

# Predgovor

Na početku želim da kažem da sam prilikom pisanja ove knjige imao u rukama najveći broj savremene literature iz područja međunarodnog marketinga, uključujući i veoma dobre knjige na srpskom (prof. dr Mile Jovića), hrvatskom (prof. dr Joze Previšića) i slovenskom jeziku (prof. dr Milana Juršea, ali, svestan stanja u kojem se našla naša ekonomija (da se mora poći ponovno od reindustrijalizacije, reinženjeringa i tržišnog pozicioniranja - repozicioniranja), nisam bio spreman prihvatiti preporuke o globalnom tržištu, masovnoj proizvodnji, masovnoj potrošnji, masovnom marketingu i masovnoj propagandi, tako da je najpre nastao rukopis Izvozno poslovanje, koji je u kasnijim izdanjima preimenovan na Izvozni marketing.

Rukopis je nastao pri punoj spoznaji da naša privreda, naši preduzetnici-početnici sa tek osnovanim malim i srednjim preduzećima, i naši menadžeri bez međunarodnog iskustva i poslovnih veza u inostranstvu, sa finansijama koje su se našle u inostranim rukama, jednostavno nije sposobna da se suprostavi agresivnom marketingu transnacionalnih kompanija, koje danas posluju primenjujući globalni marketing i metodom rasta kompanije prema kriterijima tzv. transakcionih troškova. Knjiga Izvozno poslovanje ima svrhu da pre svega doprinese obnovi poslovanja na domaćem tržištu i obnovi poslovnih veza na nama bliskim tržištima, na kojima smo bili preko 70 godina.

Iluzije da ćemo mi, prema preporukama savetnika za tranzicijske zemlje Međunarodnog monetarnog fonda, Svetske banke, Svetske trgovinske organizacije i međunarodnih posmatrača (gubernatora), ako razvijemo mnoštvo porodičnih, malih i srednjih preduzeća, već koliko sutra postati međunarodno konkurentni, svakim danom, prema pokazatelju spoljne zaduženosti i deficitu platne bilance, postaje potpuna utopija. Realno je da porodična, mala i srednja preduzeća, usvajajući savremene metode i tehnike poslovanja najpre osvoje domaće tržište, a potom otpočnu i primenu savremenih metoda i tehnika Izvoznog poslovanja, osmisle optimalni model ulaska na nama bliske zemlje i njihova tržišta. Realno je to, jer su južno-slovenski narodi umorni od rezultata Miloševićeve antibirokratske revolucije, Tuđmanovog ustašoidnog hrvatstva (Kučavovog ekskluzivističkog nacionalizma, Slovenci su sada Evropska unija, pa bi nas kao što i njih interesuje naše otvoreno tržište, tako i nas treba da interesuje otvoreno tržište Slovenije, a ako ono to ne bude, onda treba da se uvedu protekcionističke mere sa ciljem zaštite sopstvenih nacionalnih interesa) i Izetbegovićevog islamističkog fundamentalizma, budući će obnavljanje međusobnih ekonomskih odnosa doprineti sopstvenom održivom razvoju i rastu baziranom na opstojnosti. Ovo nije nikakav vapaj za obnovu Jugoslavije, nego samo pledoaje za podršku nekoj vrsti unije za spas i opstojnost (bez pretenzija da se stovi politička podloga za neku buduću državu) koja neće ugroziti niti jednu od balkanskih nacija, bez posebne saglasnosti Evrope i sveta.