT, Будимпешта	Аустрија	43	11	252.300,00	35.100,00
	Лубе ЈУ, Сомбор	Немачка	35			
	Mistral, Еденбург	Италија	27			
	Eurofruit, Београд, Kiskalath, Капосвар	Мађарска	17			
	Пагос, Апатин	Шпанија	11			
	Укупно:		133			

Извор: Документација Ј.П. „Војводинашуме“, 2008.

Табела 2. Промет иностраних и домаћих ловаца у ШГ Сомбор у ловној 2002/03. години

Table 2. The turnover of foreign and local hunters in FE Sombor in 2002/03.

	Агенција посредник	Ино ловци - туристи		Бр. домаћих ловаца	Остварен приход	
		Земља из које долазе	Бр. ловаца		Одстрел	Услуге
					Дин	Дин
2002/2003.	FIWI-HUT, Будимпешта	Аустрија	57	37	3.068.220,00	943.780,00
	Кгаљевска препелица, Дорослово	Швајцарска	12			
	Бошков турс, Ридлинпер	Белгија	5			
	Еурофруит, Београд	Немачка	66			
	Пагос, Апатин	Шпанија	11			
	Кис-калатх, Капосвар	Мађарска	6			
	Студио Г-3, Љубљана	Словениа	7			
	Трапер, Суботица	Италија	20			
	Укупно:		184			

Извор: Документација Ј.П. „Војводинашуме“, 2008.

Табела 3. Промет иностраних и домаћих ловаца у ШГ Сомбор у ловној 2003/04. години

Table 3. The turnover of foreign and local hunters in FE Sombor in 2003/04.

	Агенција посредник	Ино ловци - туристи		Бр. домаћих ловаца	Остварен приход	
		Земља из које долазе	Бр. ловаца		Одстрел	Услуге
					Дин	Дин
2003/2004.	FIWI-HUT, Будимпешта	Аустрија	63	58	8.020.192,00	1.508.339,00
	Кис-калатх, Капосвар	Немачка	58			
	Ловотурс, Пероварадин	Мађарска	21			
	Бошковтурс, Ридлинпер	Италија	20			
	Студио Г-3, Љубљана	Словенија	4			
	Панон марк, Београд	Белгија	5			
	Лубе ЈУ, Сомбор	Француска	3			
	Краљ. препел., Дорослово	Русија	5			
	Веје, Требље	Румунија	4			
	Пагос, Апатин	Грчка	3			
	Укупно:		186			

Документација Ј.П. „Војводинашуме“, 2008.

Табела 4. Промет иностраних и домаћих ловаца у ШГ Сомбор у ловној 2004/05. години

Table 4. The turnover of foreign and local hunters in FE Sombor in 2004/05.

	Агенција посредник	Ино ловци - туристи		Бр. домаћих ловаца	Остварен приход	
		Земља из које долазе	Бр. ловаца		Одстрел	Услуге
					Дин	Дин
2004/2005.	FIWI-HUT, Будимпешта	Аустрија	39	85	6.551.659,00	2.995.788,00
	Пагос, Апатин	Немачка	30			
	Кис-калатх, Капосвар	Белгија	5			
	Панон Марк, Београд	Словенија	7			
	Ловотурс, Петроварадин	Италија	16			
	Смарил, Београд	Шпанија	5			
	Трофеј, Београд	Ирска	3			
	Оморика, Петроварадин	Француска	3			
	Укупно:		108			

Извор: Документација Ј.П. „Војводинашуме“, 2008.

услуге) је реализовано 182.442,00 еура. У динарској вредности реализовано је 17.892.317,00 динара од одстрела, а од пратећих услуга 5.483.007,00 динара.

Реализован туристички промет у ШГ Нови Сад приказан је у табелама 5–8.

Укупан промет ловаца туриста (домаћи и инострани) је порастао за 74% (са 22 на 83 ловаца) у периоду од 2001. до 2005. године. Међутим, укупан број ловаца туриста који је боравио у ШГ Нови Сад је изузетно мали. За четворогодишњи период, овај број износи 103 иностраних и 96 домаћих ловаца. У 2001/02. ловној години овде је боравило свега 22 ловаца и то у структури 15 домаћих и само 7 иностраних ловаца. Приходи у овој ловној години нису бележени. Највише ино-

Табела 5. Промет иностраних и домаћих ловаца у ШГ Нови Сад у ловној 2001/02. години

Table 5. The turnover of foreign and local hunters in FE Novi Sad in 2001/02.

	Агенција посредник	Ино ловци- туристи		Бр. домаћих ловаца	Остварен приход	
		Земља из које долазе	Бр. ловаца		Одстрел	Услуге
					Дин	Дин
2001/2002.	ШГ „Сомбор“	Аустрија	2	15	-	-
	„Ловотурс“, Петроварадин	Италија	3			
	Без посредника	Словенија	1			
	„Ловотурс“, Петроварадин	Вел. Британија	1			
	Укупно:		7			

Документација Ј.П. „Војводинашуме“, 2008.

Табела 6. Промет иностраних и домаћих ловаца у ШГ Нови Сад у ловној 2002/03. години

Table 6. The turnover of foreign and local hunters in FE Novi Sad in 2002/03.

2002/2003.	Агенција посредник	Ино ловци - туристи		Бр. домаћих ловаца	Остварен приход	
		Земља из које долазе	Бр. ловаца		Одстрел	Услуге
					Дин	Дин
	Без посредника	Италија	7			
	Укупно:		7	22	1.453.949,00	132.870,00

Документација Ј.П. „Војводинашуме“, 2008.

Табела 7. Промет иностраних и домаћих ловаца у ШГ Нови Сад у ловној 2003/04. години

Table 7. The turnover of foreign and local hunters in FE Novi Sad in 2003/04.

2003/2004.	Агенција посредник	Ино ловци - туристи		Бр. домаћих ловаца	Остварен приход	
		Земља из које долазе	Бр. ловаца		Одстрел	Услуге
					Дин	Дин
	„Ловотурс“, Петроварадин, Панон Марк Траде, Београд, „Дијана-Каћа“, Бач Паланка	Италија	45			
	„Јеленик“, Нови Сад	Аустрија	6			
	Укупно:		51	14	3.122.838,00	703.426,00

Документација Ј.П. „Војводинашуме“, 2008.

Табела 8. Промет иностраних и домаћих ловаца у ШГ Нови Сад у ловној 2004/05. години

Table 8. The turnover of foreign and local hunters in FE Novi Sad in 2004/05.

2004/2005.	Агенција посредник	Ино ловци- туристи		Бр. домаћих ловаца	Остварен приход	
		Земља из које долазе	Бр. ловаца		Одстрел	Услуге
					Дин	Дин
	„Ловотурс“, Петроварадин „Јеленик“, Нови Сад	Италија	18			
	„Оморика“, Петроварадин	Француска	20			
	Укупно:		38	45	2.614.303,00	790.562,00

Извор: Документација Ј.П. „Војводинашуме“, 2008.

страних ловаца у шумском газдинству боравило је у 2003/04. ловној години, односно забележен је 51 инострани и 14 домаћих ловаца. У овој години реализовано је и највише прихода од ловног туризма. Од одстрела је остварено 3.122.838,00 динара, а од осталих услуга 703.426,00 динара. Просечно остварени годишњи приходи од ловног туризма у шумском газдинству износи 2.397.030, 00 динара од одстрела, а 542.286,00 динара од осталих услуга (ловне и пратеће услуге).

Туристички промет у ловишту „Ристовача“ је превасходно усмерен на домаћу тражњу и комерцијалне ловове, више него туристичке, а атрактивна ловна врста је фазанска дивљач. Структура туристичког промета у ловишту „Ристовача“ од 2002. до 2005. године приказана је табелама 9–11:

Број ловаца се у посматраном периоду повећао за 74%, односно у 2002/03. ловној години у ловишту је забележено 94 ловаца (20 иностраних, 74 домаћих), а у 2004/05. години 363 ловца (35 иностраних и 328 домаћих). Укупан број ловаца који је забележен у ловишту у посматраном периоду износи 718 ловаца (само 64 инострана и 654 домаћа ловаца). Просечни годишњи приход од ловног туризма износи 631.456,70 динара, а од услуга 218.474,63 динара. Најуспешнија ловна година је била 2004/05. када је реализовано 1.241.725,50 динара од одстрела и 713.697,71 динара од услуга.

Табела 9. Туристички промет у ловишту „Ристовача“ у ловној 2002/03. години

Table 9. Tourism in the hunting ground "Ristovača" in 2002/03.

	Агенција посредник	Ино ловци - туристи		Бр. домаћих ловаца	Остварен приход	
		Земља из које долазе	Бр. ловаца		Одстрел	Услуге
					Дин	Дин
2002/2003.	„Quattro Cervi“, Петроварадин	Италија	7	74	136.015,14	31.904,78
	„Quattro Cervi“, Петроварадин	Аустрија	11			
	„Quattro Cervi“, Петроварадин	Мађарска	2			
	Укупно:		20			

Извор: Документација Ј.П. „Војводинашуме“, 2008.

Табела 10. Туристички промет у ловишту „Ристовача“ у ловној 2003/04. години

Table 10. Tourism in the hunting ground "Ristovača" in 2003/04.

	Агенција посредник	Ино ловци - туристи		Бр. домаћих ловаца	Остварен приход	
		Земља из које долазе	Бр. ловаца		Одстрел	Услуге
					Дин	Дин
2003/2004.	„Quattro Cervi“, Петроварадин	Италија	7	252	516.629,41	98.821,40
	„Quattro Cervi“, Петроварадин	Мађарска	2			
	Укупно:		9			

Извор: Документација Ј.П. „Војводинашуме“, 2008.

Табела 11. Туристички промет у ловишту „Ристовача“ у ловној 2004/05. години

Table 11. Tourism in the hunting ground “Ristovača” in 2004/05.

	Агенција посредник	Ино ловци - туристи		Бр. домаћих ловаца	Остварен приход	
		Земља из које долазе	Бр. ловаца		Одстрел	Услуге
					Дин	Дин
2004/2005.	„Quattro Cervi“, Петроварадин	Русија	11			
	„Quattro Cervi“, Петроварадин	Француска	7			
	„Quattro Cervi“, Петроварадин	Италија	17			
	Укупно:		35			

Извор: Документација Ј.П. „Војводинашуме“, 2008.

ЗАКЉУЧАК

Структуру иностраних ловаца у Бачкој чине ловци из следећих земаља: Италија, Немачка, Шпанија, Аустрија, Велика Британија, Белгија, Француска, Мађарска и Русија. Ловци из Италије, који су и најбројнији ловци-туристи у Бачкој, превасходно су оријентисани на летњи и јесењи лов (ситна дивљач). За разлику од њих, ловци из Немачке, Аустрије, Велике Британије, Белгије, Француске и Русије у Бачку долазе ради лова на крупну дивљач. У последње време се Мађари издвајају као ловци-туристи који претендују лов на дивље свиње. У последњих неколико година се уочава долазак ловаца-туриста из Шпаније, Словеније, Македоније и Хрватске, са оријентацијом на одстрел сренеће, али и ситне дивљачи.

У периоду од 2001. до 2005. године, у ловиштима Ј.П. „Војводинашуме“ на територији Бачке, приметан је пораст броја иностраних и домаћих ловаца-туриста. Тако овај пораст у ШГ Сомбор износи 25,3%, у ШГ Нови Сад 74%, а у ловишту „Ристовача“ такође 74%. Међутим, у односу на потенцијале и ловно-туристичку понуду, укупан број ловаца туриста који је боравио у ловиштима Ј.П. „Војводинашуме“ на територији Бачке је много мањи од оптималног, а тиме и девизни прилив. Што се тиче домаће тражње, она је директно условљена економском ситуацијом у земљи. За сада је домаћа тражња оријентисана на фазанску дивљач, а са порастом животног стандарда очекује се да ће се тражња преусмерити на срнећу дивљач и нискотрофејну јеленску дивљач.

Подаци о емитивним подручјима у ловном туризму Бачке су веома важни са аспекта бољег познавања циљних група на тржишту – адекватно осмишљавање и усмеравање понуде (промоција и канали продаје) и обезбеђеност потребног кадра, нарочито водича или преводилаца у лову (Малетин, 2005).

ЛИТЕРАТУРА

1. Арменски, Т., (2009): Стратегија развоја ловног туризма на подручју Бачке, магистарска теза, ПМФ, Нови Сад
2. Goodall, B., Ashworth, G., (1988): Marketing in the tourism industry-The Promotion of Destination regions, Routledge, London
3. Gunn, C., (1979): Tourism planing, Grane Russak, New York
4. Документација Ј.П. „Војводинашуме“, Петроварадин 2008. године
5. Малетин, А.,(2005): Ловно-туристички ресурси Бачке, магистарска теза, ПМФ, Нови Сад
6. Министарство економије и регионалног развоја, (2005): Стратегија развоја туризма Р. Србије. Београд
7. Pinet, J., (1995): The hunter in Europe, Institut National Agronomiqu, Paris-Grignon
8. www.pata.org, PATA, Pacific Aia Travel Association, 2005
9. Прентовић, Р., (2004): Настанак и развој ловног туризма у нашој земљи, Туризам бр.8, стр.135–137
10. Hofer, D., (2002): The Lion's Share of the Hunt. Trophy Hunting and Conservation-A review of the legal Euroasian tourist hunting market and trophy trade under CITES. Traffic Europe
11. Шелмић, В. и сарадници, (1998): Ловачки приручник, Ловачки савез Србије, Београд