

Válasz a bírálókra

Szeretnék először is köszönetet mondani a bírálóknak az értekezéshez adott alapos és értékes megjegyzéseikért.

A bírálóknak megfogalmazott észrevételek részben átfednek, ezért nem egyenként, hanem témakörökre bontva igyekszem válaszolni a bírálók által megfogalmazott kérdésekre.

1 Az elméleti háttérrel kapcsolatos észrevételek

Az elméleti háttérrel kapcsolatos megjegyzéseket három csomópont köré szervezem, először a dolgozat központi fogalmát érintő, ezt követően a vevő-alapú információ kidolgozottságához, majd elméleti beágyazottságához kapcsolódó észrevételekre reflektálok.

1.1 A “vevő-alapú információ” terminológiai kérdése

A bírálók jogosan vetik fel, hogy a “vevő-alapú” kifejezés magyarul szokatlan, és érdemes tisztázni a “vevőkre vonatkozó”, illetve a “vevőktől származó” információ viszonyát. A “vevő-alapú” jelzőt az angol *customer-based* következetes leképezéseként használok, és a hazai szaknyelvi analógiákhoz illeszttem (pl. erőforrás-alapú nézet; tudás-alapú vállalatelmélet).

A nemzetközi irodalom ugyanakkor különbséget tesz a vevőre vonatkozó (*about*) és a vevőtől származó (*from*) információ között. A vizsgált jelenség mindkettőt lefedheti, és az utóbbi esetben az információ tárgya nem szükségszerűen maga a vevő. Ezt a kettősséget kívánja egységben kezelni a “vevő-alapú információ” terminus.

1.2 A vevő-alapú információs nézet kidolgozottsága

Köszönöm az előremutató javaslatokat a vevő-alapú nézet további formálásához kötődően is. Egyetértek a bírálóval abban, hogy a saját definíciók és tipológia az elméleti gyökerek című rész hosszú irodalomáttekintésben elveszik. Utólag elolvasva valóban szerencsésebb lett volna a vevő-alapú információs nézetet önálló fejezetként, az újdonságok kiemelésével bemutatni.

A bíráló felvetése a makró környezet markánsabb bemutatásáról szintén jogos. Valóban lehetett volna önálló fejezetet szentelni a makró tényezők és a vevő-alapú információk kapcsolatának, ugyanakkor ez részben elvonta volna a figyelmet a nézet központi értékéről: az eszköz- és képességdimenziók, illetve a menedzsmentfolyamatok rendszerezéséről. A makró tényezők hatása ráadásul erősen differenciált: a technológiai változások például másként befolyásolhatják a diverzitást, a minőséget vagy a sebezhetőséget, és eltérő logika mentén hathatnak a gyűjtésre, illetve a védelemre. Emiatt egy rövid kitekintés szükségszerűen felszínes maradt volna, míg egy részletesebb bontás aránytalanul szélesítette volna a dolgozat fókuszát.

1.3 A vevő-alapú információs nézet teoretikus beágyazottsága

A bíráló jelzi, hogy a 3. és 4. ábra alapján a saját nézet túlmutat az empirikus részkutatások pusztá integrációján, és tágabb értékteremtési logikát sugall a vevő-alapú információk piaci és pénzügyi eredményhatásainak magyarázatára. Hiányérzetét fejezi ki ugyanakkor amiatt, hogy a dolgozat nem

jelöl ki kellően expliciten egy „szintetizáló” teoretikus álláspontot, és erősebb beágyazást látott volna indokoltnak a marketingtudomány újabb önértelmezéseihez (pl. transzdiszciplináris tudásfelfogás, transzformatív marketing), illetve a marketing fejlődési szakaszaihoz¹.

A megjegyzést úgy értelmezem, hogy az ábrák erősebb állítást hordoznak, mint amennyit a dolgozat elméleti kerete expliciten kijelöl. Ezzel egyetértek abban az értelemben, hogy a nézet tágabb elhelyezése a marketingtudomány közelmúltbeli irányai között valóban növelte volna a keret értelmezhetőségét. Ugyanakkor az értekezés tudatosan *nézet* jellegű, „mid-range” teoretikus szintet céloz. Nem szintetizáló meta-elméletet kíván megadni, hanem egy integratív, operacionalizálható perspektívát. Ennek központja a vevő-alapú információ, mint erőforrás *rendszeresítése* (taxonómia megadása a kapcsolódó empirikus cikkek szisztematikus áttekintése alapján), a hozzá kapcsolódó menedzsmentfolyamatok azonosítása, és ezek teljesítménykimenetekhez kötése empirikusan vizsgálható módon.

Egyetértek azzal is, hogy erősíthető lett volna a marketingtudomány evolúciós ívéhez való explicitebb kapcsolódás. A bíráló által javasolt áttekintés² jól rávilágít arra a fordulatra, amelyben a vevőszintű adatok, az analitika és az elszámoltathatósági nyomás a marketinget a vevő-alapú információk stratégiai erőforrásként való kezeléséhez vezette. A disszertáció nézete ehhez illeszkedik: a vevő-alapú információt nem pusztán inputként, hanem erőforrásként kezeli, és megnevezi azokat a képesség- és folyamatmechanizmusokat, amelyek mentén ez értékke és teljesítménnyé alakítható. A marketing, mint felhalmozott, rendszerezhető tudásanyag felfogása szintén közeli kapcsolódási pont. A dolgozat hozzájárulása e tudástartomány egy kritikus szeletének (vevő-alapú információ) fogalmi rendezése és mérhetővé tétele, az erőforrásdimenziók, a menedzsmentfolyamatok és következményeik összekapcsolásával³.

Végül, a bíráló által javasolt transzdiszciplináris tudásfelfogás és a transzformatív megközelítések abban erősítik a keretet, hogy a vevő-alapú információs képességek nem izolált marketing-eszközök, hanem olyan metszéspontok, ahol technológiai, szervezeti és piaci tudásfolyamok összehangolása történik⁴.

A bíráló által jelzett irányok ezért relevánsak és a nézet tágabb rendszerértelmezését segíthetik, köszönöm, hogy ezekre felhívta a figyelmemet.

¹ pl.: Kumar, V., & Kotler, P. (2024). A market management approach to transformative business operations. *Marketing Strategy Journal*, 1, 100005. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.msaj.2025.100005>,

Budwig, N., & Alexander, A. J. (2020). A Transdisciplinary Approach to Student Learning and Development in University Settings [Article]. *Frontiers in psychology*, 11, Article 576250. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2020.576250> ,

Peterson, R. A. (2025). Marketing Is a Transdisciplinary Body of Knowledge [Article]. *Journal of Marketing Education*, 47(1), 31-41. <https://doi.org/10.1177/02734753241294025>

Kumar, V. (2015). Evolution of Marketing as a Discipline: What Has Happened and What to Look Out For [Note]. *Journal of Marketing*, 79(1), 1-9. <https://doi.org/10.1509/JM.79.1.1>

² Kumar, V. (2015). Evolution of Marketing as a Discipline: What Has Happened and What to Look Out For [Note]. *Journal of Marketing*, 79(1), 1-9. <https://doi.org/10.1509/JM.79.1.1>

³ Budwig, N., & Alexander, A. J. (2020). A Transdisciplinary Approach to Student Learning and Development in University Settings [Article]. *Frontiers in psychology*, 11, Article 576250. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2020.576250> ,

Peterson, R. A. (2025). Marketing Is a Transdisciplinary Body of Knowledge [Article]. *Journal of Marketing Education*, 47(1), 31-41. <https://doi.org/10.1177/02734753241294025>

⁴ Kumar, V., & Kotler, P. (2024). A market management approach to transformative business operations. *Marketing Strategy Journal*, 1, 100005. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.msaj.2025.100005>

2 Az empirikus kutatásokkal kapcsolatos észrevételek

Az empirikus kutatásokhoz köthető kritikai észrevételek a vevő-vállalat kapcsolati dinamikát, a vizsgálati kontextust, valamint a terület innovatív kutatási irányait és új technológiákkal való kapcsolatát érintik.

2.1 Kapcsolati mechanizmusok

A bíráló megjegyzi, hogy az empirikus vizsgálatokban alulkutatott perspektíva maradt az eladó-vevő kapcsolat függőségi kapcsolatrendszer, a konfliktusok szerepe, és hatásai. Köszönöm az értékes megjegyzést, és valóban ez az értekezésben bemutatott adatok egyik limitációja. A vizsgálatok keresztmetszeti, vállalati oldalról felvett adatokra épülnek, így a vevő-vállalat dinamika (különösen a konfliktusok és kölcsönös függőségek) korlátozottan ragadható meg. A diád-alapú adatfelvétel értékes lenne, de a vállalati válaszadási hajlandóság ezt érdemben nehezíti. A dinamika mélyebb feltárása kvalitatív módon realisabb, a tézis keretein túl elindítottunk olyan mélyinterjúk irányt is, amely a vállalatot és vevőit is bevonja. A dolgozatban a kapcsolati tényezők részben megjelennek (pl. belső vs. külső bizalom eltérő hatásai; vevő bevonása a fejlesztésbe), de a konfliktusok, aszimmetriák és tovagyrúzó hatások célzott vizsgálata indokolt jövőbeli irány.

2.2 A szervezeti és fogyasztói piacok kontextusa

A “vevő” terminust az értekezésben következetesen generikus értelemben használom (vállalati vevőre és fogyasztóra is). A szakirodalomkeresésnél ezt kiegészítettem *buyer/consumer/user* kulcsszavakkal is. A kritika lényegét ugyanakkor elfogadom: B2B és B2C kontextusban a vevő-alapú információk szerkezete, forrásai és kezelési kihívásai eltérhetnek (B2B-ben gyakran összetettebb, hálózatos, fragmentált). Ennek ellenére az értekezés nem szűkít kizárólag B2B-re vagy B2C-re, és az empirikus adatbázis is vegyes. Ennek okai: (i) a kizárólagos B2B fókusz a cikkek alacsonyabb száma miatt perspektívavesztést okozott volna; (ii) a területen gyakori a vegyes minta; (iii) a gyakorlatban számos vállalat mindkét piacon jelen van, ezért a dichotómia helyett kontinuumként is értelmezhető. Mindazonáltal a dolgozat több pontján tettem distinkciókat (pl. a tipológia B2B-sajátos elemei; kontrollváltozó a 2. empirikus kutatásban; jövőbeli irányként homogénebb részminták).

2.3 A science-to-business kontextus

A bírálói vélemények itt eltérnek—míg az egyik bíráló testidegennek tartotta ezt a kutatást, másik bíráló üdvözölte ezt a területi „kirándulást”, mely megítélése szerint új vizsgálati terepet nyit meg. A feszültséget értem, a science to business kontextusban készült tanulmány valóban egy kicsit kilóg a többi tisztán üzleti környezetben készült tanulmánytól. Azért tartottam fontosnak és indokoltnak a jelenséget egy sajátos kontextusban is felvillantani, mert a tanulmány rávilágít arra, hogy a kontextusbeli sajátosságok – legyen szó fogyasztói, ipari piacról, vagy épp tudományos közegről – a vevő-alapú információk sajátosságai és kezelési mechanizmusa tovagyrúzó hatással bír.

2.4 Innováció, turbulencia és technológiai változások

Az empirikus kutatásokkal kapcsolatos észrevételek utolsó csoportja az innovációhoz, turbulenciához és új irányokhoz kapcsolódik.

A vállalati adatfelvétel óta a környezet valóban turbulensebbé vált (járvány, háborúk). A dolgozat turbulenciát mérő skálái menedzseri észlelésen alapulnak, nem a turbulenciát kiváltó konkrét okot mérik; a tényadatokkal való kereszt validálás érdekes, de más jellegű kutatási programot igényel.

A technológiai változások mélyebb kifejtése szintén jogos felvetés. Egyetértek azzal is, hogy radikális és inkrementális innováció esetén a vevő-alapú információk szerepe eltérhet; ez tematikusan inkább az innovációs diskurzus összegzésénél lett volna részletezhető. Az önvezető autókhoz kapcsolódó empirikus vizsgálat ugyanakkor a saját anyagban főként adatszenzitivitási kérdéseket ragad meg a fogyasztói oldalról, így csak korlátozottan reprezentálja a radikális innovációhoz kötődő információmenedzsment problémáját.

3 Módszertannal kapcsolatos észrevételek

A módszertannal kapcsolatos megjegyzések az elemzési módszerválasztásra, az eredmények interpretálására és a számszerű adatok riportálására vonatkoznak.

3.1 Elemzési módszerválasztás

A SEM alkalmazását az értekezés indokolja (összetett kapcsolatok egyidejű tesztelése; validáció; látens konstrukciók kezelése). Ugyanakkor elfogadom, hogy érdemes lett volna röviden bemutatni, milyen alternatív módszerek jöhetnek szóba. Kiegészítésként a fsQCA alkalmas lehet: feltétel-kombinációk feltárására, részleges helyettesíthetőség és oksági aszimmetria kezelésére, ami illeszkedik a jelenség árnyalt logikájához.

3.2 Magyarázó erő és kontingenciák

A 23–41%-os magyarázó erő átlagosnak tekinthető, és arra utal, hogy helyzetfüggő tényezők is szerepet játszanak. A dolgozat fókusza tudatosan a vevő-alapú információs erőforrások és menedzsmentfolyamatok teljesítményhatása volt; a kontingenciák részletes tárgyalása ezért korlátozott. Ugyanakkor egy rövid kiegészítés indokolt lett volna (pl. turbulencia, versenyintenzitás, digitalizációs érettség, adat-infrastruktúra, vevőkapcsolati függőség és beágyazottság).

3.3 Számszerű adatok riportálása

Az értekezésben a nemzetközi folyóiratgyakorlatnak megfelelően a lényegi, összegző táblázatokra és transzparens mérési riportálásra törekedtem (mintaösszetétel; adatgyűjtés leírása; elemzési lépések; skálák és mutatók). Elfogadom ugyanakkor, hogy a mellékletek bővíthetősége növelné az áttekinthetőséget; a háttérszámítások és részletesebb anyagok igény esetén rendelkezésre állnak.

4 Formai, szerkesztési aspektusokkal kapcsolatos észrevételek

4.1 Az irodalomfeldolgozás konfigurálása és terjedelme

A formai és szerkesztési aspektusokhoz kapcsolódóan a bíráló megjegyzi, hogy az értekezés szerkezete ugyan logikus, de a szakirodalom terjedelméhez és számához képest az irodalomfeldolgozás szűknek tűnik. Az értekezés szerkezete tudatosan követi azt a logikát, hogy az elméleti háttér bemutatása során szélesebb perspektívát alkalmaz. Ennek keretein belül áttekintem a vevő-alapú információs kutatások empirikus diskurzusait, a terület gondolkodását befolyásoló

főbb elméleti gyökerek összefüggéseit, valamint a kapcsolódó definíciókat és a saját nézethez kapcsolódó tipológiákat. Az egyes empirikus kutatásokhoz kapcsolódóan további elméleti háttérrel mutatok be, amelyekkel igyekszem demonstrálni az empirikus kutatások elméleti újszerűségét, valamint a felvetett hipotézisek indoklásául szolgáló irodalmakat. Számomra is okozott fejtörést, hogy építsem fel az értekezést, végül több megközelítést is mérlegelve ez tűnt a legkoherensebbnek. Az elméleti háttér fejezet így valóban csupán 40 oldalra rúg, de az empirikus kutatásokkal is integrálva, a doktori mű széles szakirodalmi alapokon nyugszik, összesen 697 elemű referencijegyzéket tartalmazva.

4.2 Ábrák és táblázatok megjegyzései

A forrásmegjelölések (saját szerkesztés / adaptáció) néhány ábránál és táblánál valóban nem elég egyértelműek, ahol hiányoznak, ott jellemzően figyelmetlenségről van szó (pl.: szakirodalom összegző 15. táblázat, 16. táblázat vagy a számításokat bemutató 17. táblázat).

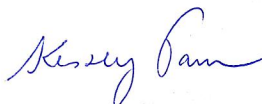
4.3 Összegző modell készítése

Az “összegző táblázat / részmodell” javaslatát értem, de a vizsgálatok eltérő kontextusai és többféle elméleti kerete miatt egyetlen modellbe sűrítve ez könnyen túl komplex és nehezen befogadható lenne. A tézisekben szereplő szintetizáló ábra ennek a kompromisszumnak az eredménye.

4.4 Kisebb megjegyzések

A mondat szerkezet egyszerűsítésére irányuló kritika jogos: több helyen indokolt a körmondatok rövidítése és az ismétlések vágása. Az alfejezetek összevonásának lehetősége felmerül, ugyanakkor a szerkezeti arányosságot is szempontként kezeltem; utólag több ponton lehetne feszesesebbre húzni.

Budapest, 2026.01.12.



Keszey Tamara