


Najhuje je podjetniku reči, da je konec

 Stane Petavs

stane.petavs@finance.si

Zbornica računovodskih servisov je letos že četrtič pripravila izbor Najračunovodski servis. Zmagovalce v kategorijah veliki, srednji in mali računovodski servis smo vprašali, katere želje oziroma zahteve strank kot računovodje najteže izpolnijo?

Miran Pikovnik, Unija:

»Psihološko je najteže, ko moraš družinskemu podjetju obrazložiti in jih prepričati, da morajo iz različnih razlogov zapreti svojo dejavnost, še zlasti, če so to že malo starejši ljudje. Ti bi navadno vztrajali, dokler ne bi izguba pobrala še zadnjega evra prihranka, saj se počutijo, kot bi izgubili otroka. Zaprtje oziroma prodaja takega podjetja je za družino zelo velik stres in se v družbi obravnava kot velik poraz, čeprav to ni, saj so razlogi lahko povsem zunanji, torej neodvisni od naših dejanj (sprememba zakonodaje, uvedba evra ...). Računovodja natančno vidi zgodovino poteka dogodkov (zakaj izguba) in lahko dovolj



► Letošnji zmagovalci izbora Najračunovodski servis so (z leve) **Miran Pikovnik** iz Unije, **Sabina Jovanović Javernik** iz MDS Jovanović & Javernik in **Janja Praznik** iz APO Vizije. Priznanja jim je podelil predsednik Zbornice računovodskih servisov **Aleksander Štefanac**.

natančno tudi predvidi prihodnost. Vendar so ti sestanki in prepričevanja o zaprtju zame najtežji.«

Janja Praznik, APO Vizija: »Osebnostno mi je najtežje, ko se pri meni ves v stiski in nemočen oglasi podjetnik ali

podjetnica in z vsem svojim strokovnim znanjem in kilometrinno na računovodskem področju ne morem poma-

gati. Dogaja pa se tudi, da na najtežja vprašanja, na katera podjetnik že ima odgovor, pri čemer pa ne sporoči vseh z

moje strani zahtevanih informacij ali pa jih celo nima, zanj ostanem brez odgovora. V vseh takih primerih, kjer stranka že vnaprej ve odgovor, ni pa posredovala vseh zahtevanih informacij in dokumentov, smo poslovno sodelovanje morali nemudoma končati.«

Sabina Jovanović Javernik, MDS Jovanović & Javernik: »Nič nam ni težko. Kot podjetje delujemo v dobro stranke. Naš moto je, da delo opravimo strokovno, korektno, pošteno ter ostajamo v okviru zakonskih predpisov. V obdobju krize, ko so projekti zamrznjeni, postaja konkurenca neizprosna. Veliko naših strank ima velikan-ske težave zaradi upadanja prodaje, krhanja poslovnih odnosov, pomanjkanja virov financiranja ... Najpomembnejše pri tem je, da pojava ne smemo podcenjevati. In če lahko kakorkoli pomagamo posameznikom, ki pa mogoče imajo težave, smo s tem dosegli veliko. Ne smemo pa niti zanemariti veliko posledic, ki pripeljejo predvsem do tega, da so odnosi lahko ostrejši, komunikacija pa bolj čustvena.«