



SLOVENIJA TA TEDEN

Nenavadni časi, nenavadno pismo

VOJKO FLEGAR

Prodaj, kar moraš prodati, in ničesar, česar ni treba prodati, je konec prejšnjega tedna v Dnevnikovem Objektivu že kdovekaterič zapisal eden najbolj znanih slovenskih ekonomistov Jože Mencinger. Zdi se, da malce vdano v usodo, saj je podpredsednik prve slovenske demokratično izvoljene vlade iz leta 1990 (iz nje se je po dobrem letu dni poslovil zaradi nasprotij glede modela privatizacije) v istem tekstu ugotovil tudi: »Prodaje premoženja tujcem oziroma njegove razprodaje zdaj niso več stvar ideoloških sporov, postale so stvarnost, ki se ji malone ni mogoče izogniti.«

»Malone« izza prejšnjega stavka je hkrati tisto zadnje upanje ekonomista, ki je bil kasneje še član sveta slovenske centralne banke, v praksi in teoriji pa nikoli ni bil naklonjen tujemu kapitalu, češ da ta morda zagotavlja večjo konkurenčnost in učinkovitost na podjetniški ravni, ne pa nujno tudi na narodnogospodarski, kjer ima lahko celo negativen učinek na blaginjo prebivalstva. Slednja pa je nacionalni interes, v imenu katerega oziroma katere, blaginje prebivalstva, mora država po Mencingerjevem mnenju ravnati, ko se odloča o tem, ali in katero premoženje naj proda tujemu kapitalu.

Predvsem ekonomisti mlajše generacije so Mencingerja kot vplivnega »starost« velikokrat kritizirali in napadali, dejstvo pa je, da so »doktrino« nacionalnega interesa v minulih desetih letih, najpogosteje kar v medsebojnem sodelovanju, izdatno zlorabili tako politiki kot nekateri novopečeni kapitalisti oziroma menedžerji, ljudsko poimenovani tajkuni. Pod pretvezo »sinergijskega« združe-

vanja določene panoge, povečevanja konkurenčnosti gospodarstva, omogočanja prodora na tuje trge ali kar odkrite obrambe pred tujim kapitalom so se šli lastniško koncentracijo, menedžerske prevzeme podjetij in izključevanje regulatorjev trga, vse to pa zlasti v zadnjih nekaj letih pred izbruhom svetovne finančne krize financirali s tujimi posojili.

Zdaj je ta kratkoročna posojila, ki bi jih bilo že v »normalnih okoliščinah« mogoče servisirati le na račun razvojnih naložb in reprogramiranju v dolgoročna, treba vračati, ob prihodkih in dobičkih, znižanih zaradi krize, pa z njimi preobremenjena podjetja tega ne zmorejo. Istrabenz, Pivovarna Laško in Merkur kot najbolj razvpiti primeri oziroma že kar sinonimi »tajkunizacije« so zato prisiljeni prodajati svoje »pridobitve« iz let kapitalskega obilja, hkrati pa so sami v minulem letu, dveh deloma že dobili nove in precej nestrpne lastnike, ki morajo tudi sami vračati kapital, sposojen na svetovnem trgu – banke.

Danes je še bolj kot pred meseci, ko se je prezadolženi koprski Istrabenz nad vodo obdržal le z razmeroma hitro prodajo enega največjih slovenskih živilskih podjetij Droge Kolinske (hrvaškemu kupcu), jasno, da slovenskega kapitala, ki bi lahko odkupil nasedla podjetja, preprosto ni. Na drugi strani pa je, tudi zaradi strategije »odvračanja« tujih naložbenikov, ki so se je po prevzemu ljubljanskega farmacevta Leka bolj ali manj uspešno držale vse vlade, ne glede na ideološko predpono pred svojo sredinskostjo, takšnih in drugačnih kupcev občutno manj kot prodajalcev.

Na kratko rečeno, v tednu, ko je

država ponosno sporočila, da je uspešno dokapitalizirala svojo in sploh največjo slovensko banko NLB (s slabe četrtilijarde evrov davkoplačevalskega denarja) in tako »pokrila« vsaj lansko izgubo (niti finančni minister pa si ob tem ni upal zagotoviti, da je to zadnja dokapitalizacija te banke letos), je postalo očitno, da je Slovenija na robu izbruha nenadzorovanih in brezglavih razprodaj »družinske srebrynine«.

V četrtek je uprava največjega slovenskega trgovca Mercatorja na spletni oglasni deski ljubljanske borze namreč objavila nenavadno pismo svojim največjim delničarjem, v katerem jih – s Pivovarno Laško in NLB na čelu – poziva, naj se vendarle dogovorijo za oblikovanje skupnega, nadpolovičnega, po možnosti pa več kot tri četrtinskega svežnja Mercatorja in naj ga nehajo prodajati vsak zase, po kosih in koščkih, na škodo malih delničarjev družbe in stabilnega razvoja podjetja. Uprava je ta javni poziv lastnikom (v precejšni meri v državni lasti) podjetja, ki ga vodi, naslovila brez vednosti nadzornega sveta in s tem pravzaprav sporočila, da se lastniki obnašajo neodgovorno.

Takšno komuniciranje uprave, najetih menedžerjev, z lastniki gotovo ni ne le nenavadno, ampak bi bilo v kakšnih drugačnih okoliščinah tudi precej utemeljen razlog za hitro odslopitev uprave. V Sloveniji danes to pomeni kanček upanja, da vsaj nekdo nekje še razmišlja dolgoročno in misli predvsem na razvojni interes podjetja, neodgovornih lastnikov samih in seveda zaposlenih (ki jih je v Mercatorju več kot 20.000).