

# OPERATIVNI PROCES PRODAJE I USLUGE KUPCIMA NA PRIMJERU PODUZEĆA HEP-TOPLINARSTVO d.o.o. POGON OSIJEK

---

Rukavina, Zvezdana

Master's thesis / Diplomski rad

2023

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **Josip Juraj  
Strossmayer University of Osijek, Faculty of Economics in Osijek / Sveučilište Josipa Jurja  
Strossmayera u Osijeku, Ekonomski fakultet u Osijeku**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:145:119306>

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

Download date / Datum preuzimanja: **2024-11-20**



Repository / Repozitorij:

[EFOS REPOSITORY - Repository of the Faculty of  
Economics in Osijek](#)



Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku  
Ekonomski fakultet u Osijeku  
Sveučilišni diplomski studij Logistički menadžment

Zvezdana Rukavina

**OPERATIVNI PROCES PRODAJE I USLUGE KUPCIMA NA  
PRIMJERU PODUZEĆA HEP-TOPLINARSTVO d.o.o. POGON  
OSIJEK**

Diplomski rad

Osijek, 2023.

Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku  
Ekonomski fakultet u Osijeku  
Sveučilišni diplomski studij Logistički menadžment

Zvezdana Rukavina

**OPERATIVNI PROCES PRODAJE I USLUGE KUPCIMA NA  
PRIMJERU PODUZEĆA HEP-TOPLINARSTVO d.o.o. POGON  
OSIJEK**

Diplomski rad

**Kolegij: Sourcing i usluge kupcima**

JMBAG: 0010022328

e-mail: [zrukavina@efos.hr](mailto:zrukavina@efos.hr)

Mentor: izv.prof.dr.sc. Aleksandar Erceg

Osijek, 2023.

Josip Juraj Strossmayer University of Osijek  
Faculty of Economics and Business in Osijek  
Graduate Study Logistics management

Zvezdana Rukavina

**OPERATIONAL PROCESS OF SALES AND CUSTOMER  
SERVICE ON THE EXAMPLE OF HEP-TOPLINARSTVO**

**d.o.o. POGON OSIJEK**

Graduate paper

Osijek, 2023.



## SAŽETAK

Diplomskim radom iz kolegija Sourcing i usluge kupcima analizira se operativni proces prodaje i usluge kupcima kao ključnim elementima učinkovitog poslovanja svakog poduzeća koje se bavi pružanjem usluga i prodajom proizvoda. Cilj rada je prikazati operativni proces prodaje kao funkciju poduzeća koja kroz različite oblike prodaje osigurava poduzeću pretvorbu proizvoda i usluga u novac. Rad opisuje prodaju kroz povijest, opće i posebne oblike prodaje, pojam kupca/krajnjeg kupca/potrošača kao osobu ili organizaciju koja kupuje proizvod ili uslugu.

Teoretski dio rada nadovezuje se na operativni sustav prodaje i usluge kupcima na primjeru poduzeća HEP-Toplinarstvo d.o.o. Pogona Osijek kao vodećeg distributera toplinske energije u Republici Hrvatskoj. U tom djelu rada opisuje se priključenje krajnjeg kupca na toplinski sustav, isporuka, obračun, prodaja i naplata toplinske energije. Rad prikazuje i istraživački dio koji se odnosi na istraživanje kvalitete isporuke toplinske energije krajnjim kupcima spojenim na centralni toplinski sustav grada Osijeka, te poboljšanje pružanja usluge isporuke toplinske energije kroz projekt koji HEP-Toplinarstvo d.o.o. Pogon Osijek provodi u suradnji sa Europskim fondom za regionalni razvoj.

Ključne riječi: prodaja, kupac, usluga, kvaliteta, projekt

## ABSTRACT

The graduation thesis Purchasing and customer support examines the operational processes of sales and customer service as essential components of the effective running of any business involved in the selling of products and the provision of services. The purpose of the graduation thesis is to demonstrate how the company's sales department operates to ensure that goods and services are converted into cash through a variety of sales channels. The concept of the customer/end customer/consumer as a person or organization that purchases a good or service is discussed in the paper along with general and specific types of sales. The theoretical portion of the thesis is based on the operational system of sales and customer service using the firm HEP-Toplinarstvo d.o.o. Osijek Operative Area. This company is a major supplier of thermal energy in the Republic of Croatia. This section of the work explains how the end user is connected to the heating system, as well as how thermal energy is delivered, calculated, sold, and billed. The research portion of the paper also demonstrates the enhancement of the delivery of thermal energy services through the project that HEP-Toplinarstvo d.o.o. is implementing, as well as the investigation of the quality of thermal energy delivery to end users connected to the city of Osijek's central heating system.

Keywords: sales, customer, service, quality, project

# SADRŽAJ

|   |           |
|---|-----------|
| <b>1. UVOD.....</b>   | <b>1</b>  |
| <b>2. METODOLOGIJA RADA.....</b>  | <b>2</b>  |
| <b>3. OPERATIVNI PROCES PRODAJE.....</b>  | <b>3</b>  |
| 3.1. Povjesni razvoj prodaje.....   | 3         |
| 3.2. Usporedba tradicionalne i suvremene prodaje.....   | 4         |
| 3.3. Oblici prodaje.....  | 5         |
| 3.4. Prodaja kao poslovna funkcija.....   | 6         |
| <b>4. UPRAVLJANJE ODNOSIMA S KUPCIMA.....</b>   | <b>9</b>  |
| 4.1. Pojam kupac, potrošač, krajnji kupac/potrošač.....   | 9         |
| 4.2. Karakteristike podjele kupaca.....   | 9         |
| 4.3. Čimbenici koji utječu na potrošačevo ponašanje.....  | 10        |
| 4.4. Konačna prodaja.....   | 11        |
| 4.5. Prigovor/reklamacije od strane krajnjeg kupca/potrošača.....   | 12        |
| <b>5. OPERATIVNI PROCES PRODAJE I USLUGE KUPCIMA NA<br/>PRIMJERU PODUZEĆA HEP-TOPLINARSTVO d.o.o. POGON<br/>OSIJEK.....</b> | <b>13</b> |
| 5.1. Osnovni podaci o HEP-Toplinarstvu d.o.o.....   | 13        |
| 5.2. Organizacija HEP-Toplinarstva d.o.o.....   | 14        |
| <b>6. OPERATIVNI PROCES PRODAJE HEP-TOPLINARSTVA d.o.o.<br/>POGONA OSIJEK.....</b>  | <b>17</b> |
| 6.1. Evidencija krajnjih kupaca/potrošača.....  | 17        |
| 6.2. Ugovorni odnosi sa krajnjim kupcima/potrošačima.....   | 18        |
| 6.3. Prodaja, obračun i naplata toplinske energije krajnjim kupcima/potrošačima.....  | 18        |
| 6.4. Prigovori/reklamacije od strane krajnjih kupaca/potrošača.....   | 24        |
| <b>7. POBOLJŠANJE PRUŽANJA USLUGE ISPORUKE TOPLINSKE<br/>ENERGIJE KRAJNJIM KUPCIMA KROZ PROJEKT EU FONDOVA.</b>             | <b>26</b> |
| 7.1. Informacije o projektu „Zamjena spojnog vrelovoda od TE-TO Osijek do Toplane<br>Osijek“.....                           | 27        |
| <b>8. ISTRAŽIVANJE I REZULTATI ISTRAŽIVANJA KVALITETE<br/>ISPORUKE TOPLINSKE ENERGIJE KRAJNJIM</b>                          |           |



|  |           |
|--|-----------|
| <b>KUPCIMA/POTROŠAČIMA PRIKLJUČENIM NA CENTRALNI<br/>TOPLINSKI SUSTAV GRADA OSIJEKA.....</b> | <b>28</b> |
| <b>8.1. Rezultati istraživanja.....</b>  | <b>28</b> |
| <b>8.2. Interpretacija rezultata.....</b>  | <b>35</b> |
| <b>9. ZAKLJUČAK.....</b>   | <b>36</b> |
| <b>10. LITERATURA.....</b>   | <b>38</b> |
| <b>11. POPIS SLIKA.....</b>  | <b>40</b> |
| <b>12. POPIS GRAFIKONA.....</b>  | <b>40</b> |
| <b>13. ANKETNI UPITNIK.....</b>  | <b>41</b> |

# 1. UVOD

Operativni proces prodaje i usluge kupcima je jedna od osnovnih poslovnih funkcija poduzeća. Funkcija prodaje, bez obzira na kojoj razini menadžmenta u poduzeću je smještena, sadrži određene aktivnosti koje je potrebno operativno izvršavati kako bi poduzeće poslovalo profitabilno.

Rad je podijeljen u tri dijela. U prvom dijelu rad opisuje pojam prodaje, razvoj prodaje kroz povijest, gdje i na koji način je prodaja smještena u organizacijama općenito. Također rad govori i o pojmu kupac, krajnji kupac/potrošač, osnovnim karakteristikama podjele kupaca, elementima koji utječu na ponašanje kupaca, krajnjih kupaca/potrošača, konačnoj prodaji te reklamacijama koje kupci podnose ukoliko nisu zadovoljni isporučenim proizvodom, odnosno uslugama.

Drugi dio rada opisuje poduzeće HEP-TOPLINARSTVO d.o.o. Pogon Osijek, djelatnosti kojima se bavi HEP-Toplinarstvo d.o.o., organizaciju samog poduzeća te smještaj prodaje kao organizacijskog dijela poduzeća. Nakon toga rad opisuje pojam kupca i krajnjeg kupca HEP-Toplinarstva d.o.o., postupak priključenja krajnjeg kupca na centralni toplinski sustav grada Osijeka, stvaranje matičnih podataka krajnjeg kupca pa sve do obračuna, prodaje i naplate toplinske energije i na kraju podnošenje reklamacije/prigovora ukoliko krajnji kupac nije zadovoljan isporučenom uslugom.

U trećem dijelu rada analizirat će se provedeni anketni upitnik. Anketni upitnik provest će se među krajnjim kupcima koji su priključeni na centralni toplinski sustav grada Osijeka. Kroz anketu će se prikazati jesu li krajnji kupci zadovoljni kvalitetom isporuke toplinske energije u svom kućanstvu/poslovnom prostoru, te jesu li upoznati sa projektom koji provodi HEP-Toplinarstvo d.o.o. Pogon Osijek u suradnji sa Europskim fondom za regionalni razvoj i što misle hoće li završetak projekta poboljšati isporuku toplinske energije u budućnosti.

## **2. METODOLOGIJA RADA**

U svrhu izrade diplomskog rada korišteno je više metoda kako bi se što bolje dobili rezultati istraživanja i primjene teorijskog dijela rada, kao što metoda klasifikacije, metoda kompilacije, metoda deskripcije, metoda analize i sinteze.

Predmetno istraživanja ovog diplomskog rada odnosi se na operativni sustav prodaje kao funkciju poduzeća koja kroz različite oblike prodaje osigurava poduzeću pretvorbu proizvoda i usluga u novac. Kod teorijskog dijela rada korištena je metoda klasifikacije i to u dijelu podjele prodaje, čimbenika koji utječu na prodaju i sl. Također u teorijskom dijelu rada korištena je i metoda kompilacije kod preuzimanja tuđih opažanja, mišljenja, stavova i zaključaka preuzetih iz stručne literature koja je korištena za izradu rada. Kod istraživačkog dijela rada korištena je deskriptivna metoda, metoda analize i sinteze. Izrađen je Upitnik koji sadrži pitanja koja se postavljaju korisnicima usluge koja je predmet istraživanja sa ciljem dobivanja odgovora na istraživačko pitanje ovog rada.

Istraživačko pitanje ovog rada je: „Jesu li krajnji kupci/potrošači toplinske energije zadovoljni kvalitetom isporuke toplinske energije i hoće li projekt koji provodi HEP-Toplinarstvo d.o.o. Pogon Osijek pridonijeti poboljšanju kvalitete isporuke toplinske energije u budućnosti?“

### 3. OPERATIVNI PROCES PRODAJE

#### 3.1. Povijesni razvoj prodaje

Povijest prodaje seže duboko u prošlost, s počecima trgovine i razmjene dobara među drevnim civilizacijama. Kroz stoljeća, prodaja je prošla kroz brojne promjene, od utjecaja industrijske revolucije do pojave interneta i e-trgovine. Razumijevanje povijesnog konteksta prodaje pruža ključne uvide u njezinu evoluciju i transformaciju te pomaže razumjeti suvremene trendove i izazove s kojima se prodavači suočavaju. (Slika 1)

Slika 1. Povijesni razvoj prodaje

| Era                 | Proizvodnja                         | Prodaja                                      | Marketing   | Partnerstvo  |
|---------------------|-------------------------------------|--|---|--|
| Vremensko razdoblje | Prije 1939.                         | 1930.-1960.                                  | 1960.-1990.                                       | Nakon 1990.  |
| Cilj                | Prodati                             | Prodati                                      | Zadovoljiti potrebe kupca                         | Izgradnja odnosa   |
| Usmjerenost         | Kratkoročne potrebe prodavača       | Kratkoročne potrebe prodavača                | Kratkoročne potrebe kupca                         | Dugoročne potrebe kupca i prodavača  |
| Uloga prodavača     | Isporučitelj                        | Nagovaratelj                                 | Rješavatelj problema                              | Stvaratelj vrijednosti   |
| Aktivnosti          | Preuzimanje narudžbi, isporuka robe | Agresivno uvjeravanje kupca da kupi proizvod | Povezivanje postojeće ponude s kupčevim potrebama | Stvaranje novih mogućnosti povezivanjem potrebe kupca sa sposobnostima prodavača |

Izvor: Tomašević Lišanin, 2010:22

Tomašević Lišanin (2010:21) smatra da prodaju ne treba shvaćati kao jednokratni posao koji je usmjeren samo na dobivanje narudžbe, nego kao sredstvo zadovoljenja dugoročnih interesa. Ta dugoročna korist između kupca i prodavača, taj dugoročni odnos, partnerstvo je nešto što je cilj svake organizacije i prodavača. Tomašević Lišanin (2010:21) smatra da tako shvaćenu prodaju obilježava :

- Otkrivanje poslovnih problema ili stvaranje dobrih prilika za kupca, te pomaganje kupcu da ih shvati,

- Nuđenje informacija sa mogućim rješenjima i pružanje usluge kako bi se osiguralo dugoročno zadovoljstvo kupca,
- Nagovaranje na kupovinu samo je mali dio prodaje, u suvremenoj prodaji manje bitan nego kod tradicionalne prodaje.

Dodavanje vrijednosti osnovnoj ponudi poduzeća na temelju njegovanja takvoga osobnoga i poslovnog odnosa s kupcem koji će rezultirati lojalnošću i otpornošću na konkurentske ponude.

### 3.2. Usporedba tradicionalne i suvremene prodaje

Tomašević Lišanin (2010:26) smatra da razmatranjem povijesnog razvoja prodaje se počelo i s razmatranjem sadašnjosti, ali i budućnosti razvoja prodaje kao profesije i prodaje kao poslovne funkcije jer su međusobno povezane i uvjetovane. Bez razumijevanja prošlosti teško bi se moglo kritički odnositi prema sadašnjosti, a bez proučavanja suvremenih trendova teško bi se moglo pripremiti za neizvjesnu budućnost. Razlog za takvo mišljenje vjerojatno se može pronaći u činjenici, odnosno usporedbi koja se može napraviti između tradicionalne i suvremene prodaje, kao npr. tradicionalna prodaja često uključuje fizičke prodavaonice, gdje se kupci mogu osobno susresti s prodavačima i pregledati proizvode prije kupovine. S druge strane, suvremena prodaja sve više se odvija putem interneta i e-trgovine. Kupci mogu jednostavno pregledavati i kupovati proizvode iz udobnosti vlastitog doma, bez potrebe za fizičkim dolaskom u prodavaonicu.

Prema Gutić i Barbir (2009:15) za prodaju u prošlosti i sadašnjosti je vrlo bitno demistificirati potrošača u kompleksnosti njegova ponašanja prema proizvodu ili usluzi na tržištu.

Tradicionalna prodaja često uključuje i pregovore i interakciju između prodavača i kupca. Prodavači mogu pružiti osobnu uslugu, dati savjete i odgovarati na pitanja kupaca. Suvremena prodaja, s druge strane, često se oslanja na automatizirane sustave podrške, poput chatbotova, koji pružaju odgovore na uobičajena pitanja i podršku kupcima.

Također Gutić i Barbir (2009:15) smatraju da je vrlo bitno u razvoju prodaje razumjeti kako neki vanjski podražaji (varijable) utječu na ponašanje potrošača, odnosno kako ih potrošač prihvaća, zašto ih prihvaća, zašto ih odbija ili iskrivljuje i sl.

Suvremena prodaja ima prednosti poput veće dostupnosti proizvoda, jednostavnijeg uspoređivanja cijena i mogućnosti kupovine 24 sata dnevno, 7 dana u tjednu. Također, suvremena prodaja omogućuje prodavačima da dosegnu globalno tržište i ciljaju širu publiku.

Unatoč prednostima suvremene prodaje, tradicionalna prodaja još uvijek zadržava svoje mjesto, posebno kada je riječ o proizvodima koji zahtijevaju osobnu interakciju ili isprobavanje prije kupnje. Mnogi kupci i dalje cijene osobnu uslugu i mogućnost da postave pitanja prodavačima uživo.

U konačnici, kombinacija tradicionalne i suvremene prodaje može biti idealna strategija za mnoge tvrtke. Integracija fizičkih prodavaonica s e-trgovinom može pružiti najbolje od oba svijeta, omogućujući kupcima raznolike opcije za kupovinu i tvrtkama veću fleksibilnost u doseg ciljane publike.

Slika 2. pokazuje nam suvremene prodajne trendove u 21. stoljeću

Slika 2. Suvremeni prodajni trendovi u 21. stoljeću

| Prodaja u 21. stoljeću                                      |  |
|---|--|
| ↗ Još više naglaska na odnose - <i>relationship selling</i> | ↗ Više zahtjeva za „informativnim“ angažmanom prodavača – <i>business intelligence</i> |
| ↗ Unapređenje tehnologije                                   | ↗ „Rehumanizacija“ prodaje   |
| ↗ Više telemarketinga, telekonferencija i videokonferencija | ↗ Kraći životni ciklusi proizvoda  |
| ↗ Porast produktivnosti                                     | ↗ Više prodavača u uslužnom sektoru  |
| ↗ Još veći udio diplomiranih osoba u prodajnim poslovima    | ↗ Sofisticirani softver u području korištenja interneta i baza podataka                |
| ↗ Povećana upotreba timske prodaje                          | ↗ Međunarodna prodaja  |

Izvor: Tomašević Lišanin, 2010:263.3.

### 3.3. Oblici prodaje

Prema Renko i suradnici (2019) prodaja je funkcija koja u poduzeću kroz različite aktivnosti vezane za prijenos proizvoda i usluga do krajnjeg kupca/potrošača osigurava njihovu pretvorbu u novac. Tom istom prodajom mijenja se vlasništvo nad proizvodima i uslugama. Prodajna politika poduzeća obuhvaća skup odluka kako neko poduzeće svoje ciljeve ostvaruje prodajom vlastitih proizvoda i usluga.

Prema Renko i suradnici (2019) sastavni dio prodajne politike poduzeća su:

- Politika asortimana
- Politika cijena

- Politika kvalitete
- Politika načina prodaje
- Politika usluga

Oblik prodaje odnosi se na način prodaje kojim se koriste poduzeća u prodajnom procesu. Prema Renko i suradnici (2019) postoje:

- Opći oblici prodaje
  - Prodaja neposrednim kontaktom između kupaca i prodavatelja, kao npr. osobna prodaja, prodaja na temelju uzoraka, prodaja telefonom, TV prodaja, kataloška prodaja, prodaja preko interneta,
  - prodaja putem automata.
- Posebni oblici prodaje :
  - prodaja proizvoda za novac, kao npr. lizing, iznajmljivanje, franšizing, komisiona prodaja, prodaja robe u tranzitu, prodaja iz carinskog skladišta i sl.
  - prodaja proizvoda vezanih uz kupnju drugih proizvoda, kao npr. barter transakcija ili trampa, kompenzacijski poslovi, zamjenska prodaja, kontratrgovina.

### 3.4. Prodaja kao poslovna funkcija

Drljača (2005) smatra da se u svakom poduzeću obavlja osam nužnih poslovnih funkcija, a to su:

1. Upravljanje ljudskim potencijalima i ljudskim kapitalom
2. Istraživanje
3. Razvoj
4. Proizvodnja ili pružanje usluga
5. Nabava
- 6. Prodaja**
7. Računovodstvo
8. Upravljanje financijama

Prema Drljača (2005) sadržaj funkcije prodaje određen je osnovnim poslovima koji sadrže odgovarajuće aktivnosti, a koje je potrebno izvršiti na operativnoj razini u poduzeću.

Drljača (2005) također navodi osnovne zadatke i operativne aktivnosti poduzeća:

- analiza sadržaja potražnje za proizvodom/uslugom,

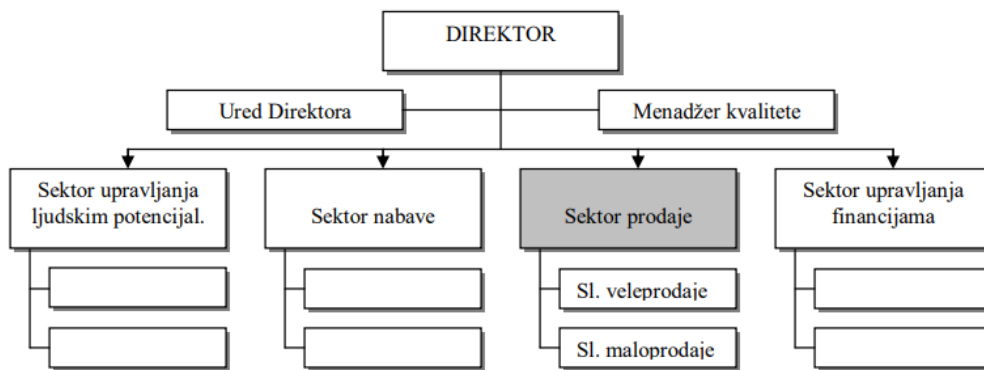
- analiza kretanja ponude i potražnje za proizvodom/uslugom,
- obrada podataka i pružanje informacija o domaćoj potražnji,
- obrada podataka i pružanje informacija o inozemnoj potražnji,
- izrada marketing strategije,
- analiza i priprema kapaciteta za prodaju proizvoda/usluga,
- izrada prijedloga cijena u skladu sa tržišnim cijenama,
- priprema ugovora o prodaji,
- obrada informacija od maloprodaje i veletrgovaca,
- priprema promotivnih aktivnosti,
- izrada plana priprema i nastupa na sajamskim priredbama,
- organizacija konferencija za novinare,
- izrada plana budžeta za mogući nastup na tržištima,
- izrada oblika propagandnih aktivnosti,
- komunikacija s tržištem,
- pripremanje ulaznih podataka za istraživanje zadovoljstva krajnjih kupaca/potrošača,
- analiza učinaka prodajne politike i odabira poslovnih partnera,
- prijedlog aktivnosti za unapređenje prodaje,
- poslovi obrade narudžbi,
- analiza naplate potraživanja za prodane proizvode/usluge,
- prijedlog načina stimulacije prodaje.

Prema Drljača (2005) prodaja se može definirati i kao organizacijska jedinica unutar organizacijskog ustroja poduzeća, kao poslovna funkcija, kao rezultat poslovanja, kao kriterij poslovne uspješnosti, kao poslovni proces i sl.

Slika 3. pokazuje funkciju prodaje na menadžerskoj razini.



Slika 3. Prodaja kao funkcija



Izvor: Drljača, 2005.

Ukoliko prodaja nije temeljna djelatnost poduzeća onda ju nije nužno ni pozicionirati u prvu menadžersku razinu, nego se prodaja tada može gledati zajedno sa funkcijom marketinga i nabave. U tom slučaju prodaja može biti na drugoj menadžerskoj razini, odnosno na razini službe.

## 4. UPRAVLJANJE ODNOSIMA S KUPCIMA

### 4.1. Pojam kupac, potrošač, krajnji kupac/potrošač

Kupac/potrošač je osoba, organizacija koja kupuje ili stječe proizvod ili uslugu od prodavača. Kupac može biti fizička osoba (kao pojedinac) ili pravna osoba (kao tvrtka ili organizacija).

Prema Manning i Reece (2008) potrošač je osoba koja kupuje za individualnu potrošnju ili potrošnju kućanstva, odluke obično donosi kao pojedinac, kupovina se obično obavlja na temelju ugleda marke ili osobnih preporuka, kupovina se temelji ponajprije na emocionalnim reakcijama na proizvod. Individualni kupci mogu brzo odlučivati.

Također prema Manning i Reece (2008) organizacijski kupci su kupci koji kupovinu obavljaju za neke drugu svrhu, a ne za osobnu potrošnju, odluke često donosi nekoliko ljudi, kupuju u skladu opisom koji se temelji na poznavanju proizvoda, kupovina se temelji na racionalnim kriterijima, mogu sudjelovati u dugotrajnom procesu odlučivanja i sl.

Iz svega gore navedenog može se zaključiti da se u nekim slučajevima kupac, potrošač i krajnji kupac/potrošač mogu odnositi na istu osobu. Međutim, u složenijim prodajnim situacijama (poslovanje s poslovnim subjektima), kupac može biti tvrtka koja kupuje proizvod ili uslugu za daljnju prodaju ili upotrebu u svojim procesima, dok krajnji kupac/potrošač može biti osoba koja će na kraju koristiti taj proizvod ili uslugu.

### 4.2. Karakteristike podjele kupaca

Prema Car (2013:69) proces kupnje može se podijeliti u nekoliko faza koje se razlikuju prema vrsti proizvoda, situaciji i kupcima/potrošačima.

Vrsta kupnje uvjetovana je:

- vrijednošću
- važnošću
- obilježjima proizvoda.

Karakteristike podjele kupaca mogu se pronaći u fazama kupnje kroz koju kupci prolaze, a prema Sekso (2010:63) kupci/potrošači prolaze kroz pet faza kupnje, a to su:

1. Spoznaja problema - proces kupnje počinje kada kupac/potrošač spozna problem ili potrebu. Potreba može biti potaknuta unutarnjim ili vanjskim poticajima. Temeljem prikupljenih

informacija o kupčevim/potrošačevim potrebama može se razviti strategija marketinga koja će potaknuti interese potrošača.

## 2. Traženje informacija

Izvori potrošačkih informacija mogu se svrstati u četiri skupine:

- osobni izvori – obitelj, prijatelji, susjedi,
- komercijalni izvori – oglašavanje, prodavači, zastupnici,
- javni izvori – masovni mediji, organizacija potrošača,
- iskustveni izvori – rukovanje, ispitivanje, korištenje proizvoda.

3. Vrednovanje alternativa - kupci/potrošači se razlikuju po tome koje su im karakteristike proizvoda najvažnije.

4. Odluka o kupnji - kupac/potrošač stvara sklonost prema određenim markama u grupi za izbor. Potrošač ima namjeru kupiti marku kojoj je najskloniji, ali tu se mogu umiješati dva čimbenika koja utječu na odluku o kupnji, a to su:

- stavovi drugih,
- nepredvidljivi situacijski čimbenik.

Na kupčevu odluku o kupovini uvelike utječe i percipirani rizik. Količina precipitiranog rizika varira sa količinom novca kojom potrošač raspolaže, količinom nesigurnosti o karakteristikama, te količinom samouvjerenosti potrošača.

## 5. Ponašanje nakon kupnje

Jako je bitno ponašanje potrošača nakon kupnje, a ono se može pratiti kroz nekoliko radnji:

- zadovoljstvo nakon kupnje,
- akcije nakon kupnje,
- korištenje proizvoda nakon kupnje,
- način raspolaganja proizvodom.

Zadovoljni kupci će nastaviti kupovati, a nezadovoljni kupci će prestati kupovati zato tvrtka mora osigurati zadovoljstvo svojih kupaca/potrošača na svim razinama procesa kupnje.

### 4.3. Čimbenici koji utječu na potrošačevo ponašanje

Prema Kesić (1999) osnovni čimbenici koji mogu utjecati na potrošačevo ponašanje su:

#### 1. Društveni čimbenici:

Društveni čimbenici uključuju utjecaj društva, kulture, obitelji, reference i grupne norme. Potrošači se mogu modelirati prema ponašanju drugih ljudi u svojoj socijalnoj

skupini i društvu te su skloni kupovati proizvode ili usluge koji odražavaju njihovu pripadnost i identitet.

#### 2. Psihološki čimbenici:

Psihološki čimbenici obuhvaćaju potrošačeve osobne karakteristike, percepciju, stavove, motivaciju i emocionalno stanje. Potrošačeva percepcija kvalitete proizvoda, doživljaj vrijednosti i želje mogu utjecati na odluku o kupnji. Također, potrošači su skloni tražiti zadovoljstvo, smanjenje rizika i postizanje ciljeva kroz kupnju.

#### 3. Osobni čimbenici:

Potrošači uče iz iskustva, informacija, oglašavanja i društvenih utjecaja. Prethodna iskustva s proizvodima ili uslugama, mišljenja drugih kupaca, marketinške kampanje i promocije mogu oblikovati potrošačevu percepciju i odluke o kupnji.

#### 4. Situacijski čimbenici:

Situacijski čimbenici uključuju okolnosti u kojima potrošač donosi odluku o kupnji, poput vremena, prostora, dostupnosti proizvoda, cijene i promocije. Potrošačeva kupovna odluka može se razlikovati ovisno o situacijskim čimbenicima kao što su hitnost potrebe, prilike za popuste ili sezonske ponude.

Svi ti čimbenici mogu se razlikovati ovisno o specifičnoj situaciji u kojoj se potrošač nalazi, proizvodu, usluzi, ali i o individualnim karakteristikama potrošača.

### 4.4. Konačna prodaja

Konačna prodaja ima ključnu ulogu u poslovanju svakog poduzeća jer rezultira stvarnim prihodom za prodavatelja. Stoga, prodavatelji često usmjeravaju svoje marketinške i prodajne napore na privlačenje krajnjih kupaca/potrošača, stvaranje povjerenja, pružanje kvalitetnih proizvoda i usluga te osiguravanje zadovoljstva krajnjih kupaca/potrošača kako bi ostvarili uspješnu konačnu prodaju.

Prema Tomašević Lišanin (2010:345) nakon što je prodajni proces uspješno doveden do zaključenja, potrebno je u što kraćem roku obaviti sve prateće radnje vezane uz prateću prodajnu dokumentaciju kupcu kao npr., davanje narudžbenice ili ponude za proizvod ili uslugu, sklopiti ugovor o kupoprodaji i na kraju isporučiti ugovoreni proizvod ili uslugu kupcu/potrošaču.

Prema Vranešević (2000:181) nakon konačne prodaje bitno je zadovoljstvo kupca/potrošača i profit tvrtke kao pokazatelj uspješnosti poslovanja tvrtke. Zadovoljstvo kupca/potrošača

moguće je promatrati dvojako – kao rezultat točno određene transakcije ili kao zbroj svih dosadašnjih transakcija koje je kupac/potrošač imao s proizvodom, uslugom ili tvrtkom.

Također prema Vranešević (2000:181) zadovoljstvo kupca/potrošača utječe na profitabilnost poduzeća na sljedeći način: visoka razina zadovoljstva indikator je povećane lojalnosti sadašnjih klijenata, djeluje na smanjenje elastičnosti cijena i povećanu otpornost prelaska kupca/potrošača na stranu konkurencije.

Što je kupac/potrošač zadovoljniji, to je vjerojatnije da će biti lojalniji i da će kupovati iste proizvode ili usluge ili da će kupovati od iste tvrtke.

Prema Tomašević Lišanin i sur. (2019:163) osnovni prodajni cilj bi trebao biti razvoj dugoročnih odnosa s kupcima/potrošačima, odnosno njihovo pretvaranje u dugoročne kupce/potrošače.

#### 4.5. Prigovor/reklamacija od strane krajnjeg kupca/potrošača

Kada je krajnji kupac/potrošač nezadovoljan isporučenom robom ili uslugom on na isto podnosi prigovor. Za prigovor kažemo da je to kupčevo nezadovoljstvo. Prigovor može biti u pisanom ili usmenom obliku.

Glavni zadatak svakog poduzeća koje se bavi prodajom je riješiti prigovor, odnosno reklamaciju na obostrano zadovoljstvo.

Tomašević Lišanin (2010:351) smatra da sve legitimne zahtjeve kupaca treba promatrati s istom perspektivom. Ako niti jedan pokušaj da se situaciju popravi ne uspijeva, treba omogućiti kupcu da izađe iz preuzete obveze na neki od načina koji uključuje otkazivanje narudžbe, prilagodbu plaćanja ili neko drugo rješenje. Iako možda to ide na štetu prihoda poduzeća koje je već uračunato u kalkulacije, ispravno postupanje u takvim, za kupca osjetljivim okolnostima, pomaže izgradnji dobre volje i spremnosti na poslovanje u budućnosti. Dobro razriješena reklamacija ili pomoć kupcu koji ima dvojbe u ispravnost vlastitog izbora može se preokrenuti u korist poduzeća vezano uz buduće narudžbe, pokaže li poduzeće dovoljno osjetljivosti za takve kupčeve potrebe.

## **5. OPERATIVNI PROCES PRODAJE I USLUGE KUPCIMA NA PRIMJERU PODUZEĆA HEP-TOPLINARSTVO d.o.o. POGON OSIJEK**

### 5.1. Osnovni podaci o HEP-Toplinarstvu d.o.o.

HEP-Toplinarstvo je najveći distributer toplinske energije u Republici Hrvatskoj. Za krajnje kupce kategorije kućanstvo, kategorije industrija i poslovni potrošači na području grada Zagreba, Osijeka, Siska, Velike Gorice, Samobora i Zaprešića obavlja energetske djelatnosti proizvodnje, distribucije i opskrbe toplinskom energijom, te djelatnost kupca.

Za svoje krajnje kupce HEP-Toplinarstvo:

- osigurava kontinuiranu i sigurnu isporuku toplinske energije,
- upravlja toplinskim sustavom, održava unutarnje instalacije grijanja sve do ulaza u stambene/poslovne prostore, otklanja kvarove, obavlja remont,
- jamči za kvalitetu i dugogodišnje iskustvo i znanje svojih radnika,
- osigurava visoko kvalitetnu razinu usluga,
- raspolaže stručnim kadrovima,
- ulaže u nove tehnologije i razvoj sustava,
- na raspolaganju je svojim krajnjim kupcima putem dežurne službe za prijavu tehničkih kvarova od 0 do 24 sata. (HEP-Toplinarstvo d.o.o., 2014)

Osim navedenih djelatnosti, Društvo također obavlja i sljedeće poslove i zadatke:

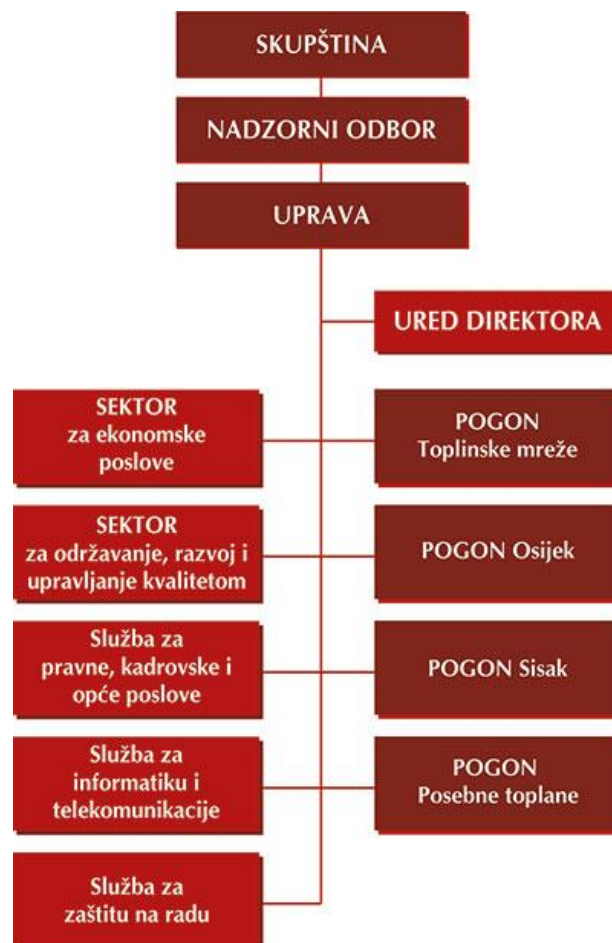
- razvoj, izgradnju, upravljanje, nadzor i održavanje postrojenja i opreme za proizvodnju i distribuciju toplinske energije,
  - razvoj projekata za unaprjeđenje toplinskih sustava, a sve s ciljem smanjenja potrošnje energije,
  - poslove informatičke potpore koji su bitni u obavljanju temeljnih djelatnosti Društva,
  - ekonomske, pravne, kadrovske i opće poslove,
  - poslove obrane i zaštite,
  - poslove zaštite na radu, zaštite od požara i zaštite okoliša,
  - savjetovanje krajnjih kupaca o mjerama energetske učinkovitosti,
- (HEP-Toplinarstvo d.o.o., 2014)

## 5.2. Organizacija HEP-Toplinarstva d.o.o.

Prema Pravilniku o organizaciji i sistematizaciji HEP-Toplinarstva d.o.o. (2021) temeljnu unutrašnju organizaciju Društva čine sljedeće organizacijske jedinice:

- Ured direktora
- Sektor za ekonomske poslove
- Sektor za održavanje, razvoj i upravljanje kvalitetom
- Služba za pravne, kadrovske i opće poslove
- Služba za informatiku i telekomunikacije
- Služba za zaštitu na radu
- Pogon Toplinske mreže
- Pogon Posebne toplane
- Pogon Osijek
- Pogon Sisak.

Slika 4. Unutrašnja organizacija HEP-Toplinarstva d.o.o.



Izvor: (HEP-Toplinarstvo d.o.o., 2021)

Poslovi Pogona Osijek obavljaju se u četiri službe:

- Službi za eksploataciju
- Službi za tehničke poslove
- Službi za ekonomske poslove
- Službi za pravne, kadrovske i opće poslove.

Služba za ekonomske poslove obavlja sljedeće poslove za potrebe Pogona Osijek:

- planiranje, organizacija i kontrola nabavnog poslovanja, izrada izvješća nabavnog poslovanja, provođenje postupaka nabave na razini pogona,
- vođenje financijskog, analitičkih i pomoćnih knjigovodstava za potrebe Pogona, obračunavanje poreza na dodanu vrijednost, plaća i doprinosa, analiza računovodstvenih podataka, suradnja s funkcionalno nadređenom službom u sjedištu Društva,
- izrada financijskih, statističkih i ostalih izvješća za potrebe direktora Pogona i direktora Društva,
- **prodaja**, obračun i naplata toplinske energije, vođenje matičnih evidencija krajnjih kupaca Pogona Osijek,
- pripremanje postupaka naplate spornih potraživanja,
- poslovi vezani uz komunikaciju s krajnjim kupcima, obrada zahtjeva i reklamacija krajnjih kupaca. (HEP-Toplinarstvo d.o.o., 2009).

Shema unutrašnje organizacije HEP-Toplinarstva d.o.o. može se usporediti sa onim što navodi Drljača (2005) gdje opisuje položaj prodaje u organizaciji menadžmenta. Autor tamo navodi kako prodaja, ako nije osnovna djelatnost kojim se poduzeće bavi može, kao što je slučaj kod HEP-Toplinarstva d.o.o. Pogona Osijek, biti dio unutrašnje organizacije poduzeća, odnosno u konkretnom slučaju prodaja je sastavni dio Službe za ekonomske poslove.

HEP Toplinarstvo za misiju ima kontinuiranu i sigurnu isporuku toplinske energije za više od 125.000 krajnjih kupaca koji su spojeni na centralne, zatvorene i samostalne toplinske sustave u gradovima Zagrebu, Osijeku, Sisku, Velikoj Gorici, Samoboru i Zaprešiću. U svojoj viziji ističu da žele zadržati poziciju vodećeg lidera na hrvatskom tržištu toplinske energije te biti prepoznatljiva, ekološki osviještena i društveno odgovorna moderna tvrtka.

U svojem poslovnju HEP- Toplinarstvo (2021) želi postići sljedeće strateške ciljeve:

- Zadržati vodeću pozicije distribucije i opskrbe toplinskom energijom,
- Povezivanje dijelova vrelovodne i parovodne mreže s ciljem smanjivanja toplinskih gubitaka u mreži, a uvažavajući tehnološke, ekonomske i okolišne čimbenike,



- Uvođenje sustava upravljanja i kontrole parametara mreže kod zatvorenih toplinskih sustava (ZTS) i daljinsko upravljanje blok kotlovnica koje se neće moći spojiti na centralni toplinski sustav (CTS),
- Unapređenje, optimizacija i povećanje efikasnosti poslovnih procesa upravljanjem znanjem, informatizacijom i razvojem baza znanja.

## **6. OPERATIVNI SUSTAV PRODAJE HEP-TOPLINARSTVA d.o.o. POGONA OSIJEK**

Prodaja HEP-Toplinarstva d.o.o. Pogona Osijek funkcionalno pripada Službi za ekonomske poslove Pogona Osijek, a Sektoru za ekonomske poslove u sjedištu Društva. Prodaja obavlja poslove obračuna, prodaje i naplate isporučene toplinske energije svojim krajnjim kupcima koji su spojeni na centralni, zatvoreni ili samostalni toplinski sustav.

### 6.1. Evidencija krajnjih kupaca/potrošača

Prema Zakon o tržištu toplinske energije (NN 80/13, 14/14, 86/19)

- „*Kupac toplinske energije* – pravna ili fizička osoba koja u ime i za račun vlasnika i/ili suvlasnika zgrade/građevine obavlja djelatnost kupca u samostalnom, zatvorenom i centralnom toplinskom sustavu.“
- „*Krajnji kupac je*– pravna ili fizička osoba koja kupuje toplinsku energiju za vlastite potrebe od kupca na temelju obračuna toplinske energije.“

HEP-Toplinarstvo d.o.o. toplinsku energiju isporučuje za oko 125.000 kupaca raznih kategorija. Većinu njihovih potrošača čine kućanstva (60%) dok a industrija i poslovni potrošači čine 40 %.

HEP-Toplinarstvo d.o.o. Pogon Osijek ima ukupno 11.847 krajnjih kupaca koji su spojeni na centralni i zatvoreni toplinski sustav u gradu Osijeku. Od tih 11.847 krajnjih kupaca 10.564 se odnosi na kućanstvo, a 1.283 na poslovne prostore. (HEP-Toplinarstvo d.o.o., 2021).

HEP-Toplinarstvo d.o.o. Pogon Osijek ima 4 povlaštena krajnja kupca kojima isporučuje tehnološku paru i sa kojima sklapa Ugovor o opskrbi toplinskom energijom po tržišnim cijenama koje ovise o cijeni plina na svjetskom tržištu. To su Saponia d.d., Belje plus d.o.o., Prvo hrvatsko pivo 1664 d.o.o. i Žito d.o.o.

Prema Mrežnim pravilima za distribuciju toplinske energije (NN 35/14) svaki krajnji kupac/potrošač koji se želi priključiti na centralni toplinski sustav podnosi Zahtjev za priključenje na centralni toplinski sustav te mu se izdaje Prethodna termoenergetska suglasnost (PTS). Prethodnom termoenergetskom suglasnošću definirani su uvjeti i dokumentacija potrebna za priključenje. Nakon što su ispoštovani svi uvjeti definirani PTS-om izdaje se

Termoenergetska suglasnost (TS), te se na temelju TS-a sklapa Ugovor o potrošnji ili Ugovor o opskrbi toplinskom energijom.

## 6.2. Ugovorni odnos sa krajnjim kupcima/potrošačima

Nakon što smo izradili glavnu termoenergetska suglasnost potrebno je izraditi ugovore kako bi se uspostavio ugovorni odnos između krajnjeg kupca/potrošača i HEP-Toplinarstva d.o.o. kao Kupca ili Opskrbljivača toplinskom energijom.

Prema Zakonu o tržištu toplinske energije (NN 80/13, 14/14, 86/19) ugovori se dijele na:

- Ugovori o potrošnji toplinske energije
- Ugovori o opskrbi toplinskom energijom

### **Ugovor o potrošnji toplinske energije**

Prema Zakonu o tržištu toplinske energije (NN 80/13, 14/14, 86/19) Ugovor s kupcem (HEP-Toplinarstvom) sklapa ovlaštenu predstavnik suvlasnika krajnjih kupaca u ime svih krajnjih kupaca koji su spojeni na zajednička obračunska mjerna mjesta. Krajnji kupci vlasnici stambenih i/ili poslovnih prostora unutar više stambenih zgrada i/ili obiteljskih kuća donose Odluku o odabiru kupca toplinske energije i sklapaju ugovor o potrošnji. Odluka se donosi većinom glasova krajnjih kupaca u zgradi/građevini i primjenjuje se na sve kupce.

### **Ugovor o opskrbi toplinskom energijom**

Prema Zakonu o tržištu toplinske energije (NN 80/13, 14/14, 86/19) Ugovor s opskrbljivačem (HEP-Toplinarstvom) sklapaju krajnji kupci, vlasnici privatnih kuća, poslovnih prostora ili industrijskih objekata, a koji imaju svoje zasebno obračunsko mjerno mjesto i koji samostalno upravljaju svojim unutarnjim instalacijama grijanja.

## 6.3. Prodaja, obračun i naplata toplinske energije krajnjim kupcima/potrošačima

Kako bi se krajnjem kupcu obračunala isporučena toplinska energija istog je potrebno evidentirati u matičnoj evidenciji krajnjih kupaca, matičnoj evidenciji mjerila, kreirati građevinu na koju vezemo mjerilo i šifru krajnjeg kupca.

Krajnji kupci dijele se na krajnje kupce kategorije kućanstvo i krajnje kupce kategorije industrija i poslovni potrošači.

Krajnjeg kupca kategorije kućanstvo prvotno se evidentira kroz matične podatke kupaca i potrošača u koje se upisuju sljedeći podaci:

- Podaci o krajnjem kupcu (ime i prezime, adresa prebivališta, OIB, adresa samostalne uporabne cjeline (SUC), kategorija krajnjeg kupca - navedeni podaci se ispisuju na računima i ostalim izvješćima)
- Obračunski podaci krajnjeg kupca kategorije kućanstvo ( Model energije, snaga, šifra glavnog mjerila)
- Podaci o primaocu računa ( Ime i prezime, ulica, kućni broj, poštanski broj, grad)

Slika 5. Matični podaci krajnjeg kupca kategorije kućanstvo

Izvor: Preuzeto iz aplikacije NapTop HEP-Toplinarstva d.o.o.

Krajnji kupac se prvotno evidentira kroz matične podatke kupaca i potrošača u koje se upisuju sljedeći podaci:

- Podaci o vlasniku poslovnog prostora (naziv, adresa, OIB i žiro račun ako je poslovni)
- Podaci o krajnjem kupcu (šifra kupca, naziv kupca, adresa, OIB, naziv iz registra poslovnih subjekata, kategorija kupca - navedeni podaci se ispisuju na računima i ostalim izvješćima)

- Podaci o mjernom mjestu ( naziv potrošača, model snage, model energije, tarifa, površina grijanog prostora, snaga i adresa koja je spojena na vrelovod)
- Podaci o primaocu računa ( Ime i prezime, ulica, kućni broj, poštanski broj, grad)

Slika 6. Matični podaci krajnjeg kupca kategorije industrija i poslovni potrošači

The screenshot displays a comprehensive data entry form for a customer in the 'Industrija i poslovni potrošači' category. Key sections include:

- Company Information:** DENARIUS D.O.O., OIB: 01040055493, Ulica: 1265 SJEJAK, Osijek, 31000.
- Address and Contact:** Ulica: 1265 SJEJAK, Kućni br.: 59, Pošta: 31000 OSJEK.
- Technical Data:** Model snage: 1S, Model EG: 1EG, Model TV: 3010, SNAGA: 0,008931 MW, VOD: 3010 VRELOVOD.
- Energy and Billing:** Površina: 40,67, Tarifa: 123, Tarifna grupa: Tg2, Tarifni model: TM2.
- Administrative Data:** Kategorija: TRGOVA NA DRU TVA - OGR. POTRO A I, Podkategorija: Trgovačka društva.

Izvor: Preuzeto iz aplikacije NapTop HEP-Toplinarstva d.o.o.

Nakon što su matični podaci krajnjih kupaca ažurirani aktivira se obračunsko mjerno mjesto i započinje isporuka toplinske energije. Potrošena toplinska energija svaki mjesec očitava se na obračunskom mjernom mjestu u toplinskoj podstanici i raspodjeljuje na krajnje kupce prema odabranom modelu obračuna isporučene toplinske energije, a sve u skladu sa Pravilnikom o načinu raspodjele i obračunu troškova za isporučenu toplinsku energiju (NN 99/14, 27/15, 124/15).

Prema Pravilniku o načinu raspodjele i obračunu troškova za isporučenu toplinsku energiju (NN 99/14, 27/15,124/15) račun za isporučenu toplinsku energiju sastoji se iz dijela koji se odnosi na snagu i naknadu (fiksni dio računa) i dijela koji se odnosi na potrošenu energiju.

Prema Pravilniku o načinu raspodjele i obračunu troškova za isporučenu toplinsku energiju (NN 99/14, 27/15, 124/15) osnovni modeli za raspodjelu snage na zajedničkom mjerilu toplinske energije su:

- model 1S – primjenjuje se kada postoji podatak o snazi samostalne uporabne cjeline,
- model 2S – primjenjuje se kada se snaga samostalne uporabne cjeline utvrđuje prema omjeru umnoška ukupne snage i udjela površine stana u ukupnoj površini svih stanova priključenih na zajedničko mjerilo toplinske energije.

Prema Pravilniku o načinu raspodjele i obračunu troškova za isporučenu toplinsku energiju (NN 99/14, 27/15, 124/15) osnovni modeli za raspodjelu energije za grijanje prostora na zajedničkom mjerilu toplinske energije su:

- model 1EG – udio snage u ukupnoj priključnoj snazi na zajedničkom mjerilu toplinske energije,
- model 2EG – udio površine u ukupnoj površini svih stanova priključenih na zajedničko mjerilo toplinske energije,
- model 3EG – udio broja impulsa u ukupnom broju impulsa u svim stanovima priključenim na zajedničko mjerilo toplinske energije.

Također prema istom Pravilniku o načinu raspodjele i obračunu troškova za isporučenu toplinsku energiju (NN 99/14, 27/15, 124/15) isporučena toplinska energija kao i instalirana snaga raspodjeljuju se na krajnje kupce, koji su spojeni na zajedničko mjerilo, primjenom jednog ili kombinacijom dva osnovna modela.

Prema Pravilniku o načinu raspodjele i obračunu troškova za isporučenu toplinsku energiju (NN 99/14, 27/15, 124/15) osnovni modeli za raspodjelu isporučene toplinske energije za pripremu potrošne tople vode su:

- model 1EV – udio volumena isporučene potrošne tople vode za stan u volumenu ukupno isporučene potrošne tople vode za sve stanove,
- model 2EV – udio broja članova domaćinstva u stanu u ukupnom broju članova domaćinstava svih stanova.

Nakon što su ažurirani matični podaci krajnjih kupaca, te prikupljeni i učitani podaci o potrošnji toplinske energije radi se obračun toplinske energije i izrada računa za isporučenu toplinsku energiju.

Svaki račun za isporučenu toplinsku energiju ima datum izdavanja računa, datum isporuke i datum dospijeca plaćanja, odnosno sve osnovne elemente računa koje propisuje Zakon o porezu na dodanu vrijednost.

Na svakom računu za isporučenu toplinsku energiju nalazi se napomena sa tekstom „Na dan izdavanja računa stanje Vaših nepodmirenih neutuženih obveza iznosi...“ Ta napomena služi krajnjim kupcima kao opomena ukoliko nisu platili neki od prijašnjih računa. Za svako plaćanje nakon dospijeca računa obračunava se zakonska zatezna kamata. Prema Pravilniku za naplatu potraživanja od krajnjih kupaca i upravljanja rizicima naplate u HEP-Toplinarstvu d.o.o. (2019) najmanje tri puta godišnje HEP-Toplinarstvo d.o.o. Pogon Osijek šalje opomene krajnjim kupcima kategorije kućanstvo i industrija i poslovni potrošači, za neplaćene račune, te jedan puta opomene pred ovrhu. HEP-Toplinarstvo d.o.o. Pogon Osijek jedan puta godišnje pokreće ovršni postupak za naplatu svojih redovnih potraživanja i za kategoriju kućanstvo i za kategoriju industrija i poslovni potrošači.

Slika 7. Račun za isporučenu toplinsku energiju krajnjeg kupca kategorije kućanstvo  
(stranica 1 i 2 računa)

HEP-TOPLINARSTVO d.o.o.  
Miševečka 15 a, 10000 Zagreb  
POGON OSIJEK, CARA HADRIJANA 3, 31000 OSIJEK

**PODACI O UGOVORNOM ODNOSU**

Naziv vlasnika: [REDACTED]  
OIB vlasnika: [REDACTED]  
Adresa i grad vlasnika: DUGA 11A, OSIJEK

**PODACI O KRAJNJEM KUPCU**

Sifra krajnjeg kupca: 34942780283  
Krajnji kupac: [REDACTED]  
Adresa krajnjeg kupca: DUGA ULICA 11A, BRIJEŠĆE  
OIB: [REDACTED]  
Adresa i grad SUC: TRG BANA JOSIPA JELAČIĆA 18, OSIJEK  
Broj Ugovora: 300450201902

OZNAKA  
KRAJNJEG  
KUPCA



Datum isporuke: 31.05.2023.  
Datum izdavanja računa: 06.06.2023.  
Mjesto izdavanja računa: OSIJEK  
Datum dospijeća računa: 21.06.2023.  
Datum izdavanja sljedećeg računa: 30.06.2023.

Adresa dostave računa:  
TRG BANA JOSIPA JELAČIĆA 18  
31000 OSIJEK



**PRIJEPIS RAČUNA**

Račun:34942780283-0523-5\_03\_700015624092\_R za toplinsku energiju, razdoblje 05/2023

**PODACI O MODELU RASPODJELE I KATEGORIJI POTROŠNJE**

Tarifna grupa Tg1  
Tarifni model TM1  
MODEL RASPODJELE  
Snaga 2S  
Energija grijanje ZEG

**PODACI ZA RASPODJELU ISPORUČENE TOPLINSKE ENERGIJE ZA SAMOSTALNU UPORABNU C-JELINU (SUC)**

Snaga 4,429 kW  
Površina 46,07 m<sup>2</sup>  
Broj članova domaćinstva 0  
ENERGIJA (SUC)  
Grijanje 224 kWh

Kategorija potrošnje - KUĆANSTVA NA CTS-u, VRELATOPLA VODA

**OBRAČUN UTROŠKA ZA TOPLINSKU ENERGIJU I NAKNADA**

|             | Opis   | Jedinica mjere | Količina | Jed. cijena (EUR/jed.mjere) | Iznos (EUR) |
|-------------|--|----------------|----------|-----------------------------|-------------|
| Energija za | proizvodnju toplinske energije (grijanje, PTV i ZP)            | kWh            | 224,000  | 0,037906                    | 8,49        |
|             | distribuciju toplinske energije (grijanje, PTV i ZP)           | kWh            | 224,000  | 0,001433                    | 0,32        |
| Snaga za    | proizvodnju toplinske energije                                 | kW/mj          | 4,429    | 0,573363                    | 2,54        |
|             | distribuciju toplinske energije                                | kW/mj          | 4,429    | 0,545491                    | 2,42        |
| Naknada za  | djelatnost opskrbe toplinskom energijom                        | EUR/mj         | 1,000    | 0,931700                    | 0,93        |
|             | djelatnost kupca toplinske energije                            | m <sup>2</sup> | 46,070   | 0,042471                    | 1,96        |
|             | Osnovica za PDV  |                |          |                             | 16,66       |
|             | PDV 5%   |                |          |                             | 0,83        |
|             | <b>Ukupno po obračunu toplinske energije</b>                   |                |          |                             | 17,49       |
|             | <b>Iznos razlike sukladno Uredbi Vlade Republike Hrvatske*</b> | kWh            | 224,000  | 0,016500                    | -3,70       |
|             | <b>Sveukupno za platiti EUR</b>                                |                |          |                             | 13,79       |
|             | <b>Sveukupno za platiti HRK (tečaj 7,53450)</b>                |                |          |                             | 103,90      |

Napomena: Na dan izdavanja računa podmireni su svi Vaši računi za toplinsku energiju. Hvala.  
\*Temeļem Uredbe Vlade Republike Hrvatske o otklanjanju poramećaja na domaćem tržištu energije (NN 31/23), HEP-TOPLINARSTVO d.o.o. je umanjilo Vaš iznos plaćanja računa za 3,70 EUR.

Odgovorna osoba: Direktor HEP-TOPLINARSTVA d.o.o. mr.sc. Tomislav Brnadić, dipl.ing.stroj.

HEP - TOPLINARSTVO d.o.o.  
ZAGREB 1  
Miševečka 15/a

ukupno za platiti  
**13,79 EUR**  
**103,90 HRK**  
dospijeće računa 21.06.2023.

**NALOG ZA NACIONALNA PLAĆANJA**

|  |  |   |
|--|--|---|
| <b>PLATITELJ</b> (naziv i adresa)<br>TRG BANA JOSIPA JELAČIĆA 18<br>OSIJEK                                       | Valuta i iznos: EUR<br>Iznos: *****13,79<br>IBAN iz broj računa plaćanja: HR0523600001502353740<br>Model: HR01<br>Poziv na broj primatelja: 34942780283-0523-5 | Valuta i iznos: *****13,79<br>IBAN broj računa primatelja: HR0523600001502353740<br>Model i poziv na broj plaćatelja: HR0134942780283-0523-5<br>Opis plaćanja: Potrošnja toplinske energije za mjesec 05/2023. Dospijeće: 21.06.2023. Tečaj 7,53450 103,90 HRK. |
| <b>PRIMATELJ</b> (naziv i adresa)<br>HEP - TOPLINARSTVO d.o.o., POGON OSIJEK<br>CARA HADRIJANA 3<br>31000 OSIJEK | IBAN iz broj računa primatelja: HR0523600001502353740<br>Model: HR01<br>Poziv na broj primatelja: 34942780283-0523-5   | Opis plaćanja: Potrošnja toplinske energije za mjesec 05/2023. Dospijeće: 21.06.2023. Tečaj 7,53450 103,90 HRK.   |
| Pečat korisnika PU<br>Potpis korisnika PU  | Pečat korisnika PU<br>Potpis korisnika PU  | Oznaka  |



Adresa građevine: TRG BANA JOSIPA JELAČIĆA 18, OSIJEK

## Očitavanja mjerila, razdjelnika i vodomjera

| Mjerilo/razdjelnik       | Sifra mjernog mjesta | Datum očitavanja | Datum preth. očit. | Stanje | Prethodno stanje | Potrošnja u razdoblju | Procjena potrošnje | Potrošnja u razd. grijanje | Potrošnja u razd. PTV | Jed. mjere |
|--------------------------|----------------------|------------------|--------------------|--------|------------------|-----------------------|--------------------|----------------------------|-----------------------|------------|
| Obračunsko mjerno mjesto | DG124                | 31.05.23         | 30.04.23           | 867064 | 857356           | 9,708                 |                    | 9,708                      |                       | MWh        |

## Podaci za raspodjelu isporučene toplinske energije - obračunsko mjerno mjesto DG124

|   |          |                |
|---|----------|----------------|
| Ukupna snaga svih SUC na obračunskom mjernom mjestu                   | 191,686  | kW             |
| Ukupna snaga po modelu 2S   | 147,893  | kW             |
| Ukupna površina svih SUC na obračunskom mjernom mjestu model snage 2S | 1.538,39 | m <sup>2</sup> |

## Energija - grijanje

## Model 1EG

|                          |        |                |
|--------------------------|--------|----------------|
| Ukupna snaga svih SUC    | 43,793 | kW             |
| Ukupna površina svih SUC | 312,58 | m <sup>2</sup> |
| Ukupna energija svih SUC | 2,218  | kWh            |

## Model 2EG

|                          |          |                |
|--------------------------|----------|----------------|
| Ukupna snaga svih SUC    | 147,893  | kW             |
| Ukupna površina svih SUC | 1.538,39 | m <sup>2</sup> |
| Ukupna energija svih SUC | 7,490    | kWh            |

## PLAĆANJE RAČUNA



Račun za isporučenu toplinsku energiju dužni ste platiti najkasnije do dostizanja plaćanja navednog na računu. Za plaćanje nakon navedenog roka zaračunavamo zakonske zatezne kamate. U slučaju nepodmirenja dospjele novčane obveze, HEP-TOPLINARSTVO d.o.o. može zatražiti određivanje ovrhe na temelju vjerodostojne isprave.

Ovaj račun platiti je bez plaćanja naknade za usluge platnog prometa u svim HP poštanskim uredima i poslovnicama FINE. Račune HEP-TOPLINARSTVA d.o.o. možete plaćati i putem trajnog naloga, a detaljnije informacije o načinima plaćanja nalaze se na našoj Internet stranici [www.hep.hr/toplinarstvo](http://www.hep.hr/toplinarstvo)

Ukoliko račun podmirujete putem naloga za plaćanje ili Internet bankarstvom obavezno u pozivu na broj odobrenja upišite kompletni model i poziv na broj primatelja koji je naveden na prvoj stranici ovog računa. Uplata koja ne sadrži sve potrebne podatke smatra se neispravnom.

## PRIJAVA TEHNIČKIH KVAROVA I REKLAMACIJE



Besplatni telefon

**0800 1003**

- dežurna služba za prijavu tehničkih kvarova 0-24 sata
- informacije i reklamacije računa od ponedjeljka do petka 7:30-14:30 sati

## REKLAMACIJE RAČUNA



Pisanim prigovorom možete djelomično ili u cijelosti osporiti račun u roku od 15 dana od dana izdavanja računa, a nesporni dio dužni ste platiti u roku dostizanja. U skladu s čl. 10. st. 1. Zakona o zaštiti potrošača (NN 19/22), obavještavamo Vas da nam pisani prigovor možete dostaviti:

- osobno ili poštom na adresu:  
**HEP - TOPLINARSTVO d.o.o., POGON OSIJEK  
CARA HADRJANA 3**
- slanjem elektroničke pošte na adresu:  
[toplinarstvo.osijek@hep.hr](mailto:toplinarstvo.osijek@hep.hr)

## PROMJENA PODATAKA



Ukoliko se promijeni vlasnik, korisnik, naziv/ime i prezime, adresa, OIB, broj IBAN-a i ostali podaci koji se odnose na stambeni/poslovni prostor za koji je ispostavljen ovaj račun, obavezni ste nas o istom izvijestiti u roku od 8 dana od dana nastanka promjene i dostaviti nam kopiju rješenja nadležnog tijela, vlasnički list ili kupoprodajni ugovor. Zahtjeve za promjenom površine samostalne uporabne cjeline (stambenog/poslovnog prostora), broja članova domaćinstva i modela obračuna isporučene toplinske energije prihvaćamo isključivo putem ovlaštenog/ih predstavnika Vaše zgrade/građevine.

Izvor: Preuzeto iz aplikacije NapTop HEP-Toplinarstva d.o.o.

## 6.4. Prigovor/reklamacija od strane krajnjih kupaca/potrošača

Prigovor/reklamaciju krajnji kupac može podnijeti pisano putem pošte, maila ili osobno u Centru za kupce u prostorijama HEP-Toplinarstva d.o.o. Pogona Osijek.

Krajnji kupac/potrošač može podnijeti prigovor/reklamaciju u roku osam dana od dana izdavanja računa na sporni dio računa, a Kupac, odnosno HEP-Toplinarstvo d.o.o. mu je u obvezi na isti odgovoriti u roku 15 dana od dana zaprimanja prigovora/reklamacije. Reklamacija se može odnositi na visinu računa, obračun, kvalitetu isporuke toplinske energije i sl. (Zakon o zaštiti potrošača, NN 19/2022).

HEP-Toplinarstvo d.o.o. svake godine, u svojim Centrima za kupce u Zagrebu, Osijeku i Sisku, provodi anonimnu anketu o zadovoljstvu krajnjih kupaca isporukom i kvalitetom isporučene toplinske energije, obračunom i visinom računa za isporučenu toplinsku energiju, te zadovoljstvom rada djelatnika u Centru za kupce.

Dosadašnje ankete pokazale su da su krajnji kupci zadovoljni kvalitetom isporuke toplinske energije i radom djelatnika u Centru za kupce, a da su najmanje zadovoljni obračunom isporučene toplinske energije prema modelu 3EG, odnosno obračunu po razdjelnicima topline.

Kao što je i u prvom, teoretskom, dijelu rada navedeno najvažnije je prigovor/reklamaciju riješiti na obostrano zadovoljstvo, a kako Tomašević Lišanin navodi (2010:351) „Ako niti jedan pokušaj da se situaciju popravi ne uspijeva, treba omogućiti kupcu da izađe iz preuzete obveze na neki od načina koji uključuje otkazivanje narudžbe, prilagodbu plaćanja ili neko drugo rješenje. Iako možda to ide na štetu prihoda poduzeća koje je već uračunato u kalkulacije, ispravno postupanje u takvim, za kupca osjetljivim okolnostima, pomaže izgradnji dobre volje i spremnosti na poslovanje u budućnosti.”

## 7. POBOLJŠANJE PRUŽANJA USLUGE ISPORUKE TOPLINSKE ENERGIJE KRAJNJIM KUPCIMA/POTROŠAČIMA KROZ PROJEKT EU FONDOVA

Kvalitetna i sigurna isporuka toplinske energije preduvjet je za uspješnu prodaju i naplatu toplinske energije od strane krajnjih kupaca. Prema Tomašević Lišanin (2010: 22) „prodaju treba shvaćati kao sredstvo zadovoljenja dugoročnih interesa, a ne kao jednokratni posao“ tako i HEP-Toplinarstvo d.o.o. kroz razne projekte sufinancirane iz EU fondova nastoji osigurati dugoročnu kvalitetnu i sigurnu isporuku toplinske energije svojim krajnjim kupcima. HEP-Toplinarstvo d.o.o. (2021) provodi velike investicijske projekte sufinancirane bespovratnim sredstvima Europske unije, Europskog fonda za regionalni razvoj, a to su:

- **Projekt „Revitalizacija vrelovodne mreže na području grada Zagreba“** - vrijednost projekta iznosi 700 milijuna kuna, od toga je 421,5 milijuna kuna bespovratnih sredstava sufinanciranih iz EU fondova..
- **Projekt „Zamjena spojnog vrelovoda od TE-TO Osijek do Toplane Pogona Osijek“** - vrijednost projekta je 78 milijuna kuna, od toga je 46 milijuna kuna bespovratnih sredstava sufinanciranih iz EU fondova.

Slika 8. Logo projekta HEP-Toplinarstva d.o.o.



Izvor: ([HEP-Toplinarstvo d.o.o., 2021](#))

## 7.1. Informacije o projektu “Zamjena spojnog vrelovoda od TE-TO Osijek do Toplane Pogona Osijek”

Ministarstvo regionalnog razvoja i fondova Europske unije, ocijenilo je prihvatljivim projekt HEP-Toplinarstva d.o.o. Pogona Osijek pod nazivom „Zamjena spojnog vrelovoda od TE-TO do Toplane Pogona Osijek.“ Projekt se provodi u okviru Operativnog programa „Konkurentnost i kohezija 2014.-2020“. (HEP-Toplinarstvo d.o.o., 2021).

### Ciljevi projekta

- Stvaranje tehničkih preduvjeta koji će omogućiti nastavak pouzdane i sigurne isporuke toplinske energije,
- Povećanje energetske učinkovitosti smanjenjem gubitka u toplinskoj mreži,
- Smanjenje negativnih utjecaja na okoliš,
- Smanjenje emisija stakleničkih plinova,
- Ostvarenjem svih navedenih ciljeva projekta stvorit će se preduvjeti za razvoj toplinskog sustava grada Osijeka i razvoj energetskog sektora općenito. (HEP-Toplinarstvo d.o.o., 2021).

Projektom će se obnoviti dosadašnji spojni vrelovod od Termoelektrane toplane Osijek do Toplane Pogona Osijek. Vrelovod je položen davne 1987. godine te je duljine 4,4 kilometara i promjera 550 milimetara. Zbog dotrajalosti vrelovoda smanjena je pouzdana isporuka toplinske energije krajnjim kupcima kao i učinkovitost toplinskog sustava grada Osijeka.

Kako bi se osigurala daljnja uspješna distribucija toplinske energije u gradu Osijeku, HEP-TOPLINARSTVO d.o.o. Pogon Osijek će uz potporu sredstava iz EU fondova zamijeniti stari i dotrajali spojni vrelovod novim i modernijim vrelovodom promjera 800 milimetara. (HEP-Toplinarstvo d.o.o., 2021).

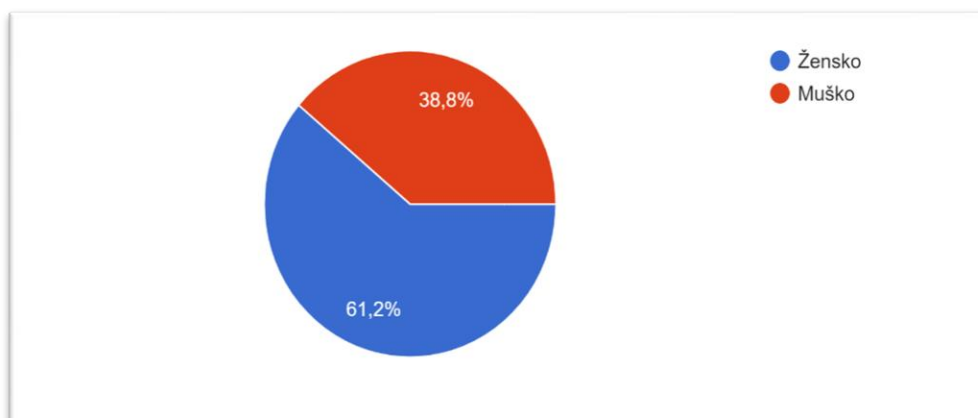
## 8. ISTRAŽIVANJE I REZULTATI ISTRAŽIVANJA KVALITETE ISPORUKE TOPLINSKE ENERGIJE KRAJNJIM KUPCIMA/POTROŠAČIMA PRIKLJUČENIM NA CENTRALNI TOPLINSKI SUSTAV GRADA OSIJEKA

Istraživačko pitanje ovog rada je: „Jesu li krajnji kupci/potrošači toplinske energije zadovoljni kvalitetom isporuke toplinske energije i hoće li projekt koji provodi HEP-Toplinarstvo d.o.o. Pogon Osijek pridonijeti poboljšanju kvalitete isporuke toplinske energije u budućnosti?“

### 8.1. Rezultati istraživanja

U istraživanju je sudjelovalo 103 ispitanika, odnosno krajnja kupca korisnika usluge HEP-Toplinarstva d.o.o. Pogona Osijek koji su spojeni na centralni toplinski sustav grada Osijeka.

Grafikon 1. Udio ispitanika po spolu

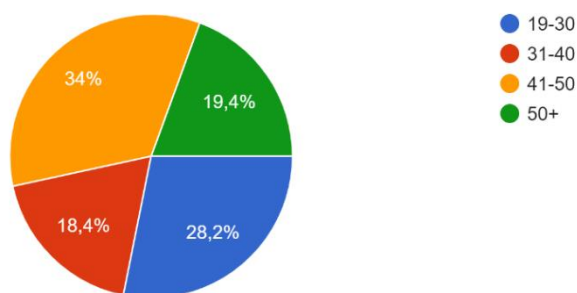


Izvor: vlastita izrada prema rezultatima ankete

Većina ispitanika su bile žene i to 61,2%, a muškarci 38,8% što prikazuje grafikon 1.

Od ukupno 103 ispitanika, najviše je bilo onih dobne skupine od 41-50 godina njih 34%, zatim od 19-30 godina njih 28,2%, od 31-40 godina 18,4%, te najmanje onih dobne skupine 50+ što prikazuje grafikon 2.

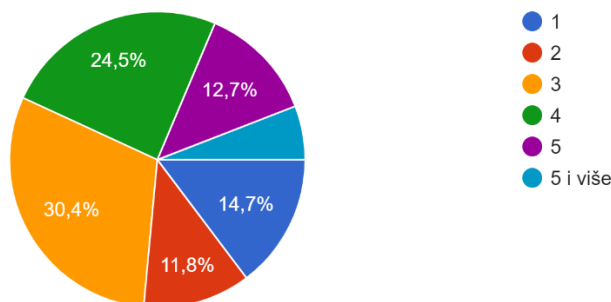
Grafikon 2. Udio ispitanika prema dobi



Izvor: vlastita izrada prema rezultatima ankete

Za istraživanje važno je bilo odrediti i broj članova domaćinstva. Najviše je onih čije domaćinstvo ima 3 člana njih 30,4%, zatim jednog člana njih 14,7%, dva člana njih 11,8%, četiri člana njih 24,5%, pet članova 12,7% što prikazuje grafikon 3.

Grafikon 3. Broj članova domaćinstva ispitanika

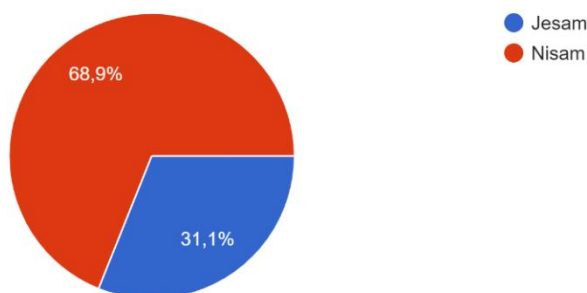


Izvor: vlastita izrada prema rezultatima ankete

Nakon prikupljenih demografskih podataka da bi dobili što bolju ukupnu sliku ispitanika važno je znati za koje sve kategorije potrošnje ispitanici koriste uslugu HEP-Toplinarstva d.o.o. , odnosno koriste li uslugu isporuke toplinske energije samo za stan/kuću ili i za poslovni prostor, te koliko im iznose računi za isporučenu toplinsku energiju za jednu ogrjevnu sezonu. Ogrjevna sezona je razdoblje od rujna tekuće godine do svibnja sljedeće godine. Te podatke prikazuje grafikon 4 i 5.

Grafikon 4 prikazuje kako većina ispitanika, odnosno njih 68,9% koristi uslugu isporuke toplinske energije samo za stan/kuću, a njih 31,1% uz stan/kuću vlasnik je i poslovnog prostora koji koristi istu uslugu.

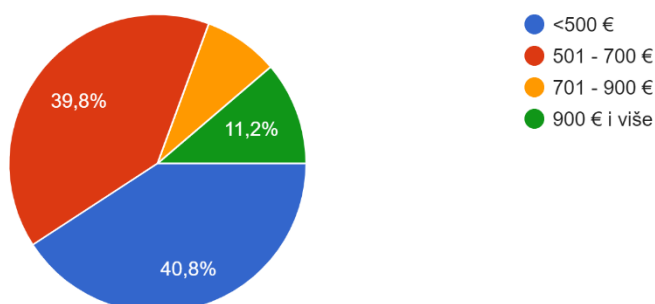
Grafikon 4: Isporučka toplinske energije prema kategoriji potrošnje ispitanika



Izvor: vlastita izrada prema rezultatima ankete

Grafikon 5. prikazuje kako je najviše onih ispitanika koji imaju račune za isporučenu toplinsku energiju manje od 500 eura za jednu ogrjevnú sezonu njih 40,8%, za njima su odmah oni čiji su računi od 501-700 eura njih 39,8%, zatim oni čiji su računi od 900 eura i više njih 11,2%.

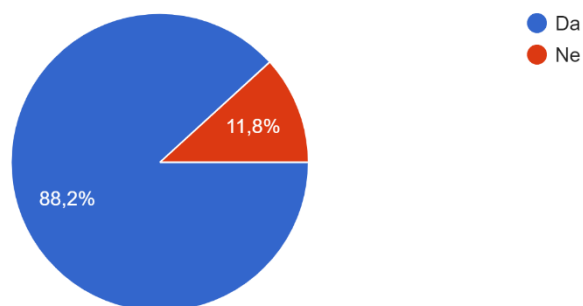
Grafikon 5: Prosječni iznos računa ispitanika za ogrjevnú sezonu



Izvor: vlastita izrada prema rezultatima ankete

Kako je istraživačko pitanje rada upravo kvaliteta isporuke toplinske energije sljedeća pitanja, odnosno odgovori su vrlo bitni za istraživački dio rada. Grafikon 6 prikazuje da je od ukupnog broja ispitanika njih 88,2% zadovoljno kvalitetom isporuke toplinske energije, dok samo 11,8% ispitanika nije zadovoljno kvalitetom isporuke. To prikazuje grafikon 6.

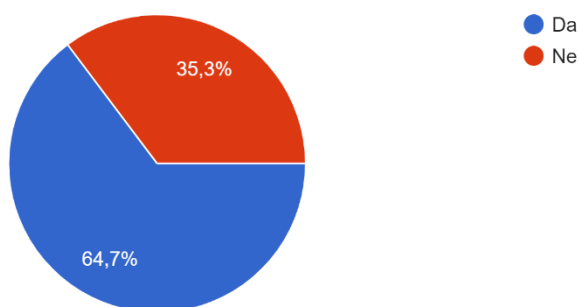
Grafikon 6: Ispitivanje dosadašnje kvalitete isporuke toplinske energije



Izvor: vlastita izrada prema rezultatima ankete

Također njih 64,7% zadovoljno je visinom računa za grijanje, a 36,3% ispitanika nije zadovoljno visinom računa za grijanje. To je prikazano u grafikonu 7.

Grafikon 7: Ispitivanje zadovoljstva visinom računa za grijanje

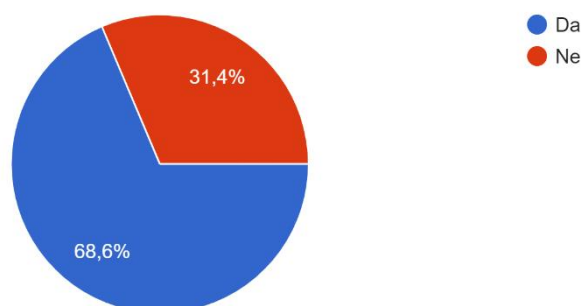


Izvor: vlastita izrada prema rezultatima ankete

Nadalje većina ispitanika misli da visina računa za grijanje opravdava kvalitetu isporuke toplinske energije, odnosno njih 68,6% je takvog mišljenja dok njih 31,4% ne misli tako. (Grafikon 8)



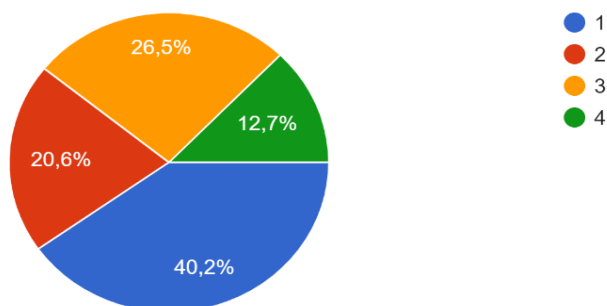
Grafikon 8: Mišljenje ispitanika opravdava li visina računa za grijanje kvalitetu isporuke toplinske energije



Izvor: vlastita izrada prema rezultatima ankete

Na pitanje „Kako bi ste ocijenili kvalitetu isporuke toplinske energije u Vašem stambenom/poslovnom prostoru“ ispitanici su odgovorili na sljedeći način: njih 40,2% odgovorilo je da je kvaliteta isporuke odlična, njih 26,5% odgovorilo je da je kvaliteta isporuke dobra, njih 20,6% odgovorilo je da je kvaliteta isporuke vrlo dobra, te njih 12,7% odgovorilo je da je kvaliteta isporuke loša. (Grafikon 9)

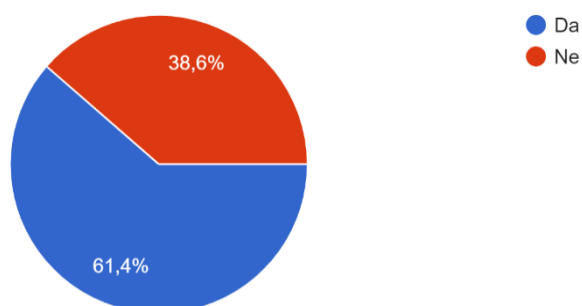
Grafikon 9: Ocjena ispitanika kvalitete isporuke toplinske energije



Izvor: vlastita izrada prema rezultatima ankete

Na pitanje „Jesu li ispitanici upoznati sa projektom koje provodi HEP-Toplinarstvo d.o.o. Pogon Osijek u suradnji sa Europskim fondom za regionalni razvoj“ njih 61,4% odgovorilo je da je upoznato, a njih 38,6% odgovorilo je kako nije upoznato sa projektom. To prikazuje grafikon 10.

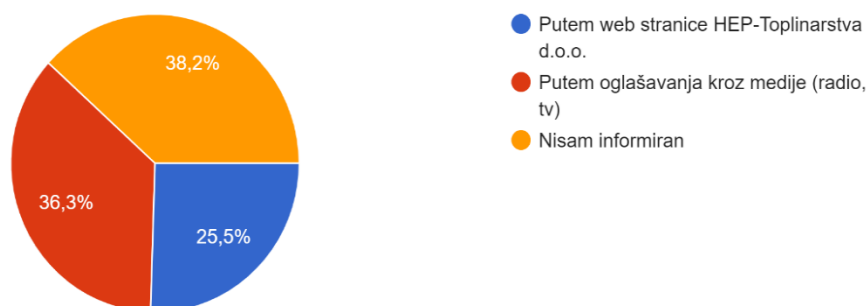
Grafikon 10: Upoznatost ispitanika sa projektom koji provodi HEP-Toplinarstvo d.o.o. Pogon Osijek



Izvor: vlastita izrada prema rezultatima ankete

Grafikon 11. prikazuje na koji način su ispitanici informirani o projektu koji provodi HEP-Toplinarstvo d.o.o. Pogon Osijek, Većina ispitanika koji su informirani, odnosno njih 36,3% je informirano putem oglašavanja kroz medije (radio, tv), zatim njih 25,5% putem web stranice HEP-Toplinarstva, te je 38,2% ispitanika odgovorilo kako nisu informirani o aktualnom projektu.

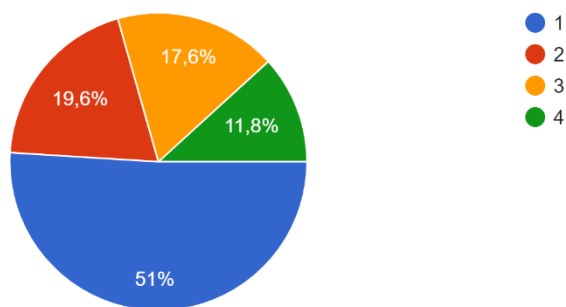
Grafikon 11: Informiranost ispitanika o aktualnom projektu HEP-Toplinarstva d.o.o. Pogona Osijek



Izvor: vlastita izrada prema rezultatima ankete

Na pitanje „Kakvo je mišljenje ispitanika općenito o projektima sufinanciranim iz EU fondova“ njih 51% misli da je to odlično, njih 19,6% misli da je to vrlo dobro, 17,6% misli da je to dobro, te njih 11,8% nema nikakvo mišljenje o tome. To prikazuje grafikon 12.

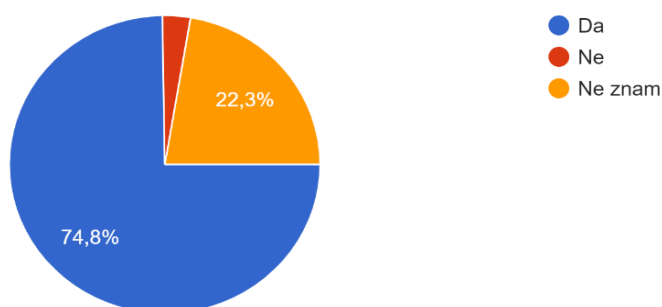
Grafikon 12: Mišljenje ispitanika općenito o projektima sufinanciranim iz EU fondova



Izvor: vlastita izrada prema rezultatima ankete

Grafikon 13. prikazuje da čak 74,8% ispitanika misli kako će projekt koji provodi HEP-Toplinarstvo d.o.o. Pogon Osijek pridonijeti kvalitetnijoj i sigurnijoj isporuci toplinske energije u budućnosti, a samo njih 22,3% kaže da ne zna.

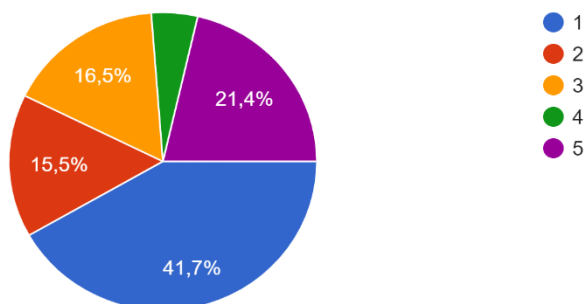
Grafikon 13: Mišljenje ispitanika o pozivnom utjecaju aktualnog projekta na kvalitetu isporuke toplinske energije



Izvor: vlastita izrada prema rezultatima ankete

U zadnjem pitanju upitnika ispitanici su zamoljeni ocijeniti, po vlastitom mišljenju, kvalitetu isporuke toplinske energije nakon završetku projekta, te su ocijene sljedeće: njih 41,7% ocijenili su da će kvaliteta isporuke biti odlična, njih 21,4% je odgovorilo kako nisu upoznati sa projektom, njih 16,5% kvalitetu je ocijenilo kao dobro, te njih 15,5% kao vrlo dobro. To prikazuje grafikon 14.

Grafikon 14: Ocjena kvalitete isporuke toplinske energije, prema mišljenju ispitanika, nakon provedbe projekta



Izvor: vlastita izrada prema rezultatima ankete

## 8.2. Interpretacija rezultata

Prema gore prikazanim rezultatima istraživanja zaključno je kako su u ispitivanju većinom sudjelovale osobe ženskog spola, te da je najviše ispitanika u dobi od 41 do 50 godina. Ispitanici su uglavnom korisnici usluge samo u stambenom prostoru u kojem žive u tročlanim obiteljima. Prosječni računi za isporučenu toplinsku energiju za jednu ogrjevnu sezonu, za njihov stambeni prostor, iznose manje od 500 eura iz čega se može zaključiti da su ispitanici većinom korisnici stambenih prostora do 60 m<sup>2</sup>. Također se iz istraživanja može zaključiti da su ispitanici zadovoljni dosadašnjom kvalitetom isporuke toplinske energije, visinom računa, te da visina računa opravdava kvalitetu isporuke toplinske energije. Nadalje većina ispitanika, točnije njih 61,4% upoznata je sa projektom koji provodi HEP-Toplinarstvo d.o.o. Pogon Osijek u suradnji sa Europskim fondom za regionalni razvoj. O projektu su informirani putem oglašavanja kroz medije (radio, tv). Od ukupnog broja ispitanika čak njih 74,8% misli kako će završetak projekta omogućiti još kvalitetniju i sigurniju isporuku toplinske energije krajnjim kupcima spojenim na centralni toplinski sustav grada Osijeka.

Kako je u radu već i navedeno osnovna vizija, misija i cilj projekta kao i samog HEP-Toplinarstva d.o.o. Pogona Osijek je pouzdana i kvalitetna isporuka toplinske energije za oko 12.000 krajnjih kupaca. Cilj je zadržati leadersku poziciju na tržištu distribucije i isporuke toplinske energije, te smanjiti gubitke u toplovodnoj mreži poštujući sve tehnološke, ekonomske i okolišne čimbenike izvodljivosti.

## 9. ZAKLJUČAK

U ovom diplomskom radu istraživana je operativni proces prodaje i usluge kupcima kroz različite aktivnosti prodaje vezane uz prijenos proizvoda i usluga do krajnjih kupaca/potrošača, te njihovu pretvorbu u novac.

U teorijskom dijelu rada u kojem je definiran sam pojam prodaje, razvoj prodaje, oblike prodaje, sudionici u prodajnom procesu, čimbenici koji utječu na ponašanje sudionika u prodaji, zaključivanje prodaje, te rješavanje reklamacija ukoliko kupac/potrošač nije zadovoljan kupljenim proizvodom ili isporučenom uslugom može se zaključiti da je prodajna politika svakog poduzeća da poduzeće može ostvariti svoje ciljeve prodajom vlastitih proizvoda i usluga i na taj način ostvariti profitabilnost.

U istraživačkom dijelu rada analiziran je proces prodaje u poduzeću HEP-Toplinarstvo d.o.o. kao najvećeg distributera i opskrbljivača toplinskom energijom na području RH.

Cilj istraživanja je dobiti informaciju od krajnjih kupaca/potrošača, koji su spojeni na centralni toplinski sustav grada Osijeka, jesu li zadovoljni kvalitetom isporuke toplinske energije, te jesu li upoznati sa projektom koje provodi HEP-Toplinarstvo d.o.o. Pogon Osijek u suradnji sa Europskim fondom za regionalni razvoj.

Važno je istaknuti kako zadovoljstvo kupaca igra važnu ulogu u uspjehu poduzeća i zbog toga je potrebno kontinuirano pratiti zadovoljstvo krajnjih kupaca/potrošača, prikupljati povratne informacije, analizirati podatke kako bi se identificirale mogućnosti za poboljšanje i prilagođavanje operativnog procesa prodaje. Kroz istraživanje je zaključeno da su krajnji kupci/potrošači zadovoljni kvalitetom isporuke toplinske energije, te smatraju da će nakon provedbe projekta HEP-Toplinarstvo d.o.o. Pogon Osijek nastaviti sa sigurnom i kvalitetnom isporukom toplinske energije uz minimalne gubitke u toplovodnoj mreži.

Također je važno istaknuti da uspješno vođenje operativnog procesa prodaje i usluge kupcima zahtijeva usklađenost sa zakonskom regulativom, a posebno u dijelu regulative koja se odnosi na zaštitu okoliša i smanjenje emisija štetnih plinova.

U budućnosti, poduzeće može razmotriti implementaciju naprednih tehnologija kao što su pametna mreža ili upravljanje energetske sustavom temeljenim na podacima. Nove tehnologije bi mogle još više poboljšati automatizaciju procesa, poboljšati energetske učinkovitost i smanjiti troškove što će dodatno pridonijeti uspješnom poslovanju poduzeća.

Konačno, uspješno vođenje operativnog procesa prodaje i usluge kupcima zahtijeva kontinuirano praćenje tržišnih trendova, tehnoloških inovacija i potreba kupaca. Poduzeće treba

biti otvoreno za promjene i prilagodbe kako bi ostalo konkurentno i osiguralo dugoročni uspjeh na tržištu.

U zaključku, operativni proces prodaje i usluge kupcima poduzeća HEP-Toplinarstvo d.o.o. Pogon Osijek igra ključnu ulogu u pružanju kvalitetnih usluga kupcima i postizanju konkurentske prednosti. Implementacija naprednih tehnologija kao preporuka za poboljšanje, praćenje zadovoljstva kupaca i usklađenost sa zakonskom regulativom omogućit će daljnje unaprjeđenje operativnog procesa i osigurati uspješno poslovanje poduzeća u budućnosti.

## 10. LITERATURA

1. Tomašević Lišanin, M. (2010). Preprofesionalna prodaja i pregovaranje, Zagreb:HUPUP.
2. Tomašević Lišanin, M. i suradnici (2019). Principi prodaje i pregovaranja. Zagreb: Sveučilište u Zagrebu, Ekonomski fakultet.
3. Kesić, T. (2006). Ponašanje potrošača. Zagreb: Opinio d.o.o.
4. Drljača, M. (2005). Prodaja kao funkcija. Suvremena poslovna znanja, No22, str. 12-15.
5. Car, D. (2013). Upravljanje odnosima s kupcima, Zagreb: Alebra.
6. Sekso, M. (2010). Prodaja i distribucija. Knin: Veleučilište „Marko Marulić“.
7. Gutić, D. i sur. (2009). Ponašanje potrošača. Makarska (i.e.) Omiš: Fortunagraf.
8. Mannin, Gerald L. (2008). Suvremena prodaja. Zagreb: Mate.
9. Vranešević, T. (2000). Upravljanje zadovoljstvom klijenata. Zagreb: Golden marketing.
10. Renko, S. i sur. (2019). Prodajno poslovanje. Zagreb: Alka script d.o.o.
11. Pravilnik za naplatu potraživanja od krajnjih kupaca i upravljanja rizicima naplate u HEP-Toplinarstvu d.o.o. (2019). Zagreb: HEP d.d.
12. Pravilnik o organizaciji i sistematizaciji HEP-Toplinarstva d.o.o.(2021), Zagreb: Bilten br.510
13. Zakon o tržištu toplinske energije (NN 80/13, 14/14)
14. Opći uvjeti za opskrbu toplinskom energijom (NN 35/14)
15. Opći uvjeti za isporuku toplinske energije (NN 35/14, 129,15)
16. Pravilnik o načinu raspodjele i obračunu troškova za isporučenu toplinsku energiju (NN 99/14, 27/15, 124/15)
17. Mrežna pravila za distribuciju toplinske energije (NN 35/14).

### Internetske stranice

1. <https://www.hep.hr/toplinarstvo/o-hep-toplinarstvu/1395> (pristupljeno 27.06.2023.)
2. <https://vrelvod-osijek.com.hr/informacije-o-projektu> (pristupljeno 27.06.2023.)
3. (Pravilnik o načinu raspodjele i obračunu troškova za isporučenu toplinsku energiju (NN 99/14, 27/15, 124/15) (pristupljeno 27.06.2023.)
4. Zakon o zaštiti potrošača (NN 19/2022) [https://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/2022\\_02\\_19\\_203.html](https://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/2022_02_19_203.html) (pristupljeno 20.07.2023.)
5. <https://www.hep.hr/toplinarstvo/o-hep-toplinarstvu/propisi/1539> (pristupljeno 27.07.2023.)

6. <https://www.hep.hr/toplinarstvo/o-hep-toplinarstvu/organizacija/1533> (pristupljeno 27.07.2023.)
7. [https://www.hera.hr/hr/html/propisi\\_tenergija.html](https://www.hera.hr/hr/html/propisi_tenergija.html) (pristupljeno 27.07.2023.)
8. <https://narodne-novine.nn.hr/> (pristupljeno 27.07.2023.)
9. <https://vrelvod-osijek.com.hr/> (pristupljeno 27.07.2023.)
10. <https://www.hep.hr/> (pristupljeno 27.07.2023.)
11. <https://www.zakon.hr/> (pristupljeno 27.07.2023.)



## 11. POPIS SLIKA

- Slika 1. Povijesni razvoj prodaje
- Slika 2. Suvremeni prodajni trendovi u 21. stoljeću
- Slika 3. Prodaja kao funkcija
- Slika 4. Unutrašnja organizacija HEP-Toplinarstva d.o.o.
- Slika 5. Matični podaci krajnjih kupaca kategorije kućanstvo
- Slika 6. Matični podaci krajnjih kupaca kategorije industrija i poslovni potrošači
- Slika 7. Račun za isporučenu toplinsku energiju krajnjeg kupca kućanstvo
- Slika 8. Logo projekta HEP-Toplinarstva d.o.o.

## 12. POPIS GRAFIKONA

- Grafikon 1. Udio ispitanika po spolu
- Grafikon 2. Udio ispitanika po dobi
- Grafikon 3. Broj članova domaćinstva ispitanika
- Grafikon 4. Isporuka toplinske energije prema kategoriji potrošnje ispitanika
- Grafikon 5. Prosječni iznos računa ispitanika za ogrjevnu sezonu
- Grafikon 6. Ispitivanje dosadašnje kvalitete isporuke toplinske energije
- Grafikon 7. Ispitivanje zadovoljstva visinom računa za grijanje
- Grafikon 8. Mišljenje ispitanika opravdava li visina računa za grijanje kvalitetu isporuke toplinske energije
- Grafikon 9. Ocjena ispitanika kvalitete isporuke toplinske energije
- Grafikon 10. Upoznatost ispitanika sa projektom koji provodi HEP-Toplinarstvo d.o.o. Pogon Osijek
- Grafikon 11. Informiranost ispitanika o aktualnom projektu HEP-Toplinarstva d.o.o. Pogona Osijek
- Grafikon 12. Mišljenje ispitanika općenito o projektima sufinanciranim iz EU fondova
- Grafikon 13. Mišljenje ispitanika o pozitivnom utjecaju aktualnog projekta na kvalitetu isporuke toplinske energije
- Grafikon 14. Ocjena kvalitete isporuke toplinske energije, prema mišljenju ispitanika, nakon provedbe projekta

## UPITNIK

1. Spol:

Muško

Žensko

2. Dob:

19-30

31-40

41-50

50+

3. Broj članova Vašeg domaćinstva:

1

2

3

4

5

5 i više

4. Jeste li uz stambeni prostor (stan ili kuća) vlasnik ili korisnik i poslovnog prostora koji je spojen na centralni toplinski sustav grada Osijeka?

Jesam

Nisam

5. Koliko prosječno iznose računi za grijanje, za ogrjevnu sezonu, za Vaš stambeni i poslovni prostor (ako ste vlasnik/korisnik poslovnog prostora). Ogrjevna sezona je razdoblje od rujna do svibnja.

<500 eura

501 – 700

701-900

900 i više

6. Jeste li zadovoljni kvalitetom isporuke toplinske energije u Vašem stambenom/poslovnom prostoru?

Da

Ne

7. Jeste li zadovoljni visinom računa za grijanje?

Da

Ne

8. Mislite li da visina računa za grijanje opravdava kvalitetu grijanja u Vašem stambenom/poslovnom prostoru?

Da

Ne

9. Kako bi ste ocijenili kvalitetu isporuke toplinske energije u Vašem stambenom/poslovnom prostoru (ocjenom od 1 do 4)

1

2

3

4

(1-odlična, 2-vrlo dobra, 3-dobra, 4-loša)

10. Jeste li informirani o projektu koji provodi HEP-Toplinarstvo d.o.o. Pogon Osijek u suradnji sa Europskim fondom za regionalni razvoj, a to je projekt „Zamjena spojnog vrelovoda od TE-TO Osijek do Toplane Pogona Osijek“ pod logom „Toplina za budućnost“?

Da

Ne

11. Na koji način ste informirani o projektu koji provodi HEP-Toplinarstvo d.o.o. Pogon Osijek?

Putem web stranice HEP-Toplinarstva d.o.o.

Putem oglašavanja kroz medije (radio, tv)

Nisam informiran

12. Kakvo je Vaše mišljenje općenito o projektima sufinanciranim iz EU fondova?

1

2

3

4

(1-mislim da je to odlično, 2-mislim da je to vrlo dobro, 3-mislim da je to dobro, 4-nemam mišljenje)

13. Mislite li da projekt koji provodi HEP-Toplinarstvo d.o.o. Pogon Osijek može pridonijeti kvalitetnijoj i sigurnijoj isporuci toplinske energije u budućnosti?

Da

Ne

Ne znam

14. Po Vašem mišljenju ocijenite kvalitetu isporuke toplinske energije nakon završetka projekta koji provodi HEP-Toplinarstvo d.o.o. Pogon Osijek :

1

2

3

4

5

(1-odlična, 2-vrlo dobra, 3- dobra, 4-nema poboljšanja kvalitete, 5-nisam upoznat/a sa projektom)