

Megemlékezés

Fojtik János (1953-2022)

A Pécsi Tudományegyetem Közgazdaságtudományi Kara rövid gyászjelentésben tudatta az év szeptemberében, hogy Fojtik János, a Karon 40 éven keresztül oktató kollégánk távozott az élők sorából. Mindig lesújtó hír hallani azt, hogy valaki eltávozott közülünk, különösen akkor, ha olyan emberről van szó, akit szerettünk, és akihez sok szállal kötődtünk.

Fojtik János immár a második — Zeller Gyula professzor után —, aki távozott a magyar marketingszakmában a 20. század utolsó évtizedeiben nagyon előkelő helyet kivívott pécsi marketingiskola tagjai közül.

Már előre is elnézést kérek a Tisztelt Olvasótól, ha megemlékezésemet túlzottan személyes jellegűnek tartja. De nem tehetek mást: János hallgatóm volt, majd pedig közvetlen munkatársam, sőt barátom lett, akivel nagyon sokat dolgoztunk együtt és publikáltunk közösen.

Kezdjük az elején! János egyik kedvenc hallgatóm volt. Neki nagyon tetszettek azok a külkereskedelmi témák, amelyeket akkor én oktattam, és ennek révén közel kerültünk egymáshoz. 1974-ben – több más hallgatóval együtt – az én vezetésem mellett szakmai gyakorlaton volt Leningrádban, ahol sokat segített nekem (pl. tolmácsolt) és sok közös élményünk volt. Az 1975-ös végzés után az én korábbi munkahelyemre került a Kesztyűgyárban. Itt nagyon gyorsan kiderült, hogy János nem a gyakorlati embere, sokkal inkább vonzódott az elméleti munkához. Ezért kevesebb, mint egy év múlva visszahívtam az egyetemre, ahol elkezdtük a közös munkát és már az első években több publikációt jelentettünk meg.

1978-ban én a Tannimpex külkereskedelmi vállalathoz, majd 1984-ben 5 évre Tokióba mentem. Kapcsolatunk azonban akkor sem szakadt meg. János többször megkeresett Budapesten és Orosdy Bélával együtt bevont a tanszéki kutatásokba, és így közös publikációs tevékenységünket folytattuk. Még a Külkereskedelmi Főiskola által kiadott tankönyvbe is írtunk közös fejezeteket. Tokióban arra emlékszem, hogy levelet kaptam tőle, amiben arról tájékoztatót, hogy megkezdte kandidátusi értekezésének írását és ki is jelölte magának a védés időpontját. Nos, ez – különböző családi és egészségügyi gondok miatt – jelentősen eltolódott és csak több, mint két évtized után, 2009-ben védte meg a PhD disszertációját.

Hazatérésem után közös munkánkat még intenzívebben folytattuk. Megírtuk a Nemzetközi marketing című tankönyvünket, ami ezen a területen egyértelműen a magyar marketingszakma vezető könyve lett, a legtöbb egyetemen és főiskolán évekig ez volt a kötelező irodalom. Ezt bizonyítja a könyv többszöri kiadása, valamint az erre kapott több, mint száz hivatkozás. 2009-ben abbahagytam tanszékvezetői tevékenységemet és helyemet János vette át. A tanszéket két cikluson keresztül vezette.

Ha Fojtik János kutatói és oktatói tevékenységét értékelem kell, akkor három területet emelnék ki.

Az első a mély elméleti tudás, a hazai és a nemzetközi szakirodalom egészen kitűnő ismerete. Ő volt az a tanszéken, aki bármilyen elméleti kérdés tekintetében otthon volt és a hallgatóknak, valamint a kollégáknak is azonnal meg tudta mondani, hogy a felmerült elméleti kérdésben ki mit írt a hazai és a nemzetközi szakirodalomban. Ehhez angol tudását is csiszolnia kellett, amit szorgalmasan meg is tett, olyannyira, hogy az angol programon is oktatni volt képes, sőt 2005-ben ő lett az angol programon az év oktatója. Cikkeinek zömét a marketingelmélet vitás területeiről írta. Legfontosabb publikációjának én a Veres Zoltánnal közösen írt – a marketing elméleti kérdéseivel foglalkozó - könyvet tartom (A nagy túlélő – időutazás a marketingben, Akadémiai Kiadó, Budapest 2012).

A második fontos erényének a nyelvi igényességet és az ezzel kapcsolatos segítőkészségét tartom. Ez vonatkozik mind a magyar, mind az angol nyelvre. Pontosan ismerte a nyelvtani szabályokat, ezeket igyekezett betartani és betartatni mind a hallgatókkal, mind az oktatókkal. Segítőkészségét mi sem bizonyítja jobban, mint az, hogy képes volt a kollégák írásait részletesen lektorálni, sokszor annak árán is, hogy saját

munkáját háttérbe szorította. Nekem is sokat segített a kandidátusi és az akadémiai doktori értekezésem írásakor, sőt még több könyvem esetében is. És ennek a nyelvi igényességnek köszönhetjük azt, hogy a szakma két legismertebb nemzetközi könyvének magyar fordítását mi ketten ellenőriztük és csináltuk is részben (Peter Doyle: *Értékvezérelt marketing*, Panem Kiadó – John Wiley & Sons, 2002 és Philip Kotler és Kevin L. Keller: *Marketingmenedzsment*, Akadémiai Kiadó, 2012).

A harmadik kimagasló képessége a szerkesztés volt. Nagyon sok konferenciakötetet, a Kar évfordulós kiadványait és egy sor tankönyvet szerkesztett. Nekem persze a legkedvesebb az, amelyiket 70. születésnapomra készített (Elméleti igényességgel – a gyakorlat igényei szerint, PTE KTK, 2014). Nem véletlen, hogy János hosszú ideig volt a Marketing és Menedzsment lap szerkesztője/főszerkesztője. Ezzel nagymértékben hozzájárult a lap és ezzel együtt a Kar imázsának emelkedéséhez.

Fojtik János munkásságát az egész magyar marketingszakma elismerte és értékelt. Távozása nagy űrt hagy maga után.

Pécs, 2022. október

Dr. Rekettye Gábor
Professor Emeritus
Az MTA doktora
Pécsi Tudományegyetem