

16. Nők és férfiak vállalkozási hajlandósága, attitűdjei, vállalkozási aktivitása Magyarországon

Csákné Filep Judit – Szennay Áron

1. Bevezetés¹

A gazdasági fejlődés és növekedés elvárt üteme ma már elképzelhetetlen a nők aktív szerepvállalása nélkül. A nőkkel szembeni elvárások változásával egyre inkább középpontba kerülnek a nők és a férfiak közötti egyenlőtlenségek feltérképezésére irányuló kutatások. Ezen kutatások között egyre jelentősebb teret kapnak a vállalkozási hajlandóság, a vállalkozásindítás és a vállalkozások teljesítményével kapcsolatos vizsgálatok.

A Világbank által 2006 óta mért *Gender Gap Index*² és az *European Institute for Gender Equality* (EIGE 2024) egyaránt a nők és a férfiak társadalmi szerepe, tevékenysége, teljesítménye közötti különbségeket vizsgáló meghatározó információforrások közé tartoznak. Az indexek lehetővé teszik a nemi egyenlőtlenségek regionális és időbeli változásainak nyomon követését. Az ENSZ közgyűlése által a fenntartható fejlődés elérése érdekében elfogadott keretrendszer, az *Agenda 2030*, illetve a kapcsolódó Fenntarthatósági fejlődési célok (*Sustainable Development Goals*, SDGs) között szintén szerepel „a nemek egyenlőségének megvalósítása, minden nő és lány társadalmi szerepének megerősítése” (UN 2015), ami további lendületet adott a nemek közötti egyenlőtlenségek szélesebb körű feltárásának, illetve az egyenlőség biztosítását szolgáló konkrét cselekvéseknek. A nők vállalkozási aktivitásának támogatása e probléma kezelésének egyik lehetséges – és az OECD *Closing the Gender Gap – Act Now* című kiadványa által is említett – eszköze lehet (OECD 2012).

A nők hazai helyzetére vonatkozóan a Központi Statisztikai Hivatal (KSH) publikál különböző szakstatisztikákból származó, nemek szerinti bontásban adatokat³, lásd többek között a *Nők és férfiak Magyarországon* című kiadványt (KSH 2019). A szisztematikus adatgyűjtéseken túl egyes kutatóközpontok és kutatók is sokat tesznek a téma folyamatos napirenden tartása érdekében. A nők

¹ A tanulmány a TKP2021-NKTA-44. számú projekt az Innovációs és Technológiai Minisztérium Nemzeti Kutatási Fejlesztési és Innovációs Alapból nyújtott támogatásával, a Tématerületi Kiválósági Program 2021 (TKP2021-NKTA) pályázati program finanszírozásában valósult meg.

² <https://genderdata.worldbank.org/en/home> (Letöltés dátuma: 2024. 08. 08.)

³ <https://www.ksh.hu/ferfiak-es-nok> (Letöltés dátuma: 2024. 08. 08.)

és férfiak társadalmi-gazdasági helyzetéről a TÁRKI kiadásában 1997 és 2011 között rendszeresen megjelenő *Szerepváltozások* című tanulmánykötet-sorozat számolt be⁴. Gregor és Kováts (2018) fókuszcsoportos és nagymintás kérdőíves kutatásuk eredményei alapján készült *Nőügyek 2018* című kötetükben szintén átfogó és érzékletes leírást adnak a nők hazai helyzetéről. Munkájuk egyik lényeges üzenete, hogy a nők életesélyeit negatívan befolyásoló tényezők többsége a munka és a gondoskodás közti feszültség köré szerveződik.⁵

A nők hazai társadalmi-gazdasági helyzetét általánosságban vizsgáló kutatások mellett, viszonylag kevés figyelmet kap a női vállalkozók célzott vizsgálata. A vállalkozói aktivitást befolyásoló tényezők, a születő, működő és megszűnő vállalkozások demográfiája mind lényeges társadalmi és gazdaságpolitikai kérdések. A *Global Entrepreneurship Monitor*⁶ (GEM) 1999 óta szolgáltat szisztematikus, évente azonos elvek mentén gyűjtött, nemzetközileg összehasonlítható adatokat a témában. A globális kutatás olyan kérdésekre keresi a választ, hogy tapasztalható-e változás a vállalkozói aktivitásban az egyes országokban, befolyásolja-e a vállalkozói aktivitás mértéke az országok gazdasági növekedését és jólétét, milyen tényezők befolyásolják az egy-egy nemzetgazdaságban tapasztalható vállalkozói tevékenységet. A GEM-kutatásban meghatározott fogalmi keretrendszer mentén zajlik az adatgyűjtés (*1. ábra*).

A GEM fogalmi keretrendszere abból az alapfeltevésekből indul ki, hogy a gazdasági növekedés az egyének egyéni tulajdonságainak, személyes képességeinek eredménye, amelyeknek hatására felismerik és megragadják a kínáló üzleti lehetőségeket. Ugyanakkor a vállalkozói környezet tényezői, a szociális, kulturális, politikai és gazdasági kontextus is hatással van az egyének vállalkozói hajlandóságára és vállalkozásindítással kapcsolatos döntéseire. A GEM-adatfelvétel a vállalkozói attitűdök és a vállalkozáshoz való viszonyulás mérésén túl, az egyes országokra jellemző vállalkozói tevékenység feltérképezésére is alkalmas. Az adatok alapján képet kapunk arról, hogy mely vállalkozási fázisban vannak a mintába került vállalkozások, és milyen a gazdaságra gyakorolt hatásuk (Csákné Filep *et al.* 2022, 2023, 2024a; Kelley *et al.* 2016). A GEM adatfelvételei a vállalkozási ökoszisztéma szereplői számára felbecsülhetetlen értékkel

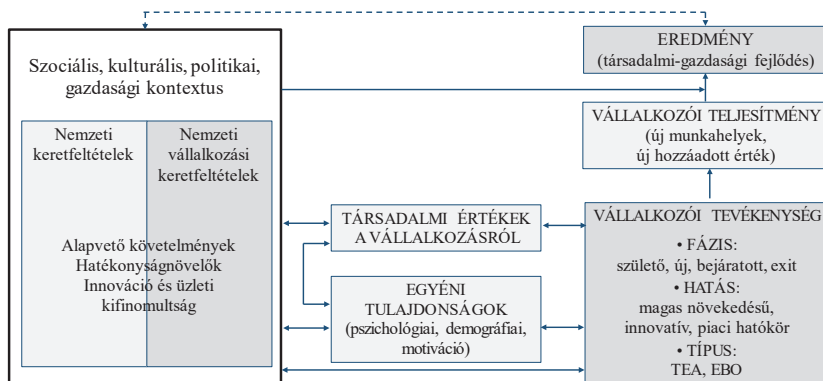
⁴ Lásd: <https://tarki.hu/szerepvaltozasok> (Letöltés dátuma: 2024. 08.08.)

⁵ A magyar nők és férfiak közötti egyenlőség helyzetéről az elmúlt évtizedben európai uniós összehasonlításban ad áttekintést a kötetben Herke Boglárka és Szikra Dorottya tanulmánya.

⁶ A *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM), a világ legnagyobb vállalkozáskutatása 1999 óta biztosít megbízható adatokat a felmérésben részt vevő gazdaságokra jellemző vállalkozói aktivitásról, a vállalkozási ökoszisztéma helyzetéről. A globális felmérésben, amelyben világszerte neves egyetemek vesznek részt, 2020-tól a Budapesti Gazdasági Egyetem (BGE) képviseli Magyarországot. A hazai adatgyűjtést a BGE Budapest LAB Vállalkozásfejlesztési Iroda koordinálja. A GEM-ről és a felmérésben résztvevő országokról bővebb információ a www.gemconsortium.org weblapon érhető el.

bíró adatokat szolgáltatnak, de a felmérések ismétlődő jellegéből fakadóan – az évek közötti összehasonlítás biztosítása érdekében – az adatfelvételi módszertan, a lekérdezett adatkör tartalmi változtatásának lehetőségei erősen korlátozottak.

1. ábra. GEM fogalmi keretrendszer



Forrás: Csákné Filep *et al.* (2022, 2023, 2024a); Kelley *et al.* (2016).

A GEM lehetőséget biztosít a demográfiai, kifejezetten a nemek közötti különbségek feltérképezésére a vállalkozásra vonatkozó attitűdök és érzékelések tekintetében a teljes lakosságra vonatkozóan. A vállalkozói al minta emellett magában hordozza a nemek szerinti összehasonlítás lehetőségét. Jelen munkánk célja, hogy a rendelkezésre álló adatok alapján áttekintést adjunk a nők és férfiak vállalkozási attitűdjeinek különbségeiről és összehasonlítsuk a nemek vállalkozói aktivitását, foglalkoztatásra gyakorolt hatását, valamint innovációval kapcsolatos tevékenységeit. A tanulmányban egy rövid szakirodalmi kitekintőt követően bemutatjuk az adatfelvétel háttérét és módszertanát, amit az eredmények bemutatása és az összegzés követ.

2. Szakirodalmi kitekintés

A nemzetközi tudományos szakirodalomban a vállalkozás témakör alterületeként, a női vállalkozókra fókuszáló irányvonal az 1970-es évek végén jelent meg, majd igazi lendületet az 1990-es évek végén, 2000-es évek elején kapott, amikor az irodalomban szakítottak az addig fennálló megközelítéssel, miszerint a női és férfi vállalkozások nem térnek el jelentősen, ezért nincs szükség az elkülönült vizsgálatokra (Yadav–Unni 2016). A témában növekvő számban

megjelenő publikációk fő forrása az Egyesült Államok és az Egyesült Királyság (Deng *et al.* 2020).

A női vállalkozásokkal foglalkozó nemzetközi tanulmányok hat fő témacsoportba sorolhatók (Cardella *et al.* 2020):

1. a női vállalkozói tevékenység akadályai;
2. a humán és társadalmi tőke szerepe a női vállalkozások növekedésében;
3. kultúra és nemek közötti különbség;
4. családtámogatás és az anyaság kezelése;
5. a szociális vállalkozás és a nők szerepvállalásának összekapcsolása;
6. feminista nézőpont.

A témában újdonságként megjelenő kutatási irányok (Deng *et al.* 2020):

7. a finanszírozási források;
8. a női vállalkozói tevékenység beágyazottsága, hatása és környezeti tényezői.

A nemzetközi szakirodalomra szintén jellemző a női vállalkozás témakör regionális vizsgálata is, elsősorban a fejlődő országokra, Afrikára, Ázsiára fókuszálva (Corrêa *et al.* 2021; Fauzi *et al.* 2023; Franzke *et al.* 2022; Ojong *et al.* 2021) Közép- és Kelet-Európát a fókuszba helyezve Rugina és Ahl (2023) vizsgálták a női vállalkozásokat. Munkájuk során a régióban íródott tanulmányok diskurzuselemzését végezték el, és arra a következtetésre jutottak, hogy a szocializmus időszakában korlátozott vállalkozói tevékenység miatt, ami a női vállalkozói tevékenységet is érintette, a vonatkozó kutatások nemzetközi viszonylatban újnak tekinthetők. Ugyanakkor az eltérő történelmi-gazdasági fejlődés ellenére a női vállalkozói szellemről szóló nyugati tanulmányok normatív előfeltevései a régióban is érvényesülnek. A vizsgált tanulmányok alapján azt a következtetést vonták le, hogy a közép- és kelet-európai női vállalkozóknak szerepe lehet a gazdasági növekedésben, illetve a különböző társadalmi problémák megoldásában, annak ellenére, hogy a kutatások azt sugallják, a női vállalkozók nem rendelkeznek az e célok megvalósításához szükséges készségekkel és bátortásra szorulnak vállalkozói tevékenységükben.

A női vállalkozókat a középpontba helyező, sajnos nem túl széleskörű magyar nyelvű szakirodalomban viszonylag kevés e csoport helyzetét átfogóan vizsgáló munka, jellemzőbbek a valamely speciális részterületre fókuszáló tanulmányok. Az előbbi kategóriába tartozik többek között Gódány (2018) munkája, aki a nemzetközi szakirodalom alapján ad áttekintést a női vállalkozókat érintő kutatási területekről és azok lehetséges tipizálásáról. A nőkre és női vállalkozókra jellemző magyar GEM-adatok összegzését pedig különjelentés tartalmazza (Csákné Filep *et al.* 2024b). Egy másik, a nemzetközi *Global University Entrepreneurial Spirit Students' Survey* (GUESSS) magyar női hallgatókra vonatkozó kutatás adatai alapján Koltai és Szalka (2013) eredményei arra utalnak, hogy a nők felső-

fokú tanulmányaikat követően először inkább alkalmazottként helyezkednek el, majd tapasztalatszerzést és kapcsolatépítést követően, csak a végzés után öt évvel terveznek vállalkozóvá válni. A megkérdezettek csak kevesebb mint felét vonzza a vállalkozói lét, a többséget elsősorban az egyéni kompetenciák és a pénzügyi erőforrások hiánya tartja vissza.

A speciális témákra fókuszáló tanulmányok között számos érdekes kérdéskör kap szerepet. A vállalkozónők megjelennek a munkaerőpiaci kutatásokban, melyek középpontjában jellemzően a nők és férfiak munkaerőpiaci esélyegyenlősége helyzetének vizsgálta áll. A tanulmányokban gyakran e cél megvalósításának kudarcára adott válaszként jelenik meg a nők bizonyos csoportjai esetében a vállalkozóvá válás. A nemek közötti munkaerőpiaci egyenlőtlenségek kapcsán gyakran felmerülő jelenség a nők előmenetelét akadályozó üvegplafon jelenség, azon láthatatlan akadályok és gátló tényezők összessége, amelyek megnehezítik a nők munkahelyi előrehaladását, vezetővé válását, amiből egy lehetséges kiutat kínál a saját vállalkozás alapítása (Nagy 2009).

A nők eltérő indíttatásból és másképpen vállalkoznak, mint a férfiak és az uralkodó miszerezep-felfogás és előítéletek miatt speciális nehézségekkel szembesülnek, emellett a vállalkozói lét kockázatának a családra, háztartásra jutó kevesebb időt látják (Vajda 2014). Lipták és Veszeloovits (2020) kismintás, kvalitatív kutatásuk során a magyar nők vállalkozási hajlandóságát vizsgálva arra a következtetésre jutott, habár körükben nyitottság tapasztalható a vállalkozóvá válásra, a jogszabályi környezet és a túlzott bürokrácia gátló tényezőként jelenik meg. Kozma és Györpál (2015) tanulmányukban a női és férfi vezetők magyarországi arányát, emellett a női vezetőkre jellemző speciális tulajdonságokat és kihívásokat elemezték egy női vállalkozó példáján keresztül.

A magyar kutatók figyelme gyakran irányul a különböző vállalkozástípusokban – pl. a *startup* és *spin-off* cégek, családi vállalkozások és vidéki vállalkozások – megjelenő női vállalkozókra. A magyar női startupvállalkozásokat célzó kutatás eredményei arra világítottak rá, hogy Magyarországon nincsen különbség a startupot indító nők és férfiak által tapasztalt lehetőségek és korlátok között, a női startupok nehézségei jellemzően a női szerepből fakadó családi és társadalmi okokra vezethetők vissza (Kézai – Konczosné Szombathelyi 2020). A startupvállalkozásokhoz közel álló, egyetemekről kipörgő *spin-off* cégek alapítási szándékait vizsgálva Huszár és szerzőtársai (2018) azt találták, hogy kutatási eredményeik üzleti hasznosítására a férfiak nagyobb valószínűséggel terveznek vállalkozást alapítani, mint a nők.

A kockázatvállalás és a hozzákapcsolódó egyéb tulajdonságok vállalkozói hajlandóságra való hatásának nemek szerinti bontásban történő vizsgálata a nemzetközi szakirodalomban jelen levő kutatási irány, ugyanakkor e terület hazai feltérképezése még várat magára (Gurel *et al.* 2021; Ward *et al.* 2019; Zeffane 2015). Tobak (2018) a nők családi vállalkozásokban betöltött szerepét

vizsgálta, s kiemelte a vállalkozó családok nőtagjainak családösszetartó, érzelmi vezető szerepét, amely kulcsfontosságú a családi cégek sikeres működésében. Csurgó (2020) kutatásának fókuszában a vidéki vállalkozónők vállalkozásindítási motivációinak, helyzetének feltérképezése állt.

A magyar vonatkozású vállalkozónő-kutatás üde színfoltjai a koronavírus-járvány hatásait és a vállalkozók médiareprezentációját vizsgáló tanulmányok. A koronavírus-járvány hatását a vállalkozónőkre Koltai L. és Geambaşu (2021) vizsgálták, akik rámutattak arra, hogy a járvány és a lezárások az élet számos területén különbözőképpen érintette a nőket és a férfiakat, elsősorban eltérő munkaerőpiaci és gondoskodási szerepeik miatt. A pandémia ideje alatt a vállalkozónők helyzete többszörösen sérülékeny volt, vállalkozó szerepükben meg kellett birkóznuk a járványintézkedések okozta nehézségekkel, női és anyai szerepükben pedig gondoskodási feladataik sokasodtak meg (családjukban lévő idősek és gyermekek ellátása, digitális oktatás felügyelete). Virágh és Szepesi (2022) a főáramú online média vállalkozásokról és vállalkozókról közvetített képét vizsgálva arra a megállapításra jutottak, hogy míg a hazai médiában felülreprezentáltak a kizárólag férfiak által vitt vállalkozások, addig a nők vállalkozásainak médiareprezentációja megfelel a valóságnak, viszont a nők és férfiak által egyenesen vezetett vállalkozások alulreprezentáltak. A kutatás arra is rávilágított, hogy a vállalkozónőkről és a nők által vezetett vállalkozásokról sugallt összkép pozitívabb, mint a férfi vállalkozókról és vállalkozásaikról közvetített üzenetek.

Tanulmányunk empirikus elemzésének célja, hogy hozzájáruljon a magyar nők vállalkozási attitűdjeiről és a női vállalkozók magyar vonatkozású adatkörének bővítéséhez.

3. Módszertan és adatok

Munkánk során a 2021 és 2023 között készült GEM felnőtt lakossági felmérésének (*Adult Population Survey*, APS) adatait használtuk fel. A nemzeti GEM-kutatócsoportok – a nemzetközi konzorcium részeként – közvetlenül a lakosságtól gyűjtik a vállalkozói tevékenységre és a vállalkozói ökoszisztémára vonatkozó adatokat. Az egyes nemzeti kutatócsoportok adatgyűjtését a *Global GEM Team* koordinálja, amely a folyamat kezdetétől többször végez ellenőrzést és folytat minőségbiztosítást, garantálva ezzel az azonos módszertan harmonizált alkalmazását az adatok nyilvánossá tétele előtt (GEM 2024). A felmérés mintanagysága 2000 fő, amely nem, életkor és földrajzi elhelyezkedés tekintetében reprezentatív a munkaképes korú (18–64 éves) népességre. Fontos azonban hangsúlyozni, hogy mivel a vállalkozók azonosítása a GEM módszertana alapján a lakossági mintából történik, így a vállalkozók almintájának reprezentativitása az teljes népességre szükségszerűen nem biztosítható.

A GEM terminológiája a vállalkozás négy fázisát különbözteti meg (GEM 2024):

- *vállalkozási szándékkal rendelkezők*, akik egyedül vagy másokkal új vállalkozást terveznek indítani a következő 3 évben;
- *születő vállalkozások (startup, SU)*, amelyek esetében legfeljebb 3 hónapja fizetnek béreket;
- *új vállalkozások (baby business, BB)*, amelyek legalább 3 hónapja, de kevesebb, mint 42 hónapja fizetnek béreket;
- *béjaratott vállalkozások (established business, EB)* ahol már legalább 42 hónapja (3,5 éve) stabilan béreket fizetnek.

A születő és új vállalkozásokat együttesen tekintjük a teljes korai szakaszban lévő vállalkozói tevékenységnek (*Total Early Stage Entrepreneurial Activity, TEA*). Mivel a jelen vizsgálatban szereplő változók jellemzően ötfokozatú Likert-skálát alkalmaznak, így a gyakorisági megoszlások bemutatása mellett az összefüggések vizsgálatához – amennyiben másképpen nem jelezzük – Pearson-féle Khi-négyzet próbákat alkalmazunk.

4. A nők és férfiak attitűdjének különbségei

A GEM kérdőíve a teljes magyarországi lakosságra vonatkozóan vizsgálja a vállalkozói légkör, illetve a vállalkozók megítélését. Ez a megközelítés lehetővé teszi, hogy az eredmények ne csak a már vállalkozók vagy vállalkozni szándékozók véleményét tükrözzék, hanem felismerhetővé váljanak azok a mintázatok, amelyek támogatják vagy épp gátolják a vállalkozóvá válást.

A vizsgált három évben a válaszadó neme, illetve a vállalkozói légkört vizsgáló öt szempont közötti asszociációs kapcsolat szinte minden esetben szignifikáns ($p < 0,05$), vagyis az atmoszféra megítélése nem független a nemtől. Az adatokat vizsgálva kiderül, hogy a nők rendre a férfiaknál *negatívabb* válaszokat adtak (*1. táblázat*). Ez azt jelenti, hogy

- a nők kisebb arányban ismernek olyan személyt, aki az elmúlt 2 évben új vállalkozást indított volna;
- a nők kevésbé gondolják, hogy rendelkeznének a vállalkozásindításhoz szükséges tudással, készségekkel, tapasztalatokkal;
- a vállalkozásindítás esetén esetleg előforduló kudarc lehetősége nagyobb visszatartó erőt jelent a nők számára, valamint
- a nők kevésbé gondolják úgy, hogy Magyarországon könnyű lenne vállalkozást indítani.

1. táblázat. A vállalkozási atmoszféra, illetve a vállalkozók lakossági megítélése nemek szerint Magyarországon, 2021–2023 (%)

Szempont		2021		2022		2023	
		Arány (%)	Minta-nagyság (n)	Arány (%)	Minta-nagyság (n)	Arány (%)	Minta-nagyság (n)
1. Személyesen ismer legalább egy személyt, aki az elmúlt 2 évben vállalkozást indított	Férfiak	54,5	983	50,5	980	56,8	983
	Nők	45,2	1015	45,5	1008	45,4	1009
	<i>Összesen</i>	<i>49,7</i>	<i>1998</i>	<i>47,9</i>	<i>1988</i>	<i>51,0</i>	<i>1991</i>
2. Úgy gondolja, hogy az elkövetkező 6 hónapban jó lehetőségek nyílnak meg vállalkozásalapításra	Férfiak	39,4	650	29,7	710	28,9	712
	Nők	33,7	656	24,8	715	27,6	716
	<i>Összesen</i>	<i>36,5</i>	<i>1306</i>	<i>27,2</i>	<i>1424</i>	<i>28,2</i>	<i>1428</i>
3. Értékelése szerint rendelkezik egy új vállalkozás elindításához szükséges tudással, készségekkel és tapasztalattal	Férfiak	42,9	882	43,1	893	45,8	886
	Nők	29,4	918	30,9	939	30,9	902
	<i>Összesen</i>	<i>36,0</i>	<i>1800</i>	<i>36,8</i>	<i>1832</i>	<i>38,3</i>	<i>1788</i>
4. Értékelése szerint a kudarcból való félelem megakadályozná, hogy vállalkozást indítson	Férfiak	32,7	990	40,0	997	38,7	1001
	Nők	43,5	1024	47,0	1018	45,8	1022
	<i>Összesen</i>	<i>38,2</i>	<i>2014</i>	<i>43,5</i>	<i>2015</i>	<i>42,3</i>	<i>2023</i>
5. Úgy gondolja, hogy Magyarországon könnyű vállalkozást indítani	Férfiak	54,2	695	51,2	752	52,7	767
	Nők	43,9	699	43,3	705	38,5	721
	<i>Összesen</i>	<i>49,1</i>	<i>1393</i>	<i>47,4</i>	<i>1456</i>	<i>45,8</i>	<i>1488</i>
6. Értékelése szerint a vállalkozói lét egy kívánatos karrierlehetőség	Férfiak	63,9	752	64,2	777	62,3	739
	Nők	64,5	751	63,8	756	65,7	751
	<i>Összesen</i>	<i>64,2</i>	<i>1503</i>	<i>64,0</i>	<i>1533</i>	<i>64,0</i>	<i>1490</i>
7. Értékelése szerint a sikeres vállalkozók magas státusszal rendelkeznek.	Férfiak	62,1	739	65,4	748	60,8	743
	Nők	66,8	750	60,9	731	70,3	749
	<i>Összesen</i>	<i>64,5</i>	<i>1489</i>	<i>63,2</i>	<i>1478</i>	<i>65,6</i>	<i>1492</i>
8. Értékelése szerint nagy médiafigyelem irányul a vállalkozásokra?	Férfiak	66,3	761	62,7	767	62,6	792
	Nők	64,6	775	65,5	791	68,8	773
	<i>Összesen</i>	<i>65,5</i>	<i>1536</i>	<i>64,1</i>	<i>1558</i>	<i>65,7</i>	<i>1565</i>

Forrás: GEM magyarországi adatfelvételek 2021–2023, saját számítás.

Megjegyzés: A 2–8. szempontokat ötfokú Likert-skálán mérték, a táblázatban a teljesen, vagy inkább egyetértők együttes arányát és esetszámát közöljük.

A következő 6 hónapban megnyíló kedvező vállalkozásindítási lehetőségek az egyedüli szempont, amely tekintetében – legalábbis 2023-ban – nem tárható fel érdemi különbség a két nem között (*1. táblázat*). Fontos azonban megjegyezni, hogy ezt elsősorban a férfiak magabiztosságának csökkenése, a 2021-es 39,4%-os érték 2022-re 29,7%-ra, 2023-ban pedig 28,9%-ra való olvadása okozta, míg a

nőknél 2021 és 2022 között egy erősebb csökkenést, majd 2023-ra némi korrekciót tapasztalhatunk (a vizsgált években rendre 33,7%, 24,8, illetve 27,6%).

A vállalkozói légkör jellemzői közül itt kettőt emelnénk ki. Egyrészt európai összehasonlításban Magyarországon volt a vállalkozásindításhoz kapcsolódó tudással, készségekkel, illetve tapasztalattal rendelkezők aránya 2021 és 2022 között az egyik, 2023-ban pedig a legalacsonyabb (Csákné Filep *et al.* 2024a). Ezen belül a nők a férfiakhoz képest a három vizsgált évben rendre 0,56, 0,59, illetve 0,53-szor, azaz fele akkora eséllyel tartották megfelelőnek a saját ismereteiket. Másrészt a nőket lényegesen, a férfiakhoz viszonyítva az egyes években 1,58 és 1,33-szor akkora mértékben tartotta vissza a kudarc lehetősége a vállalkozásindítástól. E tekintetben azonban hangsúlyozzuk, hogy a magyarországi női és férfi vállalkozók európai és a teljes GEM-kutatásban résztvevő országokkal összevetésben is kevésbé tartanak a kudarctól (Csákné Filep *et al.* 2024b).

A vállalkozók megítélése kapcsán sokkal nagyobb az egyetértés a férfiak és a nők között. A vizsgált években nem tapasztaltunk a nemek között eltérést abban, hogy *a vállalkozói lét egy kívánatos karrierlehetőség*. Sőt, 2021-es és a 2022-es adatsorokban a *sikerés vállalkozók magas státusza*, illetve a *vállalkozásokra irányuló nagy médiafigyelem* tekintetében is egyetértés mutatkozott. 2023-ban ugyanakkor e két szempontban szignifikáns eltérést ($p < 0,01$) tártunk fel. Az egyszeri értékből adódóan azonban jelen tanulmány írásakor még nem jelenthető ki egyértelműen, hogy egyszeri hatásról vagy tartós változásról van szó.

5. Női és férfi vállalkozók összehasonlítása

A nők vállalkozói aspirációit, valamint vállalkozói aktivitását vizsgálva (2. táblázat) mindhárom vizsgált évben szignifikáns összefüggés ($p < 0,01$) mutatkozik a nem és a vállalkozási szándék, illetve vállalkozói aktivitás között, függetlenül attól, hogy korai szakaszban lévő vagy már bejáratott vállalkozásról van-e szó. Az adatsorok jellege lehetőséget ad esélyhányados (*odds*) számítására, ami könnyebben értelmezhetővé teszi a nemek közötti eltéréseket. A vállalkozási szándék, vagyis a még csak rövid/középtávú vállalkozási tervek esetén az esélyhányados 0,46 és 0,67 között ingadozik 2021 és 2023 között, vagyis a nők a férfiakhoz viszonyítva fele-kétharmad akkora eséllyel gondolkodnak vállalkozásindításon. A korai szakaszban lévő vállalkozások esetén a mutató értéke hasonlóan, de szűkebb tartományban mozog, míg a bejáratott vállalkozások esetében gyakorlatilag kijelenthető, hogy a nők fele akkora eséllyel tulajdonolnak és vezetnek stabilan működő vállalkozásokat.

2. táblázat. *Vállalkozási aktivitás a férfiak és a nők körében Magyarországon, 2021–2023 (%)*

Vállalkozási fázis		2021		2022		2023	
		Arány (%)	Minta-nagyság (n)	Arány (%)	Minta-nagyság (n)	Arány (%)	Minta-nagyság (n)
Vállalkozásindítási szándékkal rendelkezők	Férfi	13,9	958	13,1	965	14,5	951
	Nő	7,6	1005	9,2	983	7,3	988
	<i>Összesen</i>	<i>10,6</i>	<i>1963</i>	<i>11,1</i>	<i>1948</i>	<i>10,8</i>	<i>1939</i>
	Esélyhányados (nő/férfi)	0,51		0,67		0,46	
Korai szakaszban lévő (TEA)	Férfi	12,1	991	11,9	997	12,7	1001
	Nő	7,5	1024	7,9	1018	7,0	1022
	<i>Összesen</i>	<i>9,8</i>	<i>2015</i>	<i>9,9</i>	<i>2015</i>	<i>9,8</i>	<i>2023</i>
	Esélyhányados (nő/férfi)	0,59		0,63		0,52	
Bejártott (EB)	Férfi	11,1	990	9,3	997	9,7	1001
	Nő	5,7	1023	4,5	1018	5,1	1022
	<i>Összesen</i>	<i>8,3</i>	<i>2013</i>	<i>6,9</i>	<i>1948</i>	<i>7,4</i>	<i>2023</i>
	Esélyhányados (nő/férfi)	0,48		0,46		0,50	

Forrás: GEM magyarországi adatfelvételek 2021–2023, saját számítás.

A nemzetközi összehasonlítást – a hasonló kulturális háttér, illetve a hasonló gazdasági berendezkedés következtében – a GEM-kutatásban résztvevő észak-amerikai és európai országok hasonló mutatóinak felhasználásával végeztük el⁷.

A vizsgált időszakban egy férfi vállalkozóra a korai szakaszban lévő vállalkozókat tekintve 0,40 (2021, Norvégia) és 1,19 (2023, Litvánia), míg a bejártott vállalkozók esetében 0,35 (2023, Svédország) és 1,30 (2021, Luxemburg) közötti női vállalkozó jutott. Jellemzően a fejlett, nyugati országokat tartalmazó mintában is trendszerű a férfiak dominanciája a vállalkozói aktivitás tekintetében. Csak elvétve akad olyan év és vállalkozási fázis kombináció, ahol a nők aránya meghaladná a férfiakét – 2021-ben a korai szakaszban lévő vállalkozások esetében Spanyolországban (1,04), a bejártott vállalkozások esetében pedig Románia és Luxemburg ilyen (rendre 1,07, illetve 1,30). Fontosnak tartjuk kiemelni, hogy ha egy országban közel azonos arányban vannak női és férfi korai

⁷ A vizsgálatban 2021-ben 25, 2022-ben és 2023-ban pedig 23–23, többségében EU-tagország szerepel, a két észak-amerikai (Kanada, USA) mellett évente 3–5 közötti nem EU-ország vesz részt a kutatásban. Utóbbiak körében az Egyesült Királyság, Norvégia és Svájc stabil GEM-országnak tekinthető, amelyhez a 2021-es felvételen Belarusz és Oroszország, míg a 2022. évihez Szerbia is csatlakozott.

szakaszban lévő vállalkozók, az még nem feltétlen jelenti azt, hogy a bejáratott vállalkozások esetén is hasonló lenne a nemek aránya. Erre utal, hogy a nő/férfi arány, vagyis az, hogy egy férfi vállalkozóra hány női vállalkozó jut, a két vállalkozási fázisban csak közepes vagy annál gyengébb mértékben korrelál egymással. A két hányados közötti korreláció értéke 2021-ben 0,17, 2022-ben 0,48, míg 2023-ban 0,35.

Magyarország a férfi és női vállalkozók arányának hányadosát tekintve jellemzően a 18–21. helyen, ezáltal az utolsó harmadban helyezkedik el a nemzetközi rangsorban. Ez alól kivétel a 2022-es év, amikor a korai szakaszban lévő vállalkozók esetén a 0,66-os értékkel ennél jobb helyezést, a 11. helyet érte el az ország.

5.1. Foglalkoztatás

A GEM-kutatás koncepcionális újítása, hogy a vállalkozást a korábbi, már létező vállalatokra koncentráló meghatározás helyett egy új üzleti egység létrehozásaként, illetve azt célzó kísérletként definiálta (Acs *et al.* 2002). Ez alapján egyaránt vállalkozásnak tekinthető az önfoglalkoztatás, egy új vállalkozás létrehozása, vagy egy már meglévő bővítése. Más szóval a GEM új vállalkozó definíciója lényegesen tágabb kört fed le, mint például a kis- és középvállalkozások ügyvezetői. A hivatalos statisztikák közül ehhez a sokasághoz leginkább a KSH működő vállalkozásainak⁸ száma állhat legközelebb, amelyből az utolsó, 2020. évi adatok alapján 890 ezer működött Magyarországon. A vállalkozások méretét jól szemlélteti, hogy többségük, 511 ezer önálló vállalkozó, jellemzően egyéni vállalkozó volt, 72,8%-uk legfeljebb 1 főt, 95,9%-uk pedig maximum 9 főt foglalkoztatott⁹.

A GEM-adatokban többségében szintén az önálló vállalkozók, illetve a mikrovállalkozások jelennek meg (3. táblázat). A vállalkozási fázistól, a vállalkozó nemétől és a vizsgálat évétől függetlenül a vállalkozók almintáját legalább négyötöd részben – a tulajdonoson kívül – legfeljebb 5 főt foglalkoztató szervezetek teszik ki. Az almintha reprezentativitásának hiánya következtében a korai szakaszban lévő és a bejáratott vállalkozások foglalkoztatási hatása közötti eltéréseket nem vizsgáltuk. Ugyanakkor kijelenthető, hogy egyik vizsgált évben, illetve a vállalkozási fázis esetén sincs statisztikailag szignifikáns összefüggés a nem és a vállalkozás foglalkoztatási kategóriája között.

⁸ KSH 9.8. Vállalkozásdemográfia (Működő vállalkozások száma) gazdálkodási forma szerint https://www.ksh.hu/stadat_files/gsz/hu/gsz0008.html (Letöltés dátuma: 2024. 08. 08.)

⁹ KSH 9.8. Vállalkozásdemográfia (Működő vállalkozások száma) létszám-kategóriák szerint https://www.ksh.hu/stadat_files/gsz/hu/gsz0009.html (Letöltés dátuma: 2024. 08. 08.)

A vállalkozók jövőjébe vetett bizalomnak és a gazdasági kilátásoknak egyaránt jó indikátora lehet, hogy a válaszadó mit gondol, 5 év múlva várhatóan hány fővel fog növekedni a vállalkozásának a foglalkoztatotti létszáma. E tekintetben

3. táblázat. *A vállalkozások megoszlása az általuk létrehozott munkahelyek száma szerint Magyarországon, 2021–2023 (%)*

A vállalkozó neve	Munkahelyek száma	Korai szakaszban lévő vállalkozás (TEA)			Bejártott vállalkozás (EB)		
		2021	2022	2023	2021	2022	2023
Férfi	0 – önfoglalkoztató	52,6	19,0	38,8	34,9	31,2	28,4
	1–5	38,6	62,1	41,8	52,3	52,7	57,9
	5+	8,8	19,0	19,4	12,8	16,1	13,7
	<i>Összesen</i>	<i>100,0</i>	<i>100,0</i>	<i>100,0</i>	<i>100,0</i>	<i>100,0</i>	<i>100,0</i>
	Esetszám (n)	57	58	67	109	93	95
Nő	0 – önfoglalkoztató	41,3*	37,2*	48,9*	43,6	23,9*	40,4
	1–5	56,5*	53,5*	46,7*	50,9	65,2*	40,4
	5+	2,2*	9,3*	4,4*	5,5	10,9*	19,2
	<i>Összesen</i>	<i>100,0</i>	<i>100,0</i>	<i>100,0</i>	<i>100,0</i>	<i>100,0</i>	<i>100,0</i>
	Esetszám (n)	46	43	45	55	46	52

Forrás: GEM magyarországi adatfelvételek 2021–2023, saját számítás.

Megjegyzés: *A becslés 50-nél alacsonyabb elemszámú mintából történt.

4. táblázat. *A vállalkozásban foglalkoztatottak számának változásával kapcsolatos várakozások a vállalkozók neve és a vállalkozás fázisa szerint Magyarországon, 2021–2023 (%)*

A vállalkozó neve	Várakozás	Korai szakaszban lévő vállalkozás (TEA)			Bejártott vállalkozás (EB)		
		2021	2022	2023	2021	2022	2023
Férfi	Csökkenést vár	0,0	1,6	2,4	0,0	1,1	3,4
	Változatlanúságot vár	44,1	41,0	39,4	64,7	80,7	70,5
	Növekedést vár	55,9	57,4	58,3	35,3	18,2	26,1
	<i>Összesen</i>	<i>100,0</i>	<i>100,0</i>	<i>100,0</i>	<i>100,0</i>	<i>100,0</i>	<i>100,0</i>
	Elemszám (n)	118	122	127	102	88	88
Nő	Csökkenést vár	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0*	3,8
	Változatlanúságot vár	44,0	50,0	66,2	67,3	86,4*	82,7
	Növekedést vár	56,0	50,0	33,8	32,7	13,6*	13,5
	<i>Összesen</i>	<i>100,0</i>	<i>100,0</i>	<i>100,0</i>	<i>100,0</i>	<i>100,0</i>	<i>100,0</i>
	Elemszám (n)	75	78	71	55	44	52

Forrás: GEM magyarországi adatfelvételek 2021–2023, saját számítás.

Megjegyzés: *A becslés 50-nél alacsonyabb elemszámú mintából történt.

a kezdő vállalkozások még inkább bizakodók (4. táblázat) – a férfiak kétötöde nem számol a foglalkoztatotti létszám növekedésével, míg a nők 2021 és 2023 között egyre nagyobb aránya vár stagnálást. Ezzel párhuzamosan a férfiak több mint fele számít a munkahelyek számának növekedésére, míg a nőknél ez az arány évről évre folyamatosan csökken. Fontos kiemelni ugyanakkor, hogy a kezdő vállalkozók között elhanyagolható azok aránya, akik a munkahelyek számának csökkenésére számítanak.

A bejártott vállalkozások esetén minden évben és mindkét nem esetén a többség a meglévő létszám változatlanságával számol. Ugyan mindkét nem esetén elhanyagolható azok aránya, akik a munkahelyi létszám csökkenésére számítanak, a bővülést várók aránya is rendre alacsonyabb, mint 2021-ben.

Mivel a létszám várható növekedését a vállalkozók folytonos változóként adták meg, így a várakozások közötti nemek szerinti eltérést kétszélű *t*-próbákkal vizsgáltuk. Eredményeink alapján a férfi és a női vállalkozók foglalkoztatotti létszámváltozásra vonatkozó várakozásai – a korai szakaszban lévő vállalkozók 2023-as adatsorának kivételével – nem térnek el lényegesen egymástól. Összességében tehát kijelenthető, hogy nincs lényegi eltérés a férfi és a női vállalkozók foglalkoztatásra gyakorolt hatása között sem a meglévő, sem a tervezett alkalmazotti létszám tekintetében.

5.2. Innováció

A GEM-adatok áttekintő képet adnak a vállalkozások tevékenységének technológiai szintjéről, valamint az általuk kínált termékek és szolgáltatások, illetve az azok előállításához használt eljárások és technológiák újdonságáról is (5. táblázat).

A vállalkozók nemétől függetlenül a magyarországi vállalkozások túlnyomó többségének tevékenysége alacsony vagy nem technológiaigényes (*no/low-tech*) szektorban működik. Fontos hangsúlyozni, hogy a besorolást a módszertan a vállalkozó tevékenységi körének ágazati besorolása alapján végzik, vagyis hiába alkalmaz egy hagyományos iparágban (pl. építőipar, mezőgazdaság stb.) működő vállalkozás világszínvonalú technológiát, arra a technológia szint szerinti besorolás nem reflektál. A GEM besorolása alapján csúcstechnológiát (*high-tech*) alkalmazó ágazatnak tekinthető például a gyógyszeripar, a rádió, TV és kommunikációs eszközök gyártása, vagy épp a kutatás-fejlesztés, míg a közepes technológiai szintet (*mid-tech*) az építészeti, mérnöki és egyéb műszaki, a gyógyszereken kívüli vegyipari, illetve egyes gépipari tevékenységek jelentik. Minden, ami ezeken kívül esik, alacsony vagy nem technológiaigényes szektornak minősül. Mindezen kivételek ellenére a besorolás megbízható áttekintő képet biztosít.

5. táblázat. *Alacsony, vagy nem technológiaigényes szektorban működő, illetve a bevett terméket vagy szolgáltatást forgalmazó annak előállításához megszokott technológiát vagy eljárást alkalmazó vállalkozások aránya a vállalkozó neme és a vállalkozási fázis szerint Magyarországon, 2021–2023 (%)*

		Korai szakaszban lévő vállalkozás (TEA)			Bejártott vállalkozás (EB)		
		2021	2022	2023	2021	2022	2023
Alacsony vagy nem technológiaigényes szektorban működő vállalkozások aránya	Férfi (%)	93,3	89,1	89,0	90,0	91,4	88,7
	Férfi (n)	112	106	113	99	85	86
	Nő (%)	97,4	98,8	94,5	96,6	93,5*	96,2
	Nő (n)	74	79	69	56	43	50
A vállalkozó lakóhelyén élők számára sem új terméket/szolgáltatást forgalmazó vállalkozások aránya	Férfi (%)	74,8	75,4	66,7	81,8	92,2	80,4
	Férfi (n)	89	89	82	90	83	78
	Nő (%)	70,7	82,5	74,6	91,4	91,3*	90,4
	Nő (n)	53	66	53	53	42	47
Termékéhez/szolgáltatásához a vállalkozó lakóhelyén élők számára sem új technológiát vagy eljárást alkalmazó vállalkozások aránya	Férfi (%)	73,9	70,3	67,5	72,5	86,2	72,9
	Férfi (n)	88	83	85	79	81	70
	Nő (%)	81,6	84,8	77,5	93,1	95,7*	79,2
	Nő (n)	62	67	55	54	44	42

Forrás: GEM magyarországi adatfelvételek 2021–2023, saját számítás.

Megjegyzés: *A becslés 50-nél alacsonyabb elemszámú mintából történt.

Eredményeink azt mutatják, hogy Magyarországon a nemtől, a vállalkozási fázistól, illetve a vizsgálat évétől függően az alacsony technológiai szintet alkalmazó csoportba tartozik a vállalkozások 89,1–98,8%-a. Nemzetközi összehasonlításban ez az érték a GEM-kutatásokban résztvevő észak-amerikai és európai országok középmezőnyébe tartozik mind a korai szakaszban lévő, mind a bejártott vállalkozások esetén. Ez alól egyedüli kivételt a korai szakaszban lévő vállalkozások 2021-es értéke jelenti, amikor is Magyarországot a vizsgálatban résztvevő országok rangsorának harmadik harmadába került. Mindazonáltal a két vállalkozói fázisban a közepes és magas technológiájú vállalkozások aránya közötti korreláció az egyes vizsgálati években csak közepes szintű (0,46–0,56), ami arra utal, hogy a magasabb technológiai szintű kezdő vállalkozások nem feltétlen érik el a bejártott vállalkozási fázist.

A vállalkozó neme és a vállalkozás technológiai szintje között csupán egy esetben, 2022-ben a korai szakaszban lévő vállalkozók esetén, találtunk szignifikáns ($p = 0,031$) összefüggést. Mivel a kezdő vállalkozók esetén a vállalkozó neme 2021-ben és 2023-ban egyaránt független volt a vállalkozás technológiai

szintjétől, így jó eséllyel kijelenthető, hogy Magyarországon a férfiak és a nők által vezetett és tulajdonolt vállalkozások azonos technológiai szintet képviselő szektorokban működnek.

Ezt a nézetet erősíti, hogy mind a vállalkozások által kínált termékek, szolgáltatások, mind az azok előállításához alkalmazott eljárások, illetve technológiák döntő többségében már elterjedtek tekinthetők, még a vállalkozó lakóhelye környékén sem számítanak újdonságnak. Ugyan 2021-ben a bejáratott vállalkozások esetén szignifikáns összefüggés ($p = 0,014$) van a vállalkozó neme és az alkalmazott technológiák és eljárások között, ez az eredmény egyedinek tekinthető, más évben nem mutatkozott.

A kapott eredmények értelmezése során fontosnak tartjuk kiemelni, hogy különösen a nők vállalkozásainak jellemzése során, sok esetben kis (50-nél kevesebb esetből álló) mintából születtek a becslések.

6. Összegzés

A női vállalkozókról szóló nemzetközi szakirodalom bőségesnek és kiforrott kutatási irányokkal rendelkezőnek tekinthető, míg a Magyarországra vonatkozó szakirodalom sokkal széttöredezettebb, kevés a nők vállalkozással kapcsolatos attitűdjeiről, a vállalkozónők jellemzőiről szóló, megbízható, nagymintás adatfelvételeken alapuló tanulmány. Szerencsére azonban számos részterületen megvannak a hazai helyzetre fókuszáló kutatások kezdeményei, amelyek remélhetőleg a jövőben továbbfejlődnek majd. A női vállalkozásokkal kapcsolatos tudásanyag bővítéshez jelen tanulmány számos megállapítással járul hozzá.

A *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM) 2021 és 2023 között végzett kérdőíves adatfelvételeinek adatai szerint Magyarországon a nők vállalkozói légkörrel kapcsolatos érzékelése a férfiakénál lényegesen negatívabb. Kevesebb vállalkozót ismernek, kevésbé gondolják úgy, hogy rendelkeznek a vállalkozásindításhoz szükséges tudással, készséggel és tapasztalatokkal, a vállalkozói kudarc lehetősége inkább visszatartja őket, és kevésbé gondolják úgy, hogy Magyarországon könnyű vállalkozást indítani. Ezen eredmények összhangban állnak a hazai és nemzetközi szakirodalomban is megfogalmazott nőket jellemző önbizalomhiánnyal, és kiemelik a nők vállalkozói létre való bátorításának jelentőségét. Ennek különösen annak fényében van jelentősége, hogy a nemek egyetértenek abban, hogy a vállalkozói lét egy vonzó karrierlehetőség.

A Magyarországon aktívan működő vállalkozásokat vizsgálva a nemek közötti arányról elmondható, hogy minden vállalkozói szakaszban jellemzőbb a férfi vállalkozók dominanciája, és a női vállalkozók aránya alacsonyabb, mint a férfi vállalkozóké. Mindezek mellett nem mutatható ki szignifikáns különbség a női és férfi vállalkozók foglalkoztatáshoz és innovációhoz való hozzájárulása között.

Eredményeink alapján a nők vállalkozási aspirációja alacsonyabb, kisebb arányban tartják megfelelőnek felkészültségüket, kevésbé látnak kínálgató üzleti lehetőségeket, és jobban tartanak attól, hogy ezeket kiaknázzák. Ennek ellenére, ha a vállalkozóvá válás mellett döntenek, teljesítményük nem marad el a férfiakétól.

Irodalom

- Ács J. Z. – Szerb L. – Varga A. – Ulbert J. (2002): GEM, Vállalkozások Magyarországon 2001. Pécs: Pécsi Tudományegyetem Kiadó.
- Cardella, G. M. – B. R. Hernández-Sánchez – J. C. Sánchez-García (2020): Women entrepreneurship: A systematic review to outline the boundaries of scientific literature. *Frontiers in Psychology*, Vol. 11, Art. no. 1557., DOI: <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2020.01557>.
- Corrêa, V. S. – F. R. da S. Brito – R. M. de Lima – M. M. Queiroz (2021): Female entrepreneurship in emerging and developing countries: A systematic literature review. *International Journal of Gender and Entrepreneurship*, Vol. 14, No. 3., 300–322. p., DOI: <https://doi.org/10.1108/IJGE-08-2021-0142>.
- Csákné Filep J. – Gosztonyi M. – Radácsi L. – Szennay Á. – Timár G. (2022): Vállalkozási környezet és attitűdök Magyarországon. GEM Nemzeti jelentés. Magyarország 2021–2022. Budapest: Budapesti Gazdasági Egyetem.
- Csákné Filep J. – Radácsi L., Szennay Á. – Timár G. (2023): Tenni akarás és megélhetés – vállalkozói motivációk és lehetőségészlelés Magyarországon. GEM Nemzeti jelentés Magyarország 2022–2023. Budapest: Budapesti Gazdasági Egyetem.
- Csákné Filep J. – Szennay Á. – Timár G. (2024a): Lehetőségek, motiváció, környezet – vállalkozói működés Magyarországon. GEM Nemzeti jelentés Magyarország 2023–2024. Budapest: Budapesti Gazdasági Egyetem, https://budapestlab.hu/wp-content/uploads/2024/05/GEM-BGE_nemzeti_jelentes_2023_2024_web.pdf.
- Csákné Filep J. – Szennay Á. – Timár G. (2024b): Női vállalkozók Magyarországon: GEM Különjelentés 2024. Budapest: Budapesti Gazdasági Egyetem, https://budapestlab.hu/wp-content/uploads/2024/03/GEM_women_report_WEB.pdf.
- Csurgó B. (2020): Önmegvalósítás, nosztalgia és család–munka egyensúly. A vállalkozásalapítás motivációinak vizsgálata a kreatív vidéki vállalkozónők körében. *Szociológiai Szemle*, 30. évf. 4. sz., 4–25. p., DOI: <https://doi.org/10.51624/SzocSzemle.2020.4.1>.
- Deng, W. – Q. Liang – J. Li – W. Wang (2020): Science mapping: A bibliometric analysis of female entrepreneurship studies. *Gender in Management: An International Journal*, Vol. 36, No. 1., 61–86. p., DOI: <https://doi.org/10.1108/GM-12-2019-0240>.
- EIGE – European Institute for Gender Equality (2024): Gender Equality Index. <https://eige.europa.eu/gender-equality-index> (Letöltés dátuma: 2024. júl. 17.).
- Fauzi, M. A. – N. M. Sapuan – N. M. Zainudin (2023): Women and female entrepreneurship: Past, present, and future trends in developing countries. *Entrepreneurial Business and Economics Review*, Vol. 11, No. 3, Art. no. 3., DOI: <https://doi.org/10.15678/EBER.2023.110304>.
- Franzke, S. – J. Wu – F. J. Froese – Z. X. Chan (2022): Female entrepreneurship in Asia: A critical review and future directions. *Asian Business & Management*, Vol. 21., 343–372. p., DOI: <https://doi.org/10.1057/s41291-022-00186-2>.
- GEM – Global Entrepreneurship Monitor (2024): GEM 2023/2024 Global Report. 25 Years and Growing. <https://www.gemconsortium.org/report/global-entrepreneurship-monitor-gem-20232024-global-report-25-years-and-growing>.

- Gódyán Zs. (2018): Női vállalkozók – kutatási területek. Elméleti áttekintés. Vezetéstudomány – Budapest Management Review, 49. évf. 4. sz., 58–67. p., DOI: <https://doi.org/10.14267/VEZTUD.2018.04.06>.
- Gregor A. – Kováts E. (2018): Nőügyek 2018. Társadalmi problémák és megoldási stratégiák. Budapest: Friedrich-Ebert-Stiftung, <https://library.fes.de/pdf-files/bueros/budapest/14461.pdf>.
- Gurel, E. – M. Madanoglu – L. Altınay (2021): Gender, risk-taking and entrepreneurial intentions: Assessing the impact of higher education longitudinally. Education + Training, Vol. 63, No. 5., 777–792. p., DOI: <https://doi.org/10.1108/ET-08-2019-0190>.
- Huszár H. – Prónay S. – Buzás N. (2018): Spin-off vállalkozás indítás motivációinak és elősegítő tényezőinek összehasonlítása férfi és női kutatók körében. Marketing és Menedzsment, 52. évf. EMOK különszám, 74–83. p.
- Kelley, D. – S. Singer – M. Herrington & The Global Entrepreneurship Research Association (GERA) (2016): Global Entrepreneurship Monitor 2015/16 Global Report. <https://www.gemconsortium.org/file/open?fileId=49480>.
- Kézai P. K. – Konczosné Szombathelyi M. (2020): Nők a startup-vállalkozások világában Magyarországon. Vezetéstudomány – Budapest Management Review, 51. évf. 10. sz., 51–62. p., DOI: <https://doi.org/10.14267/VEZTUD.2020.10.05>.
- Koltai, J. P. – Szalka É. (2013): A vállalkozói hajlandóság vizsgálata a női hallgatók körében Magyarországon. Vezetéstudomány – Budapest Management Review, 44. évf. 7–8. sz., 71–79. p., DOI: [10.14267/VEZTUD.2013.07.07](https://doi.org/10.14267/VEZTUD.2013.07.07).
- Koltai L. – Geambaşu R. (2021): Vállalkozónők a koronavírus lezárásainak idején. Új Munkaügyi Szemle, 2. évf. 1. sz., 56–67. p.
- Kozma T. – Györpál T. (2015): Nők a vállalkozás frontvonalában. In: Hamar F. (szerk.): Multidiszciplináris kihívások, sokszínű válaszok, 2015/1. kötet. Online tanulmánykötet. Budapest: Budapesti Gazdasági Főiskola, KVIK Közgazdasági Tanszéki Osztály, 60–71. p.
- KSH (2019): Nők és férfiak Magyarországon, 2017. Statisztikai zsebkönyv. Budapest: Központi Statisztikai Hivatal.
- Lipták K. – Veszelovits B. (2020): A nők vállalkozási hajlandóságának vizsgálata Magyarországon. Studia Mundi – Economica, 7. évf. 3. sz., 27–38. p., DOI: <https://doi.org/10.18531/Studia.Mundi.2020.07.03.27-38>.
- Nagy B. (2009): Nők és férfiak a vezetésben. In: Nagy I. – Pongrácz T.-né (szerk.): Szerepváltások: Jelentés a nők és férfiak helyzetéről 2009. Budapest: TÁRKI, 52–64. p.
- OECD (2012): Closing the Gender Gap: Act now. OECD Publishing, DOI: <https://doi.org/10.1787/9789264179370-en>.
- Ojong, N. – A. Simba – L.-P. Dana (2021): Female entrepreneurship in Africa: A review, trends, and future research directions. Journal of Business Research, Vol. 132., 233–248. p., DOI: <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2021.04.032>.
- Rugina, S. – H. Ahl (2023): How research positions Central and Eastern European women entrepreneurs: A 30-year discourse analysis. Entrepreneurship & Regional Development, Vol. 35, No. 3–4., 241–263. p., DOI: <https://doi.org/10.1080/08985626.2023.2170472>.
- Tobak J. (2018): A nők szerepe a családi vállalkozások támogatásában. International Journal of Engineering and Management Sciences, 3. évf. 4. sz., 11–20. p., DOI: <https://doi.org/10.21791/IJEMS.2018.4.2>.
- United Nations (2015): Transforming our world: The 2030 Agenda for Sustainable Development. A/RES/70/1. General assembly. 21 October 2015., https://www.un.org/ga/search/view_doc.asp?symbol=A/RES/70/1&Lang=E.

- Vajda R. (2014): Munkaerőpiac, foglalkoztatás, vállalkozónők. A nők teljes értékű munkavállalásának akadályairól és esélyeiről. In: Juhász B. (szerk): A nőtlen évek ára – a nők helyzetének elemzése 1989–2013. Budapest: Magyar Női Érdekérvényesítő Szövetség, 99–152. p.
- Virágh E. A. – Szepesi B. (2022): Vállalkozók reprezentációja a főáramú online médiában Magyarországon. Szociológiai Szemle, 32. évf. 3. sz., 24–56. p., DOI: <https://doi.org/10.51624/SzocSzemle.2022.3.2>
- Ward, A. – B. R. Hernández-Sánchez – J. C. Sánchez-García (2019): Entrepreneurial potential and gender effects: The role of personality traits in university students' entrepreneurial intentions. *Frontiers in Psychology*, Vol. 10, Art. no. 2700., DOI: <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2019.02700>.
- Yadav, V. – J. Unni (2016): Women entrepreneurship: Research review and future directions. *Journal of Global Entrepreneurship Research*, Vol. 6, Art. no. 12., DOI: <https://doi.org/10.1186/s40497-016-0055-x>.
- Zeffane, R. (2015): Trust, personality, risk taking and entrepreneurship: Exploring gender differences among nascent and actual entrepreneurs in the United Arab Emirates. *World Journal of Entrepreneurship, Management and Sustainable Development*, Vol. 11, No. 3., 191–209. p., DOI: <https://doi.org/10.1108/WJEMSD-08-2014-0025>.