



PRIVATIZACIJA I INVESTICIONA AKTIVNOST U TURIZMU REPUBLIKE SRBIJE

Živorad Gligorijević

Univerzitet u Nišu, Ekonomski fakultet, Srbija

✉ zivorad.gligorijevic@eknfak.ni.ac.rs

Predrag Ubavić

A.D. „Planinka“, Kuršumlja, Srbija

✉ p.ubavic@gmail.com; predrag.ubavic@prolomvoda.com

UDK
338.246.02
5.88:338.48
(497.11)
Pregledni
rad

Apstrakt: Kao i druge zemlje Centralne i Jugoistočne Evrope, Republika Srbija je krajem XX i početkom XXI veka ušla u proces sveobuhvatne transformacije, koja je u suštini predstavljala snažan politički i ekonomski pokret za korenitim promenama u svim sferama društvenog i privrednog života. Centralno mesto u ukupnim transformacionim procesima zauzimala je svojinska, odnosno vlasnička transformacija. Svrha ovog istraživanja su brojne promene i posledice koje je prouzrokovala vlasnička transformacija, to jest privatizacija u svim privrednim delatnostima, a samim tim i u turizmu. Metodi istraživanja korišćeni u ovom radu su: metod analize, metod sinteze, metod apstrakcije, metod generalizacije, metod komparacije, kao i matematički i statistički metodi. Rezultati istraživanja pokazuju da su efekti privatizacije u turističkoj delatnosti Srbije, gotovo, poražavajući. Osim toga, izostale su neophodne promene i u ostalim elementima poslovne transformacije (organizacionoj, upravljačkoj, kadrovske, tehnološkoj i drugim), što je dovelo do pada kvaliteta turističke ponude Srbije i njene loše pozicije na međunarodnom turističkom tržištu. Imajući u vidu činjenicu da je Republika Srbija razvoj turizma svrstala u prioritete svoje aktuelne ekonomske politike i razvojne strategije, rezultati ovog istraživanja trebalo bi svojom originalnošću, naučnim pristupom predmetu istraživanja, kvalitetom i stručnošću da upotpune istraživačku građu u ovoj naučnoj oblasti, kao i da kreatorima ekonomske, turističke i investicione politike ukažu na nove mogućnosti razvoja turizma u Srbiji.

Primljeno:
14.09.2015.
Prihvaćeno:
23.03.2016.

Ključne reči: turizam Srbije, privatizacija, efekti privatizacije, investicije, izvori investicija.

JEL klasifikacija: R11, Z32, E22

1. Uvod

Poslednja decenija prošlog (XX) i početak ovog (XXI) veka karakterišu se krupnim promenama među kojima najznačajniju, svakako, predstavlja prelazak netržišnih ekonomija u tržišne uslove privređivanja.

Navedene promene zahvatile su, kako razvijene, tako i manje razvijene zemlje i bile su poznate pod nazivom tranzicija. Pri tome, jedan od najbitnijih segmenata sveobuhvatnog procesa tranzicije predstavljala je *poslovna transformacija* čiji su osnovni ciljevi bili: uspostavljanje tržišne privrede, reforma svojinskih odnosa, opšta liberalizacija uslova privređivanja, kao i izgradnja efikasnijeg privrednog sistema. To znači da je poslovna transformacija predstavljala izuzetno kompleksan proces, to jest proces koji je podrazumevao, pre svega, svojinsku transformaciju (privatizaciju), zatim organizacionu, upravljačku, tehnološku, finansijsku, kadrovsku i drugu transformaciju.

Kao ključni elemenat poslovne transformacije smatra se *privatizacija* koja, po svojoj suštini, predstavlja proces delimičnog ili potpunog prelaska društvene i državne u privatnu svojinu, sa ili bez nadoknade, pod uslovima utvrđenim zakonom. Krajnji cilj privatizacije bio je dominantno učešće privatnog sektora u stvaranju društvenog proizvoda. Pri tome, potrebno je, posebno, naglasiti da privatizacija nije trebala da bude sama sebi cilj, već sredstvo izgradnje institucija i mehanizama tržišne privrede.

U poslednje dve i po decenije u Srbiji je sprovedena privatizacija, sa više ili manje uspeha, u svim privrednim delatnostima, pa i u turizmu kao jednoj od najznačajnijih delatnosti iz tercijarnog sektora. Nažalost, kao i kod drugih zemalja, koje su prošle kroz tranzicione promene, i iskustvo naše zemlje pokazalo je brojne nedostatke i apsurdne u sprovođenju procesa privatizacije.

Opređeljujući se za razvoj turizma, kao jedne od strateških delatnosti u svom budućem privrednom razvoju, Srbija se suočava sa nedostatkom kapitala, infrastrukture, znanja, kao i pristupa globalnom marketingu i kanalima distribucije, što otežava brži i uspešniji razvoj ove privredne delatnosti.

Polazeći od činjenice da Republika Srbija ima skromne mogućnosti za finansijsku podršku razvoju turizma, nameće se potreba za pronalaženjem stranih izvora investiranja za ovu privrednu delatnost. Da bi se obezbedio uspešan i kontinuiran razvoj turizma u Srbiji, neophodno je da ona postane poželjna destinacija za dolazak stranih turista i, što je još važnije, stranih investitora. Dakle, Srbiji su preko potrebne kapitalne investicije u turizmu, pa je od ogromnog značaja njeno uspešno predstavljanje na međunarodnom turističkom i investicionom tržištu, kao turističke destinacije sa povoljnom investicionom klimom.

2. Karakteristike procesa privatizacije u Srbiji

Tranzicione promene u Srbiji, a samim tim i vlasnička transformacija, započele su još u drugoj polovini 80-ih godina XX veka, po propisima tadašnje savezne države (SFRJ). *Zakonom o pravu vremenskog korišćenja turističkih objekata (Time Sharing)* iz 1986. godine i *Zakonom o društvenom kapitalu* iz 1989. godine, najavljeni su prvi koraci ka stvaranju uslova za tržišno poslovanje i korporativno upravljanje privredom. Međutim, započeti proces vlasničke transformacije usporile su, pre svega, različite pojave vanprivrednog karaktera (opšta društvena kriza, secesija Slovenije i Hrvatske, raspad zajedničke države – SFRJ, rasplamsavanje ratnih sukoba, veliki broj izbeglih i prognanih lica, kao i ostali poznati događaji).

Sredinom 1991. godine u Srbiji je donet *Zakon o uslovima i postupku pretvaranja društvene svojine u druge oblike svojine*, kojim su bili predviđeni i razrađeni sledeći modeli privatizacije: (1) izdavanje i prodaja akcija radi prodaje društvenog kapitala; (2) izdavanje akcija radi povećanja kapitala; (3) prodaja preduzeća ili njegovog dela; (4) davanje u zakup i (5) zaključivanje ugovora o vođenju posla preduzeća (Ubavić, 2014, str. 65).

Zbog izbijanja i kulminacije hiperinflacije (tokom 1993. godine) u Srbiji je 1994. godine usvojen *Zakon o revalorizaciji društvenog kapitala*, čime je zaustavljen proces vlasničke transformacije. Stupanje na snagu pomenutog Zakona dovelo je do toga da su neka preduzeća poništila već započete procese privatizacije, dok su druga preduzeća nastavila otplatu deonica. U tom periodu došlo je, takođe, i do brojnih sudskih sporova oko imovine i procenjene vrednosti preduzeća.

Hotelsko-ugostiteljska preduzeća bila su među prvim preduzećima koja su započela proces svojinske transformacije (Barjaktarović & Barjaktarović, 2011). U periodu od sredine avgusta 1990. do kraja aprila 1994. godine, vlasničkom transformacijom u Srbiji bilo je obuhvaćeno 69,9%, to jest 2.572 društvenih preduzeća. U tom procesu prednjačila je Vojvodina (u kojoj je bilo obuhvaćeno 81,7% društvenih preduzeća), zatim centralna Srbija (gde je transformacija obuhvatila 61,7% društvenih preduzeća), dok je na Kosovu i Metohiji procesom transformacije bilo obuhvaćeno 253 preduzeća (uz značajnu ulogu države). Od privrednih delatnosti, vlasničkom transformacijom najviše su bile obuhvaćene industrija (sa oko 4/5 preduzeća) i ugostiteljstvo, sa preko 72% preduzeća (Marsenić, 1996, str. 475-476).

Zakon o svojinskoj transformaciji donet je 1997. godine. Jedna od osnovnih odredbi, ovog Zakona, odnosila se na besplatnu podelu akcija zaposlenima, ranije zaposlenim radnicima i penzionerima u visini od najviše 60% vrednosti društvenog kapitala. Navedenim Zakonom, takođe, bilo je propisano da se 30% vrednosti društvenog kapitala može, od strane zainteresovanih kupaca, otplaćivati

na vremenski period do 6 godina, dok se 10% društvenog kapitala prenosilo Fondu za penzijsko i invalidsko osiguranje, a kapital koji bi eventualno preostao, po upisu akcija, prelazio je u svojinu državnog Akcijskog fonda.

Model privatizacije koji se bazirao na pomenutom Zakonu bio je neobavezan i neoročen, to jest organi upravljanja u preduzećima odlučivali su o tome da li će se ići u privatizaciju ili ne. Trpeći veliki pritisak samoupravnih i sindikalnih struktura, organi upravljanja u preduzećima nisu osetili neophodnost promena i prepustili su se stihiji, što je dovelo do toga da se, putem različitih i sumnjivih poslovnih transakcija, kapital iz društvenih preduzeća nekontrolisano prelje u privatne firme.

Zakon o svojskoj transformaciji iz 1997. godine uslovio je početak procesa privatizacije u više od 1.000 preduzeća u Srbiji, od čega je 12 preduzeća bilo iz delatnosti *hotelijerstva i ugostiteljstva*. Kao ključni elementi, prilikom prodaje ovih preduzeća, javljali su se *cena akcija* koju plaća većinski vlasnik i *socijalni program*, dok je *investicioni program* bio u drugom planu.

Posle oktobarskih promena 2000. godine u Srbiji se promenio i politički i ekonomski ambijent u kome je funkcionisala njena privreda. Došlo je, naime, do modifikovanja ranijeg pristupa privatizaciji, pa je krajem juna 2001. godine stupio na snagu novi *Zakon o privatizaciji*. Pomenutim Zakonom bila je predviđena privatizacija ukupnog društvenog kapitala preduzeća odjednom, gde se većinski paket akcija prodavao jednom vlasniku ili malom broju vlasnika. Višak radne snage rešavao se putem socijalnog programa koji se finansirao iz sredstava budžeta a bilo je predviđeno, takođe, i obavezno investiranje u privatizovano preduzeće. Model privatizacije, baziran na ovom Zakonu, bio je centralizovan, jer je celokupan postupak sprovodila država, odnosno Agencija za privatizaciju. Jednom kupcu ili konzorcijumu prodavan je većinski deo društvenog kapitala preduzeća (od minimalno 51% do maksimalno 70%), dok se 30% društvenog kapitala preduzeća (koja su se privatizovala putem aukcije) besplatno delilo zaposlenima i ranije zaposlenima u preduzeću, odnosno kod preduzeća koja su se privatizovala putem tendera 15% društvenog kapitala deljeno je besplatno.

Ključna državna institucija koja se bavila privatizacijom, u skladu sa *Zakonom o privatizaciji* iz 2001. godine, bila je *Agencija za privatizaciju*. U skladu sa pomenutim Zakonom, bila su predviđena još dva državna subjekta nadležna za sprovođenje procesa privatizacije, a to su *Akcijski fond* i *Centralni registar za hartije od vrednosti*.

Polazeći od dva osnovna modela prodaje društvenog, odnosno državnog kapitala i to putem: (1) javnog tendera i (2) javne aukcije, može se zaključiti da su tenderske privatizacije bile namenjene za ona preduzeća koja su bila od strateškog značaja za Srbiju. Na početku XXI veka u Srbiji je bilo oko 150 preduzeća koja je trebalo privatizovati putem javnog tendera, dok je ostala preduzeća (njih oko

4.000) trebalo privatizovati putem javnih aukcija. Kao glavni kriterijumi za odabir najboljeg kupca kod javnih tendera uzimani su: (1) visina prodajne cene; (2) visina investicionog programa; (3) visina socijalnog programa i (4) kvalitet programa zaštite životne okoline (Đorđević, 2009, str. 31).

Sredstva dobijena od privatizacije društvenih i državnih preduzeća trebalo je da posluže za finansiranje sledećih potreba: (1) republičkog fonda nadležnog za penzijsko i invalidsko osiguranje zaposlenih i to 10% od prodajne cene; (2) podsticanje razvoja; (3) isplaćivanje naknade licima čija je imovina nacionalizovana i to 5% od prodajne cene; (4) vraćanje dugova čiji je obveznik ili garant Republika Srbija; (5) troškova prodaje u postupku privatizacije; (6) posebnog programa razvoja privrede i zaštite životne sredine koji donosi organ teritorijalne autonomije, odnosno lokalne samouprave (5% za teritorijalnu autonomiju i 5% za lokalnu samoupravu) i (7) druge namene (Zakon o privatizaciji, 2001).

Kontrola čitavog procesa privatizacije u Republici Srbiji, tokom prve decenije XXI veka, odvijala se po strogo formalizovanom principu vertikalne odgovornosti. Institucije za sprovođenje *Zakona o privatizaciji* odgovarale su izvršnoj vlasti (Vladi Republike Srbije), dok su organi izvršne vlasti odgovarali Narodnoj skupštini Republike Srbije. Dakle, u procesu privatizacije u Republici Srbiji aktivnu ulogu imale su, kako izvršna, tako i zakonodavna vlast, a u pojedinim momentima do izražaja je, takođe, dolazila i uloga sudske vlasti (na primer, u slučaju brojnih i raznovrsnih sudskih sporova vezanih za proces privatizacije).

Kao i kod mnogih drugih zemalja koje su prošle kroz tranzicione promene, u Srbiji su se, takođe, manifestovale različite negativne pojave tokom odvijanja ovog procesa, kao i posle njega. Došlo je, pre svega, do pada društvenog bruto proizvoda, smanjenja izvoza, pogoršanja životnog standarda njenih građana, povećanja broja nezaposlenih lica, povećanja broja različitih krivičnih dela, pojave različitih formi devijantnog ponašanja itd. Međutim, treba reći da je veoma teško dati jednu opštu ocenu o efektima, do sada sprovedenog, procesa privatizacije u Republici Srbiji. Za neke preciznije i stručnije ocene potrebno je da protekne dovoljno dug vremenski period, kako bi se izgradile sve neophodne institucije tržišne ekonomije i privatna svojina pokazala svoj pravi karakter.

3. Analiza efekata privatizacije u turističkoj delatnosti Srbije

Kao jedna od najbitnijih delatnosti u okviru tercijarnog sektora privrede, turizam je među prvima ušao u tranzicione promene. Najveći broj preduzeća iz turističke delatnosti je, zbog svoje vrednosti, privatizovan putem aukcije, dok je neuporedivo manji broj preduzeća privatizovan putem javnog tendera. Kao i u ostalim delatnostima, tako i u turizmu, privatizacija nije uvek davala očekivane rezultate. Između novih vlasnika i radnika iz privatizovanih preduzeća često je dolazilo do različitih sporova koji su rešavani sudskim putem.

Prema podacima Agencije za privatizaciju iz hotelsko-ugostiteljske delatnosti privatizovano je oko 150 preduzeća, što je predstavlja oko 70% od ukupnog broja preduzeća iz ove delatnosti. Međutim, skoro svaki peti ugovor o privatizaciji je poništen zbog neispunjenja ugovornih obaveza od strane novih vlasnika, dok je za izvestan broj preduzeća predloženo restrukturiranje. Ukupan iznos sredstava po osnovu prodaje preduzeća iz ove delatnosti iznosio je oko 500 miliona evra, što je daleko ispod očekivanja, i države i zaposlenih u ovoj delatnosti. Najveći priliv ostvaren je prodajom hotela „Continental“ za 148,8 miliona evra, zatim turističkog preduzeća TP „Putnik“ za 44 miliona evra (po drugi put), hotela „Jugoslavija“ za 31,1 milion evra i hotela „Metropol“ za 23,7 miliona evra (Barjaktarović & Barjaktarović, 2011, str. 343).

Sprovedena privatizacija u hotelsko-ugostiteljskoj delatnosti otvorila je brojna pitanja i dileme, a kao najčešći problemi u ovom procesu javljali su se sledeći: (1) kod većine privatizovanih preduzeća, osim promene vlasnika, nije došlo do promena u ostalim elementima poslovne transformacije, što se negativno odrazilo na kvalitet pruženih usluga i njihovu konkurentsku poziciju; (2) neočekivano mali finansijski efekti od privatizacije uticali su na mali priliv sredstava u republičkom budžetu i veliko nezadovoljstvo zaposlenih, a istovremeno je u ogromnoj meri izostao interes stranih partnera za kupovinu ovih preduzeća; (3) neka preduzeća ili njihovi delovi za vrlo kratko vreme promenila su po nekoliko vlasnika, što najbolje govori o motivima njihove kupovine; (4) samo malim brojem privatizovanih preduzeća upravljali su profesionalni menadžeri, dok je u većini ovih preduzeća dolazilo do čestih smena menadžera, što se negativno odražavalo na njihov imidž, zaposlene i ukupno poslovanje; (5) zbog loše kontrole čitavog procesa privatizacije, veliki broj novih vlasnika nije u potpunosti ispoštovao preuzete obaveze prema investicionim i socijalnim programima; (6) određeni broj preduzeća i posle više održanih aukcija nije privatizovan, pa je po preporuci Vlade predloženo njihovo restrukturiranje.

Nasuprot brojnim primerima loših efekata privatizacije u hotelsko-ugostiteljskoj delatnosti, postoji jedan mali broj ovih preduzeća koja su uspešno prošla kroz sve poteškoće ovog procesa i mogu da posluže kao model za sva ona preduzeća koja nisu započela proces svojinske i ukupne poslovne transformacije. Kao svetli primeri uspešne poslovne transformacije i privatizacije mogu se navesti: hotel „Mona“ na Zlatiboru, hotel „Vojvodina“ u Zrenjaninu, hotel „Park“ u Novom Sadu, hotel „Izvor“ u Arandjelovcu i drugi (Barjaktarović & Barjaktarović, 2011, str. 345).

Opšti je zaključak da su rezultati dosadašnjeg procesa poslovne transformacije, a posebno privatizacije kao njenog ključnog elementa, u turističkoj delatnosti Srbije prilično *poražavajući*. To najbolje potvrđuje veliki broj otpuštenih radnika, mnoštvo ugašenih preduzeća, veliki broj poništenih ugovora o privatizaciji, kao i broj neprivatizovanih preduzeća. Nepostojanje

strategijskog pristupa privatizaciji, neuvažavanje specifičnosti turističke delatnosti, kao i nepostojanje volje, znanja i umeća, kako na strani države, tako i kod menadžerskih struktura (u privatizovanim preduzećima) da se izvrše suštinske promene u poslovanju dovelo je do ovih i ovakvih rezultata. Ovo, i zbog toga, što je glavni motiv kupovine, kod većine novih vlasnika turističkih preduzeća, hotela i drugih objekata bio da se isti, što pre, preprodaju po višoj ceni ili da im se, zbog povoljne lokacije na kojoj su se nalazili, promeni namena. Nezainteresovanost države da proveri poreklo kapitala kojim su kupovana ova (privatizovana) preduzeća dovela je do idealnih mogućnosti za *pranje* novca sumnjivog porekla.

Na drugoj strani, preduzeća koja nisu privatizovana bila su nezainteresovana za neka ozbiljnija ulaganja i uvođenje nekih suštinskih promena u poslovanju, što se veoma loše odrazilo na kvalitet turističke ponude i njihovu konkurentsku poziciju na tržištu.

Dakle, *privatizacija u turističkoj delatnosti Srbije nije dala očekivane rezultate*. Osim toga, u većini slučajeva, izostale su i neophodne promene u ostalim elementima poslovne transformacije (organizacionoj, upravljačkoj, tehnološkoj, kadrovskoj, finansijskoj i drugim), što je dovelo do lošeg kvaliteta naših turističkih proizvoda/usluga i loše pozicije turističke ponude Srbije na međunarodnom i regionalnom turističkom tržištu. Da bi se prevazišle postojeće teškoće i problemi neophodno je, pre svega, poboljšati zakonsku regulativu iz ove oblasti, angažovati profesionalne menadžere sa internacionalnim iskustvom, kao i permanentno raditi na edukaciji svih nivoa menadžmenta i zaposlenih.

4. Investiciona ulaganja u turizmu Srbije

Zemlje u tranziciji, a među njima i Srbija, suočene sa brojnim problemima u toku sprovođenja privrednih reformi neminovno su usmerene na pronalaženje stranih izvora finansiranja, kako bi pokušale da izađu iz nastalih poteškoća. Na taj način, strana ulaganja postaju bitan faktor u privrednom razvoju tranzicionih zemalja i doprinose poboljšanju njihove konkurentnosti na međunarodnom tržištu.

Iako je Republika Srbija uvrstila turističku delatnost u svoje razvojne prioritete ona je još uvek neprepoznatljiva destinacija na svetskoj turističkoj mapi, a njen turizam poseduje samo komparativne, ali ne i konkurentne prednosti.

Trenutno nezavidni položaj turizma u Srbiji ukazuje na nužnost hitne državne finansijske podrške ovoj privrednoj delatnosti u vidu različitih subvencija, poreskih podsticaja, povoljnih kredita i drugih instrumenata finansijske pomoći. Međutim, za dugoročniji i stabilniji razvoj turizma u Srbiji, pored finansijske podrške države, neophodne su i *kapitalne investicije* kao instrument njegovog zdravog razvoja, pa zbog toga, njima treba prioritarno težiti.

Investicije u turizam predstavljaju deo privrednih investicija. U teoriji a, takođe, i u praksi često preovladava sasvim pogrešno shvatanje da su investicije u turizam, u stvari, investicije u ugostiteljstvo. Međutim, iako ugostiteljstvo ima ogroman uticaj na razvoj turizma ne smeju se zanemariti ni ostali elementi turističke ponude (saobraćaj, trgovina, zanatstvo, turističke agencije i drugo) koji, takođe, imaju veliki uticaj na razvoj turizma, pa upravo, iz tog razloga, investicije u turizam treba posmatrati u jednom širem kontekstu (Unković & Zečević, 2011, str. 375). Naime, pri definisanju investicija u turizam, neophodno je obuhvatiti sva ulaganja u ekstenzivni i intenzivni razvoj ugostiteljstva, saobraćaja, trgovine, zanatstva, turističkih agencija i ostalih delatnosti koje čine turističku privredu, u onoj meri u kojoj su one uključene u direktno i indirektno podmirenje potreba turista. Osim navedenog, kao investicije u turizam smatraju se i ulaganja u trajna obrtna sredstva, koja su potrebna za normalno funkcionisanje turističke privrede (Unković & Zečević, 2011).

Kao poseban problem, u većem broju turistički razvijenih zemalja u svetu, javlja se statističko praćenje investicija u turizam. U mnogim zemljama, statistički se prate samo sredstva uložena u ugostiteljstvo i privredne subjekte iz oblasti turizma. U našoj zemlji zvanična statistika je sve do 1965. godine investicije u ugostiteljstvo i turizam iskazivala zajedno sa trgovinom, a tek posle toga one su počele posebno da se iskazuju.

Zbog opšte ekonomske situacije u kojoj se nalazila Republika Srbija u proteklom periodu, nije mogla bitnije da podrži razvoj svog turizma. Ako se analizira prva decenija XXI veka, može se jasno uočiti skromna finansijska podrška izražena, pre svega, u vidu subvencija i povoljnih kredita. Kao glavni davalac subvencija, javljalo se resorno Ministarstvo zaduženo za turizam, dok su povoljni krediti odobravani od strane Ministarstva finansija i privrede. Najbolji primer povoljnih kredita za razvoj turizma su oni krediti koji su odobravani našim građanima za putovanja u Srbiji sa godišnjom kamatnom stopom od 7,5% i rokom otplate od 3 godine. Osim skromnih iznosa, kojima je podržavan razvoj turizma u Srbiji (1,56 milijardi dinara) i samo relativno učešće turizma znatno je zaostajalo za relativnim učešćem ostalih delatnosti u državnoj pomoći u posmatranom periodu, to jest kretalo se u rasponu od 0,8% do 5,2% (Leković & Pantić, 2014, str. 66-67).

Savremenici smo sveukupnog procesa globalizacije i izrazito dinamičnih tokova kretanja međunarodnog kapitala. S druge strane, imajući u vidu činjenicu da je Republika Srbija zemlja u razvoju (sa nešto više od 7 miliona stanovnika), kao i da proces tranzicije u njoj još uvek nije u potpunosti dovršen, jasno je da se oslanjanjem isključivo na sopstvene snage ne mogu ostvariti neki značajniji rezultati u njenom turističkom i sveopštem privrednom razvoju. Zbog toga se nameće zaključak o neophodnosti pribavljanja stranih izvora finansiranja i to, pre

svega, stranih direktnih investicija¹, kako u turizmu, tako i u drugim privrednim delatnostima. Inače, strane direktne investicije mogu se realizovati na različite načine kao, na primer, što su: *grinfild i braunfild investicije, zajednička ulaganja, međunarodni merdžeri i akvizicije* (Grbić & Janković, 2014, str. 62).

Neka istraživanja UNCTAD-a (*United Nations Conference on Trade and Development*) pokazuju da su, posmatrano na globalnom nivou, strane direktne investicije u turizmu relativno niske, u poređenju sa drugim delatnostima. Turizam učestvuje sa svega 1% do 2% u ukupnim izlaznim SDI stokovima iz najvećih matičnih zemalja, dok je njegovo učešće u ukupnim ulaznim SDI stokovima, u najvećim zemljama domaćinima, još i manje (Bošković, 2008, str. 25). Međutim, tokom poslednje decenije XX i početkom XXI veka, registrovan je nagli rast investicija u uslužnom sektoru. Na rast atraktivnosti investiranja u uslužni sektor uticali su brojni faktori, a kao najbitniji mogu se izdvojiti: (1) brzi rast tražnje za uslugama; (2) rast svesti o značaju usluga za ostvarivanje efikasne i produktivne proizvodnje u svim sektorima i (3) liberalizacija investicionih politika u uslužnom sektoru kod mnogih zemalja (Popovčić-Avrić, Đenić, 2011).

Najznačajnije zemlje, izvori za izlazne strane direktne investicije u turizmu, su iz grupe razvijenih zemalja, pre svega, Sjedinjene Američke Države, Velika Britanija, Francuska i Kanada. Međutim, poslednjih godina, sve više se registruje i povećanje SDI od strane multinacionalnih kompanija iz Singapura, Hong Konga, Ujedinjenih Arapskih Emirata, Kube, Malezije, Poljske, Južnoafričke Republike i Mauricijusa. Upravo, investitori iz navedenih zemalja mogu predstavljati izuzetno značajan izvor novih investicija, kapitala i veština za najmanje turistički razvijene zemlje.

Iskustva zemalja, koje su koristile strane direktne investicije u turizmu, su različita i to, kako pozitivna, tako i negativna. Efekti priliva ovih investicija u zemljama domaćinima najviše su izraženi kroz tražnju, kapital, tehnologiju, sticanje veština, ljudske resurse, lokalne firme, platni bilans, zaštitu životne sredine itd. Neki kritičari stranih direktnih investicija upozoravaju da se kroz njih, posle pet do šest godina od momenta investiranja, vrši izvlačenje novca iz zemlje domaćina. Naime, neke multinacionalne kompanije, prilikom uvoza repromaterijala, naduvavaju cene i tako izvlače kapital iz zemlje domaćina u matičnu zemlju. Kao posledica navedenog, u zemlji domaćinu prikazuje se manji profit i plaća manji porez, tako da deo deviza odlazi u inostranstvo a da to niko ne može da kontroliše. Iz navedenih razloga javlja se ogromna odgovornost kod vlada zemalja domaćina jer su prinuđene da pažljivo donose odluke vezane za razvoj turizma, naročito ako žele da taj razvoj baziraju na većem prilivu stranih direktnih investicija.

¹ Potrebno je napomenuti da strane direktne investicije (SDI) ne podrazumevaju samo neposredno investiranje kapitala, već uključuju i transfer novih tehnologija, nov pristup tržištu, implementaciju novih menadžerskih i organizacionih znanja itd.

Što se tiče priliva stranih direktnih investicija u Srbiju, posmatrano sa stanovišta svetskih razmera, može se reći da je on još uvek zanemarljiv. Naime, do 2008. godine ukupan iznos stranih direktnih investicija, plasiranih u Srbiju, iznosio je svega 0,0011% od ukupnih SDI u svetu. I u regionalnim okvirima Srbija, takođe, nije uspela da postane značajnija destinacija za privlačenje inostranog kapitala. Tako je, na primer, u 2008. godini ukupan priliv stranih direktnih investicija u Srbiju činio 0,018% ukupnog iznosa ovih investicija u zemlji Centralne i Istočne Evrope (Grbić & Janković, 2014, str. 64).

Tabela 1. Priliv stranih direktnih investicija u Srbiju od 2000. do 2013. godine (u milionima USD)

GODINA	PRILIV SDI	GODINA	PRILIV SDI
2000.	11	2007.	3439
2001.	35	2008.	2955
2002.	326	2009.	1959
2003.	1071	2010.	1329
2004.	796	2011.	2709
2005.	1577	2012.	352
2006.	4256	2013.	1034

Izvor: UNCTAD, 2011, *World Investment Report 2011*, New York and Geneva, p. 190.; UNCTAD, 2012, *World Investment Report 2012*, New York and Geneva, p. 172.; www.nbs.rs/internet/cirilica/80/platni_bilans.html; <http://bif.rs/2013/08/sdi-srbija-najgore-rangirana-u-poslednjih-12-godina>; <http://bif.rs/2014/07/sta-pokazuje-analiza-priliva-stranih-direktnih-investicija-u-srbiji>.

Na početku XXI veka u Srbiji, iz godine u godinu, dolazi do oscilacija u prilivu stranih direktnih investicija. Najveći priliv stranih direktnih investicija u Srbiju zabeležen je po osnovu privatizacije. Tako je, na primer, rekordan priliv stranih direktnih investicija registrovan u 2006. godini, i to, pre svega, zbog prodaje „Mobtela“, „Hemofarma“, „Vojvođanske banke“, „Panonske banke“ itd.

Najveće iznose, po osnovu stranih direktnih investicija, u privredu Srbije plasirali su investitori iz zemalja Evropske unije i zemalja regiona (Centralne i Istočne Evrope), kao i pojedinih udaljenih zemalja (Sjedinjenih Američkih Država, Rusije, Japana i Izraela), pri čemu se značaj ovih zemalja razlikuje po pojedinim godinama (Jovanović-Stojadinović, 2013, str. 48).

Ukoliko se analizira sektorska struktura stranih direktnih investicija plasiranih u Srbiju, u periodu od 2000. do 2013. godine, može se uočiti različito učešće pojedinih sektora privrede, kao i pojedinih privrednih delatnosti u okviru njih, po pojedinim godinama. Tako, na primer, tokom 2013. godine najviše se ulagalo u uslužni sektor (usluge smeštaja i ishrane) 23%, zatim u poljoprivrednu proizvodnju 21%, snabdevanje vodom 16%, građevinarstvo 9%, rudarstvo 8%,

trgovinsku delatnost 7%, snabdevanje električnom energijom i gasom 2%, dok su prerađivačka industrija, saobraćaj, informisanje i komunikacije imali samo po 1% učešća. Treba, takođe, naglasiti da su evropske kompanije činile blizu 90% od svih stranih investitora u toj godini (Grandov et al., 2014, str. 152-153).

Da bi Srbija postala što atraktivnija investiciona destinacija, neophodno je, pre svega, uspostaviti političku i makroekonomsku stabilnost u zemlji. U Srbiji su, tokom zadnjih 10-15 godina, sprovedene različite društvene, političke i ekonomske reforme, kako bi se ubrzao proces njenog pristupanja Evropskoj uniji. Aprila 2008. godine potpisan je *Sporazum o stabilizaciji i pridruživanju* kojim je Srbija preuzela obavezu uspostavljanja zone slobodne trgovine i usklađivanja svog zakonodavstva sa zakonodavstvom Evropske unije. Ovaj Sporazum je stupio na snagu septembra 2013. godine, a iste godine Srbija je dobila i *status kandidata* za članstvo u Evropskoj uniji. Za inostrane investitore veoma je važna i činjenica da Srbija od 2000. godine ima potpisan *Sporazum o slobodnoj trgovini* sa Rusijom. Slični sporazumi potpisani su sa Belorusijom i Turskom 2009. godine, kao i sa Kazahstanom 2010. godine. Spoljnotrgovinska razmena sa Sjedinjenim Američkim Državama, najvećim delom, je regulisana *Opštim sistemom preferencijala* (odobrenim jula 2005. godine). Međutim, glavni trgovinski i investicioni partner Srbije, za sada, je Evropska unija, pa je razvijanje intenzivne ekonomske saradnje i jačanje međusobnih odnosa sa Evropskom unijom od ključne važnosti za Srbiju (Grandov et al., 2014).

S obzirom da su inostrani investitori veoma zahtevni, za njihova ulaganja se mora kreirati veoma povoljna investiciona klima, što podrazumeva niz poreskih olakšica, stimulativnih mera, zaštitu od birokratske bahatosti i korupcije i slično. Zemlja domaćin, posebno, treba da omogući različite poreske podsticaje kao, na primer, niske stope poreza na dodatu vrednost (PDV-a), poreza na dobit preduzeća, poreza na zarade itd.²

Investiranje u određenu zemlju često je motivisano i niskim zaradama, prikladnom politikom zapošljavanja, kao i niskim troškovima otpuštanja radnika sa posla. Iako su zarade u Srbiji među najnižima u Evropi, investitori, ipak, smatraju da je rad realno skup zbog različitih fiskalnih opterećenja (poreza i doprinosa na zarade).

Dosadašnje iskustvo je pokazalo da primena samo poreskih podsticaja nije dovoljna za privlačenje inostranih investitora, već da oni dolaze do izražaja tek pošto se u zemlji domaćinu kreira adekvatna investiciona klima i primene različiti neporeski podsticaji. S tim u vezi, veoma je bitna i finansijska podrška u vidu dodeljivanja bespovratnih sredstava, kao i brza registracija privrednih subjekata i minimalne administrativne prepreke pri izgradnji i otvaranju poslovnih objekata.

² Stope navedenih poreza su, danas, u Srbiji među najnižima u regionu (stopa PDV-a 20%, stopa poreza na dobit preduzeća 10%, a poreza na zarade 12%).

Ozbiljnija ulaganja stranih investitora u Srbiju sprečavaju nedovoljno razvijena infrastruktura, loše zakonodavstvo, nedostatak likvidnosti, kao i netransparentnost tržišta. Poteškoće, koje imaju prilikom pripreme i planiranja projekata i nepredvidivost tržišta, predstavljaju najveći problem za strane investitore. U postojećim uslovima institucionalni investitori više su zainteresovani za kratkoročne investicije niskog rizika.

Po mišljenju mnogih eksperata, ključ uspeha koji bi obezbedio fundamentalno poverenje stranih investitora za ulaganja u Srbiju predstavlja njeno pridruživanje Evropskoj uniji, kao i prethodno adaptiranje zakonskog i regulatornog okvira u cilju formiranja bezbednijeg i transparentnijeg tržišta (<http://www.turistickisvet-hotnews.com/vest/sta-koci-investicije-u-srbiji>).

Za privlačenje različitih kategorija investitora neophodno je usmeriti kampanju, to jest prezentaciju investicionih projekata prema ciljnim grupama investitora. Kao realne ciljne grupe investitora u Srbiji treba posmatrati: (1) domaće investitore; (2) strane investitore i (3) dijasporu (naše ljude koji žive u inostranstvu). Investitori se odlučuju za investiranje u određenu destinaciju na osnovu njene reputacije, ugleda, dobrog glasa, imidža i ostalog. S tim u vezi, veoma je bitna uloga lokalnih samouprava koje treba da pripreme investicione projekte, a u određenim slučajevima, i same da investiraju u određene projekte, u skladu sa svojim mogućnostima. Na taj način, stvara se dobra startna osnova za privlačenje većih i ozbiljnijih investitora (<http://turizam-u-srbiji.blogspot.com/2013/12/investicije-u-turizam-kreiranje.html>).

Kao primer uspešne saradnje, između investitora i lokalne samouprave, može se navesti ulaganje u izgradnju i uređenje Srebrnog jezera kod Velikog Gradišta. Ulaskom „NCA Investment Group“ iz Beograda u grandiozan projekat „Silver Lake resort“ iz temelja je promenjen izgled, sadržaj i popularnost Srebrnog jezera, jednog od izuzetnih prirodnih dragulja na severoistoku Srbije. Realizacijom ovog ambicioznog projekta otvoreno je novo poglavlje u razvoju turizma Srbije jer je njime Srebrno jezero počelo da dobija novo obličje, po principu „stara destinacija u sasvim novom ruhu“ (<http://www.nirapress.com/content/view/1951/2>).

U uspešne investicione poduhvate koji su, zadnjih godina, realizovani u turizmu Srbije možemo svrstati, pre svega, višemilionske investicije u hotelijerstvo i to ne samo u Beogradu, već i u ostalim delovima Srbije.³ Na taj

³ Austrijski „Falkensteiner“ („Falkensteiner Michaeler Tourism Group AG“ – FMTG) otvorio je krajem 2012. godine hotel u Novom Beogradu u koji je uloženo oko 45 miliona EUR. Ovaj čuveni austrijski hotelski lanac preuzeo je i upravljanje hotelom na Staroj planini na period od 15 godina. Po obimu investicija vredni pažnje su i sledeći hoteli: „Crowne Plaza“ u sastavu lanca „Inter Continental Hotels Group“, „Holiday Inn“ i „Metropol“ u Beogradu, zatim hotel „Izvor“ u Arandelovcu (u koga je „Alco Grupa“ uložila oko 35 miliona EUR, a zatim još 7 miliona EUR u akva park), hotel „Premier Aqua“ u Banji Vrdnik, turističko-sportski kompleks na Pašinoj česmi kod Leskovca (investitor „Emirates Power“), akva park „Petroland“ u Bačkom Petrovcu (u koji je

način aktivirani su brojni i raznovrsni turistički sadržaji, kao što su: sportski kompleksi, kongresni centri, skijaški centri, *spa i wellness* centri, akva parkovi, ergele, vinarije i drugi, što će svakako značajno doprineti poboljšanju turističke ponude Srbije u narednom periodu.

Osim ulaganja u usluge smeštaja i ishrane, za uspešan i dugoročni razvoj turizma u Srbiji, neophodne su investicije i u druge delatnosti koje su komplementarne sa razvojem turizma i sa njim, na određenom prostoru, čine jedinstvenu celinu. Tu se, pre svega, misli na saobraćaj, trgovinu, građevinarstvo, neke grane industrije, poljoprivredu, proizvodno zanatstvo i druge delatnosti. Za stabilan i kontinuirani razvoj turizma u Srbiji, takođe, od izuzetne važnosti je i formiranje adekvatnih *turističkih klastera*. Pri tome, svaki turistički klaster treba da razvija one vidove turizma i one turističke proizvode/usluge za koje ima najbolje potencijale. Međutim, mora se voditi računa o tome da turistički klasteri ne predstavljaju konkurenciju jedni drugima tako što će razvijati iste turističke proizvode/usluge.

5. Zaključak

Tranzicione promene u Srbiji započete su još krajem 80-ih godina XX veka. Međutim, i pored toga, taj proces traje znatno duže nego u ostalim zemljama Centralne i Jugoistočne Evrope. U tom procesu, jedan od najbitnijih segmenata tranzicije predstavljala je poslovna transformacija. Osnovni ciljevi poslovne transformacije bili su: reforma svojinskih odnosa, opšta liberalizacija uslova privređivanja, uspostavljanje tržišne privrede i izgradnja efikasnijeg privrednog sistema. Kao kompleksan proces, poslovna transformacija je podrazumevala, pre svega, svojinsku transformaciju, to jest privatizaciju, a zatim i organizacionu, upravljačku, tehnološku, kadrovsku, finansijsku i drugu transformaciju.

Slično drugim zemljama, koje su prošle kroz tranziciju, i u Srbiji su do izražaja došli brojni propusti i anomalije tokom sprovođenja procesa privatizacije. Navedene okolnosti rezultirale su padom društvenog bruto proizvoda, pogoršanjem životnog standarda građana, povećanjem broja nezaposlenih lica, opštom krizom u društvu, pojavom različitih formi devijantnog ponašanja itd.

Sudbinu celokupne privrede Srbije, koja je prošla kroz tranziciju, delila je i turistička delatnost. Po brojnim ocenama, rezultati dosadašnjeg procesa poslovne transformacije, a posebno privatizacije, u turističkoj delatnosti Srbije su prilično poražavajući. Ti rezultati su se manifestovali, pre svega, kroz mnoštvo ugašenih

slovačka kompanija „Aqua Therm Invest“ uložila oko 8,5 miliona EUR) itd. (<http://www.ekapija.com/website/sr/page/680851/RETROSPEKTIVA-2012-Investicije-u-oblasti-TURIZMA-ZABAVE-I-REKREACIJE-koje-su-izazvale-najvece-interesovanje-korisnika-eKapije>).

preduzeća i otpuštenih radnika, kao i brojem poništenih ugovora o privatizaciji. Epilog, svega navedenog, je pad kvaliteta turističke ponude Srbije i njena loša pozicioniranost na međunarodnom turističkom tržištu.

Kao još uvek neprepoznatljiva destinacija na svetskoj turističkoj mapi Srbija, pored sopstvene finansijske podrške, mora intenzivno da radi na obezbeđivanju kapitalnih investicija za dugoročni i stabilan razvoj svog turizma. U tom smislu, poseban značaj u razvoju turizma u Srbiji treba da imaju strane direktne investicije, koje ne podrazumevaju samo neposredno investiranje određenog iznosa kapitala već, naprotiv, uključuju i transfer novih tehnologija, implementaciju menadžerskih i organizacionih znanja, nov pristup tržištu itd.

S obzirom da je turizam heterogena delatnost, osim ulaganja u usluge smeštaja i ishrane, neophodne su i investicije u njemu komplementarne delatnosti koje sa njim čine jedinstvenu celinu na određenom prostoru. Shodno tome, do izražaja posebno dolazi uloga lokalne samouprave koja treba da obezbedi osnovnu infrastrukturu, kao i povoljan ambijent za aktivnosti potencijalnih investitora.

Za značajnije privlačenje stranih investitora potrebno je, pre svega, uspostaviti političku, pravnu i makroekonomsku stabilnost u zemlji, kao i permanentno raditi na kreiranju povoljne investicione klime u njoj. Pristup ovom problemu mora biti interdisciplinarni i na njemu moraju raditi stručnjaci različitog profila (ekonomisti, pravnici, finansijski stručnjaci, marketing specijalisti, planeri u turizmu, istraživači turističkog tržišta i trendova, prostorni planeri, urbanisti, arhitekta, grafički dizajneri, umetnici, sociolozi i drugi).

Krajnji cilj kod investicionih poduhvata u turizmu treba da bude kreiranje izvanredno privlačnih, inovativnih i poslovno uspešnih investicionih projekata koji će investitorima i pokretačima omogućiti visoke prihode i finansijsku sigurnost, a budućim turistima jedinstvene doživljaje.

Literatura

- Barjaktarović, D. & Barjaktarović, L. (2011). Transformacija hotelsko-ugostiteljske privrede Srbije ispod očekivanja. 8. *Naučni skup sa međunarodnim učešćem Sinergija 2011*, Bijeljina: Univerzitet Sinergija, str. 340-346. Preuzeto sa: www.singipedia.singidunum.ac.rs/content/2544-Transformacija-hotelsko-ugostiteljske-privrede-Srbije-ispod-očekivanja, pristupljeno: 07.09.2015.
- Bošković, T. (2008). Strane direktne investicije u turizmu kao faktor razvoja. *Škola biznisa*, 3, 23-27.
- Dorđević, M. (2009). Proces privatizacije u Srbiji u periodu od 2000. do 2008. godine. *Škola biznisa*, 2, 29-34.
- Grandov, Z., Stankov, B. & Roganović, M. (2014). Usporedna analiza faktora koji podstiču inostrane investitore na direktna ulaganja u Srbiji i Rumuniji. *Škola biznisa*, 2, 141-169, doi: 10.5937/skolbiz2-7420.

- Grbić, M. & Janković N. (2014). Priliv i sektorska struktura grinfild i braunfild investicija u lokalnoj privredi. U: Maksimović Lj. i Stanišić N. (ured.) *Stanje i perspektive ekonomskog razvoja grada Kragujevca* (str. 61-71). Kragujevac: Ekonomski fakultet. Preuzeto sa: www.ekfak.kg.ac.rs/en/node/1454, Pristupljeno: 25.06. 2015.
- Jovanović-Stojadinović, S. (2013). Strane direktne investicije kao oblik finansiranja globalne ekonomije. *Bankarstvo*, 42 (1), 34-57.
- Leković, M. & Pantić, N. (2014). Državna finansijska podrška i kapitalne investicije kao faktori razvoja srpskog turizma. *Menadžment u hotelijerstvu i turizmu*, 2 (1), 65-70.
- Marsenić, D. (1996). *Ekonomika Jugoslavije*. Beograd: Ekonomski fakultet.
- Popovčić-Avrić, S. & Đenić, M. (2011). Strane direktne investicije kao dinamički faktor svetske privrede. *Singidunum revija*, 8 (1), 197-206.
- Ubavić, P. (2014). *Strategijske osnove i pravci razvoja turizma na teritoriji Republike Srbije*, doktorska disertacija. Niš: Ekonomski fakultet.
- UNCTAD (2011). *World Investment Report 2011*. New York and Geneva: United Nations.
- UNCTAD (2012). *World Investment Report 2012*. New York and Geneva: United Nations.
- Unković, S. & Zečević, B. (2011). *Ekonomika turizma*, 22. izdanje. Beograd: Centar za izdavačku delatnost Ekonomskog fakulteta u Beogradu.
- Zakon o privatizaciji* (2001). Službeni glasnik Republike Srbije, br. 38/2001 i 18/2003, Beograd.
- Biznis i finansije (2013). *Srbija najgore rangirana u poslednjih 12 godina*. Preuzeto sa: <http://bif.rs/2013/08/sdi-srbija-najgore-rangirana-u-poslednjih-12-godina>, pristupljeno: 31.08.2015.
- Biznis i finansije (2014). *Šta pokazuje analiza priliva stranih direktnih investicija u Srbiji?* Preuzeto sa: <http://bif.rs/2014/07/sta-pokazuje-analiza-priliva-stranih-direktnih-investicija-u-srbiji>, pristupljeno: 31.08.2015.
- Turizam u Srbiji (2013). *Investicije u turizam - kreiranje projekata i njihova prezentacija*. Preuzeto sa: <http://turizam-u-srbiji.blogspot.com/2013/12/investicije-u-turizam-kreiranje.html>, pristupljeno: 27.03.2015.
- Ekapija (2013). Retrospektiva 2012 - Investicije u oblasti turizma, zabave i rekreacije koje su izazvale najveće interesovanje korisnika "eKapije". Preuzeto sa: <http://www.ekapija.com/website/sr/page/680851/RETROSPEKTIVA-2012-Investicije-u-oblasti-TURIZMA-ZABAVE-I-REKREACIJE-koje-su-izazvale-najvece-interesovanje-korisnika-eKapije>, pristupljeno: 27.03.2015.
- Narodna banka Srbije. Preuzeto sa: http://www.nbs.rs/internet/cirilica/80/platni_bilans.html pristupljeno: 19.07.2012.
- Nira press. Preuzeto sa: <http://www.nirapress.com/content/view/1951/2/>, pristupljeno: 27.03.2015.
- Turistički cvet. Preuzeto sa: <http://www.turistickisvet-hotnews.com/vesti/sta-koci-investicije-u-srbiji/>, pristupljeno: 27.03.2015.

PRIVATISATION AND INVESTMENT ACTIVITY IN THE TOURISM OF THE REPUBLIC OF SERBIA

Abstract: As other countries of Central and Southeastern Europe, the Republic of Serbia at the end of the 20th and the beginning of the 21st century entered the process of universal transformation, which in essence represented a powerful political and economic movement for thorough changes in all parts of social and economic life. The central place in total transformational processes was taken by property, that is ownership transformation. The purpose of this research are numerous changes and the effects caused by the ownership transformation, that is privatisation in all economic activities, and in tourism as well. The research methods used in this paper are: analysis method, synthesis method, abstraction method, generalisation method, comparison method, as well as mathematical and statistical methods. The research results show that the effects of the privatisation in the tourism activities of Serbia are rather devastating. Besides, there were no necessary changes in other elements of business transformation (organisational, managerial, personnel, technological and other), what is the decrease in quality of tourist offer in Serbia and its bad position on the international tourism market. Taking into account that the Republic of Serbia has included the development of tourism amongst the priorities of its actual economic policy and development strategy, results of this research should by its originality, scientific approach to the subject of the research, quality and expertise, complete research material in this scientific field, also to point out new possibilities of Serbian tourism development to creators of economic, touristic and investment politics.

Key words: Serbian tourism, privatisation, effects of privatisation, investments, sources of investments.

Biografije autora

Dr Živorad Gligorijević je redovni profesor Ekonomskog fakulteta Univerziteta u Nišu. Predaje na osnovnim akademskim studijama, na master studijama, kao i na doktorskim studijama. Obavljao je funkciju prodekana za naučni rad (od 1996. do 1998. godine, kao i školske 2003/04. godine), a funkciju prodekana za finansije (od 1998. do 2000. godine). Trenutno se nalazi na funkciji šefa Katedre za nacionalnu ekonomiju i finansije. Bio je sekretar i član redakcije časopisa „Teme“ koji izdaje Univerzitet u Nišu, kao i član redakcije časopisa „Ekonomске teme“ koji izdaje Ekonomski fakultet u Nišu. Objavio je 25 knjiga (udžbenici, monografije), kao i preko stotinu radova (u nacionalnim i međunarodnim časopisima, u zbornicima sa međunarodnih i nacionalnih naučnih skupova, kao i u tematskim zbornicima). Član je predsedništva Društva ekonomista Niš i član Naučnog društva ekonomista Srbije.

Dr Predrag Ubavić je rođen u Blacu. Osnovnu školu završio je u Gornjoj Draguši, a srednju ekonomsku školu u Nišu. Na Ekonomskom fakultetu u Nišu diplomirao je 1989. godine, magistrirao 2009. godine i doktorirao 2014. godine. Zaposlen je u a.d. „Planinka“, Kuršumljija. Obavljao je poslove rukovodilaca ugostiteljstva u Prolom Banji, šefa nabavne službe, a sada je pomoćnik direktora za prodaju. Bio je član Upravnog odbora d.o.o. „Planinka“ – Kuršumljija (od 1995. do 1998. godine). Solidno poznaje rad na računaru (Word, Excel, Internet...). Služi se ruskim jezikom.