

ZAKLJUČNA PROJEKTNA NALOGA

JOŽICA ROJC



UNIVERZA NA PRIMORSKEM  
FAKULTETA ZA MANAGEMENT KOPER

Zaključna projektna naloga

ZADOVOLJSTVO ODJEMALCEV KOMUNALNIH  
STORITEV

Jožica Rojc

Koper, 2011

Mentor: viš. pred. mag. Armand Faganel



## **POVZETEK**

Uspeh podjetja je odvisen od odjemalčevih nakupnih navad oziroma odločitev. Prav zato si ga podjetja prizadevajo ohraniti ter zadovoljiti njegove potrebe. Samo tako bo ostal zvest podjetju, h kateremu se bo vračal. Podjetje, ki nudi storitev, mora biti pozorno, da bo ta korektno ter kakovostno opravljena, saj v nasprotnem primeru pride do tega, da kljub intenzivnemu izboljšanju ne pride do zelenega odziva. Podjetja, ki se ukvarjajo s komunalnimi storitvami, imajo večinoma monopolni položaj in s tem tudi možnost večjega odločanja, brez kakršnih koli negativnih odzivov odjemalcev. V empiričnem delu je predstavljeno Javno podjetje Komunala Ilirska Bistrica, d.o.o., izvedli smo anketno raziskavo, na podlagi katere smo želeli ugotoviti, kolikšno je zadovoljstvo odjemalcev s komunalnimi storitvami, katere storitve v podjetju opravljajo dobro ter kje potrebujejo izboljšave.

*Ključne besede:* zadovoljstvo, potrošniki, storitve, kakovost, komunalne storitve

## **SUMMARY**

The firm's success depends on shopping habits or the client's decisions. This is the reason why firms tend to keep the client or the customer and to satisfy their needs. Only in this way they will keep their loyalty to the firm and come back. The firm offering the service has to pay attention to see that the service will be correctly and quality performed. Otherwise the firm slides to the level where there is no wanted reaction despite an intensive improvement. The firms dealing with the communal service have mostly a monopoly and consequently a possibility of major decision-making without any negative reactions from the client. The empirical part of my thesis presents Javno podjetje Komunala Ilirska Bistrica. A questionnaire-based research has been performed on which basis I wanted to discover how pleased the clients are with the communal services, which services are well realized and where an improvement will be welcome.

Key words: satisfaction, consumers, services, quality, communal services

**UDK:** 658.115.31:005.6(043.2)



## VSEBINA

<b>1</b>	<b>Uvod</b> .....	<b>1</b>
1.1	Oprelitev obravnavanega problema .....	1
1.2	Namen in cilji diplomskega dela.....	1
1.3	Metode za doseganje ciljev diplomskega dela.....	2
1.4	Predpostavke in omejitve pri obravnavanju problema.....	2
<b>2</b>	<b>Oprelitev zadovoljstva uporabnikov</b> .....	<b>3</b>
2.1	Oprelitev potrošnika .....	3
2.2	Oprelitev zadovoljstva.....	3
2.3	Proces ustvarjanja zadovoljstva potrošnikov .....	5
2.4	Zadovoljstvo in nezadovoljstvo potrošnika .....	5
2.5	Merjenje zadovoljstva porabnikov .....	6
<b>3</b>	<b>Kakovost storitve</b> .....	<b>8</b>
3.1	Oprelitev in osnovne značilnosti storitev .....	8
3.2	Merjenje kakovosti storitve.....	8
3.3	Zagotavljanje in nadzor kakovosti .....	10
3.4	Kontrola kakovosti .....	12
<b>4</b>	<b>Zadovoljstvo uporabnikov komunalnih storitev Ilirska Bistrica</b> .....	<b>13</b>
4.1	Oprelitev komunalne dejavnosti.....	13
4.2	Predstavitev podjetja in dejavnosti .....	13
4.3	Izvajanje kontrole kakovosti v podjetju .....	15
4.4	Priprava raziskave .....	16
4.5	Izvedba raziskave in rezultati.....	16
4.6	Ugotovitve raziskave in predlogi .....	30
<b>5</b>	<b>Sklep</b> .....	<b>31</b>
	<b>Literatura</b> .....	<b>33</b>
	<b>Priloge</b> .....	<b>35</b>

## PONAZORILA

Slika 1:	Seznanjenost s kakovostjo pitne vode .....	17
Slika 2:	Voda iz javnega vodovoda je primerna za pitje .....	17
Slika 3:	Ustrezno in pravočasno sem obveščen/a o okvarah ali poslabšanju kakovosti pitne vode .....	18
Slika 4:	Reševanje nepredvidenih dogodkov pri oskrbi s pitno vodo je dovolj hitro .....	19
Slika 5:	Kako ocenjujete lastnosti pitne vode iz vaše pipe? .....	19
Slika 6:	O ločenem zbiranju odpadkov imam dovolj informacij .....	20
Slika 7:	Na razpolago je dovolj ekoloških otokov .....	20
Slika 8:	Kosovne in nevarne odpadke bi lahko odvažali večkrat letno .....	21
Slika 9:	Odvoz odpadkov je dobro organiziran .....	21
Slika 10:	Lokacije ekoloških otokov so dobro izbrane in dostopne .....	22
Slika 11:	Posode za ločene odpadke so dovolj velike in primerne posameznim odpadkom .....	23
Slika 12:	Kako ravnate z odpadki, ki nastajajo v vašem gospodinjstvu? .....	23
Slika 13:	Katere odpadke zbirate ločeno? .....	24
Slika 14:	Ocena strokovnosti .....	25
Slika 15:	Ocena objektivnosti .....	26
Slika 16:	Ocena vljudnosti .....	26
Slika 17:	Ocena korektnosti .....	27
Slika 18:	Ocena urejenosti .....	27
Slika 19:	Hitrost pri delu .....	28
Slika 20:	Spol .....	28
Slika 21:	Povprečna starost .....	29
Slika 22:	Stopnja izobrazbe .....	29
Tabela 1:	Javno podjetje Komunala Ilirska Bistrica, d. o. o. ....	14



## KRAJŠAVE

FM	Fakulteta za management Koper
UP	Univerza na Primorskem
Ur. l. RS	Uradni list Republike Slovenije
HACCP	Analiza tveganja kritičnih kontrolnih točk
d. o. o.	družba z omejeno odgovornostjo
j. p.	javno podjetje
ZZV Koper	Zavod za zdravstveno varstvo Koper
TOZD	Temeljna organizacija združenega dela



# 1 UVOD

»Zadovoljstvo odjemalcev storitev je generator ponovnih nakupov in vodi k vzpostavitvi lojalnosti (zvestobi, privrženosti) do storitev in do podjetja. Zvesti odjemalci pomenijo dolgoročno konkurenčno prednost ter predstavljajo najcenejši in najučinkovitejši vir pozitivnega tržnega komuniciranja.« (Dubrovski 1997, 35)

Komunalne storitve nam morajo zagotavljati zdravo pitno vodo, vzdrževati urejeno in čisto okolje ter pokopališča. V določeni regiji imajo komunalna podjetja večinoma monopolni položaj, zato so odjemalci njihovih storitev največkrat prisiljeni uporabiti kakovost in količino storitev v obsegu, ki ga nudi podjetje. Na njihovo zadovoljstvo lahko vpliva le to, koliko v podjetju prisluhnejo njihovim potrebam in predlogom. V diplomski nalogi bom predstavila Javno podjetje Komunala Ilirska Bistrica, d. o. o, poleg tega pa me je zanimalo, koliko ter ali so prebivalci Ilirske Bistrice zadovoljni s komunalnimi storitvami izvajalca.

## 1.1 Opredelitev obravnavanega problema

»V današnjem času razvejane ponudbe in ostre konkurence se vsa podjetja zavedajo pomembnosti zadovoljnih odjemalcev ter kakovostnih storitev. Ker želijo porabnikom ponuditi najboljše, ima večina podjetij v svoje delovanje vgrajene procese nenehnih izboljšav. Vendar pa morajo biti ti procesi zasnovani tako, da izboljšave izhajajo predvsem iz potreb, interesov in stališč odjemalca.« (Osolnik 2009, 6) Podjetja so bila prisiljena svoje strategije preusmeriti v večanje zadovoljstva odjemalcev in njihovo zvestobo tako, da so se osredotočila na kakovost storitve, ki jo nudijo ter na odnos zaposlenih do odjemalcev.

## 1.2 Namen in cilji diplomskega dela

Namen diplomske naloge je analizirati dejavnike, ki vplivajo na zadovoljstvo uporabnikov komunalnih storitev Javnega podjetja Komunala Ilirska Bistrica, d. o. o.

Cilji teoretičnega dela naloge so:

- predstaviti teoretična izhodišča zadovoljstva potrošnikov,
- preučiti dejavnike, ki vplivajo na zadovoljstvo uporabnikov storitev,
- raziskati načine merjenja zadovoljstva uporabnikov.

Cilji empiričnega dela naloge so:

- predstaviti Javno podjetje Komunala Ilirska Bistrica, d. o. o.,
- analizirati zadovoljstvo uporabnikov komunalnih storitev,
- ugotoviti najpomembnejše dejavnike, ki vplivajo na njihovo zadovoljstvo,
- predlagati strategijo za izboljšanje zadovoljstva uporabnikov obravnavanih storitev.

### **1.3 Metode za doseganje ciljev diplomskega dela**

Pri analizi dejavnikov, ki vplivajo na zadovoljstvo odjemalcev/uporabnikov komunalnih storitev, sem v teoretičnem delu diplomskega dela uporabila opisno metodo. Z njo sem predstavila elemente zadovoljstva in kakovosti storitev. Za razčlenjevanje dostopnih ugotovitev in spoznanj drugih avtorjev sem uporabila metodo analize, sintezo védenja in znanja o obravnavanih temah ter metodo kompilacije pridobljene literature.

V empiričnem delu sem uporabila metodo anketiranja, pri čemer sem anketirala naključni vzorec – dvesto mimoidočih občanov Ilirske Bistrice. Pridobljene odgovore sem analizirala, ugotovitve pa podala s kakovostno analitično-opisno metodo.

### **1.4 Predpostavke in omejitve pri obravnavanju problema**

Predvidevala sem, da bodo rezultati anketnega vprašalnika realni, saj je bilo sodelovanje anonimno, rezultati pa koristni tudi za ponudnika komunalnih storitev v obravnavani občini.

Pri raziskovalnem delu je bila omejitev nerazumevanje vprašanj v anketnem vprašalniku ter nezanimanje ljudi za njegovo izpolnjevanje.

## 2 OPREDELITEV ZADOVOLJSTVA PORABNIKOV

### 2.1 Opredelitev potrošnika

»Beseda potrošnik se je udomačila v slovenskem jeziku namesto izvirnejše besede porabnik. Celotni gospodarski proces obsega nabavo, proizvodnjo in razdelitev, kjer je končni cilj poraba. Poraba je torej cilj in verifikacija celotnega gospodarskega procesa. Potrošnik je eden od nosilcev ekonomske politike v planskem tržnem gospodarstvu, to je vsak posameznik – kupec, ki zamenjuje denar za blago oziroma storitve, njegov namen pa je porabiti tisto, kar so v proizvodnji proizvedli. Potrošnik je končni potrošnik, ki porabi dobrine in storitve zaradi zadovoljevanja lastnih ali skupinskih potreb.« (Pernek 1986, 13)

### 2.2 Opredelitev zadovoljstva

»Zadovoljstvo je čustven odgovor na potrošnikovo izkušnjo (nakup, storitev). Razvije se kot posledica primerjave predhodnih pričakovanj in doživete izkušnje, lahko tudi brez primerjave s pričakovanji. Čeprav je občutek zadovoljstva čustven odziv, ima čustvene in kognitivne vzroke (podjetja prevečkrat poudarjajo zgolj kognitivni vidik, predvsem ekonomski, zanemarijo pa čustvenega).« (Musek Lešnik 2007, 21)

Podjetje, ki želi uspeti, se mora kupcem nekako prikupiti – s svojim izdelkom, dobro opravljeno storitvijo, strokovnostjo, prijaznostjo ... Cilj, ki si ga v podjetju želijo, je zadovoljstvo, ki kaže na to, da se bo kupec vračal ter širil pozitivne informacije o podjetju (Musek Lešnik 2008, 23).

Zadovoljen kupec bi moral biti moto vsakega podjetja, ki želi dolgoročno uspeti. Zadovoljstvo kupca bomo v podjetju dosegli zgolj s pravim čutom za poslovanje, ki pa ne sme slediti zgolj ekonomski računici, temveč tudi lokalnim navadam in običajem kupca. Poslovanje bo dolgoročno, če v podjetju uporabimo pravi čut za poslovanje. Če bo kupec nezadovoljen, bo primeren izdelek in odnos iskal pri konkurentu. Musek Lešnik (2008, 77) navaja razmerje med podjetjem in odjemalcem, kjer slednjega v primeru Komunalnega podjetja navaja kot ujetnika. Odjemalec je namreč prisiljen uporabljati usluge Komunalnega podjetja, saj je edini ponudnik teh storitev na določenem območju (monopolni položaj).

Musek Lešnik (2007, 21) navaja splošno zadovoljstvo kupca, ko je ta na splošno zadovoljen s poslovanjem podjetja in v primeru kakšne negativne izkušnje še ne bo iskal novega ponudnika istih storitev, temveč bo dal podjetju novo priložnost.

V konkretni situaciji lahko občutek zadovoljstva navezujemo na (Musek Lešnik 2007, 21–22):

## Zadovoljstvo

- izdelek – zadovoljstvo je posledica ocene, da izdelek (tisto, kar prinaša potrošniku, njegova kakovost idr.) ustreza pričakovanjem, ali jih presega;
- blagovno znamko – zadovoljstvo je posledica ocene, da znamka s svojimi objektivnimi (lastnosti, kakovost ...) in subjektivnimi (psihološki vidik, podoba ...) lastnostmi in projicirano identiteto izpolnjuje potrošnikova pričakovanja, ali jih presega;
- prodajalno – zadovoljstvo je posledica konkretne nakupovalne izkušnje, ki pozitivno vpliva na potrošnikovo počutje, izpopolnjuje njegova pričakovanja, ali jih presega;
- storitev – zadovoljstvo je rezultat nadpričakovanja oz. tega, da je opravljena storitev ustrezala pričakovanjem. Gre za subjektivno oceno kakovosti storitve kot rezultat primerjave predhodnih pričakovanj in vtisa po opravljeni storitvi.

Izkušnja, ki jo doživimo pri nakupu, lahko zajame več fokusov zadovoljstva. Ob nakupu ga lahko sprožimo z več dejavniki, in sicer z izdelki, storitvijo, s prijaznostjo, strokovnostjo .... Po opravljenem nakupu se v kupcu oblikuje nekakšno zadovoljstvo, ki zajema to izkušnjo v celoti. Poleg omenjenega pa na nakup vplivajo še drugi dejavniki, na primer (Musek Lešnik 2007, 22):

- priročnost in udobnost nakupa; pomembna je lokacija, dobra dostopnost do prodajalne, bližina, delovni čas, dovolj parkirnih mest;
- vrsta in kakovost drugega blaga oziroma storitev; »stvari, ki jih potrošnik ne potrebuje, vendar pride v stik z njimi: izdelki na prodajnih policah, oglasni materiali idr.«;
- odnos; dober odnos zaposlenih do strank, prijaznost, pozornost, pripravljenost odgovarjati, pomagati in prisluhniti, reševati probleme, skrbeti za njihove želje in potrebe, hitro reševanje težav ...
- kakovost storitev v prodajalni; »profesionalen pristop, strokovno svetovanje, korektno obravnavanje pritožb, zadostno število blagajn in velikost blagajniških pultov, hitrost storitve, hitrost postopka na blagajni, zadostno število košaric in vozičkov v prodajalni, možnost plačevanja z različnimi plačilnimi sredstvi in na različne načine idr.«;
- dopolnilne in promocijske storitve; predstavitve izdelkov, akcijske ponudbe, degustacije, dodatna ponudba, otroške igralnice, varovanje otrok v času nakupa, prireditve pred prodajalno in v njej idr.;
- videz; »zunanji videz prodajalne ali poslovalnice, urejeno prodajno okolje, urejenost zaposlenih, dovolj prostora med prodajnimi policami, razporeditev izdelkov, preglednost cen, izstopanje izdelkov v akcijah idr.«;
- cenovne strategije; »politika oblikovanje cen, relativna primerljivost cen s cenami pri konkurenci, jasnost in preglednost cen, obstoj in vsebina programov zvestobe idr.«;
- fizični dejavniki; vzdušje v prodajalni, svetloba, pravilna postavitve regalov, barvno in glasbeno ozadje idr.

### 2.3 Proces ustvarjanja zadovoljstva potrošnikov

Potočnik (2000, 185) navaja: »Zaznana kakovost storitve je rezultat objektivne kakovosti in pričakovanj. Pri tem pričakovanja neposredno vplivajo na zaznano kakovost, kar pomeni, čim večja so pričakovanja, tem višji je prag zaznavanja kakovosti.«

Zaznana vrednost storitve je pogoj za ponovni nakup. Vrednost storitve za porabnika določa razmerje med kakovostjo in ceno; pri tem velja naslednje pravilo: kolikor višja je kakovost, toliko višja je vrednost storitve. Gledano z vidika gospodarnega ravnanja porabnika storitve opredeljuje vrednost storitve naslednji splošni obrazec (Potočnik 2000, 186):

$$\text{vrednost storitve} = \text{korist od kakovosti} - \text{cena za kakovost.}$$

Porabniki oziroma kupci so različno pripravljene plačati storitev. Nekateri so za boljše storitev pripravljene odšteti več, ostali pa so zadovoljni z nekoliko nižjo ceno in posledično s slabšo kakovostjo, saj zanje višja cena predstavlja obremenitev. Pri ustvarjanju zadovoljstva porabnikov storitev moramo upoštevati naslednje (Potočnik 2000, 187):

- najpomembnejše so zaznave porabnikov, zato jih moramo ugotoviti čim natančneje,
- zadovoljstvo ni enako zaznani kakovosti storitve, slednje je razumsko (racionalno), zadovoljstvo pa čustveno (emocionalno),
- navdušenje nad storitvijo je mnogo več kot le zadovoljstvo,
- pričakovanja porabnikov se razlikujejo in sčasoma spreminjajo,
- vrednost storitve je razlika med njeno kakovostjo in ceno.

### 2.4 Zadovoljstvo in nezadovoljstvo potrošnika

Podjetje želi zadovoljnega kupca. Če je ta nezadovoljen, je odnos s podjetjem skrhan, saj je za kupca oz. za odjemalca občutek nezadovoljstva neprijeten. Podjetju to prinaša minus, saj to lahko usodno vpliva na prihodnost odnosa (Musek Lešnik 2007, 28).

Samo nezadovoljstvo ima na podjetje velik vpliv. Kadar izgubi stranko, s tem izgubi tudi njen denar. Potrošnik lahko prenese to nezadovoljstvo na druge potencialne kupce s tem, da jim opiše neprijetno izkušnjo (Musek Lešnik 2007, 28).

Vzroki za nezadovoljstvo so različni. Najpogostejši vzrok zanj je razlika med pričakovano in dejansko izkušnjo; ko potrošnik zazna, da je dobil »manj« od pričakovanega. Ta »manj« se lahko nanaša na različne objektivne in subjektivne vidike nakupa oziroma celotne nakupne situacije, največkrat na (Musek Lešnik 2007, 28):

- kakovost blaga oziroma storitev,
- težave v medosebnem odnosu – »kratke stike« med potrošnikom in osebjem ali drugimi potrošniki,

## Zadovoljstvo

- težave v splošnem odnosu podjetja do potrošnika – če je raven pozornosti do potrošnika nižja od njegovih pričakovanj ali zahtev.

Nezadovoljstvo je posledica »vsote« več dejavnikov, zaradi katerih vtis neizpolnjenih pričakovanj preglasi pozitivne vidike izkušnje (Musek Lešnik 2007, 28–29).

### 2.5 Merjenje zadovoljstva porabnikov

Kadar podjetje meri zadovoljstvo, je pomembno, da vanj vključi pomembna področja in dejavnike, ki prispevajo k zadovoljstvu ali nezadovoljstvu potrošnikov. »Osnova za seznam teh področij so lahko splošni dejavniki zadovoljstva, ki pa jih je treba prilagoditi specifičnim okoliščinam podjetja oziroma blagovne znamke.« (Musek Lešnik 2007, 38)

»Zadovoljstvo se največkrat meri z ocenjevalnimi lestvicami Likertovega tipa, pogoste so petstopenjske lestvice.« (Musek Lešnik 2007, 38)

Zadovoljstvo uporabnikov lahko pozitivno vpliva na *obseg porabe* – kupec bo vedno uporabljal isti izdelek; *zvestobo podjetju*, saj je bo vnovično vračal; *cenovno občutljivost*, ki se bo kazala takrat, ko se bo določen izdelek podražil, vendar kupca to ne bo pretirano motilo in bo še naprej uporabljal izdelek ali storitev, saj je zadovoljstvo večje od cene; *tolerantnost do napak*, saj bo oprostil napake, ki so se zgodile in to ne bo vplivalo na nadaljnji nakup; *neobčutljivost na ponudbo konkurentov*, klub temu, da je na trgu veliko ponudnikov istega izdelka, ga ne premami njihova vabljiva ponudba, saj se bo vračal vedno tja, kjer je zadovoljen; *ugled podjetja*, k ugledu prispevajo kupci s tem, da širijo pozitivne informacije, s tem povečujejo njegov ugled in dobro ime (Kolar 2006, 4).

Devetak (2007, 369) ugotavlja, da je zadovoljstvo uporabnikov pomemben dejavnik za podjetje, saj s tem prispeva k zvestobi, posledično na povečanje prodaje, kar v nadaljevanju prinese dobiček za nadaljnji razvoj. K temu prispeva tudi zadovoljstvo zaposlenih, saj je od njih odvisna kakovost in storilnost.

»Merjenje zadovoljstva lahko opravimo s pomočjo ustreznega vprašalnika, v katerem so zajete merilne lestvice in značilnosti ponudbe, ki vplivajo na zadovoljstvo koristnikov storitev. Pomemben je tudi postopek, s katerim ocenjujemo zadovoljstvo uporabnikov. Imamo več lestvic, vendar je priporočljiva enostavna lestvica za ugotavljanje zadovoljstva porabnikov. Ne glede na vrste in metode in ugotavljanja zadovoljstva porabnikov je treba izpostaviti zaznano kakovost, to je tisto kakovost, ki jo posamezni porabnik subjektivno zaznava po opravljeni storitvi. Pri obravnavi, ugotavljanju in merjenju zadovoljstva storitve pa je kupec v mnogih primerih emocionalen. Šele s podrobnejšim anketiranjem/raziskovanjem, analiziranjem, testiranjem in intervjuvanjem se dokoplamo do objektivnejše ocene zadovoljstva odjemalca.« (Devetak 2007, 369–371)



Preden začne podjetje s konkretno izbiro vzorca in pisanjem vprašalnika, mora opraviti nekaj predhodnih raziskav, s katerimi pridobi informacije o elementih poslovnega procesa in značilnostih izdelka, ki so za uporabnike pomembne. Do teh informacij lahko pride na različne načine, najpogosteje uporabljene metode pa so (Možina, Zupančič in Štefančič Pavlovič 2002, 211–215):

- skupinski intervju z uporabniki,
- opazovanje uporabnikov,
- skupinski intervju z zaposlenimi,
- neformalni razgovori z zaposlenimi,
- analiza pritožb in reklamacij uporabnikov,
- analiza predhodnih uporabnikov,
- prikrito nakupovanje.

### **3 KAKOVOST STORITEV**

#### **3.1 Opredelitev in osnovne značilnosti storitev**

Storitev lahko opredelimo kot posebno dejanje ali delovanje, ki ga izvajalec storitve ponudi porabniku. Proizvodno podjetje v svojo ponudbo izdelkov običajno vključi tudi storitve, ki so lahko manjši ali večji del celotne ponudbe. Ponudba podjetja se giblje od samega izdelka na eni strani do čiste storitve na drugi strani. Glede na to, koliko storitev je vključenih v ponudbo, razlikujemo pet vrst ponudbe (Potočnik 2000, 18):

- samo izdelek, ki ga ne spremlja storitev,
- izdelek s spremljajočimi storitvami, ki ga naredijo privlačnejšega za kupca,
- v ponudbi sta izdelek in storitev zastopana z enakim deležem,
- osnova je storitev, ki jo spremljajo manj pomembni izdelki,
- ponudba obsega samo storitev.

Razlika med storitvijo in izdelkom je v tem, da je storitev neoprijemljiva, nevidna in minljiva. Storitve izvajamo neposredno med ponudnikom in porabnikom, kjer ustvarjamo osebni stik in pri tem lahko prilagajamo ponudbo posebnim zahtevam porabnikov storitev. Pri storitvah je kakovost težko ugotavljati in nadzirati, prav tako je stopnja tveganja večja (Potočnik 2000, 18).

#### **3.2 Merjenje kakovosti storitve**

Potočnik (2000,162) navaja, da so načini za merjenje kakovosti različni, tako po pristopu kot tudi po merilih, po katerih presojujemo kakovost storitev.

Najbolj znani in v praksi najpogosteje uporabljeni načini presoje kakovosti storitev so (Potočnik 2000, 162–170):

- model kakovosti 4 Q,
- model pričakovane in zaznane kakovosti storitev,
- model vrzeli,
- model vzajemnega odnosa med izvajalcem in porabnikom storitve,
- model SERVQUAL.

Pri opredelitvi kakovosti storitev moramo upoštevati njihove temeljne značilnosti, predvsem neopredmetenost, spremenljivost izvedbe in minljivost, torej sočasnost in porabo storitev.

*Model kakovosti 4 Q*

V modelu 4 Q so za presojo kakovosti storitev najpomembnejša naslednja merila:

- *kakovost načrtovanja*; storitev mora biti načrtovana tako, da zadovolji povpraševanje porabnika; ta jo posredno presoja glede na izkušnje, ki jih ima z uporabo in zanesljivostjo;
- *kakovost izvedbe storitve*; storitev zadovolji to raven takrat, ko se izvedba storitve v največji možni meri približa specifikacijam, določenim pri načrtovanju storitve,
- *kakovost izvedbe ob določenem času*; storitev moramo izvesti ob določenem času in v dogovorjenem roku,
- *kakovost odnosov*; kakovost vzajemnega odnosa se ustvarja med izvajalci in porabniki.

Na zaznavo storitev poleg pričakovanj porabnika in občutenja ob njihovi izvedbi vpliva tudi podoba storitvene organizacije.

*Model pričakovane in zaznane kakovosti storitev*

Kakovost storitve porabnik ocenjuje tako, da pričakovano storitev primerja z zaznano. To pomeni, da mora storitvena organizacija uskladiti dejansko izvedeno storitev s storitvijo, kakršno pričakuje porabnik. Na njegova pričakovanja lahko vpliva s trženjskimi dejavnostmi, kot so trženjsko komuniciranje in povratne informacije o že izvedenih storitvah ter razširjanjem govoric od ust do ust, cenovno politiko, izboljšanjem kakovosti storitev ipd.

Kakovost storitve ocenjujemo na podlagi naslednjih meril:

- *tehnična kakovost* je dejanski rezultat storitve; povezana je z vprašanjem, kaj je porabnik dobil ob izvedbi storitve, zato je posledica vzajemnega odnosa med porabnikom in izvajalcem pri soočenju s storitvijo (na primer uspešnost operacije),
- *funkcionalna kakovost*\_se nanaša na način, kako storitev ponudimo in izvedemo; obsega psihološko interakcijo med porabnikom in izvajalcem in jo zaznamo na zelo subjektivni ravni,
- *podoba (image) storitvene organizacije*\_se nanaša na porabnikovo zaznavanje storitvene organizacije kot celote, odvisna pa je od tehnične in funkcionalne kakovosti storitev.

*Model vrzeli*

V modelu vrzeli je kakovost storitve opredeljena kot vrzel (razlika) med porabnikovimi pričakovanji in njegovim zaznavanjem dejansko prejete storitve. Da bi storitvena organizacija to vrzel zmanjšala, mora zmanjšati štiri druge, ki nastajajo v sami storitveni organizaciji:

- *Vrzel 1* nastane med pričakovanji porabnikov in zaznavanjem teh pričakovanj pri vodstvu storitvene organizacije.

## *Kakovost*

- *Vrzel 2* je vrzel med zaznavanjem pričakovanj pri vodstvu in natančno opredelitvijo kakovosti storitev; vodstvo utegne pravilno zaznati porabnikove želje, vendar postopka ne določi natančno.
- *Vrzel 3* nastane med specifikacijo izvajanja in samim izvajanjem storitev.
- *Vrzel 4* obstaja med izvajanjem storitve in zunanjim komuniciranjem, zlasti v obliki nevarnosti, da obljub, danih porabnikom, ne uresničimo.
- *Vrzel 5* obstaja med zaznanim in pričakovano storitvijo. Nastane, kadar porabnik drugače oceni delovanje storitvene organizacije in napačno zazna kakovost storitve.

## *Model vzajemnega odnosa med izvajalcem in porabnikom storitve*

Po tem modelu je kakovost storitve odvisna izključno od vzajemnega odnosa med izvajalcem in porabnikom v trenutku soočenja s storitvijo. Na njeno kakovost vplivata dve razsežnosti, in sicer kakovost fizičnih dokazov in kakovost vzajemnega odnosa med izvajalcem in porabnikom.

## *Model SERVQUAL*

Porabniki se pri ocenjevanju kakovosti storitev opirajo na različna merila, najpogosteje na:

- zanesljivost,
- odzivnost,
- vljudnost,
- zaupanje,
- varnost,
- razumevanje,
- dostopnost,
- komunikativnost,
- urejenost,
- fizične dokaze storitve.

Storitvena podjetja upoštevajo navedena merila pri oblikovanju posebnega modela SERVQUAL za merjenje kakovosti storitev. Anketirani porabniki storitve odgovarjajo na 22 trditev, ki so razdeljene na dva dela:

- v prvem delu morajo odgovoriti, kakšno storitev bi organizacija morala ponuditi,
- drugi del trditev pa zahteva odgovore na to, kakšno storitev organizacija v resnici ponuja.

### **3.3 Zagotavljanje in nadzor kakovosti**

Kakovost je v podjetju ključna, zato jo je treba nadzorovati. To funkcijo opravljajo vodstveni delavci. Za ohranjanje ali povečanje dobička v podjetju kakovosti ne smemo prepustiti

naključju. Da jo podjetje ohranja na nivoju, jo ocenjujemo, najpogosteje s tabelami, s katerimi opredelimo, na kateri stopnji razvoja je obravnavana storitev z vidika kakovosti (Kajzer 2008, 33).

Širši cilji zagotavljanja kakovosti so (Kajzer 2008, 33):

- zadovoljstvo in lojalnost odjemalcev,
- zadovoljstvo zaposlenih,
- nenehno izboljševanje storitev,
- preprečevanje škodljivih vplivov na družbo in okolje.

Koristi zagotavljanja kakovosti so (Kajzer 2008, 34):

- zmanjševanje stroškov,
- povečanje uspešnosti poslovanja podjetja,
- večja tržna vrednost podjetja,
- razumevanje procesov v organizaciji,
- zmanjševanje stresnih situacij.

Podjetje, ki se ukvarja s storitvami, mora nenehno stremeti h temu, da izboljša njihovo kakovost. Za slabo kakovost niso krivi zunanji dejavniki, ampak je vedno odgovoren človek sam, zato mora vsak izvajalec (Kajzer 2008, 34):

- vedeti, kako mora delati,
- biti sposoben izpolniti postavljene zahteve, to je doseči predpisane zahteve kakovosti,
- znati ločiti slabo delo od dobrega,
- vedeti, kaj narediti, da bo preprečil slabo delo,
- vedeti, kaj storiti, če slabega dela ne more preprečiti,
- poznati posledice slabega dela.

Kakovost ima vedno svojo ceno, zato je njeno vzdrževanje povezano z različnimi stroški in vlaganji.

Te delimo na (Babič 2001 v Kajzer 2008, 34):

- *stroške preprečevanja* – stroški vseh dejavnosti, s katerimi preprečujemo napake v razvoju in oblikovanju izdelka, v nabavi, proizvodnji in drugih delih ustvarjanja in uresničevanja izdelka ali storitve,
- *stroške ocenjevanja* – stroški pri izvajanju nadziranja, preizkušanja in drugih načrtovanih načinov ocenjevanja kakovosti storitev, ki jih uporabljamo za to, da ugotavljamo, ali so storitve v skladu z zahtevami,
- *stroške napak* – povezani so s stvarmi, za katere smo ugotovili, da ne delujejo skladno z zahtevami, kot tudi z ovrednotenjem, urejanjem in reklamacijami odjemalcev zaradi napak. Ti stroški vključujejo ves material in dodatno delo, velikokrat pa je treba vključiti tudi znesek zaradi izgubljenega zaupanja odjemalcev.

»Stopnja nadzora v okviru procesa managementa zaključuje vzvratno zanko s primerjanjem načrtovanih in dejanskih izidov delovanja storitvenih organizacij. Pri nadzoru gre za oblikovanje skupka postopkov za vrednotenje (merjenje) uspešnosti predhodnih stopenj v procesu managementa delovanja storitvenih organizacij ter za samo spremljanje oziroma nadzor ključnih dejavnikov. V zvezi s tem so pomembni sistemi poročanja in kontrolna merila, v okviru katerih analitiki občasno primerjajo vrednosti oziroma obseg poslovanja ter stroške s pričakovanimi izidi, da zagotovijo primerno delovanje in da pravočasno ugotovijo razvijajoče se probleme.« (Snoj 1998, 114)

Avtor navede primer: »Če prodaja določene skupine storitev po samo treh mesecih pade pod pričakovano raven, lahko hitra diagnoza in korektura stanja bistveno izboljšata situacijo. Če pa se gibanja odvijajo nemoteno več kot pol leta, celo najintenzivnejši ukrepi morda ne pomagajo, še zlasti, če so budni konkurenti odkrili slabost in jo izkoristili.« (Snoj 1998, 114)

Snoj (1998, 114) z željo po preprečevanju negativnega gibanja predlaga za učinkovitost proizvodnje učinkovit sistem informacij ter točno opredeljenost odgovornosti in pristojnosti zaposlenih.

### **3.4 Kontrola kakovosti**

Z razvojem in napredkom so prišli do ugotovitve, da kontrola sama ne zagotavlja kakovosti, zato zanjo ne odgovarja. To odgovornost je prevzel proizvodni delavec, ki sam sproti preverja pravilnost in kakovost. Če ugotovi možnost napake in s tem odstopanja od kontrole, jo odpravi sam. Kontrolo bomo začeli izvajati šele takrat, ko bodo delavci v proizvodnji trdili, da so svoje delo opravili pravilno in korektno ter da izdelek ustreza merilom. Število ljudi, ki jo izvajajo, lahko zmanjšamo s tem, da jih vključimo v samo proizvodnjo, kjer postanejo pomočniki proizvodnje, poleg tega pa ugotavljajo kakovost (Žnidaršič, Seražin in Polak 1990, 19).

## **4 ZADOVOLJSTVO UPORABNIKOV KOMUNALNIH STORITEV V ILIRSKI BISTRICI**

### **4.1 Opredelitev komunalne dejavnosti**

Klemenčič (1997, 17) opredeljuje komunalno dejavnost kot izrazito družbeno dejavnost. Pojem komunale dejavnosti se začneja tam, kjer vodovod, kanalizacija, poti itd. služijo potrebam neke večje ali manjše družbene skupine, ki se je naselila na nekem določenem prostoru. Urejeno, načrtno organizirano življenje ljudi v naselju vključuje preskrbo s pitno vodo, naprave za odvajanje odpadnih voda in drugih tekočih odpadnih snovi, zgraditev in vzdrževanje ter razsvetljevanje poti v naselju in podobno.

### **4.2 Predstavitev podjetja in dejavnosti**

#### *Ustanovitev in zgodovina*

Potrebe po komunalnih storitvah so se pojavile takoj, ko je človek začel organizirano življenje, ko so bili osnovni življenjski pogoji zagotovljeni. Z razvojem v višjo stopnjo bivanja, v skupnostih, se je večala tudi potreba po vse večjem številu takih dejavnosti in po vedno višji ravni organiziranosti. Skozi zgodovino so komunalne storitve izvajali s skupnim delom, delovnimi obveznostmi, režijskimi obrati ter nazadnje tudi v različnih oblikah javnih in drugih podjetij. Tudi v Ilirski Bistrici zasledimo enak razvoj, bolj organizirana oblika pa je bila uvedena šele po drugi svetovni vojni (JP Komunala 2010).

Mestni ljudski odbor je z odločbo 6. 4. 1947 ustanovil Komunalno podjetje Ilirska Bistrica. Organizirano je bilo za opravljanje dejavnosti »obče ljudske koristi«.

Podjetje je v svojem razvoju doživelo stalne organizacijske, kadrovske in vsebinske spremembe. Moralo se je prilagoditi lokalnim pogojem, političnim odločitvam, finančnim možnostim in načinu organiziranja lokalne samouprave (JP Komunala 2010).

- Iz Komunalnega podjetja je 1. 9. 1948 nastalo storitveno podjetje.
- Ponovno je bilo organizirano s 1. 1. 1949.
- V mestnem avtopodjetju so komunalne storitve izvajali od 1. 7. 1950.
- Obrtno podjetje je delovalo od 1. 10. 1950.
- Komunalna gospodarska ustanova je bila ustanovljena 1. 7. 1951.
- Komunalno podjetje pa leta 1962.
- Komunalno stanovanjsko podjetje so ustanovili 1. 7. 1971.
- Komunalno gradbeno podjetje z dvema tozdoma pa 14. 12. 1974.

Komunalno stanovanjsko podjetje so ustanovili zopet leta 1990, ker so se na podlagi zakonodaje ukinile temeljne organizacije združenega dela (tozdi) in ker so pripojili stanovanjsko enoto (JP Komunala 2010).

Zakon v javnih podjetjih je leta 1991 odločil, da iz javnih podjetij izločijo vse nekomunalne oziroma dobičkonosne dejavnosti. Tako so izločili samostojno ustanovljeno Proizvodno gradbeno podjetje »Snežnik«, Ilirska Bistrica, Cankarjeva 29. Izločili so dejavnosti: kamnolom, gradbena dela z mehanizacijo, pleskarstvo, mizarstvo in vodoinštalaterstvo (JP Komunala 2010).

V Komunalnem stanovanjskem podjetju, Prešernova 7, so imeli takrat organizirane le komunalne dejavnosti javnega značaja in stanovanjsko enoto. Po reorganizaciji je bilo podjetje končno ustanovljeno z Aktom o ustanovitvi, dne 25. 3. 1994 (Uradne objave PN, št. 7/94).

Zakon o gospodarskih javnih službah določa, da v javnih podjetjih izvajamo le gospodarske javne službe, zato jih je bilo treba organizirati in izvajati. Izločiti je bilo treba stanovanjsko enoto, kar je sklenil občinski svet Ilirska Bistrica. Okrožno javno sodišče v Kopru je 8. 7. 2002 registriralo *Komunalno podjetje Ilirska Bistrica, Prešernova 7*.

5. 7. 2010 so podjetje na novo registrirali kot *javno podjetje*, družbo z omejeno odgovornostjo.

**Tabela 1: Javno podjetje Komunala Ilirska Bistrica, d. o. o.**

Firma družbe:	Javno podjetje Komunala Ilirska Bistrica, d. o. o.
Skrajšana firma družbe:	JP Komunala Ilirska Bistrica, d. o. o.
Sedež družbe:	Prešernova 7, 6250 Ilirska Bistrica
Telefon:	05/ 71 10 671
Telefaks:	05/ 71 10 672
Vpis v sodni register:	Okrožno sodišče v Kopru
Osnovni kapital:	10.000,00 EUR
Lastnik:	Občina Ilirska Bistrica
Direktor:	Igor Maljevac, ing.

Vir: JP Komunala 2010.

### *Dejavnost družbe*

Podjetje je ustanovljeno za opravljanje naslednjih dejavnosti (Akt o ustanovitvi javnega podjetja 1994):

- zbiranje, čiščenje in distribucija vode,
- zbiranje in odvoz odpadkov,
- dejavnost deponij, sežiganje in drugi načini odstranjevanja trdnih odpadkov,



- ravnanje z odplakami,
- druge dejavnosti javne higiene,
- dejavnost sejmišč in zabaviščnih parkov,
- pogrebna dejavnost,
- urejanje in vzdrževanje parkov, vrtov in zelenih površin.

Podjetje je opremljeno in kadrovsko organizirano tako, da lahko javne službe, ki mu jih je naložila občina, opravlja na njenem celotnem območju. Zato ima organizirane obrate, ki dejansko predstavljajo gospodarske javne službe:

- vodovod (celotno območje občine, Republika Hrvaška, občina Kozina–Hrpelje);
- snaga (celotna občina);
- kanalizacija (mesto Ilirska Bistrica);
- komunalna čistilna naprava (mesto Ilirska Bistrica in bližnje vasi);
- pokopališka dejavnost:
  - pokopališka dejavnost (pokopališče Ilirska Bistrica),
  - pogrebna dejavnost (celotna občina),
  - prodaja pogrebne opreme;
- vzdrževalna skupina;  
opravlja storitve za vse obrate ter tudi manjše komunalne storitve (čiščenje in pometanje ulic, trgov, pločnikov, zimsko službo, krasitve, sejmišča, urejanje javnih površin itd.);
- uprava podjetja: splošna, računovodska in komercialno tehnična služba, varstvo pri delu, skladišče in nabava.

#### *Ločevanje odpadkov in zbirni center*

Na podlagi Odredbe o ravnanju z ločenimi frakcijami pri opravljanju javne službe ravnanja s komunalnimi odpadki (Ur. list RS, št. 21/2001) je Občina Ilirska Bistrica uvedla ločeno zbiranje odpadkov. Na ekoloških otokih zbirajo papir, steklo, plastenke in pločevinke, ostanke komunalnih odpadkov pa povzročitelji odlagajo v skupne ali individualne zabojnike. 2007 so zgradili zbirni center za ločeno zbrane frakcije komunalnih odpadkov na lokaciji Globovnik v Ilirski Bistrici.

### **4.3 Izvajanje kontrole kakovosti v podjetju**

Kontrolo kakovosti v JP Komunala Ilirska Bistrica, d. o. o., še posebej opravljajo za pitno vodo v javnem vodovodnem sistemu.

Za vsak vodovodni sistem je skladno s Pravilnikom o pitni vodi izdelan HACCP načrt, po katerem izvajajo nadzor kakovosti pitne vode v njem. Načrt je narejen na osnovah HACCP načel za vodovodne sisteme Ilirska Bistrica, Knežak in Podstenjšek in zagotavlja odpravo

oziroma znižanje tveganj na sprejemljivo raven mikrobioloških, kemijskih in indikatorskih parametrov v pitni vodi.

Za leto 2010 so v okviru notranjega nadzora pripravili terminski plan rednih kontrol pitne vode, ki opredeljuje odvzem 57 vzorcev pitne vode v vodovodnem sistemu Ilirska Bistrica in po šest vzorcev pitne vode v vodovodnem sistemu Knežak in Podstenjšek. Mesta vzorčenja so enakomerno porazdeljena po posameznem vodovodnem sistemu, opredeljena pa je tudi frekvenca vzorčenja, ki je za vodovodni sistem Ilirska Bistrica enkrat mesečno, za vodovodna sistema Knežak in Podstenjšek pa enkrat na dva meseca. Za JP Komunala Ilirska Bistrica vzorčenje izvaja ZZV Koper.

#### **4.4 Priprava raziskave**

Cilj raziskave je bil ugotoviti zadovoljstvo uporabnikov z izvajanjem komunalnih storitev Javnega podjetja Komunala Ilirska Bistrica, d. o. o., (na območju celotne občine). Želela sem ugotoviti, katere storitve podjetje opravlja dobro, kakšni so predlogi za njihovo izboljšanje, nenazadnje pa sem želela ugotoviti, ali anketiranci ločujejo odpadke, kakšni so oziroma koliko tudi sami prispevajo k izboljšanju komunalne ureditve v svojem okolju.

Podatke sem zbirala z anketiranjem posameznikov in gospodinjstev. Izvedla sem ga tudi na blagajni podjetja, obiskala gospodinjstva in povprašala mimoidoče.

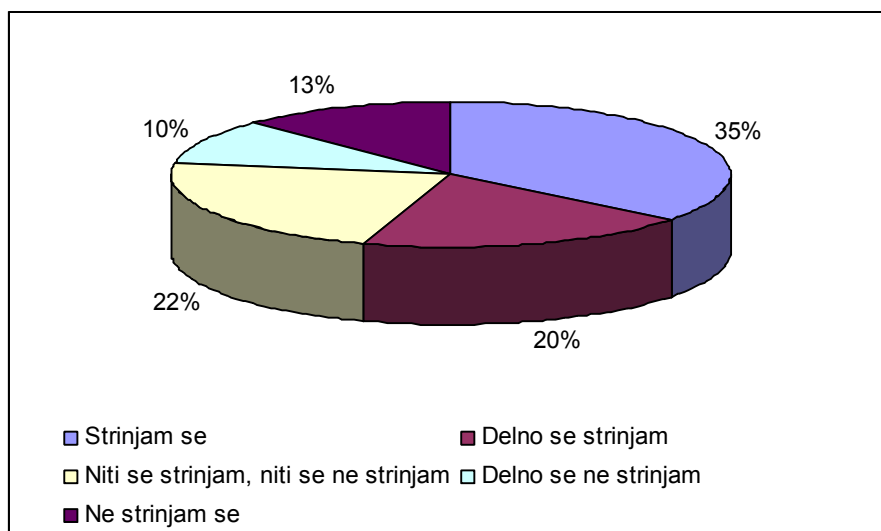
Anketiranim sem zastavila devet vprašanj, ki so se nanašala na ugotavljanje zadovoljstva s storitvam ter dodatna vprašanja, ki so se nanašala na spol, starost ter izobrazbo.

Anketiranim so bile na voljo trditve, ki so jih ocenili z: 1 – strinjam se; 2 – delno se strinjam; 3 – niti se strinjam niti se ne strinjam; 4 – delno se ne strinjam; 5 – ne strinjam se. Pri ostalih vprašanjih so anketiranci izbirali med danimi odgovori, tri vprašanja pa so bila odprtega tipa, s katerimi sem želela pridobiti dodatna mnenja, pripombe, pohvale in nove predloge za izboljšanje ponujenih storitev.

#### **4.5 Izvedba raziskave in rezultati**

Raziskavo sem izvedla v avgustu 2010. V nadaljevanju bom grafično in opisno predstavila rezultate. Pridobila sem 200 izpolnjenih anketnih vprašalnikov, med katerimi je bilo 21 izpolnjenih nepravilno. Analizirala sem 179 preostalih anketnih vprašalnikov, ki so bili izpolnjeni pravilno.

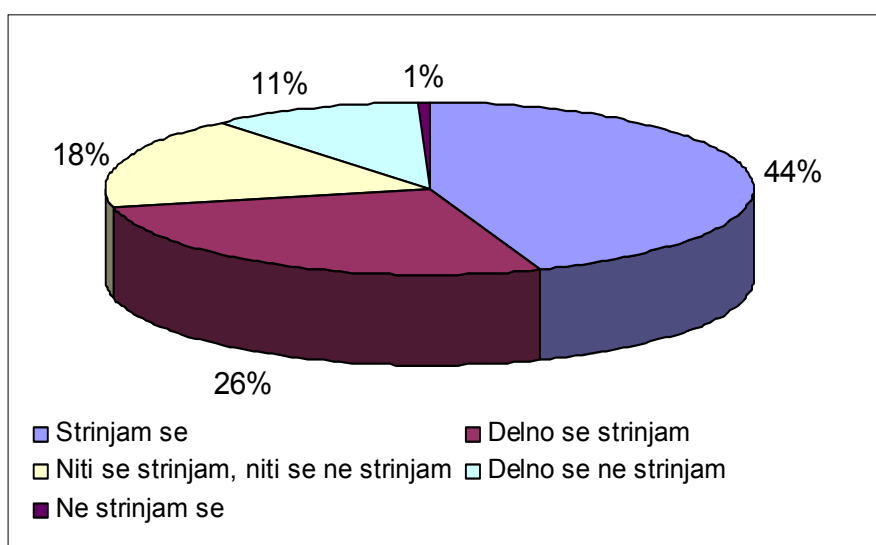
Oskrba s pitno vodo



**Slika 1: Seznanjenost s kakovostjo pitne vode**

S trditvijo, da so seznanjeni s kakovostjo pitne vode, se uporabniki v povprečju strinjajo ali pa se delno strinjajo, saj je bila povprečna ocena 1,84. S prvo trditvijo se jih je 35,5 % strinjalo, 19,5 % delno strinjalo, 22,5 % je bilo razdeljenih med dva odgovora, 10 % se jih delno ni strinjalo, 12,5 % pa se jih ni strinjalo.

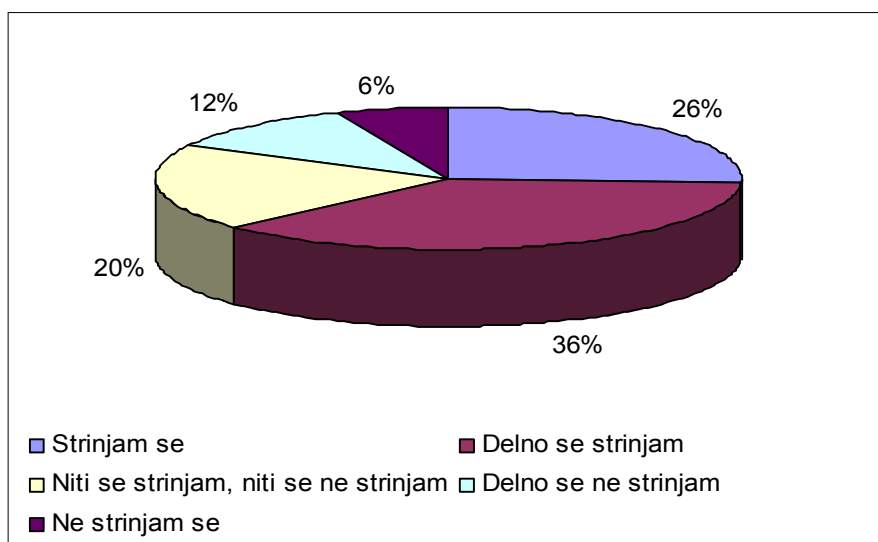
Iz odgovorov je razvidno, da je dobra tretjina anketirancev seznanjena s tem, kakšno vodo pijejo, medtem ko ostali niso prepričani ali pa sploh ne vedo, kakšna je voda v njihovem vodovodnem sistemu. Prav zato pozivam krajevne skupnosti ter občino, da redno obveščajo svoje prebivalce o rezultatih analiz, ki jih opravljajo v vodovodnem sistemu ter tako prispevajo k obveščenosti prebivalcev o kakovosti njihove pitne vode.



**Slika 2: Voda iz javnega vodovoda je primerna za pitje**

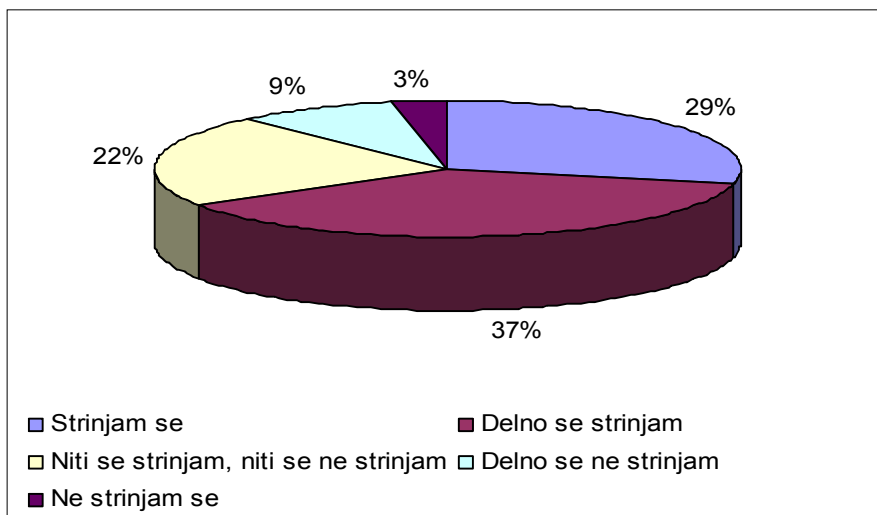
Uporabniki se s trditvijo, da je voda iz javnega vodovoda primerna za pitje, le delno strinjajo, saj je bila povprečna ocena 1,95. Drugi anketiranci so odgovorili, da se jih 44,5 % strinja, 27 % se delno strinja s trditvijo, 17,5 % so razvojeni med niti se strinjam niti se ne strinjam, 10,5 % se delno ne strinja, ter 0,5 % se s trditvijo ne strinja.

Iz odgovorov anketirancev je razvidno, da se velika večina strinja s tem, da je voda iz javnega vodovoda primerna za pitje. Večja obveščenost bi pripomogla k večjemu razumevanju in vedenju prebivalcev o njihovem vodovodnem sistemu.



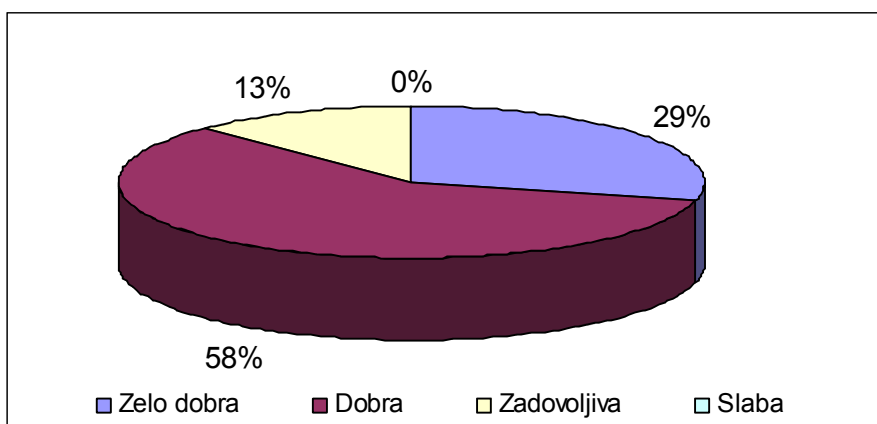
**Slika 3: Ustrežno in pravočasno sem obveščen/a o okvarah ali poslabšanju kakovosti pitne vode**

Povprečna ocena je bila 2,3, ker pomeni, da se večina uporabnikov strinja oziroma delno strinja s trditvijo, da so ustrezno in pravočasno obveščeni o okvarah ali poslabšanju kakovosti pitne vode. 26 % uporabnikov se s trditvijo popolnoma strinja, 37 % se jih delno strinja, medtem ko se jih 6 % s trditvijo ne strinja.



**Slika 4: Reševanje nepredvidenih dogodkov pri oskrbi s pitno vodo je dovolj hitro**

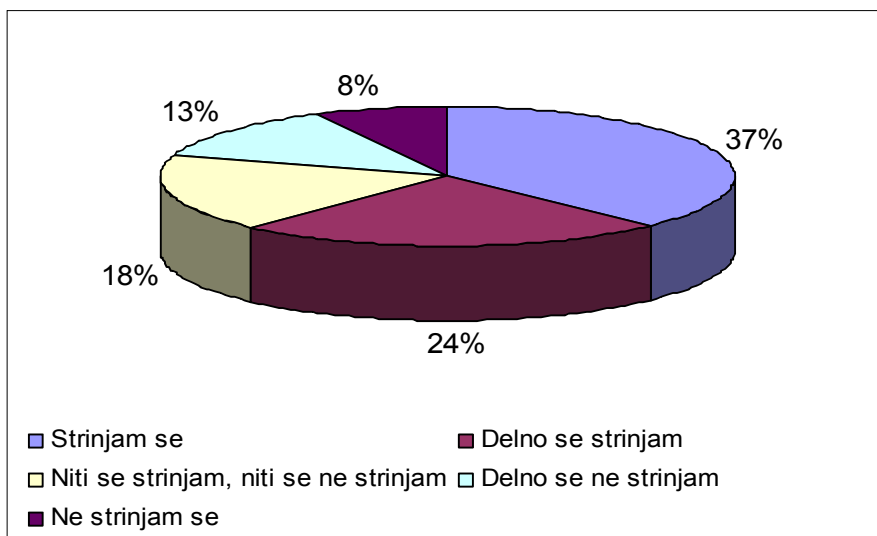
Povprečna ocena je 1,92, kar pomeni, da se večina uporabnikov strinja oziroma delno strinja s trditvijo, da je reševanje nepredvidenih dogodkov pri oskrbi s pitno vodo dovolj hitro. 28,5 % uporabnikov se popolnoma strinja, 37,5 % se jih delno strinja, medtem ko se jih 6 % s trditvijo ne strinja.



**Slika 5: Kako ocenjujete lastnosti pitne vode iz vaše pipe?**

Pri ocenjevanju lastnosti pitne vode so se uporabniki večinoma opredelili za srednjo možnost, kar pomeni, da je 58 % uporabnikov obkrožilo, da je njihova voda dobra, 29 % zelo dobra, 13 % zadovoljiva.

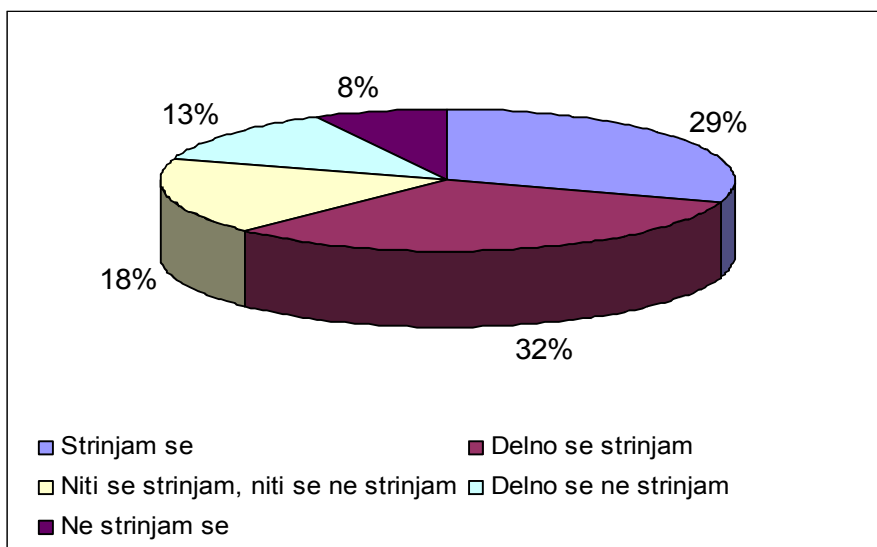
Odpadki



**Slika 6: O ločenem zbiranju odpadkov imam dovolj informacij**

Povprečna ocena je 2,28, kar pomeni, da se anketiranci v povprečju delno strinjajo s trditvijo, da imajo dovolj informacij o ločenem zbiranju odpadkov. Z njo se popolnoma strinja 37,5 % uporabnikov, 24,5 % se jih delno strinja, medtem ko se jih 7,5 % ne strinja.

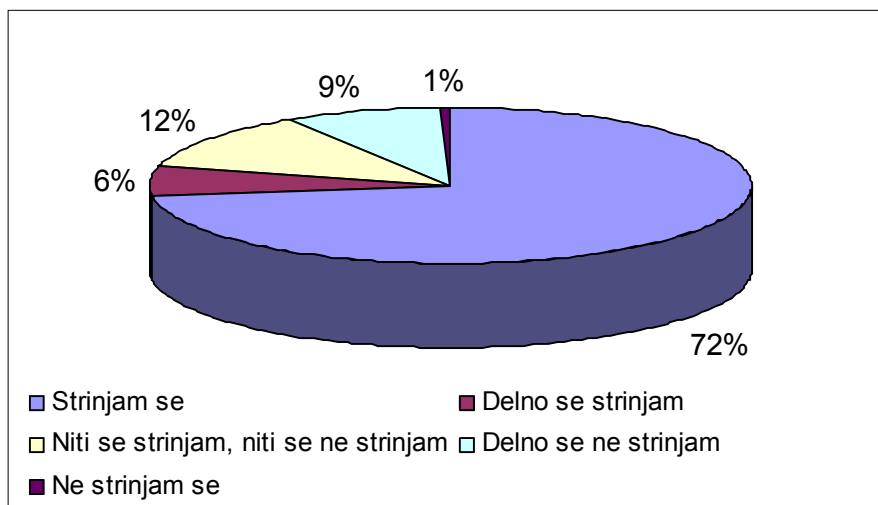
Podjetje je razposlalo informativne zloženke vsem gospodinjstvom, vendar menim, da še vedno prihaja do nerazumevanja, saj v njej ni podrobno opredeljeno, kateri odpadki spadajo v določen zabojnik.



**Slika 7: Na razpolago je dovolj ekoloških otokov**

S trditvijo, da je na razpolago dovolj ekoloških otokov, se uporabniki v povprečju delno strinjajo, saj je bila povprečna ocena 2,35. 60 % uporabnikov se z njo popolnoma strinja, 65% se strinja delno, 7,5 % pa se s trditvijo ne strinja. Do slednjega je prišlo zato, ker vse vasi v

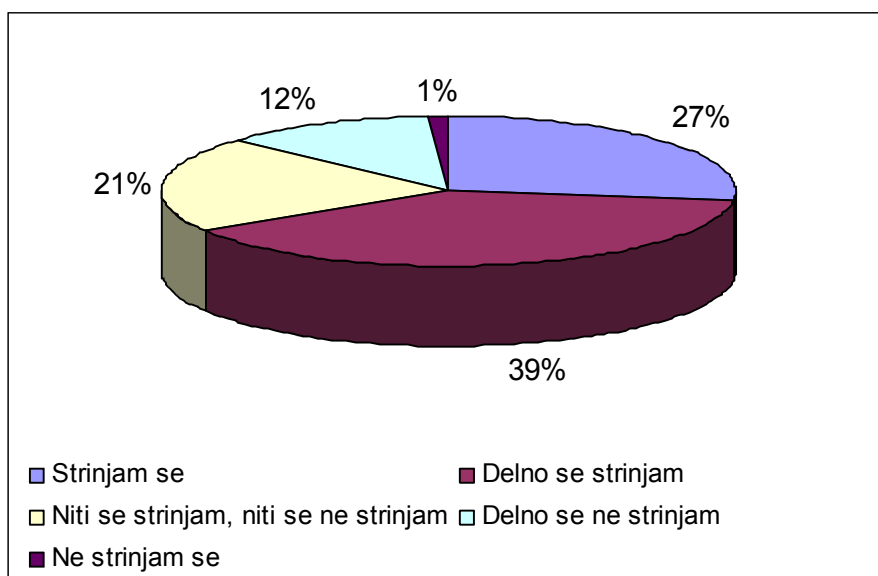
občini Ilirska Bistrica nimajo ekološkega otoka. V bližnji prihodnosti se bo to spremenilo, saj načrtujejo izgradnjo ekoloških otokov v vseh vaseh.



**Slika 8: Kosovne in nevarne odpadke bi lahko odvažali večkrat letno**

Povprečna ocena pri trditvi, da bi kosovne in nevarne odpadke lahko odvažali večkrat letno, je 1,5, kar pomeni, da se večina uporabnikov z njo strinja. 73 % uporabnikov se popolnoma strinja, 6 % se jih delno strinja, 0,5 % pa se s trditvijo ne strinja.

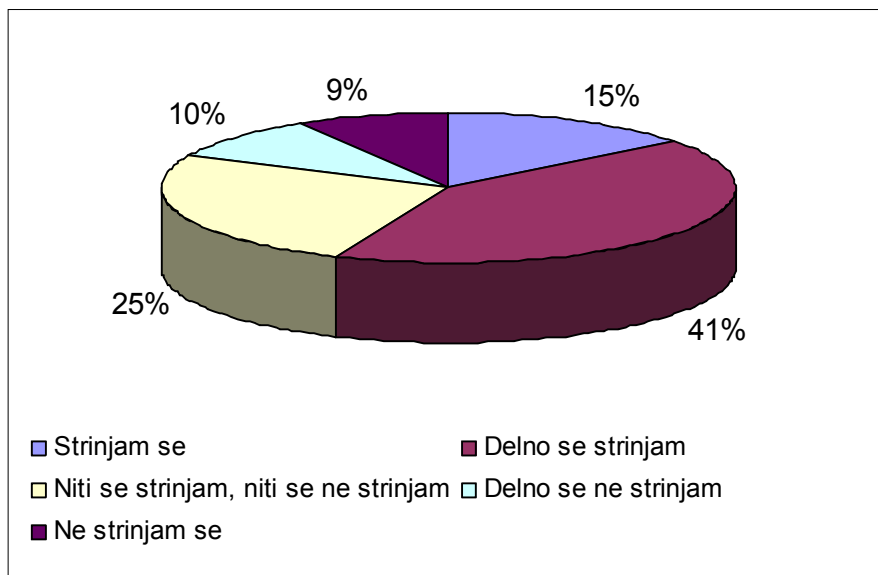
Kosovne odpadke odvažajo dvakrat letno, kar je po mnenju uporabnikov občutno premalo. Med letom lahko kosovne odpadke odpeljejo v zbirni center.



**Slika 9: Odvoz odpadkov je dobro organiziran**

Pri trditvi, da je odvoz odpadkov dobro organiziran, se vprašani v povprečju le delno strinjajo, saj je bila povprečna ocena 2,21. S trditvijo se jih strinja 27 %, delno 39 %, 12 % se delno ne strinja in le 1 % vprašanih se ne strinja. K delnemu strinjanju privede dejstvo, da zabojnike

odvažajo določen dan v tednu, kar je občutno premalo. Še posebej za tiste vaščane, ki imajo ekološke otoke oziroma zabojnike preblizu glavne ceste. Posledica tega je, da se mimoidoči ustavljajo ter odlagajo svoje smeti, namesto da bi to storili v svojem kraju. Zabojniki so prehitro polni, zato so vaščani jezni in so dali slabše ocene.

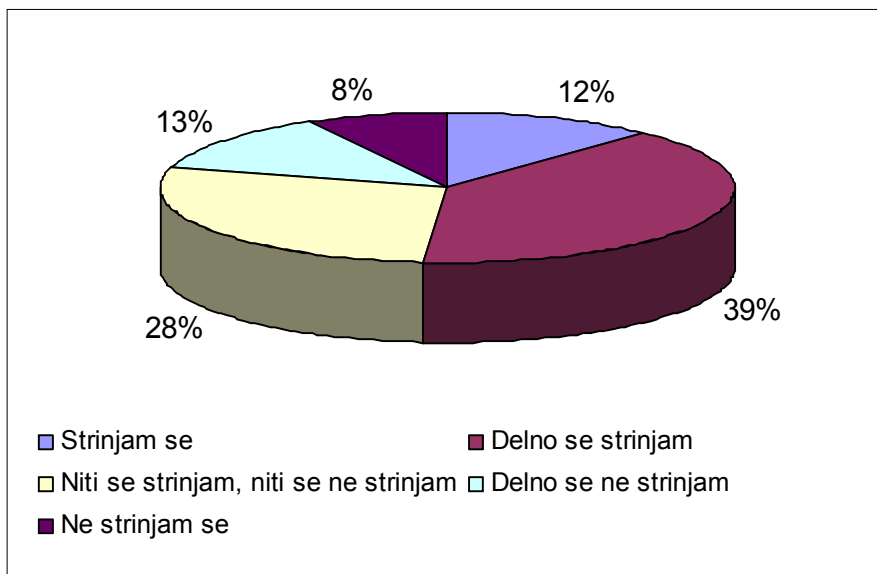


**Slika 10: Lokacije ekoloških otokov so dobro izbrane in dostopne**

Povprečna ocena odgovorov je 2,5, kar pomeni, da se delno strinjajo s to trditvijo, da so lokacije ekoloških otokov dobro izbrane in dostopne. 14,5 % se jih strinja, 42 % se delno strinja, le 8,5 % pa se s trditvijo ne strinja.

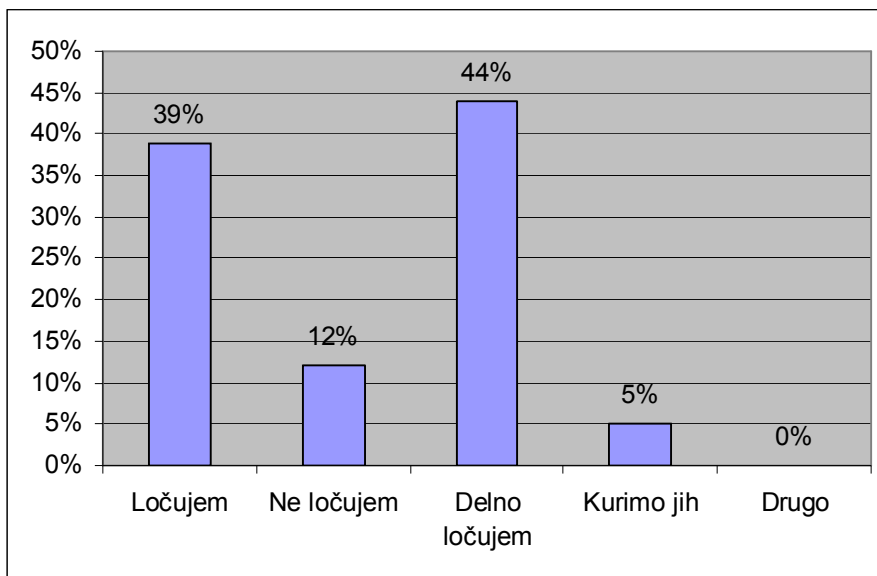
Lokacije so izbrane glede na bližino in dostopnost. V določenih vaseh so otoki oddaljeni, kar je slabo, saj nekateri ljudje, posebej starejši, nimajo prevoza oziroma zaradi tega nimajo zanimanja za ločevanje odpadkov.





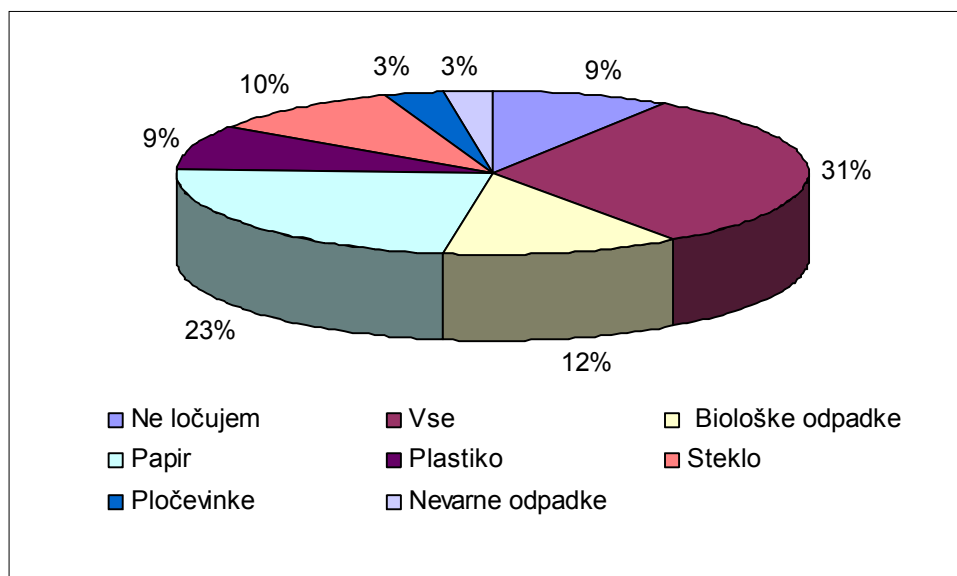
**Slika 11: Posode za ločene odpadke so dovolj velike in primerne posameznim odpadkom**

Povprečna ocena je 2,65, kar pomeni, da se anketiranci delno strinjajo s trditvijo, da so posode za ločene odpadke dovolj velike in primerne posameznim odpadkom. 12 % se s trditvijo strinja, 39,5 % se jih delno strinja, 8 % se jih ne strinja. Posode za ločene odpadke so ponekod zaklenjene, tako da se jih ne da popolnoma odpreti. Slabost tega je, da moramo ob večji količini zbranih odpadkov te vstavljati posamezno, skozi majhne odprtine.



**Slika 12: Kako ravnate z odpadki, ki nastajajo v vašem gospodinjstvu?**

Iz odgovorov na vprašanje, kako ravnate z odpadki v vašem gospodinjstvu, je razvidno, da večina (44 %) anketiranih odpadke delno ločuje, 39 % jih ločuje, 12 % jih ne ločuje in le 5 % jih kuri.



**Slika 13: Katere odpadke zbirate ločeno?**

Pri vprašanju katere odpadke zbirate ločeno, sem ugotovila, da vse odpadke ločuje le 31 % anketiranih, 9 % jih ne ločuje, 23 % ločuje papir, 12 % biološke odpadke, 10 % steklo, 9 % plastiko, po 3 % pa pločevinke in nevarne odpadke.

*Če odpadkov ne ločujete, navedite razlog.*

Pri tem vprašanju odprtega tipa je bilo več odgovorov, med najbolj pogostimi so bili:

- ker v svoji vasi še nimajo ekološkega otoka,
- ker je ekološki otok predaleč,
- ker to ni nikjer zahtevano,
- ker nimajo mesta za posode, kjer bi ločevali,
- ker se jim ne da.

Večina vasi v občini Ilirska Bistrica ima ekološki otok, vendar pa vse še niso prišle na vrsto, da bi jim postavili ločevalne zabojnike. V nekaterih vaseh je problem lokacija, saj se nekateri vaščani z izbrano lokacijo ne strinjajo. V mestu je nekoliko drugače, saj je lokacija lahko predaleč od določenega stanovanjskega bloka, poleg tega pa je problem tudi prostorska stiska, saj ljudje v bloku nimajo mesta, kjer bi lahko razvrščali svoje odpadke, preden bi jih odnesli na ekološki otok. Veliko ljudi se je strinjalo s tem, da ni nikjer zahteve, da morajo ločevati, zato jih veliko tega ne dela preprosto zato, ker se jim ne da in ker s tem ne kršijo nobenega zakona.

Glede na dobljene rezultate lahko ugotovimo, da je še vedno pomembno namenjati veliko pozornosti osveščanju o pravilnem ločevanju odpadkov med prebivalci, saj bi lahko bil odstotek ločevanja v občini večji.

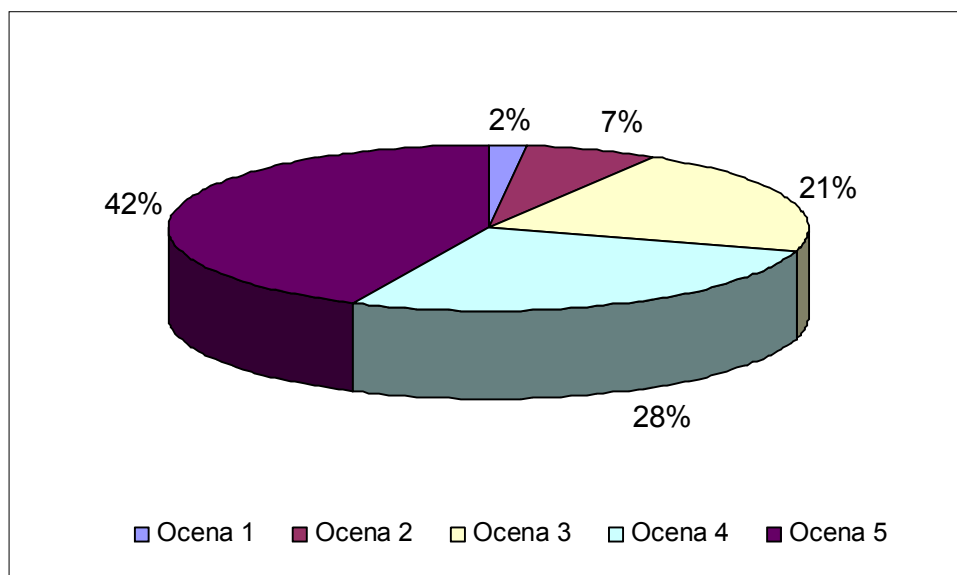
*Če odpadkov ne ločujete, na kakšen način bi vas prepričali v ločeno zbiranje odpadkov?*

Pri tem vprašanju je bilo prav tako več odgovorov. Ti so bili:

- s postavitvijo zabojnikov,
- z zahtevo,
- s kaznijo,
- z večjo informiranostjo.

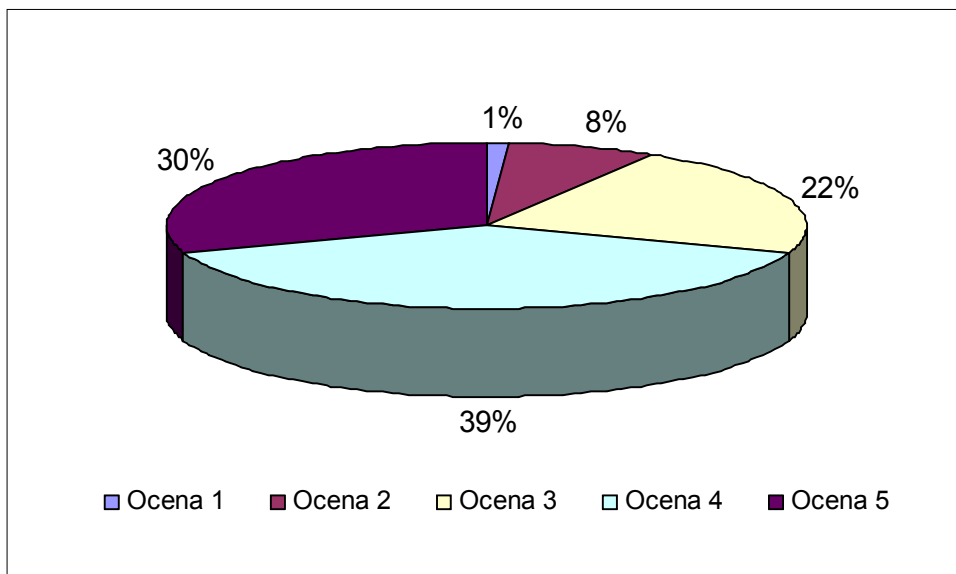
Kot sem že pri prejšnjem vprašanju omenila, vse vasi nimajo zabojnikov, kar pomeni, da ljudje odpadkov ne ločujejo. V bližnji prihodnosti se bo to spremenilo. Veliko ljudi bi v ločevanje prisilila zahteva oziroma kazen za neupoštevanje pravil. Prav tako se veliko ljudi strinja, da bi jih bilo treba večkrat obvestiti in poučiti o ločenem zbiranju odpadkov.

*Ocenite, kakšno je vaše mnenje o zaposlenih, ki opravljajo dela s področja komunalnih storitev. Ocena 1 – pomeni zelo slabo, ocena 5 – odlično.*



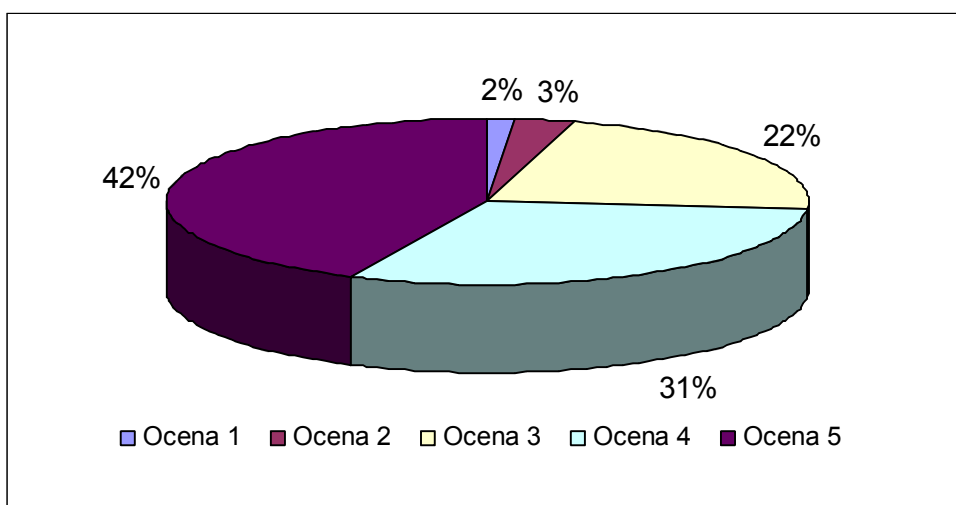
**Slika 14: Ocena strokovnosti**

Strokovnost zaposlenih so anketiranci ocenili s povprečno oceno 4. Natančneje kar 43 % jih je ocenilo, da je strokovnost odlična, 27,5 % prav dobra, 42 % dobra, 6,5 % zadostna, 2 % zelo slaba. Na splošno gledano so anketiranci zadovoljni s strokovnostjo oziroma s strokovno opravljenim delom.



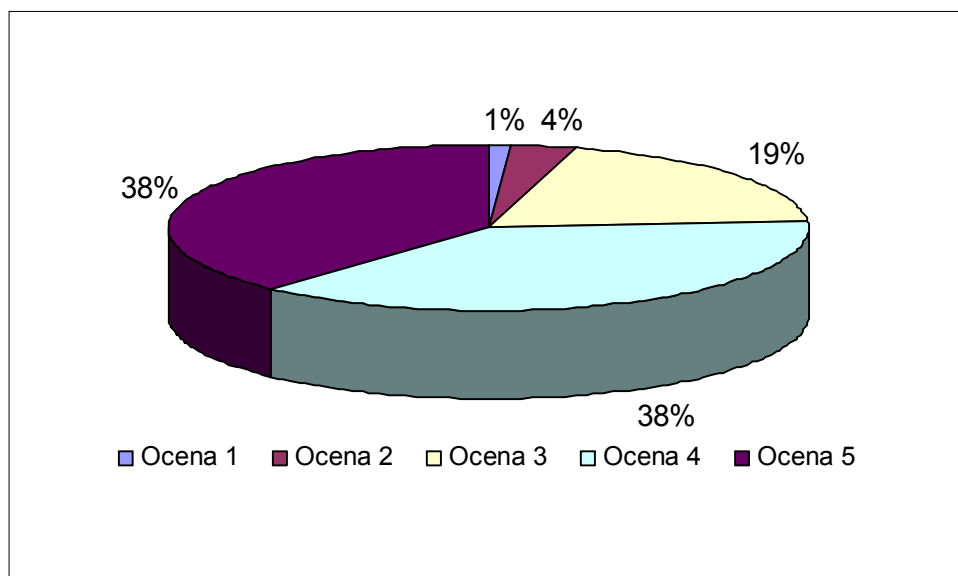
**Slika 15: Ocena objektivnosti**

30 % anketiranih je objektivnost zaposlenih ocenilo z oceno odlično, 39,5 % s prav dobro, 22 % z dobro oceno, 7,5 % z zadostno, le 1 % vprašanih pa z negativno oceno.



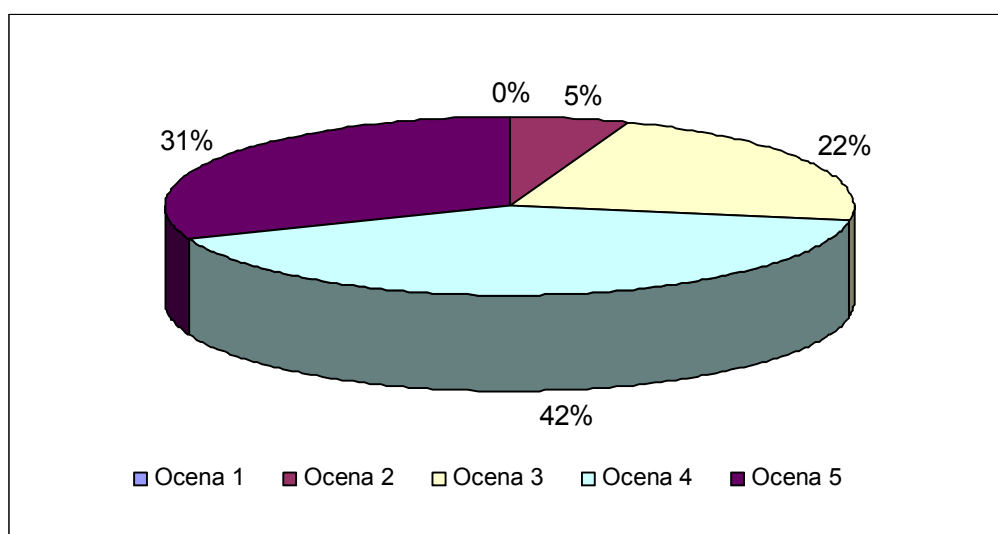
**Slika 16: Ocena vljudnosti**

Uporabniki so vljudnost zaposlenih ocenili takole: 43 % z odlično oceno, 30,5 % s prav dobro, 22 % z dobro, 3 % z zadostno in 1,5 % z nezadostno oziroma zelo slabo oceno.



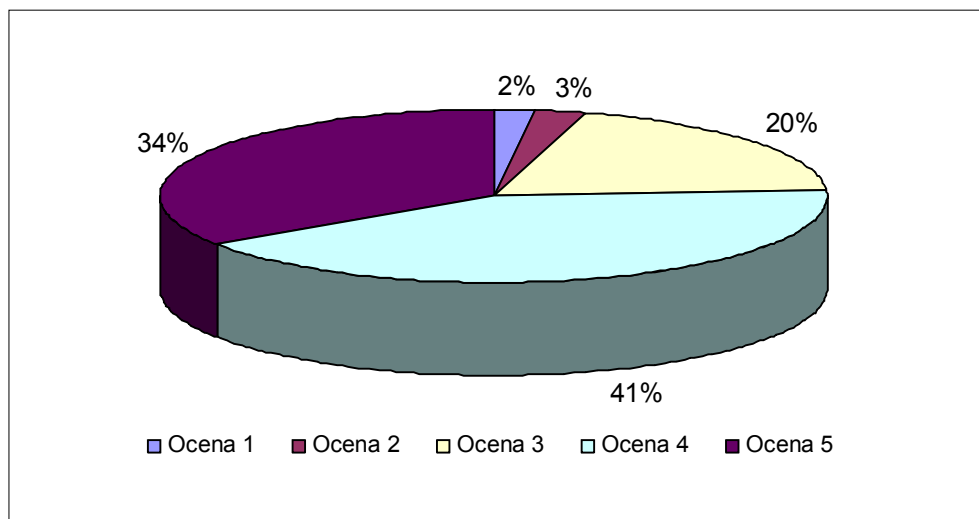
**Slika 17: Ocena korektnosti**

Korektnost zaposlenih je 38 % anketirancev ocenilo z oceno pet, 38,5 % s štiri, 19 % s tri, 3,5 % z dve in 1 % z oceno ena.



**Slika 18: Ocena urejenosti**

Urejenost je 31,5 % anketirancev ocenilo kot odlično, 42 % prav dobro, 22,5 % dobro in 5,5 % zadostno.

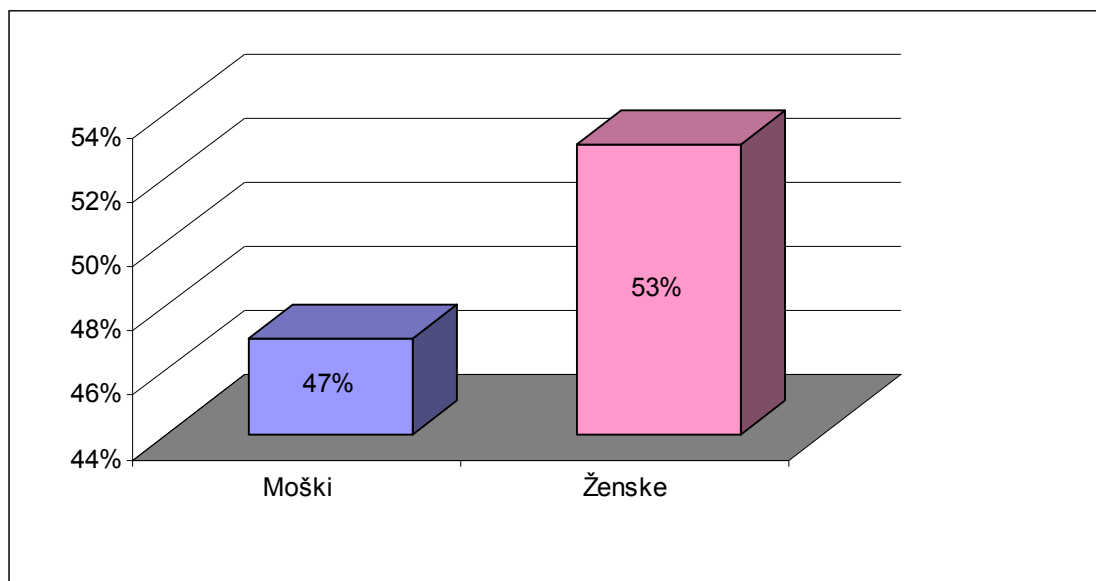


Slika 19: Hitrost pri delu

Hitrost pri delu je bila pri 34,5 % anketirancev ocenjena z odlično oceno, 41,5 % s prav dobro, 19,5 % z dobro, 2,5 % z zadostno in 2 % z nezadostno oceno.

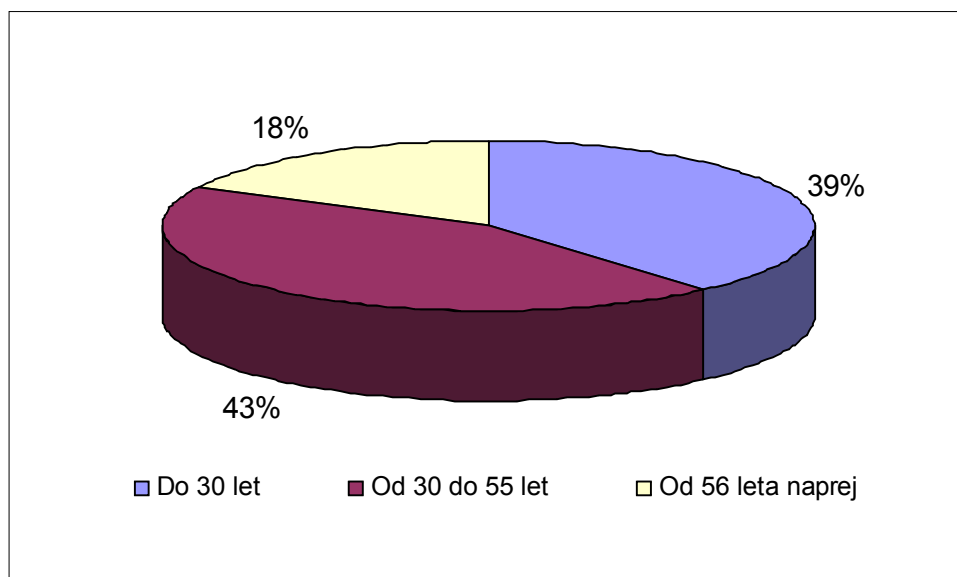
*Mnenja in predlogi za izboljšanje komunalnih storitev*

Večina anketirancev ni podala nobenega predloga za izboljšanje storitev JP Komunala Ilirska Bistrica, kar pomeni, da so s sedanjim delom podjetja zadovoljni. Tisti, ki pa so podali mnenje, so bili najpogosteje kritični do visokih prispevkov ter podražitev vode. Med predlogi so omenili tudi, da bi samo mesto moralo imeti več ekoloških otokov in tudi tisti, ki živijo na vasi, si jih želijo. Kot sem že omenila, jih vse vasi nimajo, vendar bodo to pomanjkljivost v podjetju odpravili v bližnji prihodnosti.



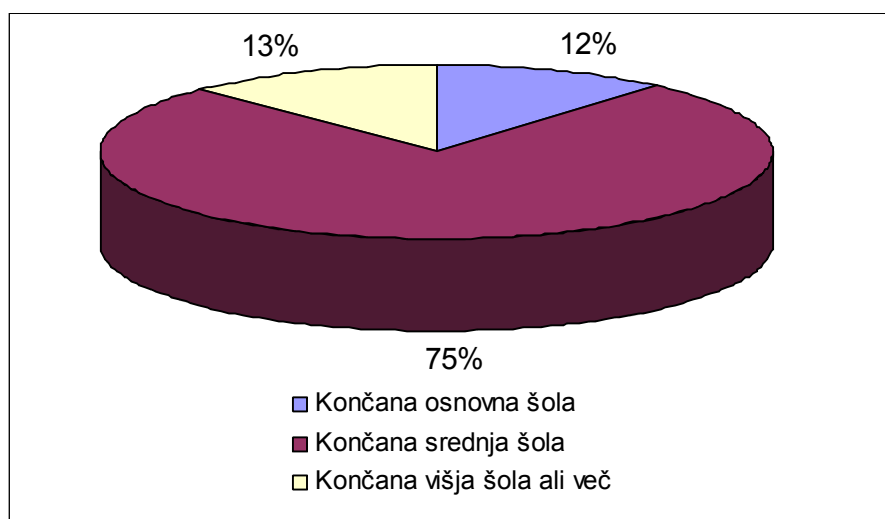
Slika 20: Spol

V anketni raziskavi je sodelovalo 53 % žensk in 47 % moških.



Slika 21: Povprečna starost

Največ anketirancev je bilo starih od 30 do 55 let (43 %). Sledijo mlajših, ki so stari do 30 let (39 %), najmanj anketirancev pa je bilo starih 56 let ali več, in sicer 18 %.



Slika 22: Stopnja izobrazbe

Anketirance sem glede na dokončano stopnjo izobrazbe razdelila v tri razrede. V anketi je sodelovalo največ ljudi s končano srednjo šolo (75 %), sledijo zaposleni s končano višjo šolo ali več (13 %), ter 12 % ljudi s končano osnovno šolo.

#### **4.6 Ugotovitve raziskave in predlogi**

Diplomska naloga je bila osredotočena na zadovoljstvo uporabnikov s komunalnimi storitvami. Glede na to, da sem potrebovala dvesto anketnih vprašalnikov, sem bila kar skeptična, ali bom dobila dovolj ljudi, ki bi si bili pripravljene vzeti čas ter sodelovati v raziskavi. Naletela sem na pozitiven odziv, saj sem dokaj hitro zbrala ljudi/prostovoljce, ki so bili pripravljene sodelovati v raziskavi. Od izpolnjenih 200 anketnih vprašalnikov jih je bilo 21 nepravilno oziroma malomarno izpolnjenih, ki jih v nadaljnji obdelavi nisem uporabila.

Z anketnimi vprašalniki sem natančneje spoznala mnenja ter nekatere predloge. Pričakovala sem veliko več idej in posameznih predlogov, ki bi pripomogli k večjemu zadovoljstvu uporabnikov. Med najpogosteje omenjenimi je bila podražitev vode. Občani so jezni, saj ne razumejo tako drastičnega povečanja cen. Voda se je podražila za kar 70 %, kar pomeni, da v gospodinjstvu, kjer so v povprečju plačevali 43 evrov za vodo (skupaj s prispevki in takso), sedaj plačujejo 73 evrov.

V današnjem času, ko recesija pustoši po podjetjih in domovih, ne razumem podjetja, občine in nenazadnje ministrstva, ki so dovolili, da pride do podražitev komunalnih storitev. Sama občina ima najmanj možnosti za zaposlitev ter ohranjanje znanja znotraj nje. Ljudje so upravičeno zaskrbljeni, saj nenehne podražitve kažejo na monopolni položaj podjetja, ki si lahko privoščijo take spremembe. Na drugi strani so vaščani, ki imajo vodo skoraj zastoj, čeprav je treba ravno tako skrbeti za ustrezno kakovost, analize, obnavljanje sistema ter plačevanje skrbnikov. Ob tem se moramo vprašati, kam gre ves denar in prispevki, ki jih podjetje oziroma občina kot lastnik zaračuna svojim občanom.



## 5 SKLEP

V diplomski nalogi sem se osredotočila na zadovoljstvo odjemalcev s komunalnimi storitvami. Z anketnim vprašalnikom sem dobila pogled na posamezne dejavnike v podjetju ter nenazadnje s tem pridobila ocene določene storitve, mnenja in predloge, ki so zelo dobrodošli tako zame kot za samo podjetje.

Kam z odpadki, je vprašanje, s katerim se ukvarja ves svet, v zadnjem času, pa smo priča velikemu medijskemu poročanju ravno na račun Evropske unije in smernic, ki jih nalaga članicam. V Sloveniji sledimo njenim smernicam in odpadke ločujemo. Res je, da smo ljudje tudi proizvajalci odpadkov, vseeno pa je na mestu vprašanje, ali niso javna komunalna podjetja le pretiravala, ko so povečala cene komunalnih storitev. S tem mislim predvsem na to, da so bile storitve komunalnega podjetja, v primerjavi s sedanjo ceno, prej veliko cenejše, ljudje pa smo poleg tega dolžni odpadke še ločevati, sicer nam grozijo kazni. Ne bi si pa želela, da se pri nas pojavi problem južne Italije, ki je dobesedno prekrita s smetmi in odpadki, s tem pa je ogroženo tudi zdravje ljudi, saj obstaja velika nevarnost nalezljivih bolezni.

Ugotovitve diplomske naloge izhajajo predvsem iz anketiranja uporabnikov komunalnih storitev. Ugotovila sem, da so odjemalci na splošno zadovoljni s ponujenimi storitvami JP Komunala Ilirska Bistrica, d. o. o. Menim pa, da bi morali prebivalce seznaniti in poučiti o potekih, novostih in nenazadnje o vseh opravljenih analizah. Pri rezultatih ankete me je najbolj zmotilo to, da je odstotek ljudi, ki je seznanjen s kakovostjo pitne vode, malo večji kot 35 %. V tem vidim problem tako pri podjetju kot pri samih občanih, da se ne seznanijo s tako pomembnim vprašanjem. Prav tako je večina (58 %) srednje zadovoljna s kakovostjo pitne vode. Mogoče bi se bilo dobro vprašati zakaj. Tudi voda ima svoja obdobja, ko je dobra ter ustreza merilom ter obdobja, ko jo je treba prekuhavati zaradi možne okužbe. V obdobju močnih padavin je voda slabša, motna in neprijetnega vonja, zato je takrat treba dodajati klor. Veliko ljudi se jezi, da je voda slaba – temu botruje neznanje oziroma slabo poznavanje razmer v vodovodnem sistemu.

Ločevanje odpadkov je prihodnost! Se tega zavedamo? K temu stremi le 39 % vprašanih. Zakaj potem ne ločujemo? Poleg pomanjkanja ekoloških otokov k temu prispeva dejstvo, da je premalo komunalnih inšpektorjev, oz. inšpekcijskega nadzora sploh ne opravljajo. Žal smo ljudje prisiljeni plačati kazen, da se držimo reda. V večjih mestih izvajajo nadzor na samem mestu odlaganja odpadkov, kar pripomore k temu, da ljudje začnejo odpadke ločevati ter tako prispevajo k ohranitvi naravnega bogastva. Kar 44 % vprašanih odpadke le delno ločuje. K velikemu odstotku prispeva dejstvo, da ljudje, ki imajo hišo z vrtom, biološke odpadke odlagajo na kompost, kurijo papir. V mestu to ni mogoče, saj ljudje za to nimajo prostora in možnosti. 12 % ljudi odpadkov ne ločuje, kar menim, da je posledica vsega zgoraj naštetega, poleg tega pa k temu prispeva neznanje, koliko lahko s tem prizanesemo naravi in nam samim. Kot primer naj navedem, da za izdelavo plastenke potrebujemo snovi iz umetnih mas,

## *Sklep*

ki jih pridobimo iz nafte. Če za njeno izdelavo predelamo oz. recikliramo ločeno zbrane odpadne plastenke, s tem privarčujemo kar precej nafte; natančneje ena tona recikliranih plastenk pomeni prihranek dveh ton nafte.

Anketiranci ocenjujejo, da zaposleni svoje delo opravljajo dobro in korektno. Slabša je ocena urejenosti, ki kaže na to, da podjetje še ni povsem obnovilo poslopja. Stavba zato kazi mestno jedro.

Na koncu bi se posvetila predvsem predlogom, ki so ključnega pomena za izboljšanje poslovanja v JP Komunala Ilirska Bistrica. Samo podjetje bi se moralo posvetiti in prisluhnuti svojim odjemalcem, kljub temu, da ima monopolni položaj v občini, saj so prav oni tisti, ki uporabljajo njihove storitve ter prinašajo priliv v podjetje. Prav tako bi morali prebivalce bolj obveščati. K večji obveščenosti bi prispevali že s tem, da bi dvakrat letno razposlali po domovih brošuro podjetja. V njej bi opisali delo podjetja, dosežke v minulem obdobju, rezultate analize vode, koledar pobiranja odpadkov in urnik zbirnega centra Globovnik. Večji poudarek bi namenili pomembnosti ločevanja odpadkov, kjer bi bilo podrobno opredeljeno ter opisano, kam spada določen odpadek, koliko smo prihranili z recikliranjem odpadkov ... Podjetje bi se moralo zavedati, da je spreminjanje ustaljenih navad običajno zelo težko in dolgotrajno, zato je pomembno, da svoje napore usmerijo tudi na mlajše občane, saj ti svoje vedenje in navade šele oblikujejo. Skupaj s šolami in vrtci bi najmlajše, z igro, seznanili s tem, katere odpadke zbiramo ločeno, kaj odlagamo v posamezen zabojnik in česa ne. S takšnimi predstavitvami bi skušali učencem sam koncept ločenega zbiranja odpadkov še približati.

## LITERATURA

- Akt o ustanovitvi javnega podjetja. *Uradne objave PN*, št. 7/1994.
- Babič, Marjan. 2001. Ekonomika kakovosti. V *Management, kakovost, razvoj*, 63–68. Koper: Visoka šola za management. [Http://www.fm-kp.si/zalozba/ISBN/961-6268-83-x/063-068.pdf](http://www.fm-kp.si/zalozba/ISBN/961-6268-83-x/063-068.pdf) (10. 8. 2010).
- Devetak, Gabriel. 2007. *Marketing management*. Koper: Fakulteta za management.
- Dubrovski, Drago. 1997. Model potrošnikovega zadovoljstva. *Slovenska ekonomska revija* 48 (5): 407–418 in 33–44.
- JP Komunala. 2010. *Poročilo o delu JP Komunala Ilirska Bistrica, d. o. o.* Poslovni dokumenti, JP Komunala Ilirska Bistrica.
- Kajzer, Vanja. 2008. *Trženje in kakovost storitev*. [Http://www.zavod-irc.si/docs/Skriti\\_dokumenti/Trzenje\\_in\\_kakovost\\_storitev-Kajzer.pdf](http://www.zavod-irc.si/docs/Skriti_dokumenti/Trzenje_in_kakovost_storitev-Kajzer.pdf) (10. 8. 2010)
- Klemenčič, Tone. 1997. *Komunalno gospodarstvo*. Ljubljana: Svetovalni center.
- Kolar, Tomaž. 2006. *Hiter pregled, kaj vse potrebujemo za dober sistem večanja zadovoljstva in prodaje obstoječim kupcem*. [Http://www.dmslo.si/media/kolar-20-marketinski-fokus-dms.pdf](http://www.dmslo.si/media/kolar-20-marketinski-fokus-dms.pdf) (10. 8. 2010).
- Možina Stane, Vinko Zupančič in Tadeja Štefančič Pavlovič. 2002. *Vedenje potrošnikov*. Portorož: Visoka šola za podjetništvo.
- Musek Lešnik, Kristjan. 2007. *Zadovoljstvo potrošnikov: psihološki dejavniki vedenja in zadovoljstva potrošnikov*. Ljubljana: IPOS.
- Musek Lešnik, Kristjan. 2008. *Od zadovoljstva potrošnikov do programov zvestobe*. Koper: Fakulteta za management.
- Odredbe o ravnanju z ločenimi frakcijami pri opravljanju javne službe ravnanja s komunalnimi odpadki. *Uradni list RS*, št. 21/2001.
- Osolnik, Maja. 2009. *Zadovoljstvo uporabnikov podjetja H. P. E., d. o. o.* Diplomsko delo, Univerza v Ljubljani, Fakulteta za družbene vede.
- Pernek, Franc. 1986. *Potrošnik in njegovo varstvo*. Maribor: Obzorja.
- Potočnik, Vekoslav. 2000. *Trženje storitev*. Ljubljana: Gospodarski vestnik.
- Snoj, Boris. 1998. *Management storitev*. Koper: Visoka šola za management.
- Žnidaršič, Janez, Silvo Seražin in Peter Polak. 1990. *Razumevanje kakovosti*. Ljubljana: Gospodarski vestnik.



## **PRILOGE**

Priloga 1 Vprašalnik



## VPRAŠALNIK

Spoštovani!

Moje ime je Jožica Rojc. Sem absolventka fakultete za management v Kopru. Ob zaključku študija pišem diplomsko nalogo z naslovom ZADOVOLJSTVO ODJEMALCEV KOMUNALNIH STORITEV (v občini Ilirska Bistrica). Na Vas se obračam z anketnim vprašalnikom, s katerim bom raziskala podatke, ki jih bom potrebovala za izdelavo diplomske naloge. Anketni vprašalnik je anonimen.

Za sodelovanje se Vam najlepše zahvaljujem.

---

Obkrožite stopnjo strinjanja oz. nestrinjanja s trditvijo, pri čemer pomeni: 1 – strinjam se; 2 – delno se strinjam; 3 – niti se strinjam niti se ne strinjam; 4 – delno se ne strinjam; 5 – ne strinjam se.

### I. OSKRBA S PITNO VODO

Seznanjen/a sem s kakovostjo pitne vode.	1	2	3	4	5
Voda iz javnega vodovodnega omrežja je primerna za pitje.	1	2	3	4	5
Ustrezno in pravočasno sem obveščen/a o okvarah ali poslabšanju kakovosti pitne vode.	1	2	3	4	5
Reševanje nepredvidenih dogodkov pri oskrbi s pitno vodo je dovolj hitro,	1	2	3	4	5

Kako ocenjujete lastnosti pitne vode iz vaše pipe? (Obkrožite!)

- a) zelo dobra
- b) dobra
- c) zadovoljiva
- d) slaba

### II. ODPADKI

O ločenem zbiranju odpadkov imam dovolj informacij,	1	2	3	4	5
Na razpolago je dovolj ekoloških otokov,	1	2	3	4	5
Kosovne in nevarne odpadke bi lahko odvažali večkrat letno,	1	2	3	4	5
Odvoz odpadkov je dobro organiziran,	1	2	3	4	5
Lokacije ekoloških otokov so dobro izbrane in dostopne,	1	2	3	4	5
Posode za ločene odpadke so dovolj velike in primerne posameznim odpadkom,	1	2	3	4	5

*Prilog 1*

Kako ravnate z odpadki, ki nastajajo v vašem gospodinjstvu? (Obkrožite!)

- a) ločujemo
- b) ne ločujemo
- c) delno ločujemo
- d) kurimo jih
- e) drugo; \_\_\_\_\_

Katere odpadke zbirate ločeno? (Obkrožite lahko več odgovorov.)

- a) ne ločujem
- b) vse
- c) biološke odpadke
- d) papir
- e) plastiko
- f) steklo
- g) pločevinke in sestavljeno embalažo
- h) nevarne odpadke

Če odpadkov ne ločujete, navedite razlog.

---

Če odpadkov ne ločujete, kako bi vas prepričali v ločeno zbiranje odpadkov?

---

Ocenite, kakšno je vaše mnenje o zaposlenih pri opravljanju svojega dela s področja komunalnih storitev. Ocena 1- pomeni zelo slabo, ocena 5- odlično. (Obkrožite!)

Strokovnost	1	2	3	4	5
Objektivnost	1	2	3	4	5
Vljudnost	1	2	3	4	5
Korektnost	1	2	3	4	5
Urejenost	1	2	3	4	5
Hitrost pri delu	1	2	3	4	5



Spodaj lahko vpišete vaše predloge za izboljšanje komunalnih storitev.

---

---

---

---

---

Spol:      M              Ž

Letnica rojstva: \_\_\_\_\_

Stopnja izobrazbe: \_\_\_\_\_