

VIŠJA STROKOVNA ŠOLA ACADEMIA MARIBOR

DIPLOMSKO DELO

**ZADOVOLJSTVO STRANK S STORITVAMI
RAČUNOVODSKEGA SERVISA XXX**

**Kandidatka: Liljana Aetovič
Študentka: študij ob delu
Številka indeksa: 11190122871
Program: računovodja
Mentor: dr. Vlasta Črčinovič Krofič**

Maribor, september, 2009

IZJAVA O AVTORSTVU DIPLOMSKE NALOGE

Podpisana Liljana Aetović, št. indeksa 11190122871, sem avtorica diplomske naloge z naslovom Zadovoljstvo strank s storitvami računovodskega servisa xxx,

ki sem jo napisala pod mentorstvom dr. Vlaste Črčinovič Krofič.

S svojim podpisom zagotavljam, da:

- je predložena diplomska naloga izključno rezultat mojega dela.
- sem poskrbel/a, da so dela in mnenja drugih avtorjev, ki jih uporabljam v predloženi nalogi, navedena oz. citirana skladno s pravili Višje strokovne šole Academia.
- se zavedam, da je plagiatorstvo – predstavljanje tujih del oz. misli, kot moje lastne – kaznivo po Zakonu o avtorskih in sorodnih pravicah; UL št. 16/2007; (v nadaljevanju ZASP), prekršek pa podleže tudi ukrepom VSS Academia skladno z njenimi pravili.
- Skladno z 32. členom ZASP dovoljujem VSS Academia objavo diplomske naloge na spletnem portalu šole.

Maribor, 4. 9. 2009

Podpis študenta:

ZAHVALA

Za pomoč in koristne nasvete pri izdelavi diplomskega dela bi se zahvalila mentorici dr. Vlasti Črčinovič Krofič.

Hkrati bi se zahvalila ravnateljici šole magistri Mirjani Ivanuša Bezjak za pomoč in vzpodbudo pri pisanju diplomske naloge.

Za lektoriranje naloge bi se zahvalila Tini Baumhagl.

Posebna zahvala gre računovodskemu servisu xxx, ki mi je omogočil anketiranje in njihovim strankam za čas in trud pri izpolnjevanju anketnega vprašalnika.

Ob enem bi se rada zahvalila vsem profesorjem Academie, ki so me poučevali v času izobraževanja.

Iskreno bi se zahvalila svojim najbližjim za podporo in motivacijo pri uresničevanju svojega osebnega cilja. Posebej hvala moji nečakinji Tjaši za pomoč pri oblikovanju diplomske naloge.

POVZETEK

V diplomski nalogi smo se odločili raziskati zadovoljstvo strank s storitvami računovodskega servisa xxx. Ključ do ciljnega uspeha poslovanja vsakega podjetja je izključno bistvo stranka. Tega pomena se zaveda vedno več organizacij.

Stranke računovodskega servisa vedno več informacij o storitvah pridobijo iz medijev, od znancev, prijateljev, iz raznih oglasnih materialov in interneta. To pomeni, da imajo na globalnem trgu možnost izbire. Glede na navedeno so postale stranke zahtevnejše, izbirčnejše in previdnejše pri izbiri računovodskega servisa.

Zaradi ciljno večjih pričakovanj strank mora računovodski servis natančno spoznati njihove potrebe, želje in pričakovanja. Samo pravilno ravnanje s strankami ohranja njihovo zadovoljstvo in zvestobo v računovodskem servisu.

V teoretičnem delu diplomske naloge bomo predstavili značilnosti ponudbe računovodskega servisa, ob tem bomo definirali pojem računovodstvo, nato pa bomo pojasnili zahteve strank. V raziskovalnem delu diplomske naloge bodo predstavljeni rezultati ankete, izvedeni na podlagi anketnega vprašalnika, ki so ga izpolnjevale stranke računovodskega servisa xxx. Rezultati ankete bodo posredovani vodstvu zaradi vpogleda v rezultate ankete in uporabe le teh v praktične namene.

KLJUČNE BESEDE: računovodski servis, računovodenje, računovodsko svetovanje, davčno svetovanje, predpisi.

ABSTRAKT

We decided to focus this Diploma Thesis on client's satisfaction with the services provided by their Accounting Firm xxx. Key to successful business operation of each and every company lies exclusively in the hands of its customers. More and more organizations are coming to this conclusion.

Clients using services of different accounting firms obtain more and more information about those services from media, acquaintances, friends, advertising materials and internet. Better informed individuals have more options to choose from in the global market. Therefore clients have become more demanding, selective and careful in choosing their accounting firm.

Considering greater expectations of clients it's upon the accounting firm to determine client's need, wishes and expectations in their detail. Clients' satisfaction and loyalty to their accounting firm can therefore only be obtained by proper management and operation.

Theoretical part of the Thesis presents typical characteristics of services offered by the accounting firm, through that we defined the term accountancy and we continued with explanation of clients' requirements and demands. Research part of the Thesis includes presentation of the results of conducted survey, based on the questionnaire, filled by the clients of the Accounting Firm xxx. Results of surveys are going to be handed over to the management of Accounting Firm, as they will ensure better insight and understanding of their clients.

KEY WORDS: Accounting Firm, Accountancy, Accounting Counselling, Tax Counselling, Regulations.

KAZALO

1 UVOD.....	9
1.1 <i>Opredelitev obravnavane teme.....</i>	9
1.2 <i>Namen, cilji in osnovne trditve diplomskega dela.....</i>	9
1.3 <i>Predpostavke in omejitve.....</i>	10
1.4 <i>Predvidene metode raziskovanja.....</i>	10
2 ZNAČILNOSTI PONUDBE RAČUNOVODSKIH	
SERVISOV.....	11
2.1 <i>Računovodska storitev zajema.....</i>	11
2.2 <i>Prednosti in slabosti za notranje ali zunanje računovodstvo servisa.....</i>	12
2.3 <i>Storitve, ki jih nudi računovodski servis xxx.....</i>	12
2.4 <i>Cene storitev računovodskega servisa.....</i>	14
2.5 <i>Težave računovodskih servisov.....</i>	15
3 ZAHTEVE STRANK RAČUNOVODSKEGA SERVISA.....	16
3.1 <i>Pričakovanja strank.....</i>	17
4 RAZISKAVA ZADOVOLJSTVA STRANK Z	
RAČUNOVODSKIM SERVISOM XXX.....	18
4.1 <i>Namen in cilj raziskave.....</i>	18
4.2 <i>Opis vprašalnika.....</i>	18
4.3 <i>Izvedba anketiranja.....</i>	19
4.4 <i>Analiza rezultatov in ugotovitve.....</i>	19
4.5 <i>Statistika ankete.....</i>	35
5 ZAKLJUČNE MISLI IN KRITIČNI PREGLED.....	36
6 SEZNAM LITERATURE IN VIROV.....	37
7 PRILOGA.....	38

KAZALO TABEL

Tabela 1: Zadovoljstvo strank z lokacijo računovodskega servisa.....	19
Tabela 2: Zadovoljstvo strank z možnim parkirnim mestom v bližini računovodskega servisa.....	20
Tabela 3: Zadovoljstvo strank z delovnim časom računovodskega servisa.....	21
Tabela 4: Zadovoljstvo strank z lepo urejenim delovnim prostorom podjetja.....	21
Tabela 5: Zadovoljstvo strank s prijaznim nasmehom in lepim pozdravom s strani zaposlenih v računovodskem servisu.....	22
Tabela 6: Zadovoljstvo strank z rokovanjem zaposlenih ob vstopu v računovodskem servisu.....	23
Tabela 7: Zadovoljstvo strank z ustrezno ceno storitve računovodskega servisa.....	23
Tabela 8: Zadovoljstvo strank z informiranjem spletne strani, ki jo nudi podjetje.....	24
Tabela 9: Zadovoljstvo strank s profesionalnim odnosom in urejenostjo zaposlenih v računovodskem servisu.....	25
Tabela 10: Zadovoljstvo strank z ustrezno izobrazbo in strokovno usposobljenostjo zaposlenih.....	26
Tabela 11: Zadovoljstvo strank z odgovornostjo in doslednostjo zaposlenih in zaupno obravnavanje predložene dokumentacije.....	27
Tabela 12: Zadovoljstvo strank z opravljenim pravočasnim, kakovostnim in natančnim delom brez bistvenih napak s strani računovodskega servisa.....	28
Tabela 13: Zadovoljstvo strank z računovodskim servisom, ki je vedno dosegljiv za odgovore na vprašanja: po telefonu, po elektronski pošti in osebno.....	29
Tabela 14: Stranke v računovodski servis prinašajo dokumentacijo osebno.....	29
Tabela 15: Stranke dokumentacijo pošiljajo po pošti.....	30
Tabela 16: Priporočanje računovodskega servisa znancu, prijatelju.....	31
Tabela 17: Stranka prihaja v računovodski servis na vsakih:	31
Tabela 18: Stranka računovodskega servisa sem že:	32
Tabela 19: Spol stranke.....	33
Tabela 20: Starost stranke.....	33
Tabela 21: Dokončana izobrazba stranke.....	34

KAZALO GRAFOV

Graf 1: Zadovoljstvo strank z lokacijo računovodskega servisa.....	20
Graf 2: Zadovoljstvo strank z možnim parkirnim mestom v bližini računovodskega servisa.....	20
Graf 3: Zadovoljstvo strank z delovnim časom računovodskega servisa.....	21
Graf 4: Zadovoljstvo strank z lepo urejenim delovnim prostorom podjetja.....	22
Graf 5: Zadovoljstvo strank s prijaznim nasmehom in lepim pozdravom s strani zaposlenih v računovodskem servisu.....	22
Graf 6: Zadovoljstvo strank z rokovanjem zaposlenih ob vstopu v računovodski servis.....	23
Graf 7: Zadovoljstvo strank z ustrezno ceno storitve računovodskega servisa.....	24
Graf 8: Zadovoljstvo strank z informiranjem spletne strani, ki jo nudi podjetje....	25
Graf 9: Zadovoljstvo strank s profesionalnim odnosom in urejenostjo zaposlenih v računovodskem servisu.....	26
Graf 10: Zadovoljstvo strank z ustrezno izobrazbo in strokovno usposobljenostjo zaposlenih.....	26
Graf 11: Zadovoljstvo strank z odgovornostjo in doslednostjo zaposlenih in zaupno obravnavanje predložene dokumentacije.....	27
Graf 12: Zadovoljstvo strank z opravljenim pravočasnim, kakovostnim in natančnim delom brez bistvenih napak s strani računovodskega servisa...	28
Graf 13: Zadovoljstvo strank z računovodskim servisom, ki je vedno dosegljiv za odgovore na vprašanja po telefonu, po elektronski pošti in osebno.....	29
Graf 14: Stranke v računovodski servis prinašajo dokumentacijo osebno.....	30
Graf 15: Stranke dokumentacijo pošiljajo po pošti.....	30
Graf 16: Priporočanje računovodskega servisa znancu, prijatelju.....	31
Graf 17: Stranka prihaja v računovodski servis na vsakih:	32
Graf 18: Stranka računovodskega servisa sem že:	32
Graf 19: Spol stranke.....	33
Graf 20: Starost stranke.....	33
Graf 21: Dokončana izobrazba stranke.....	34

1 UVOD

1.1 Opredelitev obravnavane teme

V današnjem času se srečujemo s konkurenco med posameznimi računovodskimi podjetji. Ta skušajo čim boljše poslovati oziroma nuditi kar najboljše storitve svojim strankam oziroma odjemalcem.

Da bi lažje vzpostavili dobre poslovne odnose, je zelo pomembna komunikacija, ki je tudi sestavni del našega vsakdanjega življenja.

Podjetja, ki so usmerjena h končnemu potrošniku in poznajo njihova pričakovanja in potrebe, lažje medsebojno sodelujejo in poslujejo. Naročniki računovodskega servisa želijo biti čim bolj informirani. Zahtevnost vodenja poslovnih knjig je odvisna od dobrega poznavanja računovodske stroke.

Problem, ki bi ga izpostavili, je ta, da nekatere stranke računovodskih servisov slabo poznajo računovodske in davčne predpise, zaradi česar so premalo informirane. Podjetja, ki se ukvarjajo z računovodskimi storitvami, svoje stranke različno obravnavajo in informirajo, kar lahko vpliva na zadovoljstvo strank s ponudbo poslovanja računovodskega servisa.

1.2 Namen, cilji in osnovne trditve diplomskega dela

Namen diplomskega dela je ugotoviti splošno mnenje in pridobiti informacije o zadovoljstvu strank z izbranim računovodskim servisom. Ugotoviti želimo, kateri dejavniki najbolj vplivajo na zvestobo strank, kako so stranke zadovoljne s ponudbo storitev, in ali zaupajo računovodskemu servisu vodenje poslovnih knjig.

Predpostavljamo, da podjetja, ki gradijo na dolgoročnem uspešnem odnosu s svojimi že obstoječimi strankami, pridobijo nove stranke zaradi tega, ker se o podjetju širi dober glas, zato ni potrebno vlagati veliko dodatnega truda za pridobivanje novih strank.

Na osnovi spoznanja želimo predstaviti pomen vloge zadovoljstva strank, ki je ključ do odličnega vodenja računovodskih storitev.

Cilj diplomskega dela je izvesti anketo med strankami računovodskega servisa, anketni vprašalnik analizirati in primerjati rezultate.

Predpostavljamo, da bi na podlagi ugotovitev lahko izboljšali poslovanje v računovodskem servisu, spoznali naše prednosti oz. pozitivne lastnosti, ki jih nudimo naročnikom in odpravili morebitne nevšečnosti ali pomanjkljivosti.

Ugotoviti želimo:

- kako so stranke zadovoljne z lokacijo, urejenostjo parkirnih mest, delovnim časom, delovnim prostorom;
- kako so zadovoljne s ponudbo, ceno, z računovodskim osebjem, z opravljenim strokovnim delom;
- kateri dejavniki vplivajo na zvestobo strank;
- kako vplivajo medsebojni poslovni odnosi na zadovoljstvo strank.

1.3 Predpostavke in omejitve

Pri pisanju diplomske naloge predpostavljamo naslednje:

- iskrenost anketirancev pri podajanju svojih mnenj;
- stranke se same svobodno odločajo o izbiri računovodskih servisov;
- stranke postajajo vse bolj zahtevnejše;
- na zvestobo strank najbolj vplivata ponudba in prijazno osebje.

Trditve:

- komunikacija med računovodjo in stranko je ključni dejavnik pri sklenitvi pogodbe med njima;
- komunikacija med računovodjo in stranko je pomemben dejavnik pri pridobivanju novih strank, pridobljenih s strani priporočil že obstoječe stranke;
- nezadovoljne stranke začnejo iskati nove ponudbe računovodskih storitev;
- stranke želijo resničnost in poštenost navedenih podatkov v računovodskih poročilih, izkazih;
- stranke želijo dosegljivost računovodstva za morebitne informacije in svetovanje;
- konkurenca v računovodstvu je vse pogostejša, zato so se računovodski servisi tudi prisiljeni »boriti« za že obstoječe stranke.

Omejitve:

- V raziskavo je vključeno le eno podjetje, v katerem smo opravljali obvezno prakso, ki je zajemala 400 delavnih ur. Zaradi varovanja podatkov je to podjetje v diplomski nalogi imenovano kot podjetje xxx.
- V okviru podjetja smo se omejili na zadovoljstvo in zvestobo obstoječih strank.

1.4 Predvidene metode raziskovanja

Metoda dela, ki je uporabljena pri pisanju diplomskega dela, je osebno anketiranje, saj omogoča dobro kontrolo samega poteka anketiranja. Na ta način smo dobili najmanj nepopolnih in manjkajočih odgovorov.

Anketni vprašalnik so izpolnjevale stranke računovodskega servisa xxx.

Anketni vprašalnik je anonimen. Uporabili smo strukturirani tip spraševanja.

Za odgovore na sestavljena kratka vprašanja stranke niso porabile mnogo časa. Vprašanja so zastavljena tako, da smo pridobili dovolj informacij za zbiranje podatkov o zadovoljstvu strank.

Zbrane podatke iz anketnega vprašalnika smo statistično obdelali. Rezultati so razloženi ter tabelarično in grafično prikazani. V teoretičnem delu smo uporabili opisno ali deskriptivno metodo, in sicer tako, da smo proučili domačo in tujo strokovno literaturo ter podatke poiskali na spletnih straneh, v revijah in strokovnih člankih.

Na osnovi raziskave bomo vodstvu podjetju xxx posredovali zaključke, ter pripravili predloge za izboljšavo konkurenčnosti, ki je ključno vodilo pri zagotavljanju zadovoljstva strank.

2 ZNAČILNOSTI PONUDBE RAČUNOVODSKEGA SERVISA

Računovodstvo je dejavnost vrednostnega (v denarni merski enoti) spremljanja in poučevanja pojavov, ki so povezani s poslovanjem kakega poslovnega sistema (Hočevar, Igličar, Zaman, 2001, 17). Pomembno je tudi poslovodno računovodstvo, ker zbira nevtralne podatke stroškovnega in finančnega računovodstva ter jih prevaja v informacije za poslovno odločanje.

Računovodski servisi imajo lahko različne nazive, na primer: knjigovodske storitve, knjigovodski servis, knjigovodski center, računovodski biro, računovodstvo in svetovanje, računovodski inženiring, finančne in računovodske storitve in podobno. Kljub pestri paleti formalnih nazivov opravljajo vsi temeljno dejavnost knjigovodenja za druge fizične ali pravne osebe (Koželj, 1995, 125).

Današnje poslovno okolje postaja vse bolj turbulentno, hitro spreminjajoče se, zato se v podjetjih vedno večji poudarek namenja procesu odločanja. Vsak dan se v podjetju sprejemajo odločitve, od katerih je odvisna uspešnost in učinkovitost poslovanja. Pomembno je, da so sprejete pravilne odločitve, in to ob pravem času. Le tako se bodo lahko dosegle rešitve, ki vodijo k želenim rezultatom (Kaše, Lipičnik, Mihelič & Zupan, 2007, 125).

Za sprejemanje tovrstnih odločitev poslovodje potrebujejo ustrezne informacije, pridobljene s strani računovodske službe, ki je organizirana znotraj ali zunaj podjetja. Računovodja, ki podatke preoblikuje v informacije, igra pomembno vlogo, saj navadno odloča o odločilnih informacijah. Računovodske informacije se uporabljajo na vseh stopnjah odločanja, in sicer na stopnji načrtovanja, izvajanja in nadziranja (Kavčič, Klobučar & Vidic, 2007, 5).

Potrebna znanja sodobnega računovodje lahko strnemo v naslednje štiri sklope (Kavčič in Mihelič, 2005, 20):

- poglobljeno strokovno znanje,
- splošna znanja (*ang. general business skills*),
- »mehka znanja« (*ang. soft skills*),
- informacijska znanja (*ang. information technology skills*).

2.1 Računovodska storitev zajema

❖ Knjigovodstvo

Knjigovodstvo je dokumentirano in strogo formalno evidentiranje vseh posameznih poslovnih procesov in stanj, zasnovano na popolnem in trajnem zbiranju ter ustaljenem časovnem in stvarnem urejanju podatkov, ki z uporabo denarne merske enote prikazuje celotno preteklo poslovanje poslovne celote.

❖ Računovodsko načrtovanje

Podjetje si postavi določene cilje, ki jih želi uresničiti za zadovoljstvo in uspeh organizacije. Da bi se lahko podjetje organiziralo, imelo določeno predstavo in pogled poslovanja samega podjetja, je potrebno načrtovanje. Razumljivo je, da se podjetnik srečuje z raznimi ovirami ali problemi, ki izhajajo iz okolja njegovega poslovanja. Pričakovana želja vsakega podjetnika je

poslovanje na čim bolj enostaven način, ki zagotavlja kakovost poslovanja in storitev v organizaciji.

❖ Računovodske analize

Zelo pomembno vlogo ima računovodsko analiziranje. Je trenutni pokazatelj sedanjega stanja uspešnosti poslovanja podjetja in kar je še pomembnejše, na tej podlagi lahko presodimo in tudi izboljšamo njegovo prihodnje stanje z znanjem odlične analitike, previdnosti, natančnosti, predlogov in zmožnosti uresničevanja.

❖ Računovodsko nadziranje

Je presojanje pravilnosti in odpravljanje nepravilnosti pri knjigovodskem evidentiranju in računovodskem predračunavanju poslovnih procesov in stanj. Računovodsko nadziranje je del celotnega nadziranja delovanja podjetja.

Računovodsko svetovanje v računovodskem servisu obsega svetovanje pri knjigovodenju in knjigovodskem poročanju ter pomoč pri statusnih, kadrovskih, davčnih, premoženjskih in drugo gospodarsko-pravnih zadevah (Horvat, 2003, 28).

Računovodski servis mora s pomočjo davčnega svetovanja nuditi davčne informacije lastnikom oziroma naročnikom in jim o teh informacijah tudi poročati. Pri tem na kvaliteto davčno-svetovalnih storitev odločilno vplivajo strokovna usposobljenost zaposlenih, izkušnje in število zaposlenih (Hauptman, 2003, 4).

2.2 Prednosti in slabosti za notranje ali zunanje računovodstvo servisa

Zunanje računovodstvo uporabljajo predvsem majhna in mikropodjetja, saj je to zanje finančno ugodnejše. Pomanjkljivost zunanjega računovodstva je, da podjetja nimajo toliko nadzora nad samim dogajanjem v računovodstvu. Prav tako je pomanjkljivost, da je potrebno dokumentacijo redno prinašati v računovodski servis, možna nedosegljivost računovodskega servisa v trenutkih, ko potrebujejo storitev, komuniciranje preko telefona, itd. Vendar je vse to rešljivo z dogovorom med strankama, s katerim uredita pravila poslovanja. Prednost zunanjega računovodstva je, da imajo stranke v primeru nastanka nesporazuma možnost zamenjati računovodski servis.

Podjetja ki imajo notranje računovodstvo, tj. računovodsko službo, so podjetja, ki ne morejo poslovati brez stalnega nadzora nad poslovanjem. To so predvsem velika podjetja (banke, zavarovalnice...) lahko pa tudi srednje velika podjetja. V takem podjetju imajo ponavadi več kot eno računovodjo in je tako delo uspešnejše in enostavnejše, saj je porazdeljeno med zaposlene, zato se točno ve, kdo je za kaj odgovoren. Dela v računovodstvu so poenostavljena, saj imajo podjetja običajno posebej oddelek za finance. Računovodska služba in finančni oddelek sta lahko uspešnejša pri reševanju zadanih nalog. Tako podjetje lažje deluje v skladu s poslovno-finančnimi načeli (likvidnost, donosnost, gospodarnost).

2.3 Storitve, ki jih nudi računovodski servis xxx

Izraz *storitev* izhaja iz latinskega izraza *servio*, ki ima več pomenov, in sicer: delati za nekoga oziroma služiti komu, streči, skrbeti zanj, pomagati komu oziroma narediti nekaj zanj,

ustrezati, ravnati se po čem, odslužiti, izvajati, posluževati, oskrbovati, ponujati, delovati, zadovoljevati in obnašati se (Snoj, 1998, 32).

Računovodski servis je specializirano podjetje, ki se ukvarja z vodenjem poslovnih knjig, izdelovanjem obračunov plač, pripravljanjem poročil in davčnih prijav, analiziranjem finančnih izidov, računovodskim, davčnim in finančnim svetovanjem ter drugim (Vehar, 1998, 157).

Storitve računovodskega servisa xxx so:

- računovodske storitve za gospodarske družbe, samostojne podjetnike in društva,
- vodenje temeljne poslovne knjige,
- knjiženje prejetih in izdanih računov,
- knjiženje bančnih izpiskov s prilogami,
- knjiženje blagajniškega dnevnika, blagajniških prejemkov in izdatkov,
- spremljanje terjatev in obveznosti,
- vodenje registra osnovnih sredstev z izračunano amortizacijo,
- arhiviranje dokumentov,
- obračun plač, zamudnih obresti, prispevkov za zasebnike,
- obračun podjemnih pogodb, avtorskih honorarjev in najemnin,
- davčno svetovanje,
- obračun davka na dodano vrednost,
- sestavljanje letnih računovodskih izkazov,
- izdelava mesečnih in polletnih obračunov,
- izdelava zaključnih računov in davčnih napovedi itd.

Računovodski servisi in nasploh računovodska dejavnost, delujeta v času in vse bolj zahtevnem okolju, ki terja iskanje novih ter prilagajanja in razvoj obstoječih računovodskih rešitev, razvoj in uporaba novih ali dopolnjenih metod in tehnik ter širjenje strokovnih znanj računovodij (Korošec, 2003, 143).

Na željo ali potrebo stranke računovodski servis xxx lahko nudi tudi delne storitve, na primer:

- o obračun plač,
- o obračun davka na dodano vrednost,
- o davčno svetovanje.

Pravno urejanje računovodskega poročanja zajemaj (Jezernik, 2006, 76):

- ✓ Zakon o gospodarskih družbah,
- ✓ Slovenski računovodski standardi,
- ✓ Mednarodni standardi računovodskega poročanja,
- ✓ Kodeks računovodskih načel,
- ✓ Kodeks poklicne etike računovodij,
- ✓ Kontni okvir za gospodarske družbe, za male samostojne podjetnike posameznike in za nepridobitne organizacije-pravne osebe zasebnega prava,
- ✓ Predlog Zakona o davčnem svetovanju.

2.4 Cene storitev računovodskega servisa

Računovodski servis xxx na začetku dogovarjanja za poslovno sodelovanje s stranko določi ceno storitve (pavšalno) na podlagi posredovanih informacij s strani stranke. Stranka plačuje mesečni znesek, ki se obračunava in se ne spreminja, razen v primerih sprememb bodisi širitev poslovanja in s tem povečanje število zaposlenih v podjetju, se ta cena spremeni in prilagodi z dogovorom med njima.

Pomembne informacije za zaračunavanje storitev so:

- statusna pravna oblika;
- vrsta dejavnosti;
- število osnovnih sredstev;
- ali je stranka davčni zavezanec;
- ali je stranka mesečni ali trimesečni davčni zavezanec;
- število zaposlenih;
- število prejetih računov;
- število izdanih računov ipd.

Računovodski servis xxx lahko na željo stranke določi urno postavko za opravljeno delo.

Vsakemu proizvodu, ki ga želimo prodati, moramo določiti neko ceno, le-ta je denarni izraz izdelka ali storitve. Na oblikovanje cen vplivata zlasti konkurenca (ponudba) in povpraševanje. Pri obravnavani problematiki cen se srečujemo: »z najrazličnejšimi ceniki in s plačilnimi pogoji (rok plačila, kreditiranjem, raznimi popusti itd.)« (Devetak, 1999, 6). Obenem še na ceno storitev vpliva računovodska tarifa.

Računovodski servisi v Sloveniji določajo ceno opravljenih storitev na različne načine (Vehar, 1998, 175):

- povprečno (pavšalno),
- po porabljenem času v urah (za urejanje in pregledovanje knjigovodskih listin, posvete z naročnikom in za naročnika, odsotnosti med potovanjem k naročniku, davčno svetovanje,...),
- po količini dejansko opravljenega dela (število knjižb),
- po dejanskih učinkih dela (finančne storitve),
- s kombinacijo zgoraj naštetega.

Ponudniki računovodskih storitev morajo pri postavljanju cen upoštevati tako tržno kot lastno ceno, na katero vplivajo številni dejavniki. Iz razgovora z vodji računovodskih servisov je mogoče povzeti, da je višina tržne cene odvisna od (Glažar, 2007, 84):

- geografskega področja, kjer te storitve ponujajo. Tako naj bi bile najvišje cene v Ljubljani in njeni okolici ter na obali, nižje pa v Prekmurju, na južnem Štajerskem in na Dolenjskem.
- Povpraševanja, ki je dosti večje v razvitih kot v nerazvitih predelih Slovenije.
- Stroškov dela, saj so zaposleni v vzhodnem delu Slovenije slabše plačani od tistih v osrednjem delu.

2.5 Težave računovodskih servisov

Računovodski servis xxx si prizadeva nuditi strankam odlične kakovostne storitve in strokovno znanje s spremljanjem in prilagajanjem novosti tudi v predpisih in zakonodaji. Namen tega je doseči odlične poslovne učinke. Zaradi prenasičenosti ponudb in povpraševanj računovodskih servisov se računovodski servis xxx vse bolj trudi za zaupanje in zvestobo strank.

Pri konkurenčnih razmerah na trgu, pa je največ težav z nelojalno konkurenco oz. vidijo računovodski servisi največji problem v tej vrsti konkurence. Kot najizrazitejša oblika nelojalne konkurence so se pokazale: neregistrirano opravljanje dejavnosti oz. opravljanje dejavnosti z neprijavljenimi zaposlenimi, ponujanje cenenih a nekakovostnih storitev in tudi nepopolno oziroma pristransko informiranje strank o obsegu, kakovosti in ceni storitev (Horvat 2003, 31).

Ponudba večine računovodskih servisov temelji na nizkih cenah računovodskih storitev. Še vedno pa je preveč tistih, ki naročnikom ponujajo predvsem nizke cene, ne znajo pa ponuditi vrednost svojih storitev.

Nov pogled na trženje računovodskih storitev mora ponudnike pripeljati do tega, da bodo znali ceniti svoje storitve in njihovo vrednost ustrezno predstaviti svojim naročnikom.

Naročniki morajo razumeti kakšno vrednost pridobijo z opravljenimi računovodskimi storitvami.

Uspešni bodo tisti ponudniki računovodskih storitev, ki bodo naročniku znali prikazati vse prednosti svoje ponudbe, ne samo cene (www.finance-akademija.si, z dnem 20. 6. 2009).

3 Zahteve strank računovodskega servisa

Pomemben komunikacijski cilj je tudi doseganje zadovoljstva odjemalcev, saj je »Kot prvo, zadovoljstvo neposredno povezano z odjemalčevo zvestobo in partnerskim odnosom. Kot drugo, visoko zadovoljni odjemalci razglashajo pozitivna sporočila in v bistvu postanejo potujoča, govoreča reklama za podjetje, katerega storitve so jih zadovoljile, to pa še dodatno zmanjšuje stroške pridobivanja novih odjemalcev« (Lovelock, 2000, 122).

Kvaliteten računovodski servis je tisti, ki je sposoben izvajati storitve, ki so po strokovni plati vsaj na ravni naročnikovih pričakovanj, ki je sposoben pravočasno izvesti storitve, zna prepoznati in zadovoljevati specifične potrebe naročnikov, ima korekten in prijazen odnos, deluje kot svetovalec in usmerjevalec, posreduje razumljive in strokovno pravilne informacije ter sprotno seznanja naročnika z rezultati njegovega poslovanja (Javornik, 2003, 18).

Stranke od računovodskih servisov pričakujejo določene storitve, kot na primer:

- ✓ obračunavanje plač,
- ✓ davčno obračunavanje,
- ✓ sestavljanje predpisanih medletnih in letnih poročil.

Stranke od zaposlenih v računovodskih servisih zahtevajo:

- ✓ natančno delo,
- ✓ zelo veliko strokovnega znanja,
- ✓ poznavanje zakonodaje,
- ✓ izkoriščanje informacijske tehnologije.

Stranke računovodskih servisov se sprašujejo, ali so jim računovodski servisi pripravljeni:

- ✓ pomagati pri reševanju problemov in nuditi takojšnje storitve;
- ✓ imeti lojalen medsebojni odnos;
- ✓ posvečati osebno pozornost;
- ✓ nuditi kakovostno storitev in davčno svetovanje;
- ✓ nuditi zaupanje;
- ✓ biti zanesljivi in natančni pri opravljanju dela;
- ✓ zaračunati prilagodljivo ceno storitve;
- ✓ biti odzivni;
- ✓ biti pošteni;
- ✓ in ažurni.

Vir: računovodski servis xxx

Naročnik lahko določeno odgovorno osebo v računovodskem servisu pooblasti, da ga zastopa pred davčnimi in drugimi organi v zadevah, ki jih opravlja za naročnika s pogodbo o izvajanju storitev ali s posebnim naročilom (Škerjanc, 2003, 25).

3.1 Pričakovanja strank

Naročniki imajo različna pričakovanja, ki so odvisna od njihovih potreb in želja. Predvsem se zanimajo za tiste storitve, ki jim prinašajo poslovne koristi. Nekaterim naročnikom so računovodske informacije opora za poslovno odločanje, drugim zadošča le izdelava poročil in obračunov za davčne in državne potrebe (Javornik, 2003, 23).

Pričakovanja so objektivna, subjektivna in idealna. Objektivna opredelimo s povprečno ravniyo kakovosti, ki temelji na znanih informacijah. Ta raven pričakovanj je značilna za večino porabnikov. Subjektivna izražajo počutje porabnikov v zvezi s storitvijo, in kakšna bi po njihovem mnenju kakovost storitev morale biti. Idealna pa vključuje to, kar se lahko zgodi ob najbolj objektivnih pogojih (Potočnik, 2004, 127).

Vrste različnih dejavnikov, ki vplivajo na pričakovanja strank računovodskega servisa, v veliki meri ni mogoče nadzirati, pomembno pa je, da računovodski servisi poznajo posamezne dejavnike, ki ta pričakovanja oblikujejo.

Med najpomembnejše dejavnike, ki vplivajo na pričakovanja porabnikov v zvezi s storitvijo, sodijo cena, razpoložljivost alternativne storitve, trženjske aktivnosti podjetja, prejšnje izkušnje porabnika ter njegovo prepričanje in razpoloženje (Potočnik, 2004, 132–133).

V računovodskem servisu je zelo težko ugoditi vsem strankam, sploh pa je težko oblikovati vlogo ideala in biti povsem odličen. Sama storitev zagotavlja najvišjo vrednoto podjetja, zato so potrebne številne stranke, katerim se nudi ta storitvena dejavnost.

Pričakovanja strank so na primer: zmernost cene, brezplačno svetovanje, brezplačno davčno svetovanje, možnost dosegljivosti za razne dileme, kakovostne storitve, sklenjena pogodba med računovodskim servisom in stranko, prevzem odgovornosti računovodskega servisa za opravljeno storitev.

Ena najpogostejših napak računovodskega servisa je ta, da večina govori o sebi in svojih storitvah, vendar stranke pričakujejo predvsem, kako bi servis lahko zadovoljil njihove potrebe ali rešil njihove težave.

4 RAZISKAVA ZADOVOLJSTVA STRANK Z RAČUNOVODSKIM SERVISOM XXX

4.1 Namen in cilj raziskave

Namen anketiranja je pridobiti od strank določene informacije in mnenje o zadovoljstvu s storitvami računovodskega servisa xxx.

V računovodskem servisu za uspešno organizacijo ne zadošča samo strokovno znanje zaposlenih, temveč se morajo zaposleni vprašati, kaj od njih pričakujejo in zahtevajo stranke. Zadovoljne stranke so cilj odličnega poslovanja in namen je, da ta cilj tudi uresničimo na učinkovit način.

Cilj raziskave je ugotoviti zadovoljstvo strank:

- ❖ z lokacijo računovodskega servisa,
- ❖ z možnostjo parkirnega mesta v bližini računovodskega servisa,
- ❖ z delovnim časom,
- ❖ z delovnim prostorom računovodskega servisa,
- ❖ s ceno storitve,
- ❖ z opravljenim strokovnim delom računovodje,
- ❖ z možnostjo informiranja na spletni strani,
- ❖ s strokovno izobrazbo računovodje,
- ❖ z doslednostjo dela in odgovornostjo računovodje,
- ❖ s pravočasnim, kakovostnim in natančnim delom brez bistvenih napak,
- ❖ z dosegljivostjo za odgovore na morebitna vprašanja,
- ❖ s profesionalnim odnosom in urejenostjo računovodje,
- ❖ s prijaznostjo računovodje.

Cilji v raziskavi so sledeči:

- ugotoviti, ali stranke osebno prinašajo dokumentacijo v računovodski servis;
- ugotoviti, ali dokumentacijo stranke pošiljajo po pošti;
- ugotoviti, ali bi morda stranka računovodski servis priporočala znancu, prijatelju;
- ugotoviti, kako pogosto prihaja stranka v računovodski servis;
- ugotoviti, koliko časa je stranka že uporabnica storitev računovodskega servisa xxx;
- in splošni podatki: spol, starost in dokončana izobrazba stranke.

V zadnjem delu ankete so lahko stranke navedle tudi svoje predloge ali pripombe.

4.2 Opis vprašalnika

Uporabili smo kvantitativno raziskovanje z anketnim vprašalnikom. Vprašanja v anketi so zaprtega in odprtega tipa. Anketni vprašalnik je sestavljen iz 22-ih vprašanj in razdeljen na 5 vsebinskih sklopov. Prvi sklop je sestavljen iz 13-ih vprašanj, ki predstavljajo zadovoljstvo strank z računovodskim servisom xxx. Stranka je obkrožila oceno za ustreznim odgovorom, ki predstavlja njeno mnenje, na primer: od 1 (nezadovoljen) do 7 (popolnoma zadovoljen). Naslednji sklop sestoji iz 4-ih vprašanj, ki sprašujejo stranko: ali dokumentacijo prinaša osebno

v računovodski servis, ali dokumentacijo pošilja po pošti, ali bi računovodski servis priporočali znancu, prijatelju. Za te tri odgovore je bil možen odgovor: da ali ne. Zadnje, četrto vprašanje je spraševalo, koliko časa je stranka že uporabnica storitev računovodskega servisa xxx. Ta odgovor se je dopolnil z dnevi, meseci ali leti. Četrty sklop je sestavljen iz treh splošnih podatkov: spol, starost in dokončana izobrazba stranke. V tem sklopu je stranka obkrožila ustrezen odgovor. Zadnji oziroma peti sklop obsega vprašanje popolnoma odprtega tipa, na katerega so stranke odgovarjale prosto tako, da so navedle svoje predloge ali opombe glede zadovoljstva storitev z računovodskim servisom xxx.

4.3 Izvedba anketiranja

Anonimno anketo smo izvajali v računovodskem servisu xxx od 26. 6. 2009 do 13. 8. 2009. Anketni vprašalnik je bil posredovan osebno strankam. Le-te so ga izpolnile ter izrazile mnenje na zastavljena vprašanja. V računovodskem servisu je bilo predloženih 18 anketnih vprašalnikov. Sodelovalo je 16 anketirancev. 2 anketi nista bili izpolnjeni oziroma 2 stranki se nista odzvali na anketo.

Izpolnjene anketne vprašalnike smo prešteli, primerjali rezultate in analizirali odgovore s preračunavanjem. Rezultati so tabelarično in grafično prikazani s pomočjo računalniškega programa Microsoft Office Excel.

Rezultati raziskave bodo predstavljeni po posameznih vprašanjih iz ankete. Vprašalnik je priložen kot priloga 1.

4.4 Analiza rezultatov in ugotovitve

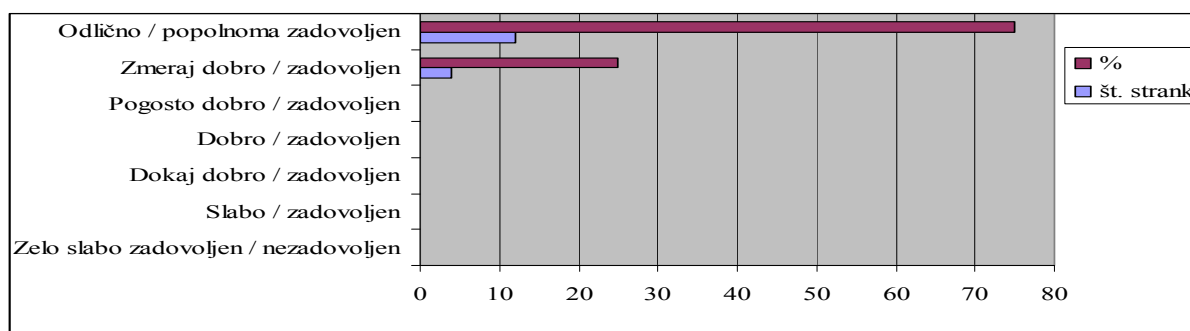
1. Računovodski servis se nahaja na priročni in lahko dostopni lokaciji?

Tabela 1: Zadovoljstvo strank z lokacijo računovodskega servisa.

	št. strank	%
Zelo slabo zadovoljen/nezadovoljen	0	0
Slabo/zadovoljen	0	0
Dokaj dobro/zadovoljen	0	0
Dobro/zadovoljen	0	0
Pogosto dobro/zadovoljen	0	0
Zmeraj dobro/zadovoljen	4	25
Odlično/popolnoma zadovoljen	12	75

Vir: Rezultati ankete, 2009.

Graf 1: Zadovoljstvo strank z lokacijo računovodskega servisa.



Vir: Rezultati ankete, 2009.

Iz ankete je razvidno, da je 75 % anketirancev popolnoma zadovoljnih z lokacijo podjetja in 25 % anketirancev zmeraj dobro zadovoljnih z lokacijo podjetja. Nihče od anketiranih ni izbral drugih ponujenih odgovorov, zato lahko sklepamo, da se za večino strank podjetje nahaja na priročni in lahko dostopni lokaciji.

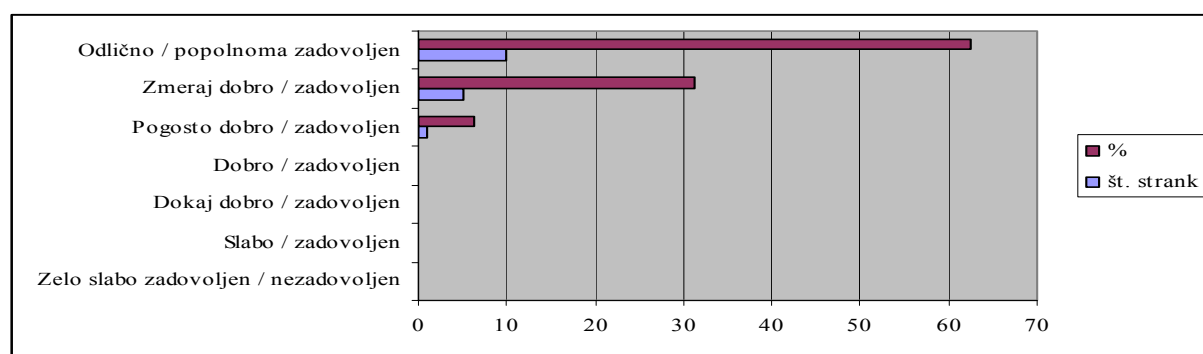
2. V bližini računovodskega servisa je parkirno mesto?

Tabela 2: Zadovoljstvo strank z možnim parkirnim mestom v bližini računovodskega servisa.

	št. strank	%
Zelo slabo zadovoljen/nezadovoljen	0	0
Slabo/zadovoljen	0	0
Dokaj dobro/zadovoljen	0	0
Dobro/zadovoljen	0	0
Pogosto dobro/zadovoljen	1	6,25
Zmeraj dobro/zadovoljen	5	31,25
Odlično/popolnoma zadovoljen	10	62,50

Vir: Rezultati ankete, 2009.

Graf 2: Zadovoljstvo strank z možnim parkirnim mestom v bližini računovodskega servisa.



Vir: Rezultati ankete, 2009.

Iz ankete vidimo, da je popolnoma zadovoljnih 62,50 % anketirancev, sledi 31,25 % anketirancev zmeraj zadovoljnih in najmanjši odstotek anketirancev je 6,25 %, ki so pogosto zadovoljni. Nihče od anketiranih ni izbral drugih ponujenih odgovorov, zato lahko sklepamo, da se za večino strank nahaja možno parkirno mesto v bližini računovodskega servisa.

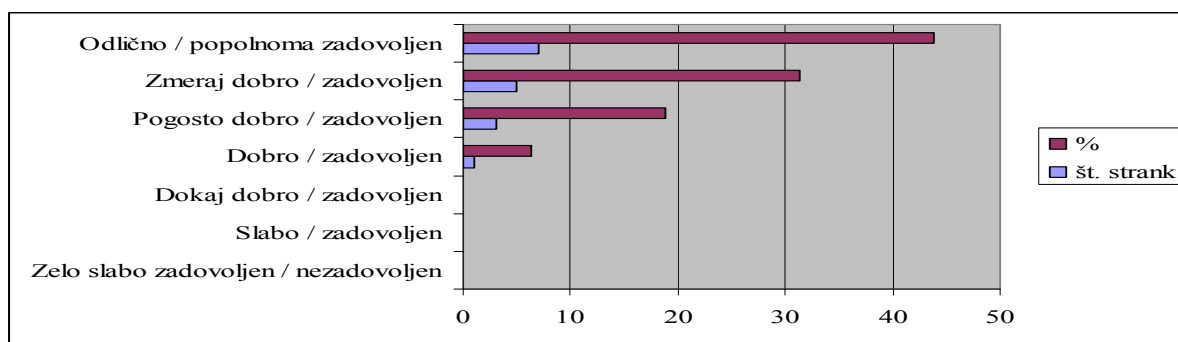
3. Delovni čas v računovodskem servisu mi povsem ustreza?

Tabela 3: Zadovoljstvo strank z delovnim časom računovodskega servisa.

	št. strank	%
Zelo slabo zadovoljen/nezadovoljen	0	0
Slabo/zadovoljen	0	0
Dokaj dobro/zadovoljen	0	0
Dobro/zadovoljen	1	6,25
Pogosto dobro/zadovoljen	3	18,75
Zmeraj dobro/zadovoljen	5	31,25
Odlično/popolnoma zadovoljen	7	43,75

Vir: Rezultati ankete, 2009.

Graf 3: Zadovoljstvo strank z delovnim časom računovodskega servisa.



Vir: Rezultati ankete, 2009.

Pridobljeni rezultati anketirancev kažejo, da je 43,75 % popolnoma zadovoljnih z delovnim časom računovodskega servisa, sledi 31,25 % zmeraj zadovoljnih anketirancev, 18,75 % anketirancev, ki so pogosto zadovoljni in še 6,25 % anketirancev dobro zadovoljnih z delovnim časom računovodskega servisa. Nihče od anketiranih ni izbral drugih ponujenih odgovorov, zato lahko sklepamo, da je delovni čas prilagodljiv in ustreza večini strankam računovodskega servisa.

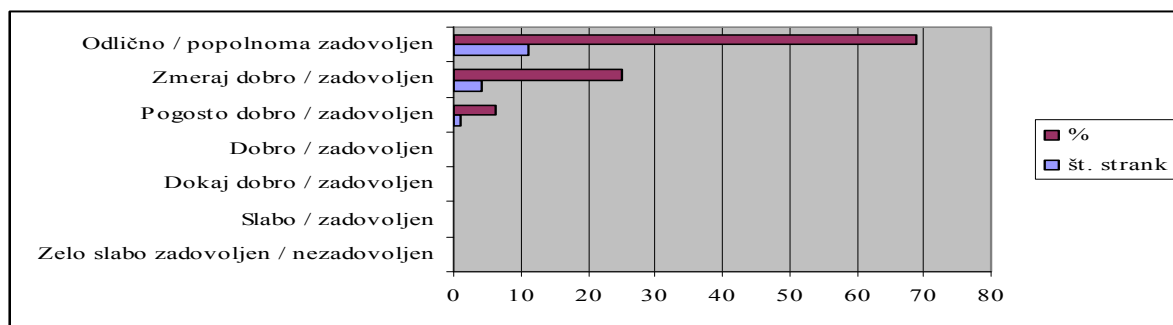
4. Delavni prostor v podjetju je lepo urejen?

Tabela 4: Zadovoljstvo strank z lepo urejenim delovnim prostorom podjetja.

	št. strank	%
Zelo slabo zadovoljen/nezadovoljen	0	0
Slabo/zadovoljen	0	0
Dokaj dobro/zadovoljen	0	0
Dobro/zadovoljen	0	0
Pogosto dobro/zadovoljen	1	6,25
Zmeraj dobro/zadovoljen	4	25
Odlično/popolnoma zadovoljen	11	68,75

Vir: Rezultati ankete, 2009.

Graf 4: Zadovoljstvo strank z lepo urejenim delovnim prostorom podjetja.



Vir: Rezultati ankete, 2009.

Kar 68,75 % anketirancev je popolnoma zadovoljnih z lepo urejenim delovnim prostorom podjetja, sledijo zmeraj zadovoljni anketiranci s 25 % in 6,25 % pogosto zadovoljnih anketirancev. Nihče od anketiranih ni izbral drugih ponujenih odgovorov, zato lahko sklepamo, da je z lepo urejenim delovnim prostorom podjetja večina strank zelo zadovoljna.

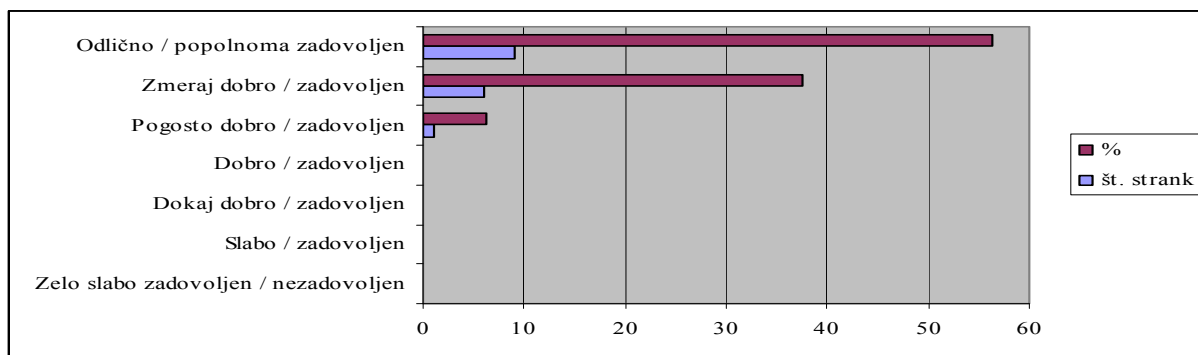
5. Ob vstopu v računovodski servis se mi prijazno nasmehnejo in me lepo pozdravijo?

Tabela 5: Zadovoljstvo strank s prijaznim nasmehom in lepim pozdravom s strani zaposlenih v računovodskem servisu.

	št. strank	%
Zelo slabo zadovoljen/nezadovoljen	0	0
Slabo/zadovoljen	0	0
Dokaj dobro/zadovoljen	0	0
Dobro/zadovoljen	0	0
Pogosto dobro/zadovoljen	1	6,25
Zmeraj dobro/zadovoljen	6	37,50
Odlično/popolnoma zadovoljen	9	56,25

Vir: Rezultati ankete, 2009.

Graf 5: Zadovoljstvo strank s prijaznim nasmehom in lepim pozdravom s strani zaposlenih v računovodskem servisu.



Vir: Rezultati ankete, 2009.

Iz ankete je razvidno, da je 56,25 % anketiranih popolnoma zadovoljnih, sledi 37,50 % zmeraj zadovoljnih anketirancev in še 6,25 % anketiranih, ki so pogosto zadovoljni. Nihče od anketiranih ni izbral drugih ponujenih odgovorov, zato lahko sklepamo, da večina strank meni, da so zaposleni zelo prijazni in lepo pozdravijo vsako stranko.

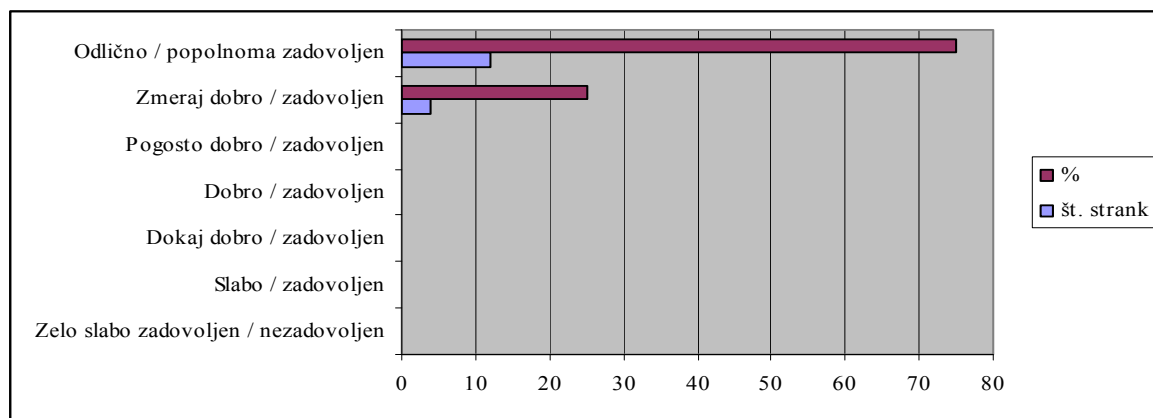
6. Ob vstopu v računovodski servis se z menoj rokujejo?

Tabela 6: Zadovoljstvo strank z rokovanjem zaposlenih ob vstopu v računovodskem servisu.

	št. strank	%
Zelo slabo zadovoljen/nezadovoljen	0	0
Slabo/zadovoljen	0	0
Dokaj dobro/zadovoljen	0	0
Dobro/zadovoljen	0	0
Pogosto dobro/zadovoljen	0	0
Zmeraj dobro/zadovoljen	4	25
Odlično/popolnoma zadovoljen	12	75

Vir: Rezultati ankete, 2009.

Graf 6: Zadovoljstvo strank z rokovanjem zaposlenih ob vstopu v računovodski servisu.



Vir: Rezultati ankete, 2009.

Iz ankete je razvidno, da je popolnoma zadovoljnih kar 75 % anketiranih in 25 % anketiranih zmeraj zadovoljnih. Nihče od anketiranih ni izbral drugih ponujenih odgovorov, zato lahko sklepamo, da se zaposleni rokujejo z večino strank, kadar vstopijo v računovodski servis.

Lahko rečemo, da dober poslovni odnos in dober prvi vtis o zaposlenih v podjetju izjemno odlično vpliva na zadovoljstvo stranke kot zadovoljstvo organizacije.

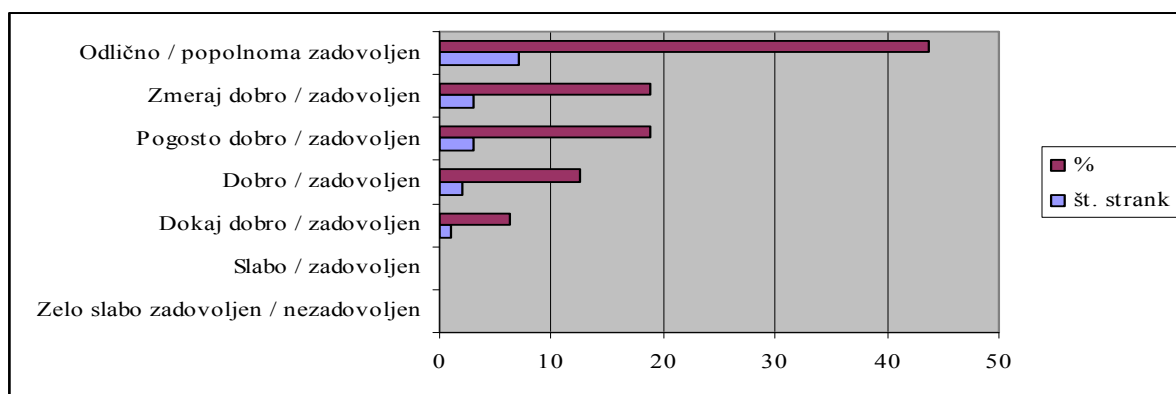
7. Cena storitev je ustrezna?

Tabela 7: Zadovoljstvo strank z ustrezno ceno storitve računovodskega servisa.

	št. strank	%
Zelo slabo zadovoljen/nezadovoljen	0	0
Slabo/zadovoljen	0	0
Dokaj dobro/zadovoljen	1	6,25
Dobro/zadovoljen	2	12,50
Pogosto dobro/zadovoljen	3	18,75
Zmeraj dobro/zadovoljen	3	18,75
Odlično/popolnoma zadovoljen	7	43,75

Vir: Rezultati ankete, 2009.

Graf 7: Zadovoljstvo strank z ustrezno ceno storitve računovodskega servisa.



Vir: Rezultati ankete, 2009.

Iz ankete vidimo, da je popolnoma zadovoljnih 43,75 % anketiranih, sledi zmeraj zadovoljnih in pogosto zadovoljnih z 18,75 % anketiranih, nato dobro zadovoljnih 12,50 % in dokaj zadovoljnih 6,25 % anketiranih. Nihče od anketiranih ni izbral drugih ponujenih odgovorov, zato lahko sklepamo, da je za večino strank cena storitve zadovoljiva.

Cena storitve je pomemben dejavnik za stranke, saj se na podlagi le-te stranke odločajo in razmišljajo o raznih možnih ponudbah računovodskih servisov. Analiziranje ali merjenje zadovoljstva in zvestoba strank se povsem izražata z ustrezno ceno storitve, ki jo določi podjetje.

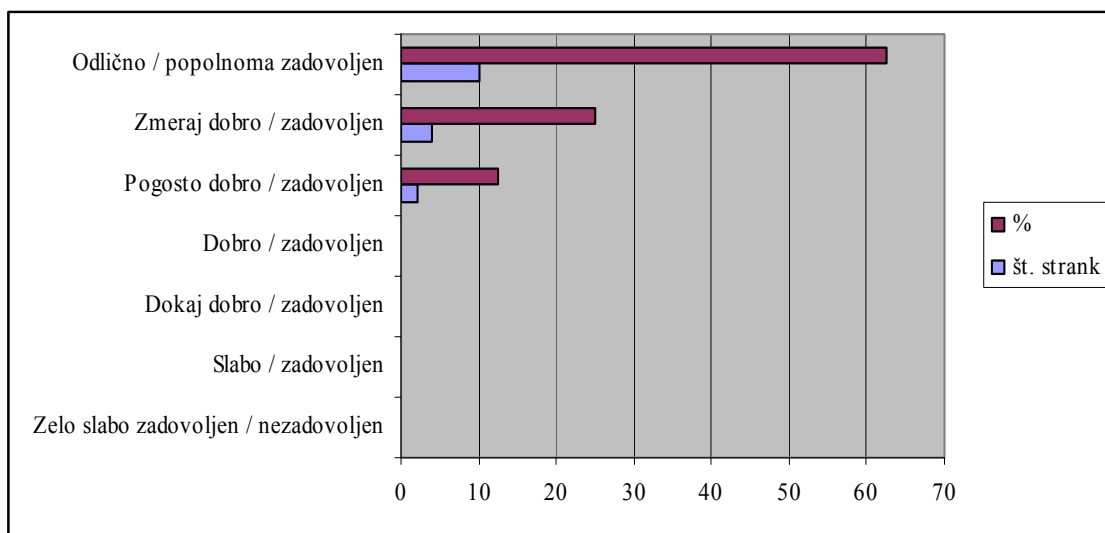
8. Podjetje nudi spletno stran za informiranje?

Tabela 8: Zadovoljstvo strank z informiranjem spletne strani, ki jo nudi podjetje.

	št. strank	%
Zelo slabo zadovoljen/nezadovoljen	0	0
Slabo/zadovoljen	0	0
Dokaj dobro/zadovoljen	0	0
Dobro/zadovoljen	0	0
Pogosto dobro/zadovoljen	2	12,50
Zmeraj dobro/zadovoljen	4	25
Odlično/popolnoma zadovoljen	10	62,50

Vir: Rezultati ankete, 2009.

Graf 8: Zadovoljstvo strank z informiranjem spletne strani, ki jo nudi podjetje.



Vir: Rezultati ankete, 2009.

Pridobljeni rezultati anketirancev kažejo, da je 62,50 % popolnoma zadovoljnih, sledi 25 % zmeraj zadovoljnih in 12,50 % pogosto zadovoljnih z informiranjem spletne strani, ki jo nudi podjetje. Nihče od anketiranih ni izbral drugih ponujenih odgovorov, zato lahko sklepamo, da je za večino strank spletna stran zadovoljiva.

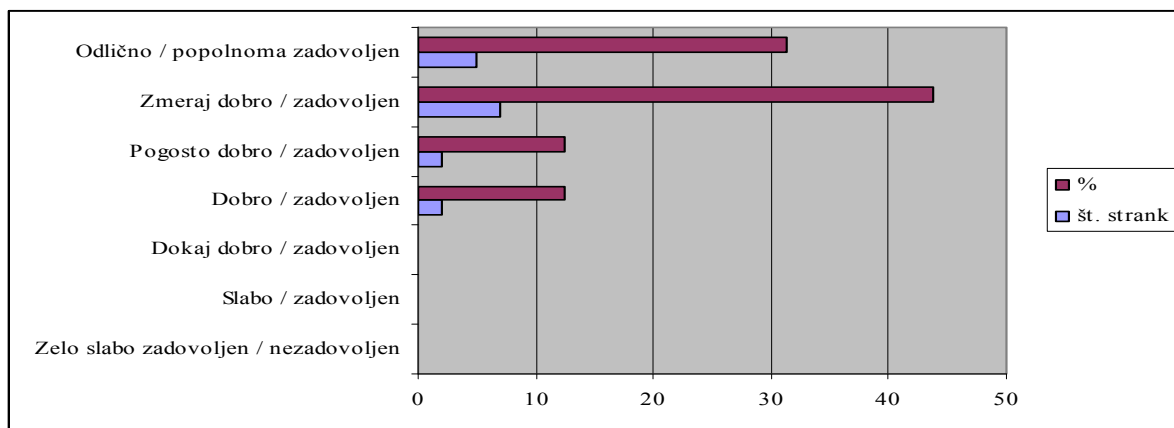
9. Zaposleni imajo profesionalni odnos in so urejeni?

Tabela 9: Zadovoljstvo strank s profesionalnim odnosom in urejenostjo zaposlenih v računovodskem servisu.

	št. strank	%
Zelo slabo zadovoljen/nezadovoljen	0	0
Slabo/zadovoljen	0	0
Dokaj dobro/zadovoljen	0	0
Dobro/zadovoljen	2	12,50
Pogosto dobro/zadovoljen	2	12,50
Zmeraj dobro/zadovoljen	7	43,75
Odlično /popolnoma zadovoljen	5	31,25

Vir: Rezultati ankete, 2009.

Graf 9: Zadovoljstvo strank s profesionalnim odnosom in urejenostjo zaposlenih v računovodskem servisu.



Vir: Rezultati ankete, 2009.

Iz ankete vidimo, da je 43,75 % anketiranih zmeraj dobro zadovoljnih, sledi 31,25 % popolnoma zadovoljnih, nato 12,50 % pogosto zadovoljnih in dobro zadovoljnih anketirancev. Nihče od anketiranih ni izbral drugih ponujenih odgovorov, zato lahko sklepamo, da je večina strank zadovoljna s profesionalnim odnosom in urejenostjo zaposlenih v računovodskem servisu.

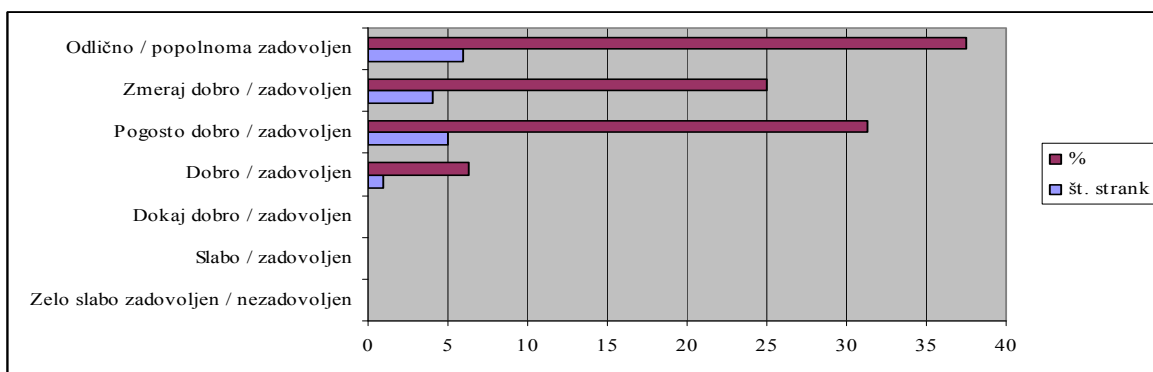
10. Zaposleni so ustrezno izobraženi in strokovno usposobljeni?

Tabela 10: Zadovoljstvo strank z ustrezno izobrazbo in strokovno usposobljenostjo zaposlenih.

	št. strank	%
Zelo slabo zadovoljen/nezadovoljen	0	0
Slabo/zadovoljen	0	0
Dokaj dobro/zadovoljen	0	0
Dobro/zadovoljen	1	6,25
Pogosto dobro/zadovoljen	5	31,25
Zmeraj dobro/zadovoljen	4	25
Odlično/popolnoma zadovoljen	6	37,50

Vir: Rezultati ankete, 2009.

Graf 10: Zadovoljstvo strank z ustrezno izobrazbo in strokovno usposobljenostjo zaposlenih.



Vir: Rezultati ankete, 2009.

Iz ankete vidimo, da je 37,50 % anketiranih popolnoma zadovoljnih, sledi 31,25 % pogosto zadovoljnih, 25 % zmeraj dobro zadovoljnih in 6,25 % anketiranih dobro zadovoljnih. Nihče od anketiranih ni izbral drugih ponujenih odgovorov, zato lahko sklepamo, da je večina strank zadovoljna z ustrezno izobrazbo in strokovno usposobljenostjo zaposlenih. Zelo pomembno je, da so stranke zadovoljne s strokovnim znanjem zaposlenih v računovodskem servisu, kajti na tržišču je veliko povpraševanja po strokovnjakih na tem področju.

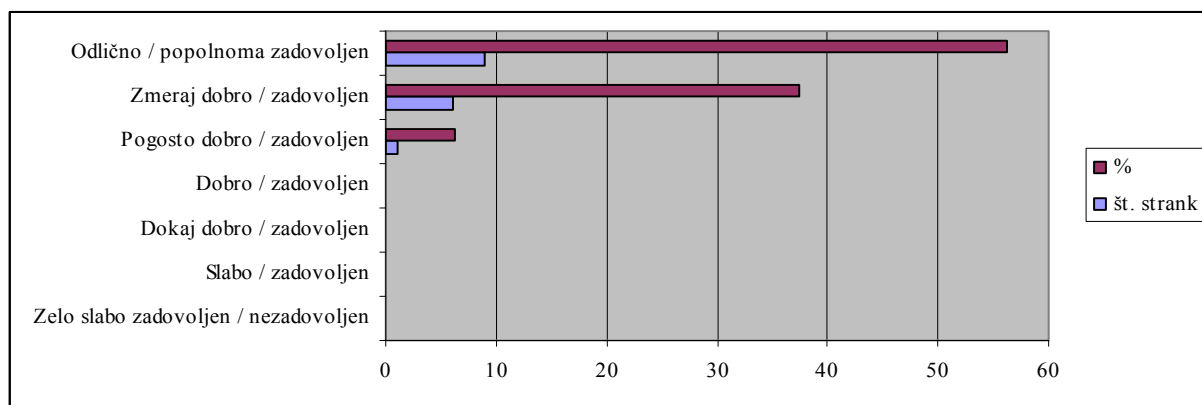
11. Zaposleni so odgovorni in dosledni, predloženo dokumentacijo zaupno obravnavajo?

Tabela 11: Zadovoljstvo strank z odgovornostjo in doslednostjo zaposlenih in zaupno obravnavanje predložene dokumentacije.

	št. strank	%
Zelo slabo zadovoljen/nezadovoljen	0	0
Slabo/zadovoljen	0	0
Dokaj dobro/zadovoljen	0	0
Dobro/zadovoljen	0	0
Pogosto dobro/zadovoljen	1	6,25
Zmeraj dobro/zadovoljen	6	37,50
Odlično/popolnoma zadovoljen	9	56,25

Vir: Rezultati ankete, 2009.

Graf 11: Zadovoljstvo strank z odgovornostjo in doslednostjo zaposlenih in zaupno obravnavanje predložene dokumentacije.



Vir: Rezultati ankete, 2009.

Iz ankete vidimo, da je 56,25 % anketiranih popolnoma zadovoljnih, sledi 37,50 % zmeraj zadovoljnih ter 6,25 % anketiranih pogosto zadovoljnih. Nihče od anketiranih ni izbral drugih ponujenih odgovorov, zato lahko sklepamo, da je večina strank zadovoljna z odgovornostjo in doslednostjo zaposlenih in zaupnim obravnavanjem predložene dokumentacije.

V računovodstvu si ne znamo predstavljati dela brez odgovornosti, doslednosti in varovanja ter zaupnega obravnavanja predložene dokumentacije stranke.

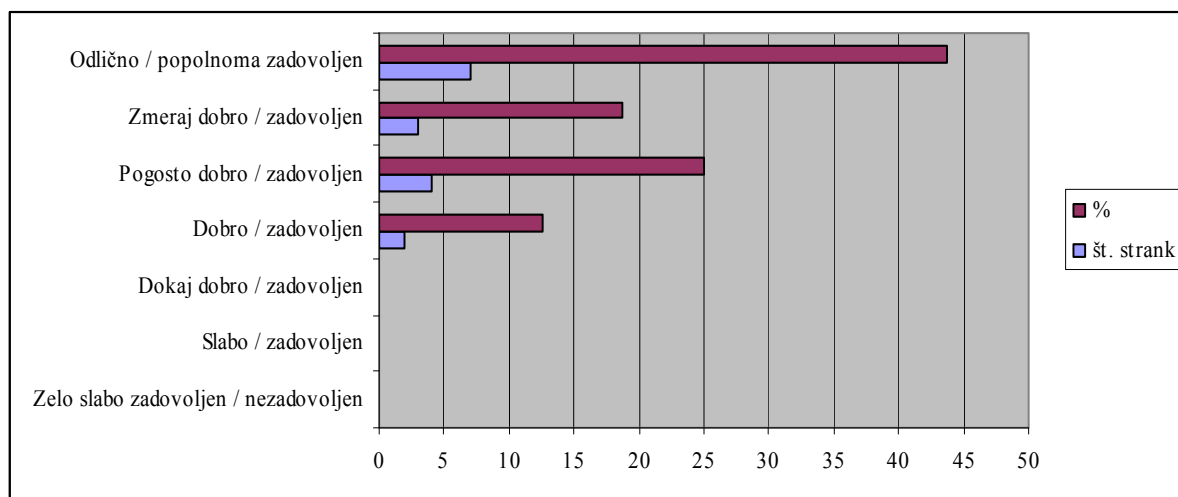
12. Delo je opravljeno pravočasno, kakovostno in natančno brez bistvenih napak?

Tabela 12: Zadovoljstvo strank z opravljenim pravočasnim, kakovostnim in natančnim delom brez bistvenih napak s strani računovodskega servisa.

	št. strank	%
Zelo slabo zadovoljen/nezadovoljen	0	0
Slabo/zadovoljen	0	0
Dokaj dobro/zadovoljen	0	0
Dobro/zadovoljen	2	12,50
Pogosto dobro/zadovoljen	4	25
Zmeraj dobro/zadovoljen	3	18,75
Odlično/popolnoma zadovoljen	7	43,75

Vir: Rezultati ankete, 2009.

Graf 12: Zadovoljstvo strank z opravljenim pravočasnim, kakovostnim in natančnim delom brez bistvenih napak s strani računovodskega servisa.



Vir: Rezultati ankete, 2009.

Iz ankete je razvidno, da je 43,75 % anketiranih popolnoma zadovoljnih, sledi 25 % pogosto zadovoljnih, nato 18,75 % zmeraj zadovoljnih ter 12,50 % anketiranih dobro zadovoljnih. Nihče od anketiranih ni izbral drugih ponujenih odgovorov, zato lahko sklepamo, da je večina strank zadovoljna s pravočasnim opravljenim, kakovostnim in natančnim delom brez bistvenih napak zaposlenih v računovodskem servisu.

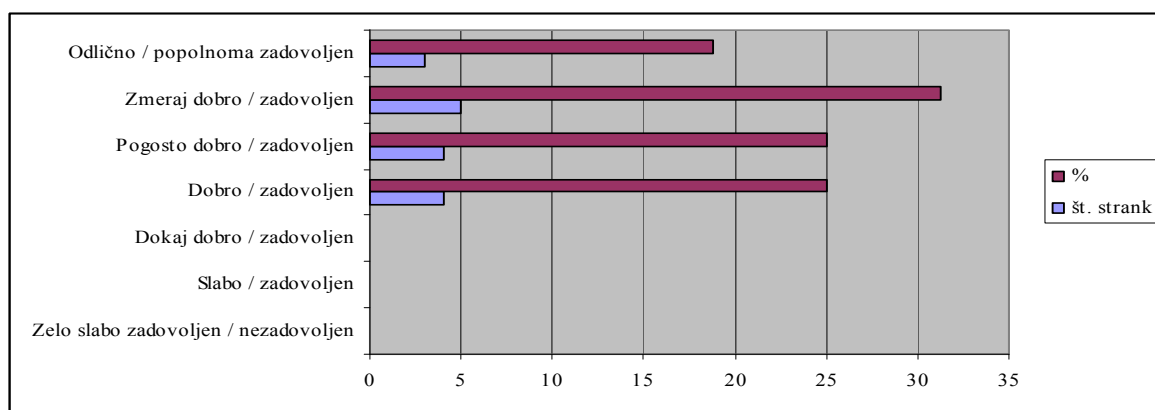
13. Za odgovore na vprašanja so vedno dosegljivi: po telefonu, po elektronski pošti in osebno?

Tabela 13: Zadovoljstvo strank z računovodskim servisom, ki je vedno dosegljiv za odgovore na vprašanja: po telefonu, po elektronski pošti in osebno.

	št. strank	%
Zelo slabo zadovoljen/nezadovoljen	0	0
Slabo/zadovoljen	0	0
Dokaj dobro/zadovoljen	0	0
Dobro/zadovoljen	4	25
Pogosto dobro/zadovoljen	4	25
Zmeraj dobro/zadovoljen	5	31,25
Odlično/popolnoma zadovoljen	3	18,75

Vir: Rezultati ankete, 2009.

Graf 13: Zadovoljstvo strank z računovodskim servisom, ki je vedno dosegljiv za odgovore na vprašanja po telefonu, po elektronski pošti in osebno.



Vir: Rezultati ankete, 2009.

Iz ankete je razvidno, da je 31,25 % anketiranih zmeraj dobro zadovoljnih, sledi 25 % pogosto dobro zadovoljnih in dobro zadovoljnih ter popolnoma zadovoljnih 18,75 % anketiranih. Nihče od anketiranih ni izbral drugih ponujenih odgovorov, zato lahko sklepamo, da je večina strank zadovoljna z dosegljivostjo računovodskega servisa: po telefonu, po elektronski pošti in osebno za odgovore na vprašanja.

Strankam je zelo pomembno, da so zaposleni v računovodskem servisu dosegljivi za razna vprašanja. Stranke nimajo vedno veliko časa na razpolago in je zanje zelo funkcionalno, da lahko komunicirajo po elektronski pošti in telefonu ter seveda osebno.

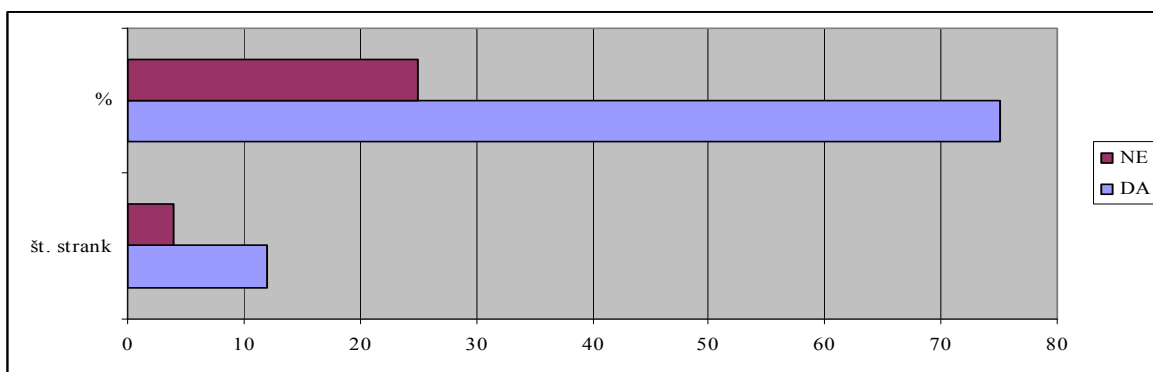
14. Ali dokumentacijo prinašate osebno?

Tabela 14: Stranke v računovodski servis prinašajo dokumentacijo osebno.

	št. strank	%
DA	12	75
NE	4	25

Vir: Rezultati ankete, 2009.

Graf 14: Stranke v računovodski servis prinašajo dokumentacijo osebno.



Vir: Rezultati ankete, 2009.

Iz ankete vidimo, da 75 % anketirancev prinaša dokumentacijo osebno v računovodski servis, 25 % anketirancev pa ne.

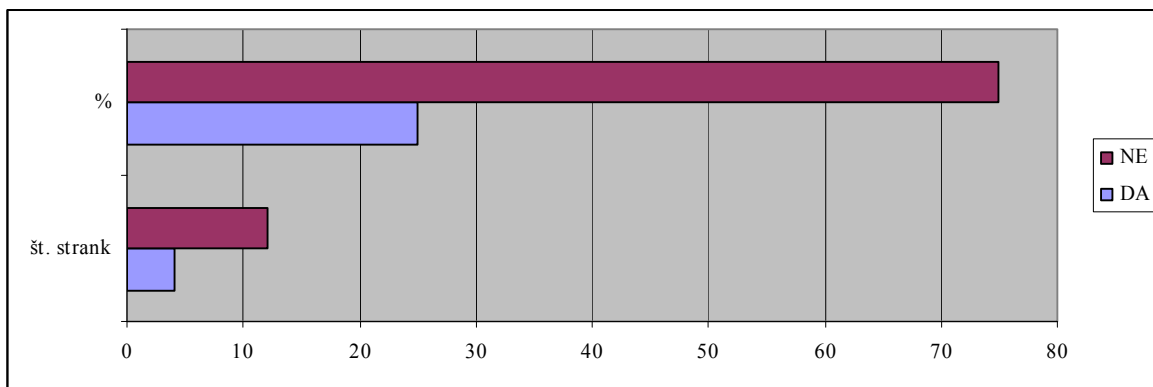
15. Ali dokumentacijo pošiljate po pošti?

Tabela 15: Stranke dokumentacijo pošiljajo po pošti.

	št. strank	%
DA	4	25
NE	12	75

Vir: Rezultati ankete, 2009.

Graf 15: Stranke dokumentacijo pošiljajo po pošti.



Vir: Rezultati ankete, 2009.

Iz ankete vidimo, da 25 % anketiranih strank pošilja dokumentacijo po pošti in 75 % anketiranih strank ne pošilja dokumentacije po pošti.

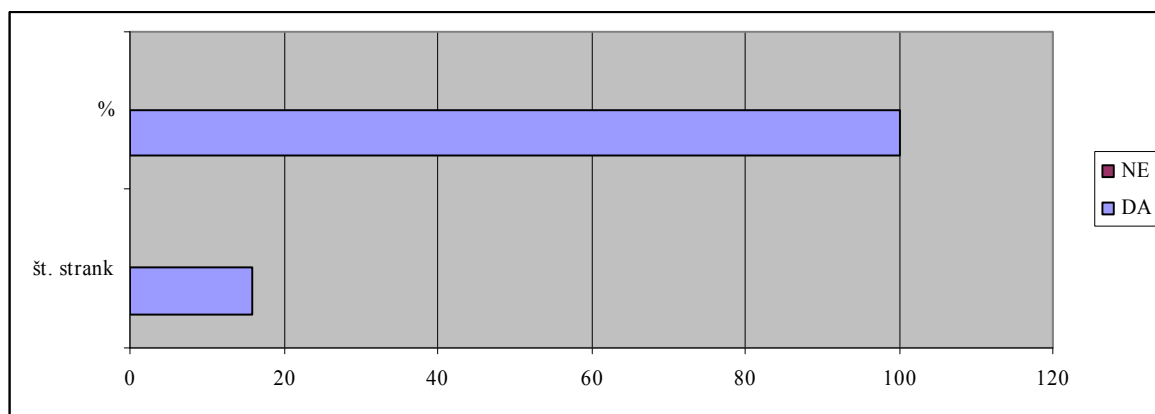
16. Ali bi računovodski servis priporočali znancu, prijatelju?

Tabela 16: Priporočanje računovodskega servisa znancu, prijatelju.

	št. strank	%
DA	16	100
NE	0	0

Vir: Rezultati ankete, 2009.

Graf 16: Priporočanje računovodskega servisa znancu, prijatelju.



Vir: Rezultati ankete, 2009.

Odgovori anketiranih oseb kažejo, da bi računovodski servis 100 % priporočali znancu ali prijatelju. Na podlagi odgovorov anketiranih strank računovodski servis xxx lahko doseže popolno zadovoljstvo strank.

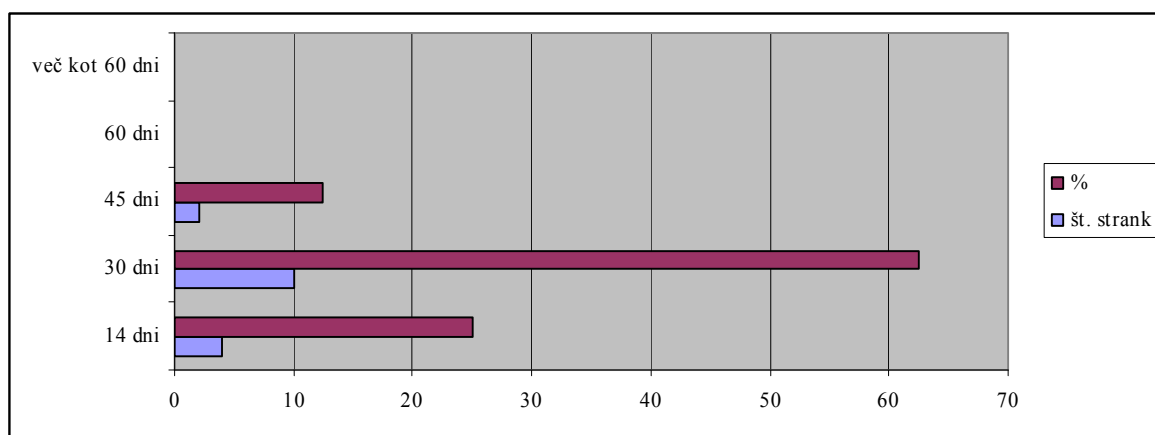
17. Kako pogosto prihajate v računovodski servis? Na vsakih:

Tabela 17: Stranka prihaja v računovodski servis na vsakih:

	št. strank	%
14 dni	4	25
30 dni	10	62,50
45 dni	2	12,50
60 dni	0	0
več kot 60 dni	0	0

Vir: Rezultati ankete, 2009.

Graf 17: Stranka prihaja v računovodski servis na vsakih:



Vir: Rezultati ankete, 2009.

Iz ankete je razvidno, da anketirane stranke prihajajo v računovodski servis vsakih 30 dni z najvišjim 62,50 %, sledi na vsakih 14 dni s 25 % in najnižji 12,50 % na vsakih 45 dni. Nihče od anketiranih ni izbral drugih ponujenih odgovorov, zato sklepamo, da večina strank prihaja skoraj redno vsak mesec v računovodski servis.

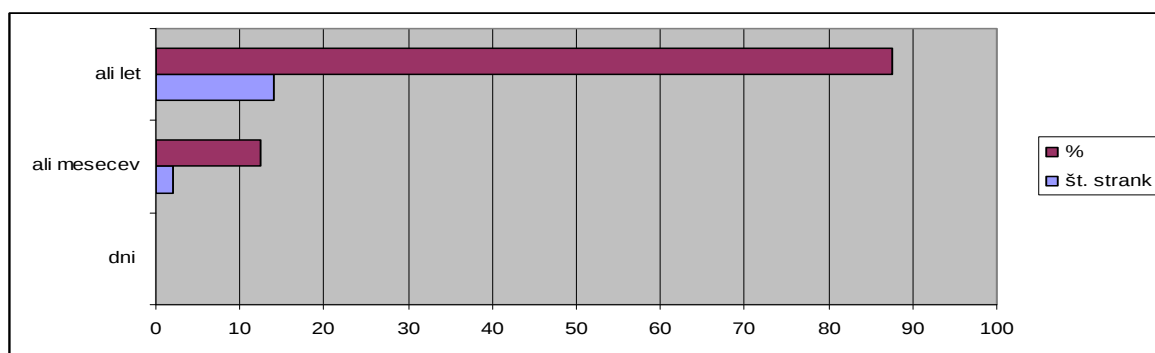
18. Koliko časa ste že stranka računovodskega servisa?

Tabela 18: Stranka računovodskega servisa sem že:

	št. strank	%
dni	0	0
ali mesecev	2	12,50
ali let	14	87,50

Vir: Rezultati ankete, 2009.

Graf 18: Stranka računovodskega servisa sem že:



Vir: Rezultati ankete, 2009.

Pridobljeni odgovori anketiranih oseb kažejo na dejstvo, da je več kot za polovica kar 87,50 % anketirancev že nekaj let stranka računovodskega servisa in le 12,50 % anketirancev je stranka računovodskega servisa v obdobju nekaj mesecev. Nihče od anketiranih ni izbral drugega odgovora, zato lahko sklepamo, da je večina strank uporabnikov računovodskih storitev že nekaj let.

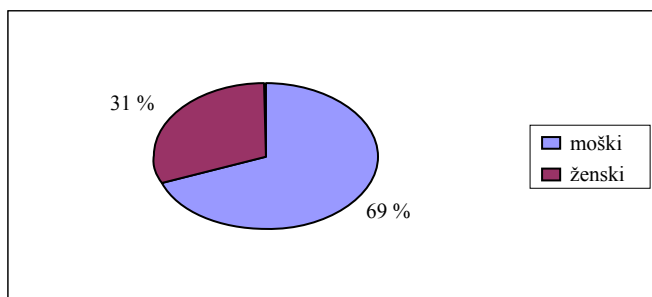
19. Spol?

Tabela 19: Spol stranke.

	št. strank	%
moški	11	68,75
ženski	5	31,25

Vir: Rezultati ankete, 2009.

Graf 19: Spol stranke.



Vir: Rezultati ankete, 2009.

V anketi je sodelovalo 11 moških in 5 žensk, kar znaša 68,75 % moških in 31,25 % žensk.

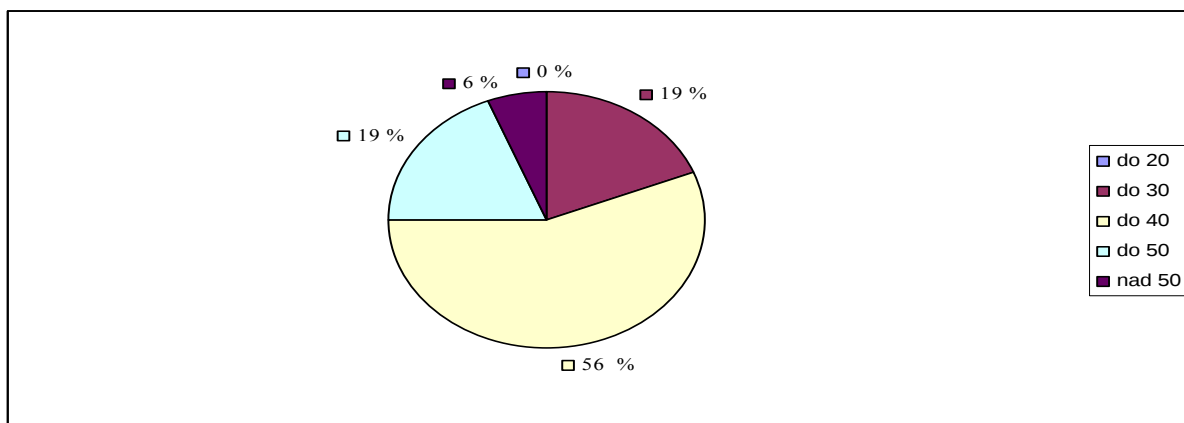
20. Starost?

Tabela 20: Starost stranke.

	št. strank	%
do 20	0	0
do 30	3	18,75
do 40	9	56,25
do 50	3	18,75
nad 50	1	6,25

Vir: Rezultati ankete, 2009.

Graf 20: Starost stranke.



Vir: Rezultati ankete, 2009.

Iz ankete je razvidno, da predstavlja najvišji odstotek anketiranih strank skupina do 40. leta starosti, in sicer 56,25 %, nato sledi skupina od 30 do 50. leta starosti z 18,75 %. Najnižji odstotek 6,25 % predstavlja skupina nad 50 let starosti. Na podlagi zbranih odgovorov sklepamo, da so stranke računovodskega servisa osebe, starejše od 20 let, saj nihče izmed anketiranih ni obkrožil ponujene možnosti do 20 let.

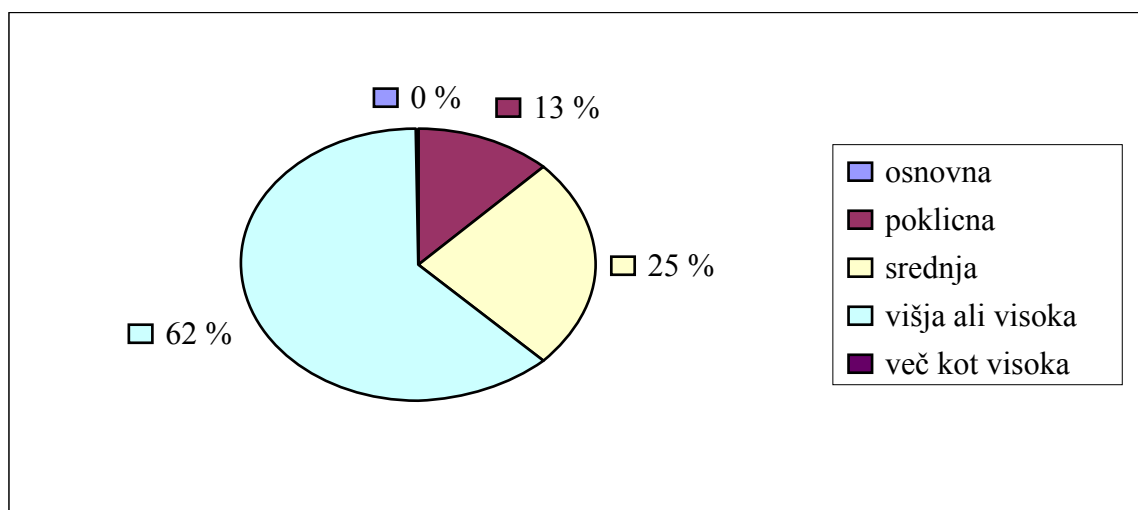
21. Dokončana izobrazba?

Tabela 21: Dokončana izobrazba stranke.

	št. strank	%
osnovna	0	0
poklicna	2	12,50
srednja	4	25
višja ali visoka	10	62,50
več kot visoka	0	0

Vir: Rezultati ankete, 2009.

Graf 21: Dokončana izobrazba stranke.



Vir: Rezultati ankete, 2009.

Iz grafičnega prikaza je razvidno, da ima najvišji delež 62,50 % anketirancev višjo ali visoko izobrazbo, sledijo anketiranci s srednjo izobrazbo 25 % in 12,50 % anketiranci s poklicno izobrazbo. Na podlagi zbranih podatkov sklepamo, da imajo stranke računovodskega servisa najmanj poklicno in največ visokošolsko izobrazbo in torej lahko z računovodskim servisom uspešno komunicirajo oziroma izražajo svoje potrebe in želje.

22. Vaši predlogi in pritožbe?

Nihče od anketiranih strank ni navedel predlogov ali pritožb glede zadovoljstva s storitvami računovodskega servisa xxx.

4.5 Statistika ankete

V anketi je sodelovalo 16 oseb (11 moških in 5 žensk), ki obiskujejo približno 1-krat mesečno računovodski servis. Starost anketirancev je od 20 do nad 50 let. Stranke imajo poklicno, srednjo, višjo ali visoko dokončano izobrazbo. Stranke računovodskega servisa xxx je 14 oseb že nekaj let ter 2 osebi sta stranki le nekaj mesecev. 12 strank prinaša osebno dokumentacijo v računovodski servis, po pošti jo pošiljajo le 4 stranke. Vseh 16 strank bi priporočalo računovodski servis znancu ali prijatelju.

Za prvih 13 vprašanj iz ankete so zbrani naslednji podatki:

Možni odgovori	Povprečje
Zelo slabo zadovoljen/nezadovoljen	0
Slabo/zadovoljen	0
Dokaj dobro/zadovoljen	0,0625
Dobro/zadovoljen	0,75
Pogosto dobro/zadovoljen	1,6875
Zmeraj dobro/zadovoljen	3,75
Odlično/popolnoma zadovoljen	6,75
Skupaj: 13	

- razvidno je, da nihče od anketirancev ni bil mnenja: zelo slabo zadovoljen/nezadovoljen ali slabo/zadovoljen;
- samo 1- krat je bila anketirana oseba mnenja: dokaj dobro/zadovoljen;
- odgovor: dobro/zadovoljen so anketiranci ustrezno obkrožili 12-krat;
- odgovor: pogosto dobro/zadovoljen so anketiranci ustrezno obkrožili 27-krat;
- odgovor: zmeraj dobro/zadovoljen so anketiranci ustrezno obkrožili 60-krat;
- in odgovor: odlično/popolnoma zadovoljen so anketiranci obkrožili 108-krat.

Utemeljeno se je iz ankete izkazalo, da so stranke zelo zadovoljne s storitvami računovodskega servisa xxx.

5 ZAKLJUČNE MISLI IN KRITIČNI PREGLED

Zaposleni v podjetju se morajo veliko truditi, da na pravilen način komunicirajo s strankami. Če v računovodskem servisu prevladujeta odlična delovna vrednota in razpoloženje, tudi stranke pozitivno razmišljajo o podjetju.

Veliko časa moramo nameniti strankam, da so resnično zadovoljne. To pomeni, da se moramo neprestano truditi za uspešen poslovni odnos. Le močna volja in zadovoljstvo strank nas ohrani na konkurenčnem nivoju.

Povzamemo lahko, da se računovodski servis xxx nahaja na priročni in lahko dostopni lokaciji in je v bližini parkirno mesto namenjeno vsem anketiranim strankam. Za stranke je zelo pomembno, da imajo v bližini računovodskega servisa kakšno parkirno mesto, saj stranke ponavadi nimajo veliko časa in želijo rešiti zadeve zelo hitro in uspešno. Delavni čas računovodskega servisa je od 8.⁰⁰ do 16.⁰⁰ ure. Sicer je računovodski servis za stranke vedno dosegljiv osebno, po telefonu in elektronski pošti. Nudijo spletno stran, ki ima vire hitrih informacij (o podjetju, o storitvah, možen kontakt, lokacija, delovni čas, reference,...) za stranke. Predvsem se je potrebno posvetiti delovnemu prostoru in paziti, da je lepo urejen, kajti s tem naredimo dober vtis na stranko. Pokazati moramo profesionalen odnos in urejenost na delovnem mestu. Z lepim in prijaznim nasmehom, pozdravom in z rokovanjem s stranko si pridobimo njeno zaupanje, ki vodi do prijetnega komuniciranja in sodelovanja.

V računovodskem servisu morajo biti zaposleni strokovno usposobljeni, imeti pa morajo tudi primerno izobrazbo, saj le na ta način lahko opravljajo delo dosledno in natančno brez bistvenih napak. Seveda se delo opravi pravočasno in kakovostno, saj zajema veliko mere odgovornosti. Strankino dokumentacijo računovodski servis obravnava zaupno in skrbno pazi, da se kakšen dokument slučajno ne izgubi in da so shranjeni vsi potrebni in pomembni podatki. Ko več ne potrebujemo dokumentacije, jo stranki vrnemo nazaj in jo prosimo, da skrbno shrani vso dokumentacijo.

Prišli smo do spoznanja, da so predpostavljene trditve diplomske naloge pravilne, in sicer:

- komunikacija med računovodjo in stranko je ključni dejavnik pri sklenitvi pogodbe med njima;
- komunikacija med računovodjo in stranko je pomemben dejavnik pri pridobivanju novih strank, pridobljenih s strani priporočil že obstoječe stranke;
- nezadovoljne stranke začnejo iskati nove ponudbe računovodskih storitev;
- stranke želijo resničnost in poštenost navedenih podatkov v računovodskih poročilih, izkazih;
- stranke želijo dosegljivost računovodstva za morebitne informacije in svetovanje;
- konkurenca je vse pogostejša v računovodstvu in zato so se računovodski servisi tudi prisiljeni »boriti« za že obstoječe stranke.

Rezultati te naloge bodo predstavljeni vodstvu računovodskega servisa xxx. Le tega rezultati ankete ne smejo uspavati zato bi bilo potrebno raziskavo periodično ponoviti.

6 LITERATURA IN VIRI:

1. Damjan, Janez, Možina, Stane. 1998. Obnašanje potrošnikov. Ljubljana. Ekonomska fakulteta.
 2. Drury, Colin: Management and cost accounting, Thompson learning corp., London, 2004.
 3. Hočevar, Marko, Jaklič, Marko, Zagoršek, Hugo. 2003. Ustvarjanje uspešnega podjetja. Ljubljana: GV Založba
 4. Koželj, S.: Dajanje prednosti vsebini pred obliko v računovodstvu, Zveza računovodij, finančnikov in revizorjev Slovenija, Ljubljana, 1997.
 5. Musek Lešnik, Kristijan. 2007. Zadovoljstvo potrošnikov: psihološki dejavniki vedenja in zadovoljstvo potrošnikov. Ljubljana: IPSOS
 6. Musek Lešnik, Kristijan. 2007a. Zadovoljstvo potrošnikov: psihološki dejavniki vedenja in zvestobe potrošnikov. Ljubljana: IPSOS
 7. Odar, M., Kavčič, S., Koželj, S.: Organiziranost računovodstva v slovenskih podjetjih, Slovenski inštitut za revizijo, Revizor 4-5, Ljubljana, 2003.
 8. Snoj, Boris: Zadovoljstvo odjemalcev in njegovo merjenje v računovodskih servisih, Zbornik referatov 2. kongresa računovodskih servisov, Gospodarska zbornica Slovenija, Portorož, 2000
 9. Toman, Ivanka, in Peter Putanec. 1995 .Kako voditi podjetje v zadovoljstvo potrošnika. Lesce: Oziris
 10. Uršič D., Nikl A.: Učeča se organizacija, Managemet forum: Maribor, 2004.
 11. Vehovar, Nataša.1998. Kakovost računovodskih servisov pri nas. IKS 12/98:157-195.
-
1. www.racunovodja.com
 2. www.gfk.si/lclank.php?cid=253 - [Posnetek](#) - [Podobno](#)
 3. http://www.fm-kp.si/zalozba/ISSN/1854-4231/3_235-253.pdf v obliki html., št. 3 jesen 2008

7 PRILOGA

ANKETNI VPRAŠALNIK

Sem Liljana Aetović izredna študentka Višje strokovne šole Academia v Mariboru. Za praktični del diplomske naloge izvajam anonimno anketo o zadovoljstvo strank s storitvami računovodskega servisa. Vljudno vas prosim za vaše mnenje, ki ga izrazite z izpolnitvijo vprašalnika.

Lepo se vam zahvaljujem za vaš trud in čas, ki ste ga namenili izpolnjevanju ankete.

Liljana Aetović

Maribor, junij 2009

Pri odgovarjanju na vprašanje prosim, da ocenite in obkrožite številko od 1 do 7, ki po vašem mnenju predstavlja ustreznem odgovor.

Upoštevajte, da pomeni ocena:

1	2	3	4	5	6	7
Zelo slabo zadovoljen/ nezadovoljen	Slabo/ zadovoljen	Dokaj dobro/ zadovoljen	Dobro/ zadovoljen	Pogosto dobro/ zadovoljen	Zmeraj dobro/ zadovoljen	Odlično/ popolnoma zadovoljen

Ustrezno obkrožite;

Računovodski servis se nahaja na priročni in lahko dostopni lokaciji. 1 2 3 4 5 6 7

V bližini računovodskega servisa je parkirno mesto. 1 2 3 4 5 6 7

Delovni čas v računovodskem servisu mi povsem ustreza. 1 2 3 4 5 6 7

Delovni prostor v podjetju je lepo urejen. 1 2 3 4 5 6 7

Ob vstopu v računovodski servis se mi prijazno nasmehnejo in me lepo pozdravijo. 1 2 3 4 5 6 7

Ob vstopu v računovodski servis se z menoj rokujejo. 1 2 3 4 5 6 7

Cena storitev je ustrezna. 1 2 3 4 5 6 7

Podjetje nudi spletno stran za informiranje. 1 2 3 4 5 6 7

Zaposleni imajo profesionalen odnos in so urejeni. 1 2 3 4 5 6 7

Zaposleni so ustrezno izobraženi in strokovno usposobljeni. 1 2 3 4 5 6 7

Zaposleni so odgovorni in dosledni, predloženo dokumentacijo zaupno obravnavajo. 1 2 3 4 5 6 7

Delo je opravljeno pravočasno, kakovostno in natančno brez bistvenih napak. 1 2 3 4 5 6 7

Za odgovore na vprašanja so vedno dosegljivi: po telefonu, po elektronski pošti in osebno.

1 2 3 4 5 6 7

Ustrezno obkrožite:

- a) Ali dokumentacijo prinašate osebno: DA NE
- b) Ali dokumentacijo pošiljate po pošti: DA NE
- c) Ali bi računovodski servis priporočali znancu, prijatelju: DA NE
- d) Kako pogosto prihajate v računovodski servis? Na vsakih:

14 dni 30 dni 45 dni 60 dni več kot 60 dni

Dopolnite:

Koliko časa ste že stranka računovodskega servisa:

.....dni ali mesecev ali let

Splošni podatki (ustrezno obkrožite)

1) *Spol:* a) moški b) ženski

2) *Starost:* a) do 20 let b) do 30 let c) do 40 let č) do 50 let e) nad 50 let

3) *Dokončana izobrazba:* a) osnovna b) poklicna c) srednja č) višja ali visoka

e) več kot visoka

Vaši predlogi in pripombe:

.....

.....

.....

.....