

# 创业者的身份内涵:研究述评与展望\*

刘容志<sup>1</sup>, 郑超<sup>1</sup>, 赵君<sup>\*2</sup>

(1. 中南财经政法大学工商管理学院, 湖北 武汉 430073;

2. 中南财经政法大学公共管理学院, 湖北 武汉 430073)

**内容提要:**创业者行为是创业者对自我身份认同的反应。社会认同理论及角色认同理论为这一过程的解读提供了不同的研究视角。本文首先回顾了创业者身份的概念,从社会身份和角色身份两个维度对其进行了分类;其次,从创业者的身份内涵及创业行为与动机的一致性两个方面对社会认同理论及角色认同理论进行了对比。在此基础上,又结合创业者社会身份与角色身份的对立统一性,探讨了两种理论的融合。最后对未来研究方向进行了展望。本文基于文献梳理,探讨了创业者身份对创业行为的影响机制以及身份认同在这一过程中的作用,旨在增加对创业者行为的深入理解,从而为创业行为和创业者身份的研究提供新的研究视角。

**关键词:**创业者身份;社会认同;角色认同

**中图分类号:**F270 **文献标志码:**A **文章编号:**1002—5766(2016)06—0189—11

## 一、引言

自柏拉图、亚里士多德等古希腊哲学家解释了个体自我概念和自我意义的起源之后,探索个体社会身份本质的研究逐渐引起学者的关注。创业作为一种对潜在盈利机会的反应(McMullen & Shepherd, 2006),在给个体带来巨大经济利润的同时,也为社会创造了经济价值,其蕴含的政治和社会影响力引发了学者们对什么样的人适合创业这一问题的思考(Brettel等, 2012; McKelvie等, 2011; Mitchell & Shepherd, 2010)。然而,仅仅理解什么样的人适合创业以及为什么创业者和其他人存在区别,这明显是不够的。因为,创业行为也是创业者个人身份的一种表现(Shepherd & Haynie, 2009),并受其不同身份认同的影响而呈现较大差异。

目前,创业研究大多集中在创业者个人特质

(Baron & Ensely, 2006)或其认知特征(Shepherd, 2015; Gregoire等, 2010)等方面,在解释创业者对潜在机遇的行为反应时说服力不够。因此,有必要探讨创业者行为选择的其他解释机制。基于此,目前关于创业者身份的研究已经开始探讨身份差异如何影响行为选择(Fauchart & Gruber, 2011; Powell & Baker, 2014; 熊琪等, 2015)。Leavitt等(2012)指出,不同创业者身份以一种可预测和有意义的方式影响创业者的机会识别行为和资源获取行为。在研究创业者时,学者们不再将创业者当作凭借先前知识和经验或者内在动机做出创业行为的个体,而是基于自我身份做出特定决策的个体。创业者基于个人经验、内在动机和自我身份的创业行为是存在明显差异的,这些差异对于解释同样类型的创业者之间的创业结果提供了新的见解。本文在梳理与创业者身份相关文献的基础上,从社会认同理论和

收稿日期:2016-03-15

\* 基金项目:全国教育科学规划课题教育部青年专项“创业教育的演进机制及其对大学生创业影响的跟踪研究”(EIA150416)。

作者简介:刘容志(1984-),女,河南许昌人,讲师,管理学博士,研究领域是创业管理,E-mail:liurongzhi818@163.com;郑超(1990-),男,湖北荆门人,硕士研究生,研究领域是创业与人力资源管理;赵君\*(1983-),男,湖北武汉人,副教授,管理学博士,应用经济学博士后,研究领域是组织行为与人力资源管理,E-mail:zhjun\_521@126.com。\*为通讯作者。

角色认同理论的双重视角研究创业者身份对创业行为的影响机制以及认同在这一过程中的作用,旨在增加对创业者行为的深入理解,从而为创业行为和创业者身份研究带来新的思路。

## 二、创业者身份的概念、类型及行为模式

创业者身份作为个体行为的解释机制,使个体明白成为一个创业者需要付出相应的努力(Hoang & Gimeno,2010;Shepherd & Haynie,2009)。创业者身份是对于创业者自我和周围其他人而言的成为某一特定创业者的各种意义(Ibarra & Barbulescu,2010),创业者身份代表个体想成为创业者的心理愿望,是个体持久的目标、愿望、动机的认知显现(Stryker & Burke,2000)。创业者的社会身份通过创业行为加以显现,因此,在创业者身上能找到共同之处,但是,不同创业者在自我概念形成的内在动机和参照标准上存在差异,因此,还可以看到同一类型创业者之间的个体差异。按照Murnieks(2014)的解释,创业者身份是一个多维度的概念。组成自我概念的身份维度有中心性和突出性之分。中心性指的是与其他身份相比,焦点身份对于创业者的相对重要性;突出性是指创业者表达焦点身份的意愿强度。由于意愿是预测行为的最直接的指标,因此,创业者对自我身份越是认同,通过行为来表达身份的可能性就越大。

身份理论认为,创业者身份是在社会互动与交往中形成的,人们需要理解创业者身份包含的意义,以指导自己的创业行为。创业身份被赋予了一定的社会期望,因此,为了回馈这种社会期望,创业者就会实施与社会期望一致的创业行为。Hoang & Gimeno(2010)认为,创业者身份认同会驱动目标导向行为。也就是说,个体的身份认同与创业行为的实施有直接联系。因为,身份形成的过程包含了参考框架,因此,创业者身份不仅会驱动创业者通过行为来达到自己的目标,而且也为企业达到目标指明了途径。因此,虽然不同的学者基于不同行业创业者的研究对创业者身份内涵的理解及

分类存在差异,但是,主要分成社会身份和角色身份两类。

### 1. 基于社会身份的概念及分类

根据社会认同理论,创业者身份指的是个体在社会中作为创业者的意义和行为的集合(Murnieks,2007;韦慧民、潘清泉,2014)。社会认同是创业者进行自我定义的重要基础(Hogg & Terry,2000),丰富了创业者对自我概念的理解,社会身份对创业情景下的信念、情感、价值观和行动,以及新企业创办都是极其重要的(Hogg & Terry,2000)。对创业者社会身份的分类包括以下两种:一是Fauchart & Gruber(2011)发现的达尔文主义者、社群主义者、传教士这三种单一身份以及社群主义者和达尔文主义者的混合身份;二是Powell & Baker(2014)发现的企业批评家、宗教信仰者、地方主义者、环保主义者、资本主义者、爱国者、纺织信徒和有价值的雇主等八种创业者社会身份。这些不同的身份类型代表了创业者创办新企业时定义不同行为的集合。社会认同理论提供了一个理论框架来解释社会认同是如何引导个体以强化身份的方式采取行动的(Hogg & Terry,2000;Tajfel & Turner,1979),因此,可以理解为什么不同企业创办过程和结果会完全不同。

### 2. 基于角色身份的概念及分类

根据角色认同理论,创业者身份是指在创业过程中同时拥有的角色,虽然创业者可能都拥有“创始者”这个身份(Dobrev & Barnett,2005),但是,创业者的角色身份还可以在创始者(Minniti & Bygrave,2001)、投资者(Alvarez & Barney,2005)和管理者(Willard等,1992)之间变化。基于此,创业者角色身份具有以下几种分类:一是Cardon等(2009)将创业者角色身份划分成投资者、创立者、开发者;二是Blake & David(2014)将创业者角色身份划分成创业者、投资者和管理者;三是Powell & Baker(2014)在自己的研究中发现了反企业商人、基督徒商人、社区赞助者、绿色活动家、底线保持者、国内

制造商、纺织布道者、体贴的老板这八种创业者角色身份。无论哪一种角色身份被激活,都会对创业者的具体行为产生重要影响,因此,角色身份的多样性对创业者及未来新企业的发展来说都有举足轻重的作用。

### 3. 基于身份的创业行为

个体身份作为解释行为的认知框架促使其寻求和他们的身份一致的行为和行动(Hogg等,1995; Stets & Burke,2000)。创业行为是一种价值驱动型的创造性活动,包含了机会识别行为和资源获取行为,通过促进新企业创办、成长和转型的活动得以完成(Bird,1989)。新企业创办是一个社会化过程,组织本身就是一个社会结构(Whetten & Mackey, 2002),创业者的身份在创业行为中得以体现,是其进行自我评估的基础,对制定创业相关的决策是非常重要的(Brewer & Gardner,1996)。创业中的技术不确定性、市场不确定性和组织不确定性等动态因素会使创业行为变得复杂并难以捉摸,而创业者的社会身份使他们在识别潜在机会、获取关键资源以及随后采取的创业行动上表现出可预测性。社会认同存在差异的个体在识别和利用与主要目标联系在一起的机会以及资源获取行为方面有显著差异,此外,身份认同理论解释了为什么一些创业者在创建新企业时不将替代性的或者更有吸引力的机会考虑在内(Gruber等,2013)。例如,达尔文主义者追求满足个人经济利益的机会,并从大众消费者那里获取资源;社群主义者追求有利于社区发展的机会和从社区获得资源支持;而传教士则追求能够推进政治事业的机会,从有影响力的社会人士那里获取资源。Blake & David(2014)认为,创业者不仅仅寻求最适合他们的机会,而且寻求最符合他们身份的机会。创业者身份和行为的关系研究不仅有助于理解创业者是谁和创业者做了什么,而且也解释在某种情境下创业者的特定思维方式和具体行动提供了理论框架。

## 三、两种认同理论对创业者身份及行为模式的不同阐释

社会认同理论指的是个体认为自己是某个社会群体的一员(Tajfel & Turner,1979),这个群体的成员身份对塑造其情感和价值观是十分重要的,回答了“我属于谁”这个问题。个体的社会认同会驱使个体采取一系列与群体成员身份相符的行为。而角色认同理论指的是个体会在不同社会群体中扮演不同的角色(McCall & Simmons,1978),角色是个体自我概念的重要来源,回答了“我是谁”这个问题。个体的态度与行为会和他(她)当时应扮演的角色一致。

### 1. 社会认同理论的阐释

社会认同理论认为,创业者和非创业者存在根本差异,创业者主要以企业家身份思考和行动(Mitchell & Shepherd,2010),他们富有创新和冒险精神,在快速变化的环境中忍受着不确定性带来的风险,为了获取利润和其他形式的自我满足(主观幸福感),在高强度的压力下持续工作,他们的身份代表着成为一个企业家应该担负的责任,他们的创业行为不仅仅是一个由个人利益驱使的商业过程(Fauchart & Gruber,2011),他们中的有些人还受到利他动机或者亲社会动机的驱使(Li & Liang,2015; Renko,2013; Miller,2012),通过为社区成员提供新产品来满足成员的发展需要(Peredo,2006),也可以通过追求政治职位影响政策制定的方式来为社会谋福利(如图1所示)。根据社会认同理论的假设,个体对“创业者”意义的理解来源于社会对这一概念的解读(Stryker & Burke,2000)。身份的形成则建立在个体对社会看法的内化及个体认知图式的形成;个体基于其对“创业者”意义的理解进行与这一身份相符的行为(Murnieks等,2014),因此,创业者的创业行为是其身份和创业动机的体现。基于此,社会认同理论为阐释创业者群体成员之间的观念和和行为及其影响因素提供了理论基础。

### 2. 角色认同理论的阐释

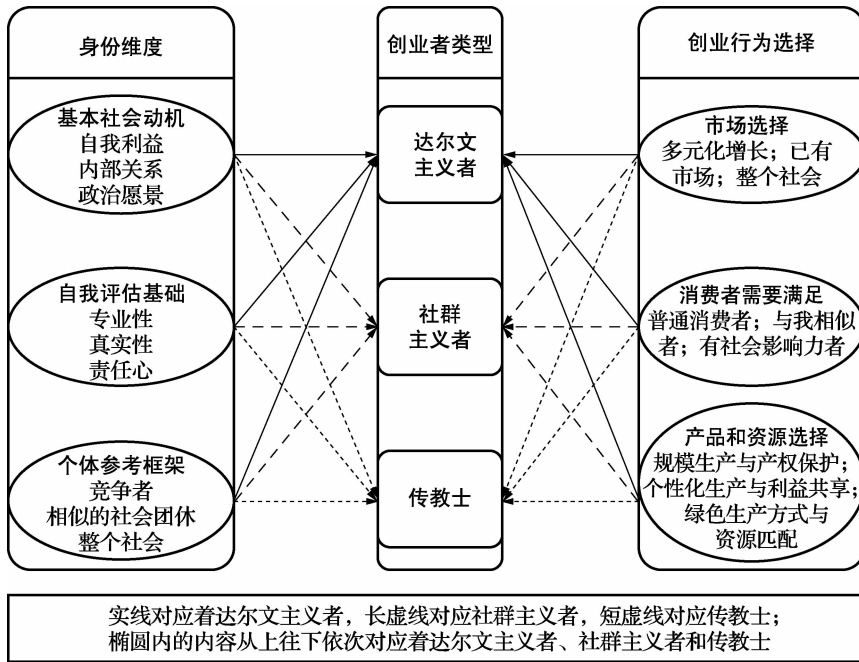


图1 创业者社会身份模型

资料来源:根据 Fauchart & Gruber(2011)的研究整理

角色认同理论主要关注与创业者角色相关的观念和行为习惯及存在的差异。个体在扮演某一特定角色时,其行动也趋向对这一角色期望的满足(Stets & Burke,2000)。角色认同理论构建了解释自我和行为的理论体系(Burke,2009; Nelson & Irwin,2014; Powell & Baker,2014)。在创业研究领域,角色认同理论较好地解答了“创业者是谁”和“创业者做了什么”等问题(Nelson & Irwin,2014; Powell & Baker,2014)。先前知识或经验及自我认知可以帮助创业者识别潜在的创业机会(Cornelissen & Clarke,2010),而之后采取的一系列具体行动则基于其角色身份的定位(Gruber等,2013)。当创业者承担某一特定角色身份时,其所表现的思维和行动会区别于其他角色身份(Murnieks,2011; Ren & Guo,2011),如图2所示。然而,创业者有时需同时处理一系列相互冲突的行为期望(Horton,2014; Ibarra & Barbulescu,2010),因而要同时扮演不同的角色(Blake & David,2014),如图3所示。创业者在同一时间扮演的不同角色对创业者自我认知的

影响存在差异。

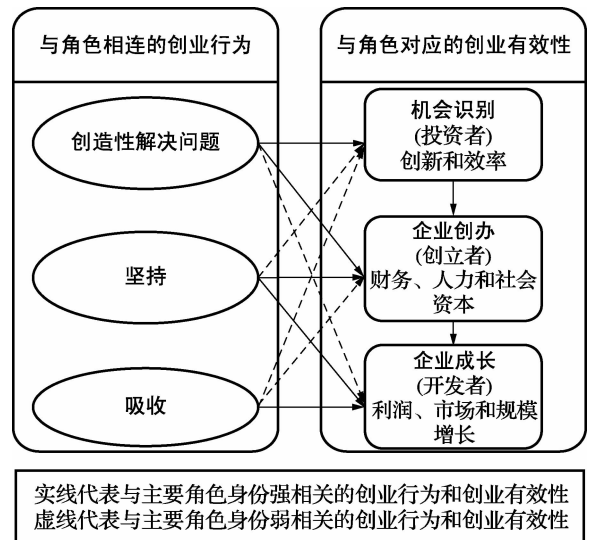


图2 创业者角色身份模型

资料来源:根据 Cardon等(2009)的研究整理

### 3. 两种理论的对比分析

本文从以下两个方面来归纳社会认同理论和角色认同理论在解释创业者身份及行为时的差异:

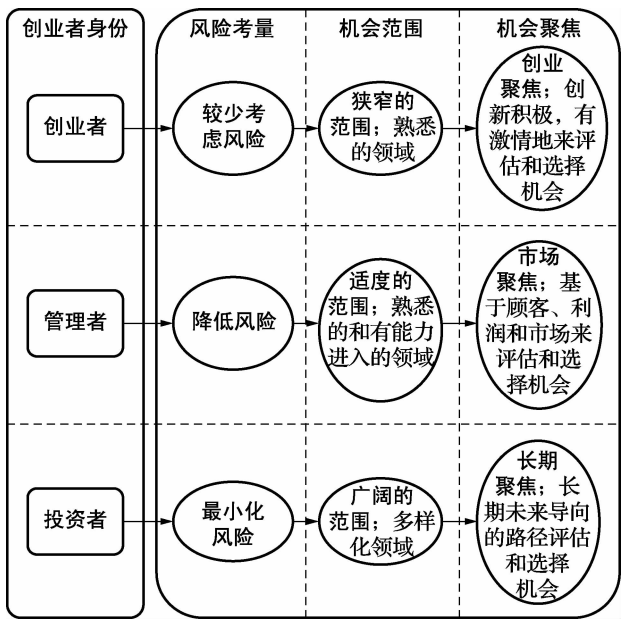


图3 创业者角色身份模型

资料来源:根据 Blake & David(2014)的研究整理

(1)对创业者身份概念的内涵解释视角不同。社会认同理论的核心假设是通过社会比较和自我类化,个体可以确定自己所属的社会群体和社会身份(Tajfel & Turner,1979)。社会认同理论可以作为创业者与非创业者身份的区分依据,创业者通过社会认同确立的自我身份是对宏观创业者身份的具体化与形象化。基于分类规则,当创业者将他们自己自我类化为创业者群体的一员时,创业者群体和非创业者群体之间的差异被夸大了,而创业者内部群体成员之间的差异却被最小化了(Turner等,1987)。创业者自我概念的社会身份为创业者在所处的社会群体中定义自己奠定了基础(Hogg等,2000;Tajfel & Turner,1979)。此外,根据社会认同理论,人们有时以多种身份自居并且会对多个社会群体产生认同,所以会拥有多个身份(如达尔文主义者和社群主义者的混合身份)。创业者进行社会认同的过程是通过自我类化完成的(Ashforth,2000)。然而,由于不同行业的创业者对自我概念的理解不一样,学者们使用扎根理论和内容分析法在识别创业者不同的社会身份时,就存在比较

大的差异。

在角色认同理论中,个体对角色的理解和认同是通过和其他人互动塑造的。在互动过程中,他人通过表达一系列行为准则和期望定义了个体角色,而个体则通过一系列“引起其他人的验证反应”的方式来进行角色确认(Stryker,1980)。基于角色认同理论,有必要关注创业过程中不同身份的创业者,从而探讨创业者内在角色身份及其与行为选择之间的关联机制。通过研究与角色相关的创业者行为,能够区分创业者为了满足角色所包含的期望而付出的不同程度的努力,按照这一逻辑,创业者角色身份也有主要和非主要角色之分,这两种创业者角色共同构成了创业者的微观身份,如投资者、创始者、发展者、管理者等。

(2)对创业行为与动机关联机制的解读存在差异。社会认同理论可以定性地区分创业者的不同创业动机(Brewer & Gardner,1996),并认为这种基于社会认同的动机是相对稳定的。社会认同视角下的创业者身份研究表明,个体在创业过程中始终追求与身份一致的行为和行动(Hogg等,1995;Stets & Burke,2000)。虽然创业者的创业动机存在异质性,如出于关心他人利益的创业者(社群主义者和传教士)的行为选择区别于出于自我经济利益创办企业的创业者(达尔文主义者)的行为选择,但同一类型的创业者的创业目标和动机存在一致性(Fauchart & Gruber,2011)。

然而,在角色认同视角下,创业者角色身份的多重性说明,创业者独特的动机和目标可能是多变的,而且并不具有一致性。当创业者的角色身份随着创业过程发生变化时,他们的创业目标以及与角色身份一致的行为也会随之改变。创始人角色身份作为创业者的主要身份或者优先于其他身份更容易被激活(Callero,1985)。然而,随着时间推移,当企业发展时,创业者可能会在管理行为而不是创业行为上花费更多的时间(Cardon等,2005)。此

外,一些创业者在获得商业成功以前,他们的行为主要受到亲自我动机的驱使,而在获得商业成功以后,受到儒家文化的影响,他们的亲自我动机会向亲社会动机转化(Li & Liang,2015)。因此,创业者创立公司的目标并不一定是单一的,很可能是不同动机的混合,或者在某种情景下由一种动机向另外一种动机转移。

#### 四、两种认同理论对创业者身份及行为的整合分析

虽然社会认同理论和角色认同理论出现了一段时间的竞争(Hogg等,1995),最新的研究发现,对两种理论的整合将有助于更全面地理解创业者身份(Fauchart & Gruber,2011;Deaux & Martin,2003)。Ashforth(2000)指出,个体的身份可以由社会认同理论和角色认同理论共同塑造。本文以这个观点为基础,并结合前人的研究将这两种理论整合,观察到社会身份和角色身份可以同时存在,创业者会以创造角色身份的方式来表达自己的社会身份(如图4所示)。

	身份结构	情景维度	与利益相关者关系	战略反应
路径一	不一致	→ 拥抱机会	→ 批判/稳定: 新关系	→ 转换
路径二	一致	→ 应对挑战	→ 验证: 加强关系	→ 维持
路径三	单一	→ 适应威胁	→ 辩解: 放弃关系	→ 接受

图4 创业者身份结构模型

资料来源:根据 Powell & Baker(2014)的研究整理

Powell & Baker(2014)的研究对创业者身份概念的发展做出了非常重要的贡献。在对13位创业者运用扎根理论进行研究的过程中,他们观察到了单一的创业者身份和多重创业者身份。对一些创业者来说,一个单一的创业者身份驱使着他们的创业行为,而对其他的创业者来说多重身份会影响他们创办企业的过程。他们识别并解释了

这种差异的影响。这样一来,虽然 Cardon 等(2009)、Fauchart & Gruber(2011)、Blake & David(2014)把注意力放在创业者身份的内容上,Powell & Baker(2014)提供了一个新的视角说明个体身份的结构特征如何影响创业者的差异化行为,他们认为,社会认同理论和角色认同理论可以通过三条路径融合:

(1)创业者社会身份和角色身份不一致。在这种情况下,创业者的社会身份受到抑制,创业者不能通过角色身份来表达社会身份。为了消除角色身份与社会身份的分离对其身份认知造成的威胁,创业者将采取身份验证或者自我身份肯定行为,促使利益相关者肯定他们新的角色身份。他们更可能将当前的逆境/危机/或者不确定性情景定义成一种可以利用的机会,这种自我认知促使他们采取与先前被抑制的社会身份一致的行为,而在身份转化过程中,创业者除了会保持同原有利益相关者(股东)的关系以外,还会同新的利益相关者——主要是顾客、供应商或者雇员——建立关系,因为利益相关者对新产品的追求是创业者企业生存和发展的保证(Choi & Shepherd,2004)。

(2)创业者社会身份和角色身份一致。在这种情况下,他们会采取与当前角色身份和社会身份一致的行为,并通过这种方式来运营企业。创业者基于身份维持的信念,将当前的逆境/危机/或者不确定性情景定义成一种需要积极应对的挑战(Gecas & Burke,1995),通过克服这种挑战来维持和验证自我身份。他们将采取加强与利益相关者关系的行动,以期得到利益相关者对其当前角色身份和社会身份一致的积极评价。

(3)单一的创业者社会身份或者角色身份。单一的创业者身份主要基于其对财富的期望以达到维持企业生存的基本目的,这一身份符合经济学文献以及创业学文献中创业者传统的利益动机(Baker & Pollock,2007)。这种单一且显著的身份特征为研究逆境/危机/或者不确定性情景对企业

造成伤害的机制提供了理论基础,在这种情形下,创业者主要关注如何削减成本来保证企业生存。

总的来说, Powell & Baker(2014)的研究结果整合了看似对立的两大认同理论:创业者的社会身份为创业者经营他们的企业创造了动力,而在创业过程中他们建构了能够表达自身社会身份的角色身份。虽然身份和自我概念紧密相关,但是,身份是在和社会的互动中形成和维持的(Stryker, 1980)。通过弥合社会认同理论和角色认同理论,身份理论在解释创业者个体差异和行为变化之间的关系时就显得非常重要。

### 五、创业者身份的延伸与未来研究展望

创业行为是创业者参与创业活动的动态过程。如果只从认知视角来理解创业者的身份,可能会忽略影响创业者身份的行为因素,那么,对创业过程就只能形成一个线性的、粗糙的以及与现实世界不相符的理解,对实际中的创业实践并不能提供深刻的见解(Shepherd, 2015),因此,将来的研究可以继续尝试从以下三个方面进一步研究创业者行为的身​​份内涵。

(1)创业者身份体系的进一步完善。Cardon等(2009)运用内容分析法指出,25位创业者具有投资者、创立者、开发者三种不同的角色身份;Fauchart & Gruber(2011)运用扎根理论将56位创业者分为达尔文主义者、社群主义者、传教士这三种单一身份,以及达尔文主义者和社群主义者两种身份组成的混合身份;Blake & David(2014)运用内容分析法指出,25位创业者具有创业者、管理者和投资者这三种不同的角色身份。在前人的研究基础上, Powell & Baker(2014)运用扎根理论方法将13位创业者识别出八种社会身份和八种角色身份。虽然无论是达尔文主义者、社群主义者和传教士,还是投资者、创立者和发展者,或者创业者、管理者和投资者这些身份,可能没有构成一个完整的创业者身份体系,但是,这些身份是创业者身份体系的重要组成部分(Nelson & Irwin, 2014; Powell & Baker,

2014)。最近的研究发现,创业者拥有的社会身份包括政党身份、政治身份和商业身份(熊琪等, 2015)。因此,未来研究可以进一步探索创业者的社会身份和角色身份类型,丰富创业者身份体系。此外,根据2001年全球创业调查报告(GEM),创业类型可以分为生存型创业和机会型创业两种。因此,根据创业类型,还可以把创业者分为生存型创业者和机会型创业者,这种分类方法是否能够和本文提出的创业者身份联系起来,也是将来的研究方向。

(2)个体身份认同转移到团队身份认同。根据社会认同理论,个体做出的决策通常代表着某个群体或组织的利益(Song, 2009),因此,拥有同种身份的创业者以团体形式创办企业时,他们的行为会表现出一致性,这种身份维度的同质性是创业团队中积极情绪和团队承诺的根本来源。以社群主义者为例,满足社区成员需要和为社区做贡献的共同愿望使他们积极开办社区企业。同样地,创业团队成员身份的异质性也是研究团队成员行为的重要维度,当前大多数关于创业团队成员的研究考察了团队成员异质性(人口统计学特征)对团队成长和团队绩效的影响(Blatt, 2009)。但是,到目前为止,创业者身份异质性在创业团队的研究中还没有得到足够的重视(DeRue & Ashford, 2010)。创业团队成员身份的异质性可能是团队冲突的根源,团队成员拥有不同的身份,对公司追求的目标,应该采取的决策等都会表达不同的观点。所以,团队成员的不同身份往往是团队冲突的根源。许多创业团队成员往往没有意识到团队冲突的根源是他们不同的身份而不是不同的观点(Blatt, 2009),而新创企业在开办过程中因为身份异质性带来的冲突所导致创业失败的案例比比皆是,如马云在1994年、1995年和1999年因创业团队成员离开导致多次创业失败。因此,未来研究也可以从身份认同视角出发来探索团队成员身份异质性对团队心理资本和团队冲突的影响。

(3)定性研究方法与定量研究方法的结合。创业者身份概念能够给创业领域带来新的有价值的认识,为理解创业者的机会评估与识别、资源获取与分配、市场开发与扩展等行为选择提供新的视角。但是,目前关于创业者身份概念的研究还是以定性研究为主,Cardon等(2009)的创业者角色身份研究以及Blake & David(2014)的创业者角色身份研究采用的是内容分析法,Fauchart & Gruber(2011)的创业者社会身份研究以及Powell & Baker(2014)的身份结构研究采用的是扎根理论方法。这些不同的定性研究方法为丰富创业者行为的身

份内涵做出了巨大贡献。此外,Murnieks等(2014)利用一项来自221位创业者的数据表明,创业者的身份认同会通过影响创业者的激情进而对他们的创业行为产生影响。如果能够将定性研究方法与定量研究方法结合起来探索创业者身份对创业者行为的影响,对于丰富社会认同理论和角色认同理论,以及指导创业者的行为将起到非常重要的作用。因此,从方法论的视角来说,未来的研究者可能会想开发量表来测试创业者的身份内涵,使身份概念可以进行大规模实证研究,以此丰富创业者身份研究。

#### 参考文献:

- [1] Alvarez, S. A., Barney, J. B. How Do Entrepreneurs Organize Firms under Conditions of Uncertainty? [J]. *Journal of Management*, 2005, 31, (5): 776 - 793.
- [2] Ashforth, B. Role Transitions in Organizational Life: An Identity-Based Perspective [M]. Routledge, 2000.
- [3] Ashforth, B. E., Harrison, S. H., Corley, K. G. Identification in Organizations: An Examination of Four Fundamental Questions [J]. *Journal of Management*, 2008, 34, (3): 325 - 374.
- [4] Baron, R. A., Ensley, M. D. Opportunity Recognition as the Detection of Meaningful Patterns: Evidence from Comparisons of Novice and Experienced Entrepreneurs [J]. *Management Science*, 2006, 52, (9): 1331 - 1344.
- [5] Baker, T., Pollock, T. G. Making the Marriage Work: the Benefits of Strategy's Takeover of Entrepreneurship for Strategic Organization [J]. *Strategic Organization*, 2007, 5, (3): 297 - 312.
- [6] Bird, B. J. Entrepreneurial Behavior [J]. *Engineering Management Journal*, 1989, 1, (4): 37 - 40.
- [7] Blake, D. M., David, W. M. The Impact of Role Identities on Entrepreneurs' Evaluation and Selection of Opportunities [J]. *Journal of Management*, 2014, 31, (7): 1 - 27.
- [8] Blatt, R. Tough Love: How Communal Schemas and Contracting Practices Build Relational Capital in Entrepreneurial Teams [J]. *Academy of Management Review*, 2009, 34, (3): 533 - 551.
- [9] Brettel, M., Mauer, R., Engelen, A., Küpper, D. Corporate Effectuation: Entrepreneurial Action and Its Impact on R&D Project Performance [J]. *Journal of Business Venturing*, 2012, 27, (2): 167 - 184.
- [10] Brewer, M. B., Gardner, W. Who Is This "We"? Levels of Collective Identity and Self-representations [J]. *Journal of Personality and Social Psychology*, 1996, 71, (1): 83 - 93.
- [11] Burke, P., Stets, J. Identity Theory [M]. New York: Oxford University Press, 2009.
- [12] Callero, P. L. Role-identity Saliency [J]. *Social Psychology Quarterly*, 1985, 48, (3): 203 - 215.
- [13] Cardon, M. S., Wincent, J., Singh, J., Drnovsek, M. The Nature and Experience of Entrepreneurial Passion [J]. *Academy of Management Review*, 2009, 34, (3): 511 - 532.
- [14] Cardon, M. S., Zietsma, C., Saparito, P., Matherne, B. P., Davis, C. A Tale of Passion: New Insights into Entrepreneurship from a Parenthood Metaphor [J]. *Journal of Business Venturing*, 2005, 20, (1): 23 - 45.



- [15] Choi, Y. R., Shepherd, D. A. Entrepreneurs' Decisions to Exploit Opportunities[J]. *Journal of Management*, 2004, 30, (3): 377 - 395.
- [16] Cornelissen, J. P., Clarke, J. S. Imagining and Rationalizing Opportunities: Inductive Reasoning and the Creation and Justification of New Ventures[J]. *Academy of Management Review*, 2010, 35, (4): 539 - 557.
- [17] DeRue, D. S., Ashford, S. J. Who Will Lead and Who Will Follow? a Social Process of Leadership Identity Construction in Organizations[J]. *Academy of Management Review*, 2010, 35, (4): 627 - 647.
- [18] Deaux, K., Martin, D. Interpersonal Networks and Social Categories: Specifying Levels of Context in Identity Processes[J]. *Social Psychology Quarterly*, 2003, 66, (2): 101 - 117.
- [19] Dobrev, S. D., Barnett, W. P. Organizational Roles and Transition to Entrepreneurship[J]. *Academy of Management Journal*, 2005, 48, (3): 433 - 449.
- [20] Farmer, S. M., Yao, X., Kung-Mcintyre, K. The Behavioral Impact of Entrepreneur Identity Aspiration and Prior Entrepreneurial Experience[J]. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 2011, 35, (2): 245 - 273.
- [21] Fauchart, E., Gruber, M. Darwinians, Communitarians, and Missionaries: the Role of Founder Identity in Entrepreneurship[J]. *Academy of Management Journal*, 2011, 54, (5): 935 - 957.
- [22] Gecas, V., Burke, P. *Self and Identity*[M]. Boston: Allyn & Bacon. 1995.
- [23] Gruber, M., MacMillan, I. C., Thompson, J. D. Escaping the Prior Knowledge Corridor: What Shapes the Number and Variety of Market Opportunities Identified before Market Entry of Technology Start-ups? [J]. *Organization Science*, 2013, 24, (1): 280 - 300.
- [24] Haynie, J. M., Shepherd, D. A., McMullen, J. S. An Opportunity for Me? The Role of Resources in Opportunity Evaluation Decisions[J]. *Journal of Management Studies*, 2009, 46, (3): 337 - 361.
- [25] Hoang, H., Gimeno, J. Becoming a Founder: How Founder Role Identity Affects Entrepreneurial Transitions and Persistence in Founding[J]. *Journal of Business Venturing*, 2010, 25, (1): 41 - 53.
- [26] Horton, K. E., Bayerl, P. S., Jacobs, G. Identity Conflicts at Work: an Integrative Framework[J]. *Journal of Organizational Behavior*, 2014, 35, (S1): 6 - 22.
- [27] Hogg, M. A., Terry, D. J. Social Identity and Self-categorization Processes in Organizational Contexts[J]. *Academy of Management Review*, 2000, 25, (1): 121 - 140.
- [28] Ibarra, H., Barbulescu, R. Identity as Narrative: Prevalence, Effectiveness, and Consequences of Narrative Identity Work in Macro Work Role Transitions[J]. *Academy of Management Review*, 2010, 35, (1): 135 - 154.
- [29] Leavitt, K., Reynolds, S. J. Barnes, C. M., Schlipzand, P., Hannah, S. T. Different Hats, Different Obligations: Plural Occupational Identities and Situated Moral Judgements[J]. *Academy of Management Journal*, 2012, 55, (6): 1316 - 1333.
- [30] Li XH, Liang X. A Confucian Social Model of Political Appointments among Chinese Private-firm Entrepreneurs[J]. *Academy of Management Journal*. 2015, 58, (2): 592 - 617.
- [31] McCall, G. J., Simmons, J. L. *Identities and Interactions*[M]. New York: Free Press, 1978.
- [32] McKelvie, A., Haynie, J. M., Gustavsson, V. Unpacking the Uncertainty Construct: Implications for Entrepreneurial Action[J]. *Journal of Business Venturing*. 2011, 26, (3): 273 - 292.
- [33] McMullen, J. S., Shepherd, D. A. Entrepreneurial Action and the Role of Uncertainty in the Theory of the Entrepreneur[J]. *Academy of Management Review*, 2006, 31, (1): 132 - 152.
- [34] Miller, T. L., Grimes, M. G., McMullen, J. S., Vogus, T. J. Venturing for Others with Heart and Head: How Compassion Encourages Social Entrepreneurship[J]. *Academy of Management Review*. 2012, 37, (4): 616 - 640.

- [35] Minniti, M., Bygrave, W. A Dynamic Model of Entrepreneurial Learning[J]. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 2001, 25, (3): 5 - 16.
- [36] Mitchell, J. R., Shepherd, D. A. To Thine Own Self Be True: Images of Self, Images of Opportunity, and Entrepreneurial Action[J]. *Journal of Business Venturing*, 2010, 25, (1): 138 - 154.
- [37] Murnieks, C. Y., Mosakowski, E. M. Who am I? Looking inside the "Entrepreneurial Identity" [J]. *Frontiers of Entrepreneurship Research*, 2007, 27, (5): 5 - 16.
- [38] Murnieks, C. Y., Haynie, J. M., Wiltbank, R. E., Harting, T. "I Like How You Think": Similarity as An Interaction Bias in The Investor-Entrepreneur Dyad[J]. *Journal of Management Studies*, 2011, 48, (7): 1533 - 1561.
- [39] Murnieks, C. Y., Mosakowski, E., Cardon, M. S. Pathways of Passion Identity Centrality, Passion, and Behavior among Entrepreneurs[J]. *Journal of Management*, 2014, 40, (6): 1583 - 1606.
- [40] Nelson, A. J., Irwin, J. "Defining What We Do-All Over Again": Occupational Identity, Technological Change, and the Librarian/Internet-Search Relationship[J]. *Academy of Management Journal*, 2014, 57, (3): 892 - 928.
- [41] Peredo, A. M., Chrisman, J. J. Toward a Theory of Community-based Enterprise[J]. *Academy of Management Review*, 2006, 31, (2): 309 - 328.
- [42] Powell, E. E., Baker, T. It's What You Make of It: Founder Identity and Enacting Strategic Responses to Adversity[J]. *Academy of Management Journal*, 2014, 57, (5): 1406 - 1433.
- [43] Ren, C. R., Guo, C. Middle Managers' Strategic Role in the Corporate Entrepreneurial Process: Attention-based Effects[J]. *Journal of Management*, 2011, 37, (6): 1586 - 1610.
- [44] Renko, M. Early Challenges of Nascent Social Entrepreneurs[J]. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 2013, 37, (5): 1045 - 1069.
- [45] Shepherd, D., & Haynie, J. M. Birds of a Feather Don't Always Flock Together: Identity Management in Entrepreneurship [J]. *Journal of Business Venturing*, 2009, 24, (4): 316 - 337.
- [46] Shepherd D. A. Party On! A Call for Entrepreneurship Research That Is More Interactive, Activity Based, Cognitively Hot, Compassionate, and Prosocial[J]. *Journal of Business Venturing*, 2015, 30, (4): 489 - 507.
- [47] Song, F. Intergroup Trust and Reciprocity in Strategic Interactions: Effects of Group Decision-Making Mechanisms[J]. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 2009, 108, (1): 164 - 173.
- [48] Stets, J. E., Burke, P. J. Identity Theory and Social Identity Theory [J]. *Social Psychology Quarterly*, 2000, 63, (3): 224 - 237.
- [49] Stryker S. Symbolic Interactionism: a Social Structural Version[M]. Benjamin-Cummings Publishing Company, 1980.
- [50] Stryker, S., Burke, P. J. The Past, Present, and Future of an Identity Theory[J]. *Social Psychology Quarterly*, 2000, 63, (4): 284 - 297.
- [51] Tajfel, H., Turner, J. C. An Integrative Theory of Intergroup Conflict[M]. Monterey, CA: Brooks-Cole, 1979.
- [52] Turner, J. C., Hogg, M. A., Oakes, P. J., Reicher, S. D., Wetherell, M. S. Rediscovering the Social Group: A Self-categorization Theory[M]. Oxford, England: Basil Blackwell, 1987.
- [53] Willard, G. E., Krueger, D. A., Feeser, H. R. In Order to Grow, Must the Founder Go: A Comparison of Performance between Founder and Non-founder Managed High-growth Manufacturing Firms[J]. *Journal of Business Venturing*, 1992, 7, (3): 181 - 194.
- [54] 韦慧民, 潘清泉. 创业者身份及其建构研究述评[J]. 上海: 外国经济与管理, 2014, (1).
- [55] 熊琪, 张永艳, 何晓斌. 民营企业家的社会身份与企业雇佣行为[J]. 北京: 经济管理, 2015, (2).

## Identity Connotation of Entrepreneur: Review and Prospect

LIU Rong-zhi<sup>1</sup>, ZHENG Chao<sup>1</sup>, ZHAO Jun<sup>2</sup>

- (1. School of Business Administration, Zhongnan University of Economics and Law, Wuhan, Hubei, 430073, China;
2. School of Public Administration, Zhongnan University of Economics and Law, Wuhan, Hubei, 430073, China)

**Abstract:** Entrepreneurship not only give a huge economic profits to the individual, but also create economic value for the community, and its political and social impact encourage the scholars to research on what kind of person is suitable to be entrepreneurs. However, entrepreneurial research based on trait theory or cognitive characteristics is not enough to explain the behavior reaction of entrepreneurs to potential opportunities, so it is necessary to explore other explanatory mechanisms of entrepreneur's behavior choice. Individual identity is the cognitive framework to explain the individual behavior, entrepreneurial identity can reflect in the entrepreneurial behavior, which is the entrepreneurs' reaction of the identity identification, and entrepreneurial behavior shows large difference under different identity. Based on this, recent research about the entrepreneur identity has begun to examine how identity differences affect the entrepreneurial opportunity recognition behavior and resource acquisition behaviors. While, social identity theory and role identity theory provides a different perspective to interpret this process.

This paper reviews the concept of entrepreneurial identity, from the two dimensions of social identity and role identity. By comparison, it is suggested that their interpretation about the connotation of the entrepreneurs identity and the behavior patterns are different, mainly reflected in two aspects: firstly, the two theories explain the entrepreneur identity from different angles of view: according to social identity theory, the entrepreneurial social identity is accomplished through self classification, and in the role identity theory, individual understanding and recognition of the role is to be shaped in the interact with other people; secondly, the interpretation of entrepreneurial behavior and motivation mechanism are different: by the social identity theory, entrepreneurial motivations are qualitatively classified into different types, and the individual has always been in the pursuit of the behavior and action that consist with their social identity in the process of entrepreneurship, while in the perspective of role identity, entrepreneur' motivation and goal is diversified in the different stages of entrepreneurial process, do not have consistency, when the entrepreneur role identity changes with the entrepreneurial process, their business objectives and entrepreneurial behavior will also change, to keep consistent with the role identity.

However, according to the previous studies, it is found that although the social identity theory and role identity theory had a competition for a period of time, the integration of the two theories will be more helpful to provide a more comprehensive understanding of entrepreneurship status. The identity of the individual can be molded by social identity theory and role identity theory. This paper take this idea as the foundation, and combining with the previous research, raised that both social identity and role identity can exist at the same time, entrepreneurs will try to create the role identity in the way to express their social identity. Powell & Baker proposed three fusion path according to the consistency of entrepreneur's social identity and role identity.

Finally, the future research direction is prospected. Entrepreneurial behavior is a dynamic process. It may ignore the influence of behavior factors, when explain the entrepreneur's identity only from the cognitive perspective. Therefore, future research will continue to study the entrepreneurial behaviors from the following three aspects: firstly, future research can further explore the social identity and role identity types of entrepreneurs, to enrich entrepreneurs identity system; secondly, the individual identity can also be expanded to the team identity, further study can explore the identity characteristics of entrepreneurial team and its influence on the team performance; thirdly, the qualitative research method and quantitative research method can be combined. Current research on the concept of entrepreneurial identity are mainly conducted from a methodological perspective of qualitative research, future researchers may want to develop scale to test the identity connotation, so that the concept of entrepreneur identity can be applied in a large-scale empirical study, in order to enrich the entrepreneurship research.

**Key Words:** entrepreneurs identity; social identity; role identity

(责任编辑:文 川)