

Női vállalkozók a XXI. században

Dr. Szekeres Valéria

Óbudai Egyetem, Keleti Károly Gazdasági Kar

Gazdaság- és Társadalomtudományi Intézet

szekeres.valeria@kgk.uni-obuda.hu

Absztrakt: A női vállalkozók számának nagymértékű emelkedésével párhuzamosan megnövekedett az igény arra, hogy tisztában legyünk tevékenységük legfontosabb jellemzőivel, lehetőségeikkel és korlátaikkal. Lényeges megvizsgálni, hogy milyenek a női vállalkozások különböző paraméterei, mint például a méret, szektorális hovatartozás, finanszírozás milyensége, képzettségi háttér, motivációk, kockázatvállalás, vezetési stílus, akadályok és támogatások formái. A kutatási eredmények alapján általános tendenciákra lehet következtetni, mégis elkerülendő a szélsőségesen leegyszerűsített, sztereotipikus fogalomrendszer használata ebben a témakörben (is).

Kulcsszavak: női vállalkozók, vállalkozásfajták, finanszírozási formák, motivációk

1 Bevezetés

A vállalkozók jelenléte fontos tényező a gazdaság teljesítményének szempontjából, mert a foglalkoztatottsághoz való hozzájárulásuk relatívan kimagasló lehet és helyi szinten lényeges szerepet játszanak a keresleti igények nagyobb mértékű kielégítésében.^{1,2,3} A vállalkozások és vállalkozók száma és teljesítménye nagyban hozzájárul az államháztartás pénzügyi helyzetének alakulásához is az általuk befizetett tételeken keresztül.³ Rugalmasságuk szintén központi elem a gazdasági életben. A vállalkozói létformának ugyanakkor létezik egy másfajta vetülete is, mert lehetőséget biztosít a valós esélyegyenlőség megteremtésére a nemek között. Az üvegplafon jelenségét és a hátrányos

1 Lazányi, 2013

2 Lazányi, 2014

3 Nagy (2013b) emlékeztet arra, hogy milyen nagy gondokat okozott a hazai munkaerőpiacon a mintegy 1,5 millió munkahely megszűnése a rendszerváltás után.

megkülönböztetés egyéb közvetlen vagy közvetett formáit⁴ a „munkahelyi szervezet keretein belül hagyva”, nagyobb tere nyílhat az önmegvalósításnak, a személyes képességek kibontakoztatásának. Ezzel párhuzamosan alkalom adódik a jövedelemszerzésnek egy magasabb szintjét elérni, ami szorosan összefügg az alkalmazotti státusz kötöttségeinek feloldásával, valamint a munka- és a családi tevékenységek rugalmasabb összehangolásának lehetőségével.⁵ A valós esélyegyenlőséghez való közelítés nemcsak az egyén, az individuum számára fontos, hanem (éppen emiatt) a gazdaság teljesítményének egésze szempontjából is lényeges, mert makro- és mikro szinteken áldásos hatásokat vált ki.^{6,7,8,9}

A fenti tényezőkkel is magyarázható, hogy az utóbbi évtizedekben jelentősen megnövekedett a női vállalkozók száma világszerte. Becslések szerint minden tizedik nő önfoglalkoztatóként dolgozik, és az iparosodott országokban 30% az aránya azoknak a kis és középvállalkozásoknak, amelyeket tulajdonosként vagy menedzserként nő vezet.¹⁰ A magyar adatok is hasonló arányokról tanúskodnak a kilencvenes évektől kezdődően, annak ellenére, hogy a rendszerváltás után bekövetkezett a nők elfordulása a fizetett munka világától, jöllehet az átlagos iskolázottságuk már akkor magasabb volt, mint a férfiaké.¹¹ A női vállalkozók aránya a férfiakhoz képest területenként és országonként számottevő különbségeket mutat, az viszont mindenhol általános tendencia, hogy jelentőségük gyors ütemben nő. Minniti and Arenius (2003) hivatkozik a Global Entrepreneurship Monitor (GEM) jelentésére, amely szerint a felmérésben szereplő 37 ország között 1,04 és 5,00 között szerepelt a férfi és női vállalkozók aránya (a két szélsőséges értéket Tájföldön és Japánban mérték).

A női vállalkozóknak a gazdasági kibocsátáshoz való hozzájárulása abból a szempontból főképpen lényeges, hogy, mivel a társadalmi szerepek nemenként jelentősen eltérnek világszerte, a női vállalkozók a férfiaktól különböző

4 Nagy, 2009 Az üvegplafon jelenség azt fejezi, ki hogy miként ütközik akadályba a női vezetők ambiciózus csoportja. A nők horizontális szegregációjára az üvegfal metaforával utalnak. Legújabbán a labirintus kifejezést használják a kutatók azt hangsúlyozva, hogy a lineáris előrejutás a nők számára a különböző jellegű akadályokba való ütközés miatt lehetetlen.

5 Marosi, 2013

6 Szekeres, 2014a

7 Szekeres, 2014b

8 Lazányi, 2005a

9 Lazányi, 2005b

10 Davis and Abdiyeva, 2012, 121. o.

11 A (képzett) nők kizárása vagy szegregálása a munkaerőpiacon szelektív torzulást okoz és egyenértékű a rendelkezésre álló források szakszerűtlen és pazarló felhasználásával. (Szekeres, 2014c) Azok a beruházások, amelyek lehetővé teszik a munka és család összeegyeztetését hasonlatosak a fizikai infrastruktúrába való beruházásokhoz. Ráadásul a magasán képzett nők elhelyezkedésének megkönnyítése megteremti a feltételét annak, hogy az oktatási rendszerbe való befektetések rendkívül inkoherens volta megszüntethetővé váljon. (Szekeres, 2014a)

területeken fejtik ki tevékenységüket és így sokszínűséget kölcsönöznek a gazdasági életnek.¹² Jellegzetességük megismerése nélkülözhetetlen avégett, hogy lehetővé váljon működésük legfontosabb korlátainak feltárása. Jelen cikk arra vállalkozik, hogy az első lépést megtegye ezen az úton és bemutassa az alapvető sajátosságokat.

2 Méret és szektorális hovatartozás

Fejlett és fejletlen országokban tekintet nélkül az jellemző, hogy a női vállalkozások többsége kis vagy mikro méreteken fejtik ki gazdasági tevékenységüket. Kutatások azt mutatják, hogy különösen a kevésbé fejlett országokban jellegzetes forma a mikro vállalkozás, így Afrika és Közel-Kelet vizsgált országaiban. A női vállalkozások Jordániában például 75%-os arányban otthoni székhelyű vállalatok, míg olyan országokban, mint Kenya, Botswana vagy Zimbabwe túlnyomórészt mikro vállalkozások formájában működnek.¹³ Az előbbiekből következik, hogy a méretet a forgalom vagy a foglalkoztatott alkalmazottak számának szempontjából vizsgálva szintén a kisebb volumen jellemzi. Gazdasági fejlettségtől függetlenül széles körben elterjedt ez a trend és a női vállalkozások a férfi versenytársakhoz képest egyrészt marginalizált szerepben vannak a gazdaságban, másrészt korlátozott növekedési potenciállal rendelkeznek, valamint ebből következően jövedelemszegények.¹⁴ Magyarországon a női vállalkozások szignifikánsan nagyobb arányban vannak jelen egyéni vállalkozóként, és közöttük a társas formában is a betéti társaságok jellemzőbbek.¹⁵

Megoszlanak a vélemények arról, hogy milyen okok folytán hajlamosabbak a nők kisebb vállalkozásokat működtetni. Elképzelhető, hogy ez a helyzet egy tudatos választás eredményeként alakul így, de valószínűbb az a feltételezés, hogy a női vállalkozásoknak kisebb a kilátásuk a gyarapodásra, egyszerűen a növekedés nem választási lehetőség számukra, ami fennállhat akár a vállalkozás jellege, akár a társadalomban fellelhető számos akadályozó tényező miatt.¹⁶ A női vállalkozók nemcsak olyan üzleti szegmensekben tömörülnek, ahol alacsonyabb növekedési

12 A női vállalkozások olyan eltérő szint visznek a gazdaság működésébe, amely lehetőséget ad a vásárlók szélesebb körű igényeinek kielégítésére.

13 Al-Alak and Al-Haddad (2010) és Ndemo and Maina (2007)

14 Greene et al. (2003)

15 Soltész (2006)

16 A társadalmi elvárások szerepe erős még olyan nők esetében is, akik egy viszonylag új, nem tradicionális területen fejtik ki tevékenységüket. A női vállalkozók ódzkodnak attól, hogy veszélynek tegyék ki a családi harmóniát vagy a családi kapcsolatok szoros kötelékét, és inkább vállalkozásuk sikerességét áldozzák fel a hagyományokhoz való kisebb-nagyobb mértékű ragaszkodás oltárán.

potenciál figyelhető meg, hanem még olyanok számára is nehézségek lépnek fel a bővülést illetően, akik növekedés-orientált piacokon folytatják tevékenységüket. Egy sor problémával szembesülnek gyarapodási céljaik megvalósításánál, mint a hitelforrások biztosítására való képtelenség, a gyermek-elhelyezési intézmények elérhetetlensége vagy nem megfelelő volta, szükséges tapasztalatok hiánya, az önálló döntés szabadságától való megfosztottság, ami a párkapcsolaton belüli anyagi (és sok esetben egyéb jellegű) kiszolgáltatottság következménye.¹⁷

Hasonlóan a méretválasztáshoz, a női vállalkozók a férfiakétól számottevően eltérő gazdasági-társadalmi körülményekkel a háttérben döntenek, amikor a vállalkozás típusának megválasztásáról van szó. A társadalmi tőke, amely magában foglalja a kapcsolati hálót, a képzettséget, a hatásgyakorló képességet és a korábbi tapasztalatokat, lényegesen kisebb mértékben áll a nők rendelkezésére, mint a férfiakéra, ami erőteljesen behatárolja az önfoglalkoztatás módozatait (és a korábban vizsgált növekedés esélyeit is). Mivel esetükben a családi kötöttségek erősebbek és a sokoldalú társas kapcsolatok kialakításának lehetősége gyakran korlátozottabb, a nők kapcsolati hálója többnyire a közeli hozzátartozók és barátok köréből tevődik össze, ami nemigen alkalmas arra, hogy üzleti, gazdasági tevékenységekhez valamit azok bővítéséhez szükséges információkhoz, lehetőségekhez juttassa őket.

Ebben a tekintetben egyetlen kivételt lehet megemlíteni, éspedig az Egyesült Államokét, ahol úgy tűnik valóban sikerül a női vállalkozások körének úgy bővülni, hogy a tevékenységek palettáján egyfajta diverzifikáltság valósul meg. Növekedés tapasztalható ugyanis az építőipar, a feldolgozóipar és a szállítás ágazataiban.¹⁸ A trend azonban itt is és más országokban is az, hogy a szolgáltatásipar, különösen a személyes szolgáltatások, a kiskereskedelem és a nem tartós cikkek gyártása biztosítanak lehetőséget vállalkozásépítésre a nők számára. A magyar női vállalkozók többsége is a feminizált területeken – kereskedelem, szolgáltatás, oktatás, egészségügy – ért el sikereket. Ha a tradicionálisan férfiak által dominált tevékenységekben bizonyultak sikeresnek, akkor gyakran bevonták férfi családtagjaikat, ami többnyire annak érdekében történt, hogy a férfi üzletfelek elfogadják a céget üzleti partnerként.¹⁹ A természethez közelebb élő társadalmakban széleskörű a női vállalkozók tevékenysége a kézműiparban, a könnyűiparban és kisüzemű mezőgazdaságban. A

17 A háztartáson belüli nemi egyenlőtlenség és annak következményei fontos vizsgálódási területei a gender közgazdaságtannak. Empirikus kutatások alapján rámutatnak, hogy amikor a háztartáson belül nemi különbségek alakulnak ki az információkhoz való hozzájutásban, amit a felek lényegesnek tekinthetnek a háztartáson belüli tárgyalási pozíció erősítése végett, akkor gazdasági szempontból a helyzet távolról sem tökéletes, mert mindenképpen elesnek a rendelkezésükre álló források optimális felhasználásától. Gazdasági hatékonyságvesztés következik be, mert a felek nem tudják a számukra legjobb döntést meghozni (Szekeres, 2014^a).

18 Davis and Abdiyeva (2012) említi Knorr (2011) kutatását.

19 Soltész (2006)

sikerességi faktort illetően a nemek közötti szakadék a városokban található vállalkozásoknál mutatkozik meg kiemelkedően. Az urbanizációs gazdasági környezet hozzájárul a nemek közötti egyenlőtlenség polarizációjához, tehát az említett tényezők miatt különösen nagy lemaradás jellemzi a női vállalkozásokat.

3 Finanszírozási háttér

A hitelezési források elérhetősége – különösen a fejlődő országokban – nélkülözhetetlen a vállalkozások indításához és életképességük fenntartásához. Nagy (2013a) felhívja a figyelmet arra, hogy 2008-tól mind hazánkban, mind a fejlett országokban megnövekedtek a fizetési problémák. Mindazonáltal Davis and Abdiyeva (2012) felhívja a figyelmet arra, hogy milyen súlyos problémák tornyosulnak azok előtt a vállalkozónők előtt világszerte, akik banki hitelre próbálnak támaszkodni a pénzügyi alapok megteremtésénél. Elutasítás okaként szerepel egyebek mellett a fiatal életkor, tapasztalathiány és a hitelfelvételhez szükséges személyes biztosíték hiánya, aminek hátterében a tulajdonlás nemi egyenlensége, vagyis a nők tulajdonlási képességének korlátozottsága áll.²⁰ Maga a tény, hogy ők később léptek be a vállalkozók világába, már gyengíti a hitelességüket a források megszerzésénél, mivel olyan leegyszerűsítően általánosító feltételezésekkel élnek velük szembe, miszerint nem eléggé komolyan gondolják cégük növekedését és nem eléggé jó a menedzsment szakértelmük.²¹ A vállalkozónők a szükséges anyagi eszközök megszerzésénél egyéb híján kénytelenek nagyobb mértékben saját és családi forrásokra támaszkodni. Azok a női üzleti vállalkozások, amelyek a kezdetekhez banki hitelt használtak fel, jobb teljesítményt mutattak azokhoz képest, akik alternatív forrásból szerezték meg a tőkét.²² A Vas megyei vállalkozónők körében végzett felmérés azt mutatta, hogy csupán minden hetedik vett igénybe banki hitelt, és túlnyomórészt saját megtakarításaikat használták fel. Néhányuknak sikerült a Munkaügyi Központok által nyújtott kedvezményes hitelt megszerezni.²³ Az anyagi forrásokhoz való hozzáférés, az üzlet anyagi aspektusai szorosan összefüggnek a növekedési kilátásokkal. A World Bank (2010) hangsúlyozza, hogy a férfiakhoz képest a nők kevésbé képesek biztosítani üzleti vállalkozásuk pénzügyi biztonságát, és több fejlődő országban azt találták, hogy nekik nagyobb összegű megvesztegetést kell fizetni állami megrendeléseknél és nagyobb mértékű zaklatásnak vannak kitéve. A női vállalkozók elleni pénzügyi diszkrimináció (financial discrimination) azonban

20 A vállalkozónők gyakorta nem úgy interpretálják magukban a mondvacsinált okok folytán történő elutasítást, hogy diszkrimináció történt.

21 Michael H. Morris et al. (2006)

22 Greene (2003) idézi Haynes & Helms, 2000 kutatását.

23 Soltész (2006) hivatkozik a SEED Kisvállalkozási-fejlesztési Alapítvány: A Vas megyei vállalkozónők aktivitásának elősegítése, 2004 című anyagra.

fejlett országokban hasonlóképpen előfordul. Új-Zélandon úgy valósult meg a rejtett megkülönböztetés, hogy egy 73 milliárd dolláros kockázati tőkeforrás elosztásakor a marketing tevékenységet végző férfiak kizárólag férfi ügyfeleket szem előtt tartva alkották meg a felhívást, aminek következményeként az összegből a női vállalkozóknak mindössze 5 százalék jutott.²⁴ Nagy biztonsággal valószínűsíthető, hogy hasonló esetek sorozata valamennyi országban rendszeresen előfordul. A finanszírozási forrásokhoz való nehézkes hozzájutás problémája szorosan kapcsolódik a vállalkozások bővítésének és diverzifikációjának nehézségeihez, ami a fenti részben került kifejtésre. (Nagy 2011) Mintegy ördögi kör alakul ki a női vállalkozók számára, akik ezen belül kénytelenek megpróbálni a legtöbbet kihozni gazdálkodó tevékenységükből. Próbálkozásuk kilátásai azonban ilyen körülmények között meglehetősen borúsak.

4 Képzettség és motivációk

Számtalan kutatási eredmény mutatja, hogy a vállalkozások női tulajdonosai nagyon magasan képzettek, ami még magasabb szintnek felel meg, mint a nők körében mutató átlag a társadalom egészében. Felsőfokú szakképzés illetve posztgraduális végzettség volt jellemző a vizsgálatba bevont a közel-keleti és észak-afrikai, illetve az utóbbi kvalitás a cseh, lengyel és francia vállalkozónők többségénél. Azonban azokban a társadalmakban, ahol esetleg az iskolázottsági átlag alacsonyabb értéket mutat, megfigyelhetők számottevő kivételek, így például Ghánában és Malajziában, ahol a többség csupán az alapszinten végezte el iskoláit illetve az utóbbi esetben nem szerezte meg diplomáját.²⁵ Több tanulmány viszont azt találta, hogy a vállalkozások számára fontos lehetőségek azonosításában fellelhető nemek közötti különbség az oktatásbeli és munka tapasztalatokhoz kapcsolódó humántőke eltéréseivel magyarázható, ami a férfiaknál magasabb szinten áll a megelőző ipari, vállalkozói és menedzseri tapasztalatok miatt.²⁶

24 A konkrét esetben a marketinges szakemberek egyik nagy „baklövése” az volt, hogy a felhívás internetes oldalán csak és kizárólag férfi üzletemberek történeteit mutatták be. Ezzel szinte negligáltak és elriasztották a női vállalkozókat az ügyfelek köréből. Az eset jól rávilágít arra, hogy milyen mechanizmusok révén termelődik újra a nemek társadalmi egyenlőtlensége és milyen nagy odafigyelés szükséges az intézkedések megtervezésénél és végrehajtásánál. Az eset azt példázza, hogy mennyire lényegbevágó a női szerepmodellek bemutatása ezen a téren, mint ahogyan bármely más területen is, ahol a nemi kiegyensúlyozatlanság fennáll. A nemek eltérő társadalmi viszonyai tekintetbevételének (gendertudatosság) fontosságát nem lehet eléggé nyomatékosan hangsúlyozni.

25 Davis and Abdiyeva (2012) felsorol több kutatási eredményt, így Naser et al. (2009), Alam et. al (2011) és Lituchy and Reavley, (2004) megállapításait.

26 Jamali (2009) hivatkozik Carter and Brush (2005), Carter and Williams (2003) és Boden and Nucci (2002) eredményeire.

Soltész (2006) rámutat, hogy a felmérésben részt vett vállalkozónők mindössze 16 százaléka vett részt előzetesen valamilyen vállalkozóképző programban.

Vállalkozásindítás mögött mindkét nemnél az esetek többségében az egyik fő készítő erő az önállóságra való törekvés, ami annyira erős motiváció, hogy még az anyagi haszonszerzés célját is felülmúlja. Azonban a témában készült tanulmányok nagy részében rámutatnak, hogy míg a férfiakat főleg olyan tényezők vonzzák a vállalkozások felé, mint az önmegvalósítás, elismertség és egyéni fejlődés, addig a nőket úgymond az őket körülvevő körülmények, mint például a munkahelyi bizonytalanság, munkanélküliség és kilátástalanság nyomják a vállalkozások felé. A vonzó tényezők (pull factors) értelemszerűen inkább jellemzőek a fejlett országokban, míg a taszító tényezők (push factors) kiterjedtebben vannak jelen a fejlődő, vagy szegényebb gazdaságokban. Lengyelország, Oroszország és Libanon gazdasági problémái és a megnövekedett munkanélküliség erőteljesen ösztönözte a nőket az önfoglalkoztatás elindítására. Azonban Bahrain, Omán, Görögország vagy Nagy-Britannia migráns vállalkozóinak felmérése esetén azt találták, hogy az önfoglalkoztatás, önállóság, autonómia, kreativitás, a kihívások, a beteljesülésre való törekvés, tehát a vonzó tényezők domináltak a vállalkozásindításnál. Egy francia kutatás szerint viszont a nők mind a vonzó, mind a taszító tényezők együttese folytán kerültek kapcsolatba vállalkozási formával. Egyrészt hiányoztak más egyéb vonzó alternatívák, másrészt lehetőségek adódtak számukra. Érdekes összefüggés tárult fel az üzleti motiváció és a választott ágazat között: a férfiasnak tartott területeken vállalkozást indító nőket a vagyonnövelés motivációja inkább ösztönözte, mint a nőiesnek mondott szektorokban induló vállalkozónőket.²⁷ Morris et al. (2006) rámutat, hogy a rugalmasság a foglalkozásban fő ösztönző tényezője a női vállalkozásoknak. Ők magasabbra értékelik azt a lehetőséget, hogy a karrier célokat a családi kötelezettségekkel egyetemben lehet véghezvinni. A vállalkozás kialakítása biztosítja az esélyt arra, hogy minőségi időt tudjanak a családjukkal eltölteni. Azonban sokszor éppen e szélesebb körű aspirációik miatt alakul ki az a fajta percepció róluk, hogy kevésbé törekszenek a vállalkozásuk sikerére, ami előidézheti a szükséges forrásokhoz való nehezebb hozzáférésüket.

5 Kockázatvállalás és vezetési stílus

A szakirodalom több helyen kevésbé kockázatvállalóként írja le a női vállalkozókat, ami összefüggésben állhat a csekélyebb finanszírozási lehetőségeikkel és azzal, hogy főként tradicionális üzleti területeken folytatják tevékenységüket. Tan (2008) azonban, aki a kínai elektronikai iparágban vizsgálta

27 Still and Walker (2006), Dechant and Al-Lamky, (2005), Sarri and Trihopoulou (2005), Orhan and Scott (2001), Izyumov and Razumnova (2000) és Sappleton (2009)

a vállalkozók stratégiáit, arra a következtetésre jutott, hogy ezen a területen a férfiakhoz képest a nőkre jellemzőbbek a merész és kockázatos lépések az üzleti tevékenységükben. Ez különösen igaz volt az anyagi haszonszerzés és a versenyelőny kiépítése terén. Ezen kívül ugyanolyan nagymértékben voltak növekedés orientáltak, mint férfi társaik. A nők kockázatvállaló hajlandóságának kibontakozását viszont behatárolja, hogy az üzlettel kapcsolatba kerülő felekben milyen percepció alakul ki erről és valóban lehetővé válik-e annak kibontakoztatása. Elsősorban a bank, mint partner véleménye fontos, amikor a vállalkozóképesség megítélése merül fel és a kockázatkerülő magatartás feltételezése gyakran odavezet, hogy nem biztosítanak nélkülözhetetlen hitelforrásokat az üzlet fejlesztése céljára.

A témában megjelenő kutatási eredmények főként arra mutatnak rá, hogy a női vállalkozók bevonják a döntéshozatalba a foglalkoztatottakat, tehát emberközpontú vezetési stílust valósítanak meg. Emellett fontos szempontként kezelik a jó hírnevet, az imázst, és hangsúlyt helyeznek a kapcsolatok ápolására és a csapatszellem kiépítésére. A döntéseket megelőzően a cégvezetésben a konzultációk lefolytatása jellemző rájuk, és a kollegiális, együttműködő kapcsolatok kialakítása szempontjából célravezető.

6 Akadályok és támogatások

Valamennyi vállalkozó az alkalmazotti létforma számos előnyét megvonja magától és sok akadállyal megküzd azért, hogy megvalósíthassa törekvéseit. Ezen akadályok a vállalkozásindítással, fejlesztéssel és túléléssel kapcsolatosan egyaránt megjelenhetnek a tőkéhez, technológiához, emberi erőforráshoz, képzettséghez, kapcsolati hálóhoz való hozzáférés során. A női vállalkozók előtt a kutatások szerint a kisebbségi létformából adódó unikális gátak tornyosulnak, például hiányoznak a szerepmodellek, így aránytalanul több akadály miatt kell küszködniük. Ahol arányuk különösen alacsony, mint például a közel-keleti és észak-afrikai térségben, a korlátok elhárítása különösképpen nehézkes. Az előítéletek és diszkrimináció általánosak a nőkkel szemben, amelyek, a miatt az ok miatt, hogy egy a hagyományostól eltérő munkaformát választanak, megerősödvé vannak jelen csaknem minden társadalomban. Egy üzleti vállalkozás indításánál így számukra az első akadály maga a női létforma. Még súlyosabb a kitörés azok számára, akik egyéb kisebbségi csoportokhoz tartoznak, legyen az vallási, nemzeti, etnikai vagy nyelvi csoport. A társadalmi kirekesztettség következményeivel való megküzdés nehézségeit fokozza, hogy éppen ez a csoport szenved inkább hiányt a szükséges pénzügyi és képzési feltételekben.

Több tanulmány felhívja a figyelmet, hogy az önfoglalkoztatást választó nők a vállalati szférában gyakran jelentkező kereseti és/vagy szakmai fejlődésbeli, valamint előléptetésben tapasztalható megkülönböztetés elkerülése céljából

fordulnak a kiútnak hitt vállalkozói létforma felé, azonban itt egy sor egyéb problémával találják szembe magukat. A patriarchális társadalmi normák és maszkulin kultúra attól függően befolyásolják a női vállalkozások tevékenységét, hogy melyik kultúrában gyökereznek. A vallási okok miatti korlátozások, a konzervatív iszlám gyakorlat a nők számára a személyes szabadság elfojtása folytán valósággal ellehetetlenítik a vállalkozóvá válást. Kenyához hasonlóan több országban ezeket a patriarchális korlátokat maguk a törvények és kormányzati politikák erősítik. Egyes ázsiai országokban arról számoltak be, hogy a házastárs részéről rendszeres a szerzett jövedelem elvétele, aminek következményeként további üzleti beruházások hiúsulhatnak meg. Indiai beszámolókból az rajzolódik ki, hogy a sztereotípiák hatása ott csökken, illetve tűnik el, ahol gazdasági okok folytán (is) a családon belüli kölcsönös támogatás erőteljes értéként jelenik meg. A fejlett országok között brit, svéd és magyar példák engednek következtetni a hátrányos megkülönböztetés gyakorlatára az üzleti életben, ami a szexizmust, előítéleteket, a vállalkozás jellege miatti lenézést, a hitelhez jutás nehézségeit, a személyes biztosíték alacsony szintjét foglalta magába, de idetartozott a túlzott családi leterheltség is.²⁸ A magyar időmérleg-felvételek tanúsága szerint a háztartási munkák nagy többségét, 80% körüli részét nők végzik, függetlenül munkájuk jövedelmezőségétől. A női vállalkozók emiatt gyakran gyötrelmes helyzetben találták magukat, mert egyrészt nem volt mire támaszkodniuk a kezdeti megnövekedett munkaterheltségük idején, másrészt azt tapasztalták, hogy a vállalkozásukban csak azért nem tudnak elérni valamit, mert nők.

A személyes és szakmai kapcsolatok kialakítása integráns részét képezi egy kisvállalkozás sikere mögötti tényezőknek, mert a tulajdonosok számára a bővülés lehetőségét teremti meg. A nők számára viszont nagyon szegényesek az ilyen hozzáférési esélyek és nagyon rosszul állnak olyan hasznos kapcsolati háló építésével és hozzáféréssel, amelyek számukra, mint vállalkozóknak az igényük és érdeklődésük alapján megfelelő lenne és hasznos lenne. A szakmai fejlődés a vállalkozás minden szakaszában fontos a vállalkozó számára. Szakirodalmi kutatások határozottan alátámasztják azt a nézetet, miszerint a női vállalkozók számára hiányoznak a képzési lehetőségekhez való hozzáférések, holott az üzleti készségek elengedhetetlenek számukra is. Szakképzés és üzleti képzés tekintetében óriási a szakadék a valóságos és a kívánatos szint között, ami a fejlődő országokban kirívóbb. Ennek ellenére más országok is, köztük Magyarország, Nagy-Britannia, Oroszország szerepel olyan kutatásokban, amelyek egyértelműen negatív színben, problematikusnak írják le a helyzetet.²⁹

28 Davis and Abdiyeva (2012) hivatkozik Knorr (2011), Ndemo and Maina (2007), Jani and Pedroni, (1997), Davidson et al. (2010), Hisrich and Fulop (1994), Tillmar (2007), Das (1999) tanulmányaira.

29 Davis and Abdiyeva (2012)

7 Következtetések

Jelen tanulmány a női vállalkozások jellemző trendjét tárta fel a legfontosabb paraméterek mentén, amelyek magukba foglalták a méret, a szektorális hovatartozás, a finanszírozás milyensége, a képzettségi háttér, motivációk, kockázatvállalás, vezetési stílus, akadályok és támogatások területeit. Az elemzés rávilágított, hogy a bevezetőben említett valós esélyegyenlőség megvalósítása a vállalkozások területén korántsem lehetséges a nők részére, hiszen itt is azokkal az egyenlőtlenségi mechanizmusokkal kell szembenéznük, amelyek áthatják a társadalmak berendezkedését és hasonlóképpen fennállnak az alkalmazotti létforma esetében is. Ezek a feltételek oly módon befolyásolják a női vállalkozások működését, hogy vállalkozói szinten is kialakul és újratermelődik az esélyek nemek közötti egyenlőtlensége.

A problémák megközelítése és a megoldási javaslatok sokféle lehetőséggel kecsesgetnek, amelyek közül a gender mainstreaming³⁰ megvalósítása tűnik az egyik legjobb változatnak. A munkaerőpiacon a genderegyenlőséghez való közelítés egy kölcsönösen előnyös (win-win) helyzetet eredményezhet, hiszen az Európai Unió országai közül azokban magasabb az egy főre jutó GDP, ahol a nők nagyobb arányban képesek jövedelmező foglalkozások ellátására a családgondozói feladatok mellett.³¹ A hazánkat is magába foglaló OECD országokban a nők foglalkoztatottságának növekedése, a nemek egyenlőbb lehetőségét biztosító jóléti szolgáltatások és háztartási munkamegosztás együtt jár a gyermekvállalás emelkedésével is.³²

Hivatkozások

- [1] Al-Alak, B. and Al-Haddad, F. (2010). Effect of gender on the success of women entrepreneurs in Jordan, *Interdisciplinary Journal of Contemporary Research in Business*, 1, (12), 42-62.
- [2] Alam, S. S., Jani, M. and Omar, N. A. (2011). An empirical study of success factors of women entrepreneurs in southern region in Malaysia, *International Journal of Economics and Finance*, 3, (2), 166-175.

30 A gender mainstreaming a nők és férfiak társadalmi egyenlőségének ösztönzését szolgáló átfogó stratégia. Biztosítja, hogy a társadalmi egyenlőség célja központi elem legyen minden tevékenységben, a politikai lépések tervezésétől, kialakításától kezdve, a törvénykezésem, forrásallokáción keresztül a megvalósításon és monitorozáson át a visszacsatolásig.

31 Löffström (é.n.) Löffström kiszámolta a lehetséges GDP növekedést abban az esetben, ha a nők foglalkoztatottsága és termelékenysége a férfiakéval megegyezne. Magyarország esetében az értéke 27% lenne.

32 Smith and Bettio (2008)

- [3] Boden, R.J. and Nucci, A. (2002), "On the survival prospects of men's and women's new business ventures", *Journal of Business Venturing*, Vol. 15 No. 4, pp. 347-62.
- [4] Carter, N. and Brush, C. (2005), "Gender", in Gartner, W., Shaver, K., Carter, N. and Reynolds, P. (eds), *Handbook of Entrepreneurial Dynamics: The Process of Business Creation*, Sage, Thousand Oaks, CA, pp. 12-25.
- [5] Carter, N.M. and Williams, M.L. (2003), "Comparing social feminism and liberal feminism: the case of new firm growth", in Butler, J.E. (Ed.), *New Perspectives on Women Entrepreneurs*, Information Age Publishing, Greenwich, CT, pp. 25-50.
- [6] Csiszárík-Kocsir, Á., Fodor, M. and Medve, A. (2013): The context of the macro data and the characteristics of the General Government in Central Europe, In: Yan Han (ed.) *International Proceedings of Economics Development and Research, Economics, Marketing and Management*, Vol. 59., IACSIT Press, Selected, peer-reviewed papers from the 2013 2nd International Conference on Economics, Marketing and Management (ICEMM 2013) 2013. January 19-20., Dubai, UAE, <http://www.ipedr.com/vol59/040-ICEMM2013-P00033.pdf>
- [7] Paul J. Davis and Fatima Abdiyeva (2012): En Route to a Typology of the Female Entrepreneur? Similarities and Differences Among Self-Employed Women, *Journal of Management Policy and Practice* vol. 13(4), pp. 121-137.
- [8] Das, M. (1999). Work-family conflicts of Indian women entrepreneurs: a preliminary report, *New England Journal of Entrepreneurship*, 2, (2), 39-47.
- [9] Davidson, M. J., Fielden, S. L. and Omar, A. (2010). Black, Asian and minority ethnic female business owners: discrimination and social support, *International Journal of Entrepreneurial Behaviour and Research*, 16, (1), 58-80.
- [10] Dechant, K. and Al Lamky, A. (2005). Toward an understanding of Arab women entrepreneurs in Bahrain and Oman, *Journal of Developmental Entrepreneurship*, 10, (2), 123-141.
- [11] Gergely Orsolya (2010): Vállalkozás női módra. A székelyföldi női vállalkozók profiljának és motivációinak vizsgálata, Ph.D. értekezés, BCE
- [12] Patricia G. Greene, Myra M. Hart, Elizabeth J. Gatewood, Candida G. Brush and Nancy M. Carter (2003): Women entrepreneurs: Moving front and center: An overview of research and theory. *Coleman White Paper Series*, 3, 1-47.
- [13] Haynes, P. J., & Helms, M. M. (2000). When bank loans launch new ventures: A profile of the growing female entrepreneur segment. *Bank Marketing*, 32 (5), 28-36.

- [14] Hisrich, R. D. and Fulop, G. (1994). The role of women entrepreneurs in Hungary's transition economy, *International Studies of Management and Organization*, (winter), 100 – 118.
- [15] Izyumov, A. and Razumnova, I. (2000): Women entrepreneurs in Russia: learning to survive the market, *Journal of Developmental Entrepreneurship*, 5, (1), 1-19.
- [16] Dima Jamali (2009): Constraints and opportunities facing women entrepreneurs in developing countries. A relational perspective, *Gender in Management: An International Journal* Vol. 24 No. 4, 2009 pp. 232-251
- [17] Jani, N. D. and Pedroni, M. N. (1997). Financing women entrepreneurs in South Asia: a conversation with Nancy Barry, *Journal of International Affairs*, 51, (1), 169-179.
- [18] Dafna Kariv (2013): *Female Entrepreneurship and the New Venture Creation: An International Overview* Routledge
- [19] Knorr, H. (2011). From top management to entrepreneurship: women's next move?, *International Journal of Manpower*, 32, (1), 99-116.
- [20] Lazányi, K. (2014). Entrepreneurial skills and competencies of students at Óbuda University, *On-line Journal Modelling the New Europe*, 10, 17-28.
- [21] Lazányi, K. (2013). What is entrepreneurship?, *Erenet Profile*, 7:(2), 15-19.
- [22] Lazányi, K. (2005a). Obstacles on the way to female leadership, In: Nábrádi A, Borsos J, Lazányi J (szerk.) *Agrárgazdaság, vidékfejlesztés és agrárinformatika az évezred küszöbén AVA II. c. nemzetközi konferencia kiadványa*, 1523-1536.
- [23] Lazányi, K. (2005b). The impediments of Hungarian females becoming leaders, In: Nábrádi A, Borsos J, Lazányi J (szerk.) *Agrárgazdaság, vidékfejlesztés és agrárinformatika az évezred küszöbén AVA II. c. nemzetközi konferencia kiadványa*, 1063-1074.
- [24] Lim, Seongbae and Brooke R. Envick (2013): Gender and entrepreneurial orientation: a multi-country study, *International Entrepreneurship and Management Journal*, 9, pp. 465-482.
- [25] Lituchy, T. R. and Reavley, M. A. (2004). Women entrepreneurs: a comparison of international small business owners in Poland and the Czech Republic, *Journal of International Entrepreneurship*, 2, (1/2), 61-8
- [26] Löffström, Åsa (é.n.) Gender equality, economic growth and employment. http://enterthecompany.org/EPWS/LINKS/EUstudie_sidvis.pdf (Utolsó letöltés: 2014. február 9.)
- [27] Marosi, I. (2013): Innovation Goals and Practices among Hungarian Small and Medium Enterprises, In: Szekeres, V. (szerk.) *FIKUSZ 2013 Proceedings*, 7-18.

- [28] Michael H. Morris, Nola N. Miyasaki, Craig E. Watters, and Susan M. Coombes (2006): The Dilemma of Growth: Understanding Venture Size Choices of Women Entrepreneurs, *Journal of Small Business Management* 44(2), pp. 221–244.
- [29] Minniti, M. and P. Arenius. (2003): Women in Entrepreneurship. The Entrepreneurial Advantage of Nations: First Annual Global Entrepreneurship Symposium, UN
- [30] Nagy Beáta: Nők és férfiak a vezetésben, In: Nagy Ildikó, Pongrácz Tiborné (szerk.) Szerepváltozások 2009, pp. 52-64, TÁRKI/SZMM
- [31] Nagy Imre Zoltán (2011): A professzionista futball finanszírozási sajátosságai. Pénzügyi Szemle, Közpénzügyi szakfolyóirat. Kiadó: ÁSZ. LVI. évfolyam, 2011/4 szám. pp.527-540. ISBN 0031-496-X
- [32] Nagy Imre Zoltán (2013a): A sikeres vállalkozás pénzgazdálkodása és pénzügyi tervezése, In: Nagy, I. Z. (szerk.) Vállalkozásfejlesztés a XXI. században III.: tanulmánykötet. 260 p. Budapest: Óbudai Egyetem, pp. 7-34. ISBN:978-615-5018-61-9
- [33] Nagy Imre Zoltán (2013b): A munkavállalói elkötelezettség a vállalati eredmény legfőbb forrása, In: Nagy, I. Z. (szerk.) Vállalkozásfejlesztés a XXI. században III.: tanulmánykötet. 260 p. Budapest: Óbudai Egyetem, pp. 241-259. ISBN:978-615-5018-61-9
- [34] Naser, K., Mohammed, W. R. and Nuseibeh, R. (2009). Factors that affect women entrepreneurs: evidence from an emerging economy, *International Journal of Organizational Analysis*, 17, (3), 225-247.
- [35] Ndemo, B. and Maina, F. W. (2007): Women entrepreneurs and strategic decision making, *Management Decision*, 45, (1), 118-130.
- [36] Edward Nissan, Inmaculada Carrasco, and Maria-Soledad Castano (2008): Women Entrepreneurship, Innovation, and Internationalization, pp. 125-142, In: M.-Á. Galindo and D. Ribeiro (eds.) Women's Entrepreneurship and Economics, *International Studies in Entrepreneurship* 1000, DOI 10.1007/978-1-4614-1293-9_9, Springer Science+Business Media
- [37] Orhan, M. and Scott, D. (2001). Why women enter into entrepreneurship: an explanatory model, *Women in Management Review*, 16, (5/6), 232-244.
- [38] Sarri, K. and Trihopoulou, A. (2005). Female entrepreneurs' personal characteristics and motivation: a review of the Greek situation, *Women in Management Review*, 20, (1/2), 24-37.
- [39] Sappleton, N. (2009). Women non-traditional entrepreneurs and social capital, *International Journal of Gender and Entrepreneurship*, 1, (3), 192-218.

- [40] Smith, Mark – Francesca Bettio (2008) Analysis Note: the Economic Case for Gender Equality, EGGE – European Commission’s Network of Experts on Employment and Gender Equality issues – Fondazione Giacomo Brodolini. <http://eurogender.eige.europa.eu/sites/default/files/ECO-CASE-final-1.pdf> (Utolsó letöltés: 2014. február 9.)
- [41] Still, L. V. and Walker, E. A. (2006). The self-employed woman owner and her business: an Australian profile, *Women in Management Review*, 21, (4), 294-310.
- [42] Soltész Anikó (2006): Bevezető, In: Soltész Anikó (szerk.) *Vállalkozó nők a XXI. században*, Magyar Vállalkozásfejlesztési Alapítvány, Budapest
- [43] Szekeres Valéria (2014a): A politika genderközgazdasági szempontból, In: Juhász Borbála (szerk.) *A nőtlen évek ára. A nők helyzetének közpolitikai elemzése, 1989-2013*, pp 59-62. Magyar Női Érdekvégyesítő Szövetség, Budapest
- [44] Szekeres Valéria (2014b): A munkaerőpiac genderköltségvetési vonzatai, In: Juhász Borbála (szerk.) *A nőtlen évek ára. A nők helyzetének közpolitikai elemzése, 1989-2013*, pp 153-156. Magyar Női Érdekvégyesítő Szövetség, Budapest
- [45] Szekeres Valéria (2014c): Az oktatás genderköltségvetési aspektusai, In: Juhász Borbála (szerk.) *A nőtlen évek ára. A nők helyzetének közpolitikai elemzése, 1989-2013*, pp 295-300. Magyar Női Érdekvégyesítő Szövetség, Budapest
- [46] Justin Tan (2008): Breaking the “Bamboo Curtain” and the “Glass Ceiling”: The Experience of Women Entrepreneurs in High-Tech Industries in an Emerging Market, *Journal of Business Ethics* 80:547–564
- [47] Tillmar, M. (2007): Gendered small-business assistance: lessons from a Swedish project, *Journal of European Industrial Training*, 31, (2), 84-99.
- [48] World Bank (The International Bank for Reconstruction and Development) (2010): *Doing business 2011. Making a difference for entrepreneurs*, Washington