

Kako poročati delavskim svetom o uspehih in neuspehih podjetja

Dobiček je razlika med doseženo prodajno ceno izdelka in njegovo lastno ceno. Toda samo, kadar gre za posamezno prodajo. Če pa gledamo na podjetje kot celoto, je dobiček razlika med skupnimi dohodki, ki jih je podjetje doseglo od vseh prodaj v nekem obdobju in skupnimi stroški, ki jih je imelo pri izdelavi prodanih izdelkov ali storjenih uslug.

Dobiček podjetja je lahko enomesečen, trimesečen, polletni ali letni. Seveda, če smo pri nekem izdelku imeli dobiček, pri drugem pa izgubo, to se pravi, da je njegovo lastna cena bila večja od prodajne, tedaj ne moremo vzeti za dobiček podjetja samo vsoto posameznih dobičkov, ne da bi pri tem upoštevali tudi prodajo, pri kateri smo imeli izgubo. To pomeni, da moramo od skupnega dobička odšteti vso nastalo izgubo.

Važno je, kako smo prišli do dobička

V nekem obdobju pa ne more biti dobiček podjetja samo rezultat posameznih dobičkov. Lahko je povečan še z izrednimi dohodki ali z zmanjšanjem rednih izdatkov.

Podjetje je na primer v pogodbi z drugim podjetjem določilo, da mora to podjetje v primeru, če ne bo pogodbe v določenem roku izvršilo, plačati ustrezajočo penalo (kazni). Če kupec ne plača pravočasno svojega dolga za blago, ki ga je prejel, se lahko v pogodbi določijo zamudne obresti. Take obresti se tudi vnašajo v skupni dohodek in večajo dobiček.

Razen izrednih dohodkov ima podjetje lahko tudi izredne izdatke, ki se ne vnašajo v kalkulacijo posameznih izdelkov in ki lahko zmanjšajo skupni dohodek in s tem tudi dobiček. Tako se na primer lahko zgodi, da neko podjetje ne plača izrednega blaga, ker je prišlo v likvidacijo, ali pa da so pri popisu surovin in materiala ugotovili v podjetju primanjkljaj. Tak primanjkljaj se praviloma piše v breme krivca, so pa tudi primeri, da nastane primanjkljaj brez krivde posameznika. V takem primeru se skupni dohodek zmanjša za toliko, kolikor znaša primanjkljaj.

Kadar torej v podjetju razpravljamo o dobičku, ki smo ga dosegli v določenem obdobju, ni zadosti, če samo ugotovimo, da smo dosegli določeno višino dobička in da je na primer v primerjavi s prejšnjim obdobjem ta dobiček za toliko večji ali manjši. Treba je v prvi vrsti ugotoviti, kako smo dosegli dobiček, pri katerih izdelkih in v kakšni višini pri posameznih izdelkih, ter zakaj je bil dobiček povečan ali zmanjšan. V vsakem primeru pa moramo pri ugotavljanju dobička upoštevati tudi izredne dohodke in izredne izdatke. Osnovna naša pozornost pa mora biti obrnjena na dobiček, ki smo ga dosegli pri posameznem izdelku.

Analiza dobička po izdelkih

Če na primer podjetje serijsko izdeluje štiri vrste izdelkov: A, B, C in D in doseže pri izdelku A 200 din, pri izdelku B 450 din, pri izdelku C pa 120 din dobič-

ka, med tem ko ima pri izdelku D 50 din izgube, tedaj moramo najprej ugotoviti, kolikšna je lastna cena vsakega proizvoda. Kolikšen je dobiček v razmerju z lastno ceno. Kajti ni vseeno, ali imamo 100 din dobička pri izdelku, čigar lastna cena znaša 2000 din, ali pa pri izdelku, ki mu je lastna cena 200 din. V prvem primeru imamo na lastno ceno komaj 5% dobička (100 din predstavlja 5% od 2000), v drugem primeru pa imamo 50% dobička, ker 100 v odnosu na 200 predstavlja 50%.

Razmerja med dobički in lastnimi cenami teh izdelkov so naslednji:

Proizvod	Lastna cena	Dobiček	Razmerje v %
A	1.000	250	20 %
B	45.000	450	1 %
C	200	120	60 %
D	2.500	-50	-2 %

Sele tako gledana razmerja nam lahko odkrijejo, kateri proizvod je treba bolj pospeševati. V našem primeru je najbolj rentabilen proizvod C, pri katerem imamo na 200 din lastne cene

120 din dobička ali 60 %. Najmanj rentabilen je proizvod D, pri katerem imamo pri vsakem kosu 50 din izgube. No, tudi proizvod B, pri katerem imamo sicer 450 din dobička po enoti proizvoda, ni ravno rentabilen, ker ta dobiček dosežemo pri 45 tisoč din lastne cene.

Ves ta primer je precej preprosto postavljen, zato ne moremo samo po analizi omenjenih podatkov zavzeti določenega stališča glede nadaljnje proizvodnje nekaterih predmetov. Posamezna proizvodnja je namreč lahko pogojena s hkratno proizvodnjo drugih izdelkov. Vprašanje obsega proizvodnje posameznih predmetov je lahko pogojeno tudi z določenimi napravami in delovno silo. No, v vsakem primeru je treba ugotoviti vzroke takih odstopanj, ker le tako lahko storimo potrebne ukrepe za odstranitev neskladnosti.

Primer, ki smo ga navedli, kaže serijsko izdelovanje 4 predmetov. Drugače pa mora biti prikaz, če gre za proizvode po naročilu. Čeprav gre za dosego

večjega dobička, pa so ukrepi, ki jih je treba storiti, dostikrat zelo podobni.

Znižanje lastne cene ali dvig prodajne cene

Če so pogoji za izdelavo določenega predmeta taki, da jo je treba nadaljevati, tudi če imamo pri njem izgubo, ali pa samo neznamen dobiček, tedaj je treba najti ukrep, s katerim bomo to odstranili. V bistvu sta samo dve možnosti: znižanje lastne cene ali povečanje prodajne cene, če tržišče to dopušta. V naših razmerah je čisto možnost za povečanje prodajnih cen, toda edina ekonomska rešitev tega vprašanja je znižanje lastne cene. Samo tako zagotovimo sebi rentabilnost tudi za v prihodnje. Povečanje cen na tržišču ima lahko samo negativne posledice za pozneje, ko tržišče ne bo hotelo več priznati takih cen.

O znižanju lastne cene in o možnostih povečanja dobička bomo govorili v prihodnji številki, ko bomo obravnavali kalkulacijo in lastno ceno.

B. Race.

KAKO BOMO VOLILI DELAVSKE SVETE

Z zakonom, ki so ga izdali lansko leto, je bil mandat delavskih svetov, ki smo jih izvolili leta 1954, podaljšan do rednih volitev leta 1956. Po obstoječih predpisih bodo opravili nove volitve delavskih svetov po sprejetju zaključnih računov, najpozneje pa do konca marca tega leta. Volitve delavskih svetov in upravnih odborov se bodo vršile po odredbah navodil iz leta 1952. Toda da bi volitve uskladili s prakso, ki so jo osvojila že mnoga podjetja, so spremenili in dopolnili Navodila za volitve delavskih svetov in upravnih organov gospodarskih organizacij.

KAKŠNE SO TE SPREMEMBE

Problem obstoji že dalj časa. V podjetjih, ki imajo v svojem sklopu eno več obratnih ali poslovnih enot, so volili tudi take kandidate, ki jih niso dovolj poznali. Dostikrat so tisti obratniki, ki imajo več delavcev preglašovali obrate z manjšim številom delavcev. Težava so bile tudi pri odstavitvi posameznih članov delavskega sveta. O odstavitvi vsakega člana delavskega sveta je moral glasovati ves kolektiv, celo po nekaj tisoč delavcev. Zato je prišlo do spremembe Navodila iz leta 1952. Sedaj lahko v tistih velikih podjetjih, ki imajo več obratnih in poslovnih enot, volijo delavski svet tudi na drug način. Ustanovijo namreč lahko več volilnih enot in v vsaki volilno določeno število članov delavskega upravljanja. Isti postopek je tudi ob priliki odstavitve. S tem smo dosegli, da člani kolektiva volijo tiste kandidate, ki jih poznajo.

Druga sprememba zadeva volitve delavskega sveta po obratih ali poslovnih enotah. Praksa je že pokazala koristi obratnih

svetov, ki imajo v svojih podjetjih zelo važno vlogo. Navodilo predvideva, da se v tistih podjetjih, kjer je v pravih predvideno, lahko volijo v posameznih obratih ali poslovnih enotah posebne organe upravljanja. Za te volitve veljajo ista načela kakor za volitve delavskega sveta vsega podjetja.

NAJBISTVENEJŠE ODREDBE NAVODILA ZA VOLITVE DELAVSKIH SVETOV

Redne volitve se opravijo takoj, ko je sprejet zaključni račun, najkasneje pa do konca marca vsakega leta. V podjetjih, ki imajo manj ko 30 delavcev se volitve ne vršijo, temveč vsi člani kolektiva tvorijo delavski svet.

Volitve je treba razpisati najmanj 15 dni pred datumom volitev. Če ni s pravili drugače določeno, mora delavski svet določiti, koliko članov je treba izvoliti ter o tem obvestiti kolektiv in pristojni ljudski odbor.

Volilni spisek mora biti izpostavljen na vpogled kolektivu in vsakdo ima v roku treh dni pravico dati nanj svoje priporočila.

Volitve se vršijo po kandidatih, ki jih predloži sindikalna organizacija ali določeno število delavcev in uslužbencev. V podjetjih, ki imajo do 500 delavcev in uslužbencev, mora znašati število predlagalcev najmanj 10%, v nobenem primeru pa ne manj ko 5% od celotnega števila delavcev. V podjetjih pa, ki imajo več ko 500 delavcev in uslužbencev, mora število predlagalcev znašati vsaj toliko, kolikor znaša število članov delavskega sveta, ki ga bodo izvolili.

Prvo sejo novoizvoljenega delavskega sveta sklicuje predsed-

nik bivšega sveta najkasneje v petnajstih dneh po volitvah. Do izvolitve predsednika, ki je javna, vodi prvo sejo najstarejši član novoizvoljenega sveta. Na tej seji podajo poročilo o volitvah, potrdijo mandate članov delavskega sveta, podajo poročilo o zaključnem računu podjetja in izvolijo upravni odbor. S tem je končan ves proces volitev delavskih organov upravljanja v gospodarskih podjetjih.

xxx

Vse to, o čemer smo govorili, predstavlja samo tehnično stran volitev organov delavskega upravljanja. Toda mnogo bolj pomembna je politična stran volitev. Predvolilno aktivnost je treba izkoristiti tudi za seznanjanje delavcev z nalogami, ki jih imajo kolektivi v zvezi z izvajanjem naše nove ekonomske politike in zaključkov, sprejetih na plenumu zveznega odbora Socialistične zveze.

ZAGREB:

10.000 rednih slušateljev v treh letih

Delo delavske univerze v Zagrebu je začelo leta 1953 s tremi seminarji in 84 poslušalci. Že v naslednjem semestru je delovalo 61 seminarjev s 1.230 slušatelji, nato 77 seminarjev s 1.353 slušatelji, 105 seminarjev s 1.922 slušatelji in končno 136 seminarjev s 2.397 stalnih obiskovalcev. V sedanjem zimskem semestru deluje 150 seminarjev in klubov z nad 3.000 rednimi slušatelji. Ta statistika kaže, da je število stalnih slušateljev neprestano raslo, tako da jih je bilo po preteku nepolnih treh let skupaj okoli 10.000. To število pa bi se povečalo še za eno četrtino, če bi upoštevali tudi tiste, ki iz objektivnih razlogov niso mogli redno obiskovati seminarjev.

Razen tega je delavska univerza organizirala niz ciklusov predavanj v zagrebiških podjetjih katerih vodstva so domela koristiti sistematičnega izobraževanja, ki ga nudi Delavska univerza, stalno medsejajo za njeno pomoč. Nekatera podjetja so privedla strokovne, ekonomske in splošne seminarje. V podjetju »Zagrebski električni tramvaj« deluje 5 seminarjev Delavske univerze.

Na obvladovanju ekonomskega programa deluje 37 seminarjev s 1000 ljudmi. Podjetja zahtevajo še več ekonomskih seminarjev, toda zaradi pomanjkanja predavateljev jim ni mogoče ustreči.

Čeprav že zdaj deluje 42 seminarjev za strokovno izobraževanje, mnoga podjetja kljub temu čakajo na vrsto, ker se 40 ljudi ne more angažirati še več, kakor delajo že zdaj. Ti seminarji trajajo 9 mesecev in predstavljajo pravo strokovno šolo izobraževanja delavcev.

Pri splošnem izobraževanju delavcev deluje 63 seminarjev. Tu je treba poudariti zlasti seminarje družbenega izobraževanja, ki zajemajo niz splošnih ved.

Lahko rečemo, da je odšla Delavska univerza v Zagrebu precej v širino in da nudi delavcem toliko, do česar lahko govorimo o stalnem sistemu dopolnilnega izobraževanja. S tem v zvezi leži na vseh treh sredstvih Delavske univerze v Zagrebu ogromna naloga, da prerastejo v organizirane institucije, v katerih bodo skladno reševali vse probleme procesa kvalitetnega izobraževanja. Število 5000 stalnih slušateljev v letošnjem letu jih namreč obvezuje k temu.

M. N.



Prizor z lanskimi volitvami delavskih svetov