

A szerkesztőbizottság elnökének üzenete

Nagy öröm számomra, hogy olyan kezdeményezés indítását jelenthetem be, amely több szempontból is úttörő jellegű vállalkozás a tudomány és a gyakorlat együttműködésében. A Marketing & Menedzsment című szakmai-tudományos folyóirat megjelenetésére

- egy egyetemi kar, a Janus Pannonius Tudományegyetem Közgazdaságtudományi Kara és
- egy profitorientált gazdasági társaság, a Marketing Centrum/Országos Piackutató Intézet

közösen vállalkozik. Azzal a céllal, hogy egy olyan szakmai fórumot hozzon létre, amely hozzájárul a magyar menedzsment gyakorlat fejlesztéséhez és egyidejűleg publikációs lehetőséget biztosít az egyetemi oktatóknak, kutatóknak és a menedzsment szakma hazai és nemzetközi kiválóságainak.

Úgy gondolom, hogy az új folyóirat mindkét fél – a gazdasági felsőoktatás és kutatás, valamint a vállalati gyakorlat – számára komoly lehetőségeket kínál. Gazdasági felsőoktatásunkat meghatározó jellegű minőségi és mennyiségi változások jellemzik. A tudományos életnek ez a területe az, amelyet a piacgazdaságba történő átmenet talán a leginkább érintett. A magyar gazdaság a liberalizáció előrehaladtával, a gazdasági társaságok számának növekedésével és a piaci verseny kibontakozásával párhuzamosan, folyamatosan nagy keresletet támaszt a modern ismeretekkel rendelkező és a nemzetközi szinten is helytállni képes szakemberek iránt. Változott az oktatás struktúrája és előtérbe kerültek a korszerű menedzsment diszciplínák. A Marketing & Menedzsment elsőrendű fóruma, s mint ilyen, messzemenően segítheti a felsőfokú szakemberképzést. Profitálhat tehát ebből az oktatás és a kutatás is, de a szakmai gyakorlat is. A két terület egymásrautaltsága kölcsönös. A legfejlettebb országok gyakorlata is igazolja azt, hogy a gazdasági felsőoktatás csak akkor lehet hatékony, ha messzemenően épít az üzleti élettel fenntartott szoros együttműködésre és viszont: azok a gazdasági szervezetek a legsikeresebbek, amelyek napi gyakorlatukban alkalmazzák a korszerű ismereteket, módszereket.

Nos, a Marketing & Menedzsment folyóirat ezt a kölcsönös egymásraépülést kívánja elősegíteni. A szerkesztőbizottság nem titkolt elképzelése az, hogy a Marketing & Menedzsment folyóiratot a Harvard Business Review mintájára kívánja előállítani. Olyan tudományos folyóiratról van tehát szó, amely egyidejűleg gyakorlati is. Nem napi üzleti híreket kíván megjelentetni, erre sok egyéb sajtóorgánus szakosodott. Olyan tudományos eredményeket, szakmai újdonságokat, módszereket kíván közzétenni, amelyek a gyakorlat általánosításai s mint ilyenek, az üzleti életben széles körben hasznosíthatók.

Úgy gondolom, hogy a Marketing & Menedzsment ezzel a célkitűzésével valóban hézagpótló szerepet



fog betölteni a szakmai irodalomban. A lap másik fő célkitűzése az, hogy fokozottabb mértékben kíván bekapcsolódni a menedzsment szakma nemzetközi vérkeringésébe. Tenni kívánja ezt azzal, hogy külföldi szerzőket hív meg és a lapban az angol nyelvű fordításoknak (és esetenként az eredeti cikk teljes mértékben angol nyelvű megjelenítésének) nagy teret szán. Úgy gondoljuk, hogy a globalizálódás e területen is vissza nem fordítható folyamat. Amíg számunkra nyilvánvalóan fontos a külföldi tudás megismerése, ugyanúgy – hisszük azt –, hogy a magyar gyakorlat is érdeklődésre tart számot a világ más részein is.

A Marketing & Menedzsment nem előzmények nélküli lap. Közvetlen elődje a MARKETING (korábban a Marketing Piackutatás) immár 28 éven keresztül volt a piacorientált gondolkodás élenjáró hazai szövegíróje. A Marketing & Menedzsment építeni kíván ezekre a hagyományokra. Profilját most a menedzsment irányában bővítjük, mert úgy gondoljuk, hogy gazdasági társaságaink csak akkor lehetnek sikeresek, ha a menedzsment mindegyik területét – a marketing mellett a pénzügyeket, az emberi erőforrásokkal való gazdálkodást, a vállalati menedzsmentet, a tervezést és a stratégiaépítést – egyaránt korszerű szemléletben művelik. Hiszük azt, hogy ezzel a profilbővítéssel, ezzel a megújulással a lap továbbra is a korszerű piaci szemlélet terjesztésének élvonalában marad és az olvasók igényeit a korábbiaknál még jobban lesz képes kielégíteni.

A fenti elgondolások jegyében állítottuk össze a lap szerkesztőbizottságát is. Ebben helyet kaptak az élenjáró külföldi tudósok mellett a menedzsment tudomány és a menedzsment gyakorlat hazai kiválóságai is. Mindannyian nagy lelkesedéssel vállaltuk, hogy a lap korszerűsítésében, színvonalának további emelésében részt veszünk. Hiszük, hogy törekvéseink találkozni fognak az olvasók elvárásainak. És ha ez így lesz, akkor munkánk nem lesz hiábavaló.

Rekettye Gábor

*A Janus Pannonius Tudományegyetem
Közgazdaságtudományi Karának dékánja*