

© Ventil 14(2008)/6. Tiskano v Sloveniji. Vse pravice pridržane.
© Ventil 14(2008)/6. Printed in Slovenia. All rights reserved.

Impresum

Internet:
<http://www.fs.uni-lj.si/ventil/>

e-mail:
ventil@fs.uni-lj.si

ISSN 1318-7279
UDK 62-82 + 62-85 + 62-31/33 + 681.523 (497.12)

VENTIL – revija za fluidno tehniko, avtomatizacijo in mehatroniko
– Journal for Fluid Power, Automation and Mechatronics

Letnik	14	Volume
Letnica	2008	Year
Številka	6	Number

Revija je skupno glasilo Slovenskega društva za fluidno tehniko in Fluidne tehnike pri Združenju kovinske industrije Gospodarske zbornice Slovenije. Izhaja šestkrat letno.

Ustanovitelj:
SDFT in GZS – ZKI-FT

Izdajatelj:
Univerza v Ljubljani, Fakulteta za strojništvo

Glavni in odgovorni urednik:
prof. dr. Janez TUŠEK

Pomočnik urednika:
mag. Anton STUŠEK

Tehnični urednik:
Roman PUTRIH

Znanstveno-strokovni svet:
doc. dr. Maja ATANASIJEVIČ-KUNC, FE Ljubljana
izr. prof. dr. Ivan BAJSIČ, FS Ljubljana
doc. dr. Andrej BOMBAC, FS Ljubljana
izr. prof. dr. Peter BUTALA, FS Ljubljana
prof. dr. Aleksander CZINKI, Fachhochschule
Aschaffenburg, ZR Nemčija
doc. dr. Edvard DETIČEK, FS Maribor
izr. prof. dr. Janez DIACI, FS Ljubljana
prof. dr. Jože DUHOVNIK, FS Ljubljana
doc. dr. Niko HERAKOVIČ, FS Ljubljana
mag. Franc JEROMEN, GZS – ZKI-FT
doc. dr. Roman KAMNIK, FE Ljubljana
prof. dr. Peter KOPACEK, TU Dunaj, Avstrija
mag. Milan KOPAC, KLADIVAR Žiri
doc. dr. Darko LOVREC, FS Maribor
izr. prof. dr. Santiago T. PUENTE MÉNDEZ, University of
Alicante, Španija
prof. dr. Hubertus MURRENHOFF, RWTH Aachen,
ZR Nemčija
prof. dr. Takayoshi MUTO, Gifu University, Japonska
prof. dr. Gojko NIKOLIĆ, Univerza v Zagrebu, Hrvaška
izr. prof. dr. Dragica NOE, FS Ljubljana
doc. dr. Jože PEZDIRNIK, FS Ljubljana
Martin PIVK, univ. dipl. inž., Šola za strojništvo,
Škofja Loka
izr. prof. dr. Alojz SLUGA, FS Ljubljana
prof. dr. Brane SIROK, FS Ljubljana
prof. dr. Janez TUŠEK, FS Ljubljana
prof. dr. Hironao YAMADA, Gifu University, Japonska

Oblikovanje naslovnice:
Miloš NAROBÉ

Oblikovanje oglasov:
Barbara KODRÚN

Lektoriranje:
Marjeta HUMAR, prof.; Paul McGuinness

Računalniška obdelava in grafična priprava za tisk:
LITTERA PICTA, d. o. o., Ljubljana

Tisk:
LITTERA PICTA, d. o. o., Ljubljana

Marketing in distribucija:
Roman PUTRIH

Naslov izdajatelja in uredništva:
UL, Fakulteta za strojništvo – Uredništvo revije VENTIL
Aškerčeva 6, POB 394, 1000 Ljubljana
Telefon: + (0) 1 4771-704, faks: + (0) 1 2518-567 in
+ (0) 1 4771-772

Naklada:
1 500 izvodov

Cena:
4,00 EUR – letna naročnina 19,00 EUR

Revijo sofinancira Javna agencija za raziskovalno
dejavnost Republike Slovenije

Revija Ventil je indeksirana v podatkovni bazi INSPEC.

Na podlagi 25. člena Zakona o davku na dodano
vrednost spada revija med izdelke, za katere se plačuje
8,5-odstotni davek na dodano vrednost.

Finančna kriza in napoved gospodarske recesije

Ob nenadnem izbruhu finančne krize v najbolj razvitih delih sveta in ob napovedi, da nam sledi še gospodarska recesija, se mnogi sprašujejo, kako ravnati in kako preživeti ob zmanjšanju prodaje in izgubi trga. Ta vprašanja se pojavljajo v gospodarskih družbah, med samostojnimi podjetniki in vsemi tistimi, ki delajo za trg. Pri vseh drugih, ki so pripeti na državne jasli, pa takšnih skrbi ne zasledimo. Ob tem pa je treba zelo jasno povedati, da je prav industrija tista dejavnost, ki je po eni strani gonilna sila razvoja in napredka ter posledično blagostanja in po drugi največja žrtev kriznih časov. Lahko celo zapišemo, da industrija v času, ko v svetu vlada konjunktura, skrbi za standard vseh državljanov. V času krize in recesije pa se mora prav industrija prva in pogostokrat tudi edina prilagajati krizi in recesiji, zmanjševati zaposlenost z odpuščanjem delavcev, zniževati plače, krčiti stroške obratovanja in pri tem še povečevati produktivnost. Spomnimo se samo začetka devetdesetih let, ko smo se odločili za samostojnost. Takrat je naša industrija izgubila večino trga in se morala prilagoditi na novo situacijo. Mnogo zaposlenih je izgubilo službo, in to skoraj izključno v industriji. Ali je bilo takrat v državni upravi, na bankah, fakultetah ali drugih šolah, v policiji ali vojski ali pa v kakšni kulturni ustanovi kaj presežka delavcev. Ali je mogoče, da se to vedno dogodi samo industriji. Verjetno pa bo podobna situacija tudi sedaj, če bo prišlo do resne recesije.

Iz zgodovine človeštva je poznano, da se dobri in slabi časi menjavajo, da so obdobja razvoja in razcveta in obdobja krize. Poznan je pregovor o sedmih letih suhih in debelih krav. Pametni se v času krize izobražujejo, kujejo nove ideje, jih uresničujejo in skušajo posodobiti dejavnost, pridobiti nove trge in optimirati svojo proizvodnjo. Zavedati se moramo, da v hudih časih preživijo le najbolj trdoživi.

V sredstvih javnega obveščanja, v različnih strokovnih in poljudnih revijah ter časopisih lahko zasledimo številne nasvete in priporočila, kako v primeru recesije ravnati v podjetjih. Ti nasveti so teoretični in so od objave do objave skoraj podobni. V enem od slovenskih tednikov smo te dni prebrali tri nasvete za prebroditev krize. Ti so sicer pravilni in so sprejemljivi za večino podjetij in jim s svetovalnega vidika ni mogoče oporekati. Toda kljub temu so splošni, teoretični ali pa celo akademski, brez poznavanja resničnih praktičnih primerov.

Po naši oceni čarobne palice ni.

V kriznih časih je pač treba varčevati na vsakem koraku, pri vsakem strošku in z dobavitelji doseči nižje cene ali pa odlog plačil. V podjetju je med zaposlenimi treba doseči, da se dela racionalno, bolj učinkovito, da se varčuje pri materialu in energiji, da vsak sodelavec išče pri sebi izboljšave in nove stranke, skuša doseči več naročil. Od zaposlenih se zahteva več strpnosti do sodelavcev in strank. Pri strankah in kupcih se skuša doseči višja cena. Vsi zaposleni, in ne samo vodstvo, morajo pozitivno pristopiti k reševanju podjetja. Edina praktična nasveta sta samo dva: iskati nove trge in posodobiti produkte ter storitve, da bodo za trg zanimivi. Vsi drugi nasveti so dolgoročno neuporabni. Seveda je tudi varčevanje učinkovit ukrep, toda dolgoročno samo ta ukrep ne prinaša rešitve.

Prav gotovo je najtežje pri zaposlenih doseči razumevanje kritične situacije za podjetje. Mislim, da mora vodstvo svojim sodelavcem natočiti čistega vina. Seznaniti jih mora z resničnimi podatki brez slepenja ali zavajanja. Slovenci smo poznani po tem, da smo strpni in razumni, če smo seznanjeni z resnico, da tudi še tako slabo situacijo sprejmemo in smo se pripravljeni soočiti z njo, pripravljeni smo jo tudi skupaj reševati, če smo prepričani, da smo pošteno informirani.

Janez Tušek