

A női vállalkozások helyzete Magyarországon: A nemek közti szakadék továbbra is jelentős

A női vállalkozások aránya tendenciózusan elmarad a férfiak által irányított cégekétől, állapítja meg a Visa támogatásával készült jelentés, amelyet a Budapesti Gazdaságtudományi Egyetem a Global Entrepreneurship Monitor (GEM), a világ legnagyobb vállalkozáskutatásának részeként készített. A férfiak vállalkozási aktivitása – korosztálytól és vállalkozási típustól függetlenül – jellemzően magasabb a nőkénel. A férfiak mintegy másfélszer annyian állítják, hogy vállalkozást terveznek indítani a következő három évben, mint a nők.

Összefoglaló

A vállalkozások működése, a vállalkozók attitűdjei, a társadalom vállalkozásokkal kapcsolatos észlelése, a támogató és hátráltató tényezők azonosítása nemcsak a vállalkozásban érintettek, hanem az egész nemzetgazdaság számára fontos témák. A terület mélyebb vizsgálata a női vállalkozásokra, a nők vállalkozói aktivitására fókuszálva külön is figyelmet érdemel, mivel a nők vállalkozási kedvének növelése hozzájárulhat a nemek közötti egyenlőtlenségek csökkentéséhez, a gazdasági növekedés támogatásához és a szegénység elleni küzdelemhez. A nemek közötti egyenlőség megvalósítása, a nők társadalmi szerepének megerősítése, ennek részeként a gazdasági életben történő részvétel egyenlő lehetőségeinek biztosítása pedig az Egyesült Nemzetek Szervezete (ENSZ) által elfogadott, 2030-ig elérni tervezett 17 Fenntartható Fejlődési Cél (SDG) között is megjelenik.

A Global Entrepreneurship Monitor (GEM), a világ legnagyobb vállalkozáskutatása 1999 óta biztosít megbízható adatokat a felmérésben részt vevő országok vállalkozói aktivitásáról, illetve vállalkozási ökoszisztémájának helyzetéről. A globális felmérésben, amelyben világszerte neves egyetemek vesznek részt, 2020-tól a Budapesti Gazdaságtudományi Egyetem képviseli Magyarországot, a kutatást az egyetemen belül a Budapest LAB Vállalkozásfejlesztési Iroda végzi.

Jelen riport – a teljes kutatás eredményeit összegző, évente elkészülő Nemzeti jelentésnél specifikusabban – a női vállalkozók helyzetét és jellemzőit, a nők vállalkozással kapcsolatos attitűdjeit, a nemek közötti hasonlóságokat és eltéréseket mutatja be, a GEM 2021 és 2024 közötti négy adatfelvétele alapján. A kutatás minden évben a 18-64 éves lakosság körében végzett nagymintás, reprezentatív kérdőíves felmérést, továbbá 36, szigorú feltételek alapján kiválasztott szakértő megkérdezését foglalja magában.

A nemzeti kultúra a legfőbb korlát

A vállalkozói ökoszisztémát négy nagyobb témakör – (1) a támogató szolgáltatások megléte és megfizethetősége, (2) a kedvező, vállalkozásokat érintő szabályozás, (3) a nemzeti kultúra vállalkozást ösztönző jellege, (4) valamint a piachoz, illetve a finanszírozási forrásokhoz való hozzáférés – mentén értékelik a szakértők. A 2024-es értékelések alapján a támogató szolgáltatások, a vállalkozásokra vonatkozó szabályozás és a nemzeti kultúra vállalkozásindítást ösztönző hatása a GEM és az EU országok átlagát tekintve, valamint Magyarországon is elmarad a 10-es skálán kielégítőnek tekinthető 5-ös értékeléstől. A magyarországi vállalkozói ökoszisztéma szakértői értékelése pedig – a szabályozási környezet kivételével – elmarad mind az EU-s, mind a GEM átlagától is.

A hazai vállalkozási ökoszisztéma alapvetően mind a támogató szolgáltatások megléte, mind a szabályozási környezet tekintetében igazodik a nemzetközi trendekhez, az EU-s országok között jellemzően a második harmad alján, illetve közepén helyezkedik el. Szintén a nemzetközi trendnek megfelelő, hogy a női vállalkozók piacokhoz, illetve finanszírozáshoz való hozzáférése a válaszok alapján nem, vagy csak alig kedvezőtlenebb a férfiakéhoz képest.

Különösen érdekes ugyanakkor a nemzeti kultúra vállalkozásindításban betöltött szerepének értékelése. Ez nemzeti szinten nézve a többi ökoszisztéma elemhez képest nem kiugróan alacsony (3,6), nemzetközi összehasonlításban ugyanakkor itt mutatkozik a legnagyobb a lemaradás a globális (4,6), illetve az EU-s (4,3) átlagokhoz képest. A szakértői értékelések alapján tehát hazánkban a nők vállalkozóvá válásának és a vállalkozó nők támogatásának korlátai elsősorban a nemzeti kultúrában és az elfogadott társadalmi normákban gyökereznek.

Pozitív megítélés, alacsony aktivitás

A magyarok nemtől függetlenül pozitívan ítélik meg a vállalkozói létet, magas társadalmi státuszt és pozitív képet kapcsolnak hozzá. A két nem között e tekintetben mostanra a 2021 óta látható tendenciának köszönhetően, nincs jelentős eltérés. A vállalkozói lét megítélését a válaszadó neménél sokkal jelentősebben befolyásolja a vállalkozói tapasztalat. A nem vállalkozók inkább látják úgy, hogy a vállalkozói lét kívánatos karrierlehetőség és a vállalkozók magas státusszal rendelkeznek, ugyanakkor lehetőségészlelésük, saját tudásukban való bizalmuk, a kudarctól való félelmük és a vállalkozásindítás egyszerűségének értékelése is negatívabb, mint a vállalkozók esetében.

Vállalkozási aktivitás tekintetében ugyanakkor megfigyelhető különbség a két nem között: az adatok alapján a női vállalkozások aránya tendenciózusan a férfiak által irányított cégeké alatt marad. A férfiak vállalkozási aktivitása – korosztálytól és vállalkozási típustól függetlenül – jellemzően magasabb a nőkénél. A különbség a korai fázisú vállalkozások esetén a vállalkozási szempontból legaktívabb, 25-44 év közötti korosztályban, míg a bejáratott vállalkozások esetén a 44 évnél idősebbek körében jelentős. Fontos, és nemektől független változás ugyanakkor a korai fázisú vállalkozások számának 2024-es visszaesése. Ennek okait célzott kutatás tárhatná fel, de feltehetően szerepet játszhat benne az elmúlt évek polikrízises (világjárvány, háború, gazdasági nehézségek) időszaka.

Tanul, de nem innovál

Több, a vállalkozások vizsgálata szempontjából fontos mutató esetében úgy tűnik, hogy nem kifejezetten a két nem közötti különbség a meghatározó. Például a magyarok közül ötből hárman úgy vélik, ha észre is veszik, nem használják ki a jövedelmező lehetőségeket, és ötből csak ketten gondolják, hogy mások innovatívnak látják őket. Függetlenül attól, hogy vállalkozóról van-e szó, jellemző, hogy a férfiak válaszai rendre nagyobb magabiztosságról árulkodnak. A vállalkozók ugyanakkor – legyenek férfiak vagy nők – mindkét tekintetben magabiztosabbak. Nem mutatkozik statisztikailag megalapozott összefüggés a vállalkozó neme és innovációs aktivitása, valamint a nem és a piaci hatókör között sem. Mindkét téma esetében sajnálatos módon nemtől függetlenül alacsonyan teljesítenek a magyar vállalkozók.

Ugyanakkor érdekes adat, hogy miközben az eredmények alapján nemtől függetlenül a magasabb végzettségűek hajlamosabbak vállalkozásba fogni, és a magyar nők – vállalkozók és nem vállalkozók – iskolai végzettsége átlagosan magasabb a férfiakénál, ez a vállalkozási aktivitásukban mégsem jelenik meg. Ennek okainak felderítéséhez azonban további vizsgálatokra lenne szükség.

Jobbá tenni a világot a cél

A vállalkozók működésének különösen izgalmas és társadalmi szempontból különösen nagy, áttételes hatást is jelentő területe a vállalkozási motiváció vizsgálata. A 2024-es adatok alapján a vállalkozás érettségétől függetlenül a női vállalkozók számára kiemelkedően fontos motivációt jelent a vállalkozásra, hogy hatást gyakoroljanak, „valami lényegeset” vigyenek véghez. Ugyanakkor a korai fázisú és bejártott vállalkozást vezető motivációi között számos különbség is azonosítható. A korai szakaszban lévő vállalkozónőket sokkal inkább hajtja a jelentős vagyon építésének vágya és a kiemelkedő jövedelem biztosítása, mint a már bejártott céggel rendelkezőket. A korai szakaszban lévő vállalkozások esetében jellemző továbbá, hogy a nők a férfiaknál nagyobb arányban indítanak azért vállalkozást, mert kevés a számukra megfelelő munkalehetőség. Ez azonban nem feltétlenül a nyitott pozíciók hiányára utal, sokkal inkább azon opciók korlátozott számára, amelyek támogatnák a nemzeti kultúra által a nők felé támasztott társadalmi elvárásoknak való, és a munkahelyi megfelelés összehangolását. A nemzetközi szinten vizsgált négy motivációs tényező közül kizárólag a családi hagyomány folytatása az, ami erőteljesebben jelenik meg a bejártott vállalkozással rendelkező nők esetében.

Összességében eredményeink arra utalnak, hogy a nők - a nemzetközi trendekhez hasonlóan - kevésbé veszik észre és használják ki a kínálgató üzleti lehetőségeket, kevésbé bíznak a saját képességeikben, és ennek megfelelően a vállalkozási aktivitásuk is alacsonyabb. Ugyanakkor a már vállalkozó nők teljesítménye nem marad el lényegesen a férfítársakétól - hasonló az innovációs tevékenységük, piaci hatókörük, de a vállalkozási motivációik is rendre hasonlóak.

A jelentés az alábbi linken elérhető:

[Női vállalkozók Magyarországon - Global Entrepreneurship Monitor Különjelentés 2025](#)

Háttér

A Global Entrepreneurship Monitor (GEM), a világ legnagyobb vállalkozáskutatása 1999 óta biztosít megbízható adatokat a felmérésben részt vevő országok vállalkozói aktivitásáról, illetve vállalkozási ökoszisztémájának helyzetéről. A globális felmérésben, amelyben világszerte neves egyetemek vesznek részt, 2020-tól a Budapesti Gazdaságtudományi Egyetem képviseli Magyarországot, a kutatást az egyetemen belül a Budapest LAB Vállalkozásfejlesztési Iroda végzi. Jelen riport - a teljes kutatás eredményeit összegző, évente elkészülő Nemzeti jelentésnél specifikusabban - a női vállalkozók helyzetét és jellemzőit, a nők vállalkozással kapcsolatos attitűdjeit, a nemek közötti hasonlóságokat és eltéréseket mutatja be, a GEM 2021 és 2024 közötti négy adatfelvétele alapján. A kutatás minden évben a 18-64 éves lakosság körében végzett nagymintás, reprezentatív kérdőíves felmérést, továbbá 36, szigorú feltételek alapján kiválasztott szakértő megkérdezését foglalja magában.

A kutatásról és a magyar kutatói csapatról [itt talál részletesebb információt](#), a linken a friss Nemzeti jelentés is szabadon elérhető.

A [Budapesti Gazdaságtudományi Egyetem \(BGE\)](#), [Magyarország legnagyobb üzleti képzőhelye](#) 2020-tól képviseli Magyarországot a globális felmérésben és gyűjt adatokat a hazai vállalkozási ökoszisztéma helyzetéről a BGE Budapest LAB Vállalkozásfejlesztési Iroda irányításával.

Sajtókapcsolat:

- sajto@uni-bge.hu

Eredeti tartalom: Budapesti Gazdaságtudományi Egyetem

Továbbította: Helló Sajtó! Üzleti Sajtószolgálat

Ez a sajtóközlemény a következő linken érhető el:

<https://hellosajto.hu/20668/a-noi-vallalkozasok-helyzete-magyarorszagon-a-nemek-kozti-szakadek-tov-abbra-is-jelentos/>