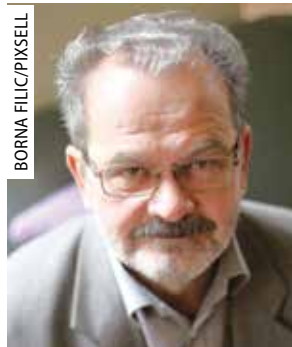


// ANATOMIJA PROPASTI //

DRŽAVA, AGROKOR I KONCEPTI
KONTROLE OKOLINEUSPON I PAD
CARSTVA:
ŠTO NAKON
TODORIĆA?TEORIJA I PRAKSA: AGROKOR TUMAČEN KROZ
STUDIJE JAMESA G. MARCHA I NEILA FLIGSTEINA

TODORIĆ NA KOMBAJNU: VAŽNA JE BILA PERCEPCIJA

PROF. DR. SC. DRAGO ČENGIĆ
Institut za društvene
znanosti Ivo Pilar, Zagreb

Piše: Drago ČENGIĆ

Uoči dovršenja nagodbe Agrokorovih vjerovnika i izvanredne uprave koncerna, pravile su se brojne novinarske analize i na tome tragu postavljala mnoga pitanja (pogotovo s obzirom na moguće nove vlasnike Agrokora) koja nosi “dan poslije”, a jedno je od glavnih bilo je što će se događati nakon nagodbe. To pitanje ima svoju nacionalnu, ali i međunarodnu dimenziju. Vlada RH od sada je legitimirala svoju intervenciju preko “lex Agrokor” isticanjem prijetnje koju bi proizvelo stihijsko urušavanje koncerna: došlo bi do gubitka radnih mjesta i propasti velikog dijela poduzeća, bar onih povezanih s Agrokorom. Taj argument dio ekonomista danas, prema mojem mišljenju prejednostavno, osporava. Dakle, što nakon Todorića? Ovo pitanje sugerira i jednu drugu tezu: da je Agrokor postao simbolom jedne nove, prije svega ekonomske moći, koja je počela ugrožavati ne samo političke sudionike u okruženju koncerna nego i državu samu, otkrivajući njezine deficite u razvoju i kontroli institucija modernog tržišnog društva. To znači da je ekonomska moć jednoga poduzeća s vremenom proizvela ne samo tržišne i sektorske nego i društvene i političke učinke. Prevedemo li ovu tezu na jezik ekonomske sociologije, ona sugerira da se ta ekonomska moć izražavala preko određene koncepcije kontrole tržišta, određenog tipa kontrole koja je s vremenom obuhvatila i politički prostor, a u promijenjenim tržišnim i političkim okolnostima (kriza poslovanja Agrokora zbog narasle konkurencije nakon ulaska zemlje u EU) došla do svojih krajnjih granica. U ovome ću tekstu zato problematizirati važne “makro-probleme” koje iza sebe (kao naplavine) ostavlja kriza Agrokora, a od kojih uvelike ovisi i daljnji razvoj hrvatskoga gospodarstva, odnosno kapitalizma.

TVRTKE I OKOLINA

Podimo redom. Prije svega teza da je Agrokor provodio poseban oblik kontrole tržišta sada je možda trivijalna (nakon svih novih informacija). No, to ne znači da njezine posljedice više ne osjećamo, dapače. Na analitičkoj razini ta se teza tiče mikrorazine i makrorazine analize. Kad je riječ o mikrorazini analize, valja podsjetiti da postoji brojna i raznolika literatura koja analizira poduzeća i njihov položaj u tržišnome su-

stavu. Ovdje ćemo se usmjeriti na dva rada. Jedan je rad psihologa i sociologa Jamesa G. Marcha iz 1962. godine (The Business firm as a political coalition, The Journal of Politics, Vol. 24, Issue 4, Nov., 1962.), a drugi je noviji rad sociologa Neila Fligsteina o “tržištima kao političkome prostoru” iz 90-ih godina prošlog stoljeća (Markets as politics: a political-cultural approach to market institutions, American Sociological Review, Vol. 61, Issue 4., Aug., 1996). Dok prvi rad predstavlja teorijski alat za analizu tvrtke na mikrorazini gospodarskog/političkog sustava, drugi omogućuje višestruku analizu tvrtki, s posebnim osvrtom na razvoj makrostrukture unutar kojih tvrtke posluju. March je svojim radom uzdramao klasičnu sliku poduzeća kao ekonomskog sudionika orijentiranoga samo k maksimalizaciji profita. Poslovna je organizacije prema njemu jedan konfliktan sustav, pa je prema tome obilježju slična politici, gdje se - sektorski gledano - sukobi tradicionalno proučavaju kao temeljna obilježja političkoga života i međusobnog nadmetanja političkih stranaka za naklonost birača. Konfliktnost tvrtke kao poslovnog sustava počiva na dva važna obilježja tržišta: a) da svaka tvrtka kao temeljna jedinica tržišnog sustava nastoji svoje ciljeve postići dosezanjem jednog, samo za nju specifičnog, preferencijalnog položaja na tržištu; b) da to isto žele postići i druge tvrtke, također u situaciji stalno nedostajnih resursa. Prema Marchu postoje dva načina rješavanja sukoba, a nude ih teorije njegova doba. Prva je mogućnost definiranja jednog “nadređenog cilja” unutar kojega se sukob može rješavati (moguća varijanta za poslovne tvrtke), a druga je mogućnost stvaranja određenih profesionalnih, čak i političkih saveznštava unutar tvrtki. Ne zaboravljajući činjenicu da je svaka tvrtka samo jedan element širega, vrlo konfliktnog sustava (tržišta, industrije, ekonomskog sustava), March je doveo u pitanje teze tadašnje ekonomske teorije tvrtke, prema kojima poduzeća imaju jedan zajednički sustav preferencija - u standardnome obliku, taj je sustav preferencija definiran određenom profitnom maksimalizacijom. Drugim riječima, tvrdio je March, kad je u pitanju mikroanaliza tvrtki, uvijek je vrlo teško odrediti koji je to “vladajući cilj” u poslovnim tvrtkama, bez obzira na pretpostavljeni prioritet maksimalizacije dobiti. To je tim teže ako su tvrtke, posebno one velike, za pravo određene “političke koalicije”, u kojima je izvršni menadžer jedna vrsta političkog

agenta/posrednika (“is a political broker”). Svatko od relevantnih “sudionika tvrtke” (dioničari, dobavljači, kreditori, potrošači, državni predstavnici, zaposlenici...) ispostavlja određene zahtjeve tvrtki kao poslovnome i konfliktnome sustavu - u obliku zahtjeva za plaćanjem za obavljene usluge/proizvodnju, u obliku poželjnih “politika” prema “drugima”, etc. Realizacija tih zahtjeva pretpostavlja određene koalicije unutar tvrtke, a često i one u sprezi s vanjskim sudionicima. Menadžeri kao “izvršno-politički posrednici” stalno rješavaju bar dva problema: a) s jedne strane moraju odabrati “koaliciju” koja ima relativno male “troškove” održavanja i relativno visoke dobitke iz okoline; b) s druge strane, “isplata” koalicijskim partnerima mora se tako strukturirati da se ne ugroze raspoloživi prihodi i održi ulagačka sposobnost tvrtke zbog promjena na tržištu.

ODNOSI S POLITIKOM

Vratimo li se slučaju Agrokora, što od rečenoga možemo primijeniti na našu situaciju? Prije svega, Marchova teorija tvrtke počiva na percepciji (američko-) tržišta kao izrazito natjecateljskoga, bez obzira na to što svaka veća tvrtka sanja da i na takvome tržištu ima polumonopolni ili monopolni položaj. Druga je razlika mnogo važnija: kako se formiraju interese koalicije unutar tvrtki u okviru političkoga kapitalizma, unutar kojega nositelji političke moći imaju kontrolnu ulogu u različitim “sektorima” društva? A baš je tu riječ o Hrvatskoj! Kronologija razvoja Agrokora (na temelju preuzimanja bivših socijalističkih poduzeća, itd.) pokazuje da je njegovu vlasniku od početka bila jasna kontrolna uloga političke elite u raspolaganju nacionalnim resursima. Zato je vlasnik poduzeća učinio sve da (za različitih političkih stranaka na vlasti: od 90-ih godina do sredine ovaog desetljeća) ima dobru vezu s političkom elitom. Dok su devedesetih godina ciljevi rasta Agrokora definirani kao stabilan rast na temelju konsolidacije preuzetih poduzeća (u okviru prešutne paradigme razvoja “nacionalnoga kapitalizma”), nakon 2000-te regionalna ekspanzija postaje strateškim ciljem poduzeća. Iz tog vremena sjećamo se izjava vlasnika Agrokora da stranu konkurenciju valja dočekati kao veliki i snažan sustav. Što je poduzeće postajalo ekonomski snažnije, uprava je unutar poduzeća sve više centralizirala upravljačku strukturu (onemogućujući stvaranje unutarnjih koalicija, čak i u pogledu ciljeva poduzeća i primjerenoga upravljanja sustavom). U odnosima s političkom okolinom, a u okviru paradigme što je dobro za Agrokor - dobro je i za Hrvatsku, formirale su se “posredničke koalicije”, kako bi se narasla ekonomska moć poduzeća pretvorila i u značajnu političku i društveni kapital. Kontrola političkog i društvenog prostora provodila se velikim dijelom i kooptiranjem bivših članova političke i profesionalne elite u korporacijske vrhunske strukture. Bježeći od opće prihvaćenih



TODORIĆ U LONDONU: OBRANA I POSLEDNJI DANI

socioloških pristupa, koji tvrtku i njezino ponašanje na tržištu promatraju iz perspektive “društvene ukorijenjenosti” (ali bez daljnje specifikacije i kontekstualizacije te teze u samoj empiriji), Fligstein polazi od teze da se društvene strukture tržišta i unutrašnja organizacija tvrtki mogu promatrati kao pokušaji suočavanja s učincima natjecanja s drugim tvrtkama. Dva su zanimljiva argumenta poduprla tu tezu: a) stvaranje tržišta sastavni je dio “državogradnje” (“as part of state-building”); moderne države s kapitalističkim gospodarstima stvaraju institucionalne pretpostavke stabilnih tržišta (o ovome naše političke nomenklature, ali ni poslovne grupe uopće ne zборе!); b) tržišni procesi odražavaju dva tipa političkih procesa: unutarnju borbu za vlast u tvrtkama i borbu za moć na tržištima, a radi kontrole tržišta. Fligstein kaže i ovo: “Proizvodnja tržišnih institucija je kulturni projekt na nekoliko načina. Vlasnička prava, upravljačke strukture, koncepcije kontrole i pravila razmjene definiraju društvene institucije nužne za postojanje tržišta. Ekonomski svjetovi su društveni svjetovi; zato funkcioniraju po sličnim načelima kao i drugi socijalni svjetovi. Sudionici u njima angažiraju se u političkome djelovanju jedni nasuprot drugih i stvaraju lokalne kulture za međusobnu interakciju” (Fligstein, 1996., 657).

Fligsteinu je stalo da posve jasno definira tržište i njegove institucije, da bi poslije mogao usmjeriti analizu prema međudnosima između države i države. Općenito, institucije razumije kao “međusobno prihvaćena pravila”, dostupna u obliku zakona ili preko kolektivnog prihvatanja, lokalno prihvaćena kroz običaje, eksplicitne dogovore, ili pak konkretne ugovore. Institucije omogućuju tržišnim sudionicima da se organiziraju, na-

tječu i surađuju te razmjenjuju vrijednosti. Među njima su najvažnije ove: vlasnička prava, upravljačke strukture, koncepcije kontrole te pravila razmjene. Pogledajmo ih detaljnije. Vlasnička prava (property rights) društveni su odnosi koji definiraju pravo na dobit (ono što teorija agencije misli pod “rezidualnim zahtjevima/pravima” kad je riječ o gotovini tvrtke). Fligstein tvrdi da pojava vlasničkih prava nije proizvod nekoga ehtasnoga procesa, već prije trajnijeg i žustroga političkoga procesa: organizirane skupine iz poslovnog svijeta, radništva, vladinih agencija i političkih stranaka pokušavale su utjecati na definiranje vlasničkih prava. Upravljačke strukture (governance structures) odnose se na opća društvena pravila o definiranju odnosa u natjecanju, suradnji i tržištu. Time su neformalne institucije i veze (Fligstein ovdje misli na institucionalne prakse ukorijenjene u

(NE)STABILNI SVIJET

Kako vidimo iz reakcije hrvatskih regulatornih tijela (Hanfa, HNB, primjerice), na moguću krizu u Agrokoru prošlih godina nitko se od njih nije osjećao pozvanim da je pravodobno identificira i alarmira širu javnost o njoj. To upozorava na niz deficita u institucijama koje bi trebale pratiti razvoj tvrtki te njihov ponašanje u natjecanju i suradnji na tržištu. Time su neformalne institucije i veze (Fligstein ovdje misli na institucionalne prakse ukorijenjene u

organizacijama kao što su rutine ili određeni prijenosni mehanizmi), bile odlučujuće i za identifikaciju krize, ali i za djelovanje tima koji je radio od početka na njegovu spašavanju. Agrokor je, zahvaljujući ostvarenoj ekonomskoj i političkoj moći, stalno djelovao na održavanju “stabilnoga svijeta” za svoj razvoj. Fligstein podsjeća također da je potreba tvrtki za održavanjem “stabilnih uvjeta poslovanja” usko povezana s njihovom “svrhom djelovanja” i “koncepcijom kontrole” tržišta i okoline. On ističe: “Svrha djelovanja na danome tržištu jest stvaranje i održavanje stabilnih svjetova - uzduž i poprijeko, kako bi tvrtke preživjele. Koncepcije kontrole odnose se na razumijevanja koja strukturiraju percepcije o tome kako zapravo tržište radi, što omogućuje sudionicima da na određeni način interpretiraju njihov svijet i djeluju u smjeru kontrole situacija. Koncepcija kontrole je istodobno pogled na svijet koji omogućuje sudionicima interpretaciju djelovanja drugih sudionika i refleksiju o načinima strukturalne tržišta. Koncepcije kontrole odražavaju tržišne specifične ugovore između sudionika unutar tvrtki o načelima unutarnje organizacije (npr., koji tip hijerarhije stvoriti...), taktikama natjecanja ili suradnje te o hijerarhijskom ili statusnom poretku na datome tržištu. Određena koncepcija kontrole može se promatrati i kao ‘lokalno znanje...’” (Fligstein, 1996., 658).

Pravila razmjene sa svoje strane definiraju tko s kime može obavljati transakcije i uvjete pod kojima se one obavljaju. Ova pravila tiču se isporuke robe, naplate računa, osiguranja, novčane razmjene te osiguranja poštovanja ugovora. Kao i kod prethodnih institucija, i ovdje je važna uloga države, osobito kod stvaranja i osiguravanja poštovanja pravila

razmjene (tema je to koja uvijek završi na analizi neučinkovitosti hrvatskoga sudstva u gospodarskim sporovima). Kao što smo vidjeli, kriza u Agrokoru započela je onoga trenutka kada su autoritarni i zastarjeli način upravljanja i organizacije (bez javne vlasništva putem jamne ponude dionica) te preskupo financiranje počeli gubiti bitku sa stranom konkurencijom na hrvatskome i regionalnim tržištima. S druge strane, “financijska poluga” spasa očekivana od države neformalnim kanalima je izostala jer je vladajuća koalicija (HDZ, Most) shvatila: a) da takva pomoć više nema ni stručni ni politički legitimitet u javnosti; b) da je ona posve suprotna ideji naumljene stabilizacije državnih finacija. Agrokorov “stabilni svijet” u okolini poduzeća raspršio se kao mjehur od sapunice - preko noći! Kako nas uči i iskustvo drugih država, zakoni i prihvaćene (poslovne) prakse često odražavaju interese najorganiziranijih snaga u društvu. A te skupine podržavaju cjelokupnu transformaciju institucija samo pod kriznim uvjetima kao što su rat, ekonomska depresija ili ropast države. Jesmo li upravo danas u takvoj situaciji i jesu li nositelji “ukorijenjenih interesa” spremni na kompromise s onima tko će ponuditi novu reformu institucija koje omogućuju tržišnim sudionicima da se organiziraju, natječu i surađuju te razmjenjuju vrijednosti na pošten način: n a temelju tržišnih sposobnosti, a ne neformalnih mreža? I na kraju, još jedna važna stvar - odakle će doći sudionici/nositelji takve nove institucionalne reforme: iz redova etabliranih političkih stranaka ili iz novih političkih skupina, na čijem putu do vlasti reforme tržišnih institucija (pa čak ni državotvorstvo za 21. stoljeće) nisu tema dostojna spomena. ■