

UNIVERZA V LJUBLJANI
EKONOMSKA FAKULTETA

DIPLOMSKO DELO

PRIVATIZACIJA V REPUBLIKI SRBIJI

Ljubljana, april 2003

MIHA POGAČAR

IZJAVA

Študent Miha Pogačar izjavljam, da sem avtor tega diplomskega dela, ki sem ga napisal pod mentorstvom dr. Zarjana Fabjančiča in dovolim objavo diplomskega dela na fakultetnih spletnih straneh.

V Ljubljani, dne _____

Podpis: _____

KAZALO

1 UVOD	1
2 PRIVATIZACIJA	2
2.1 PRIVATNO PROTI DRŽAVNEMU LASTNIŠTVU	2
2.2 CILJI PRIVATIZACIJE.....	3
2.3 PRIVATIZACIJSKI MODELI	4
2.3.1 REPRIVATIZACIJA.....	4
2.3.2 JAVNA PRODAJA	4
2.3.3 PRIVATIZACIJA Z VAVČERJI.....	5
2.3.4 NOTRANJI ODKUP	5
2.4 PREDNOSTI IN SLABOSTI DOLOČENIH MODELOV	6
3 PRIVATIZACIJA V SRBIJI OD LETA 1989 DO LETA 2000.....	10
3.1 ZAKONODAJA	10
3.1.1 ZVEZNI ZAKON O PRIVATIZACIJI (DECEMBER 1989).....	10
3.1.2 SRBSKI ZAKON O PRIVATIZACIJI (AVGUST 1991).....	10
3.1.3 DOPOLNILA K SRBSKEMU ZAKONU O PRIVATIZACIJI (AVGUST 1994).....	11
3.1.4 ZVEZNI ZAKON O PRIVATIZACIJI (1996)	11
3.1.5 SRBSKI ZAKON O PRIVATIZACIJI (1997).....	12
3.2 REZULTATI PRIVATIZACIJE V SRBIJI DO LETA 2000	13
3.2.1 PRIVATIZACIJA DRUŽBENEGA SEKTORJA.....	13
3.2.2 VSTOP NOVIH PODJETIJ	14
3.2.3 DRŽAVNI SEKTOR.....	15
3.2.4 NEPOSREDNA TUJA VLAGANJA.....	16
3.2.5 POVZETEK REZULTATOV PRIVATIZACE DO LETA 2000	17
3.3 STANJE OB PADCU MILOŠEVIĆEVE VLADAVINE	19
4 PRIVATIZACIJA PO NOVEM ZAKONU.....	20
4.1 SPLOŠNO O SEDAJ VELJAVNEM MODELU PRIVATIZACIJE	20
4.2 TEORETIČNA RAZLAGA IZBRANEGA MODELA PRIVATIZACIJE.....	21
4.2.1 JAVNA PRODAJA DELNIC.....	21
4.2.2 JAVNA PRODAJA Z NAMENOM KONKURIRANJA	22
4.2.3 JAVNI RAZPIS.....	23
4.2.4 LICITACIJA.....	25
4.3 PRAKTIČNA IMPLEMENTACIJA PRIVATIZACIJSKIH MODELOV V PRAKSI ..	25
4.3.1 JAVNI RAZPIS.....	25
4.3.2 LICITACIJA.....	26

4.4	PRIVATIZACIJA PODJETIJ PREKO AKCIJSKEGA FONDA.....	28
4.5	DOSEDANJE IZVAJANJE PRIVATIZACIJE V SRBIJI PO NOVEM ZAKONU...	28
5	ANALIZA CILJEV IN METOD, UPORABLJENIH V PRIVATIZACIJI	32
5.1	USTREZNOST IZBRANIH METOD S CILJI PRIVATIZACIJE.....	32
6	SLOVENSKA UDELEŽBA V SRBSKI PRIVATIZACIJI	34
7	SKLEP	36
	LITERATURA	37
	VIRI	38
	PRILOGE	
	SLOVAR V DIPLOMI UPORABLJENIH IZRAZOV	

1 UVOD

Privatizacija je proces, ki je zaznamoval konec dvajsetega stoletja tako v državah Zahodne Evrope kot v nekdanjih socialističnih državah. Srbija je ena zadnjih držav nekdanjega socialističnega bloka, ki se je odločila dokončno privatizirati svoje gospodarstvo. Ker je minilo že skoraj 10 let od zaključka privatizacije v večini drugih srednje- in vzhodnoevropskih držav, me je zanimalo, ali se je iz dosedanjih razmer uspela kaj naučiti, da ne bo ponavljala napak, ki so jih storile njene predhodnice. Srbija je tudi ena najpomembnejših slovenskih poslovnih partneric, zato je dogajanje na tem trgu za naše gospodarstvo velikega pomena.

Srbija ni samostojna država, ampak je od leta 1991 del Zvezne republike Jugoslavije (v nadaljnjem besedilu ZRJ), ki se je v začetku leta 2003 preimenovala v Srbijo in Črno goro. Ker pa Srbija predstavlja 95 odstotkov prebivalstva skupne države, podoben delež pa ima tudi na večini drugih področij, sem, kadar določen podatek za Srbijo ni obstajal, vzel podatek za ZRJ, kar sem tudi posebej označil.

Diplomsko delo je razdeljeno v štiri sklope. V prvem delu sem opredelil pojem privatizacije, razloge zanjo ter predstavil različne metode privatizacije ter njihove rezultate v srednji in vzhodni Evropi.

V drugem delu sem predstavil pravni okvir in potek privatizacije v Republiki Srbiji do padca Miloševićevega režima oktobra leta 2000 ter sprejetja trenutno veljavnega zakona o privatizaciji julija 2001.

V tretjem delu sem opisal pravni okvir trenutno veljavnega načina privatizacije, ob tem pa sem tudi podrobneje predstavil metodo javne prodaje z namenom konkuriranja ter njeni podvarianti, prodajo na javnem razpisu in licitacijo, ki sta temeljni metodi privatizacije po novem zakonu. Nato sem še povzel dosedanje izvajanje privatizacije v Srbiji po novem zakonu.

V zadnjem delu sem na kratko ocenil metodo in dosedanje izvajanje privatizacije v Srbiji ter dodatno opisal možnosti, ki se v tem procesu ponujajo slovenskim podjetjem.

Proces privatizacije v Srbiji v času pisanja diplomske naloge še ni bil končan, zato so podatki in postopki v diplomski nalogi zapisani, kot so veljali na dan 18. marca 2003.

2 PRIVATIZACIJA

2.1 PRIVATNO PROTI DRŽAVNEMU LASTNIŠTVU

Državna lastnina je relativno nov pojav, saj se je v večjem obsegu pojavila šele v dvajsetem stoletju, predvsem v državah, kjer je bila na oblasti komunistična partija. Te države so striktno izvajale nacionalizacijo, tako da je bil privatni sektor dejansko prepovedan in omejen le na obrt in kmetijstvo. Po drugi svetovni vojni se je ideja o slabostih trga in privatnega lastništva razširila tudi zunaj komunističnega sveta, v socialnodemokratske levičarske kroge. V teh krogih je veljalo mnenje, da bi napake v kapitalističnem gospodarskem sistemu, kot so monopoli in velika politična moč kapitala, lahko popravili z oblikovanjem družb, ki bi bile v državni lasti. Ker naj te družbe ne bi zasledovale le načela dobička, naj bi bile njihove storitve cenejše za uporabnika, prav tako pa naj bi se izboljšala tudi raven storitev. To naj bi še posebno veljalo za monopolne ter kapitalsko intenzivne panoge, kjer je zaradi nepopolnosti trga že tako nujno državno reguliranje. V letih po drugi svetovni vojni so zato mnoga podjetja pristala v vladnih rokah – od energetike in bančništva do telekomunikacij in industrije.

Globalni proces privatizacije je pred dvajsetimi leti začela britanska ministrska predsednica Margaret Thatcher. Ugotovitve ekonomistov so namreč pokazale, da državna podjetja niso izpolnila svojega poslanstva. Ker so prednost pogosto imeli politični cilji, so bila državna podjetja vodena neučinkovito, bila so nekonkurenčna, pogosto so potrebovala vladno pomoč in subvencioniranje, imela so pretirane cene in bila na splošno neprijazna do potrošnika. Ta globalni proces se ni razširil le na nekdanje socialistične države, temveč tudi na druge razvite države in države v razvoju. Privatizirajo se tudi podjetja, za katere je še do nedavnega veljalo, da lahko poslujejo le v okviru države, kot so pošta in telekom ter elektro in železniška podjetja (Vickers, Yarrow, 1988, str. 17-20).

Levičarska ideja, ki se zavzema za državno lastništvo vsaj pomembnejših proizvodnih panog, je sicer precej oslabela, ni pa še izumrla. Še vedno obstajajo avtorji, ki oporekajo vplivu lastništva na učinkovitost podjetij in gospodarstva ter iščejo vire učinkovitosti drugje. Nekateri izhajajo iz študije, ki sta jo napisala Berle in Means leta 1932, v kateri menita, da sodobne korporacije niso privatna podjetja v pravem pomenu besede, ker je upravljanje ločeno od lastništva, kar pomeni, da korporacije vodijo managerji in ne lastniki. To je kompleksna in zapletena zgodba, vendar menim, da sta pomembni dve stvari: prva je ta, da ločitev lastništva od upravljanja ne pomeni, da so korporacije v družbeni in državni lasti učinkovite, in druga, da večina managerjev dela v interesu lastnika zaradi vseh stimulativnih mehanizmov, ki se uporabljajo v zrelih tržnih gospodarstvih – od skupščin delničarjev, sistemov za spodbujanje plač do trga kapitala – kar jih še vedno definira kot uslužbence lastnikov navkljub občasnim razlikam v interesih. Obstaja zanimiv sodobni trend, ki ga je zaznal Joseph Stiglitz, znan avtor in nekdanji podpredsednik in glavni ekonomist Svetovne banke. Za gospodarsko učinkovitost ne zanika pomembnosti lastništva, pri čemer je privatno še vedno v prednosti, večji pomen pa daje trgu in njegovim vplivom. Pri tem kot primer navaja kitajski sistem, kjer se je tudi brez privatizacije večjih podjetij učinkovitost poslovanja

teh podjetij ter celotnega gospodarstva bistveno izboljšala (Stiglitz, 1999, str. 20).

Ekonomsko znanost nas uči, da za učinkovito poslovanje na trgu in ohranitev bogastva kot siamska dvojčka potrebujemo tako privatno lastništvo kot tudi konkurenco. Če ni konkurence, sistem privatnih podjetij ne bo prinesel dobrih in koristnih rezultatov. Po drugi strani pa konkurenca ne more opravljati svoje dolžnosti na pravi način brez pravih vzpodbud privatnega lastništva. Zato se mi zdi pretirano poudarjanje samo enega elementa nesmiselno. Na primeru Srbije predpostavljam, da je razen v segmentih, ki jih tako ali tako obvladujejo državna in javna podjetja, konkurenčnost na trgu dovolj visoka, da lahko privatno lastništvo zadovoljivo opravi svoje naloge.

2.2 CILJI PRIVATIZACIJE

Osnovni namen privatizacije je, oziroma naj bi bil, izboljšati učinkovitost podjetij v državni in družbeni lasti. Ta podjetja so bila ponavadi neučinkovito vodena, imajo zastarelo tehnologijo in presežno delovno silo ter večinoma poslujejo z izgubo. Vlada jih pogosto neposredno ali prikrito na različne načine subvencionira, naj bo to direktno iz proračuna, z dajanjem ugodnih posojil in garancij, z davčnimi olajšavami, prednostmi pri javnih razpisih in podobno. S privatizacijo je zato treba izboljšati njihovo učinkovitost na podlagi poslovnih motivov, preko zmanjšanja stroškov, s finančno dokapitalizacijo, boljšo delovno disciplino, boljšo organizacijo, novimi investicijami in podobno.

Drugi cilj privatizacije je lahko tudi izboljšanje finančnega položaja države, kar se lahko naredi na tri načine: s pridobitvijo dohodkov iz privatizacije, z ukinitvijo subvencij podjetjem v državni in družbeni lasti ter z zvišanjem davčnih dohodkov iz bolj intenzivne ekonomske dejavnosti.

Za vlado je lahko pomemben cilj privatizacije tudi povečanje priljubljenosti, zaradi česar izbere med volivci priljubljen program privatizacije. Tako na primer svobodna razdelitev državnega in družbenega kapitala vsem državljanom pri privatizaciji z vavčerji ali nekemu delu populacije (zaposlenim in upokojencem) pri notranjem odkupu pogosto predstavlja tudi neke vrste podkupovanje volivcev. Na ta način privatizacija postane orodje v političnem boju, kar z ekonomskega vidika ni dobro.

Včasih je kot namen privatizacije obravnavana tudi pravičnost, vendar je to prej kriterij, ki se ga uporabi pri izbiri privatizacijskega modela. Ta argument so pogosto omenjali predvsem zagovorniki koncepta privatizacije z vavčerji. Po njihovem mnenju bi morale biti vse, kar je v državni lasti, brezplačno razdeljeno med državljane. Ta logika se mi sicer ne zdi čudna, a vseeno menim, da tudi drug koncept, na primer tisti, ki spodbuja prodajo državnega kapitala, ni nepravilčen, če država prihodek od prodaje državnega premoženja uporabi za financiranje nečesa, kar je v skupnem interesu, ter če je prodajna cena realna in pravična.

Pri privatizaciji pa se mi zdi še najbolj pomembno, da ni osamljen proces, ampak del širših reform, ki naj vključujejo vsaj makroekonomsko stabilizacijo in liberalizacijo trga.

2.3 PRIVATIZACIJSKI MODELI

Obstaja veliko privatizacijskih modelov, ki se med seboj močno razlikujejo glede na metode izvajanja, postprivatizacijsko strukturo in način poslovanja privatnih podjetij. Na žalost nobeden izmed njih ni popoln in vsak ima svoje prednosti in slabosti.

Štirje osnovni modeli so:

- reprivatizacija (denacionalizacija),
- prodaja,
- prosta razdelitev,
- notranji odkup.

2.3.1 REPRIVATIZACIJA

Reprivatizacija je oblika privatizacije, ki temelji na vračanju lastništva podjetij v državni ali družbeni lasti in drugega produktivnega premoženja njihovim nekdanjim lastnikom ali njihovim dedičem. Poteka lahko v obliki povračila v naravi (vračilo lastnine, na primer podjetja prvotnemu lastniku), solastništva določenega podjetja ali lastnine, ali v obliki kompenzacije, na primer solastništva nekega drugega podjetja ali lastnine. Čeprav reprivatizacija v državah vzhodne Evrope večinoma poteka zaradi drugih, predvsem moralnih razlogov, je stranski učinek še vedno privatizacija kapitala v državni ali družbeni lasti.

Estonija je bila edina država v tranziciji, ki je dosledno in v veliki meri izvajala reprivatizacijo, medtem ko so jo v manjši meri izvajale tudi Češka, Poljska, Slovenija, Hrvaška, Makedonija in še nekatere druge države.

Ker reprivatizacija dovoljuje le privatizacijo manjšega dela kapitala v državni in družbeni lasti, je v nadaljevanju ne bom več obravnaval.

2.3.2 JAVNA PRODAJA

Najstarejši privatizacijski model je prodaja podjetij v državni lasti fizičnim osebam ter podjetjem v zasebni lasti. Ta metoda se uporablja tako v razvitem delu sveta kot tudi v državah v razvoju. Najbolj znan primer privatizacije te vrste je potekal v Veliki Britaniji v osemdesetih letih prejšnjega stoletja, s čimer se je tudi začel splošni val privatizacije po vsem svetu. Obstajajo tri metode prodaje: vpis delnic, prodaja na javnem razpisu ter prodaja na licitaciji. Pri vpisu delnic država fiksno določi vrednost podjetja in ponudi delnice podjetja posameznikom ali institucionalnim investitorjem. Pri prodaji preko javnega razpisa država povabi zainteresirane kupce, da vložijo svoje ponudbe, podjetje pa se proda najboljšemu ponudniku. Pri licitaciji prav tako sodeluje več ponudnikov, edini kriterij razvrščanja med njimi pa je cena. Možna je tudi kombinacija zadnjih dveh metod.

Prodaja je edina privatizacijska metoda, ki se je uveljavila tako v razvitih državah kot tudi v državah v razvoju. Občasno vlade prodajajo premoženje pod tržno ceno, primer za to je

Velika Britanija, ker želijo na ta način med ljudmi razširiti delničarstvo ter okrepiti srednji razred. To se običajno zagotovi z možnostjo vpisa novih delnic pod tržno ceno, kar vpisnikom delnic zagotavlja kapitalske dobičke. Med državami v tranziciji se je privatizacija preko prodaje izvajala v nekdanji Nemški demokratični republiki, Madžarski in Estoniji. Zaradi združitve Nemčije je proces privatizacije vzhodnonemškega gospodarstva dokaj poseben primer, zanimivo pa je, da sta se tudi Madžarska in Estonija odločili za podoben model. V obeh državah je prevladovalo mnenje, da je dobro upravljanje privatiziranih podjetij možno le takrat, ko so ta prodana zunanjim lastnikom, in ne, če je premoženje razdeljeno državljanom ali s popustom prodano zaposlenim. Estonska vlada, ki je bila med vsemi vladam po padcu komunističnega režima najbolj nagnjena k reformam, je zato celo zaposlila strokovnjake nemške privatizacijske agencije Treuhand za konceptualne in tehnične zadeve, medtem ko se je istočasno zanašala na mednarodne ponudnike.

2.3.3 PRIVATIZACIJA Z VAVČERJI

Okoli leta 1990 je potreba po privatizaciji večjega števila podjetij v državah v tranziciji vodila k inovativnemu pristopu. Tako so si izmislili tako imenovano privatizacijo z vavčerji. Ideja je preprosta: poseben privatizacijski denar v obliki t.i. vavčerjev¹ je prosto razdeljen državljanom, ki lahko ta denar uporabijo za nakup delnic podjetij. Vavčerji so lahko dani državljanom v enakih ali različnih zneskih glede na starost, delovno dobo ali druge podobne kriterije. Privatizacija je lahko centralizirana in tako organizirana istočasno z večjim številom podjetij (češki sistem), ali decentralizirana, in tako organizirana ločeno za vsako podjetje (ruski sistem).

Najbolj znane privatizacije z vavčerji so potekale na Češkem (in Slovaškem) in v Rusiji. Tudi Poljska, Litva, Latvija, Slovenija ter srednjeazijske republike nekdanje Sovjetske zveze (Armenija, Kazahstan, Kirgistan) so deloma uporabljale ta model. Privatizacija na Češkem je bila centralizirana, saj je vlada istočasno prodajala več podjetij. Ker ti vavčerji niso bili prenosljivi, je bilo ustanovljenih več investicijskih skladov, ki so bili namenjeni zbiranju vavčerjev državljanov in kupovanju delnic podjetij. V Rusiji je bila privatizacija z vavčerji decentralizirana in vavčerji so bili prenosljivi. Kljub temu pa sta bila nakup in prodaja skromna in večina vavčerjev je bila investirana v podjetja, v katerih so bili zaposleni njihovi lastniki (Mijatović, 2002).

2.3.4 NOTRANJI ODKUP

Notranji odkup je v bistvu kombinacija javne prodaje in proste razdelitve, pri čemer imajo pravico sodelovati le zaposleni v določenem podjetju. Pri tem lahko zaposleni pridobijo delnice s precejšnjim popustom glede na realno vrednost, običajen pa je tudi odlog plačila, saj drugače zaposleni večinoma nimajo zadostnih sredstev za nakup večjega deleža v podjetju.

¹ V Sloveniji smo jih poznali kot certifikate.

Notranji odkup delnic je na področju nekdanje Jugoslavije zanimiv predvsem zaradi tega, ker je to politično najmanj boleča metoda prehoda od samoupravljanja k tržnemu gospodarstvu, saj se v praksi način nadzora nad podjetjem le minimalno spremeni. To vsaj na kratek ali srednji rok ostane v rokah zaposlenih, dokler ni omogočeno prosto trgovanje z delnicami in se lastniška struktura bolj skoncentrira. Prav zaradi tega razloga so to metodo izbrale Slovenija, Hrvaška, Srbija in Makedonija. Kar se tiče ostalih držav, je ta način deloma uporabila tudi Poljska, medtem ko ga druge tranzicijske države niso dopuščale. Posebnost je še Rusija, ki je sicer v osnovi imela drugačen privatizacijski model, vendar je končala s podjetji v večinski lasti zaposlenih, pri čemer imajo v večini podjetij glavno besedo managerji.

2.4 PREDNOSTI IN SLABOSTI DOLOČENIH MODELOV

Če je osnovni namen privatizacije, da ustvarja učinkovita podjetja ali, z drugimi besedami, da izboljša njihovo učinkovitost, potem bi morali pri izbiri privatizacijskega modela dati prednost dobremu upravljanju takšnih podjetij v prihodnosti. Različni modeli ustvarjajo različne strukture lastništva in tako tudi različne stopnje učinkovitosti.

Načrt lastniške strukture je odvisen predvsem od naslednjih dveh parov možnih rešitev: lastniki podjetij so lahko zunanji investitorji ali zaposleni v podjetju; lastništvo je skoncentrirano na manjše število lastnikov ali pa je razdeljeno na večje število lastnikov. V državah v tranziciji je dobro upravljanje podjetij odvisno od teh štirih kombinacij.

Zunanji investitorji se zavzemajo, da podjetje kar najbolje posluje, saj se tako vrednost njihove naložbe viša, za kar morajo nadzorovati upravo podjetja in jo prisiliti, da dela le v korist podjetja, pri čemer se pojavi problem agenta². Uprava ima namreč lahko svoje interese, ki se pogosto ne skladajo z interesi podjetja in lastnikov, zato je potrebno najti način, kako upravo podjetja pripraviti, da bo delala v najboljšo korist podjetja in njegovih lastnikov. Stanje se lahko še poslabša, če je število lastnikov veliko in nihče izmed njih nima moči ali interesa, da bi upravo nadzoroval. V tem primeru lahko uprava dela slabo in/ali le za svojo lastno korist, ne da bi njeni člani tvegali lastno službo. Zrela tržna gospodarstva so našla odgovor na to vprašanje preko trga managerjev, trga kapitala, prevzemov, ugodnosti, ki jih imajo člani uprave poleg redne plače, z večjo močjo nadzornih svetov, vplivom bank in podobno. Te posredne načine nadzora pa je v državah v tranziciji na začetku prehoda v tržno gospodarstvo težko učinkovito uporabiti. S tega vidika je razdrobljenost delničarjev oziroma lastništva slaba, saj ne vzpostavi pogojev za dobro upravljanje podjetja. Ravno nasprotno – pasivno obnašanje lastnikov je podobno družbenemu lastništvu, saj ni nikogar, ki bi nadziral ali odpustil managerje. Na podlagi dosedanjih izkušenj je opazno, da se v razmerah še neobstoječe podjetniške kulture ta problem lahko reši le z dominantnim lastnikom, ki je sposoben in voljan nadzorovati delo uprave predvsem v svojo lastno korist.

Dominantni ali prevladujoči lastnik je lastnik, ki ima v podjetju dovolj velik delež, da ga

² Agency problem – glej Slovar uporabljenih izrazov.

uporablja za nadzorovanje dela uprave, pri čemer ni nujno, da ima v lasti več kot polovico delnic, predvsem če je ostalo lastništvo razdrobljeno.

Najlažji način pridobitve prevladujočega lastnika je, da se podjetje proda tistim, ki so za to zainteresirani, preko javnih razpisov, licitacije ali neposredne prodaje. Ti načini privatizacije temeljijo na prodaji celotnega podjetja ali njegovega znatnega dela enemu kupcu oziroma eni skupini. Prodaja podjetja prevladujočemu lastniku je zato najbolj ekonomsko učinkovita metoda. Ponavadi zagotovi dobro upravljanje, vključno z dokapitalizacijo podjetja, razširitvijo dejavnosti, reorganizacijo, poostrojitvijo discipline ter večjo podjetniško iniciativo. Pri tem so v povprečju najbolj učinkovita podjetja, ki so kot prevladujočega lastnika dobila tujega investitorja, predvsem zaradi zanesljivosti, večjih finančnih potencialov, možne širitve na tuje trge in podobno. Prodajni model prav tako prinaša dohodek v državno blagajno, kar je tudi pozitivna stran tega modela.

Težave, ki se pojavijo pri prodajnem modelu, so večinoma politične in tehnične. Del državljanov lahko namreč ocenjuje poprivatizacijsko razdelitev premoženja kot nepravilno. Če veliko podjetij kupijo tuji investitorji, se to lahko razlaga tudi kot prodajo narodne suverenosti, dodatne probleme pa lahko ob izgubi lastnih pravic povzročajo tudi zaposleni in managerji. Ti argumenti sicer ne zdržijo ekonomske presoje, a pri izbiri privatizacijskega modela je treba upoštevati tudi politične razloge, čeprav ti vseeno ne bi smeli prevladati nad gospodarskimi. Pri tem je treba tudi vedno imeti v mislih, da lahko kratkoročno gledanje na dolgi rok prinese veliko problemov.

Tehnični problemi so povezani predvsem s kompleksnostjo, trajanjem in stroški priprave vsakega podjetja za prodajo ne glede na to, ali gre za javno ponudbo delnic ali vpis delnic. Ocenitev vrednosti nekega podjetja kot osnova za prodajni model je namreč zapleten in zahteven postopek, še posebej, če obstajajo politična in ekonomska tveganja in če podatki v bilancah podjetij niso zanesljivi. Uspešna primera Madžarske in Estonije pa sta pokazala, da se lahko model javne prodaje državne lastnine ob zadostni politični volji ter dobri organizaciji privatizacijskega procesa uspešno izpelje do konca (Begović, Mijatović, Živković, 2000, str. 14).

Privatizacija z vavčerji je eleganten in hiter način privatizacije, ki je običajno vsaj v začetni fazi tudi zelo priljubljen med državljanji. Čeprav ne ustvarja vladnega dohodka, to izgubo nadomestita hitrost in pravičnost postopka. Eden od glavnih argumentov v prid privatizaciji z vavčerji je, da državljanji nimajo dovolj denarja za nakup delnic podjetij v državni lasti. Ta argument velja le, če se izključi vloga tujih investitorjev v privatizaciji, in je vsekakor slab z ekonomskega vidika; poleg tega pa izkušnje držav, ki so uporabile ta način privatizacije, kažejo, da na dolgi rok ne preprečuje prehoda podjetij v roke tujcev.

Precejšnja prednost privatizacije z vavčerji pred prodajnim modelom je hitrost, saj omogoča dokaj hitro privatizacijo velikega števila podjetij. Ta argument je bil še posebej močan v prvih letih po zlomu komunističnih režimov, saj so se tedanje vlade bale oblikovanja protiprivatizacijske koalicije, ki bi jo vodile še vedno močne podtalne strukture odstavljene

komunistične partije v navezi s sindikati ter upravami podjetij, v katerih so sedeli večinoma njeni privrženci. Ta argument je bil relevanten za zgodnja devetdeseta leta, vendar danes, po desetih letih izkušenj v državah v tranziciji, ni več prepričljiv, saj se je izkazalo, da je bil odpor proti privatizaciji šibkejši, kot so pričakovali.

Problem privatizacije z vavčerji je, da ne zagotavlja dobrega upravljanja privatiziranih podjetij. Zaradi razdeljenega lastništva in kot rezultat enakovredne kupne moči vsakega državljana nihče nima nadzora nad podjetjem in so rezultati tako lahko še slabši. Ta problem so delno rešili z ustanovitvijo investicijskih skladov, na katere lahko državljani prenesejo svoje vavčerje in v vračilo dobijo njihove delnice³. Skladi so z zbranimi vavčerji postali imetniki znatnega ali prevladujočega deleža v določenih podjetjih, kar pa je povzročilo nov problem – upravljanje teh skladov. Lastništvo teh skladov je namreč razdrobljeno, tako da lastniki ne morejo nadzorovati upravljanja, kar vodi k neučinkovitemu poslovanju skladov in posledično tudi podjetij v njihovih portfeljih.

Tudi notranji odkup delnic se lahko izvede relativno hitro, kar dokazuje primer Hrvaške, še posebno če je kombinirano z znatnimi popusti in odlogi plačila. Izkušnje iz privatizacije v Srbiji do leta 2002 pa kažejo, da je takšen postopek privatizacije lahko tudi zelo počasen.

Osnovna prednost lastništva zaposlenih je politična, saj zmanjša odpor zaposlenih in managerjev do privatizacije podjetij, še posebej tistih, ki so delovali v samoupravnem sistemu (kot na primer v nekdanji Jugoslaviji in do določene mere na Poljskem), ali tistih, v katerih so imeli managerji močan položaj (Rusija). Njihov odpor bi namreč lahko privatizacijo zelo upočasnili. Po mnenju nekaterih ekonomistov je lastništvo zaposlenih tudi ekonomsko učinkovito, saj so zaposleni kot lastniki podjetja bolj motivirani za delo, prav tako pa lahko tudi vsakodnevno nadzorujejo delovanje uprave.

Kljub temu pa ima ta model resne slabosti. Da bi se ohranil nadzor nad podjetjem, zaposleni ne dovolijo zunanjim investitorjem, da bi investirali v podjetje, kar vodi k nezadostnim investicijam. Še več, zunanji investitorji nočejo investirati v podjetje, ki ga nadzirajo zaposleni. V takšnih podjetjih, kot so bila na primer podjetja s samoupravnim sistemom, ponavadi izplačujejo previsoke plače in trpijo presežke zaposlenih. Po drugi strani pa se managerji, če so le manjšinski delničarji, le težka lahko izognejo pritiskom zaposlenih. Ti procesi pa lahko ogrožajo ali tudi preprečijo prestrukturiranje podjetij, kar pa prinese negativne posledice.

Ekonomska analiza kaže na prednosti in slabosti teh modelov, toda dobro jim je dodati tudi empirične analize vplivov različnih privatizacijskih modelov.

Splošna raziskava empirične literature, ki je posvečena vplivom privatizacije v državah v tranziciji in ki sta jo naredila Havrylyshyn in McGettigan, kaže, da najbolje poslujejo privatna

³ Ta način so uporabljali v Sloveniji, BiH in na Češkem.

podjetja, potem jim sledijo privatizirana podjetja z zunanjimi lastniki, na repu lestvice pa so podjetja, ki so bila privatizirana preko notranjega odkupa (Havrylyshyn, McGettigan, 1999, str. 27).

Študija, ki je obsegala več kot 500 srednje velikih podjetij v Češki Republiki, na Poljskem in Madžarskem, je potrdila, da so privatizirana podjetja z zunanjimi lastniki veliko bolj učinkovita kot tista, ki so v lasti managerjev, medtem ko podjetja, v katerih imajo večinski delež zaposleni, dosegajo podobno slabe poslovne rezultate kot podjetja v državni lasti (Frydman et al., 1997, str. 18).

Raziskava, ki je obsegala 1900 slovenskih podjetij, je še bolj zanimiva. Med šestimi kategorijami podjetij dosegajo najboljše rezultate glede na lastniško strukturo podjetja, ki so v tuji lasti. Sledijo jim novo nastala privatna podjetja, potem privatizirana podjetja z zunanjimi lastniki, potem privatizirana podjetja v lasti zaposlenih, na koncu pa so podjetja v državni in družbeni lasti (Simoneti et al., 2001, str. 12).

Obstajajo pa tudi alternativne študije, ki kažejo, da so podjetja z notranjim lastništvom dosegla visoko stopnjo učinkovitosti. Empirične študije kažejo, da je prenos lastništva na zaposlene sorazmerno hitra privatizacijska metoda, hkrati pa pogosto privede do učinkovitejšega delovanja podjetij. Z notranjim odkupom (managerskim in delavskim) se namreč utegne izoblikovati skupina lastnikov, ki podjetje poznajo, so zainteresirani za njegov uspeh in pripravljeni prevzeti tako tveganje kot obveznosti (Prašnikar, Gregorič, 1999, str. 28).

Na začetku privatizacijskega procesa konec osemdesetih let prejšnjega stoletja je veljalo, da privatizacijski model nima odločilne vloge, saj naj bi trg kapitala vire prenesel od manj sposobnih k bolj sposobnim in tako zagotovil bolj ugodno lastniško strukturo in dobro upravljanje privatiziranih podjetij. Čas je pokazal, da se ta pričakovanja niso izpolnila in da stanje v podjetju takoj po zaključku privatizacije in takratna lastniška struktura bistveno vplivata na nadaljnji razvoj in učinkovitost upravljanja podjetja tudi na daljše obdobje.

Raziskave so potrdile trditve določenih ekonomistov z začetka devetdesetih let prejšnjega stoletja, da je najboljši model privatizacije javna prodaja, predvsem prodaja na javnem razpisu (Kornai, 1990, str. 180). Ta model zagotavlja vstop zunanjih investitorjev v podjetje in preprečuje nastanek velikega števila malih delničarjev, kar je glede na empirične raziskave najboljša kombinacija za uspešno poslovanje podjetja.

3 PRIVATIZACIJA V SRBIJI OD LETA 1989 DO LETA 2000

V letu 1989 je bilo stanje na področju lastništva podjetij v Jugoslaviji nekoliko drugačno kot v ostalih državah srednje in vzhodne Evrope, kar je znatno vplivalo na potek privatizacije. V sistemu družbene lastnine ni imel nihče lastninskih pravic do sredstev podjetij, ki so uradno pripadala družbi kot celoti. Podjetja so imela pravico koristiti družbena sredstva za produkcijo svojih izdelkov, vendar nikoli niso imela popolne lastniške pravice, saj so nekatere najpomembnejše tovrstne pravice ostale čvrsto v rokah države. Zaradi nejasnega lastništva in sistema samoupravljanja pa je med delavci prevladovalo mnenje, da so prav oni lastniki družbenih podjetij. Takšne specifične značilnosti jugoslovanskega ekonomskega sistema so povzročile večjo zapletenost same privatizacije v vseh državah, ki so nastale iz nekdanje Jugoslavije. Ker so bila podjetja last vseh in hkrati nikogar, se je začelo postavljati vprašanje, kdo je pooblaščen za njihovo prodajo, in posledično tudi, kdo je upravičen do iztržka od teh prodaj. Več kot deset let po razpadu nekdanje države ta vprašanja še vedno povzročajo težave pri implementaciji privatizacije v Srbiji.

3.1 ZAKONODAJA

Srbija je v obdobju zadnjih skoraj petnajstih let sprejela vrsto različic privatizacijske zakonodaje, tako zvezne kot republiške. Številčni zakoni so bili pogosto predmet sprememb, kar je verjetno eden glavnih razlogov za počasen napredek na tem področju. V nadaljevanju je predstavljeno pet zakonodajnih aktov, ki so določali potek privatizacije od leta 1989 do padca Miloševićevega režima oktobra 2000.

3.1.1 ZVEZNI ZAKON O PRIVATIZACIJI (DECEMBER 1989)

Zvezni Zakon o privatizaciji (spremenjen avgusta 1990) je bil prvi tovrstni zakon, sprejet s strani zadnje vlade nekdanje Jugoslavije, popularno imenovan tudi Markovičev zakon po tedanjem predsedniku vlade Anteju Markoviću. Kot poglobitno privatizacijsko metodo je določal odprodajo delnic podjetij s 30-odstotnim popustom glede na knjigovodsko vrednost takratnim in nekdanjim zaposlenim ter tudi drugim državljanom in pokojninskim skladom, vendar so zaposleni (aktivni in tisti v pokoju) dobili dodaten odstotek popusta za vsako leto zaposlitve. Celoten popust je lahko znašal največ 70 odstotkov nominalne vrednosti delnic, ki bi bile izplačane v desetih letih. V praksi je ta zakon predstavljal izjemno ugodne pogoje predvsem za zaposlene navkljub nekaterim omejitvam glede izdaje diskontiranih delnic. Del družbene lastnine, ki ne bi bil ponujen pod prednostnimi pogoji, bi bil kasneje ponujen na javnih licitacijah tujim in domačim kupcem. Glede na negotovo prihodnost ostanka neprodane družbene lastnine je zakon brezpogojno predvidel ohranitev take oblike lastništva.

3.1.2 SRBSKI ZAKON O PRIVATIZACIJI (AVGUST 1991)

Srbski Zakon o privatizaciji iz leta 1991 je bil sprejet v času razpadanja Jugoslavije. Srbija se je po vzoru podobnih odločitev v drugih republikah odločila za prekinitve izvajanja zvezne

zakonodaje na tem področju in sprejela svojo privatizacijsko zakonodajo. Srbski zakon je imel veliko skupnih značilnosti in podobnosti s predhodnim zveznim zakonom iz leta 1989, saj je ostala glavna metoda prodaja zaposlenim pod privilegiranimi pogoji, vendar pa so bili popusti manjši. Začetni popust na knjigovodsko vrednost delnice je znašal 20 odstotkov, za vsako leto zaposlitve pa so zaposleni dobili dodatno odstotno točko popusta, vendar skupaj največ do 60 odstotkov. Rok plačila je bil omejen na največ pet let. Postavljene so bile tudi omejitve glede vložka zaposlenih, ki je znašal 20.000 nemških mark v dinarski protivrednosti za navadne delavce in 30.000 nemških mark v dinarski protivrednosti za člane uprave. V nasprotju z vsemi ostalimi republikami nekdanje Jugoslavije pa je ta zakon še vedno predvideval možnost obstanka družbene lastnine kot ene od enakovrednih oblik lastnine.

3.1.3 DOPOLNILA K SRBSKEMU ZAKONU O PRIVATIZACIJI (AVGUST 1994)

V letu 1994 je bil Zakon o privatizaciji iz leta 1991 dodatno spremenjen (spremembe so bile izvedene oktobra in novembra 1994). Nove spremembe so uvedle obvezno revalorizacijo že privatizirane lastnine. Predhodno se je namreč revalorizacija neplačanega dela delnic upoštevala le enkrat letno, zato so zaposleni v pogojih hiperinflacije, kakršna je bila leta 1993, lahko kupili delnice veliko pod realno ceno. Dopolnila so uvedla »ex post« obligacijsko prevrednotenje kapitala v vseh podjetjih, ki so bila delno ali popolno privatizirana od leta 1990. Po prevrednotenju so se mnogi notranji delničarji morali odpovedati že vpisanim delnicam, saj je postala njihova nova cena previsoka. Končni rezultat novih dopolnil k zakonu je bil velik porast deleža družbenega kapitala v delno privatiziranih podjetjih.

3.1.4 ZVEZNI ZAKON O PRIVATIZACIJI (1996)

Sprememba zveznega Zakona o privatizaciji v letu 1996 je bila nujno potrebna, saj je ustava Zvezne republike Jugoslavije iz leta 1992 nalagala petletni rok za zamenjavo vse zakonodaje nekdanje skupne države z novimi zveznimi zakoni. Ker je morala biti nova zvezna zakonodaja v skladu z že implementirano in zelo drugačno zakonodajo o privatizaciji v obeh republikah, je novi privatizacijski zakon le okvirno zagotavljal potrditev statusa quo. Osnovne značilnosti tega zakona so neobligacijska narava privatizacije in enakopravno obravnavanje vseh štirih oblik lastnine (družbene, zasebne, mešane in kooperativne).

Pomembnejša od same vsebine novega zveznega Zakona o privatizaciji je bila napeta debata, ki se je razvila pred samim sprejetjem zakonodaje in je pripravila izhodišča za nov srbski zakon, ki je bil sprejet leto dni kasneje. Kar nekaj privatizacijskih predlogov se je pojavilo med letoma 1995–96, predloženih s strani vlade, različnih političnih strank, vodilnih raziskovalnih ustanov, različnih trgovskih združenj, delavskih organizacij in posameznih strokovnjakov. Poizkus, da se najde predvsem politični kompromis med različnimi predlogi, je bil izpeljan aprila in maja 1996 s strani guvernerja centralne banke Dragoslava Avramoviča, čigar delovna skupina je pripravila privatizacijski program, ki je temeljil na skupnih elementih različnih predlogov. Čeprav naj bi o tem privatizacijskem predlogu razpravljali v jugoslovanskem parlamentu v sredini meseca maja 1996, Avramovič ni dobil

niti glasu podpore, tako da njegov program sploh ni bil uvrščen na dnevni red. Namesto Avramovičevega predloga je bila sprejeta različica zveznega zakona o privatizaciji, ki ga je pripravila vlada, ki pa ni vseboval nikakršnih sprememb v politiki lastništva.

3.1.5 SRBSKI ZAKON O PRIVATIZACIJI (1997)

Kmalu zatem je v letu 1997 sledil nov srbski privatizacijski zakon. Tokrat so bile predvidene tri usmeritve. Večina podjetij bi bila privatizirana avtonomno z uporabo metod, ki so ponovno zagotavljale najugodnejše pogoje notranjim lastnikom. V prvem krogu, po začetnem prenosu 10 odstotkov delnic podjetja na srbski pokojninski sklad, bi takratni in bivši zaposleni ter upokojenci imeli pravico do nakupa delnic podjetja brez plačila v nominalni dinarski protivrednosti 400 nemških mark za vsako leto zaposlitve, vendar pa celotni znesek razdeljenega premoženja ne bi smel presežati 60 odstotkov kapitala podjetja. V drugem krogu so zgoraj naštetih kategorij državljanov pridobile pravico do nakupa delnic s popustom, ki je znašal 20 odstotkov ter dodatno odstotno točko za vsako leto zaposlitve, vendar skupaj največ 60 odstotkov. Plačilni rok je lahko trajal do šest let, posameznik pa je lahko kupil delnic za največ 6.000 nemških mark v dinarski protivrednosti. Čeprav so bili ti pogoji ponujeni vsem trem zgoraj naštetim skupinam državljanov, so imeli pri ponudbah za odkup delnic s popustom prednost delavci, zaposleni v privatiziranem podjetju. Sredstva, pridobljena s prodajo delnic, so bila razdeljena med razvojni sklad (50 odstotkov), pokojninski sklad (25 odstotkov) in zaposlitveni sklad (25 odstotkov), medtem ko je bil ostanek neprodanih delnic prenesen na Akcijski fond⁴, ki naj bi te delnice kasneje prodal na sekundarnem trgu (borza). Vsa podjetja, ki so načrtovala privatizacijo, bi morala do sredine leta 1998 ovrednotiti družbeni kapital. Rok za ovrednotenje družbenega kapitala, je bil kasneje podaljšan do leta 1999, saj je le majhen odstotek podjetij dejansko ovrednotil družbeni kapital v prvotno načrtovanem obdobju. Prav tako kot predhodna zakonodaja je tudi ta zakon potrdil načelo prostovoljne privatizacije, dopuščajoč podjetjem odločitev kdaj, do katere mere in ali sploh izpeljati privatizacijo. Tudi po tem zakonu je družbena lastnina še naprej ostala prevladujoča oblika lastništva podjetij.

Tabela 1: Implementacija Zakona o lastninskem preoblikovanju iz leta 1997 do novembra 2000

	Število	V % od vseh podjetij
Število nezasebnih podjetij	8.750	–
Število podjetij, ki se lahko privatizirajo	7.000	100
Število podjetij, ki so končala cenitev kapitala	2.218	31,7
Število podjetij, ki so začela prvi krog privatizacije	412	5,9
Število podjetij, ki so začela drugi krog privatizacije	202	2,9
Skupno število zaposlenih v privatiziranih podjetjih	105.379	–
Skupno število delničarjev v teh podjetjih	139.180	–

Vir: Ministrstvo za gospodarstvo in privatizacijo, 2002

⁴ Sklad v državni lasti, na katerega so bili preneseni državni deleži v podjetjih, ki so bila privatizirana po zakonih, veljavnih do leta 2000. Naloga Akcijskega fonda je, da te deleže proda po najboljši mogoči ceni.

Poleg zgoraj opisanega postopka avtonomne privatizacije pa je zakon določal še dva načina pretvorbe lastništva kapitala pri podjetjih, ki jih je označil za strateško pomembna. Največja družbena podjetja so bila poddržavljena, privatizacija okoli 500 večinoma javnih storitvenih podjetij pa naj bi bila izpeljana le s privoljenjem oziroma odobritvijo ustanovitelja (Republike Srbije ali občine), ki bi tudi ostal pomemben solastnik.

3.2 REZULTATI PRIVATIZACIJE V SRBIJI DO LETA 2000

K spremembam v lastniški strukturi v Srbiji do leta 2000 so prispevali štirje paralelni procesi:

- privatizacija podjetij v družbenem sektorju,
- vstop novih zasebnih podjetij,
- nastanek državnega sektorja,
- neposredna tuja vlaganja.

3.2.1 PRIVATIZACIJA DRUŽBENEGA SEKTORJA

Srbija je začela privatizacijo v skladu z zakonodajo federativne vlade nekdanje Jugoslavije. Na podlagi zveznega Zakona o privatizaciji iz leta 1989 je proces lastninskega preoblikovanja v Srbiji začelo 1.220 podjetij iz družbenega sektorja. Ko je leta 1991 v veljavo stopil nov srbski zakon, ki je predstavil bolj restriktivne pogoje za nakupe zaposlenih, se je proces privatizacije precej upočasnil. V celotnem obdobju veljavnosti novega srbskega zakona, ki je trajalo skoraj tri leta (od avgusta 1991 do aprila 1994), je s privatizacijo začelo le 684 podjetij, kar je le slaba polovica podjetij, ki so privatizacijo začela pred letom 1991. Večina teh podjetij je bila privatizirana z izdajo delnic svojim zaposlenim pod ugodnimi pogoji, tako da so preoblikovali svoj status v delniške družbe ali druge modele podjetij, za katere je značilno mešano lastništvo. Nekaj podjetij je bilo tudi popolnoma privatiziranih. Po preoblikovanja je bilo v povprečju 80 odstotkov kapitala teh podjetij zasebnega in 20 odstotkov družbenega.

Rezultat dopolnil o prevrednotenju lastniških deležev je bilo »ex post«
podružbljenje privatiziranega kapitala, ki je vodilo k znatnemu padcu deleža privatiziranega kapitala. Ta je bil po procesu ponovnega ovrednotenja praktično izbrisan, saj ni dosegel niti 10 odstotkov celotnega kapitala. Dopolnila k zakonu so učinkovito ovirala proces privatizacije v Srbiji, ker so podjetjem, ki so že začela izvajati proces privatizacije, nalagala breme ponovne ocenitve lastniških deležev. Nekaj primerov še danes ni rešenih in se že leta vlečejo v sodnih procedurah. Vrh tega pa je retroaktivna sprememba prejšnjega zakona z dopolnili k zakonu izrazila nespoštovanje pravila o nespremenljivosti pravil igre za nazaj, kar je znatno vplivalo na kasnejšo nepripravljenost podjetij za vstop v proces privatizacije.

Od leta 1994 pa do leta 2000 je proces privatizacije tako potekal s še počasnejšim tempom. Srbski zakon iz leta 1997 je naredil zelo malo, da bi obnovil zaupanje potencialnih delničarjev ali podjetjem ponudil vzpodbude za začetek privatizacije, kljub temu da je bil ugodnejši v primerjavi s predhodno zakonodajo. Ker je preoblikovanje lastništva ostalo prostovoljno, se je za privatizacijo odločil le manjši odstotek podjetij. Ob koncu leta 1999 je bilo v Srbiji 8.750 nezasebnih podjetij, od tega je bilo 5.278 podjetij v 100-odstotni družbeni lasti, dodatnih

3.472 podjetij pa je imelo mešano lastnino.

Režim Slobodana Miloševića ne samo da ni podpiral privatizacije, ampak je mimo veljavnih zakonov izpeljal tudi nekaj nacionalizacij podjetij, ki so bila privatizirana povsem po veljavnih zakonih. Eden bolj nazornih primerov je beograjski tednik Ekonomska politika, ki je bil privatiziran v zgodnjih devetdesetih letih s strani zaposlenih v tem časopisnem podjetju. V letu 1999 je bil tednik podržavljen in integriran v javno podjetje Borba. Sedaj sta obe podjetji uradno pod nadzorom jugoslovanske zvezne vlade kot ustanovitelja. Drug zelo znan primer je podržavljenje zasebnega farmacevtskega podjetja ICN Galenika, ki je bilo ustanovljeno s strani ameriškega poslovneža jugoslovanskega rodu Milana Paniča, ki je bil leta 1992 tudi predsednik jugoslovanske vlade. Razlogi za ta korak ostajajo nejasni. Nasprotno je očiten politični motiv, ki leži v ozadju nacionalizacije medijskega podjetja, ki je obsegal glavno zasebno televizijsko postajo Studio B in radijsko postajo B92, podobno pa se je zgodilo tudi enemu najpopularnejših dnevnikov Blic.

3.2.2 VSTOP NOVIH PODJETIJ

V Srbiji je paralelno z zelo počasno privatizacijo podjetij v družbenem sektorju potekal dinamičen proces vstopanja novih zasebnih podjetij. Zabeležili so velik porast v številu vstopa majhnih zasebnih podjetij, predvsem v obdobju med letoma 1990–92, ko je zakonodaja nekdanje Jugoslavije močno vzpodbujala razvoj zasebnega sektorja. Po razpadu nekdanje Jugoslavije se je ekonomsko in politično stanje vse bolj slabšalo. Tako je razcvet novo nastalih podjetij spremljalo naraščajoče število bankrotov. Posledično je po letu 1993 proces neto novo nastalih podjetij praktično stagniral. Ker ni natančne statistike o novo ustanovljenih podjetjih, med na novo ustanovljena zasebna podjetja štejejo vsa nova zasebna podjetja, saj je bilo popolnih preoblikovanj iz družbenega v zasebno podjetje zanemarljivo malo. Zato podatki zasebnega sektorja lahko služijo kot grobi kazalci o vstopu novih podjetij.

Tabela 2: Podjetja in druge pravne osebe po vrsti lastništva na dan 31. marca 2001

	Število	Delež v %
Zasebna	152.096	80,1
Družbena	5.236	2,7
Mešana	2.597	1,4
Zadružna	3.746	2,0
Ostalo*	26.287	13,8
Skupaj	189.962	100

*Med ostale oblike lastništva pravnih oseb spadajo javni zavodi, klubi, društva, politične organizacije, interesna združenja, kmetije, registrirane kot pravne osebe, in invalidska podjetja.

Vir: Statistični urad Zvezne republike Jugoslavije, 2002.

Kot je razvidno iz tabele 2, je bilo marca 2001 v Srbiji skoraj 190.000 različnih organizacijskih enot (podjetij, organizacij, institucij, združenj), od katerih jih je bilo nekaj več

kot 152.000 (dobrih 80 odstotkov) v zasebni lasti. Če omejimo analizo samo na produktivna podjetja, je bilo konec leta 2001 v Srbiji 62.219 podjetij v zasebnem sektorju, kar je predstavljalo 76 odstotkov vseh podjetij. Ta podjetja so ustvarila 35 odstotkov vseh prihodkov, vendar pa so predstavljala le 14,6 odstotkov vseh zaposlenih in 6,1 odstotka vseh stalnih sredstev v srbskem gospodarstvu (Vir: Priloga 3). Slednje kaže na to, da so bila to zelo majhna podjetja, čeprav so predstavljala relativno velik delež v skupnih prihodkih.

Tabela 3: Zaposleni v zasebnem sektorju v letih od 1996–98

	1996	1997	1998
Samozaposleni	151.752	149.686	150.541
Drugi zaposleni	59.871	65.646	71.577
Skupaj	211.623	215.332	222.118

Vir: Statistični urad Zvezne republike Jugoslavije, 2002.

V obdobju med letoma 1996–98 je število lastnikov v srbskem zasebnem sektorju stagniralo (okoli 150.000), vendar pa je bilo še vedno dvakrat višje kot število drugih zaposlenih v zasebnem sektorju, ki je rahlo naraslo iz 60.000 v letu 1996 na preko 71.000 v letu 1998. To obenem kaže, da je v večini podjetij zaposlen le lastnik.

3.2.3 DRŽAVNI SEKTOR

Drug proces, ki je prispeval k spremembam v lastniški strukturi srbskega gospodarstva, je nastanek državnega sektorja. Proces nastanka oziroma ekspanzije državnega sektorja je potekal preko izločitve določenih podjetij v postopku privatizacije in njihove transformacije iz družbenih v državna ali javna podjetja. Glede na različne ocene je bilo v zgodnjih devetdesetih letih prejšnjega stoletja okoli 40 odstotkov družbenega kapitala v ZR Jugoslaviji preoblikovanega v državni kapital. Konec leta 1994 je bilo v ZR Jugoslaviji 604 javnih podjetij (od tega 530 v Srbiji). Javni sektor vsebuje številna zelo velika podjetja, največkrat naravne monopole v sektorjih, kot so transpor (železnica, ceste, avtoceste, zračni promet), preskrba z vodo, pošta in telekomunikacije (delno privatizirano v letu 1997), radio in televizija, gozdarstvo ter energetika. Med temi sektorji najdemo najpomembnejša infrastrukturna podjetja kot na primer Telekom Srbije, NIS (Naftna industrija Srbije), ŽTP Beograd (Željezniško transportno poduzeće Beograd), JAT (Jugoslovenski aero-transport) ter EPS (Energetsko poduzeće Srbije). Od omenjenih podjetij je bil vsaj delno privatiziran le Telekom Srbije. Namen podržavljenja je bil, da se zgoraj našeta podjetja najprej prestrukturira, šele nato pa se jih privatizira, saj jih je imela večina zelo resne probleme. Nekaj velikih podjetij je sicer bilo delno privatiziranih, vendar so večinski lastniški deleži ostali v rokah države. Glavno opravičilo države za tovrstno preoblikovanje je bila potreba po nastanku javnega sektorja, čeprav je bilo to kritično ocenjeno kot korak k tradicionalno centraliziranim državnim podjetjem, ki bodo v permanentni skrbi odgovornih ministrstev.

V skladu s srbskim Zakonom o privatizaciji iz leta 1997 naj bi bilo okoli 75 velikih podjetij v državnem sektorju privatiziranih po posebnem vladnem programu, vendar pa takšnega

programa sploh nikoli niso izdelali. Po istem zakonu bi morali privatizirati tudi 514 podjetij, ki so bila ustanovljena s strani lokalnih oblasti ter so za privatizacijo potrebovala dovoljenje ustanovitelja. Do konca leta 1999 pa je bilo le 36 teh podjetij ovrednotenih in le eno samo je začelo proces privatizacije.

Večina državnih podjetij je zelo kapitalsko intenzivnih, saj je bilo leta 2000 38 odstotkov celotnega kapitala v jugoslovanskem gospodarstvu skoncentrirano v državnem sektorju. Kljub temu ostaja državni sektor po drugih kazalcih precej obrobne pomena. Ob koncu leta 1998 je predstavljal le 0,4 odstotka vseh podjetij, zaposloval 1,4 odstotka vseh zaposlenih v državi, predstavljal 2,8 odstotka stalnih sredstev, prispeval 0,9 odstotka vseh prihodkov v jugoslovanskem gospodarstvu in manj kot 2 odstotka jugoslovanskega bruto domačega proizvoda (Vir: Prilogi 3 in 4).

3.2.4 NEPOSREDNA TUJA VLAGANJA

V obdobju med letoma 1990–98 so neto kapitalska vlaganja v jugoslovansko gospodarstvo znašala okoli 1,1 milijarde ameriških dolarjev, od tega je bila skoraj milijarda posledica privatizacije srbskega Telekoma v letu 1997, ko je bil 49-odstotni delež neposredno prodan italijansko-grškemu partnerjem (29 odstotkov STET in 20 odstotkov OTE). Čeprav je bil srbski Telekom že delno privatiziran, pa ni bil prestrukturiran in prav tako ni izboljšal svojih storitev. Prav nasprotno in paradoksalno je, da je bil razvoj precej bolj dinamičen v obdobju pred privatizacijo. Glavni razlog za pomanjkanje učinkovitosti po Uvaliću izvira iz prodajalčeve nepripravljenosti za razvoj tega sektorja, saj je državo zanimal le hiter pritok tujih sredstev v državni proračun z namenom zniževanja proračunskega primanjkljaja. Ta sveža sredstva so obenem pripomogla k izplačilu dlje časa neizplačanih plač in pokojnin in tako prispevala k začasnemu povečanju priljubljenosti vlade pred volitvami (Uvalić, 2001, str. 8).

Režim Slobodana Miloševića je krivdo za omejeni pritok neposrednih tujih vlaganj zvrnil na mednarodne sankcije, ki jih je mednarodna skupnost uvedla v različnih obdobjih. Po uvedbi mednarodnih sankcij v letu 1991 je bilo za evropska podjetja dovoljeno vlaganje v ZR Jugoslavijo le v obdobju od leta 1996 do sredine leta 1998, medtem ko so za ameriška podjetja sankcije trajale skozi celotno obdobje devetdesetih let. Tudi nekateri jugoslovanski ekonomisti so sankcije videli kot glavno oviro za pritok svežega kapitala iz tujine. Vendar pa je po umiku sankcij v letu 1996 postalo jasno, da bo za pritegnitev tujega kapitala v Srbijo potrebno veliko več kot le to, saj je bila po letu 1996 izpeljana le ena sama neposredna investicija iz tujine (srbski Telekom). Visoka politična tveganost zaradi neprestanih vojaških konfliktov na območju nekdanje Jugoslavije in nezavidljivo stanje na področju gospodarstva, makroekonomska nestabilnost, nenehno spreminjanje zakonodaje in zavlačevanje s tranzicijo so vzroki, ki so vsaj toliko kot mednarodne sankcije vplivale na odvrčanje tujih vlagateljev. Ovire so bile delno odstranjene šele z radikalnimi političnimi spremembami, ki so sledile po oktobru 2000, in s sprejetjem novih zakonov konec leta 2001, ki stimulirajo tuja vlaganja v srbsko gospodarstvo.

Tabela 4: Neposredna tuja vlaganja v ZR Jugoslavijo

	Skupaj (v mrd USD)	Na prebivalca (v USD)	V % BDP
ZR Jugoslavija	1.438	135	16,7
srednja in vzhodna Evropa	148.697	358	19,8

Vir: Gospodarska zbornica Srbije, 2002.

Po ocenah Gospodarske zbornice Srbije so neposredna tuja vlaganja v ZR Jugoslavijo v letu 2000 znašala 1,438 milijarde ameriških dolarjev, kar predstavlja le 0,97 odstotka vseh investicij v države srednje in vzhodne Evrope. Na prebivalca to znaša 135 ameriških dolarjev, kar je rahlo več kot ena tretjina povprečnega obsega tujih investicij na prebivalca v tranzicijskih državah, ki znaša 358 ameriških dolarjev. Glede na bruto domači proizvod ta znesek predstavlja skoraj 17 odstotkov jugoslovanskega BDP, medtem ko je povprečje v teh državah 19,8 odstotka.

3.2.5 POVZETEK REZULTATOV PRIVATIZACE DO LETA 2000

Upoštevajoč štiri vzporedne procese, ki so od začetka devetdesetih prispevali k spremembam v lastniški strukturi v srbskem gospodarstvu (privatizacija podjetij v družbenem sektorju, vstop novih zasebnih podjetij, nastanek državnega sektorja in neposredna tuja vlaganja), lahko povzamemo, da je srbsko gospodarstvo privatizirano v zelo omejenem obsegu.

Tabela 5: Delež zasebnega sektorja v srbskem družbenem proizvodu v letih 1988–1998

	leto	Družbeni proizvod (v milijonih dinarjev po cenah iz leta 1994)	V %
Skupaj	1988	46.583	100
Družbeni sektor		41.477	89,0
Zasebni sektor		5.106	11,0
Skupaj	1992	27.641	100
Družbeni sektor		21.574	78,1
Zasebni sektor		6.067	21,9
Skupaj	1994	20.750	100
Družbeni sektor		14.507	69,9
Zasebni sektor		6.243	30,1
Skupaj	1998	23.993	100
Družbeni sektor		15.096	62,9
Zasebni sektor		8.897	37,1

Opomba: Družbeni sektor vsebuje vse neprivatizirane sektorje (družbeni, mešani, državni in zadružni).

Vir: Statistični urad Zvezne republike Jugoslavije, 2002.

Proces privatizacije je bil hitrejši v začetnem obdobju, ko je bil v veljavi še zvezni Zakon o privatizaciji. Do sredine leta 1994 je skoraj 50 odstotkov podjetij v družbenem sektorju začelo

lastniško preoblikovanje vzporedno z dinamičnim procesom vstopanja novih zasebnih podjetij. Do konca leta 1994 se je delež zasebnih podjetij v jugoslovanskem družbenem proizvodu dvignil na 30 odstotkov, čeprav je prispeval manj kot 12 odstotkov neagrarnega zaposlovanja. V drugi polovici devetdesetih pa je bila privatizacija v Srbiji praktično blokirana, predvsem zaradi dopolnil k Zakonu o privatizaciji v letu 1994 in kasneje zaradi nezanimanja podjetij za začetek privatizacije. V letu 1998 je delež privatnega sektorja v jugoslovanskem družbenem proizvodu znašal 37 odstotkov, medtem ko je bil delež družbenega sektorja 31 odstotkov, mešanega sektorja 28 odstotkov in državnega 2 odstotka. Neprivatizirani sektorji so ostali dominantni tudi na drugih pomembnih področjih, saj so v letu 1998 prispevali kar 80 odstotkov vseh delovnih mest, v teh podjetjih pa je bilo kar 85 odstotkov vsega kapitala podjetij (Vir: Priloga 5).

Tabela 6: Stanje družbenega kapitala v podjetjih, ki so se privatizirala (na dan 1. januarja 2001 po sektorjih)

	v milijonih din ¹						v %	
	Število podjetij	Celoten kapital	Privatizirano do leta 1997 ²	Družbena last	Brezplačno razdeljene delnice ³	Neprivatizirano	Privatizirano	Neprivatizirano ⁴
Skupaj	786	169.603	17.922	151.682	87.603	64.079	62,22	37,78
Industrija	346	91.023	10.054	80.969	46.905	34.064	62,58	37,42
Kmetijstvo	60	14.926	1.322	13.603	7.976	5.627	62,30	37,70
Gozdarstvo	3	169	1	168	87	81	52,07	47,93
Voda, elektrika, komunala	6	287	54	233	139	94	67,25	32,75
Gradbeništvo	86	12.617	1.225	11.392	6.586	4.806	61,91	38,09
Transport	24	6.342	57	6.285	3.200	3.085	51,36	48,64
Trgovina	117	18.036	2.553	15.483	8.792	6.691	62,90	37,10
Turizem in gostinstvo	33	3.882	235	3.647	2.145	1.502	61,31	38,69
Obrt in osebne storitve	24	1.306	64	1.243	677	566	56,66	43,34
Nepremičnine	7	122	8	114	68	46	62,30	37,70
Finančni sektor	57	12.803	1.025	11.778	7.008	4.770	62,74	37,26
Šolstvo, znanost in kultura	22	7.928	1.324	6.605	3.923	2.682	66,17	33,83
Zdravstvo	1	162	0	162	97	65	59,88	40,12

¹ Revalorizirano na cene aprila 2002.

² Privatizirano na podlagi zakonov, ki so veljali do leta 1997.

³ Na podlagi zakona iz leta 1997.

⁴ Vključno z 10 odstotki delnic, ki so bili preneseni na sklada za pokojninsko in invalidsko zavarovanje.

Vir: Ministrstvo za gospodarstvo in privatizacijo, 2002.

Po več kot enajstih letih privatizacije je bilo tako ob padcu Miloševićevega režima oktobra 2000 vsaj delno privatiziranih le 786 podjetij, pa še pri teh je delež zasebnega kapitala v

povprečju znašal le dobrih 62 odstotkov. Privatizacija v Srbiji pa je poleg neizpolnitve glavnih ciljev za seboj pustila tudi številne negativne politične in socialne posledice. Še bolj je prispevala k ohranitvi velike moči nekaj državnih podjetij, za katere se je ohranjalo zelo mehke proračunske ovire preko neposrednih in posrednih privilegijev – selektivni bančni krediti, subvencionirane obrestne mere, ekskluzivnost pri pridobitvi pomembnih dovoljenj ali dostop do tečajev tujih valut po uradnem tečaju, sprostitev ali pa odprava davčne obveznosti. Pred velikimi političnimi spremembami, ki so se odvrtle v oktobru 2000, so bil direktorji 30 najpomembnejših podjetij hkrati tudi ključni politiki, člani parlamenta, ministri jugoslovanske vlade ter tesni politični sodelavci Slobodana Miloševića. Sankcije mednarodne skupnosti so odgovornim priskrbele alibi za grozovito stanje v družbi, obenem pa pustile tudi odprta vrata za pojav organiziranega kriminala in vojnih dobičkarjev.

3.3 STANJE OB PADCU MILOŠEVIĆEVE VLADAVINE

Zaradi pomanjkanja politične volje je vedno manjkal odločilni korak, ki bi spodbudil začetek obsežnejše privatizacije. Socialistična vlada se je le pretvarjala, da spodbuja privatizacijo, dejansko pa je želela ohraniti nadzor nad gospodarstvom. Prava in popolna privatizacija bi osvobodila gospodarstvo političnega nadzora, česar pa prejšnji režim ni hotel.

Vsi zakoni o privatizaciji so bili slabi, predvsem zato, ker niso zagotavljali privatizacije, ampak so dovolili, da se podjetja sama odločajo o tem, ali bodo pričela privatizacijo ali ne. Takšno decentralizirano odločanje brez določenega datuma pusti privatizacijo na milost in nemilost določenih interesov v podjetju ali, z drugimi besedami, presoji uprave in zaposlenih o tem, ali je boljše podjetje privatizirati ali ga pustiti v stanju, v kakršnem je. Na to kažejo tudi dosedanje izkušnje z relativno majhnim številom večinoma manjših podjetij, ki so začela s privatizacijo (Pavlović, 2002, str. 11).

Dosedanji modeli niso bili pravični, kajti pravica do brezplačnih delnic, ki lahko znaša tudi do 60 odstotkov premoženja podjetja, je bila odobrena le zaposlenim in upokojencem iz državnih in družbenih sektorjev in ne ostalim državljanom. Poseben problem je bil pomanjkanje zaupanja državljanov in zaposlenih v privatizacijo, saj je tako imenovana revaluacija leta 1994 izbrisala rezultate prejšnje privatizacije. Čeprav je bilo to dejanje z moralnega vidika upravičeno, pa je postavilo privatizacijo na začetek in popolnoma uničilo njeno kredibilnost.

Izkušnje s privatizacijo v Srbiji v teh desetih letih so bile na splošno izjemno neugodne. Tudi tistih nekaj podjetij, ki so privatizacijo izpeljala do konca, je v precej slabem finančnem stanju. Razlog ne leži le v neugodnih zunanjih okoliščinah, ampak tudi v slabih karakteristikah izbranega modela. Na srbskem primeru se je izkazalo, da je notranje lastništvo le še ena neuspešna oblika samoupravljanja. Zato tudi ni presenetljivo, da so takšno delničarstvo v Srbiji najbolj spodbujali nekdanji goreči pripadniki samoupravnega sistema (Pavlović, 2002, str. 17).

Privatizacija podjetij ni v ničemer spremenila njihovega upravljanja in niti en direktor zaradi tega ni izgubil svojega položaja. To potrjuje strahove, da razdrobljeno lastništvo praktično

onemogoča spremembe in omogoča tudi neuspešnim managerjem, da ohranijo svoja delovna mesta.

Nekatere od teh problemov bi lahko rešili z odstranitvijo omejitev pri trgovanju z delnicami na sekundarnem trgu, kar bi prineslo večjo koncentracijo lastništva. Izkušnje iz Rusije pa kažejo, da večina privatiziranih podjetij z notranjimi lastniki še vedno posluje neuspešno, tudi če je lastništvo skoncentrirano v rokah njihove uprave. Brez zunanjih lastnikov, pa naj bodo to portfolio ali strateški lastniki, je delo managerjev očitno skoraj nemogoče učinkovito nadzirati.

4 PRIVATIZACIJA PO NOVEM ZAKONU

29. junija 2001 je bil v Uradnem listu Republike Srbije objavljen nov Zakon o privatizaciji, ki je skupaj z istočasno objavljenima Zakonom o Akcijskem fondu in Zakonom o Agenciji za privatizacijo ter kasneje sprejetimi podzakonskimi akti, postavil temelje zadnje, odločilne faze privatizacije srbskih podjetij. 28. februarja 2003 je bilo sprejeto prvo dopolnilo k Zakonu o privatizaciji, s katerim so podaljšali rok za njegovo izvedbo ter ukinili zmanjševanje deležev brezplačno razdeljenih delnic glede na trajanje privatizacijskega postopka.

4.1 SPLOŠNO O SEDAŠNEM VELJAVNEM MODELU PRIVATIZACIJE

Poglavitna značilnost novega zakona, ter s tem tudi velik korak naprej v primerjavi s prejšnjimi, je, da je tokrat privatizacija za vsa podjetja obvezna in časovno omejena. Drugo pomembno dejstvo je spremenjen model privatizacije. Če je bila v predhodnih zakonih poglavitna metoda notranji odkup, pa ta zakon določa obvezno prodajo večinskega deleža podjetij na javnih razpisih ali licitacijah, medtem ko imajo zaposleni pravico le do pridobitve manjšinskega deleža. Preostale delnice bodo prenesene na privatizacijski register, kjer bodo čakale do zaključka privatizacije. Takrat bodo te delnice brezplačno razdeljene med vse druge polnoletne državljane Srbije, ki so bili v dosedanjih zakonih prezrti. Postopek razdelitve še ni znan in bo določen naknadno.

Privatizacija okoli 150 največjih srbskih podjetij bo izpeljana preko javnih razpisov, ki jih bo vodila Agencija za privatizacijo. Zakon o privatizaciji določa, da se preko javnega razpisa proda 70 odstotkov podjetja, 15 odstotkov delnic se razdeli zaposlenim, preostalih 15 odstotkov pa da v privatizacijski register, iz katerega bodo delnice kasneje razdeljene vsem državljanom. Cilj vlade in ministrstva za privatizacijo je, da teh 70 odstotkov kupi večji strateški partner, po možnosti iz tujine, saj o nakupu ne odloča le ponujena cena, ampak tudi garancije za bodoča investicijska vlaganja ter primeren socialni program v primeru odpuščanja delavcev. Po uspešno izvedenem javnem razpisu so zaposleni, bivši zaposleni in upokojeanci upravičeni do brezplačnih delnic v dinarski protivrednost 400 nemških mark na delavca za vsako leto zaposlitve, vendar skupni delež brezplačno razdeljenih delnic ne sme preseči 15 odstotkov. Cena delnic pri brezplačni razdelitvi je enaka ceni za delnico, ki jo je plačal strateški partner. Preostale delnice se prenesejo na privatizacijski register.

Sočasno s prodajo velikih podjetij na javnih razpisih pa se bo na licitacijah prodajalo okoli 4.000 malih in srednjih podjetij. Za razliko od javnih razpisov bo ta proces decentraliziran, tako da bo podjetje tisto, ki bo organiziralo licitacijo. Komisija za licitacijo jo bo nato samo izpeljala. Pri privatizaciji teh podjetij naj bi poleg tujih podjetij v večjem številu sodelovale tudi srbske fizične in pravne osebe, saj je celotna vrednost teh podjetij bistveno nižja, možni pa so tudi ugodni plačilni pogoji ter plačilo z obveznicami, ki so jih državljani Srbije dobili namesto zamrznjenih deviznih vlog. Tudi na licitacijah se bo prodajalo po 70 odstotkov vrednosti podjetja, medtem ko bodo preostale delnice razdeljene med zaposlene, bivše zaposlene in upokojeince. Da bi bili delavci in uprava motivirani za čim hitrejši začetek postopka prodaje, je bilo v prvotnem zakonu določeno, da se njihov delež s časom zmanjšuje. Zaposleni so tako imeli pravico do brezplačne pridobitve do 30 odstotkov vrednosti kapitala, ki je privatiziran, le, če se je privatizacija začela v 18 mesecih, do 20 odstotkov, če bi se začela v naslednjih 18 do 30 mesecih, in samo do 10 odstotkov, če bi se začela po 30 mesecih od sprejetja zakona. Poleg tega bi vsak delavec brezplačno prejel tudi delnice v višini dinarske protivrednosti 400, 300 ali 150 nemških mark za vsako leto zaposlitve, odvisno od hitrosti privatizacije. Te določbe so bile z zadnjimi dopolnili razveljavljene, saj za zamude v privatizacijskem procesu pogosto ni bilo mogoče okriviti zaposlenih (Vukajlović, 2003, str. 20-22). Po novih določbah bodo zaposleni ne glede na čas začetka privatizacije brezplačno dobili za 400 nemških mark delnic za vsako leto zaposlitve, skupni delež tako razdeljenih delnic v kapitalu podjetja pa ne bo smel preseči 30 odstotkov. Preostale delnice bodo prenesene na privatizacijski register.

Iztržki od prodaj podjetij bodo šli delno v pokojninski sklad in v sklad za izplačilo odškodnin denacionalizacijskim upravičencem, večji del pa bo šel za vzpodbujanje razvoja ter poplačilo zunanjega dolga Srbije. Vsa podjetja v javnem sektorju morajo izvesti privatizacijo v obdobju štirih let od sprejetja zakona, drugače jih bo privatizirala Agencija za privatizacijo. Z dopolnili k zakonu, sprejetimi 28. februarja 2003, je ta rok začel teči znova, tako da bo družbena lastnina izginila iz srbskih podjetij najkasneje v letu 2007.

4.2 TEORETIČNA RAZLAGA IZBRANEGA MODELA PRIVATIZACIJE

V tem poglavju bom podrobneje predstavil javno prodajo kot metodo privatizacije, ki se v obliki javnega razpisa in licitacije pojavlja kot poglavitna metoda privatizacije v zadnjem Zakonu o privatizaciji Republike Srbije.

4.2.1 JAVNA PRODAJA DELNIC

S pojmom javne prodaje definiramo vsako prodajo, ki se opravi na javni način. O nameravani prodaji je potrebno obvestiti neomejeno ali omejeno število oseb in jih seznaniti pod kakšnimi pogoji, na kakšen način ter s kakšnimi posledicami je mogoče sodelovati pri nakupu predmeta prodaje.

Navedeno pojmovanje lahko analiziramo še po posameznih prvinah in tako dobimo

natančnejšo sliko o javni prodaji:

- Število oseb, ki se jih obvesti, ne sme biti manjše od dveh potencialnih kupcev. Če je število manjše, ne govorimo o javni, pač pa o direktni prodaji. Različni načini javne prodaje omogočajo, da se obvesti različno število nedoločenih oseb ali le tiste, za katere se ocenjuje, da so za nakup interesirani.
- Obvestilo je lahko posredovano na različne načine kot npr. z oglasom, dopisom, katalogom, cenikom. Od načina obveščanja so odvisne pravne posledice, ki jih povzroči prejeto obvestilo. Prejem obvestila označuje začetek postopka javne prodaje. Oblika obvestila je pisna oz. vizualno zaznavna. Obvestilo pojasnjuje pogoje in način sodelovanja pri nakupu predmeta prodaje, kar je eden izmed njegovih temeljnih namenov. Sporočilna vsebina obvestila je lahko preprosta ali natančnejša, odvisno od izbranega načina oziroma postopka prodaje in od običajev v prometu z določenim blagom.

Za opredelitev o tem, da je prodaja javna, je bistvena ravno ugotovitev, kaj je tisto, kar določa njen javni značaj. Odločilni prvini, ki določata javni značaj prodaje, sta število oseb in oblika obvestila oziroma njegova manifestacija.

Javna prodaja omogoča sodelovanje večjega števila oseb. Obvestilo mora biti posredovano tako, da se krog interesentov, ki ga želimo obvestiti o javni prodaji, na najprimernejši način seznaniti z odločitvijo o javni prodaji, njenih pogojih, poteku ter pravnih posledicah. Javna prodaja se vzpostavi, ko potencialni kupci prejmejo obvestilo.

Javna prodaja je lahko proces, ki ga sestavlja vrsta pravnih aktov. Ne glede na pogoje in način njene izvedbe je za njeno naravo bistveno tudi dejstvo, da je prvo obvestilo javnosti pisno. Temeljna prvina načela javnosti je namreč tudi načelo obveščeniosti, za katerega lahko nedvoumno ugotovimo, da je upoštevano, če je obvestilo pisno. Javni razpis in licitacija se s svojimi značilnostmi uvrščata med načine javne prodaje zaradi prej navedenih značilnosti (Djokić, 1994, str. 22-40).

4.2.2 JAVNA PRODAJA Z NAMENOM KONKURIRANJA

Tisto, kar javno prodajo z namenom konkuriranja dopolnjuje v primerjavi s splošnim pojmovanjem javne prodaje, je dejstvo, da se pogodba sklene le z enim izmed prejemnikov obvestila o javni prodaji. Temeljna prvina javne prodaje z namenom konkuriranja je vzpostavitev konkurence med več potencialnimi kupci, pogodba pa se sklene le z enim izmed njih. Pri tem je zastopano stališče, da morata biti obveščena najmanj dva interesenta. Kupci si med tekmovanjem prizadevajo pokazati, da so najuspešnejši, zato njim pripada končni rezultat, tj. sklenitev pogodbe s prodajalcem. Da bi bila konkurenca lojalna, morajo biti vsem zagotovljeni enaki kriteriji in način dokazovanja. To naj bi dosegli z oblikovanjem materialnih kriterijev za presojanje uspeha ter s pravili in načeli postopka, ki urejajo način konkuriranja in priznanje uspeha. Kriteriji in postopki morajo biti znani in enaki za vse prejemnike obvestila.

Ker javna prodaja z namenom konkuriranja terja posebne pogoje, način in posledice sodelovanja potencialnih kupcev, morajo biti prejemniki obvestila seznanjeni z opredelitvijo tega namena, zato mora biti navedba o tem sestavni del obvestila javnosti. V zvezi z javno prodajo z namenom konkuriranja je pomembno vprašanje, ali takšna prodaja doseže svoj namen, če se obvestita le dva interesenta. Ugotovimo lahko, da je temu teoretično sicer mogoče pritrditi, vendar pa je lahko vprašljiv praktični učinek, zlasti še, če upoštevamo, da lahko konkurenta skleneta medsebojne dogovore o povezovanju in sodelovanju pri javni prodaji, ki so praviloma težko dokazljivi. Takšni dogovori so sicer mogoči tudi, če je konkurentov več, vendar so manj verjetni.

Glede na povedano, bi lahko oprli značilnosti javne prodaje z namenom konkuriranja na tri temeljna načela:

- načelo javnosti,
- načelo tekmovanja (konkuriranja),
- načelo primernosti sodelovanja pri javni prodaji.

Ta načela prevevajo in osmišljajo tovrstno javno prodajo skozi njeno celotno izvedbo. O načelu javnosti se lahko razpravlja s treh vidikov: glede na predhodno javnost, glede na kraj javne prodaje in glede na prisotnost publike. Bistvo tega načela je v tem, da morajo biti povpraševalci poprej informirani. S predstavitvijo pogojev in narave posla se jih tudi izzove k sodelovanju. Če načelo javnosti vpliva na dvig povpraševanja, potem načelo tekmovanja (konkuriranja) omogoča, da organizator javne prodaje izbere najboljšega ponudnika. Pri izvedbi tega načela je pomembno, da se konkurenca odvija v skladu z dobrimi poslovnimi običaji, sicer tekmovanje izgubi svoj namen in pridobi značaj nelojalne konkurence. Načelo primernosti sodelovanja pri javni prodaji je namenjeno polnemu uresničevanju načela konkurenčnosti. Doseže se s tem, da so iz javnega tekmovanja izločene vse osebe, katerih navzočnost bi na kakršen koli način ovirala pravilno izvedbo javne prodaje ali povzročala slabe učinke. V okviru tega načela je mogoče razlikovati med tistimi, ki absolutno ne morejo sodelovati v tekmovanju, in tistimi, ki to lahko storijo, če izpolnijo določene pogoje, opredeljene v predkvalifikacijskem postopku (Djokić, 1994, str. 41–43).

4.2.3 JAVNI RAZPIS

Javni razpis je poseben način javnega tekmovanja med ponudniki. Z njim se lahko srečujemo pri različnih pravnih poslih, vendar je bil do sedaj najpogosteje obravnavan v zvezi z investicijskimi deli. V zadnjem desetletju se je pogosto uporabljal kot način prodaje državnega premoženja v bivših socialističnih državah. Zanj veljajo značilnosti, ki smo jih do sedaj navedli za javno prodajo kot tudi za javno prodajo z namenom konkuriranja. Javni razpis je bil v preteklosti predmet urejanja avtonomnega mednarodnega gospodarskega prava predvsem na področju investicijskih del v tujini, v novejšem času pa se prenaša tudi na druga področja. Ne glede na to, na katerem pravnem področju se z javnimi razpisi srečujemo, opredeljujejo postopek javnih razpisov nekatere bistvene značilnosti, ki ga utemeljujejo in razlikujejo od licitacije kot drugega možnega načina medsebojnega tekmovanja

(konkuriranja) med ponudniki, ki imajo interes skleniti določen posel. Nastanek javnih razpisov in njegove temeljne značilnosti izvirajo in temeljijo na zahtevnosti materialnih kriterijev, ki jih določi izdajatelj postopka. Javni razpisi se večinoma uporabljajo pri kompleksnih in tehnično zahtevnih poslih, ki vključujejo vrsto soslednih in vzporednih pravnih aktov in dejanj, ki se praviloma izvršujejo skozi daljše časovno obdobje.

Pričakovanja razpisnika javnega razpisa so v primeru takšnih projektov velika, zahtevna in točno definirana v smislu materialnih kriterijev, za katere se pričakuje, da jih bo izpolnil interesent za pridobitev projekta. Ta materialna okoliščina je tista, ki bistveno vpliva na vse druge značilnosti javne prodaje.

Z vidika primerjave z licitacijo vidim bistvene značilnosti javnega razpisa predvsem v naslednjem:

- Prisotna je večja selektivnost med ponudniki. Ta se kaže že v fazi obveščanja, ko se pogosto uporablja sistem zaprte javne prodaje. Posledica tega je, da so o začetku postopka obveščeni le nekateri potencialni pogodbeni partnerji. Ti se določijo v skladu z nameni in cilji projekta. Glede na zahtevnost projekta je razpisniku javnega razpisa že v prvi fazi postopka znano, kateri krog interesentov je kvalificiran, kdo so morebitni partnerji, ki bi jih projekt zanimal, oziroma kakšne partnerje si želi pridobiti, pač odvisno od namena javnega razpisa. Ker so pričakovanja organizatorja javnega razpisa definirana, je selektivnost navzoča tudi v drugih fazah postopka v zvezi s kvalificiranostjo ponudnikov, njihovimi možnostmi in pripravljenostjo izpolniti pogoje javne prodaje.
- Postopki izbora ponudnikov do faze pogajanj so spričo zahtevnosti kriterijev večfazni in kompleksni. Praviloma jih sestavljajo predkvalifikacijski postopki, v katerih se opredelijo nekateri splošni pogoji za možnost konkuriranja. Krog ponudnikov se oži in selekcionira ob izvajanju prezentacij, specificiranju ponudb itd.
- Ponudbe so pisne. Tekmovanje med ponudniki se organizira in vodi na podlagi pisnih ponudb.
- Dokončna volja strank se oblikuje v fazi pogajanj, ki so tipična faza pri sklepanju pogodb po zaključku javnega razpisa.

V primerjavi z licitacijo naj opozorim tudi na možnost svobodnejšega odločanja organizatorja postopka o izboru najboljšega ponudnika. Organizator je pri izvedbi javnega razpisa svobodnejši pri oblikovanju svoje volje, medtem ko je način konkuriranja ponudnikov pri licitaciji veliko bolj determiniran s pravili o vodenju licitacije. Enako velja tudi za licitatorja.

V tej zvezi ni nepomembno opozoriti tudi na možnost združevanja javnega razpisa z licitacijo. Kadar organizatorju ne gre za ceno predmeta prodaje, pač pa so mu pomembnejši drugi dejavniki, se lahko odloči, da najprej z javno prodajo kvalificira ponudnike. Na podlagi ožjega izbora med ponudniki in ob relativni sorodnosti njihovih dokončnih ponudb, ki zadevajo vsebinsko stran projekta, se organizira še licitacija, pri kateri se tekmuje na cenovni osnovi (Djokić, 1994, str. 45–49).

4.2.4 LICITACIJA

4.2.4.1 SPLOŠNO POJMOVANJE LICITACIJE

Bistvene značilnosti licitacije ter hkrati razlike v primerjavi z javnim razpisom so naslednje:

- Cena predmeta prodaje je edini kriterij, ki določa tekmovanje med ponudniki. Uspešnost konkurentov se presoja po tem, kateri izmed njih je ponudil najvišjo ceno predmeta licitacije. To ne pomeni, da konkurenti niso dolžni upoštevati drugih pogojev, ki jih je potrebno izpolniti za sodelovanje na sami izvedbi licitacije. Bistvena razlika je v tem, da ponudniki ne morejo z njimi medsebojno konkurirati. Drugi pogoji, ki jih je kupec dolžan izpolniti, so del pogodbenih določil, ki so znana potencialnim kupcem, ker gre za tipske pogodbe licitacijske hiše oziroma tistega, ki izvaja licitacijo. Ne glede na to je pomembno vedeti, da so vsi drugi pogoji in klavzule prodajne pogodbe enaki za vse kupce, tako kot so enaki tudi materialni kriteriji, ki so odločilni pri prodaji. Tekmovanje poteka le na podlagi cene, ki do sprejema najvišje ponudbe ostaja odprta.
- Tekmovanje (konkurenca) poteka med navzočimi ponudniki, ki svoje ponudbe podajajo ustno.
- Način konkuriranja med navzočimi ponudniki je natančno urejen s pravili, ki omogočajo, da ustno podajanje in sprejemanje ponudb poteka v skladu z zakonskimi predpisi. Glede na to ni mogoče pričakovati, da bi bila konkurenca med ponudniki lahko neelojalna v tem smislu, da bi licitator neutemeljeno prednostno obravnaval kogar koli izmed ponudnikov, kar je lahko očitek, naslovljen na izdajatelja javnega razpisa. V tem primeru se postavlja vprašanje predpogodbene odgovornosti izdajatelja javnega razpisa (Djokić, 1994, str. 50–51).

4.3 PRAKTIČNA IMPLEMENTACIJA PRIVATIZACIJSKIH MODELOV V PRAKSI

4.3.1 JAVNI RAZPIS

Preko javnih razpisov se bo prodajalo okoli 150 največjih srbskih podjetij, ki bodo po predvidevanjih prinesla večino iztržka od privatizacije. Ta podjetja so tudi najbolj politično občutljiva, saj zaposlujejo veliko delavcev, zato je njihova privatizacija tudi najbolj na očeh javnosti. Pritisk javnosti bo verjetno še večji, ker bo večina teh podjetij po privatizaciji verjetno v lasti tujih podjetij. Na privatizaciji teh podjetij se bo zato odločalo o usodi celotne srbske privatizacije ter posledično tudi vlade, ki jo zagovarja, zato je tudi skrb državnih institucij za uspešen potek javnih razpisov razumljiva.

4.3.1.1 POSTOPEK PRODAJE PREKO JAVNIH RAZPISOV:

Prodaja na javnem razpisu je sestavljena iz 4 faz:

- priprava za prodajo,
- sprejem ponudb,

- odpiranje in ocena ponudb,
- sklenjanje dogovora.

Priprava za prodajo obsega:

- pripravo razpisne dokumentacije,
- objavo javnega razpisa za oddajo ponudb za sodelovanje na javnem razpisu.

Razpisna dokumentacija vsebuje:

- pogodbo o varovanju zaupnih podatkov;
- informacijski memorandum, ki vsebuje opis podjetja, lastniško strukturo, knjigovodsko vrednost kapitala, informacije o poslovanju ter boniteto podjetja;
- pogoje in roke za sodelovanje na javnem razpisu, opis postopkov, pogoje za izdelavo podrobnega pregleda podjetja in kriterije za izbiro najugodnejšega ponudnika;
- vzorec pogodbe o prodaji podjetja.

Ponudbe za javni razpis se morajo oddati v določenem roku po objavi tega razpisa. Ta rok ne sme biti krajši od 15 dni. Resnost ponudbe se potrdi s plačilom depozita.

Na odprtju ponudb so lahko prisotni zastopniki vseh podjetij, ki so ponudbe oddala. Agencija v roku 5 dni oceni, če so ponudbe popolne, drugače jih zavrne. V 30 dneh po odprtju ponudb mora Agencija izbrati najugodnejšo. Dovolj je, če je prišla samo ena veljavna ponudba. Če pa nobena ponudba ni veljavna, se javni razpis javno razglasi za neuspešnega.

Agencija razvrsti ponudbe glede na izbrane kriterije. Komisija nato še enkrat preveri cel postopek in razglasi rezultate javnega razpisa. Najugodnejšemu ponudniku ponudi podpis pogodbe o nakupu podjetja, ostalim ponudnikom pa se vrne vplačani depozit.

Agencija, podjetje, ki se privatizira, in kupec morajo podpisati kupoprodajno pogodbo v 30 dneh od razglasitve rezultatov javne ponudbe. Kupec postane pravnomočni lastnik podjetja po plačilu celotne kupnine. Če izbrani ponudnik v roku 30 dni ne podpiše kupoprodajne pogodbe, se nakup ponudi drugouvrščenemu podjetju, depozita pa se mu ne vrne. Če tudi drugouvrščeno podjetje v predpisanem roku ne podpiše pogodbe, mora Agencija v dogovoru z Ministrstvom za privatizacijo izbrati nadaljnji postopek.

4.3.2 LICITACIJA

Na licitacijah se bodo prodajala manjša in srednja podjetja. Do 15. marca 2003 je bilo na tak način prodanih nekaj več kot 300 podjetij, kar pa je le manjši del od načrtovanih preko 4.000 prodaj. Čeprav so trenutno bolj odmevne prodaje večjih podjetij na javnih razpisih, pa bodo prav ta majhna in srednja podjetja v prihodnosti morala postati hrbtenica razvoja Srbije, kot je to običajno v vseh kapitalističnih državah.

4.3.2.1 POSTOPEK PRIPRAVE NA LICITACIJO

Agencija mora najmanj 30 dni pred licitacijo v sredstvih javnega obveščanja objaviti javni poziv za sodelovanje na licitaciji. V njem morajo biti navedene ključne informacije o podjetju, ki se bo prodajalo, kraj in čas licitacije, izklicna cena, višina depozita ter način prijave. Ob podpisu izjave o zaupnosti podatkov lahko vsak zainteresirani tudi pregleda stanje v izbranem podjetju. Interesent, ki je lahko tako fizična kot pravna in tako tuja kot domača oseba, pridobi licitacijsko dokumentacijo, ko se prijavi na licitacijo in plača določeno ceno. Za licitacijo se ne more prijaviti subjekt, ki ima kakršne koli obveznosti do predmeta prodaje. V licitacijski dokumentaciji je tudi pogodba o nakupu podjetja brez cene, ki jo morajo vsi zainteresirani kupci podpisati pred licitacijo. V tej pogodbi so določeni vsi elementi nakupa, od plačilnih pogojev do obvez o nadaljnjem razvoju podjetja. Ob zaključku licitacije se v pogodbo najugodnejšega kupca le še vpiše cena, določena na licitaciji. Na licitaciji lahko sodelujejo vsi subjekti, ki so se prijavi, plačali depozit, izpolnili bianco kupoprodajno pogodbo ter se registrirali najmanj 10 minut pred začetkom licitacije na kraju licitacije.

4.3.2.2 POTEK LICITACIJE

Licator objavi ime podjetja, ki se prodaja na licitaciji, ter njegove osnovne podatke. Nato na kratko razloži pravila licitacije ter v primeru, da ni pripomb, začne z licitiranjem. Če je na licitaciji prisoten samo en kupec, se mu podjetje takoj proda po izklicni ceni. Če ta interesent podjetja noče kupiti po tej ceni, se mu zadrži plačana kavcija. Če je registriranih več interesentov, licitator licitira ceno podjetja, do koder se kupci zanimajo. Če se tudi na tretji izklic posamezne cene ne pojavi nova ponudba, je podjetje prodano najugodnejšemu ponudniku. Če se nihče od kupcev ni odločil niti za izklicno ceno, je bilo po prvotnem zakonu predvideno, da se začne posebna licitacija na tak način, da se cena znižuje od izklicne. Zniževanje je lahko potekalo do višine vplačanega depozita. V primeru nižanja cene je bil kupec tisti, ki je prvi sprejel v trenutku ponujeno ceno. Ta način licitacije pa je bil kmalu odpravljen, saj se je izkazalo, da je v primeru, da je bil interesent za nakup le eden, le-ta s seboj pripeljal t.i. slamnatega kupca⁵. Na ta način je lahko dejanski interesent zniževal ceno do višine depozita in s tem prišel do podjetja bistveno ceneje, kot če bi bil prijavljen le sam.

Po izbiri najugodnejšega ponudnika le-ta podpiše zapisnik, nato pa se mu določi rok, v katerem mora plačati podjetje. Če izbrani ponudnik ne podpiše zapisnika ali ne plača v dogovorjenem roku, izgubi pravico do nakupa ter se mu prepove nastopanje na vseh naslednjih licitacijah. Prav tako se mu ne vrne depozita, ki ga preostali udeleženci licitacije

dobijo nazaj. Če je bilo zainteresiranih subjektov več, dobi pravico do nakupa drugi najugodnejši ponudnik. Če tudi ta ne izpolni nakupnih pogojev, se licitacija razveljavi. Domače fizične osebe imajo pri nakupih nekaj prednosti, saj lahko kupnino plačajo tudi z

⁵ Pojem slamnatega kupca se uporablja za podjetje, ki se za določen nakup poteguje le navidezno, dejansko pa deluje v skladu z cilji drugega kupca. Povezava med podjetji ni javna in jo je večinoma tudi zelo težko dokazati.

obveznicami iz starega deviznega varčevanja, ki so jih namesto deviz dobili vsi varčevalci, ki so pred letom 1990 imeli devizna sredstva na računih bank. Te obveznice tudi kotirajo na borzi, trenutno pa se jih da kupiti le za polovico nominalne vrednosti, kar v praksi pomeni, da fizične osebe lahko za podjetje dejansko plačajo le polovico izklicne cene. Če pa je plačilo v gotovini, imajo fizične osebe pravico do plačila v šestih letnih obrokih brez obresti. Tudi ta način plačila je zelo ugoden, saj z izjemo prvega obroka lahko precejšen delež plačila kupec poravna kar iz prihodkov kupljenega podjetja.

4.4 PRIVATIZACIJA PODJETIJ PREKO AKCIJSKEGA FONDA

Poseben način privatizacije v Srbiji poteka preko prodaje delnic, ki jih ima v lasti Akcijski fond. Akcijski fond Republike Srbije je nastal na osnovi Zakona o privatizaciji in Zakona o Akcijskem fondu, ki sta bila sprejeta leta 2001, in deluje v okviru Ministrstva za gospodarstvo in privatizacijo. Na osnovi teh zakonov je bilo na Akcijski fond preneseno vse državno in družbeno premoženje, ki je ostalo v podjetjih, ki so bila privatizirana po prejšnjih zakonih, kot tudi del premoženja, ki ne bo prodan na licitacijah in javnih razpisih v skladu z novim zakonom o privatizaciji. Na podlagi tega zakona je Akcijski fond postal delničar v skoraj 1.000 srbskih podjetjih, njegov delež se od podjetja do podjetja razlikuje, v večini primerov pa znaša med 20 in 40 odstotki. Te deleže Fond prodaja na licitacijah, ki potekajo v okviru Beograjske borze, na njih pa lahko sodelujejo tako domači kot tuji ponudniki. Prva tovrstna licitacija je bila aprila leta 2002, njihovo število pa se je proti koncu leta 2002 precej povečalo. Ker Akcijski fond pri prodaji svojih deležev dosega bistveno višje cene, kot jih pri prodaji na borzi dosežejo mali delničarji, je v začetku decembra 2002 malim delničarjem omogočil, da se mu pri prodaji pridružijo ter na tak način dosežejo višjo ceno. Za te licitacije je bilo veliko zanimanja tako domačih kot tujih podjetij, predvsem za deleže v najuspešnejših srbskih podjetjih, kot so farmacevtska tovarna Hemofarm, vodilna pivovarna Apatin in tovarna gradbenega materiala Sintelon. Na teh licitacijah je cena pogosto narasla tudi na desetkratnik izklicne cene.

S prodajo preko borze država tudi dodatno propagira trg vrednostnih papirjev, ki je sicer v Srbiji zelo nelikviden, večina prometa pa se ustvari z obveznicami starega deviznega varčevanja. Pri prodaji večjih deležev podjetij potencialnim strateškim partnerjem mali delničarji dobijo okvirno oceno o vrednosti svojih delnic, kar omejuje nadaljnjo prodajo teh delnic po simboličnih cenah, kar se je v preteklih letih pogosto dogajalo, ta problem pa so vključno s Slovenijo poznale vse države, ki so se odločile za vsaj delno brezplačno razdelitev delnic.

4.5 DOSEDANJE IZVAJANJE PRIVATIZACIJE V SRBIJI PO NOVEM ZAKONU

V letih 2001 in 2002 je bilo v postopku privatizacije v prodajo ponujenih 279 podjetij (od tega 23 preko javnih razpisov). Uspešno je bilo prodanih 81 odstotkov ali 226 podjetij (od tega 12 preko javnih razpisov). Skupaj je bilo v prodanih podjetjih 27.831 zaposlenih, njihova knjigovodska vrednost pa je bila 242 milijonov evrov, medtem ko je iztržek iz prodaje znašal

255 milijona evrov (Stevanović, 2003, str. 8-10).

Tabela 7: Rezultati prodaj srbskih podjetij na javnih razpisih do 15. 1. 2003 (v tisoč EUR)

Podjetje	Kupec	Cena kapitala	Investicije	Socialni program
BFC	Lafarge	50.890	32.300	5.800
Kosjerić	Titan	35.500	29.700	3.400
Novi Popovac	Holcim	52.500	85.000	5.300
Merima	Henkel	14.400	43.300	12.100
Seval	Impol	6.500	14.636	6.181
Pećinci	MK Komerc	0	2.116	7.000
Zabalj	Helenic Šugar	1.100	1.051	7.980
Bač	MK Komerc	0	2.010	5.000
Kovačica	MK Komerc	0	2.075	7.840
Zorka Farma	Hemofarm	14.700	27.500	16.100
PKS Lateks	HLC Frankfurt	80	1.925	1.051
Zdravlje	Farmaco	3.500	20.000	24.760
Skupaj		179.170	261.613	102.512

Vir: Ministrstvo za gospodarstvo in privatizacijo, 2002.

Tabela 8: Rezultati prodaj srbskih podjetij na javnih razpisih do 15. 1. 2003

Število podjetij, ponujenih na javnih razpisih	23
Število prodanih podjetij	12
Odstotek uspešnosti	52
Število zaposlenih v prodanih podjetjih	11.831
Knjigovodska vrednost (v 000 EUR):	154.460
Prodajna cena (v 000 EUR):	179.170
Skupne investicije (v 000 EUR):	261.613
Socialni program (v 000 EUR):	102.512

Vir: Ministrstvo za gospodarstvo in privatizacijo, 2002.

Tabela 9: Rezultati prodaj srbskih podjetij na licitacijah do 15. 1. 2003

Število podjetij, ponujenih na licitacijah	256
Število prodanih podjetij	214
Odstotek uspešnosti	84
Število zaposlenih v prodanih podjetjih	16.000
Knjigovodska vrednost (v 000 EUR):	87.600
Prodajna cena (v 000 EUR):	75.863
Skupne investicije (v 000 EUR):	14.170

Vir: Ministrstvo za gospodarstvo in privatizacijo, 2002.

Postopek prodaje preko javnega razpisa se je sicer od primera do primera malenkostno razlikoval, za samo ponazoritev pa bom predstavil potek prvega zaključenega javnega razpisa.

Javni razpis za nakup 70 odstotkov kapitala treh največjih cementarn je bil razpisan 17. avgusta 2001, rok za oddajo neobvezujočih ponudb pa je bil 1. september. Na podlagi precejšnjega števila nezavezujočih ponudb je bil 24. 10. 2001 ponovno objavljen javni razpis z rokom za prijavo za razpis ter plačilom kavcije v višini 1 milijona ameriških dolarjev do 30. 10. 2001, medtem ko je bil kot rok za oddajo dokončnih ponudb določen 7. december. Po plačilu kavcije so sledili ogledi podjetij, celoten postopek pa se je zaključil 28. decembra 2001, ko so bili objavljeni prvi rezultati prodaje preko javnih razpisov po novem zakonu. Vse tri razpisne komisije so izbrale najugodnejše ponudbe, in sicer je bil za cementarno v Beočinu izbran francoski Lafarge, za cementarno v Kosjeriću grško podjetje Titan, za cementarno v Novem Popovcu pa švicarsko podjetje Holcim. Ker je bila ta prva prodaja vzor vsem naslednjim, so zanimivi kriteriji, ki so bili odločilni za izbor.

Tabela 10: Rezultati javnega razpisa za prodajo cementarne Beočin

Ponudnik	Lafarge	Heidelberg
Cena za kapital (v USD):	50.890.000	45.500.000
Cena na tono kapacitete (v USD):	47,01	43,42
Skupne obveznosti kupca (v USD):	32.260.000	32.810.000
Skupne obveznosti/tono kapacitete (v USD):	29,80	30,31

Vir: Ministrstvo za gospodarstvo in privatizacijo, 2002.

Tabela 11: Rezultati javnega razpisa za prodajo cementarne Kosjerić

Ponudnik	Titan	Heidelberg
Cena za kapital (v USD):	35.500.000	16.000.000
Cena na tono kapacitete (v USD):	73,16	34,16
Skupne obveznosti kupca (v USD):	29.680.000	32.760.000
Skupne obveznosti/tono kapacitete (v USD):	59,36	65,52

Vir: Ministrstvo za gospodarstvo in privatizacijo, 2002.

Tabela 12: Rezultati javnega razpisa za prodajo cementarne Novi Popovac

Ponudnik	Holcim	Titan
Cena za kapital (v USD):	52.500.000	67.900.000
Cena na tono kapacitete (v USD):	89,16	104,56
Skupne obveznosti kupca (v USD):	83.900.000	26.680.000
Skupne obveznosti/tono kapacitete (v USD):	142,48	45,31

Vir: Ministrstvo za gospodarstvo in privatizacijo, 2002.

Rezultati te prve javne ponudbe so bili pozitivno presenečenje tudi za srbsko vlado in Ministrstvo za privatizacijo, predvsem zaradi visokega izkupička. Že sedaj pa je mogoče reči, da se je na tem prvem razpisu celoten postopek prodaje izkazal kot dokaj transparenten, hiter in uspešen (Stevanović, 2002, str. 22). Prvi sklepi, ki jih lahko naredimo iz dosedanjega postopka, pa so:

- Ni nujno, da je izbrana cenovno najugodnejša ponudba. Pomemben delež za odločitev

imajo tudi bodoče investicije v podjetje (primer cementarne Novi Popovac) in socialni programi.

- Pri teh treh ponudbah so ponudniki ponudili boljše socialne programe od zakonskega minimuma, s čimer so dodatno zaščitili zaposlene in lokalno skupnost.
- Za čimbolj nemoten potek privatizacije je nujno potrebno pošteno in transparentno tekmovanje ponudnikov.

V letu 2002 je bilo razpisanih še 20 javnih razpisov, a uspešno je bilo prodanih le 9 podjetij, medtem ko za ostala ni bilo dovolj zanimanja. V letu 2003 so pričakovanja vlade še precej višja, saj naj bi bilo prodanih preko 50 velikih podjetij, med njimi tudi podjetja, kot so Beopetrol ter dve največji tobačni tovarni. Celoten prihodek od prodaje teh podjetij naj bi znašal preko ene milijarde evrov, dodatnih 500 milijonov evrov pa naj bi znašale še obvezne investicije v podjetja.

Za razliko od prodaje na javnem razpisu se je proces prodaje podjetij na licitacijah malce zavlekel, tako da je bila prva licitacija organizirana šele aprila leta 2002. Prve licitacije so bile večinoma neuspešne ali pa je bilo podjetje prodano pod knjigovodsko vrednostjo. Razlog za to je pomanjkanje tujih investitorjev, za katera so ta podjetja večinoma premajhna in preveč tvegana, medtem ko domače fizične in pravne osebe niso zbrale dovolj denarja ali poguma za tovrstne nakupe. Stanje se je začelo popravljati proti koncu leta 2002, ko je Agencija za privatizacijo okrepila promocijsko kampanjo, istočasno pa so različne banke začele nuditi ugodne kredite za nakupe podjetij. Na ta način so do zadostne količine denarja prišle tudi skupine zaposlenih v podjetju ter lokalni podjetniki, ki so najpogostejši kupci podjetij. Če je leto 2002 služilo za prebivanje ledu, pa bo morala tovrstna privatizacija v letu 2003 resnično zaživeti, da se bo izpolnil cilj Ministrstva za gospodarstvo in privatizacijo o privatizaciji okoli 1200 podjetij (Lakićević, Sekulić, 2003, str. 17-20). Cilj bo zelo težko dosegljiv, še posebej zaradi politične negotovosti po umoru Zorana Djindjića.

5 ANALIZA CILJEV IN METOD, UPORABLJENIH V PRIVATIZACIJI

Cilj privatizacije v Srbiji je povečanje učinkovitosti gospodarstva. Učinkovitost izbrane metode za doseg cilja bom preverjal na podlagi predpostavk, ki sem jih postavil v točki 2.4. Prav tako bom predpostavil, da se bo proces privatizacije zaključil po trenutno veljavni zakonodaji ter s podobnim uspehom.

5.1 USTREZNOST IZBRANIH METOD S CILJI PRIVATIZACIJE

Srbska vlada se je, verjetno tudi na podlagi ekonomske teorije in empiričnih raziskav, odločila za metodo javne prodaje, konkretnije za prodajo preko javnih razpisov in licitacij. Zaradi slabih gospodarskih razmer Srbija namreč nujno potrebuje pritek svežega kapitala v podjetja, ki ga lahko zagotovi le metoda javne prodaje, prav tako pa srbska vlada potrebuje prihodke iz privatizacije za odplačilo javnega dolga ter vzdrževanje socialnega miru.

Problem javne prodaje je precejšnja počasnost. Zaradi zapletenih postopkov priprave razpisne dokumentacije ter iskanja ustreznih strateških kupcev je bilo v poldrugem letu po sprejetju novega zakona kljub očitnim naporom državnih ustanov privatiziranih le malo podjetij, zato je bil rok za izvedbo privatizacije tudi ustrezno podaljšan. Podaljševanje izvedbe privatizacije je škodljivo zaradi več razlogov. Zaradi negotove prihodnosti podjetja v pričakovanju privatizacije večinoma ne sprejemajo novih poslovnih odločitev, ampak le vegetirajo v obstoječem stanju. Povečuje se tudi možnost ustanavljanja t. i. by-pass podjetij. V tem obdobju se praviloma tudi ne lotevajo novih investicij, ampak čakajo na novega lastnika. S tem se njihov zaostanek za razvitim svetom le povečuje. Nedoseganje zastavljenih ciljev tudi negativno vpliva na ugled privatizacije v javnosti, ki je po treh neuspešnih poskusih že tako ali tako precej skeptična. Seveda pa na drugi strani prevelika hitrost ter držanje rokov za vsako ceno tudi nista priporočljiva, saj do večjih napak v tako občutljivem postopku preprosto ne sme priti. Z učinkovito promocijsko kampanjo vlada sicer trenutno še uspeva obdržati pozitivno podobo v javnosti, a samo obljube dolgo časa ne bodo več zadostovale, tako da bo leto 2003 v tem primeru odločilno. Če bodo v tem letu cilji o 1200 privatiziranih podjetjih vsaj približno uresničeni, potem nadaljnje izvajanje procesa ni ogroženo, v nasprotnem primeru pa bodo spremembe nujno potrebne.

Navkljub zgoraj omenjenim težavam pa je po mojem mnenju izbrana metoda privatizacije ustrezna glede na cilje privatizacije, saj bo zagotovila skoncentrirano lastništvo podjetij, kar bo pripomoglo k učinkovitejši upravljanju podjetij. Seveda pa mora biti teorija potrjena tudi v praksi, za kar pa je v tem trenutku še prezgodaj, saj so novi lastniki komaj dobro prevzeli upravljanje v prvih privatiziranih podjetjih. Poleg ekonomske učinkovitosti pa je za uspešnost metode privatizacije pomembna tudi politična plat. Zahvaljujoč močni promociji ter zaenkrat doslednemu spoštovanju pravil za vse udeležence, srbska privatizacija trenutno uživa večinsko podporo prebivalstva, predvsem v mestih ter med izobraženci. Tudi med delavci in na podeželju zaenkrat ni bilo zaznati omembe vrednih nasprotovanj. Še največ nasprotovanj

je v krogih vodstev privatiziranih podjetij, ki postopek prodaje razumejo kot krajo nečesa, kar so imeli za svoje. Ta odpor je bil pričakovani in doslej ni presegel nivoja občasnih izjav o nestrinjanju v medijih. Naivno je bilo tudi pričakovati, da bo prodaja večinskega deleža narodnega gospodarstva potekala brez večjih nasprotovanj tako zaposlenih v podjetju kot širše javnosti. Podjetja v Srbiji so bila tako kot v Sloveniji dolga leta v družbeni lasti, kar je v praksi pomenilo, da so bili lastniki podjetja zaposleni, ki so preko delavskega sveta imenovali upravo. Čeprav je na prvi pogled izgledalo, da bo zaradi večje samostojnosti podjetij lažje izpeljati prehod v tržno gospodarstvo ter privatizacijo, se je to hitro pokazalo za neresnično. Izhajajoč iz samoupravljanja, veliko zaposlenih in vodstvenih delavcev namreč iskreno pričakuje, da jim bodo podjetja, v katerih so delali, pripadla brezplačno. Posledice privatizacije po prejšnjih zakonih pa so vsaj zaposlenim pokazale, da tudi po sistemu notranjega nakupa niso kaj prida na boljšem, saj je upravljanje podjetja večinoma ostalo v rokah vodstva. Bolj problematičen bi bil odpor še vedno zelo močnih kriminalnih struktur, kar se je pokazalo pri umoru predsednika vlade Zorana Djindjića, ki pa naj ne bi bil neposredno povezan s privatizacijo. Ta sloj družbe se je očitno zadovoljil s priložnostjo občasnih ugodnih nakupov podjetij, preko katerih perejo svoj nezakonito prisluženi denar, kar jim Agencija za privatizacijo kljub poostrenemu nadzoru nad izvorom denarja ni uspela povsem preprečiti. Prav množični nakupi podjetij s strani ljudi, ki jih prebivalstvo povezuje z organiziranim kriminalom, bi lahko zelo negativno vplivali na priljubljenost privatizacije, a zaenkrat so tovrstni nakupi na srečo v manjšini.

6 SLOVENSKA UDELEŽBA V SRBSKI PRIVATIZACIJI

Srbija je bila pred razpadom Jugoslavije eden najpomembnejših trgov za slovenska podjetja. Po desetih letih bolj ali manj omejenega sodelovanja imajo ta sedaj priložnost, da se ponovno vrnejo na ta atraktivni trg. Prav nakupi podjetij v procesu privatizacije pa so ena najprimernejših in ugodnih možnosti širitve v tem trenutku.

Zaradi velike ponudbe podjetij na javnih razpisih in licitacijah ter trenutno še omejenega zaupanja podjetij iz zahodnoevropskih držav lahko slovenska podjetja svoje boljše poznavanje trga, politične situacije ter kulture poslovanja unovčijo z ugodnimi nakupi večinskih deležev srbskih podjetij. Zaradi precej kratkih rokov in posebne situacije, ki se ne bo več ponovila, pa je za slovenska podjetja pomembno, da čimprej pripravijo strategijo vstopanja na trg – zanimivo podjetje iz sorodne ali komplementarne panoge je namreč na voljo le enkrat.

Pri nakupih podjetij na srbskem trgu pa je potrebno biti pozoren na nekaj lokalnih posebnosti:

- mnogo pomembnih informacij namreč ni zapisano v poslovnih knjigah podjetij, so pa nujne pri odločitvi za nakup;
- soglasje ali pa vsaj tiho privoljenje uprave podjetja, lokalne skupnosti in vlade je mnogokrat zaželeno, največkrat pa kar nujno zai nemoten prevzem lastništva v ciljnem podjetju.

Z nakupom podjetja se ne pridobi le dostopa do uveljavljenih lokalnih blagovnih znamk in njihove distribucije, temveč tudi dostop do potrošnikov ter cenovno in kakovostno konkurenčnih proizvodov in surovin, ki jih slovensko podjetje lahko kasneje direktno ali preko matičnega podjetja prodaja na domačem in svetovnem trgu.

Doslej se je za nakupe srbskih podjetij na javnih razpisih in licitacijah potegovalo kar nekaj slovenskih podjetij, od tega nekatera, kot so Impol, Kolinska in Aktiva, zelo uspešno, medtem ko so druga (npr. Krka, Helios in Pivovarna Laško) ostala praznih rok.

Največja slovenski nakup v procesu privatizacije v Srbiji je nakup 70-odstotnega deleža podjetja Valjaonica Aluminijuma Sevojno, poznanega tudi pod imenom Seval, s strani podjetja Impol, d.d. Na javnem razpisu je v konkurenci podjetij iz Rusije, Francije, Koreje, Grčije in Cipra ponudil najboljše pogoje, čeprav se je zaradi pritožbe podjetja iz Cipra, ki je ponudilo večji obseg bodočih investicij, a je bilo za nakup pripravljeno plačati le en dolar, prevzem podjetja zavlekel za nekaj mesecev. Impol je za podjetje plačal 7 milijonov ameriških dolarjev, dodatno pa se je zavezal, da bo v podjetje investiral 14 milijonov ameriških dolarjev, za obratna sredstva zagotovil dodatnih 3,7 milijona ameriških dolarjev, poleg tega pa je pripravil še socialni program v višini 4,5 milijona ameriških dolarjev. Celotna vrednost investicije tako znaša 29,2 milijona ameriških dolarjev, skupaj s prevzetimi dolgovi pa okoli 35 milijonov ameriških dolarjev. Valjarna Seval je v zadnjih letih poslovala z izgubo, saj so bile njene sicer dokaj moderne kapacitete le delno izkoriščene, tako da je letna

proizvodnja aluminija leta 2001 znašala le 12.000 ton, medtem ko je leta 1986 znašala 36.000 ton. V Impolu načrtujejo, da bo podjetje že leta 2003 poslovalo z dobičkom, saj bodo proizvodnjo povečali na 20.000 ton aluminija letno, do leta 2006 pa naj bi bile zmogljivosti v višini 50.000 ton aluminija letno polno zasedene.

Glavni razlog za nakup valjarne v Sevojnu je stroj, ki se imenuje topla valjarna in ga v Impolu sicer imajo, vendar je star že 30 let in v prihodnje ne bo več primeren za obratovanje. Nakup obrata v Srbiji rešuje to težavo, saj je v njem topla valjarna veliko bolje ohranjena, čeprav zahteva posodobitev in dodatna vlaganja. Valjarstvo bodo zato razvijali naprej v Sevojnu, v Sloveniji pa se bodo bolj usmerili v proizvodnjo tankih trakov – folije, v proizvodnjo katere so pred kratkim investirali 36 milijonov evrov (Grahek, 2002, str. 4).

Druga velika slovenska investicija je nakup proizvajalca mineralne vode Palinački Kiseljak s strani Kolinske. Podjetje je bilo delno privatizirano že po zakonu iz leta 1991; tako je bil tretjinski delež že v rokah malih delničarjev, predvsem zaposlenih in uprave, medtem ko je preostali delež v več delih prodajal Akcijski fond. Kolinska je tako na javni dražbi 13. avgusta 2002 najprej kupila 21,6 odstotka delnic, 2. septembra istega leta pa je z nakupom dodatnih 40,5 odstotka delnic postala večinski lastnik podjetja. Z nakupom dodatnih 12,5 odstotka delnic 3. oktobra 2002 je tako Kolinska postal tričetrtinski lastnik podjetja, kar ji daje proste roke pri upravljanju podjetja. Trenutna proizvodnja Palanaškega kiseljaka znaša 20 milijonov litrov mineralne vode letno, Kolinska pa jo namerava v prihodnjih dveh letih povečati na 35 milijonov litrov. Slovenska družba bo poleg mineralne vode srbske družbe (Karadjordje palanački) v Srbiji in Črni gori tržila tudi svojo naravno mineralno vodo Donat Mg (Dekleva Humar, 2002, str. 3). Celoten nakup je Kolinsko stal okoli 3,5 milijona evrov.

Pomemben slovenski investitor v Srbiji je tudi finančni holding Aktiva, ki je preko svoje nizozemske hčerinske družbe Aktiva SEI z nakupom delnic na dražbi ter dokapitalizacijo postal 30-odstotni lastnik enega največjih srbskih podjetij ter vodilnega farmacevta Hemofarm. Vrednost celotne investicije znaša nekaj več kot 10 milijonov evrov. Hemofarm je tudi sam zelo aktiven pri nakupih podjetij, saj je na javnem razpisu za nakup četrtega največjega srbskega farmacevta Zorka farma premagal Krko, v letu 2003 pa je že kupil podjetje v Republiki Srbski ter začel graditi tovarno v Rusiji.

7 SKLEP

Po vrsti polovičnih poizkusov privatizacije je s padcem Miloševićevega režima oktobra 2000 na oblast v Srbiji končno prišla vlada, ki s privatizacijo misli resno. Rezultat tega je trenutno veljavni Zakon o privatizaciji, ki precej striktno določa način in izvedbo privatizacije, vsebuje pa tudi konkretne časovne omejitve. Poleg samega zakona pa je izrednega pomena tudi njegovo izvajanje, ki pa je doslej glede na razmere kar presenetljivo dosledno.

Prav v doslednosti v izvajanju zakona se trenutni postopek privatizacije zelo razlikuje od predhodnih, ki sem jih opisal v prvi polovici diplome. Rezultati privatizacije do leta 2000 so namreč prinesli precejšnjo zmedo, saj je kar precejšnji delež podjetij začel s postopkom privatizacije po enem od zakonov, a se ta proces skoraj nikoli ni dokončal. Tako še vedno obstaja veliko podjetij z mešano družbeno-zasebno lastnino, kar ob neažurnosti registra vrednostnih papirjev, ki se šele ustanavlja, pogosto pomeni tudi povsem nejasno lastniško strukturo. Zaradi tega razloga se tudi uradne statistike o deležu zasebnega in družbenega kapitala pogosto zelo razlikujejo.

Srbija trenutno uporablja precej strikten model privatizacije, ki temelji na prodajah večinskega deleža podjetij preko javnih razpisov ali licitacij. Šele v drugi fazi bo del delnic tudi brezplačno razdeljen med zaposlene v podjetju ter druge državljane. Ta model je glede na ekonomsko teorijo ter empirične raziskave iz devetdesetih letih prejšnjega stoletja tudi ekonomsko najučinkovitejši model privatizacije.

V zadnjem delu sem na kratko opisal tudi priložnosti slovenskih podjetij v procesu privatizacije v Srbiji ter njihove dosedanje investicije. Ugotovil sem, da se kljub nekaterim uspešnim nakupom večina slovenskih podjetij ne zaveda priložnosti, ki se jim ponuja. Tovrstne množične prodaje podjetij na enem od tradicionalnih slovenskih trgov namreč zelo verjetno nikoli več ne bo.

V času dokončanja tega diplomskega dela še ni znano, v katero smer se bodo obrnili dogodki po umoru srbskega predsednika vlade Zorana Djindjića, ki je bil verjetno ključna figura tudi v procesu privatizacije. Glede na prve odzive tako javnosti kot vlade pa je upati, da bo to dejanje še pospešilo prelom s prejšnjim načinom razmišljanja in obnašanja in omogočilo vladi ostrejši boj proti korupciji in kriminalu, ki se je v letih Miloševićeve vladavine vpletel v vse strukture družbe, na čelu s policijo. Če bo to res tako, potem tudi ta zastoj v izvajanju reform ne bo zaman, v nasprotnem primeru pa lahko daljše obdobje politične nestabilnosti bistveno zmanjša zanimanje tujega kapitala za vlaganje v Srbijo, kar lahko ogrozi celoten postopek privatizacije.

8 LITERATURA

1. Begović Boris, Mijatović Boško, Živković Boško: The New Model of Privatization in Serbia. Beograd : Center for Liberal Democratic Studies, 2000. 49 str.
2. Djokić Danila: Licitacija kot način javne prodaje. Ljubljana : Gospodarski vestnik, 1994. 205 str.
3. Dekleva Humar Bojana: Kolinski uspel velik met v Srbiji. Finance, Ljubljana, 2002, 3. 9. 2002, str. 3.
4. Frydman Roman et al.: Private Ownership and Corporate Performance: Some Lessons from Transition Economies. Washington : World Bank, 1997. 28 str.
5. Grahek Andraž: Z nakupom Sevala se bodo prihodki Impola v petih letih povečali na 300 milijonov dolarjev. Finance, Ljubljana, 2002, 4. 10. 2002. str. 4.
6. Havrylyshyn Oleh, in McGettigan Donal: Privatization in Transition Countries: Lessons of the First Decade. Washington, Economic Issues No. 18, IMF, 1999, str. 20-31.
7. Kornai Janos: The Road to Free Economy. New York : W.W. Norton & Company, 1990. 224 str.
8. Lakićević Mijat, in Sekulić Ivan: Privatizacija 1000 preduzeća do kraja godine. Ekonomist, Beograd, 2003, 139, str. 17-20.
9. Mijatović Boško: Privatization: Models, Experiences and Challenges to Serbia. oktober 2002. [URL: <http://www.ecinst.org.yu/PDF/Mijatovic.pdf>], 5.11.2002.
10. Pavlović Dušan: Privatization in Serbia – The Second Run. Beograd : Inštitut G17, 2002. 36 str.
11. Simoneti Marko et al.: Lastniška struktura podjetij leta 1999. Ekonomsko ogledalo, Ljubljana, VII (2001), 5, str. 11–13.
12. Stevanović Vlastimir: Odbrana i budući dani. Ekonomist, Beograd, 2003, 140, str. 8-10.
13. Stevanović Vlastimir: Krenulo je Ekonomist, Beograd, 2002, 89, str. 22.
14. Stiglitz J. E.: Whither Reform? Ten Years of Transition - Paper prepared for Annual World Bank Conference on Development Economics, Washington, 28–30. April 1999. Washington : World Bank, 1999. 35 str.
15. Uvalić Milica: Privatisation and Corporate Governance in Serbia (FR Yugoslavia). Firenze : Global Development Network for Southeast Europe (GDN SEE), 2001. 23. str.
16. Vickers John, in Yarrow George: Privatisation: An Economic Analysis. London : Massachusetts Institute of Tehnology, 1988. 454 str.
17. Vukajlović B. K.: Izmene Zakona o privatizaciji. Ekonomist, Beograd, 2003, 146, str. 20-22.

9 VIRI

1. Agencija za privatizacijo Republike Srbije.
[URL: <http://www.pa-serbia.co.yu/>], 28. 12. 2002.
2. Akcijski fond Republike Srbije.
[URL: <http://www.share-fund.co.yu/>], 28. 12. 2002.
3. Beograjska borza.
[URL: <http://www.belex.co.yu/>], 28. 12. 2002.
4. Ekonomist on-line.
[URL: <http://www.ekonomist.co.yu/>], 28. 12. 2002.
5. Gospodarska zbornica Slovenije.
6. [URL: <http://www.gzs.si/>], 30. 12. 2002.
7. Gospodarska zbornica Srbije.
[URL: <http://www.pks.co.yu/>], 28. 12. 2002.
8. Invest in Serbia.
[URL: <http://www.invest-in-serbia.com/>], 28. 12. 2002.
9. Jakobi, Tanja: Case Study: Privatization in Serbia.
[URL: http://www.gsb.columbia.edu/ipd/j_privatization_serbia_bk.html], 13. 12. 2002.
10. Ministrstvo za gospodarstvo in privatizacijo.
[URL: <http://www.mpriv.sr.gov.yu/>], 13. 12. 2002.
11. Pogovor z gospodom Miroslavom Bojčićem, samostojnim novinarjem in zunanjim dopisnikom Gospodarskega Vestnika v Srbiji, 17. 1. 2003.
12. Pogovor z gospodom Radom Šuštarjem, direktorjem borznoposredniške hiše Ilirika Investments, AD Beograd, 14. 2. 2003.
13. Pogovor z gospodom Miroslavom Gnjatovićem, analitikom in borznim posrednikom v borznoposredniški hiši Ilirika Investments, AD Beograd, 14. 2. 2003.
14. Privatisation in Serbia.
[URL: http://www.mfa.goc.yu/ForeignInvest/2ys_privatizacija.htm], 24. 1. 2003.
15. Privatisation Results, Yugoslav Survey.
[URL: <http://www.yusurvey.co.yu/new/story17.php?user>], 13. 12. 2002.
16. Prodaja u senci korupcije.
[URL: <http://www.aimpress.org/dyn/pubs/archive/data/200111/11106-003-pubs-beo.htm>], 6. 11. 2001.
17. Statistični urad Zvezne republike Jugoslavije.
[URL: <http://www.szs.sv.gov.yu/>], 28. 12. 2002.
18. Uredba o metodologiji za procenu vrednosti kapitala i imovine (Sl. glasnik RS, št. 45/2001).
19. Uredba o prodaji kapitala i imovine javnim tenderom (Sl. glasnik RS, št. 45/2001).
20. Uredba o prodaji kapitala i imovine javnom aukcijom (Sl. glasnik RS, št. 45/2001).
21. Vlada Republike Srbije.
[URL: <http://www.serbia.sr.gov.yu/>], 13. 12. 2002.
22. YU privatizacija.

- [URL: <http://www.privatizacija.co.yu>], 28. 12. 2002.
23. Yugoslavia offer.
[URL: <http://www.yugoslavia-offer.org.yu>], 28. 12. 2002.
24. Zakon o Agenciji za privatizaciju (Sl. glasnik RS, št. 38/2001).
25. Zakon o Akcijskom fondu (Sl. glasnik RS, št. 38/2001).
26. Zakon o društvenem kapitalu (Sl. list SFRJ, št. 84/89, 46/90).
27. Zakon o osnovama promene vlasništva društvenog kapitala (Sl. list SRJ, št. 29/96; 29/97; 59/98; 74/99).
28. Zakon o preduzećima (Sl. list SRJ, št. 29/96; 29/97; 59/98; 74/99; 9/2001).
29. Zakon o privatizaciji (Sl. glasnik RS, št. 38/2001).
30. Zakon o svojinskoj transformaciji (Sl. glasnik RS, št. 32/97; 10/01).

PRILOGE

Priloga 1: Osnovne informacije o Srbiji in Črni Gori

Uradni naziv države:	Srbija in Črna Gora
Površina:	102.173 km ² (Srbija 88,361 km ² , Črna Gora 13,812 km ²)
Št. prebivalcev:	11.206.847 (Srbija 10.526.478, Črna Gora 680.369)
Glavno mesto:	Beograd (1.613.200)
Etnična sestava prebivalstva:	Srbi (62,5 %), Albanci (16,5 %), Črnogorci (5,0 %), Madžari (4,0 %)
Verska sestava:	Pravoslavni (65 %), muslimani (19 %), rimokatoliki (4 %)
Denarna enota:	Jugoslovanski dinar (YUD) (1 dinar = 100 par, 1 EUR = 60 din)
Letna stopnja brezposelnosti:	40,5 (2001)
Skupni zunanji dolg:	12,2 mlrd USD (2001)
Devizne rezerve:	524 mio USD (2001)

Vir: Statistični urad Zvezne republike Jugoslavije, 2002.

Priloga 2: Gospodarski kazalci ZRJ

	1990	1996	1997	1998	1999	2000	2001
Bruto domači proizvod (BDP) po tekočih cenah (v mlrd USD):	28,4	16,5	18,1	18,2	14,8	9,0	10,5
BDP na prebivalca (v USD)	2.696	1.558	1.712	1.715	1.397	1.300	1.523
Letna stopnja rasti BPD po stalnih cenah (v %)	1,3	5,9	7,4	2,5	-17,7	6,4	5,1
Letna stopnja inflacije (v %)		93,1	18,5	298	42,4	75,7	12,3
Izvoz (v mio USD)		2.018	2.677	2.858	1.498	1.723	1.221
Uvoz (v mio USD)		4.119	4.826	4.849	3.296	3.711	4.314

Vir: Statistični urad Zvezne republike Jugoslavije, 2002.

Priloga 3: Kazalci različnih oblik lastništva v ZRJ konec leta 1998

	podjetij	v %	zaposlenih	v %	sredstva	v %	prihodki	v %
Skupaj	81.821	100	1.625.939	100	279.627	100	326.737	100
Družbena	9.515	11,6	783.580	48,2	153.667	55,0	110.728	33,9
Zasebna	62.219	76,0	238.136	14,6	17.313	6,1	114.977	35,2
Zadružna	2.530	3,1	26.235	1,6	2.727	0,9	5.457	1,7
Mešana	7.215	8,8	554.910	34,1	98.023	35,1	92.603	28,3
Državna	342	0,4	23.078	1,4	7.898	2,8	2.973	0,9

Vir: Statistični urad Zvezne republike Jugoslavije, 2002.

Priloga 4: Delež različnih sektorjev v družbenem proizvodu v letu 1998

	Skupaj (v mio din)	Delež v %
ZRJ	127.188,7	100,00
Zasebna	47.957,1	37,70
Družbena	39.934,5	31,40
Mešana	35.860,4	28,20
Državna	2.226,4	1,75
Zadružna	1.210,0	0,95

Vir: Statistični urad Zvezne republike Jugoslavije, 2002.

Priloga 5: Porazdelitev kapitala med različnimi lastniškimi oblikami v Zvezni republiki Jugoslaviji konec leta 1998

Sektor	Kapital (v %)
Družbeni	47
Zasebni	6
Privatizirano	9
Državni	38
Skupaj	100

Vir: Statistični urad Zvezne republike Jugoslavije, 2002.

SLOVAR V DIPLOMI UPORABLJENIH IZRAZOV

Tuj izraz	Slovenski izraz	Kratka razlaga
Aukcija, dražba.	LICITACIJA	Način javne prodaje, pri kateri je edini kriterij izbire cena. Uporablja se pri privatizaciji večine srbskih podjetij ter pri prodaji deležev Akcijskega fonda na borzi.
Tender.	JAVNI RAZPIS	Način prodaje podjetij, kjer se izmed več ponudnikov izbere kupca na podlagi različnih, vnaprej določenih kriterijev.
Vaucher, certifikat.	VAVČER	Poseben privatizacijski denar, ki je običajno brezplačno razdeljen državljanom, s katerim lahko kupijo delnice podjetij. Vavčerje se lahko razdeli državljanom v enakih ali različnih zneskih glede na starost, delovno dobo ali druge podobne kriterije. Uporabljali so se pri privatizaciji Češke, Rusije, BiH in Slovenije.
Agency problem.	PROBLEM AGENTA	Problem, ki nastane pri odnosu med lastniki podjetja (principali) in managerji (agenti), ki ne delajo vedno v korist lastnikov. Pojavlja se povsod, kjer je lastništvo razdrobljeno.
Zvezna republika Jugoslavija.	ZRJ	Država, ki je nastala leta 1991 in se je predstavljala kot pravna naslednica SFRJ, čemur pa so nasprotovale druge države, nastale na področju nekdanje Jugoslavije. Upravno je to zveza republik Srbije in Črne Gore. Pomladi leta 2003 spremeni ime v Srbija in Črna Gora.
Employee sharholding.	NOTRANJI ODKUP	Način privatizacije podjetij, kjer imajo prednost zaposleni v podjetju, ki lahko pridobijo delnice brezplačno ali pa s precejšnjimi popusti ter pod ugodnimi plačilnimi pogoji.
Insiders.	NOTRANJI LASTNIKI	Zaposleni v podjetju, ki so po sistemu notranjega odkupa postali delničarji podjetja, v katerem so zaposleni.
Due dilligence	PODROBNI PREGLED PODJETJA	Podrobni pravni in poslovni pregled poslovanja podjetja, na podlagi katerega se oceni vrednost podjetja. Najpogosteje se uporablja pri nakupih podjetij.