

„Nem mindegy, hogy NŐ VAGY FÉRFI?”

A SEED Alapítvány húsz éve tekinti nevesített célcsoportjának a vállalkozó nőket. Ez a kilencvenes évek elején különös értetlenséget váltott ki, de ma is gyakran felteszik nekik a fenti kérdést.

Nagyon nem mindegy, amit nemcsak a napi tapasztalat, de kutatási adatok is egyértelműen bizonyítanak. Magyarország lakosságának kb. 12 százaléka mutat vállalkozási aktivitást, ami azt jelenti, hogy vagy vállalkozik, vagy olyan szinten tervezi, hogy már konkrét lépéseket tett a vállalkozás elindítása érdekében. Ez az arány nagyon eltérő a nemek tekintetében, a női lakosságra kb. 8%, míg a férfi lakosságra 15%. Azaz kétszer annyi férfi vállalkozik, mint nő. Ezzel a 8%-os aránnyal Magyarország egy nemzetközi kutatás szerint a vizsgált 41 ország között a 23., azaz kissé a mezőny második felében helyezkedik el.

Ez a „helyezés” egy összetett feltételrendszer eredménye. Az okok között nagyon markánsan jelen van a nők esélyhátránya a munkaerőpiacon, amely gyakran arra ösztönzi őket, hogy maguknak teremtsenek munkahelyet. Amíg a férfiaknak 63%-a (ami önmagában is nagyon alacsony), addig a nőknek csak 50%-a foglalkoztatott hazánkban.

Ebből következően a 41 ország között 30. helyen állunk abban a tekintetben, hogy egy szükség által motivált női vállalkozásra hány lehetőség által motivált női vállalkozás jut. Ebben a mutatóban egyetlen fejlett országot sem előzünk meg, a közép-kelet-európai régióból is csak Oroszország, Lettország, Horvátország és Szerbia mutatnak kedvezőtlenebb képet.

A legnagyobb különbség a magyar férfi és női vállalkozások között a megállapodottság szerinti nemzetközi rangsorban van. A nemzetközi szakirodalom korai vállalkozásnak nevezi azokat, amelyek még nem értek meg 3,5 évet, és megállapodottnak azokat, amelyek túlélték ezt a kritikus kort. Magyarországon az összes női vállalkozás 45%-a, míg az összes férfi vállalkozás 39%-a tekinthető megállapodottnak. Tehát a nők abszolút mutatója is jobb, ám a nemzetközi mezőnyben elfoglalt pozícióban még szembetűnőbb a különbség: a nők a mezőny 11., míg a férfiak a mezőny 29. helyét foglalják el. Elmondható tehát, hogy érdemes a női vállalkozásokba investálni, mivel nagyobb eséllyel maradnak fenn tartósan, mint a férfiak által alapított cégek. Ugyanakkor azt is tudni kell, hogy bár a nők kitartóbbak és jobbak a túlélési esélyeik, küzdelmes út vezet vállalkozásuk stabilizálásáig, és egy szint fölé nem is nagyon tudnak növekedni. Mintha az üvegplafon jelensége a vállalkozások világában is jelen lenne.

Ennek egyik oka, hogy amíg – Magyarországon – a férfi vállalkozók 25%-a éli meg úgy, hogy tisztán szükségből – és nem felismert lehetőség alapján – indította üzletét, addig a nőkre 40% ez az arány. Aki kényszerből indul, az több-

nyire kevésbé tudatosan és tájékozottan teszi ezt, ugyanakkor szakszerű segítség mellett a talpon maradás esélyei esetükben semmivel nem rosszabbak, mint a lehetőség által motivált vállalkozók körében. Ezért fontos a szükségből már elindult vállalkozónők segítése, tudatosságának erősítése. A még nem vállalkozó – alkalmazottként dolgozó, kisgyereket nevelő vagy munkanélküli – nők számára fontos a motiválás, annak tudatosítása, hogy ne pusztán egyéb munkaerő-piaci lehetőség híján, hanem lehetőségeket tudatosan keresve és felismerve gondolkodjanak el a vállalkozásindításon.

Nagymintás nemzetközi kutatások egyértelműen igazolják, hogy a lehetőség által vezérelt vállalkozónői aktivitást elsősorban a nők munkaerő-piaci helyzete, hozzáférése a pénzügyi és kapcsolati tőkéhez, valamint az önmagukba vetett hitük befolyásolja.

A statisztikai adatok alapján érdemes a női vállalkozásokba investálni, mivel nagyobb eséllyel maradnak fenn tartósan, mint a férfiak által alapított cégek.

Magyarország egyik mutatóban sem áll túl jól, elegendő csak a cikk elején idézett munkaerő-piaci adatokra visszaemlékezni. A női önbizalom pedig milyen is lehetne egy olyan országban, ahol a női parlamenti képviselők aránya most már a 10%-ot sem éri el, és a formálódó kormányban egyetlen női miniszter sem kap helyet.

A pénzügyi és szociális kapcsolatokhoz való hozzáférés nem kielégítő volta az előbbiekből következik. Az alkalmazásban töltött évek alacsonyabb száma azt eredményezi, hogy a nők kevesebb pénzzel, kevesebb szakmai kapcsolattal, kevesebb potenciális vállalkozói ötlettel rendelkeznek. A privát szféra munkamegosztásának kiugró egyenlőtlenségei pedig jóval kevesebb időt biztosítanak számukra a vállalkozás fejlesztésére, önmaguk továbbképzésére, vagy akár kapcsolataik építésére a férfi vállalkozókhöz képest.

A megoldás olyan komplex programok kínálása a vállalkozó vagy vállalkozást tervező nőknek, amelyek az ismeretek pótlásának nagyon fontos elemén túl készségeket is fejlesztenek, ezen keresztül önbizalmat erősítenek, felhívják a figyelmet a rövidebb munkaerő-piaci jelenlétből adódó hátrányokra, és azok tudatos kompenzálásának fontosságára, valamint kapcsolatépítési lehetőségeket is biztosítanak. **Hn**