

女性私营企业家状况与企业家精神

佟 新

(北京大学 社会学系, 北京 100871)

摘 要: 使用 2008 年全国工商联第 8 次私营企业和企业主抽样调查数据和相关访谈资料, 通过分析研究发现: 与男性私营企业家相比, 女性私营企业家以中青年为主体; 女性私营企业家多从业于服务业, 经营规模不大; 女性私营企业家的收入水平高于社会平均水平, 但与男性有极大差距。女性私营企业家在职业生涯中表现出积极的能动精神, 拥有一定的政治资源和参与政治活动的热情, 社会建构了独特的女性企业家精神。

关键词: 女性私营企业家; 企业家精神; 社会建构

【中图分类号】 C913.68

【文献标识码】 A

【文章编号】 1672-867X(2010)05-0005-07

随着市场经济的发展, 中国涌现出一批私营企业和私营企业家。所谓私营企业有广义和狭义两种解释, 从广义看, 所有非公有制企业都是私营企业; 从微观看, 私营企业就是私营企业。本文是在狭义角度来使用私营企业概念的。私营企业无论其成败都是市场经济的产物, 其产生和发展更多地反映了中国经济的特点; 私营企业家也更多地代表了市场化条件下企业家成长的特点。而对其中占有较少比例的女性私营企业家进行研究, 则有助于我们理解市场条件下女性参与市场并获得发展的状况及其特点。

一、中国女性私营企业家的数量

在现阶段的中国, 有多少女性成为企业家或女性参与创业活动并没有统一的数据。对此, 我们可以从几个方面有个大概的估计。

以“全球创业观察项目 (GEM)”为主的跨国研究。全球创业观察项目 (Global Entrepreneurship Monitor 简称 GEM) 是由美国百森商学院、伦敦商学院发起, 组织各参与国在创业领域最优秀的大学研究小组共同参与完成的, 其目标是研究全球创业活动的态势和变化、创业与经济增长之间的关系以及相关国家创业政策评估。2003 年的研究显示, 以 40 多个国家和地区为样本的, GEM 的男性全员创业活动指数为 11.84%, 女性仅为 6.90%。中国男性

创业活动指数为 12%, 女性为 11.16%, 和男性十分接近。女性的全员创业活动指数排在了全球的第 6 位。中国无疑属于女性创业很活跃的国家。^[1]

1993 年全国工商联首次对中国私营企业主进行调查, 在这次抽样调查中, 女性比例为 9.9%, 此后十多年来女性私营企业主的比例缓慢增长。2008 年, 全国工商联对中国私营企业和企业主进行的第 8 次抽样调查 (调查按万分之七比例抽样, 共调查 4098 家私营企业的企业主) 表明, 女性私营企业主占 15.8%。

有调查表明, 2008 年底全国已有 2900 多万女企业家, 约占全国企业家总数的 20% 左右; 女性自主创业比例达到 21% 以上, 已接近男性水平, 其中个体经营者和私营经济女企业家占女企业家总数的 41%。^①

最后一组数据是目前看到的女性企业家所占得比例的最高值。但除去个体经营者, 女性企业家是凤毛麟角式的人物。这种状况不仅出现在中国, 而是世界性的; 同时, 这种状况是长期存在的。这至少说明女性参与从事创业活动是很艰难的。对美国的抽样调查表明, 女性成为一名企业家的可能性只是男性的 60%。^[2]

那么, 对女性私营企业家的研究便意味着描述谁是女性私营企业家, 寻找这些女性私营企业家的成功之路, 为更多女性参与创业行为打下基础。

【收稿日期】 2010-03-12

【作者简介】 佟新 (1961-), 女, 北京大学社会学系教授, 博士生导师。

【基金项目】 国家社会科学基金项目“劳动力市场中的性别问题研究”(项目编号: 07BSH046) 阶段成果、中南民族大学科学研究基金资助项目《〈循环经济促进法〉在民族地区的实施机制研究》(YSY10001) 阶段成果。

① 崔郁: “与时代同行的中国女企业家群体”(《中国妇运》2009 年第 1 期) 这一数据的企业家群体包括了个体户, 这部分人应是“自我雇佣者”, 他们不在本文讨论之列。

二、从性别比较看女性私营企业家的现状和特点

本部分使用的数据资料是 2008 年全国工商联主持的第八次全国私营企业和私营企业主抽样调查 (按万分之七比例抽样) 本次共调查了 4098 家私营企业的企业主, 其中女性有 647 人, 占 15.8%。我们重点对 647 位女性的数据进行统计分析, 并进行相关性别比较研究。研究表明, 两性私营企业家在年龄、受教育程度、创业规模、企业员工规模、经营的行业、经营状况等多方面存在差异, 但也在多方面存在着多种共性。

第一, 与男性相比, 女性私营企业家的年纪较轻、文化水平相对较高。

表 1 创业者 (私营企业主) 分性别、分文化和分年龄的状况

(%)

		研究生	大学	大专	高中、中专	初中	小学及以下	合计
30 岁以下	男	9.2	25.0	34.2	26.3	5.3	0.0	100.0
	女	10.3	55.2	20.7	13.8	0.0	0.0	100.0
30 岁—39 岁	男	11.6	29.3	26.9	28.0	4.0	0.1	100.0
	女	13.0	30.8	22.2	27.6	5.9	0.5	100.0
40 岁—49 岁	男	17.8	21.4	25.8	28.2	6.2	0.5	100.0
	女	13.9	23.6	26.1	28.9	7.5	0.0	100.0
50 岁—59 岁	男	8.1	16.7	29.8	31.9	12.2	1.2	100.0
	女	8.9	16.1	24.2	34.7	12.9	3.2	100.0
60 岁及以上	男	6.2	15.2	28.7	27.5	16.9	5.6	100.0
	女	9.1	18.2	27.3	31.8	9.1	4.5	100.0

49 岁以下的女性私营企业家拥有大学文凭的比率皆高于男性。特别 30 岁以下的女性私营企业家拥有大学学历的比例远远高于男性。这有两点意义,

1. 有较高学历的年轻女性可能会成为自我创业的主

女性私营企业家的年龄以中青年为主, 40 岁以下的创业者占 33.4%, 40—49 岁为高峰期, 占了 43.5%, 两者相加为 77%, 即女性私营企业家以 50 岁以下为多。相对于男性而言, 女性私营企业家的年纪较轻。男性私营企业家年龄在 40 岁以下的比例为 22.8%。在 50 岁后仍管理企业的女性为 23%, 而男性为 33%。这在一定意义上意味着女性私营企业家的职业生涯可能比男性短。

女性私营企业家的文化水平很高。有 12% 的女性受到研究生教育, 26% 具有大学学历。特别是年轻一代的创业者受教育程度更高, 30 岁以下的女性私营企业家拥有大学以上学历的占了 65.5%, 比同龄男性私营企业家高了 28.5 个百分点 (见表 1)。

力; 2 女性私营企业家进入创业行列的门槛较高或在未来发展道路上更可能被甩出这一队列。

第二, 女性私营企业家更多地在服务业中创业和发展。

表 2 不同性别企业主企业经营的主要行业分布

		农林牧渔	制造业	建筑业	信息服务	批发零售	住宿餐饮	居民服务	其他	总计
男	样本数 (人)	210	1295	185	139	468	109	59	364	2830
	比例 (%)	7.4	45.8	6.5	4.9	16.5	3.9	2.1	12.9	100.0
女	样本数 (人)	25	154	14	42	147	34	21	79	516
	比例 (%)	4.8	29.8	2.7	8.1	28.5	6.6	4.1	15.3	100.0

(注: 其他行业包括: 采矿业、电力煤气水、交通运输、金融、房地产、租赁、科研技术、公共设施、教育、卫生、文化体育、公共管理等行业, 因这些行业在行业中所占比例较小, 将其合并计算。)

数据表明, 私营企业家在经营主业上有性别差异 ($\chi^2 = 132.883$ $P < 0.001$)。表现为: 1. 两性私营企业家的经营范围以制造业和批发零售业 (服务) 为主。但男性私营企业家更多从事制造业, 其比例高于女性, 差距达 16 个百分点。女性私营企业家从事批发零售业的比例要比男性高 8 个百分点 (见表 2)。2. 男性私营企业家从事第一和第一

二产业的规模高于女性, 达 59.7%, 女性为 37.3%, 比男性少 22.4%。女性创业活动集中于服务业, 达 48.4%, 接近一半的比例, 比男性高 19.6%, 这些服务业包括了信息服务业、住宿餐饮业、居民服务业等。这一方面可能与女性对市场的敏感有关, 使她们迅速进入与人们日常生活相关的服务业; 另一方面这也可能与这些行业的技术含量

较低、投入成本较小有关。但随着社会发展和市场的变化，第三产业作为朝阳产业为女性创业提供了未来发展空间。

第三，女性私营企业家企业规模较小，员工规模亦较少。

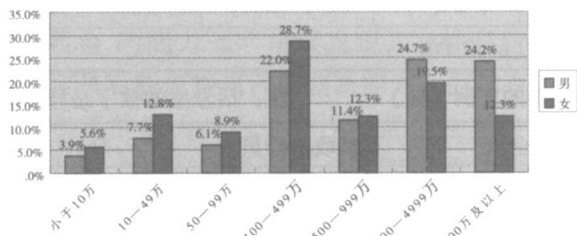


图 1 企业家性别与 2007 年企业销售额

从经营和组织状况看，女性私营企业家的年销售额多在 500 万元以下，占了女性私营企业家总量的 60%；而男性私营企业家的年销售额在 500 万以下的只有 39.7%。特别是经营销售额在 1000 万以

上的男性私营企业家比例明显多于女性（见图 1）。

从职工规模看，两性私营企业家存在显著差异（ $\chi^2 = 107.262$ ， $P < 0.001$ ）。女性私营企业家经营的组织人员规模普遍比较小，大约有 1/3 的企业员工数少于 10 人，有 2/3 的企业员工人数在 50 人以下，100 人以上的大企业只占 1/5 左右，即 50 人规模以下的企业占到了 69%。男性私营企业家的组织人员规模则几乎相反，只有 1/5 的企业员工人数小于 10 人，有 2/3 的企业员工人数在 50 人以下，100 人以上的大企业多达 1/3（见表 3）。

从发展的动态看，对比开业初期和调查年（2008）企业的员工规模，两性企业家的企业员工的增长是不同的，存在显著差异（ $\chi^2 = 17.794$ ， $P < 0.005$ ）。女性私营企业家的员工规模没有变化的比例高于男性；而男性私营企业家的员工规模大、增长的数量远高于女性，男性私营企业家有员工规模不断增加的态势。

表 3 私营企业家性别与企业员工规模 (%)

注：括号中的数字为样本人数

人员规模	小于 10 人	10—49 人	50—99 人	100—499 人	500—999 人	1000 人以上	总计
男	15.6 (515)	33.9 (1121)	14.5 (480)	27.1 (897)	5.0 (166)	3.9 (129)	100.0 (3308)
女	28.9 (179)	40.2 (249)	11.3 (70)	16.2 (100)	2.3 (14)	1.1 (7)	100.0 (619)

表 4 两性创业者经营企业的员工规模增长情况

		人员负增长	人员无变化	人员增加近一倍	人员增加 2 到 5 倍	人员增加 5 到 10 倍	人员增加 10 倍以上	合计
		男	456	637	799	797	216	294
	样本数 (人)	456	637	799	797	216	294	3199
	所占比例 (%)	14.3	19.9	25.0	24.9	6.8	9.2	100.0
女	93	154	154	134	40	33	608	
	样本数 (人)	93	154	154	134	40	33	608
	所占比例 (%)	15.3	25.3	25.3	22.0	6.6	5.4	100.0
合计	549	791	953	931	256	327	3807	
	样本数 (人)	549	791	953	931	256	327	3807
	比重 (%)	14.4	20.8	25.0	24.5	6.7	8.6	100.0

第五，男女两性创业者的收入水平有巨大差异。

长期以来，在人们的想象里企业家们是“大款”的代名词，他们拥有自己的企业，可以呼风唤雨。调查显示两性创业者之间的巨大差异。有 44% 的女性私营企业家年收入在 5 万元以下，有 12.7% 的年收入在 5—10 万元，年收入在 10—25 万之间的比例为 30.6%，而高于 25 万的女性只占极少部分。女性私营企业家在调查年的前一年，即 2007 年的平均收入是 14 万（标准差是 24.52 万元）。而男性私营企业家平均年收入是 155 万元

（标准差达 3408.04 万元），男性私营企业家的平均年收入是女性的 11 倍之多；以年平均收入算，女性私营企业家的年收入只是男性收入的 14%，远高于社会有酬劳动的两性收入差。企业家的“大款”形象似乎仅属于男性。对珠江三角地区女私营企业主的调查亦说明了相同状况，女私营企业主的收入处于较低水平。

第六，女性私营企业家在发展过程中显示出自主和能动地建立自身政治资源的能力，但依然比男性略低。

有 19% 的女性参加了各级人民代表大会的工

作, 有 34% 参与了各级政府的工作。女性从事创业活动增加了她们参与社会政治活动的机会。但如

果进行性别比较我们会发现, 男性私营企业家在获得政治资源方面获得了更多的优势。

表 5 两性创业者成为人大代表的比例 (%)

注: 括号里的数字是样本人数

	乡	县(市)	地级市	省	全国	不是人大代表	总计
男	4.3 (106)	15.2 (378)	9.5 (236)	2.4 (60)	0.7 (17)	68.0 (1691)	100.0 (2488)
女	1.5 (7)	8.4 (38)	7.0 (32)	1.8 (8)	0.2 (1)	81.1 (368)	100.0 (454)
显著性检验	$X^2=33.979, P<0.001$						

表 6 两性创业者成为政协委员的比例 (%)

注: 括号里的数字是样本人数

	县(市)	地级市	省	全国	不是政协委员	合计
男	25.1 (652)	13.1 (340)	2.2 (56)	0.3 (7)	59.3 (1538)	100.0 (2593)
女	19.2 (90)	12.8 (60)	1.5 (7)	0.2 (1)	66.2 (310)	100.0 (468)
显著性检验	$X^2=9.793 P<0.05$					

行业性组织发挥了协调私营企业同业生产、规范市场行为的作用。参加行业组织是企业维护合法权益, 接受政府监督, 规范行业行为的一个重要途径。相对其他群体而言, 私营企业主的社团参与意识要比其他社会成员更强。^[3] 调查表明, 女性参与政府部门主管的行业协会的比例达 51.5%; 成为工商联会员的比例为 58.9%; 参加了工商联主管的行业商会或同业公会的比例为 45.8%。这些比例均比男性低约 10 个百分点。但另一方面, 女性私营企业家与其他类别的女性相比, 其在政协中的比例是较高的。

值得注意的是, 一些具有强市场约束性的变量并没有显示出性别差异。这些变量包括: 1. 创业资金来源。两性皆主要来源于个人和家庭的生意或是生产积累。在开办企业时, 男性私营企业家以自有资本创业的占了 67.47%, 女性同样占了 67.43%。有亲友支持的两性创业者只占很小的部分, 都只占 10% 左右。2. 公司类型。两性创业者皆有 72% 左右是以有限责任公司为主的经营, 独资企业、合伙企业、股份有限公司和一人公司等经营形式占有较少比例。3. 资本增值率和资本负债率。4. 管理模式。在选择家族管理、经理人制和董事会制方面皆有一半以上是选择家族制管理, 即以企业家亲属组成的管理集团, 这些亲属包括企业家的父母、配偶、兄弟姐妹或子女。在“企业有关重大决策由谁决定、企业日常管理由谁负责”方面也不存在性别差异。

综上所述, 第一, 私营企业家的性别差异主要表现在社会因素相关的变量方面, 如年龄、学历等; 第二, 在创业的结果上有差异, 如进入的行业、收入和参政状况; 第三, 在与市场约束紧密相

关的要素上, 两性无差异, 正如“市场不相信眼泪”一样, 在激烈的市场竞争中女性要凭借自身努力, 面对和男性同样的市场条件, 创办和发展自己的组织, 而那些年富力强、受过较好教育从业于服务业的女性私营企业家更有可能持续发展。

三、女性私营企业家的创业类型和能动性

本调查对 20 位各种类型的女性私营企业家进行了访谈, 还在各类媒体上收集了大量女性私营企业家的资料, 在这些资料的基础上, 总结女性私营企业家的成功之路和创业类型。事实上, 女性企业家们的经营业绩是令人关注的。以 2003 年对女企业家的调查统计来看, 女性领导的 150 万家企业中, 仅有 1.5% 的企业亏损, 98% 的企业赢利。^[1] 2008 年, 工商联的私营企业和企业家调查表明, 女性私营企业主在经营规模上比男性小, 但其赢利能力并不比男性差。

就其创业和企业发展而言, 男女两性都是在市场中打拼, 应有相似的发展轨迹; 但与男性不同, 女性私营企业家的职业生涯与其生命周期有内在联系, 婚姻、生育和抚养子女的生命事件以各种方式嵌入于她们的职业历程中。女性私营企业家的工作总会与其家庭、妻子角色有千丝万缕的联系。一项对女性管理者的调查发现, 家庭和工作是相互影响的, 且家庭对工作的影响程度略高些, 大多数女性管理者能平衡好家庭和工作的关系, 特别越是高层管理者越是能处理好家庭和工作的关系。^[4] 女性企业家们会建立一套应对策略尽量结合工作与家庭, 协调家庭角色和工作角色的要求, 避免冲突。

访谈亦发现, 女性私营企业家具有巨大的能动性, 她们会在生命周期的不同阶段能动地在市场上

把握机会。这种能动性表现为两方面，一是机遇识别能力；二是扩大资源的能力，即通过创业活动，获得了更多的经济资本、政治资本和社会资本。Kirzner认为，“机遇识别”是企业家精神和企业家行为的核心，初始资源的总量不是关键性问题，重要的是那些被其他人忽略的个人的“探寻潜在的有价值机会的能力”。^[5]访谈发现，女性私营企业家不一定具有熊彼特强调的创新能力，但却有较好的识别机遇的能力。透过女性私营企业家的“机遇识别”能力，可以看到至少有四种类型的职业成功模式。

一是“心中有梦肯于努力型”女性私营企业家，这类女企业家具有创业和发展的志向，并为实现梦想而努力。这类女性的能动性最强，她们可能资金有限，亦可能遇到诸多挫折，但其心中的梦想使她们有决心和毅力克服困难，利用专业、人脉等多方面的优势，获得可持续发展。因此，她们具有“识别机遇的能力”，是成功的女性企业家的主流。李女士（42岁，某专利事务所责任人），她在美国拿到相关博士学位，并一直看好中国相关市场的发展。2005年时，她看市场机会成熟，就在北京成立了自己的事务所。访谈中，她对业务娴熟，对市场了然于胸，自信自己的选择，她认为目前是最好的发展时机。索女士（38岁，某饭店负责人）来自农村，20年前以“阿姨”的身份到北京打工，凭借着自身的勇气、智慧和梦想，进入餐饮业，从服务员到领班，再到经理，再到承包自己开店，在每一个转折点中，她都是抓住一切可能的机会学习和拓展，在挑战中不断发展。随着互联网的发展和女性受教育程度的不断提高，具有自主创新意识和创业梦想的女性正大量涌现，特别是服务业、信息业为这类女性企业的发展提供了更大的空间。

二是继承式的女性私营企业家。她们多是因为血缘或姻缘关系继承了父辈或丈夫企业的女性企业家。一方面，她们在生活中耳濡目染地学习了一些经营之道；另一方面，她们是被动地进入市场竞争中，承担着巨大的压力。这类女性企业家一般资金较大、社会关系或社会资本较强，虽然可能受制于家族企业的限制，但同时也享有了家族各种关系所带来的利益。这种继承有两种方式，一是从丈夫处继承事业而不断发展的女性企业家。这包括因丈夫事业做大或丈夫去世、或离异等原因继承了丈夫的事业或部分事业。这当中也包括一些夫妻共同创业因事业有所发展，两人各自主管不同的企业的状

况。张女士（54岁，北京，现是某文化产业公司的董事长）在45岁时丈夫因工作劳累去世，她接替了丈夫的公司，并从租赁事业逐步转向了文化产业。后她因自己的性别身份，成为市政协委员，并借助政府的信息，将事业越做越大。

二是从父母处继承事业的女性企业家，这多是一些家族式企业。现在一些家族企业已经开始培养第二代，并将家族产业向第二代传递。小胡（30岁，现为某化工工业公司的总经理），高中时被已经是私营企业家的父亲送到英国留学，26岁她大学毕业后被父亲招回公司。开始父亲只是让小胡做一些简单的工作，而学习过管理的小胡开始对公司经营有了自己的想法，并几次与父亲讨论，最后父亲将一家小公司让小胡经营，使小胡开始了起步，并有了较快的发展。其父亲已经开始考虑将小胡经营的产品作为总公司的主业。

三是转型类女性私营企业家。所谓转型是指从计划经济向市场经济的转型，这类女性企业家一般年龄在40岁以上，有过在国家机关或国有企业工作的经历，且这些经历成为她们企业发展重要的信息资源、经济资源、社会关系资源。这类女性私营企业家的经营类型多样，既可能是服务业也可能是工业制造业，这主要取决于其自身经历和其持有的社会资源。她们是一批成熟型的女性私营企业家，她们与体制有千丝万缕的联系，利用体制中的关系、甚至是体制的权威开始创业。刘女士（48岁，现为某美容美发公司的总经理）曾是主管美容美发业的上级部门中的一名干部，后成为某一美容美发公司的总经理，十几年中，她不断扩大企业规模，连开了三个连锁经营店。她说，她的工作性质与传统体制有千丝万缕的联系，在原单位的工作为其事业发展提供了重要基础。访谈中还发现转型从事创业的女性们常常会谈起对原有组织中男性领导的不满，这种不满主要是指男性领导的贪婪或权力滥用，这些不满成为其跳出原有组织的重要动力。

第四是混合型的女性私营企业家，她们具有上述类型的两种以上优势的结合，使其成为起点较高的女性私营企业家。

上述种种女性私营企业的类型不能涵盖所有的女性私营企业家创业类型，但却与主流企业家发展理论有所不同，主流的企业家理论强调的多是资本运作、创新等。但值得注意的是，上述职业发展类型亦是无异于男性的，只是这些类型更是在女性企业家中占有更高的比例。

四、抓住机会的能力与女性企业家精神

行文到此,似乎可以收尾,但是最初的问题还没有得到最好的解释,为什么女性企业家的比例如此之少?以及为什么会有 15—20%的企业家中的女性会成功,她们成功的秘密是什么?

已有研究多从社会环境方面对女性企业如此之少进行解释,有观点认为,女性创业低的原因在于女性在政府部门和企业交往中常常受到限制,这影响到她们获取对企业创建和成长所必需的信息和资源。^[6]因为女性被排斥在男性生意洽谈的网络之外。女性在银行、投资公司、企业、政府主管部门所占的低比率,使男性不可能有机会与女性更多地打交道。毫无疑问,商场如战场,它一直是男人角逐名利的场域,在中国更是如此。可以说,没有女性整体在企业、商业和各类经济领域中的位置,就不会有女性企业家大幅度的增长。

那么,女性私营企业家成功的秘密是什么呢?除了有能力辨识机会,并抓住机会外,是否存在特有的精神气质或企业家精神呢?

传统的企业家精神(Entrepreneurship)研究无疑是性别盲的。这些理论主要是以男性经验为主的,强调创新是企业家精神的灵魂。坎迪隆(Richard Cantillon)和奈特(Frank Knight)两位经济学家,将企业家精神与风险(risk)或不确定性(uncertainty)联系在一起,强调没有甘冒风险和承担风险的魄力就不可能成为企业家。这样的一些企业家精神的理论几乎反映的全部是男性的经验,将女性企业家和创业者排斥在其理论之外。

新近一些的企业家精神的定义是“依靠个人、团队或一个企业,建立一个新企业或创业的努力,例如通过自我就业、创造新的业务组织、或扩张现有企业的作法。”^①这既包括创新的努力,也包括组建团队,共同努力的能力。那么,这两方面的能力或许有着性别差异?对此有两种不同的意义。一是两性相同论,一项对 2000 对男性和女性管理者的比较研究表明,女性管理者数量少的现象不能用两性不同的管理方式来解释。^{[7] (P60-76)}另一种观点则是差异论,越来越多地人认识到管理风格上性别差异的存在。有研究认为女性较易受家庭环境的影响。在受教育方面,女性多接受艺术类教育,男性多接受工程类教育。在创业动机方面,男性认为创

业的唯一动机是赚钱,而女性则认为独立、有成就感是创业的首要动机,最后才是赚钱。在创业年龄方面,男性创业始于 30 岁左右,而女性始于 35 岁左右;在社会支持网络方面,男性首选的支持者是生意伙伴,而女性最佳的支持者是配偶和家庭。在创新企业方面,女性倾向于在与服务有关的领域内创新企业,而男性则倾向于进入制造、建筑或高技术领域。其结果是女性企业家拥有小企业,企业开创速度比男性快大约 3 倍。^{[8] (P390-399)}

一种经验论认为,女性独特的领导风格在于:女性具有与男性不同的社会经验,女性较男性具有更好的人际交往能力、修养和敏感性;女性的领导方式比男性更有效和更人性化。^{[9] (B1)}女性关怀伦理的解释是:女性领导比男性更加关心他人,她们更加注意与下属的经常性沟通、分享信息、鼓励广泛参与以及重视他的自我价值感。^[10]也有学者分辨出两种管理风格,女性领导更多地具有“转换型领导方式”(Transformational Leadership),这种管理风格是将“服从”关系转换为“信奉”关系,更容易受到下属的信任和尊重。男性更多的是一种“交易型领导风格”。^{[11] (B49-560)}总之,两性企业家如果有着某种差异论,那么这种差异是源于性别、职业和组织结构的不同。^[12]

中国国内相关研究较少。在各类访谈中,我能够感受到这些女性企业家们的那种独特精神,既有渴望在男性主导的领域中发展的勇气,也有力求不同于男性主流管理思想的尝试。这些精神力量和挑战精神或许正是女性企业家的精神气质之一。但本文认为,这种气质正是与男性主流社会互动的结果,是男性主流的经营氛围和文化建构了女性企业家的精神气质。这种主流的文化以两种极端的模式来想象女性企业家,一个极端是:女性是男性性欲化和母性化的想象,这样的女性是坚强、隐忍和富于牺牲精神的。另一个极端是:女强人,她们不断反抗着社会对女性气质的期望,她们刚愎自用、好胜、不屈服、具有控制欲。这种社会想象加之媒体对女性企业家形象的固定化,产生了巨大的建构作用,使女性私营企业家常常出现认同困境或叛逆。正是在这种社会建构的过程中,产生了至少两种女性私营企业家的精神,一类女性私营企业家是期望在经营管理中保留自己的女性特质,即注重人情味,

① 2008 年 GEM 报告。见 http://www.gemconsortium.org/download/1260092564270/GEM_Globa_08.Pdf

强调人际关系的和谐, 可称其为“家庭式管理精神”。另一类女性私营企业家期望在管理和经营中努力保持竞争、理性和制度化的管理风格, 希望做得“比男人更好”, 可称其为“去女性化的管理精神”。

“家庭式管理精神”如周小萍(广东同德药业有限公司董事长)所言:

“女性企业家, 一般做事谨慎一点。在我的职业生涯里, 做一行, 就做好一行。我个人的感觉, 女性管理现代企业, 使得企业内部更像一个家。首先女企业家在经营管理中更注重柔性融会贯通管理, 更容易与下属及客户处理好关系, 所以一般会以经营家庭的方式来经营企业。其次在经营管理的过程中, 女性更注重沟通、互惠互助、合作共赢等; 处理问题过程中, 你会发现, 细致、执着也是女企业家的一大特点。这些特点都是优势。”^[13]

这一管理精神与其生活经验有着高度的一致性

参考文献:

- [1] 中国是女性创业活跃的国家 [J]. 中国青年报, 2005-03-28
- [2] Reynolds Paul D., and Sammis B. White 1997. The Entrepreneurial Process: Economic Growth Men, Women and Minorities. Westport: Conn. Quorum Book
- [3] 王学勤, 等. “北京市私营企业主社会群体意识研究”(2001年6月—2003年1月) [M]. 社会经济问题调研, 2003 (3).
- [4] 北京大学光华管理学院女性领导力研究课题组. 2006年女性管理者调查报告 [R]. <http://finance.sina.com.cn>
- [5] Kirzner Israel M. 1997. Entrepreneurial Discovery and the Competitive Market Process: An Austrian Approach. "Journal of Economic Literature" 35: 60—85
- [6] Lerner Miri, Candida Brush and Robert Hisrich 1997. Israeli Women Entrepreneurs: An Examination of Factors Affecting Performance. Journal of Business Venturing 12: 315—39
- [7] Donnell S. M. & Hall J. 1980 Men and women as

或内在统一性。而“去女性化的管理精神”则是恰恰相反。总之, 本文坚持社会建构的立场, 相信在创业的动力机制方面两性没有差异。但实现成功创业的手段和管理上具有性别特征, 因为两性有不同的社会期望、成长的社会环境和市场条件, 女性更需要在自我认同上进行调整, 策略性的建立自我形象和工作方式, 这种选择的能动性决定了其女性企业家精神的特点。

(本文在写作过程中得到了戴建中老师的多种意见和数据的支持, 赖素莹、苏熠慧做了相关统计工作, 特此感谢。)

- managers: A significant case of no significance. Organizational Dynamics 8: 60—76
- [8] Donald D. Bowen and Robert D. Hisrich. The Female Entrepreneur: A Career Development Perspective. Academy of Management Review. Iss. 11, 1986
- [9] Hegesen Sally 1990. The Female Advantage: Women's way of Leadership. New York: Doubleday P31. [10] Rosener J. 1990. "Ways women lead". Harvard Business Review 68: 119—125
- [11] Bass Bernard M. & Avolio Bruce J. 1994. "Shatter the glass ceiling: Women may make better managers". Human Resource Management Vol. 33 Issue 4: 549—560
- [12] Mirchandani Kiran 1999. Feminist Insight on Gendered Work. New Directions in Research on Women and Entrepreneurship [J]. Gender, Work and Organization. Volume 6, Number 4, October 1999
- [13] 周小萍. 女性管理的企业更像一个家 [J]. 中国妇女报, 2009 (8): 13

The Status Quo of Chinese Female Entrepreneurs of Private Businesses and their Spirit

TONG Xin

(Department of Sociology, Peking University, Beijing 100871, China)

Abstract: Based on the sampling survey of and interviews with the private businesses and entrepreneurs attending the Eighth Conference held by All-China Federation of Industry and Commerce in 2008, this research has reached the following conclusion: Compared with male entrepreneurs of private businesses, most female entrepreneurs of private businesses are young or middle-aged, engaging mainly in fairly small businesses of service. Their average income is higher than the average income of our society but much lower than that of the male entrepreneurs. These female entrepreneurs have initiative and political enthusiasm in their career as well as political resources, and their unique spirit is the result of social construction.

Key words: female private entrepreneurs; entrepreneur's spirit; social construction

(责任编辑 杨国才)