

Predgovor

Ekonomija usluga predstavlja najveće otkriće konca XX. veka i obeležiti će celokupni XXI vek. post-industrijske ekonomije. Rukopis koji imate u ruci nastavak je istraživanja započetih knjigom Ekonomija usluga i marketing usluga (knjiga 29) i čini celinu sa sledeće dve knjige, tj. Meniderski alati i instrumenti marketing miksa usluga i knjigom Marketing menadžment usluga. Knjige su namenjene studentima MM College, gde se smatraju doprinosom da se za potrebe razvoja ekonomije usluga otpočne izučavanjem ovog, do sada veoma zapuštenog naučnog područja.

Ekonomija usluga, kao što je to dokazano, ne samo što uvećava kvaliteta života čoveka, nego se, s obzirom na visoku radnu intenzivnost, radno sposobnom stanovništvu osigurava novo zapošljavanje. U tom smislu, društvena zajednica i ekonomija, koja ne osigurava rast i razvoj uslužne ekonomije, nije u mogućnosti da osigurava visoke stope privrednog rasta i da zapošljava sve veći broj radno sposobnog stanovništva, a što onda znači da nisu niti u stanju da osiguraju savremeni život i ukupni prosperitet celokupnom stanovništvu.

Sektor uslužne ekonomije se u nas do sada razmatrao izvan konteksta ekonomske efikasnosti i efektivnosti, a u praksi se dešavalo da se društveno zanemarenim sektorom usluga zanimaju ljudi koji ne poseduju formalno obrazovanje, s obzirom da nisu upoznati sa osnovnim teorijskim znanjima iz tog naučnog područja područja, a niti, što posebno treba naglasiti, kulturne osobine da služe. Služenje drugog se smatralo civilizacijski i ideologijski nazadnim, tj. kapitalističkim.

Danas, međutim, nije više moguće zamisliti tehnološki i ekonomski efikasan, socijalno i kulturološki savremen sistem, bez da nije razvijen sektor uslužne ekonomije sa implementacijom marketinga usluga. Moji dosadašnji naponi bili su usmereni prema kreiranju marketing literature koja bi doprinela operacionalizaciji naučnih metoda i tehnika u savremenu praksu.