

NŐK A STARTUP-VÁLLALKOZÁSOK VILÁGÁBAN MAGYARORSZÁGON

WOMEN IN THE WORLD OF STARTUP ENTREPRENEURS IN HUNGARY

A női vállalkozók száma az elmúlt három évtizedben a legtöbb országban jelentősen megnőtt, ezáltal élénkebb gazdaságokat indukálva. Számos tanulmány vizsgálja külön a női vállalkozókat és külön a startupokat, de a női startupok témája kevésbé kutatott terület. Jelen kutatás a női startupperekre fókuszál: egyrészt a nők szerepének a feltáráásával a startupok világában, másrészt a mai magyar startup-ökoszisztémán belül átfogó képet adva a női vállalkozók helyzetéről, működésüket befolyásoló tényezőkről. A tanulmányban kevert módszertant alkalmaztak a szerzők: online kérdőív startup témájú országos zárt közösségimédia-csoportokban (n=113) és mélyinterjúk a magyar startup-ökoszisztéma nyugat-dunántúli régióban tevékenykedő szakértői és tagjai körében (n=7). A kutatás eredményeképpen megállapítható a tőkehiány: a vizsgált hazai startupok többnyire saját tőkét használnak fel vállalkozásuk indításánál, a kockázatitőke-befektetés nem jellemző. Feltárják továbbá a startup vállalkozások korlátozó tényezőit, kiemelten a női startuppereket gátló komplex tényezőket, amelyek jellemzően családi és társadalmi okokra vezethetők vissza.

Kulcsszavak: női szerepek, magyar startupok, startup-ökoszisztéma, női startup-vállalkozók, gátló tényezők

Female entrepreneurship has increased significantly in most countries over the past three decades, thus inducing more vibrant economies. Numerous studies examine women entrepreneurs and startups, but the female startup topic is a less researched area. The present paper focuses on female startups: exploring the role of women in the startup world, by giving a comprehensive picture of the state of women-led startups, and factors influencing their operation within today's Hungarian startup ecosystem. Mixed methodology research was used: an online questionnaire in startup-themed closed social media groups (n = 113) and in-depth interviews among experts and members of the ecosystem from the Western Transdanubia Region (n = 7). The result states that the examined startups mostly use equity when starting their business; venture capital investment is not typical. Furthermore, it reveals the limiting factors, especially the complex factors hindering women-led startups, which can typically be traced back to family and social reasons.

Keywords: women's roles in society, Hungarian startups, startup ecosystem, female startup entrepreneurs, inhibitory factors

Finanszírozás/Funding:

A tanulmány az Innovációs és Technológiai Minisztérium ÚNKP-19-3-I-SZE-2 kódszámú Új Nemzeti Kiválóság Programjának szakmai támogatásával készült.

The study was supported by the New National Excellence Program of the Ministry for Innovation and Technology (ÚNKP-19-3-I-SZE-2).

Szerzők/Authors:

Kézai Petra Kinga, PhD-hallgató, Széchenyi István Egyetem, (kezai.petra.kinga@sze.hu)

Dr. Konczosné Prof. Dr. Szombathelyi Márta PhD habil., egyetemi tanár, Széchenyi István Egyetem, (kszm@sze.hu)

A cikk beérkezett: 2020. 02. 17-én, javítva: 2020. 05. 25-én, elfogadva: 2020. 09. 04-én.

This article was received: 17. 02. 2020, revised: 25. 05. 2020, accepted: 04. 09. 2020.

A XXI. századi forradalmi ipari, technológiai, társadalmi változások közt a vállalkozói lét a világ több részén ígéretes úttá vált a nők számára, lehetővé téve számukra személyes céljaik megvalósítását, a magas életminőség fenntartását, igényeik kielégítését, képességeik és kompetenciáik hatékony felhasználását. A vállalkozó nők

csoportja képviseli a leggyorsabban növekvő vállalkozói csoportot. A női vállalkozók jelentős mértékben hozzájárulnak a nemzetgazdaság eredményeihez munkahelyteremtés, értékteremtés, innovációk bevezetése és a piac ösztönzése révén. Ennek következtében a XXI. század első évtizedében jelentősen megnőtt a tudományos érdek-

lódás a női vállalkozások iránt, mind a kutatás, mind az oktatás terén. Számos tanulmány vizsgálja a női vállalkozókat (többek között Kariv, 2013; Bird & Brush 2002; Konczosné, 2009; Konczosné & Keller, 2011a; Konczosné & Keller, 2011b; Konczosné, 2014; Konczosné & Mészáros, 2015). Habár egyre több nő indít vállalkozást, a női vállalkozások nagyrészt alul értékelték, állítja Kariv (2013), számos korábbi kutatásra hivatkozva (Gatewood, Brush, Carter, Greene, & Hart, 2009; Verheul, Uhlaner & Thurik, 2005). Dafna Kariv könyve (2013) hozzájárul a női vállalkozók kortárs valóságának a feltárásához azáltal, hogy felvázolja a női vállalkozói életet befolyásoló tényezőket. Azt állítja, hogy az ideálisnak tekintett vállalkozót a köztudatban mindig férfiak jelentik, mint Bill Gates, a Microsoft alapítója; Steve Jobs, az Apple alapítója; Mark Zuckerberg, a Facebook alapítója, vagy William Edward Boeing, a The Boeing Company alapítója. Ugyanezt állítja meg Bird és Brush (2002), miszerint hagyományosan vállalkozóknak csak a férfiakat tekintik, továbbá Shane és Venkataraman (2000), miszerint a vállalkozók olyan jellemzőkkel rendelkeznek, amelyeket elsősorban férfiaknak tulajdonítanak.

Szintén jelentős a startup-vállalkozásokat vizsgáló kutatások száma többek között Lovas & Rába (2013), Holmár & Kóvágó (2016), Kollmann, Stöckmann, Hensellek, & Kensbock (2016), Beauchamp & Skala (2017), Jáki, Molnár & Kádár (2019), Csákné Filep, Radácsi & Timár (2020), de hiányos a kizárólag női startup-vállalkozókra fókuszáló munkák köre.

Jelen tanulmány a női startup-vállalkozókkal kapcsolatosan kutatási „űr” betöltéséhez kíván hozzájárulni. Kutatásunkhoz kevert módszertant alkalmaztunk: szekunder forrásokra támaszkodva áttekintjük a női szerepek változását, a startup, a női startup és a startup-ökoszisztéma értelmezését, a női startupperek világát, a mai magyar startup-ökoszisztémát, ezen belül átfogó képet adva a női startup-vállalkozók helyzetéről. Primer kutatásunk során országos kérdőíves felmérésen alapuló elemzést, illetve startup-szakértők és startup-vállalkozók bevonásával mélyinterjúk megkérdezést végeztünk a nyugat-dunántúli régióban.

Elméleti háttér: fogalmak és megközelítések

E fejezetben az áttekintett szakirodalom alapján felvázoljuk, hogyan és miért változott meg a nők szerepe az elmúlt 30 évben, milyen megközelítései/értelmezései vannak a startup-vállalkozásnak és a női startup-vállalkozásoknak, mi a jellemző a magyar startup-ökoszisztémára.

Női szerepek változása – az elmúlt 30 év

Valuch (2009) úgy véli, hogy a 1980-90-es évekre a házastárs, háztartás, család „szentháromsága” jelentősen háttérbe szorult. A nők jogilag fokozatosan a férfiakkal egyenrangú helyzetbe kerültek. A házasság értéke megváltozott, és a válás társadalmilag elfogadottá vált. 1990-es évektől megjelent a szinglijelenség is a magyar társadalomban. „A családszerkezetben végbemenő változások a tízévenkénti népszámlálások adatai alapján is nyomon követhetők. Míg

1970 és 2011 között a párkapcsolaton alapuló családból álló háztartások aránya 67-ről 51%-ra csökkent, addig az egyszemélyes háztartásoké 17-ről 32%-ra emelkedett. Nőtt az egyszülős háztartások, mérséklődött a két és több családból álló háztartások aránya (KSH, 2015). Az 2016. évi mikrocenzus adatai szerint azonban a házasságon és az élettársi kapcsolaton alapuló háztartások aránya emelkedett, az egyszemélyeseké pedig mérséklődött 2011-hez képest, mégis tíz háztartásból hármat 2016-ban is csak egy személy alkotott” (Rövid, 2018, pp. 303-304).

Míg korábban az egykeresős családmódel volt a jellemző, az 1970-es évben kialakult kétkeresős családmódel megjelenésével egyre több nő dolgozik a munkaerőpiacon, aminek révén a családban is a passzív, háttértámogató szerep helyett egyre inkább aktív, egyenlő félként részt vevő szereplőként jelennek meg (Géring, 2016). Megváltozott a női szerepekről való gondolkodás, az értékrend modernizálódott és munkaorientáltabb lett. Az egyértelmű család-és gyermekközpontúság háttérbe szorult, és egyidejűleg elfogadottá vált az anya kereső tevékenysége, ami a család anyagi stabilitását és biztonságát jelenti. Noha a hagyományos gondolkodás a nemi szerepekről tovább él, a magyar társadalomban is széleskörűen elfogadott, hogy a család és a munka összeegyeztethető, sőt pozitívan támogatott a dolgozó anya (Pongrácz & Molnár, 2011). Ugyanakkor a kétkeresős családmódel kialakulása óta a gyermekvállalás miatt kieső női munkajövedelmek nehezen viselhető hiányt idéznek elő a családok háztartásában. Minél több gyermeket vállal a család, annál nagyobb ez a hiány. A gyermeknevelés költségei persze akkor is megterhelők, ha mindkét szülőnek lehetősége van munkát vállalni (Lakner, 2006, p. 96).

A női szerepek változásával számtalan hazai (Gyáni & Nagy, 2006; Fábri & Várkonyi, 2007; Schuller, 2007; Valuch, 2009) és nemzetközi kutatás foglalkozik (Pleck, 1977). A nemek kutatása napjainkban önálló tudományterületként kezelendő, és a gender studies szakirodalma egyre bővebb és jelentősebb. A magyar nők helyzetét és a magyar társadalom hozzáállását a nemek egyenlőségéhez, vagyis a hazai nőügyeket térképezte fel Gregor és Kováts (2018). Kutatásuk célja az volt, hogy feltárják, milyen nehézségekkel, akadályokkal szembesülnek a nők a jelenkori Magyarországon a mindennapokban, illetve, hogy ezeket a nehézségeket mennyiben tekintik nemek közti egyenlőtlenségnek. Arra keresték a választ, hogy a nőügyek kapcsán felmerülő problémákra honnan várják a segítséget – mit gondolnak a partnerük, a családjuk, a kisközösségek, a civil szervezetek, a munkáltatók, a politika szerepéről. A fókuszcsoporthoz tartozó kutatás eredményei rávilágítottak arra, hogy a társadalom tagjainak a nehézségei között a megélhetéssel, a munkahellyel, vagy annak hiányával összefüggő problémák dominálnak. A fókuszcsoporthoz tartozó kutatás eredményeivel összhangban a kérdőíves kutatás során is arra az eredményre jutottak, hogy a nők életéselyeit korlátozó problémák zöme a munka és a gondoskodás közti feszültség köré szerveződik.

Lipták és Matiscsákné Lizák (2018) tanulmánya alapján a leggyakoribb vizsgálati területek a nők munkaerő-piaci helyzete, az esélyegyenlőség megvalósulása,

a munka és a család összeegyeztethetősége, a munka és magánélet egyensúlya, a női és férfi felső vezetők eltérő attitűdjei. Utzeri (2019) tanulmányában mélyebb betekintést ad egy szervezeten belül a nemek közötti egyenlőség változásának mechanizmusai, az autópálya területén. Az utóbbi években a német, illetve az egész európai autópálya az az éles kritika érte, hogy a nemek közötti egyenlőséggel kapcsolatos intézkedések ellenére továbbra is férfias vállalati környezet maradt fenn. A tanulmány eredményei azt mutatják, hogy a német autópálya vállalatok vezetésében továbbra is megfigyelhető a nemek közötti egyenlőtlenség, és figyelmen kívül hagyják a strukturális és a nemi egyenlőtlenségek hatásait. A Global Gender Gap Report 2020 négy területet nevez meg, amelyeken kiemelten szükséges az egyenlő arányosság: a gazdaságban való részvétel és lehetőségek, a minőségi oktatáshoz való hozzáférés, egészség és túlélés, továbbá a politikában való részvétel (weforum.org/reports/gender-gap-2020-report). „A Global Gender Gap Report 2020 jelentés ennek három elsődleges okára hívja fel a figyelmet: a nők nagyobb mértékben dolgoznak olyan területeken, amelyeket egyszerű automatizálni, nem elég nő tanul/dolgozik olyan szakmákban, ahol a bérek növekedése figyelhető meg (pl. műszaki pályák, IT), a nők szembesülnek leginkább a nem megfelelő ápolási infrastruktúrával és a tőkéhez való hozzáférés problémáival (gender-gap-2020-riport alapján Konczosné, 2020).

Az UNICEF és az Indotek Group megbízásából a kisgyermekes anyák munkaerő-piaci helyzetével kapcsolatban készült reprezentatív, átfogó felmérés eredményei azt bizonyítják, hogy az édesanyák munkaerő-piaci visszailleszkedése kapcsán számos – olykor egymásnak is ellentmondó – megítélés és érv merül fel. A felmérés hiánypótló kutatásnak számít. Általános képet ad arról, hogy folyamatosan változó munka világában miként vélekednek az emberek a kisgyermekes anyák munkaerő-piaci helyzetéről (Publicus Intézet, 2020).

Női vállalkozók kora 2012 után

A Globális Vállalkozói Monitor (Global Entrepreneurship Monitor, GEM) részletes adatgyűjtéssel, kiterjedt elemzéssel és az eredmények széles körű felhasználása céljából 1999 óta kutatja a vállalkozásokat világszerte. A GEM 2012. évi jelentése is úgy becsülte, hogy 126 millió nő indított vagy indított újra valamilyen vállalkozást a vizsgált 67 országban. A GEM 2018/2019 jelentése szerint minden tíz férfi által alapított vállalkozásra hat, nők által alapított vállalkozás jut (Bosma & Kelley, 2019). A női vállalkozásokat vizsgáló további tudományos tanulmányok közül Manolova, Carter, Manev & Gyoshev (2007) tanulmányában a férfi és a női vállalkozók humán tőkéjének és hálózatépítésének különféle hatásait vizsgálta.

Koltai és Szalka a 2011-es hazai Global University Entrepreneurial Spirit Students' Survey (GUESSS) felmérés adataira támaszkodva azt vizsgálta, hogy a női egyetemi hallgatók rendelkeznek-e vállalkozói attitűddel. A kutatás eredményeként kiderült, hogy a hallgató nők tanulmányaik befejezése után többnyire az alkalmazotti létet választják. Majd öt év tapasztalat és kapcsolati tőke

gyűjtését követően vállalják, hogy vállalkozást alapítsanak, vagy meglévő vállalkozást átvegyenek. A kutatásból kiderült, hogy a nők később vállalnak gyermeket, és úgy gondolják, hogy a munkát és a családot vállalkozóként könnyebben össze tudják egyeztetni. A kutatás eredményeként kijelentik, hogy a nők esetében a nem gazdasági motivációk hangsúlyosabbak (Koltai & Szalka, 2013). A 2018-as GUESSS-felmérés eredménye hasonló képet mutat (Gubik & Farkas, 2019).

Kariv (2013) már említett könyve hiánypótló munkaként rávilágít arra, hogy a nők képviselik a vállalkozók leggyorsabban növekvő csoportját, és habár jelentős gazdasági eredményeket érnek el, mégsem áll rendelkezésre elegendő tudományos szakirodalom a témában. Kariv célja az volt, hogy feltárja a női vállalkozók egyedi aspektusait, nyomon kövesse a nők útját a vállalkozásteremtés folyamatában.

Pisoni és Bielli (2015) az innovatív olasz és amerikai technológiai startup-vállalkozásokat vizsgálták. Arra keresték a választ, hogy milyen közös és milyen eltérő jellemzői vannak a technológiai startup-vállalkozást alapító és irányító (CEO) nőknek és férfiaknak. Kutatásuk eredménye, hogy a technológiai startupok női CEO-i ugyanazokat a jellemzőket mutatják, mint férfi társaik, mivel mindkét nem számára fontos a csapat, akivel dolgoznak, illetve kiemelték még a vezetői képességek fontosságát. Jelentős különbséget tapasztaltak azonban a tőkeforrások tekintetében. Jellemző a női CEO-kra, hogy a közeli barátok, kollégák és a családi támogatás döntő jelentőségű a saját vállalkozásuk alapításakor. A kizárólag női csapatok nagyon alacsony tárgyalási képességet mutattak a pénzeszközök összegyűjtésekor, míg a vegyes nemű startup-csapatok általában képesek voltak elindulni és több pénzt keresni, különösen a saját alapítóiktól. További különbség mutatkozott a női és a férfi startup-vállalkozók között a bevont tőke mennyiségében, a férfiak javára (Pisoni & Bielli, 2015).

Morelix, Reedy és Russell (2016) felmérése azt igazolta, hogy a női alapítású vállalkozások száma még mindig elenyésző, és még messze elmarad a férfi vállalkozók számától, noha számuk folyamatosan emelkedik. A Kauffman Indexet értelmezve, amely az amerikai vállalkozói szférát vizsgálja, azt jelzik, hogy a női vállalkozói kedv sosem látott mértékben nőtt az elmúlt húsz évben. Minden hónapban minden 100.000 nőből 260 fő dönt úgy, hogy vállalkozóvá lesz.

Egyetértünk Gódnay (2018) véleményével, miszerint a vállalkozói létforma lehetőséget biztosít a nemek számára az esélyegyenlőség megteremtésére. Továbbá megadja az önmegvalósítás lehetőségét, ellentétben a munkahelyen megjelenő üvegplafon-jelenséggel, ahol a nők korlátozott mértékben bontakozhatnak ki. Jelen esetben az üvegplafon-metafora azokat a szervezeten belüli akadályokat jelenti, amelyekkel az ambiciózus női vezetők a karrierépítés során találkozhatnak (Nagy, 2009, p. 60).

A női vállalkozások fontos szerepét igazolja, hogy a GEM 2016 óta külön jelentést készít e vállalkozásokról (Women's Entrepreneurship). A GEM Women's Entrepreneurship 2018/2019 jelentése vizsgálja a női és a férfi

vállalkozók között a területi (országos és regionális) eltéréseket, illetve a gazdasági tényezők befolyását a nő és a férfi vállalkozói hasonlóságok és különbségek között. A jelentés meghatározza azokat az országokat és régiókat, ahol a nemek közötti különbség szignifikáns és kevésbé szignifikáns. Ezen kívül vizsgálja a strukturális tényezőket, mint a demográfia (életkor, oktatás), az ipar elhelyezkedése, a szegregáció, az ország átlagos jövedelemszintje, illetve, hogy ezek a tényezők hogyan befolyásolják a női vállalkozókat. Vizsgálja továbbá, hogy a női vállalkozók hogyan befolyásolják az ökoszisztémákat vállalkozóként, illetve befektetőként. Az 59 országra vonatkozó leíró jelentés lehetővé teszi az országos és regionális kulturális összefüggések összehasonlítását.

Kuschel, Labra és Díaz (2018) tanulmánya a férfiak és a nők által vezetett új csúcstechnológiai startup-vállalkozások jellemzőit vizsgálta Latin-Amerikában. A kutatási kérdésük: vajon a nők által vezetett induló vállalkozások munkahelyeket teremtenek? A kutatás eredménye, hogy mind a férfi (73%), mind a nők által irányított (55%) startup-vállalkozások munkahelyeket teremtenek. Eredményeik szerint a női alapítók hasonló (vagy kissé alacsonyabb) mértékben növelik az elvárásaikat, a stratégiai jövőképeket, és hasonló üzleti szakaszban voltak, mint a férfiak. Az elemzés azt mutatja, hogy a férfiak és a nők által vezetett csapatok közötti nagy különbség az, hogy miként építik fel csapataikat mind méretük, mind nemek közötti arányuk szempontjából.

A startup és női startup-vállalkozás fogalmak értelmezése, megközelítései

A *startup* fogalom az Amerikai Egyesült Államokból, a Szilícium-völgyből származik, az 1970-es évekből, de Európába csak 15-20 évvel később jutott el. A nemzetközi szakirodalomban is több meghatározása ismert. Ezek általában tömörek, specifikáltak, első olvasásra néha nehezen érthetőek.

Steve Blank, vállalkozó, író és egyetemi tanár a Stanford Egyetemen így fogalmazta meg a *What's a startup? First principles* című 2010-ben megjelent tanulmányában: „A startup egy skálázható és hosszú távon fenntartható, ismételhető üzleti modellt kereső, ideiglenes szervezet” (Blank, 2010).

Eric Ries, amerikai vállalkozó, blogger, a *Lean Startup* című könyv írója szerint „a startup olyan vállalkozás, amelynek célja új termék vagy szolgáltatás létrehozása szélsőségesen bizonytalan feltételek között.” „Lényegében a startup nem más, mint katalizátor, amely ötleteket alakít át terméké” (Ries, 2013, p. 75).

Paul Graham, az Y Combinator amerikai inkubátor alapítója, programozó, filozófus, startup-guru szerint „az egyetlen lényeges dolog a növekedés. Minden más, amit összefüggésbe hozunk a startupokkal, a növekedésből következik.” „A gyors növekedéshez olyat kell csinálnod, amit nagy piacra tudsz eladni. Ez a különbség a Google és egy fodrászat között” (Graham, 2012).

A Price Waterhouse Cooper nemzetközi tanácsadó cég az alábbiak szerint definiálja: „A startup-vállalkozások magas növekedésű vállalkozások, magas kockázattal

és bizonytalan eredménnyel: bár a nagy nyereség ígéretét megtartják, új ötletekkel, termékekkel, üzleti modellekkel és piacokkal kísérleteznek, ami azt jelenti, hogy statisztikailag a legtöbb induló vállalkozás kudarcot vall, mivel heves verseny van ezen a piacon, ahol a körülmények gyorsan változnak. Méretük és jogi formájuk nincsen külön meghatározva” (Digital Startup Strategy, 2016, p. 22).

A Német Startup Monitor definíciója szerint a „startup olyan tíz évnél nem régebbi vállalkozás, mely technológiájában vagy üzleti modelljében magasan innovatív; szignifikáns munkavállalói növekedést és/vagy bevétel-növekedést tud felmutatni (arra törekszik)” (Kollmann, Stöckmann, Hensellek, & Kensbock, 2017).

Magyarországon csupán 2007 óta ismert a fogalom. Az első hazai esemény, amely a startup kifejezést használta a „Startup Underground” volt 2008 márciusában. A magyar nyelvben nincs olyan szó vagy kifejezés, amely a „startup” jelentéstartalmát vissza tudná adni. A startup eredetileg a kezdő vállalkozást jelölte, de jelentése mára változott, hiszen tőzsdén jegyzett vállalatokat is startupként emlegetnek, mint a Google vagy a Facebook.

Miskolczi Csaba, az egyik legnagyobb hazai startup-konferencia, a StartUp Underground szervezője így definiálta: „A startupok azok a kisvállalkozások vagy garázscégek, akik rendelkeznek valamilyen innovációs háttérrel, és ezen keresztül akarnak piacra lépni” (Miskolczi, 2012).

A Magyar Spin-off és Start-up Egyesület így fogalmaz a honlapján: „Startup-on induló tudásintenzív vállalkozást értünk, amely kis tőke- és munkabefektetéssel is gyors növekedést produkál. Ilyen cégeknél a befektetői kockázat viszonylag nagy lehet, de a megtérülési ráta is. A startupok beindulását gyakran kockázattőke-befektetők vagy üzleti angyalok segítik, üzletrész vásárlásával” (europeanspinoff.com).

Az EVCA (European Private Equity and Venture Capital Association) a következőképpen definiálja a start-upot: „A startupok olyan cégek, amelyek megalakulás alatt állnak vagy már rövid ideje működnek, de kereskedelemben még nem forgalmazzák a terméküket.”

Holmár és Kővágó (2016) szerint ezek a fogalmak már egy sokkal komplexebb vállalkozói környezetből építkeznek, több a mögöttes tartalmuk, s az ilyen típusú vállalkozások előzetes, mélyebb ismereteket kívánnak meg.

A Magyar Startup Közösség szerint (2016) a startup „egy „garázscég”; tipikusan egy induló mikro- vagy kisvállalkozás, amely innovatív ötletet valósít meg, lépésről lépésre halad a termékfejlesztésben és piacra vezetésben, tőkebefektetésre vár és nagyra tör” (Digital Startup Strategy, 2016, p. 22).

Turcsán Tamás Péter, innováció és startup-vállalkozási tanácsadó, társadalmi innovátor, a Startupper.hu, az Indulj.be és a Mobil Weekend alapítója szerint: „A startup nemcsak gazdasági fogalom, hanem újfajta innovációs megközelítés is, amely ma már széles körben változtat meg iparágakat. A Szilícium-völgyből indult startup-kultúra mára globális jelenséggé nőtte ki magát: gazdaságok hajtómotorjává vált, nemzetközivé nőtt, dollármilliárdokat termelő óriáscégeket, vállalatokat adott a világnak, és

az ötletgazdákból mára sikeres – és gyakran világhírű – vállalkozókat teremtett” (Turcsán, 2019, p. 73).

Csákné Filep, Radácsi és Szennay (2019) kutatásuk során megkísérelték a magyar vállalkozásokon belül a cégek elérhető adatai alapján azonosítani a startup-vállalkozásokat. Kutatásuk eredményeképpen kijelentik, hogy a startup kifejezés olyan pontos definíciója, amely „szisztematikus kutatómunka alapjául szolgálhatna, nem létezik.” Javasolják tehát a fogalom újradefiniálását és finomhangolását (Csákné Filep et al., 2019, p. 41).

A felsorolt startup-definíciókban kapocsként van jelen az „entrepreneurship”, a komplex vállalkozói lét fogalma. Az entrepreneurship a vállalkozói tevékenységet, kisebb vállalatok létrehozását és működését, vezetését, szervezését és irányítását jelenti, amelyek kellően dinamikus és rugalmas üzleti stratégiával igyekeznek fennmaradni, s ennek érdekében készek a szükséges alkalmazkodásra, változásokra, fejlesztésre, innovációs munkára. Az entrepreneurship jelenti továbbá ennek a vállalatépítő és vállalatvezető tevékenységnek a tudáskészletét, mesterfogásait, összességét, azaz magát a komoly felkészültséget igénylő vállalkozói mesterséget.

Összefoglalva a *startup-vállalkozások* jellemzőit: újszerűség és egyediség, a magas növekedési potenciállal rendelkező innovatív ötlet, a tudásintenzív vállalkozás, amely a nemzetközi piacokon való jelenlétet tűzi ki célul. Minden startup életében előbb-utóbb eljön az idő, hogy cégalapítás válik szükségessé. Startup alapítása során körültekintően kell kiválasztani a célkitűzéseknek legmegfelelőbb cégformát.

Jelen tanulmány a női vállalkozók csoportján belül kizárólag a női startupperekre, azaz női startup-vállalkozókra fókuszál. *Női startup-vállalkozásnak* tekintették tanulmányukban Gottschalk & Niefert (2011) azt a startup-vállalkozást, ahol legalább egy fő női alapító van és nincs férfi alapító. Illetve a férfi startup-vállalkozást úgy határozták meg, ha férfi az alapító és nincsen női alapító tag. Feng és Jaravel (2019) tanulmányukban a női startup-vállalkozókat úgy határozták meg, hogy legalább egy fő női alapító van a vállalkozásban. Jelen tanulmányban a női startup-vállalkozást hasonlóképpen értelmezzük: olyan induló innovatív startup-vállalkozás, amelynek a tulajdonosai között minimum egy fő nő (vezető, alapító CEO vagy ügyvezető igazgató). Ez ugyan erősen jogi megközelítés, amely az azonosítást megkönnyíti. Ám azt feltételezzük, hogy ők az üzleti ötlet forrásai is.

A magyar startup-ökoszisztéma kutatása

Az ökoszisztéma pontos meghatározását Tripathi, Seppanen, Boominathan, Oivo és Liukkunen (2019) dolgozták ki. Tanulmányukban 18310 online elérhető szakirodalmi művet, ezen belül 63 kifejezetten a startup-ökoszisztéma témában keletkezett tanulmányt összegeztek és alkották meg az alábbi meghatározást: A startup-ökoszisztéma egy különálló, lehatárolt régió, ahol a stakeholderek (érintettek) (mint például az üzleti angyalok) és a támogató szervezetek (mint például a kereskedelmi és iparkamarák, a coworking irodák/közösségi irodák, inkubátorházak), annak érdekében működnek együtt, hogy új startup-vál-

lalkozásokat hozzanak létre, illetve a meglévők fejlődését támogassák, elősegítsék. Kutatásuk során a startup-ökoszisztéma nyolc fő elemeként a pénzügyet, a demográfiát, a piacot, az oktatást, a humán tőkét, a technológiát, a vállalkozói és támogató tényezőket azonosították, amelyek közvetlenül vagy közvetetten befolyásolták a startup-vállalkozásokat. Jelen tanulmányban a startup-ökoszisztémát a továbbiakban a fenti értelmezésben használjuk.

A témában megjelent egyik első hazai kutatás a Jeremie kockázatitőke-programot vizsgálta (Rácz, 2012; Lovas & Rába, 2013). A Jeremie kockázatitőke-program célját az alábbiak szerint határozták meg a program elfogadásáról szóló, 2008. december 10. keltezésű európai bizottsági határozatban: „kockázati tőkével kapcsolatos támogatási és kezelési szolgáltatásokat nyújtson kis- és középvállalkozások (KKV-k) számára Magyarországon a megcélzott vállalkozások nyereségének növelése és fejlődésének elősegítése érdekében” (Európai Bizottság, 2008, p. 2).

Lovas és Rába (2013) tanulmányukban a Jeremie I. programot a magyar startup-ökoszisztéma életre hívójaként, az első állami részvétellel történt kockázatitőke-helyezési programként értékelték, és lejártakor 2012-ben vizsgálták annak hatásait. A tőkehiányos piaci helyzetben forrást teremtett a mikro-, kis- és középvállalatok számára. A szerzők a 2012-ben induló Jeremie II. program közvetett hatásának tulajdonították, hogy élénkült a vállalkozói kereslet, és kialakulóban volt egy magyar startup-ökoszisztéma. Azt tapasztalták, hogy a magyar piacon az elmúlt néhány évben megnövekedett egyrészt a startup-vállalkozások száma, másrészt az egyetemről kikerülő fiatalok vállalkozói kedve. A szerzők a programban egy vállalkozói nemzedék kinevelését, illetve a kockázati-tőke-befektetői gondolkodás megismertetésének lehetőségét látták, ami nélkülözhetetlen vállalkozói ismeret a sikeres vállalkozáshoz.

Holmár és Kővágó (2016) tanulmányukban a pénzügyi területen működő startupok jellemzőit vizsgálták, hogy azok valóban hatékonyabb, gazdaságosabb megoldást kínálnak-e az ügyfelek számára, mint a kereskedelmi bankok. Vizsgálatuk eredményeképpen megállapították, hogy a világon sehol nem jellemző az innovatívként jellemzett fizetési megoldások tömeges elterjedése. A vizsgálat idején a készpénz, valamint a hagyományos fizetési módok voltak a meghatározóak. Annak ellenére, hogy napjainkban már majdnem minden embernek van mobiltelefonja, a tanulmány elkészítésének időpontjában a mobiltelefonhoz kötődő fizetési megoldások még kis értéket képviseltek a fizetési piacokon (Holmár & Kővágó, 2016).

Az Európai Startup Monitort (ESM) 2015-ben adták ki első alkalommal. Magyarország a tanulmányban még nem szerepelt (Kollmann, Stöckmann, Linstaedt, & Kensbock, 2015). Az ESM 2016. évi jelentése a második átfogó jelentés volt, amelyben Ausztria, Belgium, Ciprus, Finnország, Franciaország, Németország, Görögország, Írország, Izrael, Olaszország, Hollandia, Lengyelország, Portugália, Szlovénia, Spanyolország, Svájc, Egyesült Királyság mellett Magyarország is szerepelt. A jelentés célja az volt, hogy bemutassa a startup-vállalkozások fejlődését, jelen-

tőségét, az olyan gazdasági kezdeményezéseket, amelyek megerősítik Európa nemzeti és regionális induló ökoszisztémáit, továbbá kutatási hiányosságokat is pótolni kívánt.

A magyar ökoszisztémáról Böszörményi Nagy Gergely, a Design Terminál vezetője nyilatkozott. Eszerint Magyarország kiemelkedő startup-ökoszisztémával rendelkezik. Elindultak az állam által finanszírozott új tőkeprogramok, amelyek összesen 550 millió euró értékben támogatják a startup-vállalkozásokat öt éves intervallumban. A magyar kormány különböző támogatásokat ad az induló innovatív vállalkozásoknak, és elindul a digitális jólét program. Habár a vállalkozói létszám Magyarországon a legalacsonyabb az EU-ban, 2010 óta, három hatalmas startup-sikernek köszönhetően (a Prezi, a Ustream és a LogmeIn) növekedett a fiatalokban a vállalkozói kedv (Kollmann et al., 2016, pp. 8-9).

Az ESM 2016 számára az országjelentést Magyarországról Kállay, Vecsenyi, Freész, Vas és Katona (2016) készítették. Az országjelentés szerint a hagyományos kis- és középvállalkozások csökkenő számával szemben a magyar gazdaságban a startup-vállalkozások jelentős növekedési potenciállal rendelkeznek. Számos kormányzati intézkedés támogatja a startup-vállalkozásokat. A riport a magyar startuppereket így jellemezte: fiatalok, egyharmaduk nő, elégedettek az életükkel és vállalkozói attitűddel rendelkeznek. A szerzők véleménye szerint ahhoz, hogy ezek a kezdő vállalkozások még sikeresebbé váljanak, szükség van az üzleti ötletek szisztematikus érvényesítésére, a vállalkozói kompetenciák fejlesztésére, több üzletiingyál-alap biztosításával és végül mentorálásra és ellenőrzésre. Magyarországon vannak olyan tehetségek és sikertörténetek, mint a Prezi, ám az országnak sürgősen több ilyen sikertörténetre van szüksége (Kállay et al., 2016).

2017-ben jelent meg a visegrádi országok ökoszisztémáját vizsgáló (Visegrad Startup Report, Beauchamp & Skala, 2017 tanulmány). A szerzők célja az volt, hogy négy nemzeti ökoszisztémát külön megvizsgálva, feltárják a visegrádi országok regionális eltéréseit. Kutatásuk hiánypótlóként kívánt pontos képet adni a regionális ökoszisztémáról. A kutatók célja volt továbbá, hogy a tanulmány útmutatóként szolgáljon és megkönnyítse a befektetők, az innovatív vállalkozások, a politikai döntéshozók helyzetét, hogy könnyebben tájékozódhassanak az egész V4 régióban, és összehangolt támogatási mechanizmust biztosítsanak a V4 régióból származó startup-vállalkozások számára.

A Lisa Steigertahl és René Mauer által készített European Startup Monitor 2018 szerint a vállalkozások alapítóinak 82,8%-a férfi, nagy részük (84,8%) egyetemi diplomával rendelkezik, a kutatás évében átlagosan 38 évesek, a vállalkozásuk alapításakor pedig 35 évesek voltak. A szerzők a magyar startup-ökoszisztémát az alábbiak szerint jellemezték. A magyar startup-alapítók 76,3%-a férfi, az alapítók 73,7%-a rendelkezik egyetemi végzettséggel. Az EU-startupok 17,2% -át kitevő női alapítókhoz képest Magyarország jó példa a női vállalkozói készségre (23,7%), továbbá jó példa az egyetemi végzettség nélküli sikeres vállalkozókra is (26,3%). A magyarországi induló

vállalkozások számos ágazatban megtalálhatók, például a tanácsadásban (13,2%), az informatikában és a szoftverfejlesztésben (18,4%) és az oktatás terén (európai vezető pozícióval, 15,8%, szemben az EU-n belüli 3,2% -kal). A magyar startup-vállalkozások jelenleg 7,4 munkahelyet teremtettek, és további hat fővel kívánják bővíteni a vállalkozásukat a következő 12 hónapban. A legtöbb európai startuppall ellentétben a magyar startupok a B2B (Business to Business, azaz vállalkozások között) 22,9% bevételt és a B2C (Business to Customer) 20,0% bevételt generálnak, míg az európai startupok átlagbevétele 6,6%. Az EU-n belüli (90,3%) és az euróövezeten kívüli (58,1%) nemzetközivé válás révén a magyar induló vállalkozások egyértelműen növekedésre számítanak. A magyar startup-ökoszisztéma központja Budapest, de más régiók központjai is felkerültek az ökoszisztéma térképére, mint például Szeged vagy Pécs, ahol egyre növekvő startup-közösség van jelen. A jelentés szerint számos kezdeményezés, például egy nagy állami támogatási program létrehozása segítheti az ökoszisztéma fellendítését a következő öt évben.

Kézai (2018) OTDK-dolgozatában az amerikai Crunchbase startup-adatbázis 2017. március 17-i adatai alapján vizsgálta a regisztrált magyar startup-vállalkozásokat tevékenységi köreik alapján. A vizsgálat azt mutatta, hogy a magyar startup-vállalkozások legnagyobb arányban, közel 54%-ban az IT-szektorban tevékenykednek (telekommunikáció 24%, informatikai szolgáltatások 16%, adminisztratív tevékenységek 14%). További meghatározó tevékenységi körök a divat iparág (13%), a pénzügyi szolgáltatás (8%), turizmus és vendéglátás (5%), reklám- és marketingtevékenység (4%), egészségügyi szolgáltatás (4%).

A Jáki és munkatársai által végzett kérdőíves kutatás eredménye jól mutatja a hazai startup-vállalkozások viselkedését, tulajdonságait, és összegyűjtötték a startup-ökoszisztéma fejlődésének kulcsfontosságú tényezőit. Kutatásuk eredménye támogatni kívánja az induló startup-vállalkozókat, a befektetőket és a politikai döntéshozókat abban, hogy jobban megértsék a jelenlegi piaci helyzetet. Kutatásukban vizsgálták a női jelenlétet is. Az általuk kimutatott eredmény szerint a magyar startup-vállalkozók 86%-a férfi, tehát a nők alulreprezentáltak a startup-vállalkozók világában, mindössze 14%-a női startupper. Ez az eredmény a Mauer és Steigertahl (2018) jelentésében bemutatott 23,7% női jelenlétet képest csökkenést mutat.

Csákné Filep és munkatársai (2020) cikkükben a magyar startup-vállalkozások túlélését és növekedését befolyásoló tényezőket vizsgálták. Vizsgálatuk során nemzetközi és hazai szakirodalom alapján kívánták feltárni azon tényezőket, amelyek hatnak a startup-vállalkozások túlélésére és növekedésére. A hazai helyzet értelmezése érdekében tizennégy szakértői interjút készítettek. A kutatás eredményeképpen kevés átfedést találtak a nemzetközi szakirodalom és a magyar szakértők által meghatározott tényezők között. Az egyező tényezők között szerepeltek: az oktatás (a vállalkozói ismeretek), a nemzetközivé válás, az alapító csapat tudása és az alapítók iparági tapasztalatai. A szerzők véleménye szerint a kevés egyezés azzal magyarázható, hogy a magyar ökoszisztéma még nagyon fiatal.

Jól látható, hogy a témával kapcsolatos szakirodalmak elsősorban a startupokat, az ökoszisztémát vizsgálták, de a női startup-vállalkozásokat eddig még nem. Ezért jelen kutatás hiánypótlónak számít a témában.

Kutatásmódszertan

A tanulmányban arra keressük a választ, hogy milyen jellegzetességei és befolyásoló tényezői tárhatók fel a hazai startupoknak, kiemelten az azokban szerepet játszó női vállalkozóknak. A kérdés természetéből fakadóan feltáró kutatás. Kutatásunk módszertanának kiválasztásakor tisztában voltunk azzal, hogy minden módszertannak megvannak a maga korlátai. Célunk az volt, hogy megszüntessük, semlegesítsük, illetve a lehetőségekhez mérten minimalizáljuk az egyes kutatási módszerek torzításait, hogy a kutatott témában átfogó képet kapjunk. A kevert módszertan alapuló megközelítéshez általánosságban azok a kutatások tartoznak, amelyek egy téma vagy kérdés kutatásához kvalitatív és kvantitatív adatokat egyaránt felhasználnak (sagepub.com). Így kutatásunk módszertanánál kevert módszertant (mixed-methods research) választottunk: a szakirodalmi elemzések mellett kvantitatív (kérdőív) és kvalitatív (mélyinterjú) kutatást is végeztünk.

Szekunder kutatásunk eredményeképp szakirodalmi áttekintést adtunk a női szerepek változásáról az elmúlt 30 évben, majd áttekintettük a meghatározó női vállalkozókat vizsgáló kutatásokat, és végül a nemzetközi és hazai szakirodalom és szakértők segítségével definiáltuk a startup, a női startup-vállalkozók és az ökoszisztéma fogalmakat. Végül áttekintettük a magyar startup-ökoszisztémát érintő fontosabb nemzetközi és hazai kutatások eredményeit.

Kérdőív: módszertan és minta

Pilot kérdőívet töltöttünk ki startup-vállalkozókkal és mentorokkal 2018. február 7-én egy startup-rendezvényen (Startup Szerda a StartITup Győr szervezésében). A kérdőív összesen 15 kérdésből állt, amely 8 zárt kérdést és 7 félig nyitott kérdést tartalmazott. Nyitott kérdést abban az esetben alkalmaztunk, amikor nem voltunk biztosak abban, hogy elég válaszlehetőséget adtunk a válaszadónak és mélyebb, pontosabb információkat kívántunk gyűjteni az adott kérdésre kapott válasszal. Az első kilenc kérdés minden startup iránt érdeklődőre vonatkozott, majd a további kérdések csak azon személyekre, akik már rendelkeznek saját startup-vállalkozással. Itt az volt a célunk, hogy szétválasszuk azokat, akik érdeklődnek a startup-vállalkozás iránt, de még nem mertek belevágni, illetve azokat, akiknek már van saját vállalkozásuk és tapasztalatuk. Az online kérdőív mintáját a startup-vállalkozók és a startup iránt érdeklődő országos zárt Facebook-csoportok tagjai adták. Az alábbi csoportokban terjesztettük a kérdőívet: StartITupGyőr, Startup-vállalkozások, Startup-vállalkozók – reklám, promóció, események, oktatások, Nemzetközi piacra lépést segítő női startup-vállalkozói csoport, Startup-álláskeresők, Startup-vállalkozók – lakógyűlés, Startup-munkák.

A véglegesített online kérdőívet 2018. február 15. és 2018. március 1. között töltötték ki. A kérdőív mintáját 113 fő adta (19 férfi és 94 nő). A kérdőív kiértékelése során feltártuk a kitöltő személyek demográfiai jellemzőit, a startupokkal kapcsolatos információs csatornákat, a női startuperek arányát és korcsoportját, munkatapasztalatát. Vizsgáltuk a vállalkozói attitűdjüket, illetve, hogy milyen korlátai és milyen lehetőségei vannak egy induló startuppernek. Összességében a kvantitatív kutatás országos, de nem reprezentatív. Ez abból is látszik, hogy bár a vállalkozók között több a férfi, míg a mi mintánkban jóval nagyobb a nők aránya (84%), ami valószínűleg a témának és az interjúalanyok toborzási helyszíneinek köszönhető. Mivel azonban a válaszadók száma elegendő matematikai statisztikai elemzéshez, a minta sajátosságainak figyelembevételével megalapozott megállapítások tehetők.

Mélyinterjú: módszertan és minta

A hazai helyzet értelmezése érdekében hét félig strukturált egyéni mélyinterjút készítettünk, amelyek a módszertanához Babbie (2003) munkáját használtuk. Az adatfelvétel előre meghatározott interjúvázlat alapján lefolytatott szakértői interjúk segítségével történt. Az interjúvázlat meglepte nem volt akadálya annak, hogy a személyes megkérdezés során a kutató és a válaszadó között valódi interakció jöhesse létre. Az interjúk ugyan előre meghatározott kilenc női startup-vállalkozó – kutatási céljaink szempontjából lényeges – ismereteinek, nézőpontjának, véleményének, érzéseinek feltárását, megértését szolgálták, de teret adtunk az új, váratlan megfigyeléseknek is, ami a téma újszerűsége, feltáratlansága miatt is fontos. A kvalitatív terepkutatás erőssége az érvényesség, hiszen a vizsgált jelenségek olyan mélységei és aspektusai válnak megragadhatóvá, amelyek kérdőíves vizsgálatokkal elérhetetlenek maradnak.

Az interjúalanyok a magyar startup-ökoszisztéma szakértői és tagjai voltak. Interjúalanyaink kiválasztásakor törekedtünk a területi szűkítésre, a kapcsolati háló miatt esett a nyugat-dunántúli régióra a választás. A megfelelő interjúalanyok kiválasztásában a lokális startup-rendezvényeken történt bemutatkozásokra támaszkodtunk. Fő kiválasztási szempont az volt, hogy a lehető legszélesebb körben szólítsuk meg a startup-ökoszisztéma szereplőit. Interjúalanyaink első körének tagjai olyan szakértők, akik a startup-ökoszisztéma támogatói: kereskedelmi és iparkamara képviselő (1. alany), startup-közösség alapító (2. alany), üzleti angyal (3. alany) és startup-tanácsadó (4. alany). A második kör tagjai pedig a startup-ökoszisztéma tagjai, startup-vállalkozók (5. alany női startupper, 6. alany női startupper és 7. alany férfi startupper). A megkérdezett szakértők a lokális startup-ökoszisztéma meghatározó személyiségei, akik startup témában több képzést, rendezvényt is szerveztek, illetve szakértőként támogatják a rendezvényeket. Összességében tehát négy fő szakértővel (1 fő nő és 3 fő férfi) és három fő startup-vállalkozóval (2 fő nő és 1 fő férfi) készítettünk mélyinterjút. Az interjúk célja az volt, hogy jobban megismerjük a női startup-vállalkozók környezetét, problémáit, gátló tényezőit, illetve motivációit.

Mivel a szakirodalom szerint a kvalitatív felmérések eredményei kevésbé megbízhatóak, elsősorban a kutatók saját torzításai, nézeti okozta hatások következtében (Babbie, 2003; Ghauri & Gronhaug, 2011), ezért volt fontos, hogy az ezeket kizáró kvantitatív kutatással együtt alkalmazzuk.

Eredmények

A kérdőíves kutatás eredményei

A kitöltő személyek 84%-a nő, 16%-a férfi. Mivel a kutatásunk során a női startuppereket vizsgáltuk, fontos volt számunkra, hogy minél több női startup-vállalkozótól kapjunk visszajelzést, ezért országos startup témájú csoportokban tettük elérhetővé a kérdőívet és kértük a női vállalkozókat, hogy minél többen töltsék ki a kérdőívet. A kitöltők 53% az Y generáció tagja (23-38 éves 2018-ban), 43% az X generációé (39-53 éves 2018-ban). 71%-a felsőfokú végzettségű. A legnagyobb bevételt termelő tevékenységük alapján a megkérdezettek 60%-a saját foglalkoztatottságú, 21%-a alkalmazott. A megkérdezettek 91%-a a kommunikációs csatornák közül a közösségi médián (Facebook, Twitter, Pinterest stb.) keresztül szerez információkat a startuppal kapcsolatban – ez az eredmény nem meglepő, mivel az Y generáció tagjait a digitális nemzedék első hullámának is szokták nevezni. A kérdőívet kitöltők 69,9%-a rendelkezik saját vállalkozással, melyet jellemzően a nők és a férfiak is egyaránt 24-35 éves korukban alapítottak (ez a magyar trend megegyezik az európai trenddel). A vállalkozásuk alapítását megelőzően betöltött pozíciójuk szerint többen (a nők 40%-a, a férfiak 35%-a) alkalmazotti jogviszonyban dolgoztak kis- és középvállalatoknál. A férfiak 72%-ban, a nők 38,5%-ban ismét indítanának egy startup-vállalkozást, ha az csődbe menne, tehát a vállalkozói attitűd egyértelműen azonosítható a startup-vállalkozásoknál. Megvizsgáltuk, melyek azok a korlátozó tényezők, amelyek nagymértékben hatnak a nőkre és a férfiakra, akik startup-vállalkozást kívánnak indítani: a tőkehiány mellett a családi és társadalmi okokat tartják gátló tényezőnek a vállalkozás indításánál. (A válaszadók közül azok, akik nem rendelkeznek még vállalkozással, 48%-ban tőkehiány miatt, 29%-ban a kreativitás hiánya miatt, 25,8%-ban a vállalkozási ismeret hiánya miatt nem indítanak vállalkozást.) A korlátok után megvizsgáltuk a lehetőségeket is: a vállalkozó nők 40%-a rendelkezik pozitív hatású vállalkozói példával a családjában, aki hatással volt rá, hogy vállalkozó lett. Az induláskor a nők 26%-a jelölte meg támogatóként a startup-közösségeket. Vállalkozásindításhoz hazánkban jellemzően a saját tőkét (86%), illetve család és barátok anyagi segítségét (29%) használják fel. A különböző egyéb finanszírozási források (mint például: üzleti befektetők, állami támogatások, egyéb befektetőktől történő tőkebevonás a kérdőív eredményei alapján nem jellemző a válaszadók körében.

A mélyinterjúk eredményei

A tanulmány első részében a női szerepek fejlődéséről adott áttekintés ahhoz volt szükséges, hogy megértsük a

XXI. századi női szerepeket, és megismerjük azt a folyamatot, amely elvezetett a női vállalkozókhöz, illetve azok külön csoportjához, a magyar női startupperekhez.

A mélyinterjúalanyok egyetértettek abban, hogy Magyarországon a startup-ökoszisztéma centralizált. Jelenleg csak Budapesten beszélhetünk startup-ökoszisztémáról, „itt úton-útfélen témához kapcsolódó rendezvényekre, képzésekre bukkanunk, de vidéken még van hová fejlődni” (1. alany). A vidéki városok között legerősebb csomópont: Debrecen. Győrben, ahogy az ország többi részén, még csak kialakulóban vannak a startup-közösségek. „Győrben még nincsen startup-ökoszisztéma, de dolgozunk rajta” (2. alany). A csomópontok ott alakulnak ki, ahol van innováció (pl. egyetem), illetve adott a támogató gazdasági környezet (pl. kereskedelmi és iparkamara, coworking iroda/közösségi iroda, inkubátorház, üzletiangyal-befektető).

Az interjúalanyok egyhangúlag abban bíznak, hogy a jelenlegi törekvések eredményeként hazánkban minél fejlettebb lesz a startup-kultúra, és az innovatív férfiak mellett egyre több innovatív nő mer belevágni startup-vállalkozásba és lesz sikeres, állja meg a helyét a hazai és a nemzetközi piacokon is.

Az interjúalanyok egyetértettek abban, hogy a nők aránya a hazai startup-ökoszisztémában rendkívül alacsony. „Ezt bizonyítja a Győr-Moson-Sopron Megyei Kereskedelmi és Iparkamara Kezdő Vállalkozók Klubjában lévő arány: 1 fő nő tagja van” (1. alany). „Tudatosan dolgozunk azon, hogy megszólítsuk a nőket; cél, hogy rendezvényeinken mindig legyen egy női sikertörténet” (2. alany). A női jelenlét alacsony arányát azzal magyarázzák, hogy a magyar startup-cégek jellemző tevékenysége valamilyen IT-szolgáltatás. „Az informatikai szektorban alapvetően alacsony a nők aránya, kevés a női informatikus. Tehát a 14% nem meglepő, sőt, én ezt még inkább túl magasnak is tartom” (4. alany). „A startupok, akik minimális tőkéből nagyon gyorsan képesek piacra lépni, és ott gyorsan profittermelővé válni, jellemzően IT-területen tevékenykednek. Ez pedig tipikusan a férfiak privilégiuma” (6. alany).

Az interjúalanyaink egyetértettek abban, hogy egy nő és egy férfi között, aki ma startuptot akar indítani, alapvetően nincsen különbség a lehetőségek és a korlátok terén. „Startup indításánál nem érzek nembeli különbséget. Mindenkinek dolgoznia kell a sikerért, és az nem számít, hogy nő vagy férfi az alapító” (7. alany).

Ha valami különbséget mégis megjelöltek (3. és 6. alany), az a családi és társadalmi okokra visszavezethető gátló tényezők, melyek a női létből adódnak: a családalapítás, a munka és a család egyensúlya megtalálásának a fontossága, illetve nehézsége. Korlátként jelölték meg továbbá, hogy a nők kockázatvállalási hajlandósága alacsonyabb a férfiakénál. „A nők inkább a biztosra mennek; a bátorság, a kockázatvállalás pedig inkább a férfiakra jellemző. A startup-vállalkozás indítása pedig magas kockázattal jár – nem lehet látni, hogy merre tart, s hol a vége” (4. alany). Összefoglalva: a női startuppereket gátló tényezők komplexek, jellemzően családi és társadalmi okokra vezethetők vissza.

Arra a kérdésre, hogy mit lehet tenni annak érdekében, hogy több nő kezdjen startup-vállalkozásba, egybenhangzóan az oktatást tartják kulcsfontosságúnak. A gyerekeknek, fiataloknak már az iskolai tanulmányaik során gazdasági és vállalkozói ismereteket kell szereznük. „A fiatalokat úgy kell felnevelni, hogy tisztában legyenek azzal, hogy milyen a vállalkozói lét és milyen az alkalmazotti lét, tehát mikor felnőnek, el tudják dönteni, hogy mit szeretnének csinálni” (2. alany). Továbbá kiemelték a több pozitív női példa pódiumra helyezésének fontosságát. „Ahhoz, hogy több nő vegyen részt ebben az innovatív iparágban, több pozitív női példát kell pódiumra emelni!” (3. alany). „Akik megerősítik a nőket abban, hogy nem kell választaniuk a szerepek között: családanya vagy női vállalkozó” (5. alany).

A startup-vállalkozás indításánál a támogatásra hivatott szervezetek működésében kulcsfontosságú szerepük van a kommunikációs csatornáknak, hiszen hiába rendeznek a témában képzéseket, egyéb rendezvényeket, ha a célközönséget nem érik el a hagyományos kommunikációs csatornákon keresztül, mivel az X, Y és Z generációk által használt kommunikációs csatornák eltérnek a korábban használt hagyományos kommunikációs csatornáktól (rádió, TV, nyomtatott sajtó). A mai fiatalok a virtuális térben élik a mindennapjaikat, ezért, ha el akarják érni őket, ehhez megfelelő kommunikációs csatornákat kell alkalmazni, mint például a Facebook, Pinterest, Twitter. „Csak akkor lehet sikeres a támogató szervezetek munkája, ha a célzott információ eljut a célszemélyekhez!” (1. alany).

Következtetések és javaslatok

Kutatásunk célja az volt, hogy bemutassuk a női startupperek helyzetét, és megvizsgáljuk a mai magyar startup-ökoszisztémát. Kutatásunk hazánkban hiánypótlónak tekinthető, hiszen még kevés eredmény látott napvilágot, ami a női startup-vállalkozókat vizsgálja. Kutatásunk egyfelől pillanatképet ad a hazai startup-ökoszisztémáról, másrészt jobban megismerkedhetünk a női startupperekkel, az őket befolyásoló tényezőkkel.

A hazai startup-ökoszisztémán belül a nők aránya rendkívül alacsony. A mélyinterjúalanyok ezt azzal magyarázták, hogy a magyar startup-cégek jellemző tevékenysége valamilyen IT-szolgáltatás. Az informatikai szektor szereplői pedig jellemzően férfiak; a nők nagyon kicsi arányban képviselik magukat a szférában. A mélyinterjúalanyok egyetértettek abban, hogy egy nő és egy férfi között, aki ma startuptot akar indítani, alapvetően nincsen különbség a lehetőségek és a korlátok terén. Ha valami különbséget mégis megjelöltek, az a családi és társadalmi okokra visszavezethető gátló tényezők, melyek a női szerepekből adódnak. Hangsúlyozták az oktatás jelentőségét, továbbá pozitív példák pódiumra emelését, melyek megerősíthetik a nőket abban, hogy nem kell választaniuk a családanya vagy női startup-vállalkozó szerepek között.

Eredményeink egybecsengenek a Global Gender Gap Report 2020-szal, miszerint egyrészt a minőségi oktatáshoz és a gazdaságban való részvétel és a lehetőségekhez

való hozzáférés az egyik kulcs a női startup-vállalkozások indításához. Másrészt a nők tanulmányai a műszaki és az IT-pályákon jelenthetnék az áttörést. A Crunchbase 2017-es startup-adatbázis is azt mutatta, hogy a magyar startup-vállalkozások is legnagyobb arányban az IT-szektorban tevékenykednek. Továbbá egybecseng a Reportban és a saját kutatásunkban az is, hogy a nők hagyományos női szerepeikben (pl. a beteg vagy idős családtagok ápolása) szembesülnek leginkább a nem megfelelő ápolási infrastruktúrával. Ugyancsak egybecseng az eredményünk Gregor és Kováts (2018) kutatásával, miszerint nők életerejeit korlátozó legfontosabb tényező a gondoskodás és a munka közti feszültség.

Mind a Report, mind az olasz kutatások (Pisoni & Bielli, 2015) jelentős különbséget tapasztaltak férfi és női startup CEO-k forrásszerzési képességeiben, az alkalmazott tőkeforrásokban. Kutatásunk is megerősíti, hogy saját vállalkozásuk alapításakor jellemző a női CEO-kra a saját tőke, illetve család és barátok anyagi segítségének az igénybevétele, a kockázati tőke helyett.

A szakirodalmi elemzés és a saját kutatás is azt mutatta, hogy egyforma egyenlőtlenség van Magyarországon és Európában a startup-vállalkozások tulajdonosainak nemét tekintve, a 80% körüli férfi és a 20% körüli női részvétellel.

Következésként az mondhatjuk, hogy az adott területek stakeholdereinek és meghatározó szervezeteinek kiemelt szerepük van a startup-közösségek támogatásában, többek között azoknak a kommunikációs csatornáknak a működtetésében, amelyekkel a célcsoport jellemzően X és Y generációs tagjai elérhetők, és amelyekeken keresztül sikeres minták megmutathatók. Ezek mellett meghatározó szerepe van a politikai döntéshozóknak, az országos szintű oktatáspolitikának (a vállalkozói ismeretek bevezetésének a támogatásával. a természettudományos tárgyak súlyának a növelésével, a lányok IT- és műszaki pályákra való orientációjával) és vállalkozástámogató rendszereknek a működtetésével.

A startup-vállalkozásokat mind nemzetközileg, mind hazánkban a gazdaság meghatározó szereplőinek tekintik. Olyan hajtómotornak, amely a multinacionális vállalatokat is startup-vállalkozások indítására ösztönzi. Az Európai Startup Monitor ugyan csak 2015-ben készítették el először, de a globális, a regionális (például V4) és a nemzeti adatbázisok iránti igény egyre növekszik, hogy a témát fontosságának megfelelően lehessen tudományosan vizsgálni.

A tanulmány korlátai közé tartozik az említett tény, hogy míg a tanulmány kérdőíves kutatása országos mintájú, a mélyinterjú alanyok a nyugat-dunántúli régióhoz kötődnek.

Noha kutatási mintánk nem reprezentatív, inkább tekinthető regionális jellegűnek, ugyanakkor a fenti egyezőségek alapján is mondhatjuk, hogy a vizsgált mintánkban felmerülő kérdések, lehetőségek és akadályok nem csak helyi jellegűek. Ezért a kapott eredmények is hasznosíthatók lehetnek más városokban, régiókban is. Az alacsony elemszámok miatt minden megállapítást ugyanakkor nagy óvatossággal szabad csak tenni.

E korlátok is jelzik, hogy a hazai női startup-vállalkozások megbízhatóbb megértéséhez további kutatásokra van szükség. A jövőben számos más érdekes irányt is vehet e téma kutatása. Egyrészt, a különböző fázisban levő női startup-vállalkozók további jellemzőit, másrészt a területi eltéréseket, ezek okait, továbbá a női startupok által alkalmazható finanszírozási lehetőségeket (például a közösségi finanszírozás lehetőségét) lenne hasznos feltárni.

Felhasznált irodalom

- Babbie, E. (2003). *A társadalomtudományi kutatás gyakorlata*. Budapest, Magyarország: Balassi Kiadó.
- Beauchamp, M., & Skala, A. (2017). *Visegrad Startup Report 2016/2017*. Retrieved from <https://s3.eu-central-1.amazonaws.com/uploads.mangoweb.org/shared-prod/aspeninstitutece.org/uploads/2017/06/Visegrad-Startup-Report-5.pdf>
- Bird, B., & Brus, C. G. (2002). A Gendered Perspective on Organizational Creation. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 26(3), 41–65. <https://doi.org/10.1177/104225870202600303>
- Blank, S. (2010). *What's A Startup? First Principles*. Retrieved from <http://steveblank.com/2010/01/25/whats-a-startup-first-principles/>
- Bosma, N., & Kelley, D. (2019). *Global Entrepreneurship Monitor 2018/2019 Global Report*. Retrieved from <https://www.gemconsortium.org/report/gem-2018-2019-global-report>
- Cabinet Office of the Prime Minister (2016). *Digital Startup Strategy of Hungary*. Retrieved from <http://www.kormany.hu/download/2/4b/21000/The%20Digital%20Startup%20Strategy%20of%20Hungary.pdf>
- Csákné Filep, J., Radácsi, L., & Szennay, Á. (2019). *A magyar startup-vállalkozások nyomában*. Budapest: BGE Budapest LAB Working Paper Series 2-2019. Retrieved from https://budapestlab.hu/wp-content/uploads/2019/03/WP_2_2019_zart.pdf
- Csákné Filep, J., Radácsi, L., & Timár, G. (2020). A magyar startup-vállalkozások túlélését és növekedését befolyásoló tényezők – szakértői interjúk tapasztalatai *Vezetéstudomány*, 51(1). 16-31. <https://doi.org/10.14267/VEZTUD.2020.01.02>
- Elam, A. B., Brush, C. G., Greene, P. G., Baumer, B., Dean, M., Heavlow, R., Babson College, Smith College, & The Global Entrepreneurship Research Association (GERA) (2019). *Global Entrepreneurship Monitor 2018/2019 Women's Entrepreneurship Monitor*. London: Global Entrepreneurship Research Association, London Business School.
- Európai Bizottság (2008). N 355/2008. sz. állami támogatás – Magyarország, Magyar JEREMIE kockázatitőke-intézkedés. B(2008) 8350, Brüsszel.
- Fábrí, A., & Várkonyi G. (szerk.) (2007). *A nők világa. Művelődés- és társadalomtörténeti tanulmányok*. Budapest: Argumentum Kiadó.
- Feng, J., & Jaravel, X. (2019). *Innovating for People Like Me: Evidence from Female-Founded Consumer Packaged Goods Startups*. <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.3383703>.
- Gatewood, E., Brush, C. G., Carter, N. M., Greene, P. G., & Hart, M. M. (2009). Diana: A symbol of women entrepreneurs' Hunt for Knowledge, Money, and the Rewards of Entrepreneurship. *Small Business Economics*, 32(2), 129–144. <https://doi.org/10.1007/s11187-008-9152-8>.
- GEM2012 Women's Report (2012). Global Entrepreneurship Research Association. Wellesley, MA: Babson Center for Women's Leadership.
- Géring, Zs. (2016). Hiányzó egyensúly a vállalati felelősségvállalás kommunikációjában. A munka és magánélet egyensúlyának meg (nem) jelenése a vállalati honlapokon. *Vezetéstudomány*, 47(1). 2-17.
- Ghauri, P. & Gronhaug, K. (2011). *Research Methods in Business Studies*. Harlow: Pearson.
- Gódy, Zs. (2018). Női vállalkozók – kutatási területek, elméleti áttekintés. *Vezetéstudomány*, 49(4), 58-67. <https://doi.org/10.14267/VEZTUD.2018.04.06>
- Gottschalk, S. & Niefert, M. (2011). *Gender Differences in Business Success of German Start-up Firms*. ZEW – Centre for European Economic Research Discussion Paper No. 11-019. SSRN: <https://ssrn.com/abstract=1795228>, <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.1795228>
- Graham, P. (2012). *Startup=Growth*. Retrieved from http://paltelfoundation.ps/uploads/No._16_-_Startup=Growth.pdf
- Gregor, A., & Kováts, E. (2018). *Nőügyek 2018*. Budapest: Friedrich Ebert Stiftung. Retrieved from <http://library.fes.de/pdf-files/bueros/budapest/14461.pdf>
- Gubik, A. S., & Farkas, Sz. (2019). *Entrepreneurship intentions and activities of students in Hungary. Global University Entrepreneurial Spirit Student's Survey 2018. National Report*. <https://doi.org/10.15678/EBER.2016.040408>.
- Gyáni, G., & Nagy, B. (2006). *Nők a modernizálódó magyar társadalomban*. Debrecen: Csokonai Kiadó.
- Holmár, K., & Kővágó, Gy. (2016). Startup vállalkozások a pénzügy világában. In Fata, I. & Kissné Budai, R. (szerk.), *Határtalan értékek a valós és virtuális világban – A Zrínyi-hagyaték* (pp. 74-86). Budapest, Magyarország: Tomori Pál Főiskola.
- Jáki, E., Molnár, E. M., & Kádár, B. (2019). Characteristics and challenges of the Hungarian startup ecosystem. *Vezetéstudomány*, 50(5) 2-12. <https://doi.org/10.14267/VEZTUD.2019.05.01>
- Kállay, L., Vecsenyi, J., Freész, G., Vas, Gy., & Katona, B. (2016). *European Startup Monitor – Country Report Hungary*. Retrieved from https://europeanstartupmonitor.com/fileadmin/esm_2016/country_reports/Hungary_CountryReport.pdf
- Kariv, D. (2013). *Female Entrepreneurship and the New Venture Creation. An International Overview*. New York: Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780203140987>

- Kézai, P. (2019). Nők a startup vállalkozások világában. In Jakopáncz Eszter (szerk.), *XXXIV. Országos Tudomány Diákköri Konferencia Közgazdaságtudományi Szekció Absztraktkötet* (p. 484). Pécs, Magyarország: Pécsi Tudományegyetem Közgazdaságtudományi Kar.
- Kollmann, T., Stöckmann, C., Hensellek, S., & Kensbock, J. (2016). *European Startup Monitor 2016*. Essen, Germany: German Startups Association. Retrieved from https://europeanstartupmonitor.com/fileadmin/esm_2016/report/ESM_2016.pdf
- Kollmann, T., Stöckmann, C., Hensellek, S., & Kensbock, J. (2017). *Deutscher Startup Monitor 2017*. Retrieved from https://deutscherstartupmonitor.de/fileadmin/dsm/dsm-17/daten/dsm_2017.pdf
- Kollmann, T., Stöckmann, C., Linstaedt, J., & Kensbock, J. (2015). *European Startup Monitor*. Retrieved from https://europeanstartupmonitor.com/fileadmin/presse/download/esm_2015.pdf
- Koltai, J., & Szalka, É. (2013). A vállalkozói hajlandóság vizsgálata a női hallgatók körében Magyarországon. *Vezetéstudomány*, 44(7-8), 71-97.
- Konczosné Szombathelyi M. (2020). Nők a világ tetején. Csúcsvezetői sikerek elemzése a Global 500 alapján. *LÉPÉSEK a fenntarthatóság felé*, 25(1), 10-11.
- Konczosné Szombathelyi, M. (2009). Kulturális dimenziók és női vezetők. In Barát, E. & Sándor, K. (szerk.), *A nő és női(es)ség sztereotípiái* (pp. 217-225). Szeged: SZTE Könyvtártudományi Tanszék.
- Konczosné Szombathelyi, M. (2014). A kultúrakutatók gender vonatkozásai. *Társadalmi Nemek Tudománya Interdiszciplináris E-folyóirat*, 4(1), 97-117. Retrieved from <http://tntefjournal.hu/vol4/iss1/konczosne.pdf>
- Konczosné Szombathelyi, M., & Keller, V. (2011a). Siker és nőiség kapcsolata a menedzsmentben. A „Vizsgálat női menedzserek innovációt generáló tevékenységéről” kutatás bevezetője. *Társadalmi Nemek Tudománya Interdiszciplináris E-folyóirat*, 1(1), 196-212. Retrieved from <http://www.arts.u-szeged.hu/ieas/gender/tntef.html>
- Konczosné Szombathelyi, M., & Keller, V. (2011b). Vizsgálat női menedzserek innovációt generáló tevékenységéről. *Marketing & Menedzsment*, 2011(4), 4-14.
- Konczosné Szombathelyi, M., & Mészáros, A. (2015). Nőket a műszaki képzésbe! *Társadalmi Nemek Tudománya Interdiszciplináris E-folyóirat*, 5(1), 19-37. Retrieved from http://tntefjournal.hu/vol5/iss1/konczosne-szombathelyi_meszaros.pdf
- Kuschel K., Labra, J.P., & Díaz, G. (2018). Women-Led Startups and Their Contribution to Job Creation. In Presse A., & Terzidis O. (eds.), *Technology Entrepreneurship. FGF Studies in Small Business and Entrepreneurship* (pp. 139-156). Cham: Springer. https://doi.org/10.1007/978-3-319-73509-2_7.
- Kvale, S. (2007). *Doing interviews*. Thousand Oaks, CA: Sage. <https://dx.doi.org/10.4135/9781849208963>
- Lakner, Z. (2006). A családpolitika rendszere. *Esély: társadalom- és szociálpolitikai folyóirat*, 17(3), 85-109. Retrieved from <https://btk.ppke.hu/uploads/articles/288256/file/d1b.pdf>
- Lipták, K., & Matiscsákné Lizák, M. (2018). A kisgyermekes nők foglalkoztatási helyzete és lehetőségeik. *Vezetéstudomány*, 49(3), 41-51. <https://doi.org/10.14267/VEZTUD.2018.03.05>
- Lovas, A., & Rába, V. (2013). Jeremie program, mint a magyar startup ökoszisztéma életre hívója. In *A Tavaszi Szél 2013 című Nemzetközi Konferencia kiadvány* (pp. 536-549). Budapest: Doktoranduszok Országos Szövetsége. Retrieved from http://unipub.lib.uni-corvinus.hu/1362/7/Raba_Lovas_Tavaszi-Szel_2013.pdf
- Manolova, T. S., Carter, N. M., Manev, I. M. & Gyoshev, B. S. (2007). The differential effect of men and women entrepreneurs' human capital and networking on growth expectancies in Bulgaria. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 31 (3), 407-426.
- Mauer, R., & Steigertahl, L. (2018). *EU Startup Monitor – European Startup Ecosystem Country Overviews: Hungary*. Retrieved from http://www.startupmonitor.eu/EUSM_Country-overviews.pdf
- Miskolczy, Cs. (2012). *Kutatás a hazai startupokról*. Retrieved from http://insiderblog.hu/hazaipalya/2012/08/14/startup-kutatas_Ireszl/
- Morelix, A., Reedy, E. J., & Russell, J. (2016). *The Kauffmann index Growth Entrepreneurship, National Trends*. Retrieved from https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2828359
- Nagy, B. (2009). Nők és férfiak a vezetésben. In Nagy I. & Pongrácz T. (Eds.), *Szerepváltozások: Jelentés a nők és férfiak helyzetéről* (pp. 52-64). Budapest: TÁRKI – Szociális és Munkaügyi Minisztérium.
- Pisoni, A., & Bielli, S. (2015). The role of women in the Creation of Innovative Tech Start-ups. In Syna, H. D. & Costea, C. E. (2015). *Women's Voice in Management. Identifying Innovative and Responsible Solutions* (pp. 177-196). London: Palgrave Macmillan. <https://doi.org/10.1057/9781137432155>
- Pleck, J. H. (1977). The Work-Family Role System. *Social Problems*, 24(4), 417-427. <https://doi.org/10.2307/800135>
- Pongrácz, T., & S. Molnár E. (2011). Nemi szerepek és a közvélemény változásának kölcsönhatása (kutatás). In Nagy I., & Pongrácz T. (Eds.), *Szerepváltozások 2011* (pp. 192-206). Budapest: Táarki. Retrieved from <http://demografia.hu/hu/letoltes/kiadvanyok/Szerepvaltozasok/192-206Pongracz.pdf>
- Publicus Intézet (2020). Retrieved from https://unicef.hu/igy-segitunk/hireink/kettos-elvaras-varja-a-kisgyermekes-anyakat-a-munka-vilagaban/?fbclid=IwAR2ZoN-W2QsfAE8R0AJK_1ErpXuNIOTYCF6nLdqHPvIKqmItCq4VNROJco
- Rácz, A. (2012). EU-s források a vállalkozások tőkeellátottságának javítására – A JEREMIE kockázati tőkeprogram. *Vezetéstudomány*, 43(2), 43-54.

- Ries, E. (2013). *Lean Startup. Hogyan tegyük ötleteinket sikeressé és fenntarthatóvá?* Budapest: HVG Könyvek.
- Rövid, I. (2018). Pillanatfelvétel a szinglikről – A szinglik általános és területi jellemzői a népszámlálási adatok alapján. *Területi Statisztika*, 58(3), 302–318. <https://doi.org/10.15196/TS580304>
- Schuller, G. (2007). Az úttörők, magyar nő történeti arcképcsarnok. *Rubicon*, 18(8), 68–69.
- Shane, S., & Venkataraman, S. (2000). The promise of entrepreneurship as a field of research. *Academy of Management Review*, 25(1), 217–226. <https://doi.org/10.5465/amr.2000.2791611>
- Tripathi, N., Seppanen, P., Boominathan, G., Oivo, M., & Liukkunen, K. (2019). Insights into startup ecosystem through exploration of multi-vocal literature. *Information and Software Technology*, (105), 56–77. <https://doi.org/10.1016/j.infsof.2018.08.005>
- Turcsán, T. P. (2019). *Az elveszett recept*. Budapest: Startup book me.
- Utzeri, M. (2019). The dark side of gender equality schemes in management – a deep drive into a german auto manufacturer. *Vezetéstudomány*, 50(5), 38–47. <https://doi.org/10.14267/VEZTUD.2019.05.04>
- Valuch, T. (2009). Család, háztartás, a női tevékenység-szerkezet és a szerepfelfogás változásai 1945 után. *Rubicon*, 19(4). Retrieved from http://www.rubicon.hu/magyar/oldal/csalad_haztartas_a_noi_tevékenységszerkezet_es_a_szerepfelfogás_valtozasai_1945_utan/
- Verheul, I., Uhlaner, L., & Thurik, R. (2005). Business accomplishments, gender, & entrepreneurial self-image. *Journal of Business Venturing*, 20(4), 483–528. <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2004.03.002>
- World Economic Forum (2020). *Global Gender Gap Report 2020*. Retrieved from <http://reports.weforum.org/global-gender-gap-report-2020/>
- www.europeanspinoff.com/hu/?page_id=2;
- www.evca.eu (saját fordítás);
- www.sagepub.com/sites/default/files/upm-binaries/22780_Chapter_1.pdf