

UVODNA BESEDA



Vesna Žabkar

Pri urejanju osme številke Akademije MM, ki je pred vami, je bil v ospredju pomen revije pri širjenju trženjskih znanosti v domačem okolju, predvsem pa pri prenosu znanj in uporabi akademskih spoznanj. Številka je bila v zasnovi odprta za vsa področja trženjskih znanosti.

Vabilu k sodelovanju z znanstvenimi in strokovnimi članki se je kljub postavljenemu kratkemu roku za pošiljanje prispevkov odzvalo precej avtorjev. Če bi bili objavljeni vsi prispevki, bi imela revija dvojno debelino sedanje. Vsak poslani prispevek je šel skozi roke dveh anonimnih recenzorjev in skozi dopolnjevanje pri avtorjih. Kriteriji za izbor so bili predvsem primernost obravnavane vsebine prispevka glede na usmeritev revije, vsebinska izvirnost, metodologija raziskovanja in/ali spoznanja prispevka ter uporabnost za prakso. Prepričana sem, je tudi dvojna recenzija za vsak članek, ki je prispel za objavo v Akademiji, osnova za to, da so izbrani dovolj kakovostni in za strokovno javnost zanimivi članki.

Osmo številko začinjamo s preglednim in analitičnim prispevkom Zlatka Jančiča in Klementa Podnarja, ki s pomočjo historične analize vsebinsko celovito obravnava vire, iz katerih izhajajo koncepti korporativne identitete, podobe in ugleda podjetja. Avtorja na podlagi izjemno bogate literature, ki predstavlja mejnike na obravnavanih področjih, povezujeta koncepte korporativne identitete, podobe in ugleda z razvojem trženjskih misli.

Prispevek Maje Makovec Brenčič je aktualna razprava o teorijah konkurenčnih prednosti, ki podaja zaokrožen pregled razvoja teorije virov in teorije prednosti na podlagi virov. S tem ko postavlja teorijo prednosti na podlagi virov kot izhodišče strateškega trženja, dopolnjuje razmišljanja slovenskih raziskovalcev o tržni naravnosti podjetij.

Darja Podobnik pod naslovom »Trženjsko središče kot nosilec dobaviteljevih trženjskih naporov na medorganizacijskem trgu« predstavlja zgleden pregled sodobnega medorganizacijskega trženja, ki poudarja posameznike in njihove medosebne odnose kot pomembno sestavino trženjskih odnosov na medorganizacijskih trgih. S sočasnim upoštevanjem vloge posameznikov in njihovih medsebojnih odnosov tako na dobaviteljevi kot odjemalčevi strani postavlja izhodišča za aplikacijo analize družbenih omrežij na tem področju.

Prispevek Tanje Dmitrovič in Maje Zorc na pregleden način podaja problematiko uvajanja blagovnih znamk v trgovskih sistemih v Sloveniji. Pri tem v ospredje postavlja vidik proizvajalcev, njihove motive, pričakovanja glede koristi in nevarnosti. Na podlagi ugotovitev empirične analize opozarja na dolgoročne probleme, ki lahko izhajajo zlasti iz šibkih razlik med

izdelki s trgovsko blagovno znamko in izdelki, ki jih proizvajalci prodajajo pod svojimi blagovnimi znamkami.

Vidneje se v tej številki predstavljajo avtorji iz sosednje države, ki v jeziku, v katerem komuniciramo mednarodno, predstavljajo strokovna stališča in raziskave, ki so lahko izhodišče za raziskovanje tudi zunaj meja obeh držav. Najprej je tu prispevek Ane Tkalac, ki se loteva prepričevanja v oglaševanju, predvsem spreminjanja stališč do izdelkov v skladu z modelom EL. ELM je skupaj z eksperimentom kot raziskovalnim pristopom širše v uporabi zlasti v raziskovanju vedenja porabnikov. Prispevek predstavlja primer preverjanja osnovnih elementov modela v oglaševanju s pomočjo eksperimenta na skupinah z različno vpletenostjo porabnikov, kakovostjo utemeljitve sporočila in verodostojnosti vira.

Prispevek Tihomirja Vraneševiča in Đurđane Ozretić Došen posega na področje pozicioniranja turističnih destinacij (držav). Pri tem avtorja preučujeta zlasti vpliv države kot blagovne znamke

na zaznavanje države kot turistične destinacije. Na podlagi pripravljane raziskave oblikujeta domnevo, da je izgradnja blagovne znamke države v pomembni povezavi z drugimi trženjskimi aktivnostmi države pri oblikovanju zaznave turistične destinacije. Pri tem poudarjata dolgoročno usmerjen, dosleden in vsestranski pristop k oblikovanju trženjskih aktivnosti.

Navedenih šest prispevkov, med njimi dva v angleškem jeziku, torej odpira različne vsebine in spoznanja ter temelji na različnih metodologijah raziskovanja. Iskreno upam, da bodo kot takšni našli svoj krog bralcev. Predlog, da bi revijo razširili s prispevki, ki niso zgolj znanstveni ali strokovni članki, npr. ocene strokovnih knjig in odzivi/razmišljanja, podobno kot v sorodnih publikacijah z daljšo dobo izhajanja z drugih govornih področij, ostaja odprt za naslednje številke. Iskrena zahvala vsem, ki ste vsem obremenitvam navkljub s poslanimi prispevki prispevali k temu polletnemu prenosu znanj in akademskih spoznanj, ki je sedaj pred vami. Iskrena zahvala gre tudi vsem recenzorjem, ki so mi bili res trdna opora pri urejanju številke.