

1. U V O D

Istorijski razvoj čovječanstva je podijeljen na tri epohe koje su usko vezane za način privređivanja. Agrarna epoha je karakterisana poljoprivredom i pratećim granama, industrijska epoha je karakterisana proizvodnjom roba široke potrošnje, a postindustrijska je karakterisana uslugama, obrazovanjem i informatikom.

Usluge u današnje vrijeme postaju nosilac privrednog razvoja i u fokusu su ekonomske aktivnosti društva. Od polovine prošlog vijeka usluge postaju sve dominantnije u privredama razvijenih društava i privrede razvijenih društava postaju sve više uslužne. To je posljedica razvoja čovječanstva koje u postindustrijskom periodu ima za cilj ostvarenje kvaliteta življenja koje je uslovljeno poboljšanjem usluga koje ga omogućavaju.

Usluge predstavljaju bitna sredstva koja omogućavaju zadovoljenje osnovnih potreba potrošača.

Na razvoj uslužne ekonomije najviše su uticali promjena životnog stila, promjena svijeta i promjena tehnologije. Promjena životnog stila koju karakteriše povećano bogatstvo, slobodno vrijeme, zaposlenost žena i sl. je uticala na razvoj usluga u poboljšanju životnog standarda, oplemenjavanju životne sredine, uljepšavanju okoline, putvanjima, olakšavanju vođenja domaćinstva, itd. Promjena svijeta koju karakteriše produžen životni vijek, veća kompleksnost življenja i ekološki pristup zaštite životne sredine i sl. je uticala na razvoj usluga u savjetovanju, obezbjeđenju humanog trećeg životnog doba, unajmljivanju usluga, itd. Promjene u tehnologiji, okarakterisane velikim brojem novih proizvoda i njihovom povećanom složenošću su uticale na povećanu tražnju usluga u održavanju, kompjuterizaciji, itd.

Usluga je čin koji obuhvata potrošača i njen kvalitet ocjenjuje potrošač, tako da se njihov odnos može smatrati interaktivnim.

Definicija usluge je kompilacija pojmova: proizvod određene aktivnosti, pružanje usluge i sistem isporuke usluge. Usluge su manje opipljive od proizvoda tako da se veća ocjena može davati na način pružanja usluge i sistem njene isporuke i tu je ključna razlika u odnosu na isporuku gotovih proizvoda, što znači da je veoma bitan odnos pružaoca usluga i njegov kontakt sa primaocem usluge. Ovaj pristup definiše ključnu ulogu pojma očekivanja potrošača koji je osnov ekonomije usluga. Potrošač od proizvoda očekuje tačno opisanu upotrebnu vrijednost, dok je to kod usluge mnogo delikatnije i diferenciranije. Značaj očekivanja potrošača se ogleda u tome da kvalitet predstavlja ocjenu u odnosu na neki interni standard, što predstavlja očekivani kvalitet usluge.

Utvrđivanje očekivanja potrošača je najbitniji faktor koji treba da ispuni davalac usluge ili uslužna organizacija. Uslužna organizacija mora predvidjeti i identifikovati sadržaj i oblik očekivanja potrošača, što je veoma složen i težak zadatak, pošto se moraju uobziriti raznoliki eksterni i interni uticaji. Očekivanja potrošača su, uglavnom, vezana za brzinu i kvalitet usluge. Kvalitetom isporuke usluge se ne mjeri samo njena vrijednost nego i odnos pružaoca usluge, gdje su veoma bitni pojmovi: razumijevanje, prijateljski i srdačan odnos, osjetljivost i pouzdanost. U najkraćem, očekivanja potrošača prilikom dobijanja usluge su: prilagođenost potrebama, brzina isporuke i srdačan odnos davaoca usluge.

Uslužne organizacije moraju sa novom filozofijom da pristupaju zadovoljenju potreba i očekivanju potrošača, vodeći računa o tome da potrošači imaju potrebu da se osjećaju sigurnim od raznih nepravdi, da imaju potrebu da se osjećaju poštovanim i pravilno tretiranim. Stare potrošače je potrebno raznim metodama držati uvažanim i poštovanim i posebno naglašavati zahvalnost za njihovu lojalnost za dugogodišnju konzumaciju usluge, a nove potrošače treba osvajati nudeći im sigurnost, samopoštovanje, kompetentnost i tako sticati njihovo povjerenje. Iz ovog odnosa proizilazi da samo interaktivan odnos davaoca usluge i primaoca usluge može dovesti do željenih rezultata, odnosno zadovoljenja potreba potrošača. Zbog toga je veoma bitno da se u svakoj uslužnoj organizaciji otvori prostor za reklamaciju, kako bi potrošač mogao da aktivno učestvuje u kreiranju usluge i tako sam doživi satisfakciju i ispuni svoja očekivanja.

Kvalitet usluge je u vezi sa kvalitetom proizvoda, ali nije prioritetan za ocjenu uslužne djelatnosti. Ustvari, kvalitet proizvoda se podrazumijeva, a kvalitet usluge je nešto više, to je stil i način davanja usluge koji zadovoljava očekivanja potrošača. Pod kvalitetom usluge se podrazumijevaju: pouzdanost da će usluga biti pružena tačno kako je obećana, spremnost osoblja da pruži uslugu, kompetentnost u vidu znanja pružanja usluga, kao i znanja o samom proizvodu koji je predmet pružanja usluge, pristupačnost u kontaktu sa potrošačima, ljubaznost sa respektom potrošača, komunikativnost u smislu pružanja potrebnih informacija, sigurnost da će usluga biti isporučena bez rizika, razumijevanje potreba potrošača, te ugled uslužne organizacije koji ulijeva povjerenje. Često je bitna i opipljivost sredstava kojima se vrši usluga, koja pojačava potrošačevu sigurnost u kvalitet usluge, ali je evidentno da na pružanje usluge i zadovoljstvo potrošača najveći uticaj ima osoblje koje pruža uslugu. Dakle, osoblje je najvažnija karika u pružanju usluge i od njega zavisi šta će poručiti i kako uvjeriti potrošača u kvalitet usluge.

Unaprijeđenje kvaliteta usluga se ostvaruje kroz komunikacioni i humani pristup, te pristup sistemima, standardima što se ostvaruje kroz uslužni menadžment. Komunikacioni pristup mora biti zastupljen kod svih zaposlenih u uslužnim djelatnostima. Upravljanje kvalitetom usluge treba da obezbijedi implementaciju uslužne

strategije kroz razvoj uslužnog koncepta, upravljanje očekivanjima potrošača, upravljanje rezultatima usluga, upravljanje internim marketingom, upravljanje fizičkim okruženjem i percepcijom potrošača.

Javna uslužna preduzeća, kao osnovna poluga funkcionalnosti državnih i lokalnih zajednica se, takođe, moraju prilagođavati novim trendovima poslovanja, upravljanja i odnosa prema potrošačima, odnosno korisnicima. Donedavno su ova preduzeća imala isključivi monopol u svakom pogledu i kao takva često postajala troma i nezainteresovana za kvalitet usluge prema potrošačima i korisnicima njihovih usluga. Međutim, kao posljedica sveukupnog razvoja i napretka, potrošači i korisnici javnih usluga više ne mogu biti zainteresovani za dobijanje usluge javnog preduzeća, a da ne učestvuju u kreiranju kvaliteta javne usluge. Procesi transformacije preduzeća iz državnog u neke oblike privatnog vlasništva su, takođe, nešto što neće mimoći i javna preduzeća i na taj način doprinijeti njihovom ekonomičnom poslovanju sa posebnom naglašenošću na kvalitet usluge i zadovoljenje potreba potrošača u kvalitativnom i kvantitativnim smislu.

Javna uslužna, komunalna preduzeća se moraju prilagoditi ekonomiji usluga i težiti da struktura organizacije bude (prema dr Stojanoviću – Ekonomija usluga) takva da u njoj budu ispunjeni sljedeći uslovi:

- iskazano liderstvo – originalno uslužno liderstvo na svim nivoima organizacije, što znači da je iskazana liderska volja da se sasluša i usmjeri komunikacija u organizaciji u oba smjera, da se investira u ljude, sisteme, obuku i isporuku usluge,
- viziju treba da kreiraju dokazani lideri, vizija treba da bude prepoznatljiva tako da utiče na zaposlene, da ih motiviše i daje snagu da isporučuju kvalitetnu komunalnu uslugu,
- uslužni koncept treba da bude dobro definisan, kao i sve aktivnosti koje potvrđuju imidž uslužne djelatnosti,
- preduzetnička kultura se stalno treba dopunjavati, oslanjati se na postignute rezultate i kontinuirano je poboljšavati uvođenjem raznih, novih inovacija,
- strategija mora biti jasno zacrtana i moraju biti postavljeni čvrsti planovi kako će uslužna organizacija ostvariti svoje ciljeve.

Ovo su osnovne karakteristike koje bi trebalo da obilježe svaku javnu uslužnu organizaciju, kao i svako javno komunalno preduzeće koje treba da potrošaču isporuči komunalnu uslugu. Da bi se postigli navedeni principi neophodno je kontinuirano vršiti sljedeće:

- odnos sa potrošačima mora biti interaktivan, sa prihvatanjem reklamacija i sugestija za poboljšanje pružanja usluge,
- kvalitet i kontinuitet usluge se u komunalnim djelatnostima mora podrazumijevati, ali potrošači mogu biti usluženi na povećanom nivou pružanja usluge, u smislu brze reakcije na rješavanje problema, ali i davanja određenih bonifikacija i uvažavanja potrošača,
- obezbjeđenje dugoročne veze sa potrošačima, uz učtivo prihvatanje njihovih sugestija, uz odgovaranje na sve sugestije, bilo da su ili nisu prihvaćene,
- jednak pristup korisniku usluge, davanje važnosti i malom i velikom korisniku usluge,
- posvećenost zaposlenih mora da bude dominantna, pošto uslugu isporučuju zaposleni, a od njihove motivacije, koja se ogleda u uključivanju u kreiranje usluge, zavisi i zadovoljstvo potrošača,

- za rezultate postignute unaprijeđenjem usluge, koja je nastala motivisanošću zaposlenih, obezbijediti priznanja i nagrade.

Uvođenje uslužne ekonomije u život i, uopšte, u privredu je doživjelo značajnu ekspanziju polovinom prošlog vijeka u ekonomijama razvijenih zemalja, u kojima čini i preko 50% nacionalne privrede, dok je na našim prostorima počelo značajnije učestvovati tek u postsocijalističkom dobu. Uslužna ekonomija se razvijala u privrednim djelatnostima brzo, pogotovo u oblasti tzv. male privrede i zanatstva, ali u javnim djelatnostima se tek odnedavno primjećuju određeni pomaci.

Javne uslužne djelatnosti karakteriše monopol u smislu da na teritoriji, uglavnom, postoji jedno javno preduzeće koje isporučuje jedinstvenu komunalnu uslugu. Monopol se uglavnom odražava na načinu i kvalitetu usluge, pošto nema konkurencije u drugom preduzeću koje bi isporučivalo istu vrstu usluge, tako da nema ni mogućnosti da se poredi kvalitet usluge. Iz tih razloga se dešava da je kvalitet usluge u nekim segmentima nezadovoljavajući, a korisnici, iako nezadovoljni, nisu u mogućnosti da je dobiju od drugog uslužnog preduzeća. U savremenom društvu je pojedine javne komunalne usluge moguće povjeriti više davalaca usluga i tako konkurencijom omogućiti bolji kvalitet usluga. Međutim, najveći dio javnih usluga se i u razvijenim zapadnim državama, kao i državama u tranziciji, povjerava javnim preduzećima na nivou države ili lokalne zajednice. Lokalna zajednica pružanje javnih usluga povjerava javnim komunalnim preduzećima.

Sama priroda pružanja javne komunalne usluge podrazumijeva razvijenu infrastrukturu koja je jedinstvena i nemoguće je uvoditi više pružaoca usluga. Infrastruktura grijanja je jedinstvena: izvor toplotne energije je, uglavnom jedan, toplovodi jedinstveni i na taj način je usluga grijanja isporučena korisniku jedinstvena. Infrastruktura vodosnabdijevanja je, takođe, jedinstvena: proizvodni kapaciteti za vodosnabdijevanje su jedinstveni, cjevovodi kojima se transportuje voda potrošačima su zajednički. Infrastruktura za odvođenje otpadnih voda je jedinstvena, infrastruktura za snabdijevanje električnom energijom je jedinstvena, infrastruktura željezničkog saobraćaja je jedinstvena itd. Druga je situacija sa održavanjem čistoće gradskih ulica, uklanjanem čvrstog otpada, održavanjem cvijetnih površina, zelenila, parkova, telekomunikacionih usluga, javnog drumskog saobraćaja, kao bitnih djelatnosti za odvijanje savremenog života stanovništva lokalne zajednice, koje služe za zadovoljenje njihovih potreba. Ove djelatnosti su podložne konkurenciji i lokalna zajednica ih može povjeriti javnom preduzeću, ali može odabrati i bilo koje preduzeće registrovano za tu djelatnost i tako konkurencijom potencijalnih pružaoca usluga dobiti najbolju uslugu na dobrobit svih stanovnika i tako dobiti zadovoljne sugrađane.

Javne usluge koje se ispostavljaju putem javnih preduzeća koja tehnološki i infrastrukturno ne mogu imati konkurenciju će biti predmet ovog rada. Monopol se ogleda u tome da se jedinstvenim sistemom usluge isporučuju korisnicima i potrošačima. Potrošači nisu u situaciji da biraju isporučiooca usluge i bez obzira na, eventualno, nezadovoljstvo ne mogu tražiti poboljšanje, jer nemaju mogućnost da odaberu drugog pružaoca usluga. Lokalna zajednica, takođe, ne može da značajnije utiče na pružanje usluge javnog komunalnog preduzeća. Ponekad lokalna zajednica, iako i sama u vidu administrativne službe služi za pružanje usluga korisnicima bez konkurencije, biva nezainteresovana za javno komunalno preduzeće, a samim tim i za korisnike javnih komunalnih usluga, odnosno za stanovništvo. Ovakav odnos je bio karakterističan za socijalističku eru društva, gdje je veoma mala briga bila za preduzeća koja se bave pružanjem javne komunalne usluge. Ne može se prenebregnuti činjenica da su u tom

periodu izgrađeni sistemi za pružanje javnih komunalnih usluga. Naime, kapitalni objekti i objekti infrastrukture su građeni iz sredstava države, lokalne zajednice i samodoprinosna građana. Infrastruktura i kapitalni objekti su građeni planski da bi se zadovoljile potrebe stanovništva, ali nakon izgradnje i predaje ovih objekata javnom komunalnom preduzeću na upravljanje i održavanje, briga lokalne zajednice za njima prestaje. Da bi se infrastruktura održavala, za što se ne može reći da javna komunalna preduzeća nisu željela, znala, umjela i imala adekvatne planove, trebalo je obezbijediti potrebna finansijska sredstva. Kvalitet usluge podrazumijeva kvalitet samog sistema infrastrukture, što, naravno, ima svoju cijenu za održavanje istog.

Javna komunalna usluga ima svoju cijenu po jedinici proizvoda, kao i svaki drugi proizvod i u nju treba da je uključen dio za održavanje, pored dijela koji se odnosi na energente, plate, amortizaciju i drugo. Za određivanje cijene komunalne usluge je nadležna lokalna zajednica ili država, zavisno o kojoj se usluzi radi. Dugogodišnji socijalistički i postsocijalistički pristup određivanju i odobravanju ekonomske, tržišne cijene komunalne usluge nije bio adekvatan. Ovdje je tradicionalno prisutan pristup zaštite socijalnog statusa građanina sa malom cijenom komunalne usluge. Na neki način je to predstavljalo i takozvanu zaštitu socijalnog mira stanovništva. Naravno da je ovakav pristup cijeni komunalnog proizvoda godinama generisan i kumulisan, tako da je, jednostavno, nemoguće odjednom uspostaviti ekonomsku cijenu komunalne usluge. To bi predstavljalo enorman skok cijena što bi, svakako, imalo kako materijalni udar na potrošača, tako i proizvelo psihološki i sociološki šok.

Nasuprot interesima lokalne zajednice i stanovništva za održavanjem socijalne cijene komunalnog proizvoda, u javnim komunalnim preduzećima se to odražavalo na poslovanje koje nije moglo biti ekonomično i rentabilno. Ovo je dovelo do svojevrsne letargije u samim javnim komunalnim preduzećima. Sa jedne strane ova preduzeća su bila zadovoljna ako su mogla poslovati po sistemu proste reprodukcije, odnosno da sa cijenom komunalne usluge uspijevaju servisirati troškove bez dobiti i razvojne komponente. Ovakav način poslovanja je mogao zadovoljavati zaposlene i korisnike javne komunalne usluge ukoliko su redovno isporučivane. Međutim, dugoročno gledano, ovakav način poslovanja nije omogućavao niti investiciono održavanje, niti razvoj, što se naknadno odražavalo na kvalitet usluge. Kada se govori o kvalitetu komunalne usluge, misli se na redovitost snabdijevanja i kvantitet usluge. Naime, ne bi trebalo da se sumnja u kvalitet samog proizvoda koji je kontrolisan po zakonskim normativima i standardima i samo se takav može isporučiti potrošaču i o to nije upitno kada se govori o kvalitetu usluge.

Istorijski gledano, svjedoci smo bili paradoksalne situacije, npr. u oblasti vodosnabdijevanja na teritoriji Republike Srpske, da je u vrijeme ratnih dešavanja, kada je sva ekonomija bila upitna i u kolapsu, ova komunalna usluga bila uredno isporučivana. Međutim, nakon toga perioda, za koji je karakteristično da se nije ulagalo u održavanje sistema, došlo je do masovne pojave redukcija u pružanju usluga, što se može nazvati nekvalitetnom isporukom usluge, čak i u sistemima koji nisu bili rušeni u vrijeme ratnih dejstava.

U poratnom periodu u poboljšanje kvaliteta komunalnih usluga uložena su značajna donatorska sredstva. Revitalizovani su sistemi vodosnabdijevanja, snabdijevanja toplotnom energijom, održavanja čistoće javnih površina, odvoza čvrstog otpada. Značajni su bili i projekti institucionalnog jačanja javnog komunalnog sektora karakteristični za zemlje u tranziciji. Osnovni postulat i cilj je: stvoriti samoodrživo javno komunalno preduzeće koje svojim radom obezbijeduje kvalitetnu komunalnu

uslugu potrošaču i ulaže u vlastiti razvoj i održavanje postojećeg sistema. To je naravno, praćeno sa obaveznim pristupom utvrđivanja ekonomske cijene proizvoda, što, nažalost, niti u jednoj sferi nije postignuto, odnosno utvrđena je ekonomska cijena proizvoda, ali nije došlo do njene primjene. Već je ranije naglašeno da je u socijalističkom periodu neekonomska cijena komunalne usluge služila za zaštitu statusa potrošača, ali je sa tom praksom nastavljeno i u sadašnjim političkim okvirima, odnosno neadekvatnom cijenom komunalne usluge se štiti socijalni status i socijalni mir potrošača, pošto se radi o kompletnoj populaciji grada na lokalnom ili populaciji države na državnom nivou. Ovakav pristup bi ponovo mogao dovesti do teškog materijalnog statusa javnih komunalnih preduzeća, pošto svi ulazni troškovi imaju ekonomsku cijenu, a izlazni proizvod nema. Stagnacija u praćenju rasta ulaznih troškova može ponovno dovesti do smanjenja kvaliteta javne komunalne usluge, odnosno do redukcije u njenoj isporuci. Nerijetko se dešavaju ovakvi poremećaji i određenim javnim komunalnim preduzećima se interventno pomaže iz budžeta lokalne zajednice ili države da se prevaziđu problemi, međutim ovakav pristup je trenutno, jednokratno i nema dugoročan kvalitet niti za preduzeće, niti za isporuku javne komunalne usluge.

Odnos lokalna zajednica i javno komunalno preduzeće, koje je uvijek bilo niskoakumulativno, se odražava i na kadrovske popunjavanje, odnosno, donedavno su javna komunalna preduzeća u svojim redovima imala veoma mali broj visokoobrazovanih kadrova u svojoj sredini, a poznato je da samo stručni kadrovi, uz materijalno tehnička sredstva donose progres. U poslijeratnom periodu, kadrovska slika se donekle mijenja, ali se ne može sa sigurnošću reći da je to zbog prijemčivosti koju pruža javno komunalno preduzeće, nego da je rezultat opšteg stanja privrede, odnosno opšte nezaposlenosti.

Pravni okvir javnih komunalnih preduzeća, takođe, nije u potpunosti definisan. Predratno društveno preduzeće postaje državno, vrši se djelomična privatizacija i od skora je u primjeni Zakon o prenosu vlasništva i nadležnosti sa državne na zajednicu lokalne samouprave. U ovom periodu preplitanja i neusaglašenosti ingerencija zakona o javnim preduzećima, o komunalnim djelatnostima, o privrednim društvima, o uređenju prostora, o vodama i svih zakona koji regulišu računovodstvene standarde, dosta je teško i u pravnom smislu organizovati javno komunalno preduzeće. Primjera radi, jedno javno komunalno preduzeće iz oblasti vodosnabdijevanja je dijelom u resoru Ministarstva za poljoprivredu, šumarstvo i vodoprivredu, dijelom je u resoru Ministarstva za prostorno uređenje, građevinarstvo i ekologiju, što za posljedicu ima miješanje kompetencija i nejasan pravni okvir.

Ovo su teškoće, koje će se vremenom iskristalisati i urediti, moraju se prevazići, pošto ne staje životni period javnih komunalnih preduzeća, odnosno i u ovim turbulentnim vremenima se mora trajno isporučivati kvalitetna javna usluga.

Svi naprijed navedeni problemi su vanjski problemi od kojih u mnogome zavisi poslovanje jednog javnog preduzeća, odnosno isporuka kvalitetne komunalne usluge. Za očekivati je da će se problemi sukcesivno rješavati, prvenstveno zakonska regulativa koja reguliše ovu veoma značajnu djelatnost za najširu populaciju, zatim ekonomska regulativa u smislu davanja saglasnosti na ekonomsku cijenu komunalne usluge, te socijalni status potrošača, kao i ekonomski prosperitet države.

Komunalna javna preduzeća bi trebalo da preduzmu unutrašnje mjere transformacije, kako bi postala moderna preduzeća, koja mogu biti konkurentna. Budućnost opstanka i kvalitetnog poslovanja javnog sektora leži u transformaciji iznutra, odnosno potpuno novim načinom poslovanja, koje je moguće uz korištenje mogućih

elemenata preduzetništva, u prvom redu promjene načina dosadašnjeg razmišljanja, kao i izvana, što podrazumijeva i promjenu odnosa osnivača, države ili lokalne zajednice, te aktivno učešće korisnika javne usluge. Duh preduzetništva, kao filozofija u podsticanju individualne i kolektivne pogodne, prijemčive poslovne filozofije, koja kao preduslov ima uvođenje novih tehnologija sa snažnim osloncem na znanje, kreativnost i inovacije, je izazov i za javna preduzeća. Dosada, monopolistička, u smislu jedinstvenog tržišta i brige državne i lokalne zajednice, koja se temelji na njihovom dobrom funkcionisanju, javna preduzeća se moraju transformisati i prihvatiti novu filozofiju, filozofiju preduzetničkog duha. Razvoj tehnologije nameće uvođenje preduzetničkog znanja u proizvodni proces, uvođenje inovacija, kako u proizvodni proces, tako i u odnose sa potrošačima, uvođenje informacionih tehnologija, kako za samo poslovanje, tako i za dostupnost informacija potrošačima.

Inovacija, kao temeljni pojam preduzetništva, u svim njegovim teorijama, potrebna je javnom sektoru da bi postao transparentan ostalim privrednim i neprivrednim djelatnostima. U uhodanim tehnologijama proizvodnog procesa u javnom sektoru se čini da je teže pronaći i primjeniti inovaciju ili inovacijom pokriti cjelokupan proizvodni proces, ali treba iznalaziti mogućnosti za uvođenje inovacija u nekim fazama i dijelovima proizvodnog procesa. Nove tehnologije i now know znanja uvedene u neke segmente kompletnog procesa mogu bitno uticati na poboljšanje tehnološkog procesa koje će donijeti uštede, povećati produktivnost, efikasnost i efektivnost preduzeća. U vođenju investicija, koje su u javnom sektoru prioritet, takođe se mogu primjenjivati novi pristupi i nova znanja, uvođenjem svježije finansijske moći privatnog sektora i tako uvoditi elemente preduzetništva u investicije.

Svaki pomak u odnosu sa potrošačima, u smislu njihovog uključivanja u kreaciju usluge se može smatrati preduzetničkim. Već je kazano da je zadovoljan potrošač glavni cilj uslužne ekonomije, tako da sve promjene i inovacije, u smislu povećanog zadovoljstva potrošača, možda neće dati ekonomski rezultat odmah, ali u konačnom će sigurno dati doprinos, jer animacija potrošača i njegovo učešće u kreiranju usluge će dati rezultat u smislu redovitog plaćanja ili štednje potrošnje komunalnog proizvoda, a time i energenata koji se koriste u proizvodnom procesu i tako na kraju dovesti do ekonomskog rezultata. Javni sektor i javna komunalna preduzeća u svom poslovanju u socijalističkoj ekonomiji nisu koristila marketinški miks, jer se smatralo da nema potrebe reklamirati komunalni proizvod. U javnim komunalnim uslugama nije potrebna reklama samog proizvoda, ali je neophodno koristiti elemente marketinga u isporuci usluge i u odnosu sa potrošačima.

Informacione tehnologije su temelj informacionog društva 21. vijeka i treba da nađu veliku primjenu u javnom sektoru. Prvenstveno su potrebne javnom komunalnom preduzeću u pogledu automatizacije upravljanja, čime se smanjuju troškovi proizvodnje. Takođe je potrebno imati skup relevantnih podataka o sistemu za dobro planiranje razvoja. Podaci o infrastrukturi su dugo bili nepouzdana i nesigurni, a nove informacione tehnologije omogućavaju sistematizovanje i pretraživanje podataka za razne potrebe. Naravno, za ovo je potrebno prethodno prikupiti podatke sa terena i uspostaviti baze podataka, što je dugotrajan proces koji iziskuje mnogo truda i fizičkog rada. Podaci o infrastrukturi sa informaciono tehničkom podrškom su od velike koristi samom javnom komunalnom preduzeću, ostalim komunalnim preduzećima, kao i planerima razvoja lokalne zajednice i države, jer se svi planovi baziraju na dobrim i tačnim podacima. Uvođenje informacionih tehnologija u javna komunalna preduzeća i javni sektor se može smatrati vizionarskim i preduzetničkim poslom.

Da bi se uvodile inovacije, preduzetničke politike i preduzetničke prakse u javna komunalna preduzeća i javni sektor, u njima moraju biti ispunjeni svi vidovi i norme koje karakterišu funkcionalni javni menadžment. To znači: 1) da organizacija treba da bude dobro postavljena; 2) da se, na bazi analiza snaga, slabosti, prednosti i rizika stvori jasna vizija; 3) da se utvrde planovi, strategije i ciljevi od najvišeg do najnižeg reda; 4) da se izvrši adekvatno kadrovsko popunjavanje; 5) da se vrši permanentna kontrola, te 6) da vođenje javnog komunalnog preduzeća i javnog sektora bude lidersko, da zaposleni budu odani i posvećeni, jer su oni kontakt sa potrošačima i od njih zavisi zadovoljstvo potrošača. Kako su modernizacija i vođenje javnog sektora dugo bilo rutinski i neinventivni, preporučuje se korištenje banchmarkinga kvaliteta, odnosno učenje od onih koji to već znaju, da bi i oni postali učitelji.

Svi elementi rada su usmjereni na značaj preduzetništva u smislu unaprijeđenja znanja u uvođenju novih tehnologija, unaprijeđenja vještina i kreativnosti za uvođenje promjena u javnim preduzećima, koje za cilj imaju povećanje efikasnosti i efektivnosti samog preduzeća i zadovoljenje potrošača javnom uslugom ili proizvodom koje mu pružaju. Cilj svih mjera je stvoriti moderno preduzeće javnog sektora koje će biti samoodrživo i kao takvo donositi korist i sebi i zajednici, te da preduzeće bude transparentno i na usluzi korisniku na način da on bude zadovoljan.