Ανάπτυξη γυναικείας επιχειρηματικότητας στην δημιουργική οικονομία: Οι κρίσιμοι παράγοντες για την επιχειρηματική αποτελεσματικότητα.

Ναούμ ΜΥΛΩΝΑΣ
Υποψήφιος Διδάκτορας στο Τμήμα Οικονομικών Επιστημών, ΑΠΘ
Υπότροφος της Ερευνητικής Πράξης Ηράκλειτος ΙΙ

Ευγενία ΠΕΤΡΙΔΟΥ
Καθηγήτρια στο Τμήμα Οικονομικών Επιστημών, ΑΠΘ
Κοσμήτορας Σχολής Οικονομικών & Πολιτικών Επιστημών

Βασική ερευνητική ιδέα

Οι βασικοί σκοποί της έρευνας είναι οι τρεις ακόλουθοι. Πρώτον, η ανάπτυξη ενός μοντέλου με τους παράγοντες που επηρεάζουν την επιχειρηματική αποτελεσματικότητα των επιχειρηματικών εγχειρημάτων των γυναικών στη δημιουργική οικονομία. Δεύτερον, ο προσδιορισμός των κατάλληλων μέτρων μέτρησης της επιχειρηματικής αποτελεσματικότητας στον κλάδο της δημιουργικής οικονομίας, λαμβάνοντας υπόψη τις ιδιαιτερότητες που παρουσιάζει ο κλάδος. Τρίτον, η δημιουργία ενός ολοκληρωμένου μοντέλου με την επίδραση όλων των σημαντικών παραγόντων στην επιχειρηματική αποτελεσματικότητα προκειμένου να καλυφθεί το σχετικό κενό που υπάρχει στην βιβλιογραφία.

Θεωρητικό Υπόβαθρο – Ανασκόπηση της βιβλιογραφίας

Μια εκτενής ανασκόπηση τόσο της βιβλιογραφίας της δημιουργικής οικονομίας όσο και της γυναικείας επιχειρηματικότητας, αναδεικνύει κάποιους παράγοντες που σχετίζονται με την επιτυχία και την αποτελεσματικότητα των επιχειρηματικών εγχειρημάτων. Καταρχάς, οι επιχειρηματίες στην δημιουργική οικονομία μοιράζονται κάποια ειδικά χαρακτηριστικά και τάσεις, όπως το να παράγουν κάτι αισθητικό, να εμπλουτίζουν το ταλέντο τους και την δημιουργικότητά τους και να συνδυάζουν τον επιχειρηματικό με τον καλλιτεχνικό τους προσανατολισμό. Επίσης, η αποτίμηση των επιχειρηματικών εγχειρημάτων στην δημιουργική οικονομία απαιτεί προηγούμενα την εξέταση του τρόπου που οι δημιουργοί και καλλιτέχνες αντιλαμβάνονται την επιτυχία και αποτελεσματικότητα της επιχειρηματικής τους δραστηριότητας (Aggestam, 2007; Chaston, 2008; de Bruin, 2005).

Οι γυναίκες επιχειρηματίες παρουσιάζουν αρκετές ομοιότητες με τους άνδρες επιχειρηματίες, όπως η αναγνώριση της επιχειρηματικότητας ως ευκαιρία και η χρήση των ίδιων

υποδειγμάτων ρόλων και εργαλείων δικτύωσης (Green and Cohen, 1995), εντούτοις παρουσιάζουν και αρκετές διαφορές, όπως ότι ιδρύουν την επιχείρηση τους με χαμηλότερα κεφάλαια και αντιμετωπίζουν κυρίως κατά τα πρώτα στάδια άσκησης της επιχειρηματικής τους δραστηριότητας κάποιους περιορισμούς με την ισορροπία που πρέπει να κρατήσουν μεταξύ του παραδοσιακού τους ρόλου και των επαγγελματικών τους αναγκών (Jurik, 1998; Walker and Brown, 2004). Οι γυναίκες επιχειρηματίες εκδηλώνουν περισσότερο θετικές στάσεις προς τους τομείς που κύρια βασίζονται στην δημιουργικότητα παρά στην καινοτομία, όπου οι άνδρες υπερτερούν (Buttner, 2001; Lau and Li, 1996; Zhao et al., 2010). Δεδομένου ότι η δημιουργική οικονομία βασίζεται κύρια στην δημιουργική προσωπικότητα του δημιουργού ή καλλιτέχνη (Henry et al., 2004; McRobbie, 2003; Spilling, 1991), προκύπτει ένα μεγάλο ενδιαφέρον για την διερεύνηση της γυναικείας επιχειρηματικότητας στον κλάδο.

Ανάπτυξη Υποθέσεων

Η1: Οι επιχειρήσεις των γυναικών που έχουν επιχειρηματικό προσανατολισμό παρουσιάζουν καλύτερες χρηματοοικονομικές επιδόσεις.

Η2: Οι επιχειρήσεις των γυναικών που έχουν καλλιτεχνικό προσανατολισμό παρουσιάζουν καλύτερες δημιουργικές επιδόσεις

Η3: Οι επιχειρήσεις των γυναικών που διαθέτουν στοιχεία δημιουργικής προσωπικότητας παρουσιάζουν καλύτερες επιδόσεις.

Η4: Οι επιχειρήσεις των γυναικών που συμμετέχουν σε κάποια δίκτυα παρουσιάζουν καλύτερες επιδόσεις.

Η5: Οι επιχειρήσεις των γυναικών που καθοδηγούνται ή έχουν καθοδηγηθεί από μέντορα παρουσιάζουν καλύτερες επιδόσεις.

Η6: Οι επιχειρήσεις των γυναικών που παρακινούνται για να ασκήσουν την επιχειρηματική τους δραστηριότητα περισσότερο από παράγοντες έλξης και λιγότερο από παράγοντες ώθησης παρουσιάζουν καλύτερες επιδόσεις.

Μεθοδολογία

Για την εμπειρική έρευνα της μελέτης υιοθετήθηκε ο σχεδιασμός των μικτών μεθόδων (mixed-methods design) που ορίζεται περιεκτικά από τους Tashakkori και Creswell (2007,4) ως «η έρευνα στην οποία ο ερευνητής συλλέγει και αναλύει τα δεδομένα, ενσωματώνει αργότερα τα ευρήματα και διατυπώνει συμπεράσματα, χρησιμοποιώντας τόσο τις ποιοτικές όσο και τις ποσοτικές προσεγγίσεις ή μεθόδους». Τα δεδομένα αναφορικά με το ποσοτικό μέρος, συλλέχθηκαν με τη χρήση δομημένου ερωτηματολογίου, ενώ αναφορικά με το ποιοτικό μέρος έγιναν συνεντεύξεις με την χρήση ημί-δομημένου ερωτηματολογίου. Το δείγμα της ποσοτικής

προσέγγισης αποτελείται από 352 γυναίκες που ασκούν επιχειρηματική δραστηριότητα ή αυτό-απασχολούνται σε έναν από τους τομείς της δημιουργικής οικονομίας, ενώ στο δείγμα της ποιοτικής προσέγγισης χρησιμοποιήθηκαν στις συνεντεύξεις 10 γυναίκες με τα ίδια χαρακτηριστικά. Με βάση τη φύση του υπό εξέταση θέματος, την ανυπαρξία μητρώων και ιστοσελίδων με τις επιχειρήσεις του κλάδου της δημιουργικής οικονομίας, επιλέχθηκε η δειγματοληψία της σκοπιμότητας με την παράλληλη χρήση της τεχνικής του ειδήμονα ή της ομοιογένειας και της τεχνικής της χιονοστιβάδας. Οι γυναίκες που συμμετείχαν στην έρευνα είναι ελληνίδες που ασκούν την επιχειρηματική τους δραστηριότητα στην Ελλάδα και στο εξωτερικό σε τομείς της δημιουργικής οικονομίας, όπως αρχιτεκτονική, διακοσμητική, γραφιστικό και βιομηχανικό σχέδιο, συγγραφική και ποίηση, ζωγραφική, σχέδιο μόδας, φωτογραφία, χειροτεχνίες και γλυπτική. Για την διερεύνηση των ερευνητικών υποθέσεων χρησιμοποιήθηκε ως εξαρτημένη μεταβλητή η αποτελεσματικότητα των επιχειρηματικών εγχειρημάτων, η οποία αποτελείται από δύο επιμέρους μεταβλητές την χρηματοοικονομική αποτελεσματικότητα που μετρήθηκε με βάση την κλίμακα των Wiklund και Shepherd (2005) και την δημιουργική αποτελεσματικότητα που μετρήθηκε με την κλίμακα των Chen κ.ά (2015). Οι ανεξάρτητες μεταβλητές είναι ο επιχειρηματικός προσανατολισμός, ο καλλιτεχνικός προσανατολισμός, η δημιουργική προσωπικότητα, η συμμετοχή σε δίκτυα, η καθοδήγηση από μέντορα, οι παράγοντες έλξης και ώθησης για την επιχειρηματική δραστηριότητα. Επίσης, χρησιμοποιήθηκε μια σειρά μεταβλητών ελέγχου (control variables), όπως καταγωγή από οικογένεια με επιχειρηματικό ή καλλιτεχνικό υπόβαθρο ή τυπολογίες των γυναικών επιχειρηματιών, για την μεγαλύτερη εμβάθυνση στο θέμα και την καλύτερη ερμηνεία των υπό μελέτη σχέσεων των ανεξάρτητων μεταβλητών με την εξαρτημένη μεταβλητή.

Αποτελέσματα

- Κατά αρχάς όλες οι ερευνητικές υποθέσεις έγιναν αποδεκτές.
- Η πλειοψηφία των γυναικών επιχειρηματιών του δείγματος αξιολογούν την δραστηριότητα τους υψηλότερα σε όρους δημιουργικής αποτελεσματικότητας, παρά χρηματοοικονομικής.
- Οι γυναίκες επιχειρηματίες που σχετίζονται με τους πιο παραδοσιακούς τομείς της δημιουργικής οικονομίας έχουν μεγαλύτερο καλλιτεχνικό προσανατολισμό και αντίστοιχα μικρότερο επιχειρηματικό προσανατολισμό, ωστόσο η αποτελεσματικότητα των επιχειρηματικών εγχειρημάτων τους είναι υψηλή.
- Η δημιουργική προσωπικότητα των επιχειρηματιών-δημιουργών εμφανίζεται ως ο πιο σημαντικός παράγοντας που επηρεάζει την αποτελεσματικότητα των επιχειρηματικών εγχειρημάτων.
- Η δικτύωση και η καθοδήγηση (mentoring) επηρεάζουν σημαντικά την αποτελεσματικότητα των επιχειρηματικών εγχειρημάτων, ιδιαίτερα αυτήν την περίοδο της ρευστής οικονομικής κατάστασης στην Ελλάδα.

- Οι γυναίκες που παρακινούνται στην άσκηση της επιχειρηματικής δραστηριότητας από παράγοντες έλξης παρουσιάζουν μεγαλύτερα επίπεδα αποτελεσματικότητας, συγκρινόμενες με τις γυναίκες που παρακινούνται από τους παράγοντες ώθησης.
- Οι γυναίκες του δείγματος, ιδιαίτερα αυτές που δραστηριοποιούνται στην Ελλάδα, αντιλαμβάνονται το περιβάλλον ως εχθρικό και η επίδραση του στην αποτελεσματικότητα είναι σε κάποιο βαθμό στατιστικά σημαντική.
- Η οικονομική κρίση και το εχθρικό για επενδύσεις περιβάλλον ενώ επηρέασε την αντίληψη των γυναικών για το βαθμό χρηματοοικονομικής αποτελεσματικότητας των επιχειρηματικών τους εγχειρημάτων, δε φαίνεται να επηρέασε σημαντικά την δημιουργική αποτελεσματικότητα των εγχειρημάτων τους.
- Η χρήση της τυπολογίας των Goffee και Scase (1985) γυναικών επιχειρηματιών, έδειξε ότι οι γυναίκες επιχειρηματίες που εντάσσονται στην κατηγορία των καινοτόμων παρουσιάζουν καλύτερες επιδόσεις.

Συμπεράσματα

Η έρευνα αυτή υπογραμμίζει την ανάγκη για τις γυναίκες επιχειρηματίες του κλάδου να καλλιεργούν τον επιχειρηματικό, τον καλλιτεχνικό τους προσανατολισμό, όπως επίσης και τα δημιουργικά στοιχεία της προσωπικότητας, να συμμετέχουν σε δίκτυα και σε προγράμματα καθοδήγησης για να αποκτήσουν καλύτερη πρόσβαση στην αγορά του κλάδου τους. Τα ευρήματα μπορούν να χρησιμοποιηθούν για τον κατάλληλο σχεδιασμό των εκπαιδευτικών προγραμμάτων και σχημάτων για την επιχειρηματικότητα στη δημιουργική οικονομία. Μερικά σημεία που μπορούν να ληφθούν υπόψη είναι η ενσωμάτωση περισσότερων «δημιουργικών» δραστηριοτήτων , η εστίαση στην καθοδήγηση και η παροχή υπηρεσιών δικτύωσης με επιχειρήσεις και φορείς του κλάδου.

Λέξεις κλειδιά: επιχειρηματική αποτελεσματικότητα, γυναικεία επιχειρηματικότητα, δημιουργική οικονομία, δίκτυα, καθοδήγηση (mentoring), επιχειρηματικός προσανατολισμός

Βιβλιογραφία

- Aggestam, M. (2007). Art-Entrepreneurship in the Scandinavian Music Industry. In C. Henry (Ed.), Entrepreneurship in the Creative Industries-an International Perspective.
- Buttner, E. H. (2001). Examining Female Entrepreneurs' Management Style: An Application of a Relational Frame. Journal of Business Ethics, 29(3), 253–269.
- Chaston, I. (2008). Small creative industry firms: a development dilemma? Management Decision, 46(6), 819–831

- Chen, M.-H., Chang, Y.-Y., & Lee, C.-Y. (2015). Creative entrepreneurs' guanxi networks and success: Information and resource. Journal of Business Research, 68(4), 900–905
- De Bruin, A. (2005). Multi-level entrepreneurship in the creative industries: New Zealand's screen production industry. The International Journal of Entrepreneurship and Innovation, 6(3), 143–150.
- Goffee, R., & Scase, R. (1985). Women in Charge: The Experiences of Female Entrepreneurs. Allen & Unwin.
- Green, E., & Cohen, L. (1995). 'Women's business': Are women entrepreneurs breaking new ground or simply balancing the demands of "womens' work" in a new way? Journal of Gender Studies, 4(3), 297–314.
- Henry, C., Hill, F. M., & Leitch, C. M. (2004). The Effectiveness of Training for New Business Creation A Longitudinal Study. International Small Business Journal, 22(3), 249–271.
- Lau, S., & Li, W.-L. (1996). Peer Status and Perceived Creativity: Are Popular Children Viewed by Peers and Teachers as Creative. Creativity Research Journal, 9(4), 347–352.
- Jurik, N. C. (1998). Getting Away and Getting By The Experiences of Self-Employed Homeworkers. Work and Occupations, 25(1), 7–35.
- McRobbie, A. (2003). British Fashion Design: Rag Trade Or Image Industry? Routledge
- Spilling, O. R. (1991). Entrepreneurship in a cultural perspective. Entrepreneurship & Regional Development, 3(1), 33–48.
- Tashakkori, A., & Creswell, J. W. (2007). Editorial: Exploring the nature of research questions in mixed methods research. Journal of Mixed Methods Research, (1), 207–211.
- Walker, E., & Brown, A. (2004). What Success Factors are Important to Small Business Owners? International Small Business Journal, 22(6), 577–594.
- Wiklund, J., & Shepherd, D. (2005). Entrepreneurial orientation and small business performance: a configurational approach. Journal of Business Venturing, 20(1), 71–91
- Zhao, H., Seibert, S. E., & Lumpkin, G. T. (2010). The Relationship of Personality to Entrepreneurial Intentions and Performance: A Meta-Analytic Review. Journal of Management, 36(2), 381–404