

# NŐI VÁLLALKOZÓK – VÁLLALKOZÓ NŐK<sup>1</sup>

---

**Kóvágó Györgyi – Piricz Noémi**  
adjunktusok

Dunaújvárosi Főiskola  
[kovagogy@invitel.hu](mailto:kovagogy@invitel.hu), [pimeon@gmail.com](mailto:pimeon@gmail.com)

Kulcsszavak: női vállalkozók, vállalkozói attitűd, női szerepek, dunaújvárosi térség

## 1. BEVEZETÉS

A Magyar Gazdaságfejlesztési Központ Zrt. (MAG Zrt.), mint főkoordinátor, a Kisvállalkozás-Fejlesztési Alapítvány (SEED Alapítvány), a Dunaújvárosi Főiskola, a PRIMOM Szabolcs-Szatmár-Bereg Megyei Vállalkozásélénkítő Alapítvány (PRIMOM Alapítvány), valamint a Székesfehérvári Regionális Vállalkozásfejlesztési Alapítvány (FEA), mint konzorciumi partnerek közös projectben vesznek részt.

A projekt fő célja, egy olyan hálózat létrehozása, amely arra inspirálja a nőket (minden korosztályból), hogy vállalkozókká váljanak és elindítsák saját üzletüket. Bátorítani továbbá azokat a nőket is, akiknek már megvan a saját vállalkozásuk, annak érdekében, hogy fejlesszék és erősítsék azt, hogy ezáltal még sikeresebbé váljanak.

A továbbiakban a dunaújvárosi kvalitatív és kvantitatív részkutatás főbb eredményei kerülnek bemutatásra.

## 2. MÉLYINTERJÚ VIZSGÁLAT EREDMÉNYEI

A mélyinterjú kérdései az alábbi fő témák köré épültek:

- a nők szerepe, szerepvállalásaik és munkalehetőségeik
- a térség jellemzői, jellegzetességei, várható fejlesztési irányok
- vállalkozói hajlandóság, attitűd növelésének módszerei, modellek és minták.

Dunaújvárosban illetve térségében 8 személlyel készített interjú alanyok közt volt: sikeres és kevésbé sikeres vállalkozó, kezdő vállalkozó, területfejlesztési tanácsadó, valamint a térség véleményformáló személyei. A mélyinterjúk tapasztalatait foglaljuk össze a következőkben.

### 2.1. A nők szerepe, szerepvállalásaik és munkalehetőségeik

Minden interjúalany egyöntetű véleménye, hogy nagyon nehéz, 45 felett szinte lehetetlen munkát találni. A fiatalnak azért, mert nincs tapasztalata, a családjának a gyerek miatt, az igazán tapasztaltnak pedig a kora miatt. Interjúalanyok közül többen úgy látják, hogy a munkáltatók többsége 30-35 éves, tapasztalattal már rendelkező fiatalot szeretne, mégpedig olyat, aki nem tervez családot. Az 50+ korosztály tagjai számára szinte lehetetlen elhelyezkedni, úgy kezelik őket mintha már semmit sem tudnának

---

<sup>1</sup> EURÓPAI BIZOTTSÁG - Vállalkozáspolitikai és Ipari Főigazgatóságának támogatásával

Problémának tartják, hogy a fiatal diplomások gyakorta túlértékelik pozíciójukat és a munkatársak között feszültséget gerjesztenek, melyek olyan konfliktust eredményeznek, ami végül magas fluktuációhoz vezet.

Álláskeresés ügyében, amennyiben szakképzettséggel kapcsolatosan, végzettségnek megfelelően, konkrét elképzeléssel akar valaki elhelyezkedni, akkor nagyon nehéz. Ha az igényeket alacsonyabb szinten fogalmazza meg, egy idő után eljut oda, hogy minden mindegy, csak legyen valami munkája. Ekkor sokkal könnyebben talál munkahelyet.

A mai gazdasági helyzetben senkinek sem egyszerű állást, főleg jó állást találni, több az állást kereső nők száma a férfiakénál. 1-1 meghirdetett állásra minimum 50-en jelentkeznek, mindenféle végzettséggel.

Valamennyit javít a helyzeten, ha a munkáltató valamilyen támogatási formát igénybe tud venni az alkalmazott után. A támogatásokkal az egyik fő probléma, hogy a foglalkoztatás is addig tart, amíg a támogatás jár a foglalkoztatott után.

A munkaerőpiacra történő visszatéréssel kapcsolatosan (GYES, GYED, munkanélküli) a fő probléma, hogy nem készíti fel őket senki. A munkahelyükről elbocsátott nők kb. 1 évig ún. „sokkos” állapotban vannak. A változásra fel lehetne és fel is kellene készíteni őket pl. ésszerű, koncentrált beszélgetéssel.

A 45 feletti nőknél többekben „szunnyad a vágy, hogy ki próbálja magát más területen, hisz már sok tapasztalattal rendelkeznek”, valamint azon női tulajdonság, hogy „csak azért is megmutatom” – ezt a jellemzőt gazdaságilag jobban lehetne támogatni, főleg a vállalkozás bevezetésének időszakában.

A sztereotípiák tekintetében nem ilyen nagy az egyetértés az alanyok között. A sikeres női vállalkozók természetesen nem érzik magukat hátrányosabb helyzetben, ami azért is van így, mert a környezetük elfogadta, a családi szereposztások átalakultak. Az alanyok másik csoportja úgy vélekedik, hogy egy nőnek mindig és mindenhol többet kell teljesíteni és bizonyítani a siker érdekében.

A vállalkozás tevékenységi körét illetően ismét egyetértettek az alanyok abban, hogy vannak „tipikusan” női vállalkozási területek, egyikőjük említette, hogy mindkét nem tagjai mindenhol vállalkozhatnak.

Az alanyok által kiemelt területek az oktatás, nevelés, gondozói, háztartási tevékenységek. A családi napközit és a falusi turizmus területét említik még, mint olyat, ahol a nők kiteljesedhetnek. Nőies vállalkozásként említik a kiskereskedelmet, szépségipart és a könnyűipar területét, a művészet, egészségügy és a pénzügyi területeket.

Összességében elmondható, hogy a nők empátikusabbak és jobban kommunikálnak férfi társaiknál és, bár a vállalkozás indításánál visszafogottabbak, kockázatkerülők, hosszú távon viszont kitartóbbak, probléma, nehézség esetén nem esnek kétségbe.

A nőknek erősebb integratív szerepük van, sokkal jobb közösség szervezők, mint a férfiak.

A családi vállalkozásokban a női szerep abszolút pozitív, mind működtetőként, mind „háttér-erőként”.

## **2.2. Térségünk jellemzői, jellegzetességei, várható fejlesztési irányok**

A kistérségek – dunaújvárosi, adonyi, dunaföldvári - adottságai sokat javultak: az M6-os autópálya, a Pentele híd átadását követően; ugyanakkor a térségek közötti átjárás a potenciális vevő számára problémás. A tömegközlekedés nem megfelelő, pl. egy 20 km-re levő településre, ahol jó minőségű, ott termesztett zöldséget, gyümölcsöt lehetne vásárolni, csak átszállással jut oda a vevő. Az a vevő, aki nem tud személyautóval közlekedni, elmegy a dunaújvárosi piacra és ott vásárol. A dunaújvárosi piacon viszont nem jelenik meg minden kistermelő, ami az értékesítést vagy lassítja vagy nem is jön létre.

A város (Dunaújváros) gazdasági szerkezete a szocreál jegyeket viseli magán. Ezzel az egyik fő gond, hogy nem sikerült kialakítani a kultúráját.

Sokkal több lehetőség rejlik a turizmusban, mint amennyit érvényesítenek. Turisztikai tradícióink nincs, de a város és a térség fekvéséből, jellemzőiből adódóan nagyon sok lehetőség lenne, melyből főleg a mikro-, kisvállalkozások tudnának profitálni. Pl. szakmák bemutatása, gyakorlása. Sok olyan értékünk van, melyre desztinációkat lehetne építeni, ami az ide látogatóknak értéket ad.

A térség meghatározó jellegzetességei közt a turizmust, mezőgazdaságot és a Dunát említik. Mindezek számos fejlesztési lehetőséget hordoznak, de a városban és környékén nemhogy fejlesztésre nincs pénz, erőforrás a korábban létrehozott értékek megőrzése, fenntartása is komoly gondot jelent az önkormányzatok számára. A korábban jól működő kemping és az ahhoz kapcsolódó szabad strand teljesen leépült. Korábbi sikeres rendezvények eltűntek.

Dunaújváros még mindig tipikus munkásváros, lakosai egyre nagyobb mértékben „beszűkültek és behúzódtak”. Ledolgozzák a munkaidejüket és emellett kevés dologra nyitottak, alacsony igény szintűek. Nehezen megmozgathatók. Az a szűk réteg, aki nyitott az újdonságra, kultúrára, rendezvényekre nem helyben veszi igénybe a szolgáltatásokat. A fiatalok közül, akik nyitottak, más szemléletűek elvándorolnak.

### **2.3. Vállalkozói hajlandóság, attitűd növelésének módszerei, modellek és minták**

Ennél a témakörnél is egyöntetűen vélekedtek az alanyok az oktatás és a pozitív példa kommunikációjának fontosságáról, valamint az összefogásról. Nemkülönb a vállalkozói kedv alacsony szintjéről.

Egyik alap problémaként látják, hogy az emberek – férfiak és nők egyaránt – a komfort zónájukat nehezen lépik át, a biztoshoz (még ha az nagyon rossz is)még mindig jobban ragaszkodnak, mintsem váltsanak. Nagyon erős a változástól, a bizonytalantól való félelem. A vállalkozás bevezetéséhez, eredmények eléréséhez idő kell és mindenki gyorsan várja a megtérülést. Türelmetlenek és csodát várnak, ami persze elmarad.

Cégindításnál segítség lehet egy kézzelfogható adatbázis a vállalkozó számára, egy ún. bizonylati album, melyben pl. össze lehetne gyűjteni a fontos tudnivalókat, könyvelő vállalkozások elérhetőségét, bemutatni milyen bizonylatokat kell használnia. A középiskolákban működnek tanirodák, melyek ehhez hasonló funkciót töltenek be, ezt kellene szélesíteni.

Az oktatási módszerek fejlesztése, szisztémák szerint, nem pedig tanterv szerint történik. Vagyis célirányos, konkrét képzés, a valós igényeknek megfelelően, valós, konkrét problémák megoldásával. A SEED tananyagai például ilyenek. Sokkal több tréning, tanfolyam kellene. Itt is ellentmondásos a helyzet, ugyanis az oktatási intézmények a pár napos tanfolyamokra, tréningekre nincsenek felkészülve, a piaci alapon szerveződő tanfolyamokat pedig nem tudják a résztvevők kifizetni. Emellett mindenképp kezelni kell a vállalkozás indításával és működtetésével járó TESTI-LELKI STRESSZT!

Mentor program kidolgozása, szervezetek összefogása, hálózatok működtetése. Ötlet, módszer sok van, de kérdés, hogy ki finanszírozza. A legtöbb piaci szereplő rövid távon gondolkodik és gyors megtérülést szeretne.

Nagyon fontos, hogy a példa folyamatosan ott legyen a vállalkozó előtt, pozitív és negatív értelemben egyaránt. Szembesíteni a vállalkozót a fogyasztóval, aki visszatükrözi a jó és negatív dolgot egyaránt.

Az internet szerepét illetően úgy látja az alanyok többsége, hogy még mindig kevesen jutnak el az informatika azon szintjére, hogy tudja is alkalmazni, vagy nincs lehetőségük azt használni. Az internettel kapcsolatosan a megfelelő, célirányos keresést is tanítani kellene.

A saját vállalkozás nem feltétlen megoldás azok számára, akik nem tudnak elhelyezkedni. Ezen a területen vannak és lesznek is még feszültségek a „rejtett vállalkozók”, akik „feketén” dolgoznak, értékesítenek és azok között, akik folyamatosan küzdenek a vállalkozói nehézségekkel.

### 3. KÉRDŐÍVES FELMÉRÉS FŐBB EREDMÉNYEI

A kérdőíves felmérés fő célja a női vállalkozások feltérképezése, általános jellemzése, azon területek beazonosítása, ahol segítséget várnak. A kérdőív 28 kérdést tartalmaz, melyből 7 kérdés demográfiai, 8 kérdés a vállalkozás jellemzésére irányul, 8 kérdés a vállalkozást tervezőkre vonatkozik, míg 5 kérdés a vállalkozási ismereteikkel kapcsolatos.

Összesen 263 db kérdőív került feldolgozásra, melyből 59 fő tervezi, hogy alapít vállalkozást vagy éppen a kezdő vállalkozását működteti. A megkérdezettek több, mint fele (58,2%) rendelkezik saját vállalkozással, míg 37% nem. A 98 főből, akiknek nincs vállalkozásuk minden 6. tervezi 1 éven belül vállalkozása elindítását.

#### 3.1. Vállalkozással rendelkezők

##### 1. táblázat

Van-e saját vállalkozása?

Válasz	Fő	%
igen	153	58,17
nem válaszolt	12	4,56
nincs	98	37,26
<b>Végösszeg</b>	<b>263</b>	<b>100,00</b>

Forrás: Saját szerkesztés

A vállalkozás típusát tekintve az egyéni vállalkozók domináltak, 47%-kal, 31%-uk kft., míg 19%-uk betéti társaság formájában működik.

##### 2. táblázat

Vállalkozási forma

Vállalkozása milyen formában működik?	(fő)
bt.	29
egyéni vállalkozó	72
kft.	47
őstermelő	1
részvénytársaság	1
nem válaszolt	3
<b>Végösszeg</b>	<b>153</b>

Forrás: Saját szerkesztés

A vállalkozások döntő többségben (70%) városban működnek, 22% községben és 8% faluban. Közigazgatásilag nincs különbség falu és község közt, sokan keverték is, ezért a továbbiakban együtt kezeljük őket, községként.

A városokban az egyéni vállalkozók szerepelnek meghatározó súllyal, míg a községekben egyenlő arányban választják az egyéni vállalkozói és a kft. társasági formát. A városokban sokan mellékállásban vállalkoznak, ezért választhatják az egyéni vállalkozást, míg a községben aki főállásban dolgozik a vállalkozásában az a kft. működési formát választja.

### 3. táblázat

A vállalkozás alapításának éve

Mikor alapította?	%
1990 előtt	8,50%
1990 - 2000 között	37,25%
2001 - 2007 között	32,03%
2008 - 2010 között	18,95%
2011-ben	2,61%
nem válaszolt	0,65%
<b>Végösszeg</b>	<b>100,00%</b>

Forrás: Saját szerkesztés

A vállalkozások 21,6%-a 3 évnél fiatalabb, vagyis 2008-ban vagy annál később alapították. A 2001-2007 között alapított vállalkozások aránya 32%, 1990-2000 között alapítottak 37,3%, míg a '90 előttié 8,5%. A rendszerváltást követően a vállalkozási aktivitás magasabb volt, mint napjainkban. A piac korántsem volt telítettnak mondható, mint pl. napjainkban, a verseny sem volt annyira erős, a vevők pedig örültek, hogy végre van bőséges kínálat.

### 4. táblázat

Munkatapasztalat - kor

Hány éves?	Hány év munkatapasztalata van?									
	0-2		2,1-5		5,1-10		10 évnél több		Összes	
	Fő	%	Fő	%	Fő	%	Fő	%	Fő	%
21-30	2	1,31	9	5,88	4	2,61	1	0,65	16	10,46
31-40	0	0,00	4	2,61	6	3,92	28	18,30	38	24,84
41-50	1	0,65	2	1,31	0	0,00	54	35,29	57	37,25
51-60	0	0,00	1	0,65	2	1,31	34	22,22	37	24,18
61 felett	0	0,00	0	0,00	0	0,00	4	2,61	4	2,61
<b>Végösszeg</b>	<b>3</b>	<b>1,96</b>	<b>16</b>	<b>10,46</b>	<b>12</b>	<b>7,84</b>	<b>122</b>	<b>79,74</b>	<b>153</b>	<b>100,00</b>

Forrás: Saját szerkesztés

Megvizsgáltuk, hogy a kor befolyással van-e a vevőkör összetételére, az értékesítés irányára. Azok, akik idősebbek, s több munkatapasztalattal rendelkeznek, ezt érvényesítik-e a vállalkozásukban. Az alábbi táblából az olvasható le, hogy szinte minden korcsoportban dominál a saját településének lakói, mint vevők. Eredményünk magyarázható azzal is, hogy a megkérdezettek közel fele (46%) egyéni vállalkozó, s mint ilyen elsősorban a helyi „piaci igényeknek” felel meg.

## 5. táblázat

## Település típus - tanácsadás

Lakóhely: település típus	Ismer-e olyan intézményt, tanácsadót, akit vállalkozásával kapcsolatos kérdésekkel fel tud keresni? (fő)			
	igen	nem	nem válaszolt	Végösszeg
falu	4	8	1	13
község	15	13	5	33
város	37	59	11	107
<b>Végösszeg</b>	<b>56</b>	<b>80</b>	<b>17</b>	<b>153</b>

Forrás: Saját szerkesztés

Meglepő eredmény, hogy milyen kevés arányban nyilatkoztak úgy, hogy ismernek olyan intézményt, tanácsadót, akihez kérdéseikkel tudnak fordulni, mindössze 36,6%. Emögött az eredmény mögött számos ok húzódhat meg: egyrészt a falvakban, községekben tényleg nem nagyon található olyan szervezet, amelyhez fordulhatnak, másrészt nem is nagyon tudják, kikhez lehetne fordulni, sokan csalódnak a tanácsadóknak, mondván tanácsot adni könnyű, „megcsinálni nehéz”, vagyis a kivitelezés az operatív rész végrehajtása okoz számukra gondot.

Az igen választ adók az alábbi szervezeteket jelölték meg, akikhez segítségért tudnak fordulni:

- agrármérnököket
- könyvelő és adótanácsadó
- pénzügyi tanácsadó
- jogász
- apah INFORMÁCIÓS VONAL
- ismerősök
- BKIK
- Cégfókusz Tanácsadó Kft
- DUF oktatók, egyéb vállalkozók
- pályázatíró cégek
- NAV
- internet
- Pörneczy és Berger Kft
- Pro Autoszerviz Hálózat
- mentorklub

### 3.2. Nem vállalkozó, de tervezni vállalkozás indítását

#### 6. táblázat

Vállalkozást tervezők

<i>Megnevezés</i>	<i>Fő</i>	
1 éven belül tervezni vállalkozás indítását	16	27,12
5 éven belül tervezni vállalkozás indítását	10	16,95
Kezdő vállalkozó	33	55,93
<b>Végösszeg</b>	<b>59</b>	<b>100,00</b>

Forrás: Saját szerkesztés

A vállalkozói kedv egyértelműen magasabb a városokban, mint a falvakban, községekben. Ezt az eredményt magyarázhatjuk azzal is, hogy a szolgáltatások piaca jóval fejlettebb a városban, mint falun. A vállalkozást tervezők döntő többsége gyermektelen és érettségivel, illetve diplomával rendelkezik.

Az alkalmazható tudás képezi az egyik fő területet, a pénzügyi háttér, tőkehiányból adódó problémakör a másik fő területet, a működtetés során felmerülő problémák megoldása a harmadik fő területet, melyben segítséget, megoldást várnak a vállalkozni szándékozók.

A vállalkozás indítás akadályaként is leginkább ezeket a válaszokat jelölték meg: első helyen a tőkehiány szerepelt (86 fő), ezt követte a kapcsolatrendszer hiányosságai (a mikrovállalkozók körében sokanál torz felfogás alakult ki az üzletszerzéssel kapcsolatban, vagyis nem a piaci működésnek, igénynek kell megfelelni, hanem „ügyeskedni, lefizetni valakit”), a harmadik helyen említették a vállalkozási ismeretek hiányosságait.

#### 4. ÖSSZEGZÉS

Magyarországon az EU-hoz történő csatlakozást (2004) követően jelentősen megnőtt a női vállalkozói esélyegyenlőséget erősítő programok száma, valamint azok forrásai. A Phare program, illetve más programok által támogatva számos project irányult a női vállalkozások alapításának ösztönzésére, fejlesztésének támogatására, sikeres működtetésükre. A folyamatos kommunikáció és visszacsatolás a vállalkozók felé csupán szükséges, de nem elégséges feltétele annak, hogy a vállalkozó nők hálózata a NANNY-project lezárását követően is sikerrel működjék.

#### ENGLISH SUMMARY

The Hungarian Centre of Economic Development (MAG Zrt.) coordinates a European Union project which aims to create a network of woman entrepreneurs. The tasks of this network will be to encourage women to launch entrepreneurship and existing women entrepreneurs to develop their firms. The qualitative and quantitative researches in the town of Dunaújváros show that continuous communications and feedbacks are essential but not enough to support women so as to actually operate a network of woman entrepreneurs.