

Köszöntés

E folyóirat szerkesztőbizottságának elnöke júliusban töltötte be a 70. életévét. Ez az első megjelenő számunk azóta, ez kínálja tehát az első lehetőséget, hogy gratuláljunk hozzá, amit ezennel meg is teszünk: szívből gratulálunk a szép kor eléréséhez.

Azok kedvéért, akik – már csak koruk miatt sem – nem lehettek részei, és nem is ismerői az ünnepelt pályájának, szeretném nagy vonalakban felvázolni azt a pályaképet, ami valóban érdemessé teszi az ünnepeltet a nyilvános köszöntésre.

Reketye Gábor 1944. július 12-én született a Baranya megyei Villányban. Miután elvégezte a pécsi Leöwey Klára Gimnázium akkor induló német nyelvű képzési programját, felvették az akkor Marx Károly nevét viselő közgazdaságtudományi egyetem külgazdasági szakára, ahol 1967-ben szerzett diplomát. Az első évtizedekben valahogy úgy alakult, hogy a gyakorlati tapasztalásra és az elmélet iránti attitűd kifejlesztésére egyaránt módja volt. Szakmai pályafutását a Pécsi Kesztyűgyár értékesítési osztályvezetőjeként kezdte (közben, 1972-ben megszerezte az egyetemi doktori címet), majd 1973-tól ezt cserélte első ízben egyetemi állásra: 1973-tól az MKKE Pécsi Kihelyezett Nappali Tagozatán adjunktusként dolgozott. Ennek a periódusnak a legfontosabb eredménye az Akadémiai nivódíj, amit a Termelővállalatok értékesítési politikája című, 1977-ben megjelent (az abban az időszakban előírászerűen egyetemi jegyzet formájában megjelent) könyvéért kapott. 1978-ben ismét váltás következett, Reketye Gábor a Tannimpex Külkereskedelmi Vállalat közgazdasági főosztályvezetőjeként, majd vezérigazgató-helyetteseként működött egészen addig, amíg át nem nyergelt a gazdasági diplomáciára: a nyolcvanas évek közepén-második felében a Tokiói Magyar Kereskedelmi Kirendeltségen öt éven át a kirendeltség vezetőjeként, kereskedelmi tanácsosként dolgozott. Talán nem tévedés azt állítani, hogy a tudományos háttér sokat segített abban, hogy az akkor átalakulóban lévő magyar gazdaságot megfelelő szinten népszerűsítse abban az országban, amely akkor – elsősorban hitelnyújtásaival – nagyban hozzájárult az ország talpon maradásához.

Természetes talán, hogy a felmerülő kérdések elméleti igényességű vizsgálatáról ebben az időszakban sem tudott lemondani: 1984-ben védte meg értekezését és szerezte meg a közgazdaságtudomány kandidátusa tudományos fokozatot. Itt azonban érdemes csöppnyi kitérőt tenni. A tudományos fokozathoz ugyanis tudományos munkásságra van szükség, és így volt ez azokban az években is. A tudomány művelésének szinterei pedig

hagyományosan a folyóiratok. A marketing kialakulóban-átalakulóban-fejlődőben lévő diszciplinájának abban az időben egyetlen tudományos-módszertani folyóirata létezett, a Dr. Szabó László által 1967-ben alapított *Marketing-piackutatás* – amit mi magunk büszkén tekintünk egyenes ági felmenőnknek, és amelyben Rekettye Gábor első írása 1974-ben jelent meg, amit még számos követett a hetvenes évtizedben. A következő évtizedben, érdeklődésének középpontjába más témák, más területek kerültek, amelyek – ha egyáltalán – más publikációs fórumok után kiáltottak.

Japánból történt hazatérése után visszatér Pécsre is, a(z akkori nevén) Janus Pannonius Tudományegyetem docenseként folytatja, ismét az elmélet vonzáskörébe kerülve. Hamarosan alkalmá nyírt arra, hogy megtapasztalja, hogyan csinálják a legjobbak: 1992-ben elvégezte a Harvard Business School General Management, majd pedig 1993-ban a Northwestern University Kellogg Graduate School of Management által a közép- és kelet-európai tanárok számára szervezett (CEETP) programot.

1993-tól három évig a Pécsi Közgazdaságtudományi Kar dékánja volt, a kar Marketing tanszékét 16 éven át vezette. Dékáni működése meglehetősen nehéz periódusra esett: alapvető feladata volt a felsőoktatás átalakulásának leginkább turbulens korszakában a vállalati közgazdászok képzés tartalmi és strukturális megújítása, a korszerű követelményeknek való megfeleltetése. Az egyetemi alapképzés megszüntetése mellett ebben az időszakban vezették be a karon az MBA-képzést, és indult el a gazdálkodástani PhD-program. Meghatározó szerepe volt az angol nyelvű alapképzés 1996-os, majd pedig az angol nyelvű MSc-program előkészítésében és beindításában, beleértve a programoknak londoni Middlesex Egyetem által történt validációját is.

1994-ben a Nemzetközi marketing című könyvével habilitált a Janus Pannonius Tudományegyetemen. 2003-ban a Magyar Tudományos Akadémia doktora lett, az Érték a marketingben című értekezésének megvédésével. Számos szak- és tankönyv szerzője, több mint 200 tudományos közleményt jegyez, ezek egy része a *Marketing & menedzsment* (The Hungarian Journal of Marketing and Management) című folyóiratban jelent meg.

Ismét rövid, ám fontos kitérő következik: dékáni időszakának számos nagyszerű kezdeményezése között feltétlenül meg kell említeni, hogy létrehozta a kar első tudományos folyóiratát, a *Marketing & MENEDZSMENT*-et, mégpedig komoly pénzügyi befektetés nélkül. Az oktató kollégáknak, főleg a fiataloknak, a PhD hallgatóknak ez a folyóirat olyan publikációs fórumot biztosít, amely nélkül nehezen tudnák a fokozatmegszerzés publikációs feltételeit teljesíteni. Nos, ez prózaibb nyelvre lefordítva annyit tesz, hogy üzletemberi tapasztalataira támaszkodva megszerezte karunk számára a Dr. Szabó László által alapított folyóirat szerkesztésének a jogát és lehetőségét. Szeretném hozzátenni, hogy ezt a jogot síványt híven őrizték évtizedeken keresztül, mígnem a közelmúltban a PTE teljes jogú tulajdonosa lett a folyóiratnak. 1995-ben indultunk el. Sok minden változott meg azóta (és két évtizedes szolgálat után hamarosan e sorok írója is elköszön majd), a folytonosságot – ha tetszik: a folyóirat szellemiségét – azonban híven őrzi a szerkesztőbizottság elnöke.

Kedves Gábor, további boldog – szakmai és magánéleti sikerekben gazdag – éveket kívánunk.

Fojtik János
szerkesztő