

**THE INFORMATION RELATED RISKS OF
INTERMEDIARIES IN INTERNATIONAL
BUSINESS TRANSACTIONS****A KÖZVETÍTŐ PARTNEREK
INFORMÁCIÓVAL KAPCSOLATOS
KOCKÁZATAI A NEMZETKÖZI ÜZLETI
TRANZAKCIÓK SORÁN**KELEMEN-ERDŐS Anikó¹ – MÉSZÁROS Alexandra Ágnes²**Abstract**

The global economic system is made up of numerous different business transactions. The most valuable entity in this system is information, of which continual flow and protection are very important factors. The key agents in this global process are the intermediaries who facilitate the flow of information between sellers and buyers. This study investigates the information flow and its security of intermediaries and attempts to explore the risk factors connected with their contribution to international businesses. In this research, data was collected through in-depth interviews and analyzed using grounded theory methodology. The activity of intermediaries was then systematized into six formal and informal points. Risk factors, which include risks associated with the activities of intermediaries, such as the modification of information to meet the latter's interests, is highlighted as potentially jeopardizing the positive outcome of business. The results indicate that the steps intermediaries take that lead to contracting are usually not documented, thus the flow of information cannot be tracked.

Keywords

information safety, intermediaries, international business transaction, business relationship, business negotiations

Absztrakt

A globális gazdasági rendszer üzleti tranzakciókból áll, melynek legértékesebb entitása az információ, amelynek az áramoltatása és védelme rendkívül fontos. A folyamat kulcsszereplői a közvetítők, akik a kutatás szempontjából azok a személyek, akik a tranzakció két végpontja között áramoltatják az információt. Jelen kutatás a nemzetközi üzleti tranzakciók során a közvetítők bizalmas információhoz kapcsolódó viselkedését vizsgálja és az ahhoz kapcsolódó kockázati tényezőket kívánja feltárni. A vizsgálat során az adatgyűjtés mélyinterjúkkal történt, az adatelemzést grounded theory módszertannal végeztük. A kutatás eredménye szerint a folyamat hat szakaszból áll, határvonalat húzva a folyamat formális és informális elemei között. Bemutásra kerülnek az információközvetítéssel kapcsolatos kockázati tényezők, amelyek az üzlet pozitív kimenetét veszélyeztetik. Az interjúk eredményei alapján az egyik legjelentősebb információbiztonsági kockázatot az jelenti, hogy az üzletkötésig vezető folyamat nem dokumentált, ezáltal az eljárás nem nyomon követhető.

Kulcsszavak

információbiztonság, közvetítő, nemzetközi üzleti tranzakció, nemzetközi kapcsolatok, üzleti tárgyalás

¹ kelemen.aniko@uni-obuda.hu | 0000-0001-7202-5870 | associate professor/egyetemi docens | Óbudai Egyetem

² meszaros.alexandra.mail@gmail.com | 0000-0003-3652-0203 | PhD student/PhD hallgató | Óbudai Egyetem

BEVEZETÉS

A globalizációs folyamatok eredményeként az egész világot átívelő egységes gazdasági rendszer alakult ki. A világgazdaság legnagyobb értékkel rendelkező entitása az információ. Ezáltal áramoltatása, és egyben védelme rendkívüli fontossággal bír, nem megfelelő környezetbe kerülve felbecsülhetetlen károkat okozhat. A világgazdaság mozgása során az információ, amely tartozhat fizikai vagy nem fizikai termékhez egyaránt, többször vált tulajdonost. Jelen kutatás a nemzetközi üzleti tranzakciók során a közvetítő személyek bizalmas, üzletit titkot tartalmazó információhoz kapcsolódó viselkedését vizsgálja és az ahhoz kapcsolódó kockázati tényezőket kívánja feltárni. A vizsgálat szemszögéből a közvetítő az a szereplő, aki a tranzakció két végpontja között áramoltatja az információt. Szerepük nélkülözhetetlen a gazdasági ügyletek megvalósításához, de tevékenységük kockázatot is rejt magában. Kockázatok lehetnek az ellenőrzés hiánya, a transzfer során az információ minőségének sérülése, torzítása, továbbá a közvetítő fél személyiségi tényezői, mint a megbízhatósága. Jelen gazdasági környezetben, amikor az információ gyakran felbecsülhetetlen anyagi értékkel bír, a közvetítő viselkedése súlyos károkat okozhat.

Eddigi kutatások a közvetítő partnert egy összekötő pontként jelölik meg a két végpont között, és kapcsolatrendszerüket strukturális rendszerben írják le [1]-[5]. Ezzel szemben azonban a két végpont között közvetítők láncolata alakulhat ki, ami az információ torzulásának kockázatát jelentősen megnöveli, továbbá a kapcsolati hálózatuk nem strukturális jellegű, inkább egy nehezen feltérképezhető hálózatként terjednek. A globalizáció hatásai közül minden esetben kiemelendő a kommunikációs platformok fejlődése, továbbá az erre hivatott online tér mindenki számára elérhetővé válása, ami az üzleti tranzakciók szereplői részére is lehetőséget biztosít a fokozódó együttműködésre. Mégis a gazdasági és pénzügyi digitalizáció hatására nem csökkent, hanem éppen ellenkezőleg, jelentősebbé vált a közvetítők szerepe az üzleti életben [6]. A közvetítő partner az a személy, aki a tranzakció két végpontja között áll, értéket teremt azok számára, miközben ebből a szerepből profitál [7]. Kapcsolatot teremt az eladó és a vevő között, miközben nem veszi meg, nem válik a termék tulajdonosává [8]. Tevékenysége magában foglalja az üzleti lehetőségek felkutatását és értékelését, a különböző szükségletek felmérését, az információ terjesztését, a kockázat csökkentését, továbbá a termék felkutatását és leszállítását [7]. A közvetítői tevékenység röviden meghatározva olyan kapcsolatok rendszere, amelyben egy szereplő információt közvetít két olyan gazdasági entitás között, amelyek nincsenek kapcsolatban egymással [5].

A közvetítő személyeket a kapcsolati tőkájük értéke teszi a gazdasági rendszer fontos szereplőivé, a hálózati gazdaság térképén fontos csomópontokat képeznek. A társadalmi hálózatok kutatói egyre jelentősebb szerepet tulajdonítanak a közvetítői tevékenységnek [5], mivel azok információval kapcsolják össze a gazdaság olyan szereplőit, amelyek más-különben nem csatlakoznának [9]. A globális gazdaságban a közvetítő partnerek fontos eszközei a kulturális különbségekből adódó akadályok legyőzésének, mivel jelenlétük hozzájárul a bizalom kialakulásához [10]. Egy multikulturális üzleti tranzakció sikeres megvalósításában előnyös egy helyi körökben ismert közvetítő fél jelenléte, mivel képes az információ helyi kulturális sajátosságoknak megfelelő átadására, információval rendelkezik a partnerről és a szervezetről, továbbá az adott tevékenység folytatását meghatározó törvényekről [11]. Úgy optimalizálják a kommunikációt, hogy annak során kiszűrjék a felesleges információt, a figyelemelterelő vagy nem helyén való elemeket, továbbá megakadályozzák az információ túlterheltség kialakulását [12].

A közvetítéssel foglalkozó cégek és személyek a kritikus információ kezelési tevékenységeik során nem az etikus viselkedést, hanem a profitszerzési lehetőséget helyezik előtérbe [13], továbbá az összekötő partnereket nagyban motiválja az anyagi jellegű jutásokon felül, hogy tevékenységük folytatásával magasabb társadalmi rangot érhetnek el, aminek az eszköze az információ átadása, sok esetben módosítása vagy manipulálása [5]. A gyakorlat, melynek során az információt nem az eredeti minőségében adja át, az ügylet kimenetét jelentősen befolyásolja, mivel az értékesítésre kínált információt úgy tünteti fel, hogy az a lehető legvonzóbb legyen a partner számára, ezáltal eltérhet a valós tartalomtól. Azért, mert a vásárló nem azonos specifikációk alapján dönt, mint amit az eladó valóban kínál, felmerül az információ transzfer ellenőrzésének az igénye. Ugyanis ez nem csak az adott tranzakció kimenetét befolyásolja, hanem az értékesítő hitelességét teheti tönkre, ezzel ellehetetlenítve a tevékenysége jövőbeni folytatását.

SZAKIRODALMI ÁTTEKINTÉS

A közvetítő fél a kutatás szempontjából az a személy, aki az üzleti tranzakció két végpontja között áramoltatja az információt úgy, hogy tevékenysége közben nem válik annak tulajdonosává. Munkavégzésének eredményességét meghatározza, hogy milyen mértékben képes felismerni az információt vagy tudást, amelyet produktívan tud közvetíteni, mindeközben arra törekedve, hogy az információt megfelelően szűrve, bizonyos elemeket visszatartva, esetleg kissé félreérthetően módosítva vagy kiegészítve adjon tovább a tranzakció további szereplőinek [14]. Az üzleti folyamat során ismétlődő lépésekből álló ciklusokban kommunikál, folyamatosan növelve az átadott információ mennyiségét, figyelembe véve a potenciális vevő információigényét és tanulási folyamatát [15]. Megvan a képessége, hogy üzleti helyzetekben új kapcsolatokat szerezzen [16]. Tevékenységük során olyan üzleti entitásokat kapcsolnak össze, amelyek más különben nem kerülnének kapcsolatba egymással, ezzel a helyileg lokalizált erőforrásokat nagy területen teszik elérhetővé [17].

Az egyik fő előnye a közvetítői tevékenységnek, hogy olyan, a tranzakció szereplői számára értékes információkat hoznak a felszínre, melyek máskülönben rejtve maradnának [18], ezzel is üzleti lehetőségeket teremtve. A közvetítő szándéka a kompenzációigény mentes információátadástól egészen a másik fél kihasználásáig, nem valós információval való gazdálkodásig terjedhet [14]. Már önmaguk is kulcsfontosságú információforrást képeznek, munkájuk során célzott megoldási lehetőségeket sorakoztatnak fel, hozzásegítve a potenciális vásárlót saját információ igényének felismeréséhez [15]. A közvetítők nem csak saját ötleteivel gazdálkodnak jól, hanem másokét is képesek átültetni, szintetizálni [3], majd relevancia alapján személyre szabva közvetíteni [15].

Az üzleti életben közvetítőként tevékenykedő szereplőknek tudnia kell, hogy bizonyos helyzetek és személyek milyen viselkedési mintát követelnek. Rendelkeznie kell a bizonytalanságtűrési képességével, képesnek kell lennie alkalmazkodni a váratlan helyzetekhez, felismerve a tranzakció további szereplőinek indítékait, érzelmeit és szándékait még akkor is, ha erre csak egy rövid személyes interakció során van lehetősége [19]. Konfliktushelyzetben is szükséges hatékonyságának és legitimitásának megőrzése, ezért tudnia kell az információt minden körülmények között a kialakult állapothoz alakítani [16]. Tevékenységük hiteles folytatásához értelmezni kell a szociális környezetükből érkező jeleket és felvenni a körülményeknek megfelelő szerepet [5], ez segíti őket a társadalmi hálózatban elfoglalt helyük fenntartásához. A magasabb érzelmi intelligenciával rendelkező ügynökök,

akik képesek mások emócióit értelmezni, sokkal eredményesebbek az üzleti életben, mint akik alacsonyabb érzelmi intelligenciával rendelkeznek [20]. Attitűdjüket nagyban befolyásolja a származásuk és kulturális hátterük. A közvetítők eszközrendszerétől nem áll távol manipuláció alkalmazása. Olyannyira, hogy a machiavellista személyiségjegyekkel rendelkező közvetítőkre jellemző a manipulatív viselkedés és a valóság szándékos elferdítése az egyéni érdekük érvényesítéséhez [21].

A közvetítők által végzett tevékenység elméletileg egy transzparens folyamat, amelynek során az információ közvetítés keretrendszerét az információs technológia által támogatott szerződések határozzák meg, azonban a valóságban ez a tevékenység gyakran informális körülmények között valósul meg [22]. Az informális feltételek között folytatott tárgyalásokról és ajánlatokról nem készülnek dokumentációk, ezáltal az információ útja követhetatlenné válhat. A közvetítő, akit anyagi és egyéb jellegű juttatások motiválnak, értékes információ birtokában addig folytatja a tevékenységét, amíg az általa kínált információ valakinek fel nem kelti az érdeklődését. Ez a személy lehet végfelhasználó, vagy egy másik közvetítő személy. Így alakulhat ki összekötő személyek láncolata a tranzakció két végpontja között. A közvetítők két fontos szerepe az információ védelme az illetéktelen személyektől, és az üzleti entitások információval való összekapcsolása, de ez a két feladat nehezen megvalósítható egy időben [12], hogy éppen melyik valósul meg, az a közvetítő partner személyes döntése. Informális keretek között, mire az információ eljut a tranzakció egyik végpontjától a másikig, minősége jelentősen változhat, több személyen keresztül haladva, könnyen kerülhet illetéktelen személyhez. Jelen kutatás azt a jelenséget vizsgálja, hogy milyen viselkedést mutatnak a közvetítő személyek, miként változik az információ minősége a transzfer során, és ez a folyamat milyen kockázati tényezőket rejt magában.

ANYAG ÉS MÓDSZERTAN

A primer kutatás során kvalitatív módszert, mélyinterjút alkalmaztunk. Primer kutatás folytatásának szükségessége felmerülhet adat- vagy információhiányból, továbbá annak okán, hogy a releváns adatok bár léteznek, de elavultak, vagy nem állnak rendelkezésre [23]. A gazdasági környezet folyamatos dinamikus fejlődése miatt az információ védelmét is folyamatosan korszerűsíteni szükséges. Jelen kutatás esetében az információ több személyen keresztül áramlik, ami fokozza a kockázatot.

A kvalitatív kutatási eljárás alkalmas a probléma mélyebb megismerésére, mivel a válaszadók, akik jelen esetben az üzleti szférában dolgoznak, szabadon oszthatják meg tapasztalataikat, véleményüket, ötleteiket és meglátásaikat [24], amely segíti a kutatási célok elérését. A kvalitatív, feltáró jellegű kutatás megfelelő módszer egy definiált probléma vagy jelenség megismerésére és az összefüggések meghatározására [25]. A módszer lényege nem a szubjektivitásban rejlik, hanem a humán valóság megismerésében, mivel a környezet minden személynek más-más jelentéssel bírhat [26].

A mélyinterjúk vezérfonal alapján, kötetlen beszélgetés formájában készültek. A mélyinterjú készítése közben bizonyos minőségi kritériumokat kell szem előtt tartani, mint egy csendes és kényelmes, privát környezet biztosítása, az interjú készítő feladata, melyek az aktív hallgatás, az érdeklődő és vezető szerep felvétele, nyílt kérdések használata, továbbá az alanyt vezető kérdések és ítéletalkotás elkerülése [27]. Az interjúk során nyert adatok grounded theory módszertannal kerültek elemzésre, így az alanyokkal való beszélgetések során nem a valóság tükrözése, hanem a válaszadók tapasztalatainak és személyes

valóságának megismerésére volt a cél, ezáltal a kérdező szakértelme és viselkedése kulcsfontosságú a minőségi adatok gyűjtéséhez [28]. A folyamat fontos feltétele, hogy a kutató interaktívan részt vegyen a folyamatban [29].

A kvalitatív kutatás során alkalmazott nyitott kérdéses mélyinterjú egy olyan rugalmas adatgyűjtési módszer, melynek eredményei megfelelők a grounded theory adatelemzési eljárással való feldolgozásra [30]. A grounded theory egy iteratív, összehasonlító és interaktív elmélet kialakításának szisztematikus módszere, amely induktív adatokkal kezdődik, és annak során az adatok elemzésére és konceptualizálására támaszkodik [31]. A módszer feladata az elméleti és empirikus kutatás közötti szakadék áthidalása. Kifejezésenként haladó adatelemzésre épül, melynek során új kérdéseket és kategóriákat generál, végül eredményként egy társadalmi jelenséget általános elvi képletekkel magyaráz [32].

A grounded theory nem csak válaszokat, hanem kérdéseket is generál a kutatás során [33], így a munkát rögtön terepen célszerű kezdeni, megkezdve az adatgyűjtés és elemzés folyamatát [34]. A módszertan alkalmazása alatt a kutatás fókuszpontja és iránya folyamatosan formálódik, változik az újonnan gyűjtött adatok alapján, azt nem lehet pontosan megfogalmazni az empirikus kutatás megkezdése előtt. Ennek alapján a grounded theory nem csak adatelemzési módszer, hanem az egész folyamatot magába fogja [28]. Az adatelemzési módszer alkalmazása során az elmélet empirikus adatokból fejlődik ki [33], célja egy koncepció azonosítása a problémák és lehetséges megoldások megértésén keresztül [35].

A kutatás során a grounded theory konstruktivista irányzatát alkalmaztuk. A szemléletmód szerint a valóság nem objektív, hanem a kutató a saját nézőpontja szerint ragadja meg és szabadon határozza meg a jelentéstartalmat, amit szubjektív szempontjai és tapasztalatai alapján formál [36]. A módszer további előnye, hogy lehetővé teszi a kutató számára, hogy minden adatot és információt szisztematikusán bemutathasson, amit a folyamat során gyűjtött [28].

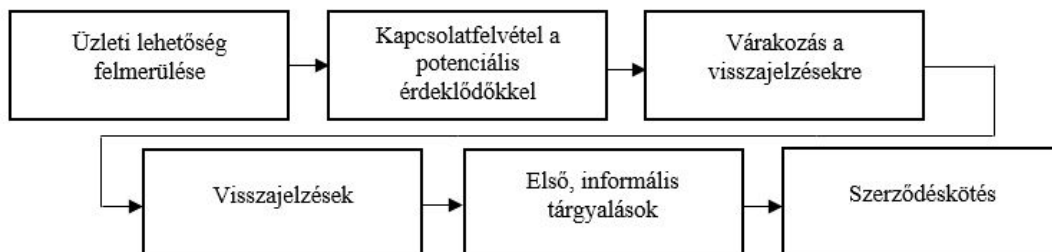
EREDMÉNYEK

A kutatás során hat mélyinterjú [I1-I6] készült a nemzetközi üzleti életben jártas üzletemberekkel. Azok az üzleti tranzakciók kerültek vizsgálat alá információbiztonsági szempontból, melyek során az eladó és végfelhasználó között az információt egy vagy több közvetítő személy áramoltatja.

A gyűjtött adatok segítségével az ügylet folyamata hat szakaszra bontható, melyet az 1. számú ábra szemléltet:

- I. Tudomásszerzés az üzleti lehetőségről, információról. Lehetőség értékelése. Potenciális érdeklődők felvetése, akik lehetnek befektetők, végfelhasználók vagy további közvetítők.
- II. Kapcsolat felvétele a potenciális érdeklődőkkel, üzleti lehetőség rövid és érdeklődést felkeltő átadása, vagyis a „*mézes madzag elhúzása az orruk előtt*” [13]. Ezen a ponton kezd az információ útja szétágazni.
- III. Kiváras, melynek során az értesített potenciális érdeklődők visszajelzést adnak.
- IV. Visszajelzés a potenciális érdeklődőktől.

- V. Az első tárgyalások, részletek ismertetése. Általában informális körülmények között zajlik.
- VI. Szerződészkötés. A folyamat ebben a pontban válik informálisból formálissá. Megkötik a titoktartási szerződést, dokumentálásra kerülnek a részletek, feladatok és felelősségek.



1. számú ábra: Üzleti tranzakciók információbiztonsági megközelítése

Forrás: Saját szerkesztés a mélyinterjúk alapján

Az első öt szakaszban a folyamat, továbbá az információ útja nem kerül dokumentálásra, az információt - az alanyok tapasztalatai alapján - szóban adják át, ezt egészítik ki általában nyomtatott vagy digitális anyaggal. A potenciális érdeklődők további lehetséges üzletfeleknek adják tovább az információt annak reményében, hogy az befektetési szándékot ébreszt, így az információ útja nyomon követhetlenné válik. Ezt az alanyok „*ismer valakit, aki ismer valakit*” [I2] helyzetnek nevezték. Amikor visszajelzés érkezik a közvetítőn keresztül a vásárlási szándékról, akkor kezd az informális megbeszélésekből formális tárgyalásokba, majd szerződésben rögzített üzleti kapcsolatok kialakulásba átmenni a folyamat. Az 1. táblázat ismerteti az informális és formális folyamatok jellemzőit. „*Jelenség, hogy a végén kihagyják a közvetítőt az üzletből, így azok próbálják szerződéssel védeni a saját érdekeiket*” [I6]. Mivel a közvetítő nem vásárolja meg, nem lesz tulajdonosa az értékesíteni kívánt terméknek, így etikátlan üzleti viselkedést tanúsító szereplők között ez a jelenség nem ritka, kérdéses, hogy a közvetítő mennyire képes élni a szerződés nyújtotta biztonsággal. „*Az információt általában a saját érdekeik védelmében változtatják meg, hogy az sokkal vonzóbb legyen*” [I6].

Az interjúk során került a kutatás szemszögébe az a jelenség, amikor egy, az üzleti életben tapasztalatlan, de a saját szakmájában kiváló személy szeretné értékesíteni a szellemi termékét, aki nincs tisztában a piacon uralkodó trendekkel és a saját terméke valódi értékével. Ilyen esetben az üzleti életben tapasztalt közvetítő a piaci értékhez képest alacsony árat ígér a termékért, ami a szellemi termék megalkotója számára magas, majd a piacon a valós, sokkal magasabb értéken adja tovább a terméket a végfelhasználónak. Ez a jelenség jellemző akkor is, amennyiben egy másik országban kerül eladásra a termék, ahol az értékesítőnek nincs tapasztalata és ismeretsége.

Az ügymenet típusa:	Ügymenet jellemzői:
Informális	<ul style="list-style-type: none"> • Információ szóbeli átadása (rövid ismertető anyag kiegészítheti); • Egyik személy értesíti a lehetőségről a másikat, ezáltal közvetítói lánc kialakulása („ismer valakit, aki ismer valakit jelenség” [12]); • Az információ útja nyomon követhetetlenül válik; • Az információ jelentősen torzulhat; • Informális körülmények között a közvetítő könnyen a saját előnyére módosíthatja az információt.
Formális	<ul style="list-style-type: none"> • Az ügymenet lépései dokumentálásra kerülnek; • Titoktartási szerződés köti a tranzakció szereplőit; • A feltételek és felelősségek szerződésbe foglalva; • Az információ nem torzul • Szerződésbe van foglalva, hogy további feleknek tovább adni csak a résztvevők írásos beleegyezésével lehet; • Információ nyomon követhető.

1. táblázat: Informális és formális ügymenet jellemzői
 Forrás: Saját szerkesztésű a mélyinterjúk alapján

A megkérdezettek véleménye alapján a közvetítők motivációja elsősorban az anyagi haszonszerzés, továbbá a kapcsolati tőkéjük bővítése. Tapasztalataik alapján beszéltek arról, hogy vannak „szerencse vadászok” [13], akik egy ügyletben a gyors meggazdagodás lehetőségét látják, és ezzel próbálnak élni. Ezekkel a személyekkel való együttműködés sok kockázatot rejt magában, mivel „elsősorban a saját érdekeiket szem előtt tartva torzítják az információt, manipulálnak és gyakran hazudnak az ügylet megvalósítása érdekében” [16]. A gyűjtött adatok alapján „általában a közvetítő jutaléka 1-2%, de vannak olyan ügyletek, ahol annyira fontosnak állítják be a saját szerepüket, hogy ez felmehet jelentősen magasabbra.” [15] A 2. táblázat mutatja be a közvetítőket motiváló tényezőket.

Közvetítők motivációi	<ul style="list-style-type: none"> • Potenciális vevő meggyőzése; • Saját helyzetének biztosítása a folyamatban; • Saját érdekeinek védelme és érvényesítése; • Anyagi haszonszerzés; • Gyors meggazdagodás lehetősége; • Kapcsolati hálózatban való helyének megerősítése.
------------------------------	---

2. táblázat: Közvetítők motivációi
 Forrás: Saját szerkesztésű a mélyinterjúk alapján

A közvetítők információ torzító magatartása okozta problémára lehetséges megoldás lehet a részletek személyes tisztázása, amikor a hat lépéses folyamat utolsó pontjában a személyes találkozás során az eladó tisztázza a részleteket a befektetővel és végfelhasználóval, és a szerződés már a pontos feltételek alapján fogalmazódik meg. A probléma kiküszöbölésére alkalmas megoldás egy olyan figyelemfelkeltő ismertető anyag elkészítése, amely nem tartalmaz részletes információt az értékesíteni kívánt termékről. Ez keretek közé szorítja a közvetítőt, nem tudja annyira átalakítani az információt, hogy az lényegesen eltérjen az eredetitől. *„Ez a dokumentum támpontot ad a rendszerbe újonnan belépőknek”* [15].

ÖSSZEGZÉS

A közvetítők tevékenysége nélkülözhetetlen a gazdaság szempontjából, azonban tevékenységük számos kockázatot rejt. Ez a kockázat jelentősen csökkenthető, amennyiben a folyamat formális körülmények között megy végbe, azonban a tevékenység jellegéből ez a teljes ügymenet során nem tud érvényesülni. Az eljárás első szakaszára, amíg a termék a közvetítők által keresi a végfelhasználót, erősen jellemzők az informális körülmények. A tranzakció végén, amikor a vásárlási szándék beigazolódik, a folyamat formális körülmények között zajlik, ami csökkenti az információval kapcsolatos kockázatok számát. A közvetítői hálózat kialakulása bár információbiztosági szempontból nem feltétlen kedvező, a gazdaság szempontjából pozitív jelenség. A közvetítők információval kapcsolatos attitűdjét saját érdekeik határozzák meg. Az információt gyakran jelentősen módosítják, hogy az vonzó legyen a potenciális végfelhasználó számára. Ez a kockázat jelentősen csökkenthető egy rövid figyelemfelkeltő anyag biztosításával és a folyamat minél előbbi szerződéses keretbe foglalásával.

A kutatás közben figyelembe vett definíció alapján a megkérdezett üzletberek maguk is közvetítő partnerek, mivel tevékenységük során üzleti lehetőségeket keresnek fel, majd ismeretségi körükben értesítik azoknak a személyeknek, akik érdekeltek lehetnek az ügyletben. A jó lehetőség felkelti az üzleti életben jártas személyek figyelmét, akik anyagi haszonszerzés által motiválva szintén további személyeket keresnek fel az üzleti lehetőséggel, így közvetítők láncolata áll össze az értékesítő és a végfelhasználó között, amin keresztül áramlik az információ. Ez a folyamat alakítja ki a feltérképezhetetlen üzleti hálózatokat, amelyekben a közvetítők fontos csomópontokat képeznek.

FELHASZNÁLT FORRÁSOK

- [1] R. S. Burt, „The social structure of competition,” in *Structural holes*, Cambridge, Harvard University Press, pp. 57-91, 1992
- [2] G. Cattani és S. Ferriani, „A Core/Periphery Perspective on Individual Creative Performance: Social Networks and Cinematic Achievements in the Hollywood Film Industry,” *Organization Science*, Vol 19, No 6, pp. 824-844, 2008.
- [3] E. L. Long és S. O'Mahony, „Nexus Work: Brokerage on Creative Projects,” *Administrative Science Quarterly*, Vol 55, pp. 47-81, 2010.
- [4] S. Tasselli, M. Kilduff és J. I. Menges, „The microfoundations of organizational social networks a review and an agenda for future research,” *Journal of Management*, Vol 41, No 5, pp. 1361-1387, 2015.

- [5] T. J. Grosser, D. Obstfeld, G. Labianca és S. P. Borgatti, „Measuring mediation and separation brokerage orientations: A further step toward studying the social network brokerage process,” *Academy of Management Discoveries*, Vol 5, No 2, pp. 114-136, 2019.
- [6] M. Tankha és U. Dalinghaus, „Mapping the intermediate: lived technologies of money and value,” *Journal Of Cultural Economy*, Vol 13, No 4, pp. 345-352, 2020.
- [7] E. Oreglia és J. Srinivasan, „Human and non-human intermediation in rural agricultural markets,” *Journal of Cultural Economy*, Vol 13, No 4, pp. 353-367, 2020.
- [8] K. Jensen, „Chron,” 04. 02. 2019. [Online]. Available: <https://smallbusiness.chron.com/examples-intermediary-business-20244.html>. [Hozzáférés dátuma: 26. 11. 2020].
- [9] P. M. Leonardi és D. E. Bailey, „Recognizing and Selling Good Ideas: How Brokers Mediate Knowledge Transfer,” *Academy of Management Proceedings*, Vol 2013, No 1, p. 10663, 2013.
- [10] A.-M. Soderberg és L. Romani, „Boundary Spanners in Global Partnerships: A Case Study of an Indian Vendor’s Collaboration With Western Clients,” *Group & Organization Management*, Vol 42, No 2, pp. 237-278, 2017.
- [11] A. Á. Mészáros, „Communication Problems Arising from Cultural Differences During English Negotiations,” *FIKUSZ – Symposium for Young Researchers*, pp. 157-166, 2019.
- [12] N. Mehta és A. Bharadwaj, „Knowledge Integration in Outsourced Software Development: The Role of Sentry and Guard Processes,” *Journal of Management Information Systems*, Vol 32, No 1, pp. 82-115, 2015.
- [13] P. Suwannarat, „The study of export intermediary performance determinants,” *Multinational Business Review*, Vol 24, No 2, pp. 123 - 143, 2016.
- [14] D. Obstfeld, S. P. Borgatti és J. Davis, „Brokerage as a Process: Decoupling Third Party Action from Social Network Structure,” *Contemporary Perspectives on Organizational Social Networks*, Vol 40, pp. 135-158, 2014.
- [15] S. Buchanan, C. Jardine és I. Ruthven, „Information behaviours in disadvantaged and dependent circumstances and the role of information intermediaries,” *Journal of the Association for Information Science and Technology*, Vol 70, No 2, pp. 117-129, 2019.
- [16] E. Quintane és G. Carnabuci, „How Do Brokers Broker? Tertius Gaudens, Tertius Iungens, and the Temporality of Structural Holes,” *Organization Science*, Vol 27, pp. 1343-1360, 2016.
- [17] E. S. Spiro, R. M. Acton és C. T. Butts, „Extended structures of mediation: Re-examining brokerage in dynamic networks,” *Social Networks*, Vol 35, pp. 130-143, 2013.
- [18] G. Soda, M. Tortoriello és A. Iorio, „Harvesting Value from Brokerage: Individual Strategic Orientation, Structural Holes, and Performance,” *Academy of Management Journal*, Vol 61, No 3, pp. 896-918, 2018.
- [19] S. W. Gangestad és M. Snyder, „Self-monitoring: Appraisal and reappraisal,” *Psychological Bulletin*, Vol 126, No 4, pp. 530-555, 2000.
- [20] H. Fitschen, *Cross-Cultural Intelligence Moderates Between Emotional Intelligence of the, Netherland: University of Twente*, 2019.
- [21] A. Gunnthorsdottir, K. McCabe és V. Smith, „Using the Machiavellianism instrument to predict trustworthiness in a bargaining game,” *Journal of Economic Psychology*, Vol 23, No 1, pp. 49-66, 2002.

- [22] J. Brooks, I. Oshri és R. Mayasandra-Nagaraja, „Information Brokering in Globally Distributed Work: A Workarounds Perspective,” Loughborough, 2020.
- [23] P. Koronváry, P. Szegedi és J. Tóth, „Kutatás és képzés – Módszertani felvetések az elvárások és a képzési portfólió összehangolására a repülésműszaki képzésben,” *Hadmérnök*, Vol 10, No 4, pp. 237-246, 2015.
- [24] Z. Veres, M. Hoffmann és Á. Kozák, *Bevezetés a piackutatásba*, Budapest: Akadémiai kiadó, 2006.
- [25] D. Nel, G. v. Heerden, A. Chan, . M. Ghazisaeedi, W. Halvorson és P. Steyn, „Eleven years of scholarly research in the Journal of Services Marketing,” *Journal of Services Marketing*, Vol 25, No 1, pp. 4-13, 2011.
- [26] K. Sántha, „Numerikus problémák a kvalitatív megbízhatósági mutatók meghatározásánál,” *Iskolakultúra*, Vol 22, No 3, pp. 64-73, 2012.
- [27] N. King és C. Horrocks, „Carrying out qualitative interviews,” in *Interviews in qualitative research*, J. Seaman, Szerk., UK, SAGE, 2019, pp. 71-92.
- [28] K. Charmaz és R. Thornberg, „The pursuit of quality in grounded theory,” *Qualitative research in psychology*, pp. 1-23, 2020.
- [29] Z. Kenesei és Z. Stier, „Kultúraközi szolgáltatásélmények vizsgálata a megalapozott elmélet módszerével,” *Vezetéstudomány*, Vol 46, No 3, pp. 2-17, 2015.
- [30] N. K. Malhotra, *Marketingkutatás*, Első szerk., Budapest: KJK-Kerszöv Jogi és Üzleti Kiadó, 2002.
- [31] K. Charmaz és L. L. Belgrave, „Thinking about Data with Grounded Theory,” *Qualitative Inquiry*, Vol 25, No 8, pp. 743-753, 2018.
- [32] K. Gelencsér, „Grounded Theory,” *Szociológiai Szemle*, Vol 1, pp. 143-154, 2003.
- [33] B. B. Glaser és A. L. Strauss, *The Discovery of Grounded Theory: Strategies for Qualitative Research*, Első szerk., Chicago: Aldine, 1967.
- [34] A. Z. Mitev, „Grounded theory, a kvalitatív kutatás klasszikus mérföldköve,” *Vezetéstudomány*, Vol 43, No 1, pp. 17-30, 2012.
- [35] A. Kelemen-Erdős és A. Molnár, „Cooperation or Conflict? The Nature of the Collaboration of Marketing and Sales Organizational Units,” *Economics and Culture*, Vol 16, No 1, pp. 58-69, 2019.
- [36] A. Kelemen-Erdős, „Sustainable Public Transport: A Central European Study,” *Social and Management Sciences*, Vol 20, No 2, pp. 81-90, 2012.