

HOGYAN NŐTT A TÉT? – A „NŐ A TÉT” VÁLLALKOZÓNŐI KÖZÖSSÉG TÖRTÉNETE

JÁMBOR FRUZZSINA¹ – GAÁL SZILVIA²

Absztrakt

A Nő a TÉT vállalkozónői közösség egy Gödön és az észak-pesti régióban működő, helyi női vállalkozók és szakemberek által alapított, jogi forma nélkül működő támogató hálózat. A közösség célja, hogy szakmai fejlődést, önismereti támogatást és közösségi élményt nyújtson vállalkozó nők számára, elősegítve a női vállalkozók láthatóságát és gazdasági önállóságát. Az esettanulmány célja, hogy bemutassa a közösség létrejöttének társadalmi, gazdasági és közösségi hátterét, fejlődési szakaszait, szerveződési folyamatait, valamint tevékenységeit és szolgáltatásait. Külön hangsúlyt kap az elemzés során annak feltárása, hogy milyen kihívásokat jelent az önszerveződés fenntartása, a hálózat piaci modell felé való elmozdulása, valamint az alapítók szerepvállalásának változásai. Az esettanulmány arra is rá kíván világítani, hogy miként képes egy alulról szerveződő női közösség valódi társadalmi és gazdasági változást generálni helyi közösségben, miközben alkalmazkodik a 21. század kihívásaihoz.

Kulcsszavak: vállalkozás, női vállalkozók, közösség, vállalkozásfejlesztés, mentoring

The story of a women entrepreneurial community: „Nő a TÉT”

Fruzsina Jámbor – Szilvia Gaál

Abstract

The Women Entrepreneurs' Community “Nő a TÉT” is a support network established by local women entrepreneurs and professionals in Göd and the Northern Pest region of Hungary. Its mission is to provide professional development, self-awareness support, and a sense of community for women, while enhancing the visibility and economic independence of female entrepreneurs. This case study examines the social, economic, and community-driven factors that led to the formation of the community, traces its development stages and organisational processes, and highlights its activities and services. Particular attention is paid to the challenges associated with maintaining self-organisation, the transition to a market-based model, and the evolving roles of founders. The study demonstrates how a grassroots

¹ Jámbor Fruzsina, Szociológia MSc, Business Coach MSc, vállalkozási mentor, team coach, iskolafenntartó, generációs tréner, Nő a TÉT, Zenit Általános Iskola, SteiGen Kft

² Gaál Szilvia, Nemzetközi Kapcsolatok Szakreferens BSc, Irodalomterapeuta BSc mediátor, önismereticoport-vezető, vállalkozási mentor, Nő a TÉT

women's community at the local level can drive genuine social and economic change while adapting to the challenges of the 21st century.

Keywords: entrepreneurship, female entrepreneurs, community, business development, mentoring

BEVEZETÉS, AVAGY A „NŐ A TÉT” HÁLÓZAT LÉTREJÖTTÉT INDUKÁLÓ TÁRSADALMI PROBLÉMÁK DIÓHÉJBAN

A 21. századi magyar társadalomban egyre hangsúlyosabbá váltak azok a társadalmi, gazdasági és közösségi igények, amelyek a nők önszerveződését ösztönözték, különösen szakmai szerepvállalásukat tekintve.

A Nő a TÉT vállalkozónői közösség létrejöttében az alábbi társadalmi folyamatok játszottak meghatározó szerepet.

Az Y generáció tagjai, akik 1981 és 1994 között születtek, a 2010-es években tömegesen váltak anyává Magyarországon. Ezzel párhuzamosan az okostelefonok gyors elterjedése alapvetően átalakította a szülői szerepeket és információszerzési szokásokat. A fiatal anyák egyre gyakrabban fordultak online közösségekhez, csoportokhoz, influenszerekhez, amikor gyermeknevelési, egészségügyi vagy életvezetési kérdésekben tanácsra volt szükségük. A közösségi média platformok nemcsak információforrásként, hanem kapcsolódási pontként is szolgáltak, ahol az anyák megoszthatták tapasztalataikat és támogatást nyújthattak egymásnak. Természetesen ezek negatív pszichológiai következményekkel is együtt jártak.

A digitális szülőség elterjedésével a családi élet és a karrier is egyre inkább az online térbe tolódott, különösen azoknál az anyáknál, akik otthonról dolgoztak vagy vállalkozást indítottak. Ez a tendencia hozzájárult ahhoz, hogy a Budapest környéki agglomerációban felerősödött a „zöldözvegy” jelenség: sok család költözött ki a városból a zöldövezetbe, de a férjek gyakran a fővárosban dolgoztak, míg az anyák egyedül maradtak otthon a gyerekekkel. Az online tér lehetőséget adott a társas kapcsolatok fenntartására, de sok anya mégis magányosnak érezhette magát a fizikai elszigeteltség miatt.

A digitális eszközök használata megkönnyítette a mindennapi szervezést, de új kihívásokat is hozott a gyermeknevelésben, például a képernyőidő szabályozásában és az online biztonság kérdéseiben. Az Y generációs anyák kevésbé ragaszkodtak a hagyományos nemi szerepekhez, és fontosnak tartották a gyermek egyéniségének tiszteletben tartását, de valódi példa nélkül ez az új szülői szerep kihívást jelentett a szülői generációnak. Míg az információs túlterheltség

szorongást és bizonytalanságot okoz a gyermeknevelésben, az interneten könnyen terjedő félrevezető vagy hamis tanácsok szintén elbizonytalanítják a szülőket.

A karrier és a család közötti egyensúly megteremtése sokuk számára az online munkavégzés révén vált elérhetővé. Az online közösségek és digitális platformok így nemcsak információs, hanem érzelmi és szakmai közeget és referencia pontot is jelentettek az Y generációs anyáknak. Az otthoni munkavégzés miatt elmosódhatnak a munka és a magánélet határai, ami kiegészítéshez vezethet több szerepben is.

A munkaerőpiaci esélyegyenlőtlenségek, a női vállalkozók láthatóságának hiánya, valamint a támogató közösségek iránti igény mind hozzájárultak ahhoz, hogy speciális, női fókuszú csoportok alakuljanak ki a 2010-es években. Gödön, a helyi közösségi életben is megjelent az igény olyan klubokra, amelyek nemcsak szakmai, hanem önismereti, vállalkozásfejlesztési és kapcsolati támogatást is nyújtanak a nők számára. Az országos és nemzetközi trendekhez igazodva, a női közösségek szerepe egyre inkább felértékelődött a településen élők körében is, különösen a társadalmi integráció, az empowerment és a gazdasági önállóság területén. Mivel tapasztalataink szerint a digitális világban nehezebb valódi közösségi élményeket megélni, és az online vállalkozói közösségek is virágoztak, egy offline közösség igénye még erősebben merült fel.

Mindezen jelenségek vezettek el ahhoz az igényhez, hogy hat évvel ezelőtt egy valódi, offline női közösséget hívjunk életre, ami valójában nem volt megvalósítható egy online háttér infrastruktúra nélkül.

AZ ESETTANULMÁNY CÉLJA ÉS SZERKEZETE

Az esettanulmány célja, hogy bemutassa a „Nő a TÉT” közösség létrejöttének okait, fejlődési szakaszait, szerveződési folyamatait, tevékenységeit és a fenntarthatóság, valamint a piaci modell felé való elmozdulás dilemmáit az alapítók szemszögéből. A tanulmány az alábbi témákat érinti: a közösség létrejöttét kiváltó helyi és általános társadalmi problémák; a közösség fejlődéstörténete, főbb mérföldkövei; a network szervezése, az önszerveződés és az informális kapcsolatok szerepe; a közösség által kínált tevékenységek és szolgáltatások; az önszerveződés fenntartásának kihívásai, a szervezeti forma és a piaci modell keresése.

A tanulmány az alapítók szemszögéből készült, a „Nő a TÉT” közösség közel tíz éves történetének objektívásra törekvő szubjektív megélésével.

A „NŐ A TÉT” VÁLLALKOZÓNŐI KÖZÖSSÉG FEJLŐDÉSTÖRTÉNETE

A hálózat működését megalapozó szempontok: nőként vállalkozni és közösséget alkotni

A „Nő a Tét” vállalkozónői közösség 2019-es *alapítását* helyi női vállalkozók és szakemberek kezdeményezték, akik felismerték, hogy az észak-pesti régióban hiányzik az olyan támogató hálózat, amely egyszerre nyújt szakmai fejlődést, önismereti támogatást és közösségi élményt a nők számára. A közösség elsődleges célja a női vállalkozók és a munka világában aktív nők összefogása, tapasztalatcseréje és egymás segítése volt.

Az esettanulmány szerzői, mint alapítók a 2010-es években saját életszakasz- és karrierváltásuk során ismerték fel a vállalkozás, mint karrier lehetőségét. Első generációs vállalkozóként nem volt családi példájuk a vállalkozásra, egy 1990-es évekbeli kényszervállalkozás példáján kívül, ami a munka-kiszervezés leplezésére jött létre, nem pedig a klasszikus vállalkozói éthosz mentén.

A közösség alapjait tehát két fontos értékrend alapozta meg, az egyik a vállalkozói értékek, a másik a 21. századi női önismereti és közösségi értékek. Mindkét értékrend fontos szerepet játszott az alapítók saját vállalkozásainak (melyek közé tartozik önismereti irodalomterápiás praxis és egy alternatív általános iskola) alapításánál is.

Amikor vállalkozásról beszélünk, egy olyan gazdasági egységről vagy szervezetről szólunk, amely saját nevében, saját felelősségére, üzletszerűen folytat tevékenységet, elkülönül a piaci szereplőktől, de a piacon működik, és elsődleges célja a nyereség elérése, amely érdekében kockázatot vállal. A vállalkozás lényege, hogy önállóan, rendszeresen és gazdasági céllal szervezi meg a termelési tényezőket, hogy termékeket vagy szolgáltatásokat állítson elő, és kielégítse a fogyasztói igényeket.

A hagyományos vállalkozói értékek azok az alapelvek és attitűdök, amelyek hosszú ideje meghatározzák a sikeres vállalkozók gondolkodásmódját és működését. Ezek közé tartoznak:

- *Kockázatvállalás:* A vállalkozó hajlandó bizonytalanságot és anyagi, pszichikai vagy társadalmi kockázatot vállalni a siker érdekében. Ennek feltétele a *pszichológiai biztonság* megteremtése, mely a vállalkozás fenntartásának alapja.
- *Önállóság:* Egy vállalkozó saját döntéseket hoz és felelősséget vállal a tetteiért, ezen felül munkavállalóiért, ügyfeleiért és a társadalomért is *felelősséget* érez.
- *Kitartás és szorgalom:* A vállalkozó hosszú távon dolgozik céljaiért, ezeket figyelembe véve tervez és dönt. *Célorientáltan*, működik, világos célokat tűz ki, és ezek elérésére fókuszál.

- *Kreativitás és innováció, reziliencia:* Új ötleteket keres, fejleszt, és képes alkalmazkodni a változó környezethez, a BANI világban (a mozaikszó a Brittle (Törékeny), Anxious (Szorongó), Nonlinear (Nemlineáris) és Incomprehensible (Felfoghatatlan) szavak rövidítése) ezek minden vállalkozás életben maradásának alap értékei, minden vállalkozó alap kompetenciái.
- *Etikus magatartás:* Betartja a jogszabályokat, tisztességesen viselkedik a partnerekkel, ügyfelekkel, munkatársakkal szemben. Pontos, szavahihető, tartja a vállalásait, egyszóval *megbízható*.
- *Megoldásfókusz:* A vállalkozó gyorsan és hatékonyan reagál a felmerülő kihívásokra, a lehetőségekre és a megoldásra fókuszál.
- *Értékteremtés:* Arra törekszik, hogy tevékenysége hasznot hozzon a vevők, a közösség, a tágabb társadalom és a gazdaság számára.
- *Fenntarthatóság és fejlődés:* a vállalkozó a vállalkozásának fejlődését a gazdasági növekedésen túlmutatóan a személyes fejlődésében, a társadalom és a tágabb környezet fenntartható fejlődésében méri.

A női közösségi értékek megfogalmazása során a hagyományos női körök, közösségek értékeihez nyúltunk vissza. Bár azt tapasztaltuk, hogy a hagyományos női közösségek fő erőssége a megtartó, gondoskodó, támogató közeg, az erre való igény nem csökkent a 21. századra, csak a hangsúlyok alakultak át. Változás az, hogy a hagyományok őrzése helyett a modern női közösségek a személyes fejlődést, a pszichológiai biztonságot, a társadalmi szerepvállalást és a reziliens alkalmazkodást helyezik előtérbe, de az elfogadás, az összetartás és a kölcsönös támogatás alapvető értékei megmaradtak.

A vállalkozói és a női közösségi értékek így közös halmazt alkottak, melynek metszetében megjelentek azok az alapértékek, melyek a mai napig formálják a „Nő a TÉT” vállalkozónői közösséget. Így például az *együttműködő versengés* értéke, mely sok esetben hatékonyabbnak és egészségesebbnek bizonyul, mint a pusztán önérdekű verseny vagy a konfliktus kerülése egy szűkebb, lokális közösségben. Ebben a társas viszonyban a felek támogatják egymás szakmai és személyes fejlődését, miközben a verseny motiváló ereje fennmarad.

1. ábra: A „Nő a TÉT” közösség értékei



Forrás: [Nő a TÉT](#)

A hálózati közösség elindítása és indulása 2019-ben

A vállalkozás indítását tervező alapítók 2019 tavaszán szervezték meg az *első Gödi Női Vállalkozók Találkozóját*. Mivel egy alapvetően értékorientált, informális közösség létrehozása volt a cél, az alapítók az önkéntes munkavégzést választották a megalapozás időszakában a maguk számára.

Az alapítók önkéntes feladatai kezdetben egy néhány tíz, mára közel 500 főt számláló online közösség adminisztrációját, személyes találkozók megszervezését, kommunikációját és koordinálását takarták. Az első személyes találkozók népszerűsége arra motiválta az alapítókat, hogy folytassák rendszeres személyes találkozókkal a közösség kiépülését. Ehhez jó háttérrel adott egy szintén női vállalkozó által vezetett helyi vendéglátóhely is, mely két hetente, kedd délelőtt hamarabb nyitott ki, hogy helyet és frissítőket biztosítson a közösségnek.

Az első formálódó időszak után hamarosan, nagyjából *2019 őszétől* beállt egy rendszer a közösségben. A kétheti személyes találkozók során alkalmanként 2-3 órában a vállalkozó vagy vállalkozást fontolgató nők találkoztak személyesen. A hónap első találkozásán tematikus beszélgetések, szakmai előadások és workshopok szerveződtek, a második találkozón pedig mentoring alkalmak során a jelentkező tagok bemutathatták saját vállalkozásukat vagy vállalkozási ötletüket. A mentoring alkalmakon a közösség támogatásával az alapítók

mentoring beszélgetések során segítették kérdéseikkel, javaslataikkal a mentoráltakat. A közösség ekkor még nagyjából 50-100 tagot számlált, ebből személyesen 30-40 fő volt aktív tag. Az alapítók folyamatosan képezték magukat a vállalkozás és az önismeret fejlesztés területén, de a közösséget továbbra is informálisan, önkéntes munkával támogatták.

A közösség tagjai jellemzően 30-40 éves, családos nők voltak, jellemzően Göd és annak 5-10 kilométeres vonzáskörzetéből.

A Covid-19 járvány hatása a közösség építésére és működésére

A hálózat történetének és működésének következő időszaka a kényszer hatására alakult, hiszen a COVID-19 berobbanásával megszűnt a személyes kapcsolódásnak. Az alapítók számára egy önkormányzati pályázat adott ötletet arra, hogy az online csoport mellett hogyan tudják hatékonyan fenntartani és támogatni a közösséget. Egy kisebb, 200 ezer forintos támogatás elnyerését követően pályázatot írtak ki a közösség tagjainak, olyan szakemberek egyéni és csoportos online vállalkozásfejlesztési szolgáltatásait felajánlva, amely egyrészt a pályázók vállalkozását segítette a további fejlődésben, másrészt a szolgáltatókat juttatta bevételhez a nehéz időszakban. Itt a javarészt online aktivitásának köszönhetően a közösséghez nagyobb távolságból is tudtak csatlakozni, olyan dolgozó nők is, akik korábban a hétköznapi délelőtti időszámban nem voltak elérhetőek a munkájukból kifolyólag. Az alapítók továbbra is önkéntesek voltak a szervezetben.

A COVID-19 járvány utáni időszak fejleményei a „Nő a TÉT” vállalkozónői közösség életében

Az online közösségi forma azonban nem tudta pótolni a személyes női közösséget, így a korlátozások feloldásával a közösség helyi tagjai kezdeményezték a személyes találkozók újraindítását. Érezhető volt azonban a társas térből való visszahúzódás, a családi szerepek átrendeződése a kisgyermekes háztartásokban a nők gondozói, nevelői szerepének megerősödésével a korlátozások és intézményi bezárások idején. A személyes találkozókra nagyon lassan nőtt a megjelenők száma, az online közösség viszont növekedett, ami további kihívást jelentett és újabb feladatokat rótt az alapítókra. Az önkéntesség mellett megjelentek az egyéni mentoringra, coachingra és tanácsadásra bejelentkezők az alapítók egyéni praxisában, akik jellemzően a hálózatból érkeztek. A COVID ideje alatt Gaál Szilvia mediátor képesítést, Jámbor Fruzsina pedig Business Coach diplomát szerzett, számos más kiegészítő továbbképzés mellett. Vállalkozásfejlesztési tanácsaik, hálózatépítő munkájuk egyre több

pozitív visszajelzést kapott, míg az önkéntes feladataik nem csökkentek, nem tudták delegálni a szerepeiket.

Elmozdulás az önszerveződés felől a piaci szektor felé, avagy egy piaci rés megtalálása és kitöltése

2024 januárjában indult el az a vállalkozás (www.tudatosno.hu), melynek célja volt kiegészíteni, majd leváltani azt a négy éve tartó önkéntes tevékenységet, amely életre hívta a Nő a TÉT vállalkozónői közösséget. Ennek tapasztalatai alapján a már kidolgozott és működtetett szakmai programba ágyazva az alapítók egy Mentorprogramot és Női Üzleti Reggeli sorozatot indítottak útjára, megtartva a személyes találkozókat, de az egyes programok résztvevőitől egy jelképes összegű részvételi díjat kérve. Az ekkorra már 250-300 fős közösség minden tagja számára továbbra is elérhetőek voltak az ingyenes találkozók. Ezen programok szervezése az alapítók számára kisebb szakmai és szervezői munka befektetéssel jártak már, mint korábban.

A közösség reakciója megoszlott a közösség átalakulását tekintve. Akik inkább érdekeltek voltak egy vállalkozói közösségben való megjelenésben, saját vállalkozói szerepük fejlesztésében, üdvözölték a változásokat. Azok azonban, akik inkább a női közösséget keresték, lemorzsolódtak és inkább online maradtak aktívak.

2025-ben újabb kísérletet tettek az alapítók, üzleti alapokra helyezni a közösséget. A meglévő tagok legnagyobb része az alapító mentorok "önkéntes" gondoskodó szerepéhez tudott kapcsolódni. Ugyanakkor a Vállalkozónői Mentorprogram és Üzleti Reggelik egy teljesen új közönséget tudtak megszólítani, a teljes Dunakanyarból és az egész országból csatlakoztak érdeklődők a közösséghez, ami jelenleg közel ötszáz főt számlál. Ezen túl az új programok szélesebb hatásában megnyitották az észak-pesti régiót egy új üzleti terület, a forprofit alapon szerveződő üzleti közösségek irányába.

AZ INFORMALITÁS ÉS ÖNSZERVEZŐDÉS FOLYAMATA, VALAMINT A TEVÉKENYSÉGEK ÉS A NYÚJTOTT SZOLGÁLTATÁSOK

A „Nő a TÉT” közösség networkjének szervezése – az informalitás és az önszerveződés kihívásai

A Nő a TÉT közösség szerveződése alulról jövő kezdeményezésként, informális keretek között indult, amelyet a tagok aktív részvétele, önkéntessége és személyes motivációja tartott fenn. A tagok többsége helyi, 25-55 év közötti nő, akik között megtalálhatók vállalkozók,

szabadúszók, alkalmazottak és kisgyermekes anyák is. A közösség diverzitása lehetővé tette a különböző élethelyzetekből, társadalmi és demográfiai háttérből érkező nők integrációját. Az informális kapcsolati háló és a kölcsönös támogatás volt a fejlődés motorja, amelyhez később szakmai partnerek, helyi intézmények és civil szervezetek is csatlakoztak. A network növekedésének és működésének hatására mellék- és alszerveződések is létrejöttek, mint például olyan kézműves vállalkozónők közössége, akik közösen szerveződve szakmai vásárokat, kiállításokat szerveztek, illetve a rendezvények helyszínei is olyan lokációk voltak, melyeket a közösség tagjai indítottak el vagy vezettek.

Az önszerveződés folyamata során fokozatosan alakult át az alapítók szerepe. A szervező tag szerepét folyamatosan váltotta fel a szakértői, vezetői, "példaképi" szerep, ami a közösség tagjai részéről a felelősség áthelyezését, az alapítóknak mentori szerepbe való „transzportálását” jelentette. A szervezeten belül a kialakult, időtálló kapcsolati háló minősége egyben edukálta is a résztvevőket az együttműködésen (és nem konkurencia szemléleten) alapuló szakmai kapcsolódások keresésére és kialakítására, akár a szervezeten kívül is. Azonban a közösségi folyamatok és szerepek rögzültek. A legaktívabb tagok külön egyeztetések után sem vállaltak felelős szerepet a közösségben, hanem inkább "kiemelt ügyfél" szerepben, külső partnerként működtek. Ez a folyamat vezetett az alapítók szerepének szolgáltatói irányba való elmozdulásához, mely - a vállalkozói szerepük hangsúlyának kiemelkedése miatt - hiteles lépésnek, mégis ellentmondásos szerepváltásnak bizonyult.

A közösség tevékenységi köre és a nyújtott szolgáltatások

A közösség tevékenységi köre folyamatosan bővült: kezdetben útkereső találkozók, majd önismereti és vállalkozásfejlesztési műhelyek, szakmai előadások, networking események, majd pedig tematikus foglalkozások, mentorprogramok és közös projektek formájában. A kidolgozásra kerülő szolgáltatások célja a női vállalkozói én erősítése, a vállalkozói kompetenciák fejlesztése, a munka-magánélet egyensúly támogatása, valamint a helyi női vállalkozók láthatóságának növelése volt.

2024 óta a „Nő a TÉT” Vállalkozónői egyéni és csoportos mentorprogram mellett a közösség a havi rendszerességgű Női Üzleti Reggeliken és a Nézd, hogy NŐ! - Vállalkozónői kerekasztal beszélgetéseken találkozik személyes formában, valamint folyamatos online kapcsolatban van

a közösség a „Nő a TÉT” zárt Facebook csoportjában³. Mindezekon túl, az alapítók indítottak egy rendszeresen jelentkező podcast csatornát⁴ is, ahol helyi sikeres vállalkozónőkkel beszélgetnek szakmai életútjukról, inspirációt nyújtva ezzel akár távolabbi célcsoport számára is.

ÖSSZEGZÉS HELYETT – AVAGY AZ ÖNSZERVEZŐDÉS FENNTARTÁSA VERSUS A PIACI MODELL FELÉ ELINDULÁS

A Nő a TÉT közösség fenntarthatóságának kulcsa az önszerveződésből fakadó elkötelezettség, a tagok aktív részvétele és a folyamatos innováció volt. Ugyanakkor a növekvő igények és a professzionalizálódás szükségessé tette a szervezeti forma és a fenntartható finanszírozás keresését. A közösség elindult a piaci modell irányába: egyes szolgáltatásokat részvételi díjassá tett, partnerségeket épített ki, és felmerült a formális szervezeti keret (egyesület, nonprofit kft, stb.) létrehozásának igénye is. Ez a folyamat jól illeszkedik a hazai és nemzetközi női közösségek fejlődési trendjeihez, ahol az empowerment, a közösségi részvétel és a gazdasági önállóság egyszerre jelenik meg, mint cél és mint eszköz.

Véleményünk szerint a Nő a TÉT közösség esete jól példázza, hogy a helyi társadalmi szükségletekre reagáló, alulról szerveződő női hálózatok képesek valódi változást generálni, és hosszú távon is fenntartható, akár piaci alapon működő szervezetté fejlődni. Azonban nem állíthatjuk, hogy az átalakulás miatti szerepváltozások nem járnak együtt a közösség átalakulásával és a részvétel, az elköteleződés és a kapcsolódás minőségének változásával. Az értékorientált működés viszont garancia arra, hogy az attitűdök és a kapcsolatok átalakulása, a szakmai én-ek fejlődése, egy közösség közös értékei a közös út lezárultával is fennmaradjanak és hatással legyenek. A „Nő a TÉT” története példázza ezt, hiszen az észak-pesti régióban élő vállalkozónők egész generációja számára nyitotta meg a vállalkozásról való másfajta gondolkodást, a közösség-alapú, együttműködően versengő vállalkozónő mintájával.

³ (<https://www.facebook.com/groups/798875707175157>)

⁴ (https://youtube.com/playlist?list=PLji-6CdN-Af7jICBE4xAGzaFF_Yj2n2Rm&si=VYq98ZyPudC7yo8p)