

科学版精品课程立体化教材·管理学系列

女性创业学

主 编 张丽琍
副主编 张瑞娟



科学出版社



女性创业学

主 编 张丽琍
副主编 张瑞娟

科 学 出 版 社

北 京

内 容 简 介

本书参考了国内外的一些研究成果,吸收了创业实践中女性创业的一些较新的案例,系统地阐述了女性创业的特点、创业环境、创业机会识别和开发、资源配置、创业营销、团队组建、商业计划书设计、新创企业的战略选择和定位以及创业中的危机管理。本书体系完整,结构清晰,案例丰富,贴合实践,分析角度较为全面,实用性和可读性较强。

本书可作为高校的本(专)科生的、从事创业教学的教师的创业教材和参考书,也可作为女性创业实践者的创业活动的理论指导书。

图书在版编目(CIP)数据

女性创业学 / 张丽琍主编. —北京: 科学出版社, 2016.9

科学版精品课程主体化教材·管理学系列

ISBN 978-7-03-049760-4

I. ①女… II. ①张… III. ①女大学生-创业-高等学校-教材 IV. ①G647.38

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2016)第 209215 号

责任编辑: 张 宁 刘英红 / 责任校对: 赵桂芬

责任印制: 张 伟 / 封面设计: 蓝正设计

科学出版社 出版

北京东黄城根北街 16 号

邮政编码: 100717

<http://www.sciencep.com>

北京中石油彩色印刷有限责任公司 印刷

科学出版社发行 各地新华书店经销

*

2016 年 9 月第 一 版 开本: 787×1092 1/16

2016 年 9 月第一次印刷 印张: 14 3/4

字数: 338 000

定价: 39.00 元

(如有印装质量问题, 我社负责调换)

前 言

大众创业、万众创新——打造经济增长新引擎。在 2014 年 9 月 10 日的夏季达沃斯论坛开幕式上，李克强总理发表讲话：“在 960 万平方公里土地上掀起大众创业、草根创业的新浪潮，形成万众创新、人人创新的新态势。”创业创新已经上升到国家战略层面。

近年来，女性创业在全球范围日益活跃，传统的以男性为主导的创业经营领域正在发生一场玫瑰革命。女性创业者正在成为经济社会发展的重要推动力量，在创造一个多元和谐的社会与可持续发展的经济中扮演着重要角色。在中国，女性创业人数不断增加，其重要性也日益显现。据统计，2006～2007 年中国女性创业比例为 25%；2007～2008 年增长至 27%。根据全球创业观察（the global entrepreneurship monitor, GEM）项目 2010 年对 40 多个国家和地区创业情况的调查结果显示，GEM 的女性全员创业活动指数为 6.90%，中国女性创业活动指数高达 11.6%。

在越来越多的女性走上创业之路时，对女性创业的研究也引起了学者的充分关注，这将为女性创业的可持续发展奠定坚实的基础。

目前，女性创业教育的水平与经济社会发展需求之间还存在巨大的缺口，编撰一部《女性创业学》已成为刻不容缓之事。有优秀策划者的精心设计，有教学经验和科研成果丰富的老师团队的努力，有良好的科学出版社的出版平台，相信该教材的出版将会为女性创业教育做出积极的贡献。

本书第 1 章由张丽琍老师编写，第 2 章由吕翠老师编写，第 3 章由张瑞娟老师编写，第 4 章由吴宝忠老师、唐红娟老师、黄欣然老师编写，第 5 章由宋红磊老师、张博老师编写，第 6 章由侯典牧老师编写，第 7 章由胡绍英老师编写，第 8 章由张才纯老师编写，第 9 章由李乐旋老师编写，第 10 章由胡波老师编写，第 11 章由高秀娟老师编写。张丽琍老师和张瑞娟老师负责统稿。

主 编

于中华女子学院

目 录

第一篇 女性创业的概念

第1章 女性创业与创业精神	3
1.1 创业与经济增长	4
1.2 创业精神与社会发展	5
1.3 女性创业的社会背景和特征	8
1.4 女性与创业教育	15
1.5 创业与创新	20
1.6 女性创业环境与政策环境	24
第2章 女性创业过程	34
2.1 新创企业的生命周期	35
2.2 女性创业的一般过程	40

第二篇 评估创业机会和配置资源

第3章 创业机会	49
3.1 创业的战略策划	50
3.2 创业机会的概述	52
3.3 创业机会的识别与开发	55
3.4 创业机会的评价	59
3.5 创业机会的开发	62
3.6 商业模式的选择与创新	63
第4章 资源配置	72
4.1 女性创业融资	74
4.2 创业过程中的财务报表分析	84
4.3 女性创业的财务管理	90
4.4 新创企业的上市问题	98
4.5 女性创业中的知识产权保护	108
第5章 创业营销	123
5.1 新企业目标市场战略	124
5.2 新企业消费者行为分析	128

5.3 新企业营销策略	133
-------------------	-----

第三篇 女性新企业创办与成长管理

第6章 女性创业者	141
6.1 创业者与女性创业者的动机	141
6.2 女性创业者的心理及性格特质	143
6.3 女性创业者的能力与培养	145
第7章 女性创业团队管理	151
7.1 女性创业团队的组建	151
7.2 女性创业团队的管理	160
7.3 女性创业团队的激励	165
第8章 商业计划	171
8.1 商业计划的设计	172
8.2 商业计划的内容	173
8.3 商业计划的撰写	176
8.4 商业计划的评估	180

第四篇 女性创业企业的成长与危机管理

第9章 新创企业战略	185
9.1 新创企业的战略特点	186
9.2 新创企业战略分析工具	188
9.3 新创企业的战略选择	191
9.4 成长企业管理重点的改变	194
9.5 新创企业的可持续发展	195
第10章 新创企业的危机管理	199
10.1 新创企业的成长规律	200
10.2 新创企业不同发展阶段的危机管理	208
第11章 社会企业创业	220
11.1 社会企业的社会责任	220
11.2 社会企业的商业模式	223
11.3 社会公益创业孵化器——以 NPI 和 SIL 为例	226

第一篇 女性创业的概念

第1章 女性创业与创业精神

学习目标:

1. 了解创业精神和社会发展的关系。
2. 了解女性创业的背景和创业特征。
3. 了解创业教育的意义以及国外和我国创业教育的现状。

引导案例

“创业教母”——王利芬和她的优米网

王利芬，优米网创始人兼 CEO。她曾创办央视的《对话》《赢在中国》等栏目，因《赢在中国》的巨大成功被称为“创业教母”。

在创办优米网之前，王利芬已经是非常成功的职业媒体人。她在央视经历了三个“五年”：五年调查记者，五年负责《对话》及资讯等，最后一个五年任《赢在中国》和《我们》总制片人。然而她选择从央视辞掉公职，出于一颗不安分的心，一种强烈的“创业的激情和要尝试新的生活的愿望”。人到中年，一种时间的紧迫感不允许她再思前想后。2009年，她先后在七月和九月与央视新台长焦利深谈，终于成为自由人。她不喜欢那种“一眼看到尽头”的人生，现在，带着不确定性，又一个五年开始了。

王利芬在陌生的创业领域，也犯过两个错误。第一个错误是2009年4月，王利芬在哈佛肯尼迪政府学院培训时，有了一个非常好的主意——做一个C2C网站。简单来说，朋友马云的C2C网站淘宝卖的是有形物品，而她想搭建一个平台来“淘”人们脑子中的智慧和经验。用户打开网站，付费后，就可以跟自己希望的人视频对话。王利芬觉得这个主意太好了，80多名员工也被她的精神鼓舞着、感召着。当年11月底，网站终于上线。但她迅速发现，自己被用户抛弃了。“这个愿望非常好，但是没有人愿意埋单。我假想这个事情消费者是喜欢的，其实根本不是这样。”上线两周后，她关掉了这个理想中的完美网站。

第二个错误是柳传志提醒了她。柳传志登录优米网后，跟她说，你的网站内容太多，最好要少而精，先重点突破，把一个战役打得特别漂亮，总结规律，再复制。王利芬认识到了这个问题，她开始收缩战线。

王利芬说，决定创业的时候，并没有去征求那些企业界大腕的意见。倒是在创业后，才和李开复等探讨过互联网的商业模式。在她看来，别人的意见都只能参考，真正要创业之前应该听自己的心声，这才是最真实的声音，没有金科玉律。

优米网每晚8时直播的主打节目《在路上》，请各行业的专家来谈人的成长和发展各

个阶段的问题，同另外两档节目《创新中国》和《创业门诊》构成“三驾马车”。优米网推出的“史玉柱的三个小时聊天”拍卖，价格已经飙升到了 70 万元。现在的优米网定位在服务于年轻人的职业发展、就业、创业、创新，很重要的一部分是在告诉年轻人创业是怎么样。对于自己的创业历程，王利芬觉得很有意思，因为每一天都是新的，每一天都是一个未知的航程。她认为，“创业是一个最好的认识社会、认识自己的方式，没有比这个方式更加的血淋淋，更加的直面人性，更加的真实。其他的方式都没有这么样的直截了当，这是我对创业最大的收获。”

资料来源：王利芬. 不喜欢安逸的创业教母. 创业故事网, 2015-08-22

1.1 创业与经济增长

20 世纪末，随着计算机技术和互联网技术革命的到来，传统的经济增长模式受到了前所未有的挑战，创业已成为当今的中国乃至全世界经济发展的根本推动力之一，创业活动与拉动经济增长和推动劳动就业越来越呈现出紧密的联系。

在西方发达国家，技术革命催生了一批具有创新精神和创业精神的时代宠儿，在美国式的经济传奇故事中，微软、思科、戴尔等企业借助新的商业理念和经营方式从零创业迅速成长为企业巨人。大规模的投资为企业家带来了大规模的收益，而新技术的不断产生，也使原有的以规模竞争为导向的企业扩张转向了以新的经营理念和新的商业模式为投资目标的经济增长模式，创业和创新日益成为各国经济增长的主要手段。不仅新创企业对各国的经济总量和就业方面的贡献令人瞠目，而且许多对国家经济命脉有重要影响的新创企业也带动了上下游的产业发展，从而形成和派生了大量新的创业企业和创业活动。

根据 GEM 的研究报告，在 2003 年，美国有超过 2 000 万人参与了新创企业的创业活动，创建的新企业超过 1 000 万家。2003 年，我国中小企业数量达到了 2 930 万家，占我国企业总数的 95% 以上，而其中许多是新创企业。有关学者研究发现，在中国创业活动高度活跃的长江三角洲地区、京津地区、珠江三角洲地区经济发展速度相对较快，而在黑龙江、海南等创业活动相对沉寂的地区，经济增长的速度相对比较滞后，如表 1-1 所示。

表 1-1 中国创业活动不同活跃程度（CPEA）的四类地区

地区	类别	CPEA 指数	省区数	地区
A	高活跃地区	高于全国平均水平 10.43	9	长江三角洲地区（上海、江苏、浙江）、京津地区、珠江三角洲地区（广东）、西部地区（陕西、青海、宁夏）
B	一般活跃地区	高于全国平均水平 5	9	辽宁、内蒙古、安徽、福建、山东、重庆、四川、云南、新疆
C	不活跃地区	高于全国平均水平 2.5	9	山西、吉林、河南、江西、湖北、湖南、广西、贵州、甘肃
D	沉寂地区	低于全国平均水平 2.5	9	河北、黑龙江、海南、西藏

注：CPEA 指数，即中国创业活动指数，是由中华职业家企业家协会（Chinese Professionals and Entrepreneurs Association）提出的

资料来源：姜彦福和张帷（2005）

随着联想、华为、华润等本土企业家跃上世界经济的舞台，中国企业家的创业精神和创业活动也催生了新的产业领袖，为全球提供了大量的投资机会和就业机会。

各国的创业英雄以他们创业的远见卓识和创新的思想火花，以及强烈的成功欲望和竞争意识引领了新的经营理念和管理模式的产生，也促进了许多企业内部创业活动的兴起，而企业内部的创业和创新活动成为企业经济增长的推动器。例如，中国的华润公司，在1992年通过成立“华润创业”，推动了企业内部创业活动的兴起，使企业焕发了生机和活力，最终使企业成为集地产、零售和啤酒三个产业的龙头企业。

经过30多年的改革开放，我国已拥有了良好的经济基础和和谐的社会环境，特别是大批接受过高等教育的高素质人才更为我国创建创业型社会打下了良好的基础。在国际金融危机给我国经济发展带来严峻挑战的今天，以创业带动就业，大力发展创业学，大力倡导在创业学指导下进行科学的创业实践活动，将具有特别重要的意义。

1.2 创业精神与社会发展

1.2.1 创业精神与社会发展的含义

创业精神是开创事业的思想和理念，是指在创业的活动过程中，一个社会（包括创业活动过程中的多个参与主体）普遍表现出来的思想意识、价值观念、基本态度、行为方式等与创业有关的思想理念和精神状态。创业精神的研究始于熊彼特，他把创业精神定义为一种创造性的破坏过程，其中企业家不断以新的产品和生产方法代替旧的产品和方法。在这个过程中，创业精神是创业者们的精神动力和发动机，是企业诞生与发展的灵魂和精神支柱，对创业活动产生重大的潜移默化的影响。Miller（1983）认为创业精神不仅可以指创业者的个性特征，也可以指企业的行为特征，他认为创业精神还应当包括诸如冒险和主动行为以及市场创新。创业精神就是善于捕捉和利用机会，敢于承受必需的风险，开创性地思想、观念和品质，是一种追求机会的行为，是为创造新的某种价值，努力发挥创造力，实现创新的一种勇往直前的文化和心理过程。创业精神可以推动科技创新、开发新产品、创造新服务、开拓新市场，也可以再造企业、成就企业家（周直，2004），综合体现了开拓精神和务实精神，对创业精神内涵的描述如表1-2所示。

表 1-2 创业精神内涵的描述

创业精神维度	内涵描述
创新精神	不墨守成规，保持开放的心态，用创新的视角审视周边事物，用创新的方法处理各项事务
市场机遇敏锐性	机遇无处不在，努力发掘和开发身边的机遇，时刻为机遇的出现做好准备
冒险精神	培养风险承担精神，勇于开拓未知世界，接受挑战并能承受环境中的各种不确定性
勇于实践	敢想敢做，善于把好的想法付诸实践，在干中学，提升自我并达成目标
团队合作精神	团队是成功的保障，只有合作才能实现个人无法达到的目标，欣赏他人并善于合作
成就渴望	设立个人成长的长期目标，能为目标的实现激励自我并不懈努力

资料来源：王辉（2011）

社会发展是指以个体为基础的社会关系出现从个体到社会总体的自由延伸,个体的自由延伸到社会整体关系面,包含个体的物质及精神自由发展到社会层面,并取得社会化的一致,这其中包含经济、文化、政治、习俗、体制等一系列的社会存在的总体发展。另外,社会发展也指社会进步中社会经济的发展,特别是社会生产力的发展。社会发展一般有三层含义:①相对于自然而言的人类社会发展,包括经济发展、政治发展、文化发展等。②相对于经济而言的社会发展,包括政治、文化等内容。③相对于经济、政治、文化、生态而言的社会发展,包括社会组织、社会事业、社会管理的发展等内容。

1.2.2 创业精神与社会文化

1. 形成创业观念

创业观念是对创业者起到动力作用意识倾向,包括创业的需要、动机、兴趣、理想、世界观等要素,创业观念包括创业的勇气和开放的心态,包括冒险精神和百折不挠的精神。创业观念可以支配创业者对创业活动的态度及行为,并决定着态度和行为的方向和力度,创业者心中求新求变的心态,追求利润和创造新价值的渴望,具有较强的选择性和能动性,是人们从事创业活动的强大内驱力。创业观念的形成,首先来源于创业的需要,根据 GEM 的研究,人们之所以创业,或是源于生存型动机,或是源于发展型动机,这是人们创业的最初诱因和动力。当创业者形成强烈的创业需求时,往往产生的爆发力也很强大,此时创业者勇于拼搏的创业精神就直接形成了其创业需求和动机。创业者在创业过程中对创业行为抱有的深厚感情和坚强意志,能够维持其长久的创业兴趣,并在创业成功之后,大幅度提升创业兴趣。创业理想和创业信念则是创业者的精神支柱,创业是艰难的,创业者往往需要将创业者的思想、心理情境、社会责任感和使命感都融入其中,这时创业者追求成功、不畏艰难寻求变革、赋予资源以新价值的创造性行为能力等创业精神对创业理想和信念进行渗透,形成每个创业者独特的创业观念。

2. 推动创新意识

创新意识是人们根据社会和个体生活发展的需要,引起创造前所未有的事物和观念的动机,并在创造活动中表现出的意向、愿望和设想,是人类意识互动中积极的、富有成果性的表现形式,是人们进行创造互动的出发点和内在动力。熊彼特(2009)认为,创新就是一种创造性的破坏,而创业型的组织,就是具有创新能力,并对生产要素在创新过程中实现重新的优化组合的组织。创新意识分三个层面:一是对创新的认知;二是产生对创新的渴望、需求,即一种内在动力;三是升华为行为的渴求,即产生创新动机。创新意识其实是一种积极自觉的心理活动,是人对作用于自身的客观世界的一种积极主动的反应和创造性思维,是个体通过思维、言语的培养和训练所获得的、根植于个体内心的、欲求革新变异的一种独特的个性心理品质(马靖,2008)。创业精神所具备的核心特点,如勇于创造,敢于创新,都有利于推动创业者创新意识的产生。

3. 培育创业文化

创业文化是指与创业有关的社会意识形态、文化氛围,其中包括人们在追求财富、创造价值、促进生产力发展过程中所形成的思想观念、价值体系和心理意识,主导着人

们的思维方式和行为方式。成功的创业行为能够在全社会范围内形成文化氛围,塑造习俗和文化。创业文化体现着知、情、意的统一,基本内涵包括开拓、冒险和创新精神。创业者积极创新,敢于自我实现的精神,深深根植于商业生态系统,通过成功的示范,在全社会范围内流传开来而形成普遍的共识。创业崇尚的是艰苦奋斗、诚实守信、不怕失败的传统创业精神,鼓励技术创新、管理创新和文化创新。创业者具有开拓向上的勇气和激情,拥有和弘扬团队精神,梦想用信念开创新价值。除此之外,创业者还应具备高科技、大市场、活资本的新理念,不仅要投身国内市场踊跃创业,还要积极走出国门参与国际大市场的竞争。在这样的氛围下,才能形成全社会范围内的朝气蓬勃的创业精神和创业文化。

创业精神从根本上就是一种跳出循规蹈矩的圈子,重新创造组织形态和价值的态度及价值观。创业精神与创业密切相关,并且都与机会识别捕捉、资源获取、创新、冒险、创造价值等概念密切相关,而创业家精神往往又与“果断、机智、谨慎和坚定”、“自力更生、坚强、敏捷并富有进取心”以及“对优越性的强烈渴望”等描述有关,创业及创业精神固化在参与者和社会公众的心目中,形成共同的心理程序和符号后,便形成了创业文化(孟晓斌和王重鸣,2008)。创业文化的培育,需要发扬创业精神,改变人们的旧有观念,将传统意识形态中的小富即安、安贫乐道、听天由命、随遇而安等思想转化成为开拓创新的向上精神,树立人们愿意冒险、无所畏惧、追求成功的文化氛围,真正建立起创业文化。

4. 形成创业型组织

创业既包括新创企业,也应当包含现有企业的新创活动,在形成组织结构的过程中,创业会使组织行为和结构传统形式发生变化,有别于传统的层级结构。全球化生产和新技术的快速涌现,使得企业面临着不断变换的内外部环境 and 形式,经济资源要求组织结构在传统规范的形势下,要能够保持更大的组织决策弹性以应对和适应外部环境。20世纪80年代美国管理学家德鲁克提出的“创业型组织”引入组织架构的设计范畴,创业型组织则是一种学习型的组织,将创业作为组织的一个流程,提高员工创新能力与创造潜在创业机会可使组织变得更为成功。创业型组织是组织内所有成员共享均等的创业机会,组织架构和运营流程围绕“创业项目筛选”这一主要任务开展的经济活动实体。员工在其中充分展现其创新能力,而组织通过员工的创新型活动而享有更多开发新产品和开拓新市场的机会。

5. 创业成为经济社会的新引擎

当前我国处于转型升级的重要时期,创新创业驱动正在成为我国经济社会发展的新引擎。在经济发展的不同阶段,经济增长的驱动力有所不同。20世纪七八十年代以来以创新和创业为特征的经济形态,已经深刻地改变美国、日本等发达国家的经济增长模式,我国自20世纪八九十年代以来,创业与创新活动也层出不穷,并在近些年来,形成创业创新浪潮。2002年我国首次参加《全球创业观察》评估,创业活动指数就排名第九位。《2015年中国大学生就业报告》抽样调查发现,2014年毕业大学生中有21万人选择创业。到2011年,我国一共成立了1034个创业孵化器,为创业公司提供办公场所、减免房租等优惠政策,并与高校进行技术对接。教育部和科技部携手在高校建立了45

个大学创业孵化器。成立于 1999 年的国家创新基金以提供资助、贷款补贴等形式扶植科技创业公司,接受了大约 3.5 万份的申请,为 9 000 个项目提供了接近 10 亿美元的资金资助。创业的活跃程度成为一个国家经济活力的重要指标,创业成为了经济社会发展的新引擎。

6. 创业对就业有促进作用

我国就业压力,特别是大学生就业问题较为严重,根据教育部的统计,我国高校毕业的大学生数量连年持续走高,2007 年高校毕业生为 495 万人,2013 年毕业生人数达到 699 万人,2014 年毕业生人数达到 727 万人,在庞大的就业压力下,创业成为有效解决就业压力的一个重要途径。根据研究,每增加一个机会型创业者,带动的就业数量能够达到 2.77 人,而中小企业对就业贡献较大,特别是就业人数在 1~19 人的小企业,综合起来往往能够吸纳较大数量的劳动力。因此我国应当大力开展创业教育,改变传统观念,变以单纯就业为导向的政策为以创业带动就业为导向的国家宏观就业政策。

7. 创业促进产业结构的调整

产业结构的转型也是其中的重要组成部分,我国传统产业结构以第一产业和第二产业为主,第三产业还有待长足的发展。而创业往往具有巨大的示范效应,当创业企业成功之后,会在社会上引起广泛的反响,吸引各种人、才、物资源向创业成功的行业流动,在行业内产生越来越细分的市场,并围绕核心产业产生许多衍生行业和价值,因此创业可以促进并带动产业结构的转型和升级。例如,我国当前的互联网行业,由于新技术和新业态的涌现,使得该行业涌现出大量的创业企业,开展互联网金融、大数据等业务,最初创业成功者如蚂蚁金服、宜人贷、天使街等,很快产生示范拉动效应,围绕相应业态的创业行为不断,促进了整个互联网行业的壮大。

1.3 女性创业的社会背景和特征

1.3.1 女性创业的社会背景

女性占据我国劳动力人口的半数,是人力资源中不可或缺的组成部分。正如联合国《1970—1990 年世界女性状况》中所指出的:“为了使女性在保健、教育、正规和非正规工作及各级决策方面获得更广泛的机会而进行的投资,绝不仅仅是在女性身上的投资,它还是在她们家庭和社会方面的投资。这是一种使人们摆脱贫穷的方式,是一种延缓人口增长的方式,是一种保护环境的方式,也是一种踏上合理、可持续发展道路的方式。”但随着我国经济体制和产业结构的调整,劳动力市场出现了结构性的供大于求。蓄积已久的隐性失业显性化。中国女性参与经济活动出现了严重的问题和障碍,女性失业人数在增加、失业周期在增长、再就业难度在加大,这些都成为阻碍中国女性人力资源充分开发利用的主要障碍。

女性创业作为一种社会现象受到普遍关注只是最近二十几年的事情,但女性创业

的发展却十分的迅速。无论从企业的数量、创造的收入还是雇用的工人数量方面来看,女性创业所带来的贡献在全球范围内变得日益突出,成为全球经济增长的重要驱动力量之一。

虽然早在17世纪就已经有大量女性运营的企业,但女性被看做与男性处于“不同的世界”(different spaces),被默认为缺乏创业所必须具备的一些特质(Kerber, 1988)。直到女权运动中 businesswoman 概念的提出,人们才开始寻求中性化“企业家”一词。特定的历史环境造成了学术界对女企业家研究的缺失,约20世纪70年代前后,才有学者开始将目光转向女性角度的研究。

国外的女性创业研究可以大致分为三个阶段,20世纪70年代是女性创业研究的萌芽时期,出现了两篇研究女性创业的先驱性文章。Schrieir在1973年发表了一篇名为《女性创业家:一个超前研究》的文章。在该篇文章中,她试图勾勒出女性创业家的“基本面貌”。她的研究结果表明,除了在行业选择上有差异之外,女性创业家与男性创业家之间有许多共同之处。Schwartz在1976也发表了一篇开创性文章《创业:一个新的女性前沿》。这是她在与20位女性创业家访谈的基础上完成的,得出了与Schrieir类似的结论。值得注意的是,Schwartz是第一个把注意力放到女性创业障碍上的学者。之后十几年的研究基本都遵循她的思路,重点关注女性创业家的特质和动机。70年代出现的女性创业繁荣,使得80年代相关研究的数量、维度、方法和层面都有所拓宽和深入,Nelton(1998)将其看做平静而深远的伟大变革。

20世纪80年代是女性创业研究的基础时期,许多重要的研究主题被提了出来,为以后的研究奠定了坚实的基础。在Schwartz发表女性创业的文章之后的5年时间里,没有其他的同类文章出现。直到20世纪80年代,从事自我就业的女性数量的急剧增加才广泛地引起了学者对女性创业的兴趣,并进一步促发了许多考察性别和企业问题的重要研究。在1980~1989年,总共有31篇文章阐述了与女性创业有关的问题。这个阶段的研究大多延续早期Schwartz他们的工作,很多研究问题具有相似性,并且学者们经常运用相同的量表去证实和复制已有的研究发现,或者通过运用不同地区、行业和企业发展阶段的新样本复制早期的研究。与此同时,随着研究的深入,一些重要的研究问题被提了出来,如女性的管理风格、创业战略、创业绩效和社会网络等。这些问题尽管在当时没有得到深入的研究,但是却为以后女性创业的研究奠定了基础。

进入20世纪90年代以后,女性创业无论是实践方面还是理论方面都取得了重大的发展。实践方面的进步主要有:女性企业的社会和经济影响越来越大;越来越多的女性创业家已经成功进入了像高科技、工程机械等非女性传统行业;一些早期阻碍女性成功创业的因素已经被消除;对女性创业家进行培训和塑造的公共政策和学术计划也已经取得重大进步。

90年代后,国内学者开始对女性创业问题日渐重视,已有文献涉及诸多视角,但总体成果匮乏。目前针对我国女企业家创业活动的研究则相对更少,已有文献的理论研究仅限于对其创业动机、模式、环境等浅层面的探讨,内在机制的研究则匮乏。当前研究在选取样本时,分析面则更为狭窄,数据明显不足,如费涓洪(2004)只对30名上海私营业主进行调研分析,胡怀敏和肖建忠(2007)对36个女性创业个案进

行二手资料的个案分析。同时,分析方法也陈旧落后,利用计量手段进行实证分析的文献明显不足。

1.3.2 女性创业的特征

通过对国内外目前的有关研究资料进行分析和梳理,中外女性创业特征主要表现在以下几个方面。

1. 创业比重和人口特征

J.Naisbitt 称 20 世纪 90 年代的美国是“强化女性商业地位的十年”,30%的小企业都由女性领导,而女企业家的经营活动已占到 50%。德国则是欧洲女性创业份额最高的国家,20 世纪 90 年代初,女性企业家比例占到 26% (Chirikova, 2001)。女企业家活动在许多国家都超出 30%的比例 (Minitti et al., 2005),如加拿大、丹麦、芬兰、新西兰等国。50%英国全职女性认为如果机会合适她们将创办企业,其中三分之一认为自己能力足够。20 世纪 80 年代早期,我国女性就开始创业活动。我国女企业家约占全国企业家总数的 20%,自主创业的比例达到 21%以上,接近男性的水平 (史清琪, 2004)。2002 年,我国女性创业水平居世界第 5 位 (Reynolds et al., 2002)。创业家是发掘市场不均衡现象,并将其导向均衡的重要推手 (Sexton and Landstrom, 2003),因此,市场越不均衡,带来的创业数量就越多,我国目前就呈现这种状态。不过 20 世纪 90 年代,世界范围内对女企业家的研究才被西方管理学界提上日程,所以相应的数据资料较少,散见于学术文章和 GEM 官方报告。对中国女性调查则更少,有“中国女企业家发展报告”“中国女企业家生存状况调查” (李兰, 2003),Hildebrandt 和 Liu (1988) 对中国女经理抽样调查并与美国等女性做的对比分析,以及一些地区性调查。

全球化竞争所导致的“失业潮”、女性经济地位逐渐攀升、女性意识的转型等诸多方面的因素,造成了女企业家世界范围内的创业活动,美国研究家 R.Peterson 和 K.Weirmair 称之为“世界范围内一场宁静的革命”。2006 年,世界范围内女性创业的活跃程度已经超越男性 (GEM, 2006)。

学界对创业家人口特征的内涵理解不一,认为包括年龄与教育程度、排行、性别、家庭背景因素 (Stanworth et al., 1989) 等。国外众多学者对女企业家的各方面人口特征做过分析,发现了一些相似的特征,如婚姻状况 (已婚)、年龄 (30~45 岁)、出生顺序 (长子或长女) (Watkins J and Watkins D, 1984; Hisrich and Brush, 1983)。GEM 则调研了创业的年龄特征,发现中低收入国家,年龄在 25~34 岁女性早期创业可能性最大,35~44 岁最有可能从事现存企业活动;高收入国家则分别为 25~44 岁和 35~45 岁 (湛军和张占平, 2007)。我国女企业家平均年龄为 46.5 岁,创业年龄 40~49 岁为主,且年龄呈增加趋势 (费涓洪, 2004)。40 岁以上的女企业家占到了总人数的近 70%,大多数是在 60 年代或以前出生的,其中大专及以上学历占到了 45%,高中及以下文化程度的占到 55%。企业的资产规模在 100 万人民币及以下的占 34%,100 万~1000 万元的占 38%,1000 万~1 亿元的占 19%,1 亿元以上的占 10%。在企业的产出规模中,100 万人民币及以下的占 33%,100 万~1000 万元的占 33%,1000 万~1 亿元的占 21%,

1 亿元以上的占 13% (史清琪, 2002)。她们的离婚率和再婚率比全国平均水平略高 (荣维毅, 2001), 遭受家务负担和为孩子担忧的困扰 (史清琪, 2002)。

国内外研究趋势都表明, 25~45 岁是创业的巅峰时期, 处于该年龄段的人勇于创新、成就动机强, 我国女企业家平均创业年龄与他国相比严重滞后, 错过了创业黄金时期。中国女性的家庭背景则对其创业过程带来过大压力, 给创业和成长带来了相当的障碍。我国女性创业的年龄特征有其历史和现实的特殊原因, 我国的女企业家绝大多数是在 1980 年以后开始创业的, 改革开放为我国广大女性创业提供了适宜的环境和广阔的舞台, 而 90 年代以后创业的女企业家占了总人数的 73%, 这些创业者或是从政府、事业单位下海, 或是下岗女工, 或是城市化过程中的转移劳动力。因此, 十年奋斗, 她们绝大多数人三十多岁起步, 现在正值 45 岁左右, 而我国目前女大学生创业的比例还很小。

2. 创业动机

创业动机可以等同于创业目标, 而它又决定了企业家的行为模式, 是决定企业成功与否的关键因素之一 (Timmons and Spinelli, 2003)。创业动机有很多, 如被裁、失业、挫折、养家糊口、对灵活工作时间的需求、独立、自我满足、自我成就、成为别人的老板、运用创造性的技能、享受工作、渴望财富、社会地位和权利 (Orhan and Scott, 2001)。

Neider (1987) 的样本中, 50 岁以上的女企业家的创业动机都是缘于“个人危机”(全部与婚姻有关: 离婚、配偶死亡、丈夫破产等), 其余 50 岁以下的女企业家的创业动因则是为了“个人满足”(控制、创造和自主等)。Cromie (1987) 的研究认为, 女性更多因为对以前的工作不满, 将创业看做解决个人和工作矛盾的途径, “玻璃天花板”也是一个重要的原因 (Daily et al., 1999)。还有研究表明东欧和中欧国家的女性将创业作为逃避择业的手段, 创业绝非职业生涯的首选 (Catley and Hamilton, 1998)。Still 和 Timms (2000a) 则认为, 女性创业是为了与众不同。这使得她们比男性更关注客户、更人性化、更关注对社会的贡献。美国、欧洲和澳大利亚女性表示对工作环境的不满, 她们渴望更大的挑战, 更灵活的工作环境 (Kitching and Woldie, 2004)。Orhan 和 Scott (2001) 调研的很多女性样本都认为可以将社会责任和经济利益结合起来。女性创办的企业有明显的社会导向型特征, 更利于与他人的交流。南非和以色列尤其明显, 很多创业女性都提到如下创业动机, 即解决妇女问题、激发社会精神、解决女性在商业中的不平等、贫穷、不发达问题。中国女性的创业更多是收入不足、失业、未充分就业、不满意的工作条件和前景、希望更灵活的时间表以取得家庭和工作责任之间的平衡等因素造成 (金一虹, 2002)。

可见中外女性创业动机都是复杂的, 她们或是被动或是成就驱动, 或是兼而有之。对女性企业家的创业成败的研究为数甚少 (Aldrich, 1989; Brush and Hisrich, 1991), 但 Stevenson (1986) 认为, 成功的企业家是成就驱动型的, 善于管理风险并擅长系统规划。不论出于机会驱动还是生存驱动, 内在的成就动机是企业生存和发展的关键。

3. 社会背景和行业特征

过去 20 年的研究通过分析女性的背景、教育、经历, 试图挖掘女性企业家的“典型性”, 但女企业家群体却并非完全类似 (Carter et al., 2000)。国外女企业家的背景更多