

ELŐSZÓ

A Debreceni Egyetem, a Pécsi Tudományegyetem, valamint a Széchenyi István Egyetem munkatársai például együttműködést alakítottak ki a „Sport-, Rekreációs- és Egészséggazdasági Kooperációs Kutatóhálózat létrehozása” című európai uniós projekt megvalósítása során. E széleskörű projekt szakmai célja a hazai kutatói kapacitások hálózatba történő összekapcsolása a sport- és egészséggazdasági kutatásokban, fiatal kutatók bevonása a kutatási feladatokba, az eredmények széleskörű nemzetközi megismertetése, a hazai sport- és egészséggazdasági kutatások terén nemzetközi hálózatokhoz való csatlakozás, valamint a nemzetközi kutatási programokban való aktív részvétel előkészítése. A program szakmai alapját az egyéni egészség-kép, az erre egyéni és társadalmi szinten ráépülő egészségmagatartás, illetve az ezt kiszolgáló egészséggazdaság adja. Fő fókuszterületei az aktív testmozgás, a wellness, fitnessz és spa, az élelmiszerek, valamint a herbáriumok és étrend-kiegészítők. A programban együttműködő partnerek tevékenységeiket alapvetően két területre koncentrálnak, az egészséget pozitívan befolyásoló piacok fogyasztástervezetének kutatására (Fogyasztási vizsgálatok munkacsoport), illetve a kínálati oldal jellemzőinek elemzésére (Szervezeti vizsgálatok munkacsoport).

A Debreceni Egyetem Gazdaságtudományi Kar Marketing és Kereskedelem Intézete aktív szerepvállalásra törekszik a tudományos életben mind publikációs teljesítményével, mind a rendezvényeken, konferenciákon való részvételével, illetve azok megszervezésével, lebonyolításával. Az Intézet gondozza a Táplálkozásmarketing című lektorált tudományos folyóiratot, illetve minden évben megrendezi a Nemzetközi Táplálkozásmarketing Konferenciát. A Marketing és Kereskedelem Intézet kutatási profilja számos elemében jól illeszkedik a projekt fő fókuszterületeihez, melyek közül munkatársaink felelnek az élelmiszerekkel, a gyógynövényekkel és az étrend-kiegészítőkkel kapcsolatos fogyasztómagatartás-kutatásokért és az eredmények szakmai népszerűsítéséért.

A projekt tematikájának, illetve az Intézet kutatási profiljának összhangját a Marketing & Menedzsment folyóirat jelen különszámában publikált folyóirat-közlemények témakörei is jól tükrözik. A fő kapcsolat az egyes közlemények tartalmában a táplálkozás és az egészség fogyasztó-centrikus megközelítése, amit kiegészít az élelmiszervásárlói magatartás elemzése és ehhez kapcsolódóan az in-store marketing innovációinak szerepe a vásárlói élmény megteremtésében.

Szeretném megragadni az alkalmat, hogy megköszönjem a Marketing & Menedzsment című folyóirat szerkesztőinek áldozatos munkáját és erőfeszítését a kéziratok gondozásában, illetve hasznos tanácsaikat a közlemények végső formába öntésében. A Szerzők bízhatnak abban, hogy a különszám időszerűsége és szakmai megközelítése elnyeri majd az olvasók tetszését és egyúttal hasznos információkkal szolgál az érdeklődő szakemberek számára.

Dr. Szakály Zoltán
egyetemi tanár, intézetigazgató
Debreceni Egyetem
Debrecen-Pécs, 2020. április 21.