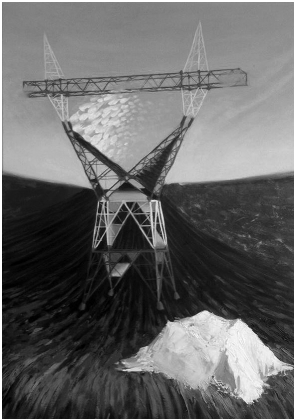


GERGELY ORSOLYA

„A MAGAM FŐNÖKE AKARTAM LENNI”

Székelgyöföldi vállalkozó(nő)k motivációi



A számok azt mutatják, hogy kevés különbség van a férfi és női vállalkozók motivációi mögött, a férfiaknál is fontos volt a munka- és a magánélet közti egyensúlyra való törekvés...

Bevezetés

■ Az elmúlt két évtizedben a társadalomkutatás mellett már a romániai magyar közéletben, gazdasági szférában, közbeszédben is fokozatosan megjelent az a nő, aki a korábban ismert *patronok*-hoz, főnökökhöz, cégtulajdonosokhoz képest nő volt, de szintén cégtulajdonos, azaz vállalkozó. Vagyis mondhatnánk azt is, hogy lett a vállalkozásnak neme, és az üzletemberek mellett megjelentek az üzletasszonyok is. Vajon miért? Mitől lett vonzóbb a vállalkozói lét akár nők számára is? Egyáltalán miért dönti el valaki, hogy vállalkozóvá váljon, főleg egy olyan gazdasági-társadalmi környezetben, ahol jelentős terheket rónak az adók, illetékek, pénzügyi kihívások, alkalmazottak utáni befizetések, a gazdasági verseny, a piac kiszámíthatatlansága... Mégis egyre többen érdeklődnek a vállalkozói lét iránt, egyre több fiatal veszi fontolóra, hogy vállalkozóvá váljon, és mindinkább a női társadalom is nyit a vállalkozói lét irányába. A tudományos érdeklődés már korábban foglalkozott a vállalkozásindítások társadalmi meghatározottságával, illetve a vállalkozói profilok és vállalkozói identitások vizsgálatával, és egyre inkább nemi sajátosságok, a nemi eltérések is előtérbe kezdtek kerülni.¹

Számos tényező egyszeri és együttes hatása játszik abban szerepet, hogy valaki meghozza a döntést: márpedig ő vállalkozni fog. Noha ezek a motivációk hasonlóak mind a férfiaknál, mind a nőknél, különbözőek is lehetnek.² Shapero és Sokol nyomán³ számos vállalkozáskutatási elemzés a vonzás-taszítás faktoraira épít, illetve a vonzó és

taszító tényezők hatását vizsgálja (push/pull factors).⁴ A vizsgálatok eredményei azt emelik ki, hogy nemcsak a gazdasági ágazatválasztás, a tőkeforrás, a tőke nagysága, a vállalkozás típusa, a menedzsment terén vannak eltérések aszerint, hogy egy vállalkozást férfi vagy nő alapít és vezet, hanem a motivációkat tekintve is akadnak apró eltérések, ha nem is annyira jelentősek. A vállalkozásindítási motivációkat tekintve a romániai férfi és női vállalkozók motivációi közt kevés eltérés van: a nők számára is a legfontosabb az életminőségük javítása, a nagyobb jövedelem, valamint a függetlenség, a férfiaknál első helyen van a több pénz keresete és csak harmadik helyen az életminőség-javítás.⁵

A vállalkozást – egy nő számára is – vonzóvá tevő *tényezők közé sorolhatjuk*⁶ az önmegvalósítás lehetőségét, az anyagi függetlenséget és önállóságot, a kihívást, az önmeghatározást, a biztonságot, a profitorientáltságot.⁷ Ugyanígy szintén vonzó a rugalmas munkaidő, az egyénileg irányítható munkavégzés és munkaszervezés, az ambíció, a valamit többet, jobbat megvalósítani, valamint az innováció, az új létrehozásának a vágya.⁸ Ellenben egy sor olyan tényező is szerepet játszik a vállalkozásindításban, amelyek nem a vállalkozói útra vonzzák a nőket, hanem inkább *rátaszítják*, egyfajta kényszermegoldásként kilökik, kimozdítják az aktuális munkaerőpiaci helyzetükből.⁹ Itt például a munkanélküliséget vagy alacsony bért jelölhetjük meg, vagy a munkahelyi konfliktusokat, illetve frusztrációkat, valamint a kihívást nem jelentő munka vagy munkahelyi elismerés hiánya.

Adatforrások

■ 2009–2010-ben került sor egy székelyföldi vállalkozónő-kutatásra,¹⁰ amelynek során a köztudatban is egyre nagyobb figyelmet kaptak azok a nők, akik saját mikro-, kis vagy középvállalkozások tulajdonosai vagy társtulajdonosai. Egy szűk évtizeddel később, 2018-ban egy hasonló kutatást sikerült lebonyolítani az Udvarhelyi Kis- és Középvállalkozók kezdeményezésére, illetve az OTP Bank Románia finanszírozásának köszönhetően. Ezek nyomán időben is lehetőség nyílt megnézni azt, hogy hogyan változik, merre alakul a székelyföldi vállalkozó(női) populáció helyzete, milyen kihívásokkal néznek szembe, illetve egyáltalán milyen területen és módon tevékenykednek. E legfrissebb, tavalyi kutatás során többféle adatgyűjtési módszerrel dolgoztunk: megkérdezésen alapuló survey kutatás, 1200 vállalkozót célozva meg, fókuszcsoporthoz interjúk készítése, online kérdőív alkalmazása, és desk research. Jelen tanulmányban csupán a survey kutatás során lekérdezett kérdőív egyetlen kérdésével fogunk foglalkozni, amely a motivációra kérdezett rá.

A kérdezőbiztosok segítségével felvett nagymintás kérdőíves kutatás 2018 július–október közt zajlott, kérdezőbiztosok segítségével felvett kérdőíves kutatás során 600 férfi és 600 női vállalkozó megkérdezését céloztuk meg, a mintavételhez pedig a www.listafirme.ro oldaltól vásárolt adatok nyomán építettük ki a mintavételi keretet a Hargita, Kovászna és Maros megyében bejegyzett vállalkozások adatait alapján, a többlépcsős rétegzett mintavételt alkalmazva. Külön hoztunk létre egy női és egy férfi mintát, amelyek reprezentatívak voltak a székelyföldi női és férfi vállalkozói populációra településtípus és etnikum szerint. 1176 kérdőívet sikerült kitölteni.

Három női fókuszcsoporthoz beszélgetésre került sor 2018 nyarán, mindhárom megyében egyre, egyenként 7-9 résztvevővel. Illetve Hargita megyében egy férfi fókuszcsoporthoz is tartottunk. Ezen beszélgetések vállalkozásindítási motivációkra vonatkozó válaszait is a survey kutatás statisztikai elemzése mellé beépítjük jelen írásba.

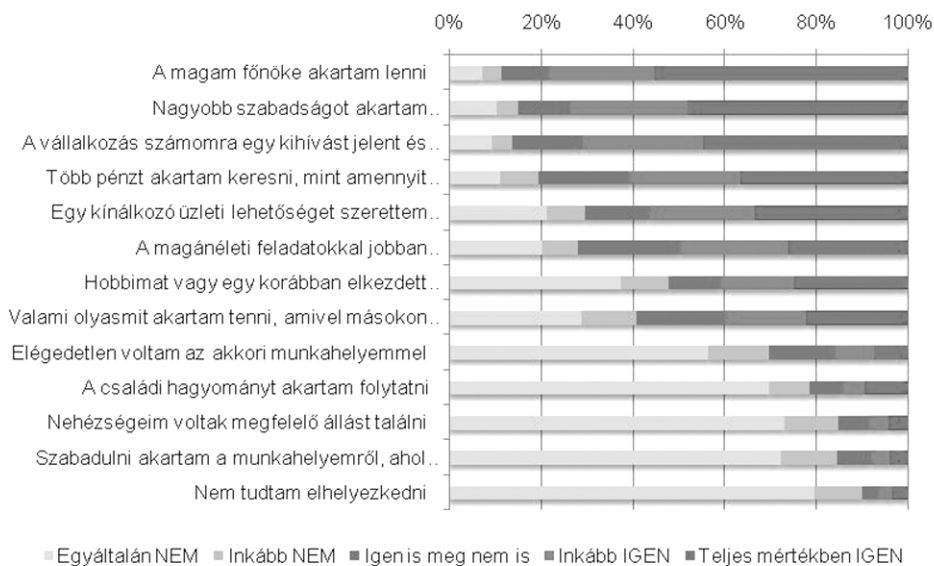
A kutatás során vállalkozónak tekintettük azt, aki egy hivatalosan bejegyzett vállalkozás tulajdonosa, és azt egyedül vagy társsal működteti. A kutatásban szándékosan eltekintettünk azon vállalkozók megkérdezésétől, akik önfoglalkoztatók, azaz

nem kérdeztük meg a PFA, II AI, IF típusú jogi személyiséggel rendelkező gazdasági egységek tulajdonosait. Ugyanakkor az igazgatókat, ügyvezetőket (adminisztrátorokat) sem kérdeztük, amennyiben nem voltak tulajdonosai vagy társtulajdonosai a cégnek.¹¹

„A magam főnöke akartam lenni”

■ Egy sor kijelentést fogalmaztunk meg, melyek korábbi kutatások nyomán merültek fel vállalkozói motivációként. Ezekben kértük a vállalkozók segítségét, hogy mondják meg, adott kijelentések mennyire igazak vagy sem rájuk, részben vagy teljes mértékben. A kérdőíves kutatásunk eredményei alapján azt kell megállapítanunk, hogy a székelyföldi vállalkozók esetében a leginkább jellemző hajtóerő az önállóság vágya (75,3% értett részben vagy teljes mértékben egyet ebben).¹² Ugyanígy a nagyobb szabadságra vágyás a második legerősebb motivációs tényező: a válaszadók közel fele teljes mértékben igaznak mondja magáról, hogy a vállalkozásindításkor ez szempont volt számára, és további 26 százalék döntését is inkább igen.

1.ábra: Vállalkozók motivációi (N=1156)¹³



„Csupán” a negyedik helyen van a pénz, azaz annak a vágya, hogy nagyobb jövedelemhez jusson az ember, mint amennyit a vállalkozói lét előtt keresett: minden harmadik vállalkozó számára (36,5%) teljes mértékben meghatározta ez a vállalkozói döntését, további egynegyednél is jelentősen befolyásolta az elhatározást. A vállalkozásindítást befolyásoló tényezők közt pedig ötödik helyen a lehetőség volt a hajtóerő. A vállalkozóvá válás mellett voksolók felének teljes mértékben vagy részben fontos volt egy, a magánéleti feladatokkal jobban összeegyeztethető munka megteremtésének vágya, reménye. A hobbitevékenység mint vállalkozói ötlet (41%) vagy a családi hagyomány ápolása, továbbvitele már kevesebbek döntésében játszott szerepet (15%).

Ahogy végignézzük a motivációk sokféleségét, azt láthatjuk, hogy alapvetően nem a kényszer határozta meg a legtöbb vállalkozás indulását és a vállalkozói lét melletti elköteleződést. Ezt bizonyítja például az is, hogy három vállalkozóból ketőre sem részben, sem egyáltalán nem igaz az, hogy nem volt elégedett a korábbi

munkahelyével, és ezért vágott bele a vállalkozásába. Ahogyan négy vállalkozóból három azt állítja, hogy nem azért indította volna vállalkozását, mert nem talált magának munkahelyet. Csupán 6,2 százalékot tesz ki azok aránya, akikre igaz az, hogy nem tudtak elhelyezkedni a munkaerőpiacon, és ez befolyásolta a vállalkozásindítást.

Egy statisztikai elemzés során¹⁴ megvizsgáltuk, hogy a vállalkozói motivációkat tekintve csoportosíthatók-e a vállalkozói attitűdök a vállalkozásindításra vonatkozóan. Ennek nyomán három motivációcsoport körvonalazódott. Az első csoportnak a *kapitalista szelleműek* nevet adtuk. Úgy tűnik, hogy akinél az önállóság nagyon erős befolyással bírt, annál gyakrabban a több pénz keresete is társult, illetve a vállalkozásra kihívásként tekintés is inkább elmondható. A *munkavágyók* csoportjára inkább jellemző a kényszervállalkozás: egy kedvezőtlen munkaerőpiaci helyzet motiválta a vállalkozásindítást. A *szenzimentalistákra* a vállalkozást nem klasszikus kapitalista elgondolásra alapuló motiváció jellemző, hanem inkább kicsit az érzelmi alapú: a környezeten való segítség vagy a hobbytevékenységre alapozó cégekitalálás, a családi hagyományok iránti elköteleződés.

1. táblázat: Miért indította a vállalkozását? – faktorelemzés¹⁵

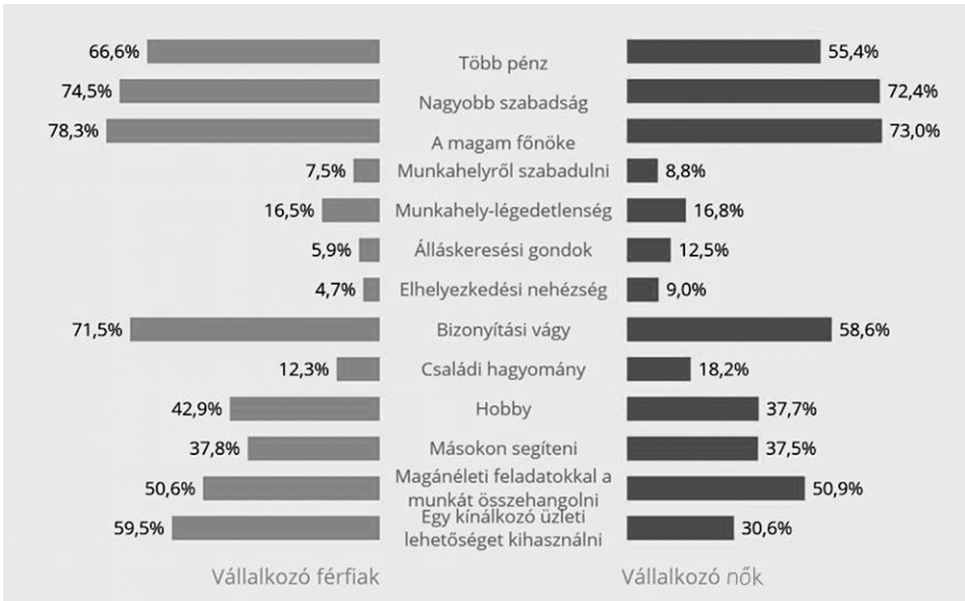
	Kapitalista-szelleműek	Munkateremtők	Szenzimentalisták
A magam főnöke akartam lenni	0,748		
Nagyobb szabadságot akartam abban, ahogyan a munkámat végzem	0,747		
Több pénzt akartam keresni, mint amennyit azelőtt kerestem	0,629		
A vállalkozás számomra egy kihívást jelent és bizonyítani akartam magamnak, hogy meg tudom valósítani	0,491		
Egy kínálkozó üzleti lehetőséget szerettem volna kihasználni	0,317		
Nehézségeim voltak megfelelő állást találni		0,803	
Nem tudtam elhelyezkedni		0,777	
Szabadulni akartam a munkahelyemről, ahol hátrányos megkülönböztetésben volt részem		0,722	
Elégedetlen voltam az akkori munkahelyemmel		0,679	
Valami olyasmit akartam tenni, amivel másokon vagy a környezeten tudok segíteni			0,731
Hobbimat vagy egy korábban elkezdett tevékenységemet akartam vállalkozássá fejleszteni			0,717
A magánéleti feladatokkal jobban összehangolható munkát szerettem volna végezni			0,464
A családi hagyományt akartam folytatni			0,423

Csak a nők építenek vállalkozást egy hobbira?

■ Elmondhatjuk-e ennek a kutatásnak a fényében, hogy más dolgok vezetnek egy férfit a vállalkozáshoz, és mást egy nőt? Az adatok nem minden esetben hoztak egyértelmű különbségre utaló jeleket: nem állíthajtuk azt, hogy a férfi vállalkozók az anyagi nyereségért akartak vállalkozni, a nők pedig azért, mert nem találtak állást maguknak. Nem ilyen egyszerű a képlet, általában hasonló arányban játszottak szerepet a felsorolt tényezők a vállalkozónőknél és a férfiaknál is (lásd 2. ábra). Például mind a nőknél, mind a férfiaknál a függetlenség és a nagyobb szabadság bír a legfontosabb motiváló erővel, aztán a bizonyítási vágy és az anyagi jövedelem növelése, de az arányok esetenként enyhén eltérőek. Például míg 3 férfi vállalkozóból kettő határozottan azt mondja, hogy igen, több pénzt akart keresni, ezért (is) lett vállalkozó, addig csak minden második nő állítja ugyanezt. A nők körében magasabb azok aránya, akik nehezen találtak megfelelő állást, és amiatt (is) fogtak bele a vállalkozás működtetésébe. Míg a férfiak 2,7 százaléka mondta, hogy teljes mértékben igaz ez rá, illetve további 3,4 százalékra is részben, a nők esetében ez 6 és 5,4 százalék. Tehát a nők esetében kétszeres azok aránya, akik nehezen találtak állást, és ez meghatározta a vállalkozóvá válásukat, mint a férfiak esetében.

Hasonló szignifikáns összefüggést fedeztünk fel a vállalkozó neme és aközött, hogy mennyire igaz rá, hogy a saját főnöke szeretett volna lenni. Láthatjuk, hogy a két szélső érték esetében van kisebb eltérés a nők és a férfiak között.

2. ábra: Motivációk nemi bontásban¹⁶



„Volt egy jó ötletem, és még senki nem csinálta meg”

■ A 1176 válaszadó által nyújtott adatok elemzése nagyon sokféle statisztikai eredményt szolgáltatott. Ezeket a kemény számadatokat nagyon szépen kiegészítik a fókusz-csoportos beszélgetések során nyert úgymond soft adatok, vélemények, narratív megközelítések, amelyek kicsit árnyalják a képet, több betekintést engednek annak megértéséhez, hogy valaki miért, milyen okból indítja vállalkozását, lép rá a vállalkozói útra.

A Hargita, Kovászna és Maros megyében élő magyar vállalkozónőket amikor arról kérdeztük, hogy mi motiválta őket arra, hogy vállalkozást indítsanak, több dolgot felsoroltak, amelyek közül az alábbiakban néhányról szót ejtünk, interjúrészletekkel illusztrálva a megfogalmazottakat.

A hobbi motivált

■ A vállalkozónők esetében többször találkoztunk azzal, hogy a korábbi hobbitevékenység motiválta arra, hogy gazdaságilag is rentábilis módon tekintsen a kedvenc időtöltésre, és indítson valaki vállalkozást. Férfi vállalkozóknál is tapasztaltunk hasonlót, viszont nőknél gyakoribb, hogy teljesen vagy részben a vállalkozói alaptervékenység egy hobbiból nőtte ki magát. Többekre jellemző, hogy alkalmazotti státusuk során már végezték egyfajta melléktevékenységként, de később, csupán amikor már biztosak voltak benne, hogy ebből meg is lehet élni, vált fő tevékenységükké.

„Amióta az eszemet tudom, én szerettem sütni. Imádtam. Minden családi eseményre gyönyörű és finom dolgokat készítettem, mindenki szerette. De hát nekem megvolt a szaknám, azt tanultam, tudtam, mi leszek, ha nagy leszek. De akkor is mindig sütöttem. Aztán persze a barátok, ismerősök rám kaptak, mindenki akarta, hogy ezt készítsek meg azt, meg néha hoztak egy vajat vagy valamit. Édesanyám csak a fejét fogta, hogy miért dolgozok ingyen. Egyszer a páromnak is eszébe jutott: ha te ezt ennyire szereted, miért nem ezzel foglalkozol. És akkor rájöttem, hát tényleg.” (B., MS, nő)

Az ötlet motivált

■ Nagyon sokan mesélték el vállalkozásindításukról, hogy réges-rég megszületett a fejükben egy ötlet, amely nem hagyta nyugodni, mindig izgatta, nyugtalanította, tervezésre ösztökélte. És többévi érlelődés után tulajdonképpen az alapötlet vezérelte mindvégig a vállalkozásindítást. Több esetben tapasztalhattuk, hogy jó néhányan éveket dédelgetnek egy jó ötletet, és aztán egyszer csak, amikor a körülmények engedik, megvalósítják. Az ötlet viszont sok esetben éveket érlelődik bennük.

„Ilyen akkor még nem volt, és ma, öt év után sincs az erdélyi magyar piacon. Én első perctől tudtam, hogy ez jó lesz és működni fog. Gazdasági szakemberek 1-2 évet sem adtak nekem.” (K., HR, nő)

Belső készítés motivált

■ Főként a kilencvenes évek elején induló vállalkozók esetében jellemző az, hogy mikor végre már lehetett, akkor nagyon szerettek volna „valamihez kezdeni”. Így nem feltétlen volt ötlet, sem tapasztalat, sem konkrét hobbi, csupán a belső ösztönös készítés, hogy valamihez kellene fogni, ami működőképes, fenntartható, és nyereséges is lehet. Ezt mind a férfiak, mind a nők körében tapasztaltuk.

„Valamiért éreztem, hogy nekem ezt kell tennem. Mindig valamit alkotni akartam. Nemcsak kereskedni, nemcsak árut cserélni, hanem valamit létrehozni.” (J, HR)

A változás vágya motivált

■ A beszélgetések során nemegyszer hangzott el a vállalkozó nők részéről az, hogy például a gyereknevelési szabadság ideje, az a 2 vagy 4 év jelentősen átrajzolta a prioritási listájukat. Többen említik, hogy ez alatt az időszak alatt volt idejük átgondolni, hogy mivel szeretnének és mivel nem szeretnének foglalkozni majd a munkaerőpiacra visszatérve. Illetve olyan résztvevők is voltak a beszélgetéseken, akik válás után új életet próbáltak felépíteni, és ez a változás, változtatás vágya motiválta, hajtotta arra, hogy keressenek egy másfajta munkát, megélhetést, mint amit korábban végeztek.

„Pont gyereknevelési szabadságon voltam, két ismerősöm megkeresett, hogy nem vállalnám-e el a cégük adminisztrálását. Átgondoltam, megfontolam, és úgy döntöt-

tem, hogy elvállalom, de csak akkor, ha bevesznek társnak. Így lettem én vállalkozó. Aztán az évek során mindketten kiszálltak, maradtam én egyedül.” (K., MS, nő)

„Mindennap vasaltam az inget, a kosztümöt. Ültem négyig az irodában. Mindenféle hülyeséget hallgattam és csináltam. Kösz, nem, ebből nem kérek többet.” (Zs., MS, nő)

Rugalmasság vágya motivált

■ Mind a vállalkozó nők, mind a vállalkozó férfiak részéről elhangzott az, hogy nagyon jelentősen befolyásolta a vállalkozóvá válásukat az, hogy rugalmasságra vágytak, azt szerették volna, ha idejükkel, munkabeosztásukkal, kollégák megválasztásában rugalmasabbak lehetnének. És ez nagyon jelentős motiváló erőnek tűnik – főleg nők esetében – a vállalkozói pályán való maradás mellett.

„A férjem munkája miatt kicsit kétlaki életünk van. Így van egy mozgó műhelyem, ami mindig velem van, bárhol tudok dolgozni, amikor úgy van időm. Máskor meg másra tudok időt szakítani. Van, hogy egy nap tizenkét órát dolgozom. És van, ritkán, hogy kettőt.” (H., MS, nő)

Az anyaság motivált

■ Egyértelmű, hogy ezt a vállalkozó nők körében tapasztaltuk, de alig akad olyan vállalkozó nő, akinek ez nem szempont, amennyiben van gyereke, de már olyanoknál is az, akik még csak tervezik a családot. Hogy legyen alakítható a munkaprogram, jusson idő a gyermekekre, a vakációkban is megoldott a gyermekfelügyelet.

„Sokat számít az, hogy saját magam tudom beosztani az időm. Reggel nyugodtan indulnak a gyermekek az iskolába, délben várom őket ebéddel. Tudok otthon dolgozni, nem kell állandóan szervezzem a dolgokat. [...] Évente egyszer mindig elfog a kísértés, hogy hagyjam az egészséget, és menjek vissza alkalmazottnak. [...] De ha minden nap 4-5-ig dolgozom, többet nem tudunk együtt ebédelni. Inkább nem... (Zs, MS, nő)

„Gyakorlatilag most kicsit azt csinálom, amit régen nagyapám. Aki egy gyógyszerész zseni volt. Nem értett a pénzügyekhez, nem volt pénze, nem volt nyeresége, de az embereknek olyan dolgokat készített, amik hatásosak voltak. Persze a receptes füzetét elveszítettük, ellopták.” (Zs., MS, nő)

A vállalkozói minta motivált

■ Több olyan résztvevője is volt a fókuszcsoportos beszélgetéseknek, akik már második generációs vállalkozók, vagyis szüleik (édesapjuk) is vállalkozó. Illetve a narratívák nyomán az derül ki, hogy ez jelentős meghatározó erővel bírt: gyerekkortól beleláltak a vállalkozás kihívásaiba, és vagy a családi vállalkozás továbbvitelére, vagy saját vállalkozás elindítására ösztönözte.

„Ott volt édesapám vállalkozása. Így nőttünk fel, ahogy mondtam, a nyarakat végigdolgoztuk, minden az életünk része volt. Természetesen volt számomra, hogy ezt akarom vele vinni tovább.” (A, CV nő)

A rossz munkatapasztalat motivált

■ A beszélgetések során nagyon ritkán fordult elő, hogy negatív munkaerőpiaci tapasztalatokról számoljanak be, és azt mesélik, hogy amiatt lettek vállalkozók, mivel rossz volt a viszonyuk a főnökükkel, kollégákkal, vagy nagyon rosszul kerestek, vagy egyáltalán nem találtak volna munkát. Viszont akad ennek ellenére példa arra, hogy a nagyon rossz munkahelyi élmény, megélés motiválta arra, hogy kitaláljon egy alternatívát, és indítson egy vállalkozást.

„Egy, a főnökömmel átveszekedett nap után én a kolléganőmmel sírtam, és el voltam keseredve. És azt mondja a kolléganőm: miért nem csináljuk meg ezt mi akkor?

És akkor megcsináltuk. [...] Ha a főnököm másmilyen ember, én még ma is ott dolgoznék.” (B., HR, nő)

A pénz is motivált

■ A vállalkozónők nagyon ódzkodnak attól, hogy az anyagi nyereségről beszéljenek, viszont nemegyszer elhangzott, hogy igen, természetesen a nagyobb kereseti lehetőség is mindig ott lebegett a szemük előtt, és ez – ha nem is említik – egy fontos motívum. Mivel senki sem azért hagyta ott a korábbi munkahelyét, mert ingyen szeretne volna csinálni azt, amit csinál. Vagy senki sem azért bajlódik a cégével, könyvelővel, partnerekkel, mert nem akar keresni rajta. Csak kicsit mintha szégyen lenne erről beszélni, a nőknek.

„Én bevallom őszintén, én pénzt is akarok keresni. Ha nem így lenne, akkor elmennék alkalmazottnak, és nem fájna a fejem. Ez az igazság. [...] Nem fogok ebből soha szupergazdag milliomos lenni, de igen, pénzt is kell hoznia egy vállalkozásnak, és ez is fontos” (K, CV, nő)

Összegzés

■ Az egyéni vagy fókuszcsoportos interjúk vagy olyan előadások, beszélgetések, vállalkozó nőkkel szervezett beszélgetések során, amelyeken az elmúlt két-három évben részt vettem, az derül ki számomra, hogy elég nehéz egyetlen olyan tényezőt mondani, ami meghatározó volt, mivel sok minden hatott az illetőre, sokféle tényező játszott szerepet abban, hogy elindult és haladt valaki a vállalkozói úton. Sokkal inkább azt kell megállapítanunk, hogy több tényező játszik szerepet, és inkább tényezőcsoportok vannak, motivációs meghatározók. Minden történet más, és számtalan történetet lehet hallani, számtalan mögöttes motívumot lehet fellelni. A számok azt mutatják, hogy kevés különbség van a férfi és női vállalkozók motivációi mögött, a férfiaknál is fontos volt a munka- és a magánélet közti egyensúlyra való törekvés, a nőknél is számított, hogy önállósodni akartak, a férfiak is inkább alapoznak vállalkozást egyfajta hobbitevékenységre, nem csak a nők. Szóval láthattuk, hogy – a számok alapján – kisebbek az eltérések, a különbözőségek férfiak és nők közt. A fókuszcsoportos beszélgetések során viszont picit árnyaltabb ez a hasonlóság: míg a férfiak közül senki sem úgy indította cégét, hogy a gyereknevelést, a beteg gyerekkel való otthonmaradást belekalkulálta volna, vagyis ez lett volna egy fő szempont, addig a nők szinte kivétel nélkül ezzel mindig számolnak, legtöbbször már akkor, amikor még gyerekük sincs. Tehát a nőknél a gyerekről, családról való gondoskodás alapvető meghatározó tényezőként merül fel, amely úgy tűnik, mindig ott lebeg a vállalkozói döntésben, de a vállalkozás továbbműködtetése melletti döntésben is.

■ JEGYZETEK

1. O.Drîga – E. Lafuente: *Antreprenoriatul feminin în România*. Caracteristici personale și efectul exemplorilor antreprenoriale. CEBR Working Paper Series. WP 02/2009. <http://www.kfacts.com/index.php?page=studii-si-cercetari> (letöltés: 2012. április 12.); O. Drîga – E. Lafuente: *Antreprenoriatul feminin în România*. Caracteristici personale și efectul variabilelor socio-culturale. CEBR Working Paper Series. WP 02/2007. <http://www.kfacts.com/index.php?page=studii-si-cercetari> (letöltés: 2012. április 12.); A. Dodescu – A. Bădulescu – A. Giurgiu – I. Pop-Cohuț: *Antreprenoriatul feminin în vestul României*. Rezultatele de cercetare și recomandări de politici. In: *Economie teoretică și aplicată*, Vol. XVIII. No. 1. pp. 23–46.; GergelyOrsolya: *Vállalkozás női módra. A székelyföldi női vállalkozók profiljának és motivációinak vizsgálata*. Nemzeti Kisebbségkutató Intézet. Kolozsvár, 2013.
2. M. Orhan: *Whywomenenterintosmall business ownership*. In: S. Fielden & M. Davidson (Eds.): *International handbook of womenandsmall business entrepreneurship*. Edward Elgar Publishing, London. 2005. 2–16. Továbbiakban: Orhan, 2005.
3. Orhan 2005.
4. Orhan 2005. 4.

5. O. Driga – E. Lafuente: *Antreprenoriatul feminin în România*. Caracteristici personale și efectul exemplelor antreprenoriale. CEBR Working Paper Series. WP 02/2009. <http://www.kfacts.com/index.php?page=studii-si-cercetari> (letöltés: 2012. április 12.)
6. M. van der Boon: *Women into enterprise – a European and international perspective*. In: S. Fielden – M. Davidson (eds.): *International handbook of women and small business entrepreneurship*. Edward Elgar Publishing, London. 2005. 161–178. 163. Továbbiakban: Boon, 2005.
7. Boon 2005.; Gergely 2013.
8. Orhan 2005. 4.
9. Boon 2005. 613.
10. Gergely Orsolya: *Vállalkozás női módra. A székelyföldi női vállalkozók profiljának és motivációinak vizsgálata*. Nemzeti Kisebbségkutató Intézet, Kolozsvár, 2013.
11. Geambașu Réka – Gergely Orsolya: *A székelyföldi vállalkozónők gazdasági és társadalmi szerepei. Kutatás-jelentés*. 2013. <https://ukksz.ro/index.php/noeletero>. Továbbiakban: Geambașu–Gergely 2019.
12. Geambașu–Gergely 2019.
13. Geambașu–Gergely 2019.
14. Geambașu–Gergely 2019.
15. Fő komponens elemzés során nyert adatok.
16. A teljes mértékben igen, illetve az inkább igen válaszok arányát összenvonva lehet látni.

