

# Reklamacije potrošača na primjeru poduzeća "Plinara" d.o.o. Pula

---

Jakša, Morena

Undergraduate thesis / Završni rad

2017

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University of Pula / Sveučilište Jurja Dobrile u Puli**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:137:145311>

Rights / Prava: [In copyright](#) / [Zaštićeno autorskim pravom.](#)

Download date / Datum preuzimanja: **2024-11-30**



Repository / Repozitorij:

[Digital Repository Juraj Dobrila University of Pula](#)



Sveučilište Jurja Dobrile u Puli  
Fakultet za odgojne i obrazovne znanosti

**MORENA JAKŠA**

**REKLAMACIJE POTROŠAČA NA PRIMJERU PODUZEĆA  
„PLINARA D.O.O.“**

Završni rad

Pula, svibanj, 2017

Sveučilište Jurja Dobrile u Puli  
Fakultet za odgojne i obrazovne znanosti

**MORENA JAKŠA**

**REKLAMACIJE POTROŠAČA NA PRIMJERU PODUZEĆA  
„PLINARA D.O.O.“**

Završni rad

**JMBAG: 2209977368026 , izvanredna studentica**

**Studijski smjer: management i poduzetništvo**

**Predmet: Ponašanje kupaca**

**Znanstveno područje:**

**Znanstveno polje:**

**Znanstvena grana:**

**Mentor: prof. dr. sc. Lenko Uravić**

Pula, svibanj, 2017



## IZJAVA O AKADEMSKOJ ČESTITOSTI

Ja, dolje potpisana Morena Jakša, kandidatkinja za prvostupnicu poslovne ekonomije, smjera management i poduzetništvo ovime izjavljujem da je ovaj Završni rad rezultat isključivo mogega vlastitog rada, da se temelji na mojim istraživanjima te da se oslanja na objavljenu literaturu kao što to pokazuju korištene bilješke i bibliografija. Izjavljujem da niti jedan dio Završnog rada nije napisan na nedozvoljen način, odnosno da je prepisan iz kojega necitiranog rada, te da ikoji dio rada krši bilo čija autorska prava. Izjavljujem, također, da nijedan dio rada nije iskorišten za koji drugi rad pri bilo kojoj drugoj visokoškolskoj, znanstvenoj ili radnoj ustanovi.

Morena Jakša

---

U Puli, 18.05.2017. godine



## **IZJAVA**

o korištenju autorskog djela

Ja, Morena Jakša dajem odobrenje Sveučilištu Jurja Dobrile u Puli, kao nositelju prava iskorištavanja, da moj Završni rad pod nazivom „Reklamacije potrošača na primjeru poduzeća „Plinara d.o.o.“ koristi na način da gore navedeno autorsko djelo, kao cjeloviti tekst trajno objavi u javnoj internetskoj bazi Sveučilišne knjižnice Sveučilišta Jurja Dobrile u Puli te kopira u javnu internetsku bazu završnih radova Nacionalne i sveučilišne knjižnice (stavljanje na raspolaganje javnosti), sve u skladu s Zakonom o autorskom pravu i drugim srodnim pravima i dobrom akademskom praksom, a radi promicanja otvorenoga, slobodnoga pristupa znanstvenim informacijama.

Za korištenje autorskog djela na gore navedeni način ne potražujem naknadu.

U Puli, 18.05.2017

Morena Jakša

---

# SADRŽAJ

1. UVOD.....	1
2. UVOD U TEORIJU PONAŠANJA POTROŠAČA.....	3
2.1. Psihologija potrošača.....	3
2.2. Faze procesa odlučivanja u kupnji.....	4
2.3. Poslijekupovno nezadovoljstvo potrošača.....	6
3. ZAKON O ZAŠTITI POTROŠAČA.....	8
3.1. Općenito o zakonu.....	8
3.2. Reklamacije korisnika javnih usluga.....	13
3.2.1. Povjerenstvo za reklamacije potrošača.....	13
4. OSNOVNI PODACI O PODUZEĆU PLINARA D.O.O. ....	14
4.1. Iz povijesti poduzeća Plinara d.o.o.....	14
4.2. Djelatnost poduzeća Plinare d.o.o.....	15
4.3. Organizacija poduzeća Plinare d.o.o.....	16
4.4. Usluga poduzeća Plinara d.o.o.....	19
4.4.1. Kućanstva.....	19
4.4.2. Opća potrošnja.....	19
4.4.3. Industrijski potrošači.....	20
4.5. Konkurencija poduzeću Plinara d.o.o.....	20
5. REKLAMACIJE POTROŠAČA PODUZEĆA PLINARA D.O.O.....	21
5.1. Vrste reklamacija.....	22
5.1.1. Reklamacije potrošnje plina.....	22
5.1.2. Reklamacije servisnih usluga.....	22
5.2. Načini podnošenja reklamacija.....	24
5.2.1. Osobnim dolaskom u sjedište poduzeća.....	24
5.2.2. Reklamacije putem telefonske linije.....	24
5.2.3. Reklamacije putem elektroničke pošte.....	24
5.3. Načini rješavanja reklamacija.....	27
5.3.1. Rješavanje reklamacija po viđenju.....	28
5.3.2. Rješavanje reklamacija pismenim putem.....	28

5.4. PRIJEDLOZI ZA POBOLJŠANJE.....	29
5.4.1. Poboljšanje web stranice Plinare d.o.o.....	30
5.4.2. Osnivanje službe za potrošače.....	32
5.4.3. Prijedlog za poboljšanje rada povjerenstva za rješavanje reklamacija.....	33
5.4.4. Istraživanje zadovoljstva potrošača.....	34
6. ZAKLJUČAK.....	35
LITERATURA.....	37
POPIS PRIKAZA, SLIKA I GRAFIKONA.....	38
SAŽETAK.....	39
SUMMARY.....	40





## 1. UVOD

U ovom radu prikazano je kako funkcioniraju reklamacije na konkretnom primjeru u poduzeću Plinara d.o.o.. Zbog čega dolazi do reklamacija potrošača, te kako se te reklamacije rješavaju. Prikazano je cjelokupno funkcioniranje poduzeća, da bi se lakše došlo do rješavanja konkretnog problema.

Prvo poglavlje prikazuje ponašanje potrošača u teoriji, onako kako su oni prikazani u stručnoj literaturi koja se bavi istraživanjem potrošača. Prikazan je potrošač sa svojim stavovima, željama i potrebama te njihovi motivatori za korištenje određenih proizvoda. Kao i čimbenici koji najčešće dovode do nezadovoljstva potrošača, te ih potiču na reklamacije.

Sljedeće poglavlje odnosi se na zakon o zaštiti potrošača koji je jako bitan u vezi prava koja imaju potrošači. Relativno novi zakon što se tiče primjene u Republici Hrvatskoj. Razvijanjem ovog zakona kao i svijesti potrošača o njihovim pravima povećala se i potreba za reklamacijama. Od početka upotrebe zakona o zaštiti potrošača i potrošačka svijest se promijenila. Potrošači su uvidjeli svoja prava i počeli se boriti za njih, a zakon o zaštiti potrošača daje im osnovu na koju se mogu osloniti i ostvariti svoja prava.

Zatim je prikazano poduzeće Plinara d.o.o. kroz povijesni nastanak, strukturu poduzeća kao i osnovne djelatnosti i funkcioniranje samog poduzeća. Da bi se pojmiio sam proces nastanka reklamacija bilo je potrebno prikazati poslove koji su usko vezani uz rad s potrošačima te procese koji prethode potencijalnim reklamacijama. Zatim dublji prikaz načina funkcioniranja pojedinih službi, usko vezanih uz potrošače, kao i poslovima kojima se te službe bave, a vezane su za potrošače.

Zadnje poglavlje se odnosi na reklamacije potrošača na konkretnom primjeru onako kako se to u poduzeću odvija, koje su vrste reklamacija, koje faze reklamacija prolazi

te koji su procesi i procedure. Dio poglavlja odnosi se na osobni osvrt, realno sagledavši opće stanje u poduzeću izneseno je nekoliko prijedloga koji bi mogli pomoći u boljem funkcioniranju poduzeća, te kako bi se neki poslovi i procedure mogli poboljšati sa svrhom zadovoljenja potrošača, kao i povećanjem zadovoljstva i učinkovitosti djelatnika.

U zaključku se navodi kratak rezime rada kao jedna zaokružena cjelina, započevši sa širokom slikom prikaza potrošača prema konkretnom poduzeću, preko detaljnog prikaza poslovanja, te sve do najmanjeg problema kao što su reklamacije potrošača na konkretnim primjerima.

Na kraju rada nalazi se popis korištene literature, popis prikaza i grafikona, te sažetak rada na hrvatskom i engleskom jeziku.

## 2. UVOD U TEORIJU PONAŠANJA POTROŠAČA

### 2.1. Psihologija potrošača

Potrošač je svaka fizička osoba ili kućanstvo koje kupuje, konzumira, upotrebljava, koristi i troši proizvode i usluge stvorene od gospodarskog (ekonomskog) subjekta. Danas se sve više primjenjuje individualni pristup potrošaču jer u slobodnim tržištima u koje spada i Hrvatska potrošači diktiraju koje i kakve proizvode i usluge trebaju i žele.

Potrošači posjeduju sredstva koja će utrošiti na proizvod ili uslugu koja im najviše odgovara cijenom i kvalitetom. Potrošač posjeduje financijska sredstva, mogućnosti i prava na temelju kojih ostvaruje pravo na slobodan odabir usluga i proizvoda.

S obzirom na vrlo veliku konkurenciju u svim granama trgovine i proizvodnje, tvrtke su prisiljene prilagođavati se ukusima potrošača, odnosno marketinški stručnjaci moraju razmišljati na sličan način kao i potrošači.

U današnje vrijeme potrošači su sve svjesniji mogućnosti i različitosti proizvoda pa ih je sve teže pridobiti. Ako proizvođači više približe proizvod potrošaču, lakše će ga prodati. Zbog toga je jedna od temeljnih funkcija marketinga stalno praćenje i istraživanje potreba i želja svojih potrošača, kao i čimbenika koji utječu na njihovo ponašanje, a to dovodi do istraživanja načina na koje potrošači donose odluku o kupnji određenog proizvoda.

„Također, vrlo važan zadatak marketinga je uskladiti sve elemente marketinškog miksa na način da se omogući postizanje zadovoljstvo potrošača te nadvlada mnogobrojna konkurencija.“ ( Kesić T.,( 2006.) *Ponašanje potrošača* II. Izmijenjeno i dopunjeno izdanje, Zagreb: Opinio d.o.o.)

Svako poduzeće se mora potruditi da se dobro prikaže na tržištu i da svojom prezentacijom i društveno odgovornim ponašanjem privuče i zadrži što veći broj kupaca. Negativna reklama nikako nije poželjna, zato je zadovoljstvo svakog potrošača važno.

## 2.2. Faze procesa odlučivanja u kupnji

Pri svakoj potrebi za zadovoljenju želja pojedinaca javlja se potreba za donošenjem odluka koje bi dovele do odabira najboljih opcija za potrošača.

„Potrošači prolaze kroz pet osnovnih faza u kupovini, a to su: spoznaja potrebe, traženje informacija, ocjena alternativa i ponašanje nakon kupnje. Do ovakve podjele je došlo istraživanjem ponašanja potrošača na tržištu, kod čega je utvrđeno da proces kupovine počinje puno prije same kupnje, a učinci traju dugo nakon kupnje.“ Kesić T.,( 2006.) *Ponašanje potrošača* II. Izmijenjeno i dopunjeno izdanje, Zagreb: Opinio d.o.o.

Nakon kupnje potrošač preispituje svoje zadovoljstvo, tek ukoliko je zadovoljstvo manje od očekivanog javlja se negativna reakcija na kupnju.

„Ponašanje nakon kupnje Proces donošenja odluke o kupovini završava poslijekupovnom reakcijom potrošača. Zadovoljstvo kupljenim proizvodom ovisit će o očekivanju kupca. Zadovoljan kupac će i dalje kupovati i koristiti proizvode te će širiti pozitivnu reklamu prema drugim potrošačima.“ Kesić T.,( 2006.) *Ponašanje potrošača* II. Izmijenjeno i dopunjeno izdanje, Zagreb: Opinio d.o.o.

Potrošač je kompleksna osoba, te se razlikuje više vrsta potrošača, po svojim referencama, osobnom stavu, ali isto tako se mogu grupirati u nekoliko psiholoških skupina.

„Potrošač je korisnik usluga ili proizvoda, to je svaka fizička osoba koja sklapa pravni posao na tržištu, u svrhe koje nisu namijenjene njegovom zanimanju niti njegovoj poslovnoj aktivnosti ili poduzetničkoj djelatnosti.

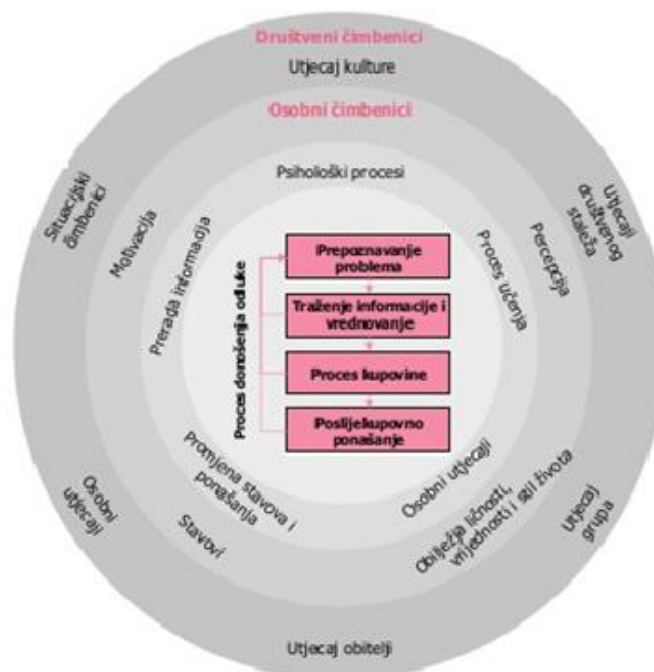
Društveno integrirani potrošač – on je istodobno lider mišljenja i korisnik informacija, društveno je aktivan potrošač, konzumira i prenosi velik obim informacija.

Društveno neovisan potrošač – takav je potrošač lider mišljenja, ali neaktivan u prihvaćanju informacija od drugih potrošača, davatelj usluga ili proizvoda.

Društveno ovisan potrošač – to je osoba koja prima ali ne daje informacije. Tradicionalni je sljedbenik koji se uključuje u grupno komuniciranje s ciljevima prijenosa informacija, ali ne i utjecaja na ponašanje potrošača ili trgovaca.

Društveno izolirani potrošač – ovaj tip potrošača predstavlja pasivnog primatelja informacija koji izbjegava osobne utjecaje i ne traži informacije.“ ( Rkman I., Kolarević J., Kelemen S., (2004) Časopis za zaštitu potrošača i korisnika usluga u Republici Hrvatskoj „Zaštita potrošača“ ).

Slika 1. Čimbenici ponašanje potrošača



Izvor: Kesić, T. (2006). Ponašanje potrošača, II. izmijenjeno izdanje, Zagreb, Opinion d.o.o

### 2.3. Poslijekupovno nezadovoljstvo potrošača

Poslijekupovno nezadovoljstvo se javlja kada potrošač nakon kupnje i korištenja određenog proizvoda ili usluge osjeti da nije zadovoljan, zapravo kada se ne podudaraju njegova očekivanja i stvarna korist.

„Ako potrošač nije zadovoljan kupljenim proizvodom, on može poduzeti jednu od sljedećih opcija. Prvo, on širi negativnu komunikaciju o proizvodu. Poznato je da kupac prenese dva puta više negativna iskustva nego pozitivna. Drugo, potrošač može odlučiti da više nikad ne kupi taj proizvod, i treće, reakcija može biti u vidu reklamacija.

Reklamacije mogu biti usmjerene prema prodavaču, proizvođaču ili nekoj pravnoj instituciji. Prve dvije skupine reklamacija, ako se adekvatno riješe, mogu dovesti do zadovoljstva potrošača i ponovne kupovine istog proizvoda. Treća se vrsta reklamacija temelji na stavu potrošača o nemogućnosti drukčijeg rješavanja problema i u načelu dovode do gubitka kupaca. Ovisno o jačini nezadovoljstva potrošača razlikovat će se i njegove reakcije.

Reklamacije potrošača. Reakcija potrošača mogu biti od reklamacije upućene prodavaču, preko širenja negativnih informacija, do poduzimanja pravnih akcija za zaštitu svojih prava.“ Kesić T.,( 2006.) *Ponašanje potrošača* II. Izmijenjeno i dopunjeno izdanje, Zagreb: Opinio d.o.o.

U ovom radu bit će riječi o negativnim reakcijama ili nezadovoljstvu na pruženu uslugu, koja nikako nije poželjna i koja dovodi do reklamacija koje ukoliko nisu riješene u korist potrošača mogu dovesti do gubitka potrošača kao i do širenja negativne reklame ostalim potrošačima.

„Sve zemlje, sve regije, svi gradovi ovoga svijeta zahvaljujući globalizaciji postali su jedan dio zajedničke svjetske trgovinske razmjene, razmjene dobara, usluga, znanja i informacija. Upravo ta globalna, međudržavna razmjena čini lokalno dostupno svima. Svjetsko umrežavanje i nove mobilne tehnologije učinilo je danas „lokalno“ dostupno svima, jer internacionalizacija svjetske trgovine postoji već stotinama godina, već dugi niz godina postoje svjetske trgovinske razmjene, no nikada kao do sada nisu se tako brzo razmjenjivale ključne informacije na osnovi kojih se odlučuje.

Nova sredstva transporta, brzi vlakovi, avioni, učinili su radnu snagu i njeno znanje svjetski mobilnom. Internet ju je učinio još dostupnijom iz svakog kutka zemaljske kugle bez napuštanja određenog lokaliteta.“ (Uravić, L., Paliaga, M. (2008). Integralni pristup razvoja branda i gospodarskog razvoja gradova u uvjetima globalne konkurentnosti. *Economic research – Ekonomska istraživanja*, 21(3), 77-87.)

U današnje vrijeme sve veće konkurencije nitko ne želi izgubiti potrošača, jer lakše ga je izgubiti nego pridobiti novog, zato je potrebno uložiti sav trud da bi potrošačevo nezadovoljstvo na kraju prešlo u zadovoljstvo.

Svakom poduzeću je od iznimne važnosti da njegov kupac bude zadovoljan i nastavi koristiti njegov proizvod. Zadržavanje potrošača u poduzeću koje se bavi uslužnom djelatnosti je veliki uspjeh.

### 3. ZAKON O ZAŠTITI POTROŠAČA

#### 3.1. Općenito o zakonu

Demokratsko društvo je društvo u kojem je zaštita potrošača uobičajena i dobrodošla, a ne nešto što je silom nametnuto. To je društvo u kojem je svako ponašanje koje nije u interesu potrošača neprihvatljivo i zakonom kažnjivo, a rezultira gubljenjem povjerenja od strane potrošača, te na kraju gubitkom potrošača. Takvo društvo želimo i moramo postati.

Zbog dinamike na području zaštite potrošača potrebne su česte izmjene i dopune postojećih propisa, kao i zbog usklađivanja hrvatskog zakonodavstva s pravnom stečevinom Europske unije.

Zaštita potrošača je bitan segment razvoja funkcionalnog tržišnog gospodarstva. Zbog uređenja odnosa unutar ovog područja kao i usklađivanje zakonodavstva Republike Hrvatske sa zakonodavstvom Europske unije donesen je 2003. godine i prvi Zakon o zaštiti potrošača, kojim je Republika Hrvatska započela postupak stvaranja pravnog temelja koji svim građanima, kao potrošačima osigurava primjerenu zaštitu njihovih prava.

Zbog dinamičnosti ovog područja i brzih promjena na tržištu, ovaj zakon je do danas više puta nadograđivan. Najnovije izmjene donesene su na sjednici održanoj 21. ožujka 2014. godine, kada je Hrvatski sabor, donio novi Zakon o zaštiti potrošača. Zakon je stupio na snagu 01. siječnja 2015. godine.

„Kao i prethodni Zakon iz 2007., tako i ovaj uređuje zaštitu osnovnih prava potrošača pri kupnji proizvoda i usluga i pri drugim oblicima stjecanja proizvoda i usluga na tržištu, a posebice prava na: zaštitu ekonomskih interesa potrošača; zaštitu od opasnosti za život, zdravlje i imovinu; pravnu zaštitu potrošača; informiranje i izobrazbu potrošača; udruživanje potrošača radi zaštite njihovih interesa; predstavljanje potrošača i sudjelovanje potrošača u radu tijela koja rješavaju pitanja od njihova interesa.“ (Marečić D. (2014) Što propisuje novi Zakon o zaštiti potrošača, Zagreb Računovodstvo, revizija i financije, (svibanj 156 – 164))



Ovako izgleda Zakon o zaštiti potrošača.

#### „TEMELJNE ODREDBE

##### Članak 1.

Ovim se Zakonom uređuje zaštita osnovnih prava potrošača pri kupnji proizvoda i usluga, kao i pri drugim oblicima stjecanja proizvoda i usluga na tržištu, i to:

1. pravo na zaštitu ekonomskih interesa potrošača
2. pravo na zaštitu od opasnosti za život, zdravlje i imovinu
3. pravo na pravnu zaštitu potrošača
4. pravo na informiranje i izobrazbu potrošača
5. pravo na udruživanje potrošača u svrhu zaštite njihovih interesa
6. pravo na predstavljanje potrošača i sudjelovanje predstavnika potrošača u radu tijela koja rješavaju pitanja od njihova interesa.“ ( Narodne novine br. 41/2014 – Zakon o zaštiti potrošača ).

Dio zakona odnosi se na izdavanje računa, jasno je u zakonu određeno što mora sadržavati račun i koje su obveze poduzeća u svezi primanja reklamacija. S obzirom da se na dio zakona o izdavanju računa nadovezuje pisani prigovor u vezi računa, slijedi citat zakona u tom području.

#### „ POSLOVANJE TRGOVACA S POTROŠAČIMA

##### *Račun*

##### Članak 9.

- (1) Trgovac je dužan potrošaču omogućiti provjeru ispravnosti zaračunatog iznosa u odnosu na kupljene proizvode, odnosno pružene usluge.
- (2) Ispostavljanje računa nije dopušteno naplaćivati.
- (3) Na ispostavljanje i sadržaj računa na odgovarajući se način primjenjuju odredbe posebnih propisa kojima se uređuje obveza ispostavljanja računa.

## *Pisani prigovor*

### Članak 10.

(1) Trgovac je dužan omogućiti potrošaču podnošenje pisanog prigovora u svojim poslovnim prostorijama i bez odgađanja pisanim putem potvrditi njegov primitak.

(2) Osim obveze iz stavka 1. ovoga članka, trgovac je dužan potrošaču omogućiti podnošenje pisanog prigovora putem pošte, telefaksa ili elektroničke pošte.

(3) Trgovac je dužan u poslovnim prostorijama vidljivo istaknuti obavijest o načinu podnošenja pisanog prigovora iz stavaka 1. i 2. ovoga članka.

(4) Osim obveze iz stavaka 1., 2. i 3. ovoga članka, trgovac koji pruža javnu uslugu dužan je na ispostavljenom računu vidljivo istaknuti obavijest o načinu podnošenja pisanog prigovora.

(5) Trgovac je dužan u pisanom obliku odgovoriti na prigovore iz stavaka 1., 2. i 4. ovoga članka u roku od 15 dana od dana zaprimljenog prigovora.

(6) Trgovac je dužan voditi i čuvati evidenciju prigovora potrošača iz stavaka 1., 2. i 4. ovoga članka na trajnom mediju godinu dana od dana primitka pisanog prigovora potrošača.“ ( Narodne novine br. 41/2014 – Zakon o zaštiti potrošača ).

S obzirom da je poduzeće Plinara d.o.o. javno poduzeće i da se bavi pružanjem javne usluge potrošačima, spomenuti su članci Zakona o zaštiti potrošača koji se odnose na ovo područje, a nadovezuju se i članci vezani za reklamacije potrošača.

## „JAVNE USLUGE KOJE SE PRUŽAJU POTROŠAČIMA

### *Opće odredbe*

### Članak 24.

(1) Javnim uslugama u smislu ovoga Zakona smatraju se:

1. distribucija električne energije
2. distribucija prirodnog plina
3. distribucija toplinske energije

4. elektroničke komunikacijske usluge
5. javna vodoopskrba i javna odvodnja
6. opskrba plinom u javnoj usluzi
7. obavljanje dimnjačarskih poslova
8. opskrba električnom energijom u univerzalnoj usluzi
9. poštanske usluge
10. prijevoz putnika u javnom prometu
11. prikupljanje miješanog i biorazgradivog komunalnog otpada.

(2) Prilikom ispostavljanja računa za pružanje javnih usluga potrošačima trgovac mora primjenjivati obračun i cijene uređene posebnim propisima.

(3) Uslugu očitavanja mjernih uređaja nije dopušteno naplaćivati, osim u slučajevima koji su određeni posebnim propisom.

(4) Trgovac mora potrošaču omogućiti upoznavanje unaprijed sa svojim općim uvjetima poslovanja te uvjetima korištenja javnih usluga i javno ih objaviti na svojim mrežnim stranicama.

(5) O svakoj promjeni uvjeta iz stavka 4. ovoga članka trgovac je dužan unaprijed pisanim putem obavijestiti potrošača.

#### *Reklamacije potrošača – korisnika javnih usluga*

##### Članak 25.

(1) Tijelo javne vlasti koje uređuje pružanje javnih usluga potrošačima dužno je osnovati savjetodavno tijelo u čijem sastavu mora biti i predstavnik udruge za zaštitu potrošača te donositi odluke, nakon mišljenja savjetodavnog tijela, na transparentan, objektivan i nediskriminirajući način.

(2) Jedinica lokalne i područne (regionalne) samouprave koja odlučuje o pravima i obvezama potrošača javnih usluga dužna je osnovati savjetodavno tijelo u čijem sastavu mora biti i predstavnik udruge za zaštitu potrošača, ako djeluje na lokalnom

području, te donositi odluke, nakon mišljenja savjetodavnog tijela, na transparentan, objektivan i nediskriminirajući način.

(3) Trgovac koji pruža javnu uslugu dužan je osnovati povjerenstvo za reklamacije potrošača u čijem sastavu mora biti i predstavnik udruge za zaštitu potrošača.

(4) Iznimno od stavka 3. ovoga članka, za pojedine djelatnosti koje obavljaju trgovci koji imaju do pet zaposlenih može se pri Hrvatskoj obrtničkoj komori ili Hrvatskoj gospodarskoj komori osnovati povjerenstvo za reklamacije potrošača u čijem sastavu mora biti i predstavnik udruge za zaštitu potrošača.

(5) Po primitku odgovora na pisani prigovor iz članka 10. stavaka 1. i 2. ovoga Zakona, a koji se odnosi na javne usluge, potrošač može podnijeti reklamaciju povjerenstvu iz stavaka 3. i 4. ovoga članka.

(6) Povjerenstvo mora pisano odgovoriti potrošaču na zaprimljene reklamacije u roku od 30 dana od dana zaprimanja reklamacije.

(7) U vezi s prigovorom, odnosno reklamacijom koja se odnosi na javne usluge, potrošač može pokrenuti sudski ili izvansudski postupak tek nakon što je iscrpio postupke iz stavka 5. ovoga članka te postupak utvrđen zakonom kojim se uređuje opći upravni postupak u odnosu na zaštitu od postupanja pružatelja javnih usluga.

(8) Savjetodavno tijelo iz stavaka 1. i 2. ovoga članka i povjerenstvo za reklamacije potrošača iz stavaka 3. i 4. ovoga članka financira tijelo, odnosno trgovac koji ga osniva sukladno svojim internim aktima.“ ( Narodne novine br. 41/2014 – Zakon o zaštiti potrošača ).

Zakon o zaštiti potrošača imao je nekoliko izmjena i nadopunjavanja tijekom godina, jer neke su se situacije mogle sagledati samo kroz praksu, tako je bilo i u vezi podnošenja prigovora direktno sudskim postupkom.

„U praksi je navedena odredba st.7. čl. 25. ZoZP'14 izazivala poteškoće jer potrošači nisu mogli pokrenuti sudski ili izvansudski postupak ( primjerice, postupak mirenja pred mirovnim vijećima komorskih udruga) sve dok nisu iscrpili sve navedene ( propisane) postupke, uključujući i postupak prema ZUP-u čije se trajanje nije moglo predvidjeti.

### 3.2. Reklamacije korisnika javnih usluga

Javnim uslugama smatraju se distribucija električne energije, prirodnog plina, opskrba plinom u javnoj usluzi, poštanske i elektroničke komunikacijske usluge, vodoopskrba, prikupljanje komunalnog otpada, dimnjačarski poslovi te javni promet.

Trgovac koji pruža javnu uslugu obavezan je omogućiti potrošaču podnošenje pisanog prigovora, u svojim poslovnim prostorijama kao i podnošenje istih putem pošte, telefaksa i elektroničke pošte, a u poslovnim prostorijama istaknuti obavijest o načinu podnošenja prigovora.

Osim navedene obveze, pružatelj javne usluge obavezan je i na računu naznačiti način kao i vremenski period za podnošenje reklamacija.

Kod primitka prigovora trgovac je dužan pisanim putem potvrditi primitak prigovora, kao i odgovoriti na prigovor u roku od 15 dana, od dana zaprimanja prigovora. Obveza je trgovca čuvanje primljenih prigovora godinu dana, od dana primitka.

#### 3.2.1. Povjerenstvo za reklamacije potrošača

Trgovac koji pruža javnu uslugu obavezan je osnovati povjerenstvo za reklamacije potrošača u čijem sastavu mora biti i predstavnik udruge za zaštitu potrošača. Ukoliko potrošač nije zadovoljan odgovorom na podneseni prigovor može podnijeti reklamaciju povjerenstvu za reklamacije, koje je obavezno pisano odgovoriti potrošaču u roku od 30 dana.

Ako korisnik javnih usluga smatra da su njegova prava narušena može se obratiti nadležnom javnopravnom tijelu koje ima obvezu ispitati navode kod pružatelja javnih usluga. Krajnji postupak korisnika usluga je pokretanje upravnog spora.

U slučaju pokretanja spora pružatelj javne usluge ne smije obustavi pružanje usluge korisniku do okončanja spora, osim ukoliko korisnik sam ne otkaže uslugu.

## 4. OSNOVNI PODACI O PODUZEĆU PLINARA D.O.O.

### 4.1. Iz povijesti poduzeća Plinara d.o.o.

Plinara u Puli izgrađena je 1880. godine u današnjem centru grada. Nagli razvoj grada Pule do Prvog svjetskog rata, i preorijentacije korištenja proizvedenog plina, osim za rasvjetu i u toplinske svrhe, uvjetovalo je izgradnju na novoj lokaciji (Zaljev Veruda) većeg proizvodnog postrojenja plinare. Tako je puštena u pogon 1912. godine plinara kapaciteta 15.000 metara<sup>3</sup>/ dan.

Godine 1968. izgrađena su na lokaciji Nova plinara nova proizvodna postrojenja. Tijekom 1973. godine obavljena rekonstrukcija tehnološkog postupka rezultirala je povećanim proizvodnim kapacitetom 120.000 metara<sup>3</sup>/dan gradskog plina.

1980. godine plinari Pula preostala je jedina mogućnost da se kao sirovina za proizvodnju gradskog plina koristi ukapljeni naftni plin.

Današnje poduzeće Plinara d.o.o. Pula je društvo s ograničenom odgovornošću osnovano Društvenim ugovorom o osnivanju od 16. lipnja 1998.godine. Osnivači i vlasnici Društva jesu: Grad Pula (51% udjela) i INA-Industrija nafte d.d. Zagreb (49% udjela) ( <http://www.plinara.hr>).

Društvenim ugovorom od 31.01.2007. godine stavljen je van snage stari i donesen novi Društveni ugovor Društva Plinara d.o.o. sa temeljnim kapitalom od 35.835.300,00 kuna, a članovi društva su uplatili temeljne uloge kako slijedi:

1. Istarska Županija jedan temeljni ulog u iznosu od 3.500.000,00 kn (uplaćen u novcu)
2. INA-Industrija nafte d.d. jedan temeljni ulog u iznosu od 17.559.000,00 kn (djelomično uplaćen u novcu u iznosu od 9.800,00 kn i djelomično unosom stvari u ukupnoj vrijednosti od 17.549.200,00 kn)
3. Grad Pula jedan temeljni ulog u iznosu od 14.776.300,00 kn (djelomično uplaćen u novcu u iznosu 10.200,00 kn i djelomično unosom stvari u ukupnoj vrijednosti od 14.766.100,00 kn)

Sjedište Društva je u Puli, Industrijska 17.

#### 4.2. Djelatnost poduzeća Plinare d.o.o.

Plinara d.o.o. Pula ima koncesiju za obavljanje djelatnosti distribucije i opskrbe plinom na cjelokupnom područje Istarske županije, dok su područja u kojima se trenutno vrši distribucija i opskrba plinom gradovi Pula, Rovinj, Poreč i Umag kao i općine Medulin, Kršan i Pićan. Na području grada Pule završena je plinifikacija, te se distribuira prirodni plin. Dok je u gradovima Poreč, Rovinj i Umag plinifikacija i dalje u tijeku uz distribuiranje prirodnog plina postojećim potrošačima.

Osnovne djelatnosti Plinare d.o.o. Pula jesu:

- proizvodnja plina, distribucija plinovitih goriva distribucijskom mrežom,
- opskrba parom i toplom vodom,
- postavljanje instalacija za vodu, plin, grijanje, ventilaciju i hlađenje,
- kupnja i prodaja robe,
- obavljanje trgovačkog posredovanja na domaćem i inozemnom tržištu,
- opskrba plinom tarifnog kupca,
- opskrba plinom povlaštenog kupca,
- posredovanje na tržištu plina,
- zastupanje na tržištu plina,
- projektiranje, gradnja i stručni nadzor,
- projektiranje, održavanje i ispitivanje plinskih instalacija,
- montaža i servisne usluge svih vrsta kotlova za etažno i centralno grijanje,
- proizvodnja plina,
- distribucija plina.

Glavne djelatnosti društva jesu distribucija plinovitih goriva distribucijskom mrežom, te opskrba plinom tarifnih i povlaštenih kupaca.

#### 4.3. Organizacija Plinare d.o.o.

Kao i svako društvo s ograničenom odgovornošću Plinara ima organe društva koji su zakonom propisani, a to su: Uprava, Nadzorni odbor i Skupština Društva.

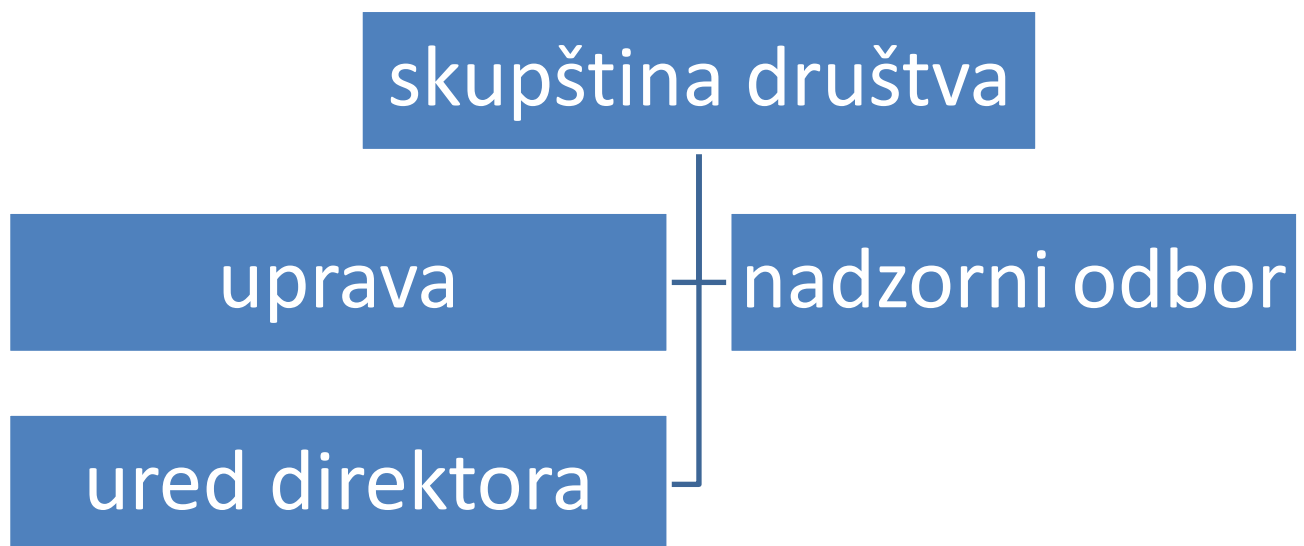
Rad, prava i obveze organa Društva određene su Društvenim ugovorom i Zakonom o trgovačkim društvima. Direktor Društva odlučuje o sistematizaciji radnih mjesta, te o opisu poslova i zadataka radnih mjesta Plinare d.o.o. Pula

Direktora Društva imenuje Skupština Društva. Odluke o imenovanju na ostala radna mjesta donosi direktor Društva.

Nadzorni odbor imenuje Skupština Društva, a njegova funkcija je da nadzire rad Uprave Društva.

Skupština donosi odluke na koje je ovlaštena zakonom i društvenim ugovorom.

Prikaz 1. Organizacija društva s ograničenom odgovornošću

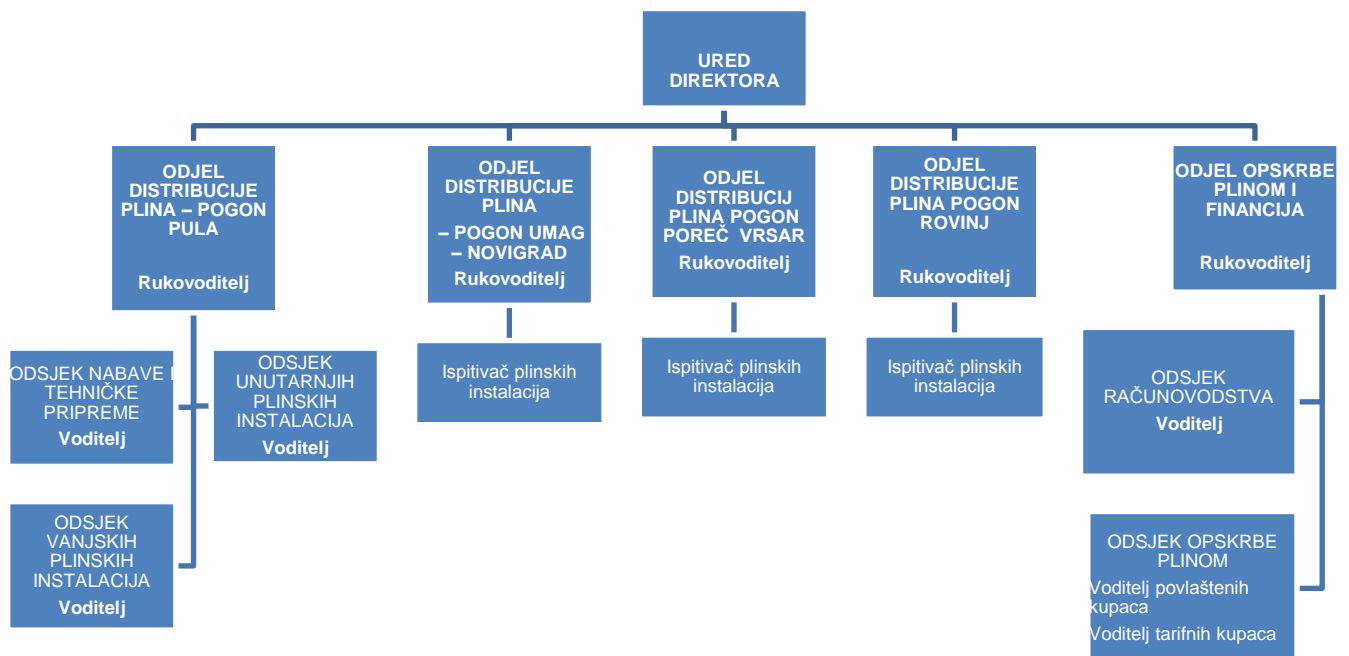


Izrada: autorica



Društvu je organizirano prema divizijskoj organizaciji na nekoliko sektora, a to su: ured direktora, koji upravlja svim divizijama, te odjeli distribucije plina prema područjima, kao i na istoj organizacionoj razini odjel opskrbe plinom i financija. Odjel distribucije plina u Puli sastoji se od dva odsjeka i to: odsjek za vanjske plinske instalacije i odsjek za unutarnje plinske instalacije. Dok u ostalim gradovima nema još potrebe za širom razgradnjom.

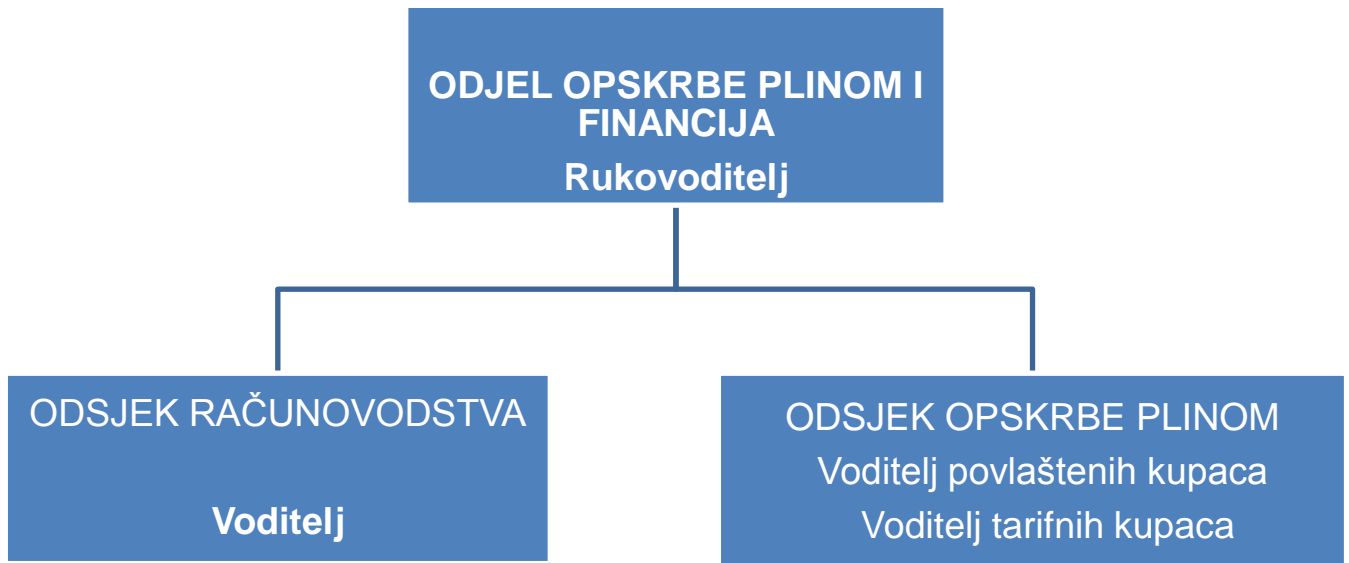
Prikaz 2. Plinara d.o.o. – Organizacijska shema



Izrada: autorica

Odjel opskrbe plinom i financija sastoji se od dva odsjeka i to: odsjek opskrbe plinom i odsjek računovodstva, financija i komercijale, koji te poslove obavlja za sve odjele distribucije plina.

Prikaz 3. Shematski prikaz odjela opskrbe plinom i financija



Izrada: autorica

#### 4.4. Usluga poduzeća Plinara d.o.o.

Plinara d.o.o. vrši uslugu distribucije i opskrbe prirodnog plina, prema kućanstvima i poslovnim subjektima te obavlja postavljanje, održavanje i ispitivanje plinske instalacije i drugih servisnih usluga.

U Plinari d.o.o. Pula kupci su najvažniji čimbenik jer poduzeće posluje putem distribucije i opskrbe plinom, kako bi zadovoljilo želje i potrebe kupaca i ostvarilo prihod. Prema kupcima se treba odnositi pažljivo jer su oni ključni čimbenik za poslovanje. Kupci plina su fizičke i pravne osobe koje s distributerom plina sklope ugovor o kupnji plina.

Potrošači plina mogu se podijeliti u tri osnovne grupe:

1. kućanstva
2. opća potrošnja
3. industrijski potrošači

##### 4.4.1. Kućanstva

U kućanstvima se plin troši za zagrijavanje prostorija, zagrijavanje tople vode i kuhanje. Svaka od ovih potrošnji je različita, ovisi o starosti stana i njegovoj kvadraturi, životnom standardu, socijalnim prilikama kao i osobnim željama i potrebama. Trenutno je na prirodni plin priključeno 10.827 kućanstava, s time da se ova brojka stalno povećava, smanjenim intenzitetom na području Pule, gdje je plinifikacija generalno završena, dok je u ostalim gradovima veći intenzitet povećanja novih potrošača.

##### 4.4.2. Opća potrošnja

U opću potrošnju spadaju razne ustanove, ugostiteljski obrt, manji industrijski pogoni, zanatstvo. Trenutni njihov broj je 1.328, uz povremeno mijenjanje koje dolazi zbog prelaska kod drugih distributera i vraćanje. Ovi potrošači plin koriste za grijanje kao i

u proizvodnim procesima te imaju veću potrošnju od kućanstava, stoga je bitno zadržati ih kao i raditi na tome da se privuku novi potrošači.

#### 4.4.3. Industrijski potrošači

Ovdje spadaju turistička poduzeća, trgovački lanci, tvornice, brodogradilište, bolnica. Trenutno ih ima oko stotinjak. Ovo su najveći potrošači prirodnog plina, koji donose i najveću zaradu, stoga je potrebno poraditi na politici zadržavanja velikih potrošača, kao i privlačenje novih.

#### 4.5. Konkurencija poduzeću Plinara d.o.o.

Uz druge vrste dostupnih energenata kao što su električna energija, plinski spremnici propan-butan i lož ulje, od 01.01.2017. godine dozvoljena je i kupnja plina preko drugih opskrbljivača. Plinara više nema monopol i kupci plina mogu slobodno odlučivati od kojeg opskrbljivača žele kupovati plin, dok je za distribuciju zadužena Plinara. Za sada nisu zabilježeni veći gubici na području manjih potrošača, što zbog lojalnosti, što zbog nepovjerenja u nove opskrbljivače. Dok su neki veliki potrošači prešli na nove opskrbljivače, što zbog politike poduzeća koja posluju na području cijele zemlje, što zbog nižih cijena.

## 5. REKLAMACIJE POTROŠAČA PODUZEĆA PLINARA D.O.O.

Plinara je poduzeće koje je pružatelj usluga i kojemu su najvažniji kupci i poslovanje s kupcima. Cjelokupno poslovanje usmjereno je na potrebe kupaca i nastojanje stjecanja njihova povjerenja i u konačnici zadovoljstva iz koje proizlazi zadržavanje kupaca i suradnja na obostrano zadovoljstvo.

Što se tiče djelatnosti koje obavlja Plinara, a odnose se direktno na potrošače, su opskrba plinom, to znači da opskrbljuje potrošače prirodnim plinom direktno u njihovim domovima, a to rezultira izdavanjem računa za potrošnju plina, kao i pružanje nestandardnih usluga, a to se pak odnosi na sve radove vezane za plinsku instalaciju, bili to popravci na zahtjev potrošača ili redovne kontrole određene zakonom, što također rezultira izdavanjem računa.

To su područja u kojima mogu nastati nesporazumi i potrebe za reklamacijama. Potrošači se ponekad ne slažu s dobivenim računom, a to mogu biti subjektivni ili objektivni razlozi. U nekim slučajevima su razlozi reklamiranja zbog stvarno nastalih grešaka pri knjiženju ili zbog grešaka nastalih ljudskim faktorom. Dok su u drugim slučajevima razlozi reklamiranja potpuno subjektivne prirode, kada potrošači misle da oni taj dug nisu mogli napraviti, ili kada smatraju da oni uslugu nisu tražili pa stoga ne žele ni račun platiti.

Jedan od nedostataka što se tiče očitavanja plinomjera je što se još vrši ručno, umjesto da se koriste skeneri koji bi bez greške očitali stanje, pospremili ga te zatim ta stanja prenijeli u program za vršenje obračuna. Ovim načinom bi se mogućnost pogreške pri očitavanju stanja svela na nulu, čime bi se smanjio i broj reklamacija vezanih za pogrešno očitana stanja na plinomjerima.

Ovakvi skeneri se koriste kod očitavanja plinomjera za industriju, kojih je puno manje u odnosu na broj plinomjera za kućanstva. Dakle program već postoji i pokazao se izvrsnim u praksi, ali od skenera za kućanstva se trenutno odustalo zbog financijskih razloga, zato što bi to sada iziskivalo velika ulaganja. Da bi skeneri mogli očitati potrošnju potrebno je na svaki plinomjer ugraditi barcode koji bi služio za očitavanje stanja na plinomjeru, a taj izdatak trenutno nije prioritet.

## 5.1. Vrste reklamacija

Da bismo došli do reklamacija najprije trebamo objasniti proces koji prethodi potencijalnim reklamacijama. Postoje dvije vrste reklamacija, jedne se odnose na potrošnju plina dok se druge odnose na servisne usluge, dakle reklamacije potrošnje plina i reklamacije servisnih usluga.

### 5.1.1. Reklamacije potrošnje plina

Što se tiče potrošnje plina, Plinara vrši očitavanja plina za fizičke osobe tri puta godišnje, i to na način da pošalje čitače na teren koji u određenom vremenskom razdoblju moraju očitati zadani broj potrošača.

Očitavanje se vrši na način da se pročita broj na plinomjeru i još uvijek ručno upiše u knjigu čitanja koja se po završetku čitanja predaje službi koja dobivene podatke ponovno ručno unaša u program iz kojeg se vrši obračun potrošnje plina. S obzirom da se podaci ručno unašaju postoji mogućnost pogreške pri unosu, a to rezultira pogrešnim obračunom.

Očitavanje za pravne osobe se vrši mjesečno, tako da čitač očita potrošnju plina putem skenera s kojeg se zatim podaci prebacuju u program. U ovom slučaju je mogućnost pogreške pri očitavanju smanjena u odnosu na fizičke osobe, ali pogreške zbog utjecaja ljudskog faktora su i ovdje moguće. Isto tako pogreške se brže uočavaju i ispravljaju zbog dostave faktura na mjesečnoj razini.

U ovim slučajevima nastaju reklamacije koje se odnose na potrošnju plina, koje se veoma brzo i efikasno rješavaju putem telefonskog razgovora ili osobnim dolaskom potrošača. Na računu je naznačeno da se kupac ima pravo žaliti u roku od petnaest dana od dobivanja računa iako uvažavamo žalbe i nakon navedenog roka.

### 5.1.2. Reklamacije servisnih usluga

Druga vrsta reklamacija odnosi se na nestandardne usluge ili servisne usluge. To su usluge koje se potrošačima pružaju nevezano za potrošnju plina, a odnose se ili na instalacije ili na trošila koja potrošač posjeduje.

Ukoliko je do zahtjeva za servisnom uslugom došlo od strane potrošača manja je mogućnost za reklamacije zato što je potrošač sam zatražio uslugu i bio informiran na koliki iznos će glasiti račun.

Druga vrsta servisnih usluga je ona koja nije izvršena na zahtjev potrošača već je Plinara zakonski dužna vršiti kontrole plinskih instalacija svakih pet godina. Tu nastaju problemi zato što pojedini potrošači smatraju da s obzirom da radove nisu naručili ne moraju ni račun platiti i tu postoji mogućnost reklamacija. Naravno dolazi i do reklamacija kod pogrešno unesenih stavaka zbog ljudskog faktora. Te se reklamacije rješavaju u najkraćem mogućem roku u korist i na zadovoljstvo potrošača.

Nakon što potrošač zaključi da je oštećen bilo to subjektivno ili objektivno započinje svoj proces žaljenja, starija populacija je sklonija osobnom rješavanju problema, obično dolaskom direktno do osobe odgovorne za rješavanje reklamacija, dok se mlađa populacija radije odlučuje za elektroničko komuniciranje.

Grafikon 1. Omjer reklamacija vezanih za potrošnju plina i servisne usluge



Izrada: autorica

## 5.2. Načini podnošenja reklamacija

U poduzeću Plinara d.o.o. postoji nekoliko načina za podnošenje reklamacija, a koriste se prema osobnim željama i mogućnostima potrošača. A to su: osobni dolazak u sjedište poduzeća, reklamacije putem telefonske linije te reklamacije putem elektroničke pošte.

### 5.2.1. Osobnim dolaskom u sjedište poduzeća

Najuobičajeniji način podnošenja reklamacija je osobnim dolaskom u sjedište poduzeća gdje se nalaze osobe zadužene za primanje stranaka i rješavanje reklamacija. U devedeset posto slučajeva reklamacije je moguće riješiti odmah bez potrebe za pisanjem zahtjeva za reklamacije, ovo se odnosi na pogreške pri obračunu plina, bilo da su nastale od strane Plinare ili su potrošači sami dostavili stanje koje su pogrešno očitali, obično veće stanje nego što stvarno jest.

Ovakve reklamacije se rješavaju na temelju povjerenja prema osobi koja je došla reklamirati, iako sve više potrošača svoju vjerodostojnost potvrđuju slikama donesenim na mobilnim uređajima.

### 5.2.2. Reklamacije putem telefonske linije

Jedan od načina reklamacija je i putem telefona, ovakve se reklamacije uvažavaju potpuno isto kao da je potrošač osobno došao, i rješavaju se odmah za vrijeme trajanja razgovora. Kao i podnošenje pisanim putem i slanjem na adresu Plinare d.o.o., na što se odgovara isto tako pisanim putem.

### 5.2.3. Reklamacije putem elektroničke pošte

Najjednostavniji način za podnošenje prigovora je putem elektroničke pošte koja se šalje direktno na elektroničku adresu Plinare. Na ove prigovore se također odgovara u najkraćem mogućem roku jer ipak nam je zadovoljstvo potrošača najvažnije.

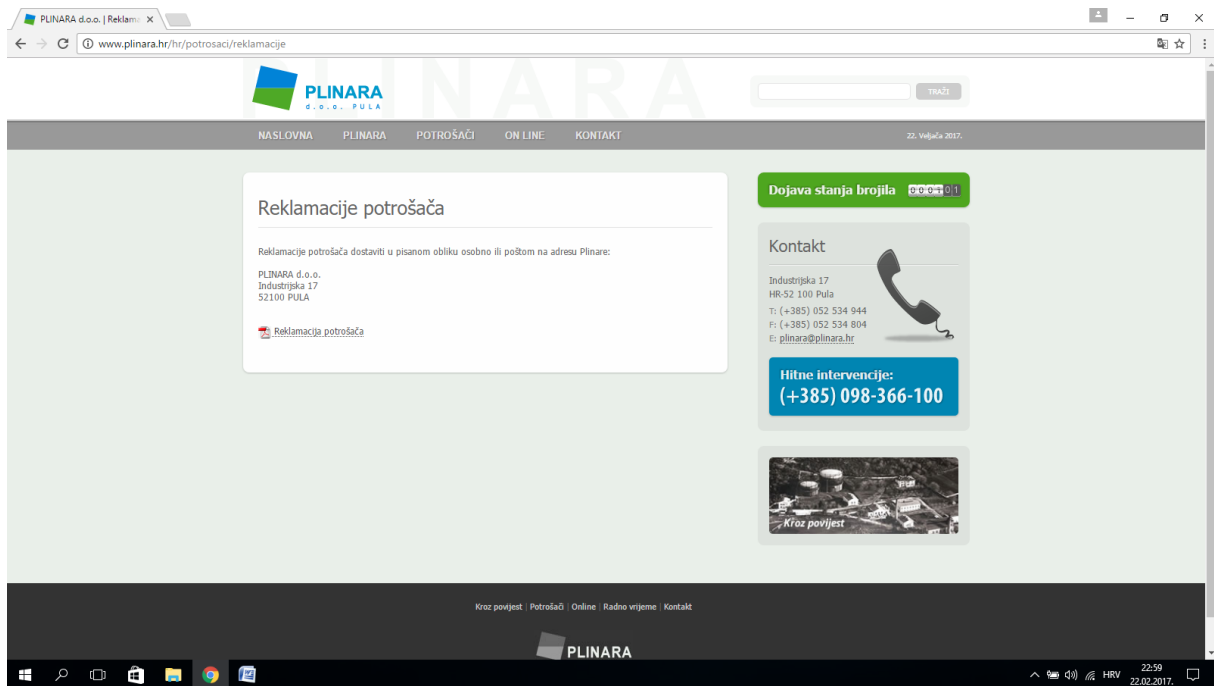


Ovo se sve odnosi na prigovore koji se jednostavno rješavaju i to na zadovoljstvo potrošača, ukoliko je stvarno nastala greška koja se može ispraviti na jednostavan način.

Drukčija procedura je kod prigovora koji imaju subjektivniju notu i koje nije moguće riješiti bez razmatranja i dublje analize nastalog problema. U tom slučaju način podnošenja prigovora je isti osim što se potrošač u svakom slučaju mora očitovati pismenim putem. U tu svrhu postoji obrazac koji služi kako bi olakšao podnošenje reklamacije i zbog evidencije u daljnjem postupku rješavanja reklamacije. Ovaj obrazac dostupan je u sjedištu poduzeća, na vidljivom mjestu predviđenom za takvu vrstu dokumenata kao i na internet stranicama Plinare.

Na slici u prilogu vidljivo je kako to izgleda na stranicama Plinare, gdje se može preuzeti dokument. Dokument se može preuzeti jedino u PDF formatu.

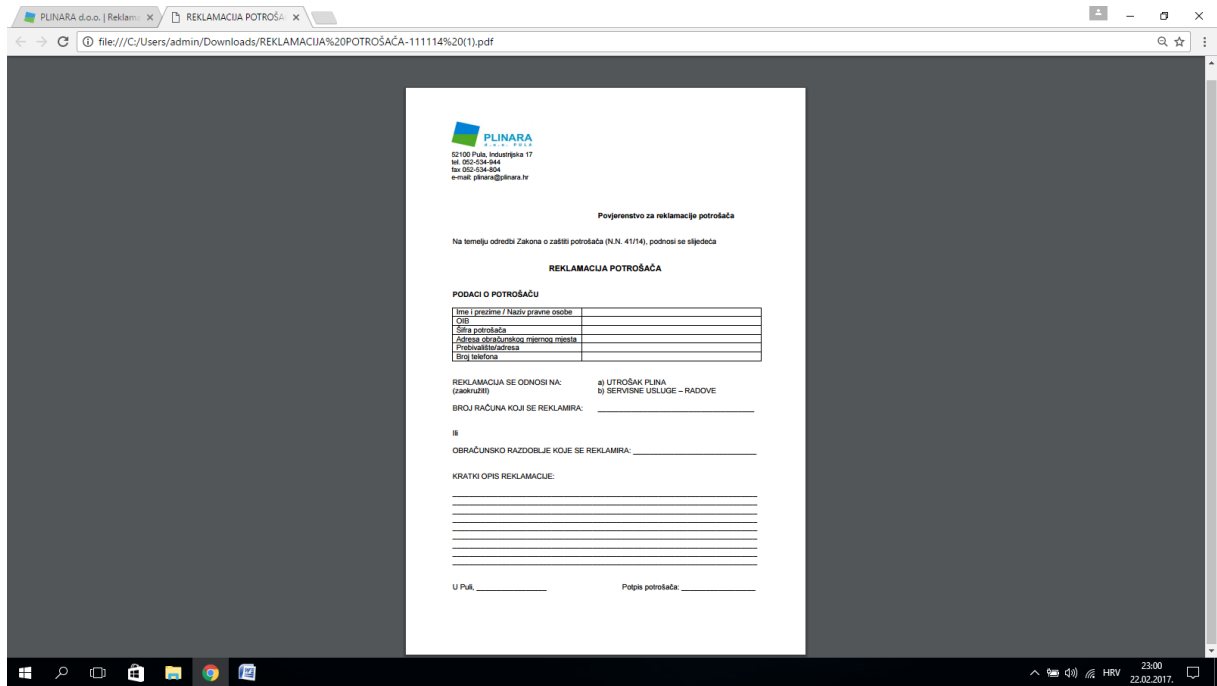
Slika 2. Pristup obrascu za reklamacije na Internetskoj stranici



Izvor: www.plinara.hr

Sljedeća slika prikazuje kako izgleda obrazac za reklamacije koji se može dostaviti osobno, poštom ili elektroničkom poštom.

Slika 3. Obrazac u PDF formatu



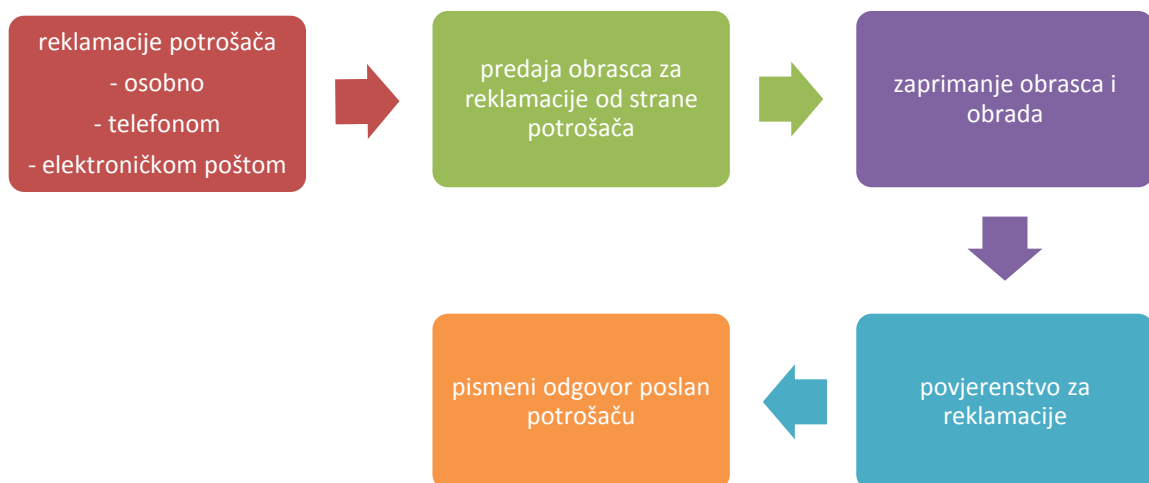
Izvor: [www.plinara.hr](http://www.plinara.hr)

### 5.3. Načini rješavanja reklamacija

Proces rješavanja reklamacija započinje kada potrošač odluči reklamirati dobiveni račun. Ukoliko to učini dolaskom ili telefonskim pozivom takve reklamacije rješavaju se odmah u kontaktu s osobljem zaduženim za reklamacije. Ako je greška stvarno nastala odmah se kreće u ispravljanje i izdavanje drugog računa.

Problem nastaje kada se ne podudara potrošačevo mišljenje sa stvarnim stanjem u podacima, ali potrošač to ne želi prihvatiti. Tada započinje proces reklamacija pisanim putem, koje završavaju kod povjerenstva za reklamacije. Postoje dva načina: rješavanje reklamacija po viđenju i rješavanje reklamacija pismenim putem.

#### Prikaz 4. Proces rješavanja reklamacija



Izrada: autorica

### 5.3.1. Rješavanje reklamacija po viđenju

U slučajevima kada potrošač misli da je greška nastala, a zapravo nije, potrebno je s mnogo strpljenja i uvjeravanja dokazati potrošaču da je zapravo on u krivu, što nije tako jednostavno u svim slučajevima. Ponekad se reklamacije ovim putem ne uspiju riješiti na zadovoljstvo potrošača, tada se proces reklamiranja nastavlja pisanim putem.

### 5.3.2. Rješavanje reklamacija pismenim putem

Potrošač može preuzeti obrazac za reklamacije osobno u sjedištu poduzeća ili na stranicama Plinare d.o.o. te dostaviti ga poštom. Zaprimljeni obrazac dobiva svoj broj i kreće dalje u proceduru, najprije dolazi u računovodstveni odjel gdje se djelatnice zadužene za taj dio posla pismeno očituju povjerenstvu za reklamacije koje se sastaje i odlučuje da li je reklamacija osnovana ili nije. Odluku povjerenstva dostavlja se pismenim putem na adresu potrošača.

#### 5.4. Prijedlozi za poboljšanje

U današnje vrijeme kada informatički sustav može prikupljati, pohranjivati, čuvati, obrađivati i isporučivati informacije važne za organizaciju tako da budu dostupne i upotrebljive u svakom trenutku i za svakog tko se želi njima koristiti, uključujući posloводство, osoblje i klijente, bilo bi poželjno u potpunosti taj sustav i iskoristiti.

Ideja informatičke organizacije temelji se na cjelovitom informatičkom sustavu poduzeća koji povezuje sve funkcije, pogone, odjele i poslove. Takav sustav također podržava pojedine timove i radne skupine poduzeća, kao i pojedine djelatnike i jako je bitan zbog brzine kolanja informacija.

Upravo je to i problem u Plinari d.o.o. što odjeli nisu međusobno povezani što bi olakšalo poslovanje poduzeća, jer jednom unesen podatak u svezi poslovnog događaja u pojedinom odjelu mogao bi se upotrijebiti u svim odjelima i tako pokrenuti lanac obrade što bi skratilo vrijeme i donosilo brže i efikasnije rezultate u poslovanju poduzeća.

Poduzeće je opremljeno dobrim informatičkim sustavom kao i vrlo dobrim programima, ali najveći problem je personal koji se opire korištenju tehnologije, po principu „najbolje ništa ne mijenjati“. Ali s obzirom da živimo u vremenu stalnih tehnoloških promjena jako je bitno pratiti korak s tehnologijom inače će nas konkurencija preći.

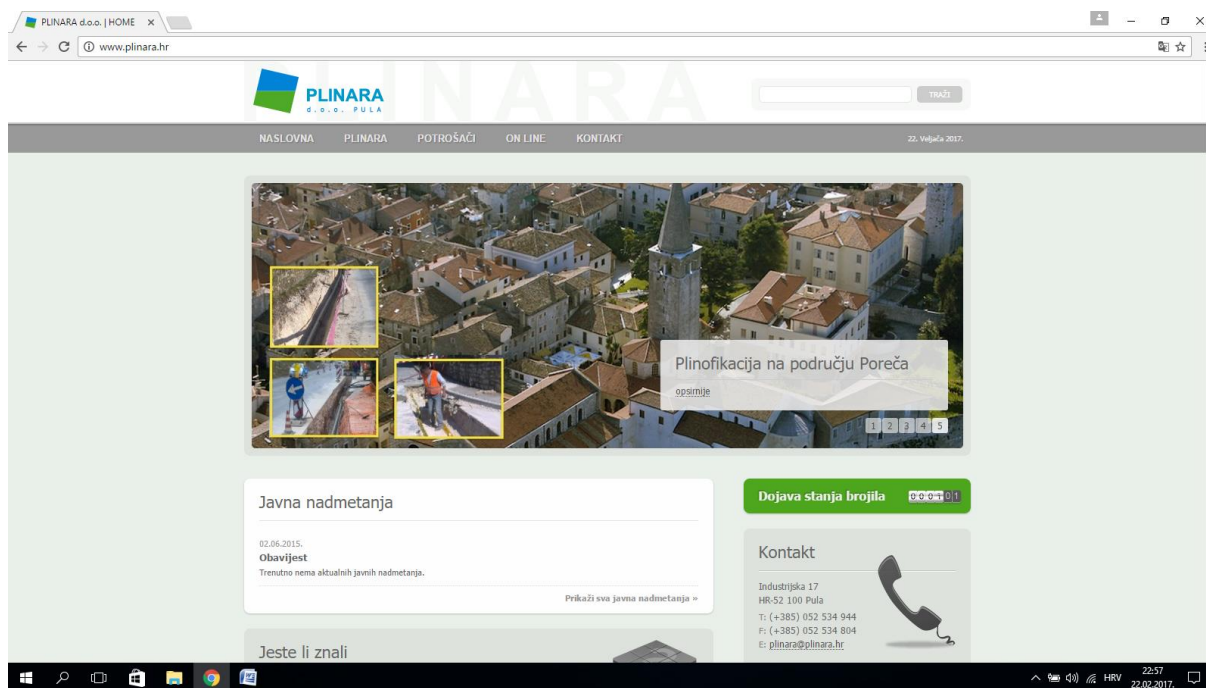
U daljnjem tekstu prikazano je nekoliko prijedloga za poboljšanje, kao što su: poboljšanje web stranice, osnivanje službe za potrošače, poboljšanje povjerenstva za reklamacije, istraživanje zadovoljstva potrošača.

#### 5.4.1. Poboljšanje web stranice Plinare d.o.o.

Jedan od najzastupljenijih načina informiranja današnjice su internet stranice, stoga i Plinara d.o.o. ima svoju internet stranicu kojoj se pristupa putem ove adrese: [www.plinara.hr](http://www.plinara.hr).

Ovim putem mogu se dobiti informacije o poduzeću (javna nadmetanja, Plinara kroz povijest, distribucijsko područje, opći uvjeti prodaje plina...), informacije korisne za potrošače (radno vrijeme, usluge, priključenja, reklamacije potrošača, cijena plina, obaveze ispitivanja plin. instalacije, ovlaštene izvođači, ovlaštene serviseri, ovlaštene projektanti, ovlaštene dimnjačari...), korisnički linkovi potrebni za poslovanje Plinare d.o.o., te dojava stanja brojila zbog obračuna plina.

Slika 4. Internet stranica Plinare d.o.o.



Izvor: [www.plinara.hr](http://www.plinara.hr)

Trenutni izgled stranice je pomalo zastario, ažuriranje podataka kao i usavršavanje stranice se gotovo i ne provode. Posebno što se tiče reklamacija putem ove stranice, obrazac za reklamacije je moguće jedino odštampati i potom ga dostaviti osobno ili putem pošte. I sam obrazac je veoma štur i ograničen, sadrži premalo mogućnosti što se tiče područja reklamiranja, kao i informacija koje osoba koja reklamira daje o sebi.

U ovom slučaju moglo bi se uvesti poboljšanje u smislu da se obrazac izmijeni tako da je moguće odmah na web stranici upisati svoje podatke i razlog reklamacije, kao i pojedinosti vezane za potrošača koje bi upotpunile bazu postojećeg potrošača te ga poslati putem interneta u program u poduzeću koji će djelatnik zadužen za reklamacije provjeravati, te slati odgovor potrošaču direktno na njegovu internet adresu.

Trebalo bi se dodati i ostale zahtjeve vezane za nove potrošače, za vršenje usluga na zahtjev potrošača, zbog kojih sada zainteresirana osoba mora doći osobno u sjedište firme, što i nije za svih jednostavno, jer naše radno vrijeme je samo u jutarnjim i prijepodnevnim satima kao i većini radne populacije.

Što se tiče same stranice trebalo bi se malo više pozabaviti uređenjem, objavljivanjem novosti vezanih za plin, kao što su promjene cijena, obavijesti o periodima vršenja očitavanja od strane Plinare d.o.o., do reklamiranja i promocije samog poduzeća, pogotovo sada kada se pojavila konkurencija koja ne poštuje nikakva pravila.

Jedan od problema vezanih za Internet stranicu je i to što poduzeće nema vlastitog programera, svi podaci koji se trebaju pojaviti na stranici se najprije pošalju vanjskom programeru koji ih zatim postavlja na stranicu. U ovom procesu se gubi previše vremena, a osim toga uređenje stranice na ovaj način nije ničiji prioritet.

#### 5.4.2. Osnivanje službe za potrošače

Služba koja bi se bavila samo potrebama potrošača bila bi od velike koristi u poduzeću. Djelatnici te službe mogli bi se posvetiti isključivo problemima vezanim za potrošače, odgovarati na njihova pitanja kao i rješavati reklamacije. Brzina i učinkovitost rješavanja reklamacija bila bi ključna za zadovoljstvo potrošača.

Ova služba mogla bi se iskoristiti i kao svojevrsna služba za odnose s javnošću, ovdje bi se ostvarivao prvi kontakt s potrošačem, od javljanja novog potencijalnog potrošača koji je zainteresiran za korištenje plina kao energenta, preko dojave stanja od strane potrošača na temelju kojeg potrošač dolazi do obračuna potrošnje plina za razdoblje za koje je zainteresiran, do rješavanja reklamacija potrošača.

Osnivanjem ove službe rasteretilo bi se dijelom i druge službe u poduzeću koje trenutno gube vrijeme na upite i probleme potrošača, umjesto da se bave svojim primarnim poslovima.

Ova služba mogla bi se baviti i istraživanjem zadovoljstva potrošača, koje je u današnje vrijeme od velike važnosti.



#### 5.4.3. Prijedlog za poboljšanje rada povjerenstva za rješavanje reklamacija

Povjerenstvo se sastoji od tri člana, a ti članovi pripadaju pravnoj, računovodstvenoj i tehničkoj službi, tako da je iz svakog područja zastupljena po jedna osoba sa svojim stručnim znanjem.

Prije sastajanja, povjerenstvu se očituje služba za primanje reklamacija, kao i računovodstvena služba, ako reklamacija ima veze s financijama i to pisanim putem, kako bi povjerenstvo imalo uvid u reklamaciju s jedne i druge strane.

Pri razmatranju reklamacija sagledaju se svi aspekti i činjenice zbog kojih je došlo do te situacije. S namjerom da je „stranka uvijek u pravu“ reklamacije se pokušavaju riješiti u korist potrošača, a ukoliko to nije moguće onda se nastoji riješiti tako da potrošač pretrpi najmanju moguću štetu.

Dakle tako bi to trebalo izgledati u idealnim uvjetima, dok je u stvarnosti to potpuno drukčije. Pravna služba želi u svakom mogućem slučaju prebaciti odrađivanje posla na računovodstvenu službu, tehnička služba nikad nema vremena za odrađivanje tog njima manje važnog posla, tako da se zapravo računovodstvo jedino bavi takvim reklamacijama.

Prijedlog poboljšanju bio bi postavljanje kriterija za odabir osoba za obavljanje poslova povjerenstva za reklamacije, s time da bi te osobe morale preuzeti obaveze i odgovornosti vezane za taj dio posla. Za sada se to svodi samo na prepuštanje nekome drugom.

#### 5.4.4. Istraživanje zadovoljstva potrošača

Poduzeće koje se bavi isključivo uslužnom djelatnošću svakako bi trebalo oslušivati tržište. Do nedavno smo imali monopol, tako da svaka osoba zainteresirana za plin je morala doći u Plinaru, vjerojatno iz tih razloga nikad se i nije razmišljalo o istraživanju zadovoljstva potrošača.

Međutim vremena se mijenjaju, te je i naša djelatnost dobila konkurenciju. Naši potrošači ne odlaze iz nezadovoljstva nego zbog prevara i obmana kojima se konkurenti bave.

Svejedno moglo bi se istražiti zadovoljstvo kupaca, i to bi bilo najjednostavnije i najjeftinije putem Internet stranice. Kada bi na stranici postojala anketa koju bi potrošači mogli ispuniti i tako izraziti svoje zadovoljstvo ili nezadovoljstvo, moglo bi se i neke nedostatke poboljšati. Pitanja bi trebala biti kratka i jednostavna, moglo bi se ocjenjivati zadovoljstvo djelatnicima, brzina usluge, kvaliteta usluge, dostupnost djelatnika i još drugih pitanja koja bi ukazala na slabe točke i potrebu da se neke pojedinosti poboljšaju.

Za populaciju koja se ne služi internetom moglo bi se omogućiti popunjavanje anketa koje bi dolazile uz obračun s mogućnošću da se besplatno vrate putem pošte, a gdje bi stranke mogle popunjavati ista pitanja kao i na internetskoj stranici.

Ovim putem bi i potrošači bili zadovoljni jer bi se mogli osjećati važnima, da se netko zanima za njihovo mišljenje te da će se nešto i promijeniti u slučaju nezadovoljstva potrošača i primanja većeg broja pritužbi. Obično su ljudi skloniji žaliti se nego hvaliti nešto, i u svakom slučaju prije će netko ispuniti anketu zato jer je nezadovoljan nego zato što je zadovoljan.

Isto tako Plinara bi se trebala više reklamirati, isticati sve ono što je pozitivno, kao podsjetnik da postoji, da djeluje već duži niz godina, uljepšati svaku moguću informaciju, onako kako to obično reklame rade.

## 6. ZAKLJUČAK

Reklamacije potrošača su u današnje vrijeme veoma česta pojava. Da li je to zbog opće svijesti potrošača ili zbog nedostatka financijskih sredstava, u svakom slučaju potrošači su svjesni svojih prava i spremni su ih iskoristiti.

Opća kultura je postala takva da se populacije iz generacije u generaciju sve agresivnije ponaša i uzima si sve veća prava, dok za obveze nismo baš zainteresirani.

Postoji i sve više zakona koji štite potrošače, a do kojih je moralo doći zbog toga što su pružatelji roba i usluga igrali nepošteno i time nanosili možda i nesvjesno štetu potrošaču. U našoj zemlji je postupanje po zakonu o zaštiti potrošača relativno novo područje. Zakon se postupno razvijao i još uvijek se nadograđuje s novim, prilagođenim člancima usklađenim sa zakonima Europske unije.

Poduzeće kao što je Plinara d.o.o., kao pružatelj usluga i to u javnom sektoru mora se pridržavati ovog zakona. U ovoj djelatnosti najvažniji je potrošač i njegovo zadovoljstvo. Zadovoljan potrošač je potrošač koji će i dalje koristiti uslugu od istog pružatelja usluga, i neće prelaziti kod konkurencije, što je zapravo najvažnije. Reklamacije se pokušavaju izbjeći, no ukoliko i dođe do njih, najvažnije je da se što brže i efikasnije riješe.

U ovom radu prikazano je nekoliko problema vezanih za potrošače kao i mogućnost rješenja tih problema i to uz ne prevelike napore. Potrebna je samo inicijativa, i bez velikih novčanih ulaganja neki problemi bili bi lako rješivi. Naravno da postoje problemi, ali uz suradnju cjelokupne organizacije sve se to može riješiti. U ovom radu je prikazano nekoliko prijedloga koji bi pomogli u rješavanju nekih problema. Svakako je poželjno obratiti pozornost na prijedloge i sugestije osoba koje su direktno povezane s nekim procesima jer one najbolje uvide nedostatke i moguća rješenja tih nedostataka. Poduzeće koje se bavi isključivo uslužnom djelatnošću svakako bi trebalo osluškivati tržište.

Plinara d.o.o. trenutno raspolaže s dobrim programom, kao i dobrom organizacijom što se tiče podjele posla. Već duže vrijeme nisu se odvijala nova zapošljavanja, najviše zbog pritiska suvlasnika, zbog smanjenja troškova, tako da nedostaje živosti i mladenačkog potencijala, a trenutno zaposleni kadar se smanjuje prirodnim odljevom, odlascima u mirovinu.

U današnje vrijeme napretka u tehnologiji i brzom mijenjanju svega poznatog potrebno je stalno učenje i osobno nadograđivanje. Potrebna je stalna budnost i praćenje svega što bi moglo utjecati na poslovne prilike.

## LITERATURA:

1. Kesić T.,( 2006.) Ponašanje potrošača II. Izmijenjeno i dopunjeno izdanje, Zagreb: Opinio d.o.o.
2. Uravić, L., Paliaga, M. (2008). Integralni pristup razvoju branda i gospodarskog razvoja gradova u uvjetima globalne konkurentnosti. Economic research - Ekonomska istraživanja.
3. Rkman I., Kolarević J., Kelemen S., (2004) Časopis za zaštitu potrošača i korisnika usluga u Republici Hrvatskoj „Zaštita potrošača“
4. Marečić D. (2014) Što propisuje novi Zakon o zaštiti potrošača, Zagreb Računovodstvo, revizija i financije, (svibanj 156 – 164)
5. Marečić D. (2015) Novosti u Zakonu o zaštiti potrošača, Zagreb Računovodstvo, revizija i financije, (studenj, 202 – 209)
6. Narodne novine br. 41/2014 – Zakon o zaštiti potrošača

## Internetske stranice:

1. Plinara d.o.o. (2017), Reklamacije potrošača, <http://www.plinara.hr>

[ pristupljeno: 05. ožujka 2017.]

## POPIS SLIKA, PRIKAZA I GRAFIKONA:

Slika 1. Čimbenici ponašanje potrošača.....	5
Slika 2. Pristup obrascu za reklamacije na Internetskoj stranici.....	25
Slika 3. Obrazac u PDF formatu.....	26
Slika 4. Internet stranica Plinare d.o.o. ....	30
Prikaz 1. Organizacija društva s ograničenom odgovornošću .....	16
Prikaz 2. Plinara d.o.o. – Organizacijska shema.....	17
Prikaz 3. Shematski prikaz odjela opskrbe plinom i financija .....	18
Shema 4. Proces rješavanja reklamacija.....	27
Grafikon 1. Omjer reklamacija vezanih za potrošnju plina i servisne usluge.....	23

## SAŽETAK

U ovom radu pozabavit ćemo se negativnom reakcijom ili nezadovoljstvom na pruženu uslugu, koja nikako nije poželjna i koja dovodi do reklamacija koje ukoliko nisu riješene u korist potrošača mogu dovesti do gubitka potrošača kao i do širenja negativne reklame ostalim potrošačima.

Reklamacije mogu biti usmjerene na prodavača, proizvođača ili neku pravnu instituciju. U prva dva slučaja reklamacija, ako se povoljno riješe, mogu dovesti do zadovoljstva potrošača i ponovne kupovine istog proizvoda, dok se reklamacija usmjerena na pravnu instituciju temelji na potrošačevoj nemogućnosti drukčijeg rješavanja problema i obično dovodi do gubitka kupaca.

U ovom radu prikazano je nekoliko problema vezanih za potrošače kao i mogućnost rješenja tih problema. Potrebna je samo inicijativa, i bez velikih novčanih ulaganja neki problemi bili bi lako rješivi. Prikazan je rad cjelokupnog poduzeća s naglaskom na odjel koji se bavi rješavanjem reklamacija, kao i proces reklamacija od početka do njihova konačnog rješenja.

Poduzeće kao što je Plinara d.o.o., kao pružatelj usluga i to u javnom sektoru mora se pridržavati zakona o zaštiti potrošača. U ovoj djelatnosti najvažniji je potrošač i njegovo zadovoljstvo. Zadovoljan potrošač je potrošač koji će i dalje koristiti uslugu od istog pružatelja usluga, i neće prelaziti kod konkurencije, što je zapravo najvažnije. Reklamacije se pokušavaju izbjeći, no ukoliko i dođe do njih, najvažnije je da se što brže i efikasnije riješe.

**Ključne riječi:** reklamacije potrošača, Plinara d.o.o., Zakon o zaštiti potrošača

## SUMMARY

In this paper, we will address a negative reaction or dissatisfaction with a service that is not desirable and which leads to complaints that, if they are not solved in favor of consumers, can lead to a loss of consumers as well as to spread negative advertisements to other consumers.

Complaints may be directed to a reseller, manufacturer, or legal entity. In the first two cases, complaints, if handled appropriately, can lead to consumer satisfaction and repurchase of the same product, while the complaint directed at a legal institution is based on a consumer's inability to deal differently with the problem and usually leads to a loss of customers.

This paper presents several consumer issues as well as the ability to solve these problems. Only an initiative is needed, and without big money investment some problems would be easy to solve. The work of the entire company is highlighted, focusing on the complaint handling department as well as the complaint process from the beginning to their final solution.

An undertaking such as Plinara d.o.o., as a provider of services in the public sector, must comply with consumer protection laws. The most important consumer in this business is his satisfaction. A satisfied consumer is a consumer who will continue to use the service of the same service provider, and will not go beyond the competition, which is actually the most important thing. Complaints are trying to escape, but if it comes to them, the most important thing is to get rid of it quicker and more efficiently.

Key words: Consumer Complaints, Plinara d.o.o., Consumer Protection Act