

# Nyílt levél Rekettye Gábornak



**Kedves Gábor!**

Engedje meg, hogy utólag is nagy tisztelettel gratuláljak akadémiai nagydoktori címéhez. Véleményem szerint a tudomány doktorának lenni nagy személyes siker, főleg ebben az új rendszerben. Az pedig különösen emeli ennek rangját a szememben, hogy Ön az első, aki marketing témában érdemelte ki az elismerést. Meglátásom szerint ez a szakma számára is fontos tény, amire mindahányan büszkék lehetünk. Éppen ezért arra gondoltam, hogy jelen számunkban külön fejezetet szentelnék a tudomány és a gyakorlat viszonyának, kiemelten kezelve az Ön munkásságát és a székfoglalóját, azaz terjedelmi okokból annak kivonatát.

Értékes és izgalmas akadémiai „bevezetőnk” után a Marketing & Menedzsment 200/2-es lapszáma a KKV Menedzsment fókuszrovatban a hazai kis- és középvállalkozások (KKV) lehetőségeit, legfontosabb kihívásait és a jövő várható eredményeit vizsgálja. Az összegyűjtött egyaránt elméleti és gyakorlati írások kiemelt fontossággal bírnak, főleg hogyha számba vesszük, hogy Berényi László és Heidrich Balázs (ld. Párduc vagy elefánt?) szavaival élve: „a vállalat-gazdaságtan, de különösen a menedzsment területén rendelkezésünkre álló ismeretanyag, jellemzően nem a kisvállalati szféra sajátos igényeit elégíti ki. A kisvállalatok sajátosságai, számukra releváns gazdálkodási eszköztárat kívánnak meg. E megoldások kidolgozásának jelentős gátja azonban, hogy viszonylag kevés időszzerű, gyakorlatban is hasznosítható alapozó ismeret áll rendelkezésünkre működésükről. Holott a kisvállalatok a gazdasági élet szerves részei. Magas részarányukkal és az általuk folytatott tevékenységek széles körével a gazdaság dinamikáját és rugalmasságát biztosítják”.

A KKV fókuszrovatban szereplő cikkek többféle megközelítésből igyekeznek a fentiekben említett hiányosságokat pótolni, a vezetési technikák, a méretből származó adottságok, lehetőségek és korlátok mellett, előkerülnek a marketing, az értékesítés és az innováció témakörei is.

Végezetül engedjék meg, hogy a szakma és szerkesztőségünk nevében is jó egészséget kívánjak a 80 éves Tomcsányi Pál professzornak, agrármarketing kutató, címzetes egyetemi tanárnak, a Magyar Tudományos Akadémia Marketing Bizottsága elnökének, akinek nem kevesebbet köszönhet a magyar marketingtudomány, mint az alapok lerakását. Ajánlom figyelmükbe a professzor tiszteletére, születésnapja alkalmából megjelent kötetet, a marketingelmélet szakirodalmát és gyakorlati tudnivalóit tartalmazó angol-magyar nyelvű tanulmánygyűjteményt, *Marketing elmélet a gyakorlatban* címmel, Berács József, Lehota József, Piskóti István és Rekettye Gábor szerkesztésében.