



Vezető: Prof. Dr. Rechnitzer János egyetemi tanár

Kecskés Petra

Okleveles közgazdász

A közelség értelmezése szervezetközi relációkban

Tézisfüzet

Témavezetők:

Ablonczyné Prof. Dr. habil Mihályka Livia,
egyetemi tanár

Dr. Tompos Anikó,
egyetemi docens

Győr

2018. április

Tartalomjegyzék

A disszertáció célja és felépítése	3
A kutatási kérdések és hipotézisek rendszere.....	5
A kutatás módszertana.....	6
A hipotézisek értékelése	7
Az értekezés tézisei és új és újszerű tudományos eredményei	14
A téziszüzetben hivatkozott irodalmak jegyzéke.....	18
A szerző témában megjelent publikációi.....	21
Hazai és nemzetközi folyóiratokban publikált tanulmányok	21
Konferencia-közlemények.....	21
A disszertáció témájához kapcsolódó konferencia-előadások.....	22
A disszertáció témájához részben kapcsolódó folyóiratokban publikált tanulmányok ...	22

A disszertáció célja és felépítése

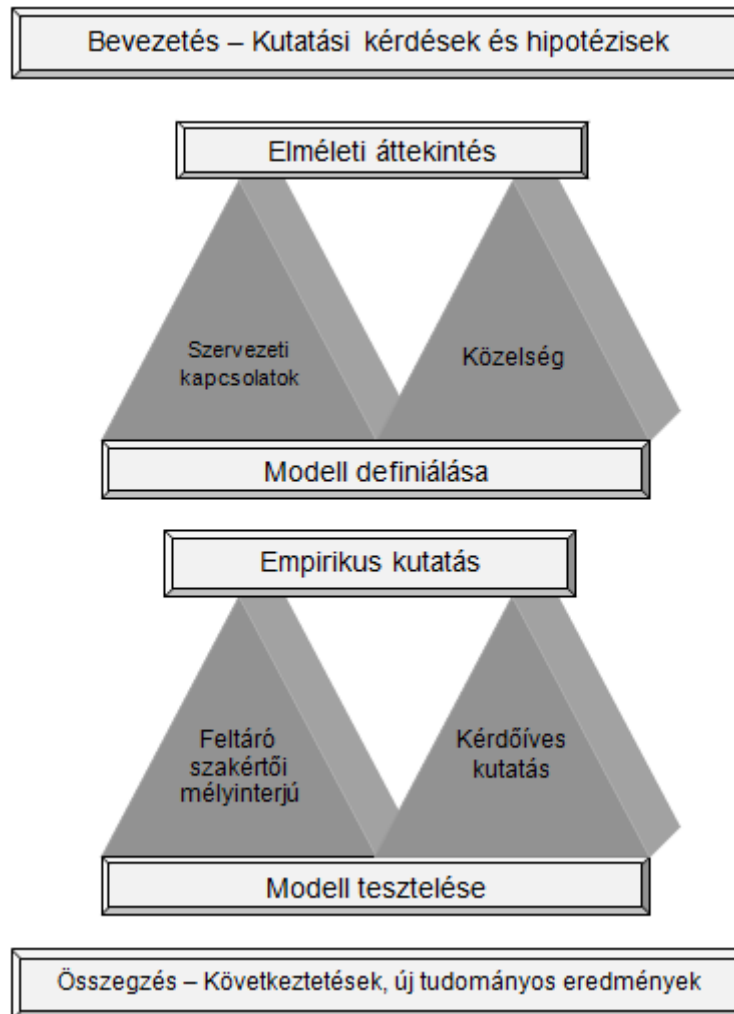
A közelség – a maga hagyományos, földrajzi értelmezésében történő – tanulmányozása nem újkeletű, ám újbóli előtérbe kerülése a tudás és az innovációk felértékelődésének köszönhető. A szervezetek térbeli koncentrációja, vagyis a földrajzi közelség teljesülése szükséges feltételnek bizonyul az információhoz mint erőforráshoz való hozzáférés esetében, mindazonáltal az infokommunikációs eszközök révén létrehozott virtuális terek képesek a földrajzi távolságok áthidalására, ezáltal egymáshoz közelivé tenni a valóságban egymástól távol elhelyezkedő individuumokat, objektumokat és szervezeteket.

A virtuális közelség megteremtésének lehetősége azonban nem vonja egyértelműen maga után a szervezetek közötti kapcsolatépítést. A földrajzi közelség tehát szükséges, de nem elégséges feltétele az innovatív szervezeti kapcsolatoknak (vö. Broekel – Boschma 2012; Lengyel 2010; Fisher – Nijkamp 2014; Letaifa – Rabeau 2013). Ezen a ponton merült fel a kutatókban a kérdés, hogy mely egyéb tényezők befolyásolják a szervezeten belüli kapcsolatokat, valamint az e kapcsolatokon keresztül áramló tudás és innováció transzferét (vö. Benos et al. 2015; Karlsson – Gråsjö 2014; Torre – Rallet 2005). Maradva a térbeliség jellemzésére használt terminológiánál (amely a virtuális, illetve kapcsolati terekben, bár más értelmezéssel, de ugyanúgy alkalmazható), a közelség kifejezést kezdték használni valamennyi puha faktor esetében (vö. Torre – Wallet 2014; Ojala 2015; Drejer – Østergaard 2017). A tudás és az innováció áramlását elősegítő, valamint megkönnyítő tényezőket a szervezeti, valamint a kapcsolati közelség-terminusokkal jellemezték; a kutatások számának gyarapodásával, és a vizsgálati irányvonalak változásával párhuzamosan a közelség úgynevezett dimenziói jelentek meg a tanulmányokban (vö. Boschma 2005; Knoblen – Oerlemans 2006; Lagendijk – Lorentzen 2007; Szakálné et al. 2017). Míg a tradicionális közelség-dimenziók (költségek közelség, időközelség) egzakt módon mérhetőek (Dusek 2014), a puha tényezőket magukba foglaló közelség-dimenziók esetében a mérhetőség problematikus.

A doktori értekezéssel céloim egyrészt, hogy szintetizáljam a közelség-terminus értelmezésének alternatíváit a társas vállalkozások szervezetekkel kialakított kapcsolatainak esetében – mindezt a hazai és nemzetközi szakirodalmak, megjelent kutatások és eredményeik áttekintésén, összegzésén keresztül. Másodsorban, fő törekvésem, hogy felvázoljak egy olyan modellt, amelyben lehetséges a közelség-dimenziók szintézise és struktúrájuk ábrázolása, figyelembe véve a teoretikus szinopszist, valamint az empirikus kutatás irányait. Az empirikus, kétlépcsős felmérés leglényegesebb célkitűzése tehát a definiált modell tesztelése,

továbbá a modell alkotóelemeinek, a közelség-dimenziók relevanciájának vizsgálata a kijelölt célterületen funkcionáló társas vállalkozások külföldre irányuló szervezeti kapcsolataiban.

A doktori értekezés struktúrája a hagyományos felépítést követi, a hazai és nemzetközi szakirodalomra épülő elméleti áttekintés után az empirikus kutatást, annak módszertanát, a minta bemutatását, valamint az összefüggéseket, következtetéseket ismertetem. Az 1. számú ábra a dolgozat felépítését és a fejezetek struktúráját szemlélteti.



1. ábra Az értekezés felépítése

Forrás: Saját szerkesztés (2018)

A kutatási kérdések és hipotézisek rendszere

Az elméleti és szekunder kutatások szintetizálását alapul véve öt kutatási kérdést és hozzájuk kapcsolódó hipotéziseket fogalmaztam meg, amelyeket az 1. táblázatban összesítve ismertetek, kiegészítve az adott kérdésre vonatkozó elméleti háttérrel, valamint az értekezés empirikus kutatásában alkalmazott módszertannal.

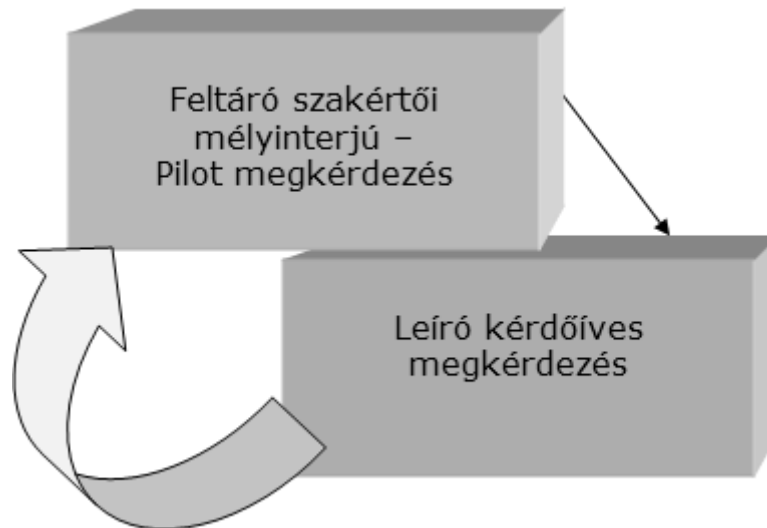
1. táblázat A hipotézisek rendszere

Hipotézisek	Kapcsolódó elméleti háttér	Kapcsolódó empirikus kutatási módszer
H1: A társas vállalkozások külföldi kapcsolatépítési aktivitása és komplexitása hasonló tendenciákat mutat, mint az elmúlt 15 év hazai szervezet kutatási eredményei.	Szervezeti kutatások (vö. Pecze 2004, 2005; Buzády – Tari 2005; Wimmer 2005; Csizmadia 2008, 2012; Csizmadia – Grosz 2011, 2012; Wimmer et al. 2012; Chikán et al. 2014; Reisinger 2014)	Kvalitatív feltáró szakértői mélyinterjú és kvantitatív, kérdőíves adatfelvétel
H2: A földrajzi közelség fontosságát eltérő módon ítélik meg a társas vállalkozások az egyes külföldi partnertípusokkal kialakított kapcsolataik során.	Földrajzi közelség: <ul style="list-style-type: none"> ➤ Háttérbe szorulását hangsúlyozó nézetek (vö. Cairncross 1997, 2001; Johnson et al. 2006; Castells 2010; Tranos – Nijkamp 2013) ➤ Fontosságát kiemelő aspektus (vö. Krugman 2000; Agnew – Livingstone 2011; Cainelli – Zoboli 2012; Boschma et al. 2014) 	Kvantitatív, kérdőíves adatfelvétel
H3: A vállalat mérete, valamint a vállalat főtevékenysége mint vállalati jellemzők differenciálják a földrajzi közelség fontosságának értékelését.	Vállalati attribútumok (Agárdi – Kolos 2005; Czakó – Győri 2013; Gelei 2006; Sáfrányné Gubik 2008; Wimmer 2005)	Kvantitatív, kérdőíves adatfelvétel
H4: A földrajzi közelség szükségessége – eseti vagy folyamatos személyes találkozás formájában – napjaink külföldi szervezetközi kapcsolataiban is megfigyelhető.	Folyamatos földrajzi közelség (Kecskés 2017; Lagendijk – Lorentzen 2007; Aguilera – Lethiais 2015)	Kvantitatív, kérdőíves adatfelvétel
H5: A kulturális közelség-dimenziók, valamint a dimenziókon belül definiált közelség-elemek eltérő fontossággal jelennek meg a társas vállalkozások külföldi szervezetekkel folytatott információszerzése és kapcsolatépítése során.	Bár a kulturális közelséget korábban is definiálták (vö. Maletzke 1996; Ghemawat 2001; Menzel 2005; Cyrus 2012; Borgulya 2014; Wang et al. 2014), az értekezésben alkalmazott értelmezés ezektől eltér.	Kvalitatív feltáró szakértői mélyinterjú és kvantitatív, kérdőíves adatfelvétel

Forrás: Saját szerkesztés (2018)

A kutatás módszertana

Kétlépcsős kutatást alkalmaztam annak érdekében, hogy minél pontosabb és átfogóbb képet kapjak a témával kapcsolatban. A kutatás lépéseit és azok egymásra épülését a 2. ábrában összegzem.



2. ábra Alkalmazott kutatási módszerek

Forrás: Saját szerkesztés (2018)

Az előkészítő fázisban egy felderítő célú mélyinterjút végeztem, amely során két fő célkitűzést azonosítottam. Az interjú egyrészt segítséget nyújtott a kérdőíves megkérdezés megalapozásához, a pilot megkérdezéshez, másrészt lehetőséget adott a felkeresett szakértőknek – vállalati vezetőknek – arra, hogy kifejtsék a témával, a közelség-dimenziók és közelség-elemek vállalatközi kapcsolatokra gyakorolt hatásával kapcsolatos észrevételeiket, tapasztalataikat. Hat, nyugat- és közép-dunántúli megyékben tevékenykedő társas vállalkozás vezetőjével készítettem el az interjúkat, amelyek a kérdőíves adatfelvétel előkészítése mellett a kutatási kérdések és hipotézisek kapcsán is számos hasznos és releváns információval szolgáltak.

Második lépésként – előre definiált kritériumrendszer mentén – kérdőíves megkérdezést végeztem, amelyet a megelőző felderítő kutatás tapasztalatai, korábbi szervezet kutatások és az elméleti áttekintés során feltárt főbb szempontok szerint állítottam össze. Elsődleges céloom a jelenségek leírása volt, azaz hogy minél adekvátabb képet kapjak a megkérdezett vállalkozások külföldi partnerszervezeti kapcsolatairól, kapcsolatrendszeréről, valamint a háttérben megbúvó tényezők (közelség-dimenziók és közelség-elemek) hatásairól, relevanciájáról.

A minta meghatározásához kétlépcsős mintavételi technikát, kvótás mintavételt alkalmaztam, a kérdőív kitöltésére 2017. április 01. és 2017. június 15. között volt lehetőség nyomtatott és elektronikus (.pdf) formában. A végső minta nagysága 610 társas vállalkozás, melyek mindegyike megfelel a lekérdezést megelőzően meghatározott kritériumoknak – vagyis a két célrégióban működik, és egyúttal megfelel a kvóták szerinti megyei lebontásnak, valamint társas vállalkozás.

A hipotézisek értékelése

A H1 hipotézis értékeléséhez a korábbi szervezeti kutatások vonatkozó eredményeit, valamint az értekezés empirikus kutatásának kvalitatív és kvantitatív fázisait vettem figyelembe, amelyek alapján a H1 hipotézist elfogadom és igazoltnak tekintem. A következő tézis fogalmazható meg:

T1: A társas vállalkozások külföldi kapcsolatépítési aktivitása és komplexitása esetében hasonló tendenciák mutathatóak ki, mint az elmúlt 15 év hazai szervezeti kutatásai során. A vállalkozások külföldre irányuló kapcsolatépítési aktivitása gyenge és nem tekinthető összetettnek. A piaci funkciójú külföldi kapcsolatok kiemelkedő fontossággal bírnak a társas vállalkozások számára. A külföldi kapcsolatokat földrajzi irányultság szerint a térben legközelebb eső térségek irányába valósítják meg.

A kapcsolatépítési aktivitás és annak összetettsége tekintetében a múltbeli, a jelenlegi és a tervezett külföldre irányuló kapcsolatlétesítések szervezeti partnertípusonként vizsgált összetettsége a korábbi szervezeti kutatások során tapasztaltakhoz hasonló mintát követ. A kapcsolatépítési tevékenység vizsgálata az alábbi szervezeti partnerkapcsolatok irányában került felmérésre:

- más vállalatok a cégcsoporton belül,
- beszállítók, alvállalkozók,
- ügyfelek/vásárlók,
- közvetlen versenytársak,
- más vállalatok az ágazaton belül,
- egyetemek, főiskolák,
- állami és magán kutatóintézetek,
- szakmai szervezetek,
- gazdaságfejlesztési szervezetek.

A vállalkozások elsősorban egy- vagy kétféle partnerrel építettek kapcsolatot, illetve tervezik annak kialakítását. Figyelembe véve az elmúlt 3 év külföldi kapcsolatépítéseit, a

válaszadó társas vállalkozások többségére nem jellemző az összetett külföldi kapcsolatépítő aktivitás, a cégek 24,1%-a (N=147) rendelkezik legalább ötféle partnertípussal.

A jelenlegi, azaz a kérdőíves adatfelvétel időszakában meglévő külföldi kapcsolatok tekintetében elmondható, hogy a vállalkozások több mint felének (N=313) legfeljebb három külföldi partnertípus irányában van meglévő kapcsolata. Ez a tendencia a korábbi kutatások során is kimutatható volt a magyar szervezetek körében (vö.: Csizmadia 2011, 2012; Reisinger 2014). A szakértői mélyinterjúk esetében (N=6) szintén a piaci funkciójú külföldi kapcsolatokra fókuszálás figyelhető meg valamennyi vállalati típus körében, továbbá a kapcsolatok összetettsége a szervezetek méretével arányosan növekszik, amely korábbi kutatásokban is alátámasztást nyert (Reisinger 2014).

A kapcsolatok partnertípus szerinti irányultsága esetében szintén megfigyelhetőek a korábbi években tapasztalt eredmények: a piaci funkciójú kapcsolatok – azaz a beszállítókkal és az ügyfelekkel kialakított kapcsolatok – kiemelten fontosak; a külföldi beszállítók és alvállalkozók átlagosan 4,18-as, a külföldi ügyfelek és vásárlók átlagosan 4,45-ös fontossággal bírnak a mintában reprezentált társas vállalkozások számára. Összesítve a piaci funkciójú külföldi kapcsolatokat – más, cégcsoporton belüli vállalatok nélkül –, a vizsgált vállalkozások 2014–2016 között, beszállítókkal és ügyfelekkel, vásárlókkal kiépített kapcsolatainak összesített átlagos fontossági indexe 4,3 (N=551). A megkérdezett cégek 65,9%-ának (N=402) mindkét piaci típusú kapcsolat esetében (beszerzés és értékesítés terén) van legalább egy külföldi partnere. Ezzel szemben a nem gazdasági jellegű szervezeti partnerekkel (pl. felsőoktatási, kutatóintézményi relációk) egyrészt kevesebb meglévő és tervezett kapcsolat mutatható ki, másrészt e kapcsolatok relevanciája sem mérvadó. A meglévő kapcsolatok vonatkozásában a vállalkozások 12,8%-ának van határon túli kutatóintézetekkel, 21,1%-ának pedig felsőoktatási intézményekkel jelenleg is működő kapcsolata.

A társas vállalkozások külföldre irányuló szervezeti kapcsolatainak földrajzi irányultság szerinti főbb jellemzői esetében a korábbi kutatásokban a lokális térség preferenciája volt megfigyelhető, amelyet a következő földrajzi „szint”, a régió szintje követett (Csizmadia 2011, 2012). Bár az értekezés empirikus kutatásában a kapcsolatok földrajzi iránya más értelmezésben szerepel – lásd az értekezés 4.2.2 alfejezetét –, a legközelebb eső földrajzi térségek preferenciájának tendenciája ez esetben is látható.

Az európai kontinensen elhelyezkedő szervezeti partnerek képviselik a legjelentősebb kapcsolati irányt, a cégek (N=575) valamennyi, külföldi partnerszervezetekkel kiépített kapcsolatának 80,3%-a Európában koncentrálódik. Az Európai Unió országaiba irányul a

kapcsolatok többsége (különösen a piaci funkciójú kapcsolatok esetében, beszállítók esetében N=394, ügyfelek esetében N=441), a felsőoktatási intézmények és kutatóhelyek esetében a szomszédos országok felé realizálódó kapcsolatok elsődlegesek (főiskolák, egyetemek esetében N=98, kutatóintézetek esetében N=67).

A H2 hipotézist a primer kutatás eredményei alapján elfogadottnak és bizonyítottnak tekintem, amelyhez kapcsolódóan a következő tézis definiálható:

T2: A földrajzi közelség fontosságát eltérő módon ítélik meg a társas vállalkozások az egyes külföldi partnertípusokkal kialakított kapcsolataik során: a piaci funkciójú (beszállítói és értékesítési) külföldi kapcsolatok esetében a földrajzi közelség szükséges és releváns, a nem gazdasági jellegű külföldi szervezeti partnerek térbeli közelsége kevésbé fontos.

A szakértői interjúk során az interjúalanyok a földrajzi közelség különféle intézménytípusokkal kialakított kapcsolatokban betöltött szerepét részletesen értékelték. A beszállítók, alvállalkozók esetében átlagosan 4,5-ös fontosságúnak ítélték a földrajzi közelséget (N=6), egy infokommunikációs technológiákkal foglalkozó cég adott kettes értéket, amelyhez magyarázatként hozzátette, hogy a cég főtevékenységének jellege meghatározó a kérdés vonatkozásában. A földrajzi értelemben vett közelség a beszállítók esetében kiemelkedő relevanciával bír; elsősorban logisztikai szempontok miatt, a fuvar költségek csökkentése céljából települnek a partner mellé és/vagy telepítik őket a partner közelébe.

Az értékesítés esetében a két, feldolgozóiparban működő vállalat számára négyes fontosságú a külföldi ügyfelek/vásárlók földrajzi közelsége, azaz összességében fontosnak tekinthető. A többi megkérdezett vállalatvezető szerint azonban az értékesítés tekintetében többnyire a vevőn és ügyfélen múlik, milyen távolságokat hajlandó és képes leküzdeni, ha egy adott terméket és/vagy szolgáltatást szeretne vásárolni.

A nem piaci funkciójú partnertípusok esetében átlagosan 2,5-ös értékelést adtak a vállalati vezetők, azaz a földrajzi közelség a külföldi kapcsolatok esetében inkább nem fontos. Amennyiben rendelkeznek nem gazdasági jellegű szervezeti partnerkapcsolattal a felkeresett cégek, a kapcsolat céljából és formájából fakadóan a kapcsolattartást főként a különféle infokommunikációs eszközökön és csatornákon keresztül oldják meg és az eseti személyes találkozások preferáltak.

A kérdőíves megkérdezés esetében a beszállítók és alvállalkozók földrajzi közelségét értékelték a vállalatok (N=530) a legrelevánsabbnak; a 3,62-es átlagérték azt mutatja, hogy fontos a beszállítók földrajzi közelsége az adott vállalathoz. Hasonlóan fontosnak ítélték az

ügyfelek, vásárlók földrajzi elhelyezkedését; az 557 cég által adott a 3,56-os átlagérték ezt támasztja alá.

A piaci típusú külföldi partnerkapcsolatok esetében (cégcsoport nélkül) kiemelkedően fontos azok földrajzi közelsége. A beszállítók és ügyfelek földrajzi közelségének összesített, átlagos fontossági indexe 3,61. Ezt a kvartilisek értékei is megerősítik, a vállalatok 25%-a adott csak hármasnál alacsonyabb értékelést a földrajzi közellét fontosságára mind a beszállítók, mind a vásárlók esetében.

A nem gazdasági jellegű szervezeti partnerek földrajzi közelségének fontossága nem mérvadó. Bár a felsőoktatási intézményekkel és kutatóintézetekkel kialakított külföldi kapcsolatok többnyire a szomszédos országokban valósultak meg, a vállalatok nem tartják fontosnak, hogy az ilyen típusú szervezetek földrajzi értelemben közel helyezkedjenek el hozzájuk. A nem gazdasági jellegű szervezetek földrajzi közelségének összesített, átlagos fontossági indexe 2,29.

Az adatközlőknek a földrajzi közelség fontosságát a kulturális közelség-dimenziókkal együtt is értékelniük kellett egyrészt az információszerzésben, másrészt a kapcsolatépítésben betöltött szerepe alapján. Az összesített értékek alacsonyabbak, mint a partnerszervezetek földrajzi közelségének fontosságára vonatkozó adatok, azonban a 3,12-es összesített fontossági index közepes relevanciával bír a megkérdezett vállalatok körében.

Az elméleti áttekintésben is fellelhető ellentmondás a földrajzi közelség fontosságával kapcsolatban e kutatásban is kimutatható, azaz a földrajzi közelség fontosságának értékelését számos tényező befolyásolja; a kapcsolatok különféle intézménytípusok irányában való megvalósulása és a kapcsolatok célja (információszerzés és kapcsolatépítés) meghatározó szerepet játszik. Ám egyúttal az a következtetés is levonható, hogy a földrajzi közelség szükséges előfeltétele a külföldi partnerkapcsolatok kialakításának és fenntartásának.

A H3 hipotézist a kvantitatív kérdőíves kutatás vállalati mintáján végzett statisztikai elemzések révén elfogadom és bizonyítottnak tekintem, így a kapcsolódó tézis a következőképpen fogalmazható meg:

T3: A vállalat mérete, valamint a vállalat főtevékenysége mint vállalati jellemzők differenciálják a földrajzi közelség fontosságának értékelését. Minél nagyobb a társas vállalkozás, annál fontosabb a külföldi gazdasági és nem gazdasági jellegű partnerek földrajzi közelsége. A vállalkozások főtevékenysége a piaci funkciójú kapcsolatok esetében differenciálja a földrajzi közelség fontosságát.

A változókapcsolatok kimutatásához a kérdőíves megkérdezés mintáját alapul véve keresztábra-elemzéseket végeztem, melyek keretében vizsgáltam egyrészt a vállalatok méretének és a földrajzi közelség fontosságának partnerszervezetenként kimutatható kapcsolatát, másrészt azt az előfeltételezést, hogy a vállalat főtevékenysége meghatározza-e, hogy milyen fontosságúnak tartja az adott szervezetek földrajzi közelségét.

A vállalati méret és a földrajzi közelség fontossága között változókapcsolat figyelhető meg:

- Az ügyfelek, vásárlók és a közvetlen versenytársak esetében a vállalati méretkategóriák és a földrajzi közelség fontosságának értékelése között nem mutatkozott szignifikáns összefüggés, vállalati mérettől függetlenül a földrajzi közelséget hasonlóan fontosnak tartják a mintában szereplő vállalatok.
- A többi partnertípus (cégcsoporton belüli vállalatok, beszállítók, más ágazati partnerek és valamennyi nem gazdasági jellegű szervezeti partner) esetében szignifikáns és közepesen erős kapcsolatot mutatott a keresztábra-elemzés a vállalati méret és a földrajzi közelség fontosságának értékelése között.

Valamennyi esetben az a tendencia látszik, hogy minél nagyobb a vállalkozás (foglalkoztatottak száma szerinti meghatározás alapján), annál fontosabb lesz a külföldi gazdasági és nem gazdasági jellegű partnerek földrajzi közelsége.

Az összevont nemzetgazdasági ágazatok szerinti vállalati kategóriák a piaci jellegű intézménytípusok esetében értékelték eltérő módon a földrajzi közelség relevanciáját. A változók közötti összefüggések kimutatására keresztábra-elemzést végeztem, amely a beszállítók, alvállalkozók, valamint az ügyfelek, vásárlók esetében mutatott szignifikáns kapcsolatot. Az iparban és az építőiparban tevékenykedő vállalkozások számára a beszállítók és az ügyfelek, vásárlók földrajzi közelsége kiemelkedően fontos. Ezzel ellentétben a szolgáltatások területén működő vállalkozások esetében a földrajzi közelség fontossága nagyon vegyes képet mutat – jóval magasabb azoknak a szolgáltató vállalkozásoknak az aránya, akik beszállítóik és ügyfeleik/vevőik földrajzi közelségét nem értékelik fontosnak.

A H4 hipotézist a kérdőíves vizsgálat és egy 2014-es szervezeti kommunikációt tanulmányozó vizsgálat eredményei szerint bizonyítottnak tekintem, melyhez kapcsolódóan a tézis a következőképpen határozható meg:

T4: A földrajzi közelség – eseti vagy folyamatos személyes találkozás formájában – napjaink külföldre irányuló szervezetenkénti kapcsolataiban is szükséges, különösen a szerződéskötések alkalmával jelenik meg releváns elvárásként.

Napjaink külföldi szervezeti kapcsolataiban a földrajzi közelség igénye személyes találkozás formájában együttműködési típusonként eltérő tendenciát mutat. A szerződések megkötéséhez – mind az értékesítési, mind a beszerzési oldalon – szükség van személyes találkozásra, azaz a földrajzi közelség igénye fennáll. 517 vállalkozásból 480 vállalkozás (92,84%) igényli az eseti vagy folyamatos személyes kapcsolattartást az ügyfelekkel kötött szerződések esetében, hasonlóan magas adatok szerepelnek a beszállítókkal kötött szerződések sorában is, a vállalkozások (N=454) 88,99%-a jelölte a folyamatos, vagy ad hoc jellegű személyes találkozást. A szerződéskötések esetében a különbségek abban mutatkoznak meg, hogy míg az ügyfelekkel többnyire (a vállalkozások 53,58%-a) folyamatos személyes kapcsolattartás realizálódott, addig a beszállítókkal (a vállalkozások 47,14%-a) elsősorban az eseti személyes kapcsolattartás preferált.

A folyamatos személyes kontaktus szükségessége egyre kevésbé és egyre szűkebb együttműködési típusok során jelenik meg, mindazonáltal a legalább eseti jellegű személyes találkozás elvárt a társas vállalkozások részéről. Különösen akkor válik mindez láthatóvá, ha az eseti és a folyamatos személyes kapcsolattartást igénylő válaszokat összesítve végezzük el az összehasonlítást – ekkor alátámasztásra kerül az a feltételezés, miszerint napjaink külföldi szervezeti kapcsolataiban továbbra is jelentős szerepet játszik a földrajzi közelség és annak legalább eseti jellegű igénye. A vállalat mérete és a földrajzi közelség igénye közötti összefüggés kimutatására keresztábra-elemzést végeztem, amely öt esetben mutatott szignifikáns kapcsolatot. Az ügyfelekkel, vásárlókkal kötött szerződések esetében a mikro, kis- és középvállalatok gyakrabban találkoznak személyesen piaci partnereikkel. A vállalati méret növekedésével párhuzamosan növekszik az eseti személyes találkozások száma és aránya, mely a nagyvállalatok esetében a legmagasabb. Egyik vállalati csoportban sem nagy azonban azoknak az eseteknek a száma és aránya, amikor nem került sor személyes kontaktusra.

Egy korábbi kutatás során a földrajzi közelség időszaki jellegének aspektusaira tértem ki, együtt elemezve azt a virtuális kommunikációs csatornák alkalmazásának felméréssel (Kecskés – Tompos 2017). A 2014-ben végzett felmérésben részt vevő 250 szervezet extern kommunikációjában a szóbeli interakciós műfajoknak nagyobb szerep jutott, a szóbeli kommunikáció esetében a legtöbbször a telefonbeszélgetéseket alkalmazták, míg az írásbeli műfajok közül az email a legelterjedtebb. A térbeli távolság nem jelent akadályt a szervezetek egymás közötti kommunikációjában; a felmérés megerősítette, hogy a földrajzi közelség szerepe napjainkban nem kizárólagos. A virtuális tér, a virtuális térben realizálódó kapcsolattartás a szervezetek egymással folytatott kommunikációjában felértékelődött és

elsőbbséget élvez a személyes találkozások formájában realizálódó földrajzi közelséggel szemben. Tekintettel más írásbeli és szóbeli kommunikációs műfaj és a műfajok alkalmazásának gyakoriságára, a személyes, *face-to-face* kontaktusok napjainkban is relevánsak a szervezetközi kapcsolattartásban, bár ezekre az időszaki jelleg jellemző. A kapcsolatok kialakulásában, fenntartásában és elmélyülésében az átmeneti földrajzi közelség a fejlett infokommunikációs lehetőségek ellenére is fontos a vállalati szférában. Bizonyos szervezetközi kommunikációs műfajok esetében – például konferenciák – elengedhetetlen a személyes részvétel és jelenlét, azaz a földrajzi közelség időszaki szerepe manapság sem elhanyagolható (Kecskés – Tompos 2017).

A H5 hipotézist az empirikus kutatás eredményei alapján igazoltnak és elfogadottnak értékelem, mely alapján az értekezés ötödik tézise a következő:

T5: A kulturális közelség-dimenziók, valamint a dimenziókon belül definiált közelség-elemek eltérő fontossággal jelennek meg a külföldi szervezetközi kapcsolatokban. A társadalmi közelség-dimenzió a legfontosabb mind az információszerzés, mind a kapcsolatépítés során, a közelség-elemek közül a bizalmon alapuló, hosszú távú kapcsolatok kiemelkedő fontosságúak.

Amennyiben az összesített (információszerzést és kapcsolatépítést is magában foglaló), átlagos fontossági indexet tekintjük át valamennyi vizsgált közelség-dimenzió esetében, akkor a következő rangsort kapjuk:

- Társadalmi közelség – index: 3,47
- Kognitív közelség – index: 3,16
- Szervezeti kulturális közelség – index: 2,91
- Strukturális közelség – index: 2,75

Az információszerzés és a kapcsolatépítés esetében külön-külön is felmérésre kerültek a kulturális közelség-dimenziók, az információszerzés esetében a kulturális közelség-dimenziók összesített fontossági indexe:

- Társadalmi közelség – index: 3,52
- Kognitív közelség – index: 3,16
- Szervezeti kulturális közelség – index: 2,89
- Strukturális közelség – index: 2,76

A kapcsolatépítés esetében a kulturális közelség-dimenziók összesített fontossági indexe:

- Társadalmi közelség – index: 3,41
- Kognitív közelség – index: 3,16
- Szervezeti kulturális közelség – index: 2,92

➤ Strukturális közelség – index: 2,74

A mintában reprezentált vállalkozások (N=610) értékelését alapul véve, a vizsgált közelség-dimenziók fontosságának megítélése hasonló mintát követ a két vizsgált kapcsolódási pont esetében, azaz az információszerzés és a kapcsolatépítés területén. A kulturális közelség-dimenzió belül a strukturális és a szervezeti kulturális közelség szinte alig mutat eltérést a két esetben, szerepüket tekintve a legkevésbé relevánsak.

Valamennyi közelség-dimenziót részletesen, az azokat alkotó közelség-elemeket tanulmányozva átfogóbb képet kapunk arról, mely tényezők fejtik ki leginkább hatásukat a szervezetközi kapcsolatok során. A társadalmi közelség-dimenziót alkotó közelség-elemek fontosságának értékelése esetében kimutatható a dimenzió összetett jellege és az azt felépítő közelség-elemek relevanciája közötti eltérések. A bizalmon alapuló, hosszú távú kapcsolatok kiemelkedően fontos szerepére már a szakértői mélyinterjúk során elhangzó észrevételek felhívták a figyelmet, amely tendencia a kérdőíves adatfelvételkor is megmutatkozott. A klaszterelemzés ugyan a mintában szereplő társas vállalkozások csoportosítását célozza meg, az elemzés alapját a szervezetek földrajzi közelségre és a kulturális közelség-dimenziókra vonatkozó információszerzésben betöltött szerepe adja, amely lényeges eltérésekre és vállalati attribútumok szerinti differenciálásra világított rá.

Az értekezés tézisei és új és újszerű tudományos eredményei

Az a korábbi elméletekben rögzített tézis, miszerint a földrajzi közelség szükséges feltétel a szervezeti kapcsolatokban és a megvalósuló információ- és tudásáramlási folyamatokban, jelen kutatásban is alátámasztást nyert. Az időszakos földrajzi közelség igényének preferenciája azonban releváns információval egészítette ki a tézist, bár az eredmények a külföldi partnerkapcsolatokban értelmezendők.

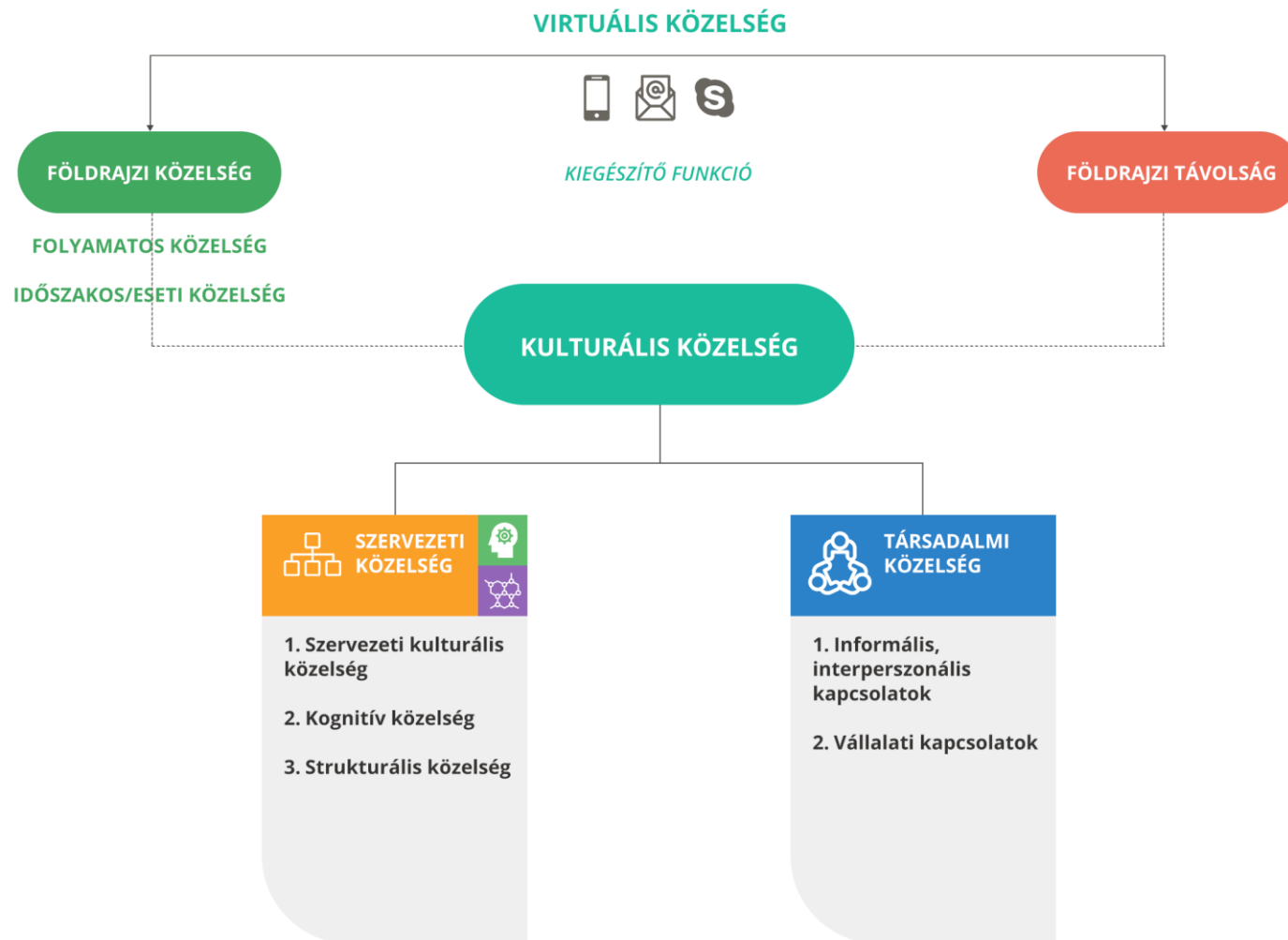
Szintén az értekezés újszerű eredményei közé sorolható, hogy a külföldi partnerkapcsolatok tanulmányozása az értekezésben elvégzett módon korábban még nem történt meg. A korábbi hazai szervezeti kutatások valamennyi (hazai és külföldi) kapcsolati típusra irányultak és a külföldi partnerkapcsolatok feltérképezése csupán egy részét képezte a vizsgálatoknak, ezzel szemben jelen kutatás célja célirányosan a külföldi szervezeti kapcsolatok, valamint a kapcsolatokat meghatározó tényezők – kulturális közelség-elemek – részletes feltárása volt. Az empirikus kutatás célja tehát specifikus, hiánypótló, ezáltal releváns kutatási irányt képezve beépíthető a szervezeti kutatások közé.

Összesítve a szakirodalomban szereplő közelség-terminusokat, láthatóvá vált, hogy az egyes közelség-dimenziók között lényeges átfedések vannak, a jelentéstartalmak sok esetben

összemosódnak. Az is nyilvánvalóvá vált, hogy a szubréális közelség-dimenziókként, vagyis a nem földrajzi értelemben használt terminusokként azonosított puha faktorok a kultúra által determinált tényezők, így valamennyi közelség-dimenzió a kulturális közelség-dimenzió része, annak típusaként kategorizálható. A kulturális közelség-dimenziókhöz rendelt közelség-elemek definiálásakor az elsődleges cél a dimenziók pontos és adekvát meghatározása és a dimenziók közötti átfedések elkerülése volt. Ezt a célkitűzést szolgálta a közelség-dimenziókat szintetizáló modell megalkotása is, amely a kérdőíves adatfelvételben résztvevő vállalkozások válaszai alapján tesztelésre is került. A faktoranalízis elvégzése rámutatott a kulturális közelség-dimenziók újrastrukturálásának relevanciájára, amit a klaszterelemzés is alátámasztott. A faktorokhoz tartozó közelség-elemek alapján a modell első változatában szereplő kulturális közelség-dimenziók rendszerét újragondoltam, a faktorelemzés alapján az újradefiniált struktúrában módosítások szükségesek:

- a strukturális, a szervezeti kulturális és a kognitív közelség-dimenziókhöz tartozó valamennyi közelség-elemet érdemes együtt kezelni; a közelség-elemek mindegyike a szervezet belső működéséből és mikrokörnyezetéből fakad,
- a társadalmi közelség-dimenzióon belül a közelség-elemek között szükséges különbséget tenni:
 - vállalati kapcsolatok,
 - interperszonális, baráti és családi kapcsolatok.

Bár hipotézist nem definiáltam a közelség-dimenziókat és közelség-elemeket reprezentáló modell vizsgálatára, helytállóságának alátámasztására, a kvalitatív és a kvantitatív kutatási módszerek rámutattak, hogy az empirikus kutatást megelőzően felvázolt modell újradefiniálást igényel. A kutatási eredmények alapján a vizsgálatban alkalmazott közelség-dimenziók és közelség-elemek a 3. ábrában ismertetett formában modellezhetőek.



3. ábra A közelség-dimenziók újradefiniált modellje

Forrás: Saját szerkesztés (2018)

Az értekezés tézisei új és újszerű tudományos eredményeket azonosítanak, a következők szerint:

- az első tézis, „T1: A társas vállalkozások külföldi kapcsolatépítési aktivitása és komplexitása esetében hasonló tendenciák mutathatóak ki, mint az elmúlt 15 év hazai szervezeti kutatásai során. A vállalkozások külföldre irányuló kapcsolatépítési aktivitása gyenge és nem tekinthető összetettnek. A piaci funkciójú külföldi kapcsolatok kiemelkedő fontossággal bírnak a társas vállalkozások számára. A külföldi kapcsolatokat földrajzi irányultság szerint a térben legközelebb eső térségek irányába valósítják meg.” *újszerű eredményként* értelmezhető,
- a második tézis, „T2: A földrajzi közelség fontosságát eltérő módon ítélik meg a társas vállalkozások az egyes külföldi partnertípusokkal kialakított kapcsolataik során: a piaci funkciójú (beszállítói és értékesítési) külföldi kapcsolatok esetében a földrajzi közelség szükséges és releváns, a nem gazdasági jellegű külföldi szervezeti partnerek térbeli közelsége kevésbé fontos.” *új tudományos eredmény*, különösen a nem gazdasági jellegű külföldi szervezeti partnerek vonatkozásában,
- a harmadik tézis, „T3: A vállalat mérete, valamint a vállalat főtevékenysége mint vállalati jellemzők differenciálják a földrajzi közelség fontosságának értékelését. Minél nagyobb a társas vállalkozás, annál fontosabb a külföldi gazdasági és nem gazdasági jellegű partnerek földrajzi közelsége. A vállalkozások főtevékenysége a piaci funkciójú kapcsolatok esetében differenciálja a földrajzi közelség fontosságát.” *új tudományos eredmény*, amely képet ad a földrajzi közelség értékelésének eltéréseiről,
- a negyedik tézis, „T4: A földrajzi közelség – eseti vagy folyamatos személyes találkozás formájában – napjaink külföldre irányuló szervezetközi kapcsolataiban is szükséges, különösen a szerződéskötések alkalmával jelenik meg releváns elvárásként.” *újszerű tudományos eredményként* értelmezhető,
- az ötödik tézis, „T5: A kulturális közelség-dimenziók, valamint a dimenziókon belül definiált közelség-elemek eltérő fontossággal jelennek meg a külföldi szervezetközi kapcsolatokban. A társadalmi közelség-dimenzió a legfontosabb mind az információszerzés, mind a kapcsolatépítés során, a közelség-elemek közül a bizalmon alapuló, hosszú távú kapcsolatok kiemelkedő fontosságúak.” *új tudományos eredmény*, amely a közelség-elemek eltérő relevanciáját emeli ki.

Az empirikus felmérés tapasztalatai alapján levonható következtetések lényeges hozzáadott értéket hordoznak magukban, amelyek beépíthetőek a szervezeti kapcsolati kutatásokba, alapját képezhetik jövőbeli vizsgálatoknak.

A téziszfűzetben hivatkozott irodalmak jegyzéke

- Agárdi Irma; Kolos Krisztina (2005, szerk.): A vállalatközi kapcsolatok elemzése, a vállalatközi kapcsolatok egyes területein. Versenyben a Világgal 2004 – 2006 Gazdasági Versenyképességünk Vállalati Nézőpontból című kutatás, 20. sz. műhelytanulmány.
- Agnew, John, A.; Livingstone, David, N. (2011): *The SAGE Handbook of Geographical Knowledge*. SAGE Publishing Ltd., London.
- Aguilera, Anne; Lethiais, Virginie (2015): Explaining the Relative Frequency of Face-to-face Meetings in Cooperative Relationships among Companies: An Econometric Analysis. *Growth and Change*. DOI: 10.1111/grow.12135. Online elérhetőség: <http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/grow.12135/epdf> (2016. 05.15.)
- Benos, Nikos; Karagiannis, Stelios; Karkalakos, Sotiris (2015): Proximity and Growth Spillovers in European Regions: The Role of Geographical, Economic and Technological Linkages. *Journal of Macroeconomics*. Vol. 43, pp. 124–139.
- Borgulya Istvánné Vető Á. Á. (2014): *Kulturális távolságok. Vállalatokon belüli és országok közötti interakciókban*. Typotex, Budapest.
- Boschma, Ron (2005): Proximity and Innovation: A Critical Assessment. *Regional Studies*. Vol. 39, Nr. 1, pp. 61–74.
- Boschma, Ron; Heimeriks, Gaston; Balland, Pierre-Alexandra (2014): Scientific Knowledge Dynamics and Relatedness in Biotech Cities. *Research Policy*. Vol. 43, pp. 107–114.
- Broekel, Tom; Boschma, Ron (2012): Knowledge Networks in the Dutch Aviation Industry: The Proximity Paradox. *Journal of Economic Geography*. Vol. 12, pp. 409–433.
- Buzády Zoltán; Tari Ernő (2005): *Stratégiai szövetségek a hazai tulajdonú közép- és nagyvállalatok körében. Összehasonlító elemzés az 1999. évi és a 2004. évi kérdőíves felmérések alapján*. Versenyképesség kutatások műhelytanulmány-sorozat, 6. sz. műhelytanulmány. Budapesti Corvinus Egyetem, Budapest.
- Cainelli, Giulio; Zoboli, Roberto (eds.) (2012): *The Evolution of Industrial Districts: Changing Governance, Innovation and Internationalisation of Local Capitalism in Italy*. Springer Science & Business Media, Berlin-Heidelberg.
- Cairncross, Frances (2001): The Death of Distance: How the Communications Revolution Is Changing Our Lives – Distance Isn't What It Used To Be. *Harvard Business School, Working Knowledge*. Online elérhetőség: <http://hbswk.hbs.edu/archive/2234.html> (2016.02.28.)
- Cairncross, Frances (1997): *The Death of Distance: How the Communications Revolution Will Change Our Lives*. Harvard Business School Press, Boston, MA.
- Castells, Manuel (2010): *The Rise of the Network Society*. Wiley-Blackwell Publishing, Chichester, Second Edition (1996).
- Chikán Attila; Czakó Erzsébet; Wimmer Ágnes (2014, szerk.): Kilábalás göröngyös talajon. Gyorsjelentés a 2013. évi kérdőíves felmérés eredményeiről. Budapesti Corvinus Egyetem, Versenyképesség Kutató Központ, Budapest.
- Csizmadia Zoltán (2012): Az innováció hálózati alapú megközelítése. In: Hardi Tamás, Nárαι Márta (szerk.): *Térszerkezet és területi folyamatok. Tanulmánykötet Rechnitzer János tiszteletére*. MTA KRTK Regionális Kutatások Intézete, Pécs Győr, pp. 125–146.
- Csizmadia Zoltán, Grosz András (2012): Innováció és együttműködési hálózatok Magyarországon. In: Bajmócy Zoltán; Lengyel Imre; Málóvics György (szerk.) *Regionális innovációs képesség, versenyképesség és fenntarthatóság*. JATEPress, Szeged, pp. 52–73.
- Csizmadia Zoltán, Grosz András (2011): *Innováció és együttműködés. A kapcsolathálózatok innovációra gyakorolt hatása*. MTA–RKK, Pécs–Győr.
- Csizmadia Zoltán (2008): Együttműködés és újítóképesség – Az innováció regionális rendszerének kapcsolathálózati alapjai. *Szociológiai Szemle*. 2. évf., pp. 22–56.

- Cyrus, Teresa L. (2012): Cultural Proximity and Bilateral Trade in the European Union. *Global Economy Journal*. Vol. 12, Nr. 4, pp. 1–23.
- Czakó Ágnes; Györi Ágnes (2013): Kis és közepes vállalkozások, megújulás, együttműködés. *Statisztikai Szemle*. 91. évf. 3. sz. pp. 229–254.
- Drejer, Ina; Østergaard, Christian R. (2017): Exploring Determinants of Firms Collaboration with Specific Universities: Employee-Driven Relations and Geographical Proximity. *Regional Studies*. Vol. 51, Nr. 8, pp. 1192–1205.
- Dusek Tamás (2014): Comparison of Air, Road, Time and Cost Distances in Hungary. *Tér–Gazdaság–Ember*. Vol. 2, Nr. 4, pp. 17–30.
- Fisher, Manfred M.; Nijkamp, Peter (eds.) (2014): *Handbook of Regional Science*. Springer Reference. Springer-Verlag, Berlin, Heidelberg, New York.
- Gelei Andrea (2006): *Partnerkapcsolatok típusai és jellemzőik az ellátási láncban*. Versenyképesség kutatás műhelytanulmány-sorozat. 23. sz. kötet. Budapesti Corvinus Egyetem, Budapest.
- Ghemawat, Pankaj (2001): Distance Still Matters. The Hard Reality of Global Expansion. *Harvard Business Review*. September, pp. 137–147.
- Johnson, Daniel K. N.; Siripong, Nalyn; Brown, Amy S. (2006): The Demise of Distance? The Declining Role of Physical Proximity for Knowledge Transmission. *Growth and Change*. Vol. 37, Nr. 1, pp. 19–33.
- Karlsson, Charlie; Gråsjö, Urban (2014): Knowledge Flows, Knowledge Externalities, and Regional Economic Development. In: Fisher, M. M.; Nijkamp, P. (eds.): *Handbook of Regional Science*. Springer-Verlag, Berlin, Heidelberg, New York. Chapter 22, pp. 413–437.
- Kecskés Petra (2017): The Role of Geographical Proximity in Inter-Organizational Communication. *Selye E-Studies*. Vol. 8, Nr. 1, pp. 15–23.
- Kecskés Petra; Tompos Anikó (2017): A földrajzi és a virtuális közelség hatása a vállalatközi kommunikációra. *Tér – Gazdaság – Ember*. 5. évf., 2. sz. pp. 40–49.
- Knoben, Joris; Oerlemans, Leon A.G. (2006): Proximity and Inter-organizational Collaboration: a Literature Review. *International Journal of Management Reviews*. Vol. 8, Nr. 2, pp. 71–89.
- Krugman, Paul (2000): A földrajz szerepe a fejlődésben (The Role of Geography in Development). *Tér és Társadalom*. 14. évf. 4. sz. pp. 1–21.
- Lagendijk, Arnoud; Lorentzen, Anne (2007): Proximity, Knowledge and Innovation in Peripheral Regions. On the Intersection between Geographical and Organizational Proximity. *European Planning Studies*. Vol. 15, Nr. 4, pp. 457–466.
- Lengyel Imre (2010): A regionális tudomány “térnyerése”: reális esélyek avagy csalfa délibábok? *Tér és Társadalom*. 24. évf. 3. sz. pp. 11–40.
- Letaifa, Soumaya Ben; Rabeau, Yves (2013): Too Close to Collaborate? How Geographic Proximity Could Impede Entrepreneurship and Innovation. *Journal of Business Research*. Vol. 66, pp. 2071–2078.
- Maletzke, G. (1996): *Interkulturelle Kommunikation*. Westdeutscher Verlag, Opladen.
- Menzel, Max-Peter (2005): Networks and Technologies in an Emerging Cluster: the Case of Bioinstruments in Jena. In: Karlsson, Ch.; Johansson, B.; Stough, R. R. (eds.): *Industrial Clusters and Inter-Firm Networks*. Edward Elgar, Cheltenham, UK and Northampton, MA, pp. 413–449.
- Ojala, Arto (2015): Geographic, Cultural, and Psychic Distance to Foreign Markets in the Context of Small and New Ventures. *International Business Review*. Vol. 24, pp. 825–835.
- Pecze Krisztina (2005): *Vállalati kapcsolati hálókat Magyarországon. A hosszú távú piaci kapcsolatok motivációi*. PhD értekezés. Budapesti Corvinus Egyetem Gazdálkodástani Ph.D. program. Budapest.

- Pecze Krisztina (2004): *Az üzleti kapcsolatok értékteremtő szerepének vizsgálata stratégiai nézőpontból*. 52. sz. műhelytanulmány. Budapesti Közgazdaságtudományi és Államigazgatási Egyetem. Budapest.
- Reisinger Adrienn (2014): Vállalatok kapcsolati hálója Győrben és térségében. In: Lados Mihály (szerk.): *A gazdaságszerkezet és vonzáskörzet alakulása*. Universitas-Győr Nonprofit. Kft. Győr, pp. 230–243.
- Sáfrányné Gubik Andrea (2008): *A kis- és középvállalatok együttműködésének elvi kérdései és gyakorlati tapasztalatai Borsod-Abaúj-Zemplén megyében*. PhD értekezés, Miskolci Egyetem Gazdaságtudományi Kar, Miskolc.
- Szakálné Kanó Izabella, Lengyel Balázs, Elekes Zoltán, Lengyel Imre (2017): Entrópia-dekompozíció és a vállalatok kapcsolati közelsége a hazai várostérségekben. *Területi Statisztika*. Vol. 57, Nr. 3, pp. 249–271.
- Torre, André; Rallet, Alain (2005): Proximity and Localization. *Regional Studies*. Vol. 39, Nr. 1, pp. 47–59.
- Torre, André; Wallet, Frederic (2014): The Role of Proximity Relations in Regional and Territorial Development Processes. Introduction. In: Torre, André – Wallet, Frederic *Regional Development and Proximity Relations. New Horizons in Regional Science*. Edward Elgar Publishing Ltd. Cheltenham, UK. Northampton, MA, USA. pp. 1–44.
- Tranos, Emmanouil; Nijkamp, Peter (2013): The Death Of Distance Revisited: Cyber-Place, Physical And Relational Proximities. *Journal of Regional Science*. Vol. 53, Nr. 5, pp. 855–873.
- Wang, Jue; Liu, Xiaming; Wei, Yingqi; Wang, Chengang (2014): Cultural Proximity and Local Firms' Catch Up With Multinational Enterprises. *World Development*. Vol. 60, pp. 1–13.
- Wimmer Ágnes; Csesznák Anita; Mandják Tibor (2012): *Üzleti kapcsolatok – vállalati szemléletmód és gyakorlat*. Műhelytanulmány „A nemzetközi gazdasági folyamatok és a hazai üzleti szféra versenyképessége” c. alprojekt eredményeként. Online elérhetőség: http://www.uni-corvinus.hu/fileadmin/user_upload/hu/kutatokozpontok/versenykepesseg/TAMOP_MUHELYTANULMANYOK_1_-110/TM16_Wimmer_etal_uezleti_kapcsolatok.pdf (Megtekintés ideje: 2018. február 26.)
- Wimmer Ágnes (2005): *Vállalatközi kapcsolatok az EU-csatlakozás idején – szemléletmód és támogató eszköztár*. Versenyképesség kutatások műhelytanulmány-sorozat, 12. sz. műhelytanulmány.

A szerző témában megjelent publikációi

Hazai és nemzetközi folyóiratokban publikált tanulmányok

1. Kecskés Petra, Tompos Anikó (2017): A földrajzi és a virtuális közelség hatása a vállalatközi kommunikációra. *Tér – Gazdaság – Ember*. 5. évf. 2. sz. pp. 40–49.
2. Kecskés Petra (2017): The role of Geographical Proximity in Inter-Organizational Communication. *Selye E-Studies*. Vol. 8, Nr. 1, pp. 15–23.
3. Ablonczyné Mihályka Livia, Kecskés Petra (2016): Az ipari park mint terminus értelmezése. *Magyar Terminológia*. Vol. 6, Nr. 2, pp. 197–205.
4. Kecskés Petra, Rácz Irma (2016): A közelség dimenzióinak hatása a Győri Járműipari Körzetben megvalósuló tudásátadási folyamatokra. *Területi Statisztika*. Vol. 56, Nr. 3, pp. 301–319.
5. Kecskés Petra (2015): The Impact of Proximity on the Relations Between Settlements – the Case of Győr-Moson-Sopron County. *Tér – Gazdaság – Ember*. Vol. 3, Nr. 4, pp. 9–21.
6. Kecskés Petra, Kovács Előd Péter (2015): Development Path and the Role of Industrial Parks: The Case of Győr. *Organisational Studies And Innovation Review*. Vol.1, Nr. 1, pp. 24–32.
7. Kecskés Petra (2014): Changes of Meaning: The Case of the Term 'Industrial Park'. *International Journal Of Business And Management Studies*, Vol. 3, Nr. 2, pp. 25–36.

Konferencia-közlemények

1. Kecskés Petra (2017): Analysis of Economist Researchers' Collaboration from the Perspective of Proximity. In: Mu-Fen Chao, Chien-Kuo Li (szerk.) Proceedings of the 2017 International Congress on Banking, Economics, Finance, and Business (BEFB 2017). 247 p. Konferencia helye, ideje: Kyoto, Japán, 2017.06.27-2017.06.29. Taipei: International Business Academics Consortium, pp. 202–209.
2. Kecskés Petra (2017): Szintézis a vállalati kapcsolatok elméleteiről. In: Lőrincz Ildikó (szerk.) XX. Apáczai-napok Nemzetközi Tudományos Konferencia: "Semper Reformare". Konferencia helye, ideje: Győr, Magyarország, 2016.10.26-2016.10.27. Győr: Széchenyi István Egyetem, 2017. pp. 124–128.
3. Kecskés Petra (2015): Közel és mégis távol?: A Győr-Moson-Sopron megyei települések kapcsolatrendszerének vizsgálata. In: Shévlík Csaba (szerk.) X. Kheops Nemzetközi Tudományos Konferencia: Tudomány és Felelősség. 689 p. Konferencia helye, ideje: Mór, Magyarország, 2015.04.20 Mór: Kheops Automobil-Kutató Intézet, 2015. pp. 517–527.
4. Szőke Júlia, Kecskés Petra (2015): Bizzak vagy ne bizzak?: A sztereotípiák hatása a vállalati kapcsolatokra. In: Tompos Anikó, Ablonczyné Mihályka Livia (szerk.) "Kitekintések – 25 éves a győri közgazdászképzés": Kautz Gyula Emlékkonferencia. Konferencia helye, ideje: Győr, Magyarország, 2015.06.11 Győr: Széchenyi István Egyetem Kautz Gyula Gazdaságtudományi Kar.
5. Rechnitzer János, Kecskés Petra (2015): The 'Model of Győr': Triple Helix interactions and their impact on economic development. In: Renata Paola Dameri, Luca Beltrametti (szerk.) Proceedings of the 10th European Conference on Innovation and Entrepreneurship University of Genoa: Italy, 17-18 September 2015. 843 p. Konferencia helye, ideje:

Genova, Olaszország, 2015.09.17-2015.09.18. Sonning Common: Academic Conferences and Publishing International Limited, 2015. pp. 787–795.

6. Kecskés Petra (2014): A közelség értelmezésének lehetőségei ipari parkok esetén. In: Hauck Zsuzsanna, Rattig Anita, Tóbi István (szerk.) Közgazdász Kutatók és Doktoranduszok Téli Konferenciája: Tanulmánykötet. 349 p. Konferencia helye, ideje: Pécs, Magyarország, 2014.01.31-2014.02.01. Pécs: Doktoranduszok Országos Szövetsége, pp. 300–312.
7. Tompos Anikó, Ablonczyné Mihályka Livia, Kecskés Petra (2014): A Survey on Foreign Language Use in Internal and External Communication: The Case of West Transdanubian Companies. In: Tompos Anikó, Ablonczyné Mihályka Livia (szerk.) "A tudomány és a gyakorlat találkozása" Kautz Gyula Emlékkonferencia. Konferencia helye, ideje: Győr, Magyarország, 2014.06.17 Győr: Széchenyi István Egyetem, 2014. Paper 39. 8 p.

A disszertáció témájához kapcsolódó konferencia-előadások

1. Szőke Júlia, Kecskés Petra (2017): Virtual proximity in distance education – The usage of a three-dimensional software. In: IEEE 8th International Conference on Cognitive InfoCommunications: CogInfoCom. Konferencia helye, ideje: Debrecen, Magyarország, 2017.09.11-2017.09.14. (IEEE) Piscataway: IEEE Computer Society.
2. Kecskés Petra (2017): Analysis of Economist Researchers' Collaboration from the Perspective of Proximity. 2017 International Congress on Banking, Economics, Finance, and Business (BEFB 2017). Konferencia helye, ideje: Kyoto, Japán, 2017.06.27-2017.06.29. Taipei: International Business Academics Consortium.
3. Kecskés Petra (2017): The Role of Relational Proximity in Inter-organizational Relations and Communication. Regional Studies Association Annual Conference, The Great Regional Awakening: 'New Directions'. Konferencia helye, ideje: Trinity College Dublin, Dublin, Írország, 2017. 06.04-07. RSA.
4. Kecskés Petra (2015): Közel és mégis távol?: A Győr-Moson-Sopron megyei települések kapcsolatrendszerének vizsgálata. X. Kheops Nemzetközi Tudományos Konferencia: Tudomány és Felelősség. Konferencia helye, ideje: Mór, Magyarország, 2015.04.20 Mór: Kheops Automobil-Kutató Intézet.
5. Kecskés Petra (2015): So Close and Yet so Far?: The Study of Relations and Networks Between Towns. International Journal Of Arts And Sciences, Konferencia helye, ideje: Firenze, Olaszország: 2015.06.16-2015.06.19.

A disszertáció témájához részben kapcsolódó folyóiratokban publikált tanulmányok

1. Rechnitzer János, Kecskés Petra, Reisinger Adrienn (2016): A Győri Modell – Az egyetem, az ipar és a város együttműködési dimenziói. In: Lengyel Imre, Nagy Benedek (szerk.) *Térségek versenyképessége, intelligens szakosodása és újraiparosodása*. Szeged: JATEPress Kiadó, pp. 225–239.
2. Livia Ablonczy-Mihályka, Petra Kecskés (2015): Changing Principles How To Define and Regulate the Term 'Industrial Park': The Case of Hungary, Romania and Bulgaria.

Deturope: Central European Journal Of Tourism And Regional Development. Vol. 7, Nr. 3, pp. 101–112.

3. Kecskés Petra (2015): Ipari parkok nemzetközi összehasonlításban: fókuszban a kelet-közép-európai térség. *Sugo Szemle*. Vol. 2, Nr. 1, pp. 112–121.
4. Ablonczyné Mihályka Livia, Tompos Anikó, Kecskés Petra (2014): Munkahelyi nyelvhasználat az Észak-Dunántúli régió vállalatainál. *Alkalmazott Nyelvészeti Közlemények*. Vol. 9, Nr. 1, pp. 9–17.
5. Kecskés Petra (2014): Az ipari parkok fejlődési sajátosságai és értelmezési különbségei a generációk véleményének tükrében. *Tér – Gazdaság – Ember*. Vol. 2, Nr. 2–3, pp. 37–52.



Leader: Prof. Dr. Rechnitzer János university professor

Petra Kecskés

Economist

The Interpretation of Proximity in Inter-Organizational Relations

Theses of Doctoral Dissertation

Supervisors:

Prof. Dr. habil Lívía Ablonczy-Mihályka,
university professor
Dr. Anikó Tompos,
associate professor

Győr

2018.

Content

The Aim and the Structure of the Dissertation	27
The System of Research Questions and Hypotheses	29
Research Methodology	30
The Evaluation of the Hypotheses	31
Conclusions, New and Novel Scientific Findings	36
References of the Thesis Book	39
The Author's Publications in the Topic of the Dissertation	42
Journal Articles	42
Conference Proceedings	42
Conference Presentations	43
Journal Articles Partially Related to the Topic of the Dissertation	43

The Aim and the Structure of the Dissertation

The study of proximity – in its traditional, geographical meaning – is not novel; however it has emerged again due to the appreciation of knowledge and innovation. The spatial concentration of companies, i.e. the fulfilment of geographical proximity has been proved to be a necessary condition to access information as a resource but virtual places generated by info communication tools are capable of bridging geographic distances. Therefore, virtual places are able to bring close to each other individuals, objects or companies that are far away from each other. The possibility of creating virtual proximity does not clearly connote the development of relations between companies. Based on this, the view started to spread which stated that geographical proximity is necessary but not sufficient precondition for innovative corporate relations (see Broekel – Boschma 2012; Lengyel 2010; Fisher – Nijkamp 2014; Letaifa – Rabeau 2013). At this point, researchers also raised the question which other factors influence the inter-organizational relations and the knowledge and innovation transfer flowing through these relations (see Benos et al. 2015; Karlsson – Gråsjö 2014; Torre – Rallet 2005).

Researchers have observed the terminology (that is also applicable in virtual places with other interpretation) used to characterize spatiality, thus, the term ‘proximity’ is used for all these soft factors (see Torre – Wallet 2014; Ojala 2015; Drejer – Østergaard 2017). Factors that facilitate and support the knowledge and innovation transfer processes are called organizational or relational proximity; later based on the growth of such research and the change of the examination trends so called proximity-dimensions were defined in studies (see Boschma 2005; Knobens – Oerlemans 2006; Lagendijk – Lorentzen 2007; Szakálné et al. 2017). The traditional types of proximity can be measured exactly (Dusek 2014), in the case of the re-defined proximity-dimensions the measurement is difficult.

On one hand, the aim of my dissertation is to synthesize the diverse interpretations of the term ‘proximity’ in the 21st century in the case of inter-organizational relations – all through the overview and summary of national and international sources, published research findings. On the other hand, my objective is to outline a model in which the synthesis of proximity-dimensions and their structure can be represented by taking into account the theoretical synopsis and the directions of the empirical research. Thus, the main aim of the empirical, two-step research is to test the defined model and to examine the relevance of proximity-dimensions (i.e. the elements of the model) in the inter-organizational relations of companies. The research focuses on companies functioning in the Western-Transdanubian Region of Hungary and on their foreign inter-organizational ties.

The structure of the doctoral thesis follows the traditional method; based on the domestic and international literature review the empirical research will be introduced with special attention to the methodology, the findings and the consequences. Figure 1 illustrates the structure of the dissertation and its chapters.

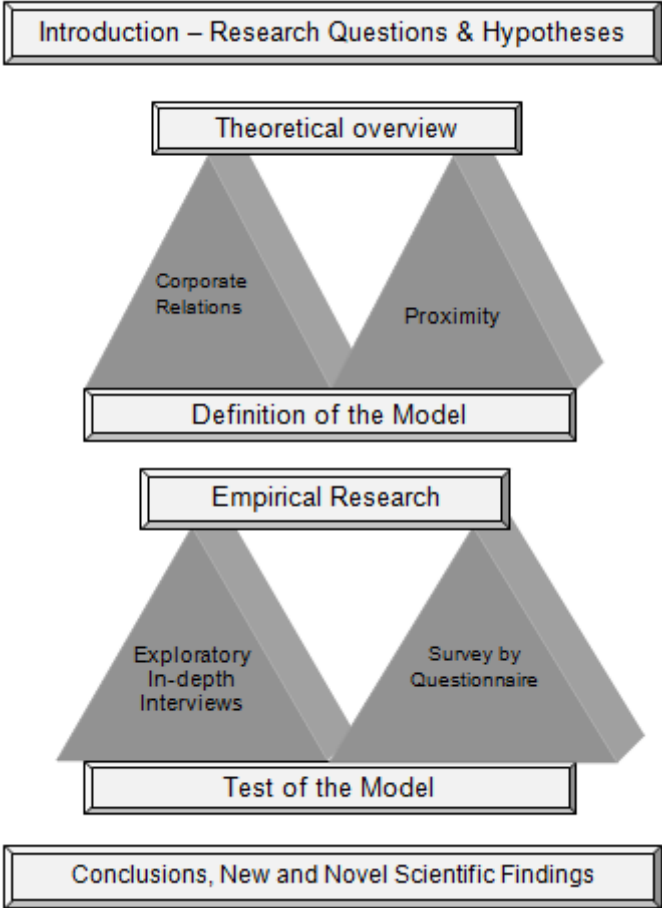


Figure 1: The Structure of the Dissertation
Source: Own compilation (2018)

The System of Research Questions and Hypotheses

Based on the synthesis of the theoretical background and secondary research five research questions and related hypotheses were defined which are introduced in Table 1.

Table 1: The System of the Hypotheses

Hypotheses	Related theoretical background	Related empirical research method
H1: Similar trends are observed in the case of sample corporations' foreign relationship building activities and its complexity and in the case of Hungarian corporate research findings in the last 15 years.	Corporate research in Hungary (see Pecze 2004, 2005; Buzády – Tari 2005; Wimmer 2005; Csizmadia 2008, 2012; Csizmadia – Grosz 2011, 2012; Wimmer et al. 2012; Chikán et al. 2014; Reisinger 2014)	Qualitative research with in-depth interviews and quantitative questionnaire survey
H2: The importance of geographical proximity is evaluated differently by corporations in their relations with foreign organizations.	Geographical proximity: <ul style="list-style-type: none"> ➤ Views that emphasize its minor role (see Cairncross 1997, 2001; Johnson et al. 2006; Castells 2010; Tranos – Nijkamp 2013) ➤ Aspects that focus on its relevance (see Krugman 2000; Agnew – Livingstone 2011; Cainelli – Zoboli 2012; Boschma et al. 2014) 	Quantitative questionnaire survey
H3: The size and the main activity of the corporations as company features differentiate the evaluation of geographical proximity's importance.	Corporate features (Agárdi – Kolos 2005; Czakó – Győri 2013; Gelei 2006; Sáfrányné Gubik 2008; Wimmer 2005)	Quantitative questionnaire survey
H4: The necessity of geographical proximity – in the form of occasional or permanent face-to-face meetings – can be observed even in today's foreign inter-organizational relations.	Permanent geographical proximity (Kecskés 2017; Lagendijk – Lorentzen 2007; Aguiléra – Lethiais 2015)	Quantitative questionnaire survey
H5: The cultural proximity dimensions and the proximity factors defined within the dimensions are evaluated differently by corporations during relationship building and information gaining from foreign organizations.	Although cultural proximity was defined previously (see Maletzke 1996; Ghemawat 2001; Menzel 2005; Cyrus 2012; Borgulya 2014; Wang et al. 2014), its interpretation applied in the dissertation is different.	Qualitative research with in-depth interviews and quantitative questionnaire survey

Source: Own compilation (2018)

Research Methodology

A two-step research methodology was used in order to get a more exact and comprehensive picture about the studied topic. Figure 2 summarizes the steps of the research and their structure.

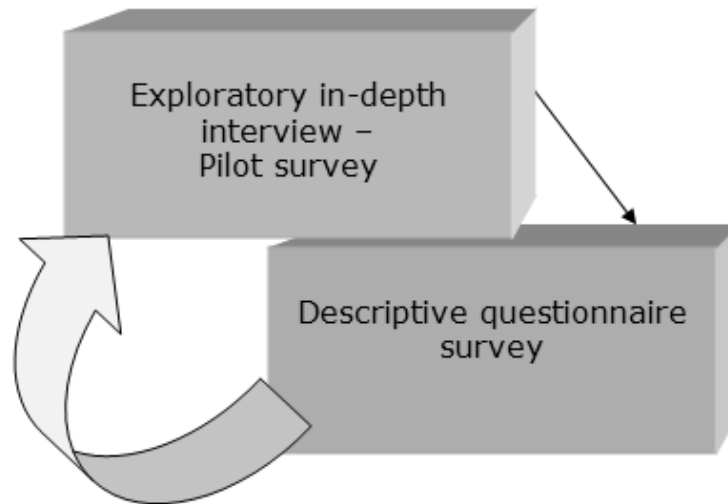


Figure 2: Applied Research Methodology and their System

Source: Own compilation (2018)

During the preparatory phase, I conducted an exploratory in-depth interview which identified two main objectives. Exploratory type of research allows researchers to get a new insight of a given topic. First, the interview supported to formulate the questionnaires and pilot surveys; secondly it ensured the opportunity to the visited experts (managers of companies) to share their attitudes and experiences regarding proximity dimensions and their impact on inter-organizational relations. The interviews were carried out by the leaders of six corporations functioning in the Western and Central Transdanubian counties of Hungary; the answers served as relevant and useful information sources both in the case of questionnaire's preparation and research questions' and hypotheses' definition.

As a second research step – based on a previously defined criteria system – questionnaire survey was used that was compiled according to the main aspects explored during former corporate research, theoretical overview and exploratory qualitative research. The main objective was to describe the studied phenomenon, i.e. to get a more adequate picture about the relations and networks of the respondent companies and the relevance and impact of proximity dimensions and factors on these relations. In order to define the sample of the research, two-step sampling method was used by quota sampling. The questionnaire was completed in printed and electronic (.pdf) forms between 1st April and 15th June 2017. The final sample size consists of 610 companies that all complies with the previously defined

criteria – all of the respondents are corporate companies that are functioning in the target area and they all correspond to the defined quotas by counties.

The Evaluation of the Hypotheses

In order to evaluate the H1 hypothesis, the findings of previous corporate research and the qualitative and quantitative research phases of the empirical research were taken into account based on which H1 hypothesis is accepted and justified. The following thesis can be defined:

T1: Similar trends are observed in the case of the sample corporations' foreign relationship building activities and its complexity and in the case of Hungarian corporate research findings in the last 15 years. The activity of corporations' relationship building is weak and not complex. For sample corporations, relations with foreign business functions are evaluated as highly relevant. Foreign relations are implemented in the direction towards the closest areas according to geographic orientation.

Regarding the relationship building activity and its complexity, the past, the present and the future activities show the same tendencies as it was identified in previous organizational research. Corporations prefer to build relations primarily with one or two partner types. If the foreign relationship buildings of the past 3 years are taken into account, the majority of the sample corporations do not possess complex activity; 24.1% of the enterprises (N=147) have relations with at least 5 partner types. With regard to the present foreign relations, more than half of the sample corporations (N=313) have existing relations with up to three foreign partner categories. This tendency was also discovered in previous organizational research among Hungarian organizations (see Csizmadia 2011, 2012; Reisinger 2014).

In the case of partner types' directions of relations, the previously experienced findings can be observed: the relations with business functions – i.e. relations with suppliers and clients – are evaluated as priority. Summarizing the business-type relations of the sample companies (N=551) between 2014-2016; the total average importance index is 4.3. 65.9% of the respondent corporations (N=402) have at least one foreign partner with suppliers and clients. On the other hand, the complexity and the number of non-business partners (e.g. universities, research institutions) are low and evaluated as less important. 12.8% of corporations possess relations with foreign research institutions; 21.1% of them have functioning relations with universities.

In the case of geographic orientation of foreign organizational relations, the preference of local areas was observed in former organizational research which was followed by the next geographic level, the level of the region (Csizmadia 2011, 2012). Although the geographic

orientations are defined differently in the empirical research of the dissertation than in previous studies, the preference of the closest geographic areas can be observed. Organizational partners on the European continent represent the most significant relationship; 80.3% of the existing relations of corporations (N=575) are concentrated in Europe with every foreign partner types. The majority of relations are in the European Union (especially in the case of business relations: suppliers N=394 and clients N=441); the relations with universities and research institutions are preferred with neighbouring countries (universities N=98, research institutions N=67).

H2 hypothesis is accepted and justified based on the findings of the empirical research and the following thesis can be defined:

T2: The importance of geographical proximity is evaluated differently by corporations in their relations with different foreign partner organizations: in the case of the business type relations (with suppliers and clients) geographical proximity is needed and relevant; however, the spatial proximity of non-business organizational partners is less important.

During the in-depth interviews, the interviewees suggested that geographical proximity is the most important in the case of relations with suppliers and subcontractors (importance 4.5 from a 1-5 scale) and they also mentioned that the core activity of corporations influence the rating. Proximity in its spatial interpretation is significant in the case of suppliers; primarily because of logistical considerations – suppliers prefer to be placed next to their partners in order to reduce freight costs.

In the case of sales, the geographical proximity of foreign clients/buyers is evaluated by 4.0 importance for the two manufacturing corporations; while according to other interviewed managers it depends on the client/buyer what distances they are willing to take when they would like to buy something. Based on the evaluation of managers, spatial proximity is rather not important in the relationships with foreign non-business organizational partners. If corporations possess such type of relations, they prefer to communicate with their partners through different channels supported by info communicational tools or meet personally occasionally.

In the questionnaire survey, similar tendencies can be observed: corporations (N=530) evaluate the geographical proximity of suppliers and subcontractors as the most important; the average value (3.62) suggests that the spatial proximity of suppliers is relevant. The significance of clients'/buyers' proximity is also high which is supported by the 3.56 average value of 557 corporations. Altogether, geographical proximity of all business type relations is highly important. Although relations with foreign universities and research institutions are

preferred to be realized in neighbouring countries, corporations do not hold their spatial proximity important; the total average importance index of non-business type organizational relations' geographical proximity is 2.29.

The respondents evaluated the importance of geographical proximity together with the cultural proximity-dimensions: the total average importance index is 3.12 in this case which suggests that the evaluation of geographical proximity is influenced by many factors. The type of the foreign partner organizations and the objective of the relations (information gaining and relationship building) play relevant role in this evaluation process. At the same time, it can be concluded that geographical proximity is a necessary prerequisite for the establishment and maintenance of foreign partner relations.

H3 hypothesis is accepted and justified according to the results of the survey and the following thesis can be formulated:

T3: The size and the main activity of the corporations as company features differentiate the evaluation of geographical proximity's importance. The larger the corporation, the more important is geographical proximity of foreign business and non-business type of partners. The main activity of corporations differentiates the importance of geographical proximity in the case of business type of relations.

In order to analyze the differences, cross-tabulations were applied and the following relations can be observed in the case of company size and the relevance of geographical proximity:

- in the case of clients/buyers and direct competitors, there is no significant correlation between company size and importance of geographical proximity – regardless of company size geographical proximity is equally important to sample corporations;
- in the case of other partner types (suppliers, other industrial partner and all type of non-business organizational partners), the cross-tabulations showed significant and moderately strong relationship between company size and the evaluation of geographical proximity' importance.

The larger the corporation, the more important is geographical proximity of foreign business and non-business partner types. Corporations categorized by their core activities (based on consolidated industries) evaluated the relevance of geographical proximity in the case of business partners differently: the cross-tabulation analysis showed significant correlation in the case of suppliers, subcontractors and clients/buyers. Corporations that are functioning in the industry and building industry evaluated the relevance of spatial proximity

relatively high, while the evaluation of corporations that offer services shows a very mixed picture: the ratio of service companies which do not hold the geographic proximity of their suppliers and clients important is higher.

H4 hypothesis is accepted and justified based on the findings of the questionnaire survey and a corporate research in 2014 which studied organizational communication. The following thesis can be defined:

T4: The necessity of geographical proximity – in the form of occasional or permanent face-to-face meetings – can be observed even in today's foreign inter-organizational relations, it is a relevant expectation especially during contracting.

The necessity of geographical proximity in the form of personal meetings shows different tendencies in foreign organizational relations of corporations. Geographical proximity is necessary in contracting activities of corporations both with suppliers and clients/buyers. 92.48% of companies need occasional or permanent face-to-face meetings with clients or buyers during contracting; the ratio of companies which prefer personal meetings with suppliers is also high 88.99%. Differences regarding contracting are related to partner types: while 53.58% of sample corporations prefer permanent personal contact with clients, 47.14% of corporations use ad hoc face-to-face meetings with suppliers.

The need of permanent personal contact is more and more rare and is needed only in some cooperation types; however, corporations require personal meetings at least occasionally. Therefore, it can be stated that geographical proximity and at least occasional form of it plays a relevant role in today's inter-organizational relations. Cross-tabulation analysis shows significant correlation in five partner types regarding company size and the need of geographical proximity. In the case of contracts with clients/buyers, micro and SMEs prefer the personal meetings with their partners more often. As the size of the corporation grows, the number and rate of ad hoc personal meetings also increases which is the highest in the case of large corporations. The proportion of cases when there was no personal contact is low in every corporate group.

A previous study examined the temporal aspects of geographical proximity with the usage of virtual communicational channels (Kecskés – Tompos 2017). In the research (2014), the 250 sample corporations preferred to use verbal interaction methods in their external communication; the preference of phone calls was observed which was followed by a written communication form, the e-mail. Spatial distance does not mean barrier in the inter-organizational communication; the research confirmed that the role of geographical proximity is not exclusive. Virtual place and contact realized in virtual places has been appreciated in

inter-organizational communication and is preferred over personal meetings, i.e. geographical closeness. Regarding the frequency of other verbal and written communication methods of corporations, face-to-face personal meetings are relevant in relations though they are characterized by periodic nature. Temporary geographic proximity is needed and important in the emergence, maintenance and deepening processes of inter-organizational relationships.

H5 hypothesis is accepted and justified based on the results of the empirical research and the following thesis is defined:

T5: The cultural proximity dimensions and the proximity factors defined within the dimensions are evaluated differently by corporations during relationship building and information gaining from foreign organizations. The most important dimension is the social proximity, and the most relevant proximity factor is the trust-based long-term relations.

The overall average importance' index of all cultural proximity dimensions shows the following ranking:

- Social proximity – index: 3.47
- Cognitive proximity – index: 3.16
- Organizational cultural proximity – index: 2.91
- Structural proximity – index: 2.75

The evaluation of cultural proximity dimensions' importance was measured both in the case of information gaining and relationship building activities; the total average importance' index of cultural proximity dimensions is the following in the case of information gaining:

- Social proximity – index: 3.52
- Cognitive proximity – index: 3.16
- Organizational cultural proximity – index: 2.89
- Structural proximity – index: 2.76

The total average importance' index of cultural proximity dimensions are the following in the case of relationship building:

- Social proximity – index: 3.41
- Cognitive proximity – index: 3.16
- Organizational cultural proximity – index: 2.92
- Structural proximity – index: 2.74

Structural and organizational cultural proximity dimensions play the less relevant role in every examined case, while social proximity is the most significant. If the proximity factors are studied, a more detailed picture can be observed: the relevance of proximity factors – even within the social proximity dimension – is evaluated differently; the most important factor is the trust-based long-term relation between organizations.

Conclusions, New and Novel Scientific Findings

The thesis proved in previous theories suggested that geographical proximity is a necessary requirement in inter-organizational relations and information and knowledge transfer processes is also justified in the empirical research of the dissertation. The thesis was completed with relevant information: the preference of temporary geographic proximity can be observed in the case of foreign organizational relations of sample corporations.

A novel aspect was used in the analysis of the topic; the empirical research has focused on the foreign partner relations of corporations. Although previous organizational research analyzed the inter-organizational relations of both, national and international level, the objective of this research was to highlight only the foreign organizational relations of corporations in details. The empirical research studied on one hand the different aspects and attributes of inter-organizational relations (e.g. direction, partner types and its complexity), on the other hand, the role and relevance of defined proximity dimensions. Therefore, the findings of the research are special, novel and targeted.

By synthesizing the proximity terms of the literature, several overlaps were discovered between the different proximity dimensions; the interpretations of these dimensions are often blurred. The soft factors that were identified as sub real or non-geographical proximity dimensions are all determined by culture, thus, can be categorised as a cultural proximity dimension. The main objective of defining cultural proximity dimensions and factors was to identify these dimensions in an accurate and adequate way and to avoid overlaps between the dimensions. The definition of the proximity dimensions' model was related to this objective, however, based on the research findings it should have been re-defined in order to take into account the following changes:

- structural, organizational cultural and cognitive proximity factors should be handle together; every proximity factor is based on the inner functioning and the micro environment of organizations,
- the following differentiation should be done within the social proximity dimension:
 - organizational relations,
 - interpersonal relations (relations with friends and/or relatives).

Although hypothesis was not defined related to the analysis of the proximity dimensions' model, the findings of the empirical research suggest that the previously generated model should be re-defined. According to the research findings, proximity dimensions and factors can be illustrated in a model introduced in Figure 3.

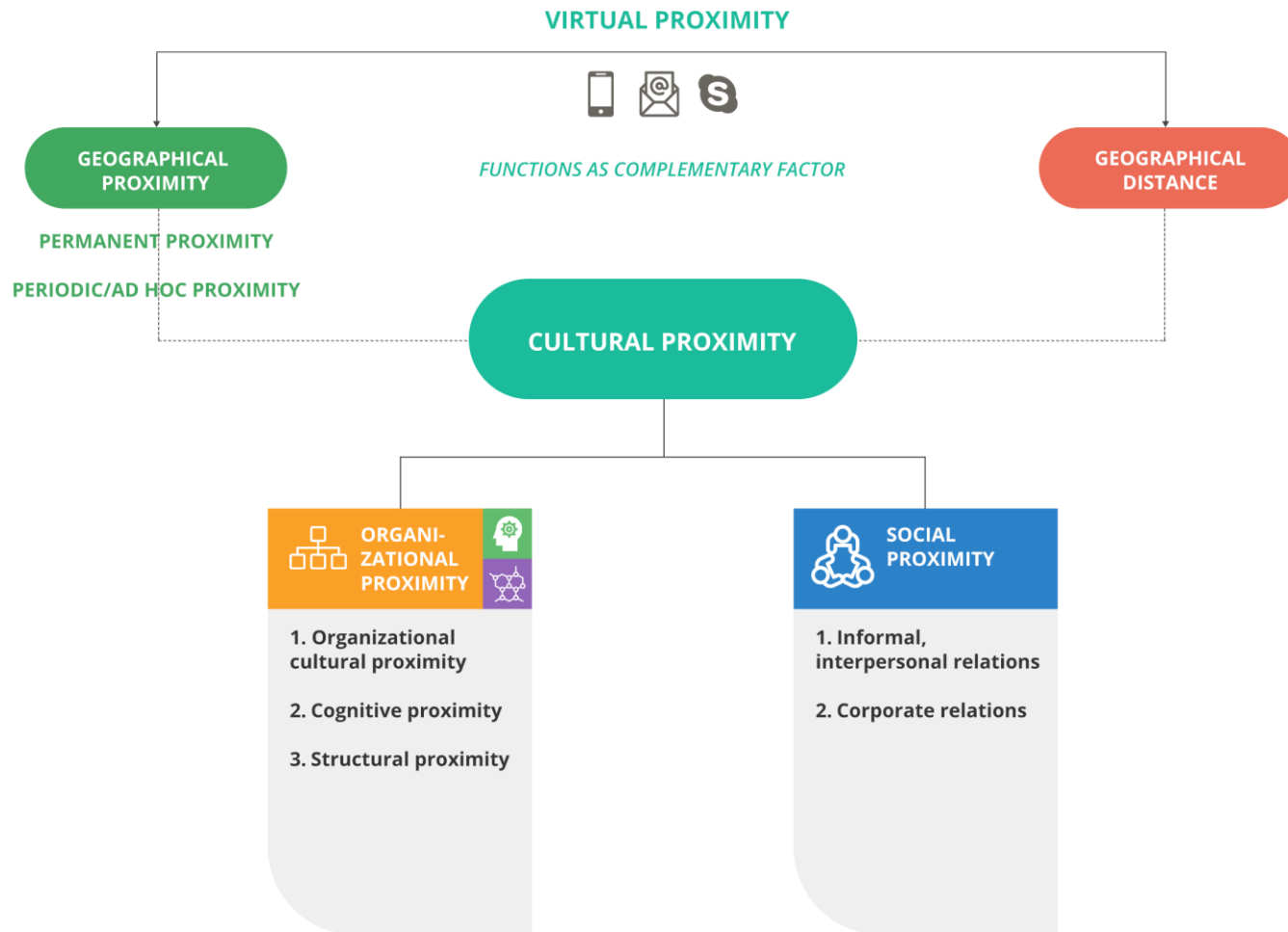


Figure 3: The Re-defined Model of Proximity Dimensions

Source: Own compilation (2018)

The theses of the dissertation identify the following new and novel scientific findings:

- „T1: Similar trends are observed in the case of the sample corporations’ foreign relationship building activities and its complexity and in the case of Hungarian corporate research findings in the last 15 years. The activity of corporations’ relationship building is weak and not complex. For sample corporations, relations with foreign business functions are evaluated as highly relevant. Foreign relations are implemented in the direction towards the closest areas according to geographic orientation.” can be interpreted as a novel scientific finding,
- „T2: The importance of geographical proximity is evaluated differently by corporations in their relations with different foreign partner organizations: in the case of the business type relations (with suppliers and clients) geographical proximity is needed and relevant; however, the spatial proximity of non-business organizational partners is less important.” is a new scientific finding in the case of non-business organizational partner types,
- „T3: The size and the main activity of the corporations as company features differentiate the evaluation of geographical proximity’s importance. The larger the corporation, the more important is geographical proximity of foreign business and non-business type of partners. The main activity of corporations differentiates the importance of geographical proximity in the case of business type of relations.” is a new scientific finding which shows the differences of geographical proximity’ evaluations,
- „T4: The necessity of geographical proximity – in the form of occasional or permanent face-to-face meetings – can be observed even in today’s foreign inter-organizational relations, it is a relevant expectation especially during contracting.” can be interpreted as a novel scientific finding,
- „T5: The cultural proximity dimensions and the proximity factors defined within the dimensions are evaluated differently by corporations during relationship building and information gaining from foreign organizations. The most important dimension is the social proximity, and the most relevant proximity factor is the trust-based long-term relations.” is a new scientific finding which highlights the different relevance of proximity dimensions.

The conclusions of the empirical research have substantial added value that can be incorporated and useful in corporate and networking research and can be the basis for future studies.

References of the Thesis Book

- Agárdi Irma; Kolos Krisztina (2005, eds.): A vállalatközi kapcsolatok elemzése, a vállalatközi kapcsolatok egyes területein. Versenyben a Világgal 2004 – 2006 Gazdasági Versenyképességünk Vállalati Nézőpontból című kutatás, 20. sz. műhelytanulmány.
- Agnew, John, A.; Livingstone, David, N. (2011): *The SAGE Handbook of Geographical Knowledge*. SAGE Publishing Ltd., London.
- Aguilera, Anne; Lethiais, Virginie (2015): Explaining the Relative Frequency of Face-to-face Meetings in Cooperative Relationships among Companies: An Econometric Analysis. *Growth and Change*. DOI: 10.1111/grow.12135. Online elérhetőség: <http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/grow.12135/epdf> (2016. 05.15.)
- Benos, Nikos; Karagiannis, Stelios; Karkalakos, Sotiris (2015): Proximity and Growth Spillovers in European Regions: The Role of Geographical, Economic and Technological Linkages. *Journal of Macroeconomics*. Vol. 43, pp. 124–139.
- Borgulya Istvánné Vető Á. Á. (2014): *Kulturális távolságok. Vállalatokon belüli és országok közötti interakciókban*. Typotex, Budapest.
- Boschma, Ron (2005): Proximity and Innovation: A Critical Assessment. *Regional Studies*. Vol. 39, Nr. 1, pp. 61–74.
- Boschma, Ron; Heimeriks, Gaston; Balland, Pierre-Alexandra (2014): Scientific Knowledge Dynamics and Relatedness in Biotech Cities. *Research Policy*. Vol. 43, pp. 107–114.
- Broekel, Tom; Boschma, Ron (2012): Knowledge Networks in the Dutch Aviation Industry: The Proximity Paradox. *Journal of Economic Geography*. Vol. 12, pp. 409–433.
- Buzády Zoltán; Tari Ernő (2005): *Stratégiai szövetségek a hazai tulajdonú közép- és nagyvállalatok körében. Összehasonlító elemzés az 1999. évi és a 2004. évi kérdőíves felmérések alapján*. Versenyképesség kutatások műhelytanulmány-sorozat, 6. sz. műhelytanulmány. Budapesti Corvinus Egyetem, Budapest.
- Cainelli, Giulio; Zoboli, Roberto (eds.) (2012): *The Evolution of Industrial Districts: Changing Governance, Innovation and Internationalisation of Local Capitalism in Italy*. Springer Science & Business Media, Berlin-Heidelberg.
- Cairncross, Frances (2001): The Death of Distance: How the Communications Revolution Is Changing Our Lives – Distance Isn't What It Used To Be. *Harvard Business School, Working Knowledge*. Online elérhetőség: <http://hbswk.hbs.edu/archive/2234.html> (2016.02.28.)
- Cairncross, Frances (1997): *The Death of Distance: How the Communications Revolution Will Change Our Lives*. Harvard Business School Press, Boston, MA.
- Castells, Manuel (2010): *The Rise of the Network Society*. Wiley-Blackwell Publishing, Chichester, Second Edition (1996).
- Chikán Attila; Czákó Erzsébet; Wimmer Ágnes (2014, szerk.): Kilábalás göröngyös talajon. Gyorsjelentés a 2013. évi kérdőíves felmérés eredményeiről. Budapesti Corvinus Egyetem, Versenyképesség Kutató Központ, Budapest.
- Csizmadia Zoltán (2012): Az innováció hálózati alapú megközelítése. In: Hardi Tamás, Nárái Márta (szerk.): *Térszerkezet és területi folyamatok. Tanulmánykötet Rechnitzer János tiszteletére*. MTA KRTK Regionális Kutatások Intézete, Pécs Győr, pp. 125–146.
- Csizmadia Zoltán, Grosz András (2012): Innováció és együttműködési hálózatok Magyarországon. In: Bajmócy Zoltán; Lengyel Imre; Málóvics György (szerk.) *Regionális innovációs képesség, versenyképesség és fenntarthatóság*. JATEPress, Szeged, pp. 52–73.
- Csizmadia Zoltán, Grosz András (2011): *Innováció és együttműködés. A kapcsolathálózatok innovációra gyakorolt hatása*. MTA–RKK, Pécs–Győr.
- Csizmadia Zoltán (2008): Együttműködés és újítóképesség – Az innováció regionális rendszerének kapcsolathálózati alapjai. *Szociológiai Szemle*. 2. évf., pp. 22–56.

- Cyrus, Teresa L. (2012): Cultural Proximity and Bilateral Trade in the European Union. *Global Economy Journal*. Vol. 12, Nr. 4, pp. 1–23.
- Czakó Ágnes; Györi Ágnes (2013): Kis és közepes vállalkozások, megújulás, együttműködés. *Statisztikai Szemle*. 91. évf. 3. sz. pp. 229–254.
- Drejer, Ina; Østergaard, Christian R. (2017): Exploring Determinants of Firms Collaboration with Specific Universities: Employee-Driven Relations and Geographical Proximity. *Regional Studies*. Vol. 51, Nr. 8, pp. 1192–1205.
- Dusek Tamás (2014): Comparison of Air, Road, Time and Cost Distances in Hungary. *Tér–Gazdaság–Ember*. Vol. 2, Nr. 4, pp. 17–30.
- Fisher, Manfred M.; Nijkamp, Peter (eds.) (2014): *Handbook of Regional Science*. Springer Reference. Springer-Verlag, Berlin, Heidelberg, New York.
- Gelei Andrea (2006): *Partnerkapcsolatok típusai és jellemzőik az ellátási láncban*. Versenyképesség kutatás műhelytanulmány-sorozat. 23. sz. kötet. Budapesti Corvinus Egyetem, Budapest.
- Ghemawat, Pankaj (2001): Distance Still Matters. The Hard Reality of Global Expansion. *Harvard Business Review*. September, pp. 137–147.
- Johnson, Daniel K. N.; Siripong, Nalyn; Brown, Amy S. (2006): The Demise of Distance? The Declining Role of Physical Proximity for Knowledge Transmission. *Growth and Change*. Vol. 37, Nr. 1, pp. 19–33.
- Karlsson, Charlie; Gråsjö, Urban (2014): Knowledge Flows, Knowledge Externalities, and Regional Economic Development. In: Fisher, M. M.; Nijkamp, P. (eds.): *Handbook of Regional Science*. Springer-Verlag, Berlin, Heidelberg, New York. Chapter 22, pp. 413–437.
- Kecskés Petra (2017): The Role of Geographical Proximity in Inter-Organizational Communication. *Selye E-Studies*. Vol. 8, Nr. 1, pp. 15–23.
- Kecskés Petra; Tompos Anikó (2017): A földrajzi és a virtuális közelség hatása a vállalatközi kommunikációra. *Tér – Gazdaság – Ember*. 5. évf., 2. sz. pp. 40–49.
- Knoben, Joris; Oerlemans, Leon A.G. (2006): Proximity and Inter-organizational Collaboration: a Literature Review. *International Journal of Management Reviews*. Vol. 8, Nr. 2, pp. 71–89.
- Krugman, Paul (2000): A földrajz szerepe a fejlődésben (The Role of Geography in Development). *Tér és Társadalom*. 14. évf. 4. sz. pp. 1–21.
- Lagendijk, Arnoud; Lorentzen, Anne (2007): Proximity, Knowledge and Innovation in Peripheral Regions. On the Intersection between Geographical and Organizational Proximity. *European Planning Studies*. Vol. 15, Nr. 4, pp. 457–466.
- Lengyel Imre (2010): A regionális tudomány “térnyerése”: reális esélyek avagy csalfa délibábok? *Tér és Társadalom*. 24. évf. 3. sz. pp. 11–40.
- Letaifa, Soumaya Ben; Rabeau, Yves (2013): Too Close to Collaborate? How Geographic Proximity Could Impede Entrepreneurship and Innovation. *Journal of Business Research*. Vol. 66, pp. 2071–2078.
- Maletzke, G. 1996. *Interkulturelle Kommunikation*. Westdeutscher Verlag, Opladen.
- Menzel, Max-Peter (2005): Networks and Technologies in an Emerging Cluster: the Case of Bioinstruments in Jena. In: Karlsson, Ch.; Johansson, B.; Stough, R. R. (eds.): *Industrial Clusters and Inter-Firm Networks*. Edward Elgar, Cheltenham, UK and Northampton, MA, pp. 413–449.
- Ojala, Arto (2015): Geographic, Cultural, and Psychic Distance to Foreign Markets in the Context of Small and New Ventures. *International Business Review*. Vol. 24, pp. 825–835.
- Pecze Krisztina (2005): *Vállalati kapcsolati hálókat Magyarországon. A hosszú távú piaci kapcsolatok motivációi*. PhD értekezés. Budapesti Corvinus Egyetem Gazdálkodástani Ph.D. program. Budapest.

- Pecze Krisztina (2004): *Az üzleti kapcsolatok értékteremtő szerepének vizsgálata stratégiai nézőpontból*. 52. sz. műhelytanulmány. Budapesti Közgazdaságtudományi és Államigazgatási Egyetem. Budapest.
- Reisinger Adrienn (2014): Vállalatok kapcsolati hálója Győrben és térségében. In: Lados Mihály (szerk.): *A gazdaságszerkezet és vonzáskörzet alakulása*. Universitas-Győr Nonprofit. Kft. Győr, pp. 230–243.
- Sáfrányné Gubik Andrea (2008): *A kis- és középvállalatok együttműködésének elvi kérdései és gyakorlati tapasztalatai Borsod-Abaúj-Zemplén megyében*. PhD értekezés, Miskolci Egyetem Gazdaságtudományi Kar, Miskolc.
- Szakálné Kanó Izabella, Lengyel Balázs, Elekes Zoltán, Lengyel Imre (2017): Entrópia-dekompozíció és a vállalatok kapcsolati közelsége a hazai várostérségekben. *Területi Statisztika*. Vol. 57, Nr. 3, pp. 249–271.
- Torre, André; Rallet, Alain (2005): Proximity and Localization. *Regional Studies*. Vol. 39, Nr. 1, pp. 47–59.
- Torre, André; Wallet, Frederic (2014): The Role of Proximity Relations in Regional and Territorial Development Processes. Introduction. In: Torre, André – Wallet, Frederic *Regional Development and Proximity Relations. New Horizons in Regional Science*. Edward Elgar Publishing Ltd. Cheltenham, UK. Northampton, MA, USA. pp. 1–44.
- Tranos, Emmanouil; Nijkamp, Peter (2013): The Death Of Distance Revisited: Cyber-Place, Physical And Relational Proximities. *Journal of Regional Science*. Vol. 53, Nr. 5, pp. 855–873.
- Wang, Jue; Liu, Xiaming; Wei, Yingqi; Wang, Chengang (2014): Cultural Proximity and Local Firms' Catch Up With Multinational Enterprises. *World Development*. Vol. 60, pp. 1–13.
- Wimmer Ágnes; Csesznák Anita; Mandják Tibor (2012): *Üzleti kapcsolatok – vállalati szemléletmód és gyakorlat*. Műhelytanulmány „A nemzetközi gazdasági folyamatok és a hazai üzleti szféra versenyképessége” c. alprojekt eredményeként. Online elérhetőség: http://www.uni-corvinus.hu/fileadmin/user_upload/hu/kutatokozpontok/versenykepesseg/TAMOP_MUHELYTANULMANYOK_1_-110/TM16_Wimmer_etal_uezleti_kapcsolatok.pdf (Megtekintés ideje: 2018. február 26.)
- Wimmer Ágnes (2005): *Vállalatközi kapcsolatok az EU-csatlakozás idején – szemléletmód és támogató eszköztár*. Versenyképesség kutatások műhelytanulmány-sorozat, 12. sz. műhelytanulmány.

The Author's Publications in the Topic of the Dissertation

Journal Articles

1. Kecskés Petra, Tompos Anikó (2017): A földrajzi és a virtuális közelség hatása a vállalatközi kommunikációra. *Tér – Gazdaság – Ember*. 5. évf. 2. sz. pp. 40–49.
2. Kecskés Petra (2017): The role of Geographical Proximity in Inter-Organizational Communication. *Selye E-Studies*. Vol. 8, Nr. 1, pp. 15–23.
3. Ablonczyné Mihályka Livia, Kecskés Petra (2016): Az ipari park mint terminus értelmezése. *Magyar Terminológia*. Vol. 6, Nr. 2, pp. 197–205.
4. Kecskés Petra, Rácz Irma (2016): A közelség dimenzióinak hatása a Győri Járműipari Körzetben megvalósuló tudásátadási folyamatokra. *Területi Statisztika*. Vol. 56, Nr. 3, pp. 301–319.
5. Kecskés Petra (2015): The Impact of Proximity on the Relations Between Settlements – the Case of Győr-Moson-Sopron County. *Tér – Gazdaság – Ember*. Vol. 3, Nr. 4, pp. 9–21.
6. Kecskés Petra, Kovács Előd Péter (2015): Development Path and the Role of Industrial Parks: The Case of Győr. *Organisational Studies And Innovation Review*. Vol.1, Nr. 1, pp. 24–32.
7. Kecskés Petra (2014): Changes of Meaning: The Case of the Term 'Industrial Park'. *International Journal Of Business And Management Studies*, Vol. 3, Nr. 2, pp. 25–36.

Conference Proceedings

1. Kecskés Petra (2017): Analysis of Economist Researchers' Collaboration from the Perspective of Proximity. In: Mu-Fen Chao, Chien-Kuo Li (szerk.) Proceedings of the 2017 International Congress on Banking, Economics, Finance, and Business (BEFB 2017). 247 p. Konferencia helye, ideje: Kyoto, Japán, 2017.06.27-2017.06.29. Taipei: International Business Academics Consortium, pp. 202–209.
2. Kecskés Petra (2017): Szintézis a vállalati kapcsolatok elméleteiről. In: Lőrincz Ildikó (szerk.) XX. Apáczai-napok Nemzetközi Tudományos Konferencia: "Semper Reformare". Konferencia helye, ideje: Győr, Magyarország, 2016.10.26-2016.10.27. Győr: Széchenyi István Egyetem, 2017. pp. 124–128.
3. Kecskés Petra (2015): Közel és mégis távol?: A Győr-Moson-Sopron megyei települések kapcsolatrendszerének vizsgálata. In: Shévlík Csaba (szerk.) X. Kheops Nemzetközi Tudományos Konferencia: Tudomány és Felelősség. 689 p. Konferencia helye, ideje: Mór, Magyarország, 2015.04.20 Mór: Kheops Automobil-Kutató Intézet, 2015. pp. 517–527.
4. Szőke Júlia, Kecskés Petra (2015): Bizzak vagy ne bizzak?: A sztereotípiák hatása a vállalati kapcsolatokra. In: Tompos Anikó, Ablonczyné Mihályka Livia (szerk.) "Kitekintések – 25 éves a győri közgazdászképzés": Kautz Gyula Emlékkonferencia. Konferencia helye, ideje: Győr, Magyarország, 2015.06.11 Győr: Széchenyi István Egyetem Kautz Gyula Gazdaságtudományi Kar.
5. Rechnitzer János, Kecskés Petra (2015): The 'Model of Győr': Triple Helix interactions and their impact on economic development. In: Renata Paola Dameri, Luca Beltrametti (szerk.) Proceedings of the 10th European Conference on Innovation and Entrepreneurship University of Genoa: Italy, 17-18 September 2015. 843 p. Konferencia helye, ideje: Genoa,

- Olaszország, 2015.09.17-2015.09.18. Sonning Common: Academic Conferences and Publishing International Limited, 2015. pp. 787–795.
6. Kecskés Petra (2014): A közelség értelmezésének lehetőségei ipari parkok esetén. In: Hauck Zsuzsanna, Rattig Anita, Tóbi István (szerk.) *Közgazdász Kutatók és Doktoranduszok Téli Konferenciája: Tanulmánykötet*. 349 p. Konferencia helye, ideje: Pécs, Magyarország, 2014.01.31-2014.02.01. Pécs: Doktoranduszok Országos Szövetsége, pp. 300–312.
 7. Tompos Anikó, Ablonczyné Mihályka Livia, Kecskés Petra (2014): A Survey on Foreign Language Use in Internal and External Communication: The Case of West Transdanubian Companies. In: Tompos Anikó, Ablonczyné Mihályka Livia (szerk.) "A tudomány és a gyakorlat találkozása" Kautz Gyula Emlékkonferencia. Konferencia helye, ideje: Győr, Magyarország, 2014.06.17 Győr: Széchenyi István Egyetem, 2014. Paper 39. 8 p.

Conference Presentations

1. Szőke Júlia, Kecskés Petra (2017): Virtual proximity in distance education – The usage of a three-dimensional software. In: IEEE 8th International Conference on Cognitive InfoCommunications: CogInfoCom. Konferencia helye, ideje: Debrecen, Magyarország, 2017.09.11-2017.09.14. (IEEE) Piscataway: IEEE Computer Society.
2. Kecskés Petra (2017): Analysis of Economist Researchers' Collaboration from the Perspective of Proximity. 2017 International Congress on Banking, Economics, Finance, and Business (BEFB 2017). Konferencia helye, ideje: Kyoto, Japán, 2017.06.27-2017.06.29. Taipei: International Business Academics Consortium.
3. Kecskés Petra (2017): The Role of Relational Proximity in Inter-organizational Relations and Communication. Regional Studies Association Annual Conference, The Great Regional Awakening: 'New Directions'. Konferencia helye, ideje: Trinity College Dublin, Dublin, Írország, 2017. 06.04-07. RSA.
4. Kecskés Petra (2015): Közel és mégis távol?: A Győr-Moson-Sopron megyei települések kapcsolatrendszerének vizsgálata. X. Kheops Nemzetközi Tudományos Konferencia: Tudomány és Felelősség. Konferencia helye, ideje: Mór, Magyarország, 2015.04.20 Mór: Kheops Automobil-Kutató Intézet.
5. Kecskés Petra (2015): So Close and Yet so Far?: The Study of Relations and Networks Between Towns. International Journal Of Arts And Sciences, Konferencia helye, ideje: Firenze, Olaszország: 2015.06.16-2015.06.19.

Journal Articles Partially Related to the Topic of the Dissertation

1. Rechnitzer János, Kecskés Petra, Reisinger Adrienn (2016): A Győri Modell – Az egyetem, az ipar és a város együttműködési dimenziói. In: Lengyel Imre, Nagy Benedek (szerk.) *Térségek versenyképessége, intelligens szakosodása és újraiparosodása*. Szeged: JATEPress Kiadó, 2016. pp. 225–239.
2. Livia Ablonczy-Mihályka, Petra Kecskés (2015): Changing Principles How To Define and Regulate the Term 'Industrial Park': The Case of Hungary, Romania and Bulgaria. *Deturope: Central European Journal Of Tourism And Regional Development*. Vol. 7, Nr. 3, pp. 101–112.

3. Kecskés Petra (2015): Ipari parkok nemzetközi összehasonlításban: fókuszban a kelet-közép-európai térség. *Sugo Szemle*. Vol. 2, Nr.1, pp. 112–121.
4. Ablonczyné Mihályka Livia, Tompos Anikó, Kecskés Petra (2014): Munkahelyi nyelvhasználat az Észak-Dunántúli régió vállalatainál. *Alkalmazott Nyelvészeti Közlemények*. Vol. 9, Nr. 1, pp. 9–17.
5. Kecskés Petra (2014): Az ipari parkok fejlődési sajátosságai és értelmezési különbségei a generációk véleményének tükrében. *Tér – Gazdaság – Ember*. Vol. 2, Nr.2–3, pp. 37–52.