



Market-Tržište
Vol. 29, No. 1, 2017, pp. 5-6
DOI <http://dx.doi.org/10.22598/mt/2017.29.1.5>

Adhering to a well-established practice, among the papers that successfully passed review the editorial board has selected for the new issue of Market-Tržište six papers featuring particularly interesting and, in its opinion, stimulating content according to the criteria of topicality, originality and diversity.

Internet-based technology platforms, that is, the opportunities for information exchange and content creation provided by various communication channels and social networks based on them have gained increasing popularity in recent research studies, focusing on different marketing areas, as evidenced by as many as four out of six papers selected for publication. The growing presence of this marketing problem is reflected through a detailed analysis of the policy of social networks use by profit and non-profit organizations. Also, the communication potential and the use of communications are explored in the context of marketing activities of banks. Similarly, their possible impact on the consumer behavior of young people, as well as the complexity of relationships and the potential impact of innovative communication approaches and consumer commitment to creating strong brands, are also examined in this issue. Of the two remaining papers, one focuses on the permanently interesting topic of motive and motivation as a behavior determinant

Poštujući kriterije aktualnosti, originalnosti i raznovrsnosti izazova u marketinškim istraživanjima, a u skladu s već ustaljenim pristupom odabira među radovima čiji je recenzentski postupak uspješno okončan, u novi je broj časopisa Market-Tržište uključeno šest radova sa zanimljivim i, prema procjeni Uredništva, za čitanje poticajnim sadržajem.

Internetske tehnološke platforme, preciznije mogućnosti koje nude različiti, na njima temeljeni komunikacijski kanali odnosno društvene mreže u svrhu razmjene informacija i kreiranja sadržaja sve su popularniji u recentnim istraživačkim naporima u različitim područjima marketinga. O tome svjedoče čak četiri od šest za objavu odabranih radova. Rastuća zastupljenost ove marketinške problematike prikazuje se kroz iscrpnu analizu politika korištenja društvenih mreža u profitnim i neprofitnim organizacijama. Usto, komunikacijski potencijali i korištenje istražuju se u kontekstu marketinških aktivnosti banaka. Isto tako, proučavaju se mogući utjecaji na potrošačko ponašanje mladih, te kompleksnost odnosa i mogućeg utjecaja inovativnih komunikacijskih pristupa i predanosti potrošača na stvaranje snažnih maraka. Od preostalih dvaju radova, jedan je usmjeren na uvijek zanimljivu temu motiva i motivacije kao odrednica ponašanja putnika i turista koji se razmatraju iz perspektive mogućeg utjecaja povijesnih ogra-

of travel and among tourists, considered from a perspective of a possible impact of past restrictions imposed in a specific political environment. Finally, the importance of organizational preparedness to react and provide a timely response to the occurrence of crises in order to reduce their negative impact on business, as the topic of research in the paper presented here, is unquestionable and has grown steadily in the ever more complex contemporary market circumstances.

We are grateful to the authors who have chosen to publish their work in *Market-Tržište*. In this issue, they are our colleagues working at scientific and educational institutions in European, North American and Asian countries. Lastly, we offer our thanks to numerous reviewers, proofreaders, and collaborators for their effort and time invested; it is because of their constructive, professional, and collegial contributions that this new content is made available to our readership.

Professor Đurđana Ozretić Došen, Ph. D.

Editor in Chief

ničenja uvjetovanih čimbenicima specifičnog političkog okruženja. Konačno, važnost problematike pripremljenosti i spremnosti organizacija da pravovremeno reagiraju i odgovore na pojavu kriznih situacija te tako umanje njihove moguće negativne utjecaje na poslovanje, istraživana u predstavljenom radu, neupitna je i rastuća u uvjetima sve složenijih suvremenih tržišnih okolnosti.

Našu zahvalnost upućujemo autorima koji su odabrali časopis *Market-Tržište*. U ovom su to broju kolegice i kolege sa znanstvenih i nastavnih institucija iz zemalja Europe, Sjeverne Amerike i Azije. Zahvaljujemo i svim našim brojnim recenzentima, lektoricama i suradnicima za sve uložene napore i vrijeme, a zahvaljujući čijim su konstruktivnim, profesionalnom i kolegijalnim doprinosima novi sadržaji postali dostupni čitateljstvu.

Prof. dr. sc. Đurđana Ozretić Došen

Glavna urednica