

DOI: 10.16538/j.cnki.fem.20200821.402

女性创业者身份认同策略选择及其行为影响： 理论模型与未来议题

李赋薇¹, 杨 俊^{2,3}

(1. 南开大学 商学院, 天津 300071; 2. 浙江大学 管理学院, 浙江 杭州 310058;
3. 南开大学 创业研究中心, 天津 300071)

摘 要: 女性创业者如何管理创业活动?这一问题因女性创业者大量涌现而变得重要,相关研究已经深化为探索基于性别差异诱发的创业情境如何影响其行为和决策规律。本文立足于性别差异的社会情境视角,认为性别差异诱发了身份认同问题,探索女性创业者身份认同策略的影响因素及其作用机制并构建了理论框架。这一框架表明:女性创业者基于合法性、独特性和真实性机制采取不同的身份认同策略,进而通过信息加工机制和注意力机制影响其创业行为决策,并进一步提出了未来研究建议。本文对于未来研究超越“性别比较”视角来探索女性创业行为规律有着重要的启发价值,同时基于性别差异情境对创业中的身份认同研究做出了理论贡献。

关键词: 身份认同策略;真实性机制;独特性机制;合法性机制;创业行为

中图分类号: F270 **文献标识码:** A **文章编号:** 1001-4950(2020)12-0017-13

一、引 言

尽管有关创业者特别是成功创业者的理论描述和现实画像往往更倾向于“男性气质”(Schumpeter, 1934),但女性一直都是开展创业活动的重要群体,全球创业观察(global entrepreneurship monitor, GEM)发布的2018/2019女性创业报告指出,被调查的59个经济体中约有2.31亿女性正在创办或运营新企业,这一事实到近期特别是过去五年里开始引起创业学者的积极关注(Brush等, 2014; Hechavarria等, 2019),有关女性创业问题的研究文献快速增长,同时这些研究文献不再拘泥于解释女性创业过程特征和成败原因,而是致力于以女性创业为情境来探索创业研究中的基本问题,这一变化非常值得关注。甚至可以判断,女性创业研究在近期乃至未来的发展趋势不再是针对女性创业群体的解释性研究,而是基于情境嵌入式的研究设计来回应创业领域长期关注但并没有得到很好理论解释的基础性问题(Zahra, 2007),具

收稿日期: 2020-03-12

基金项目: 国家自然科学基金重点项目(71732004);国家自然科学基金重点项目(71532005)

作者简介: 李赋薇(1993—),女,南开大学商学院博士研究生(通讯作者, lfw1008@163.com);

杨 俊(1980—),男,浙江大学管理学院教授/南开大学创业研究中心,博士生导师。

有重要研究价值。

概括起来,女性创业研究大致经历了两个阶段。早期研究沿袭了社会学领域的基本假设,致力于探索在性别角色的社会期待差异、特别是“刻板效应”约束下女性在创业中可能遇到的特殊问题,进而为女性创业者凝练管理对策(Jennings和Brush,2013)。这类研究往往将女性创业者视为一个特殊群体,基本前提是将“女性—男性”性别比较的多维度框架纳入分析过程,探讨创业活动中的性别差异以及女性面临的关键阻碍(Alsos等,2006;DeTienne和Chandler,2007;Jennings和Brush,2013),后文将其概括为基于同质性假设的女性创业研究。同质性假设在描述女性创业者群体特征上发挥了重要作用,但无法解释女性创业者之间存在差异的事实(Gundry和Welsch,2001)。

近期研究在承认性别角色的社会期待差异基础上进一步提炼和探索女性创业过程中可能遇到的独特但又具有普适性的研究问题,后文将其概括为基于异质性假设的女性创业研究。这一研究潮流的兴起得益于互联网和信息技术驱动的新创业实践诱发的理论挑战:已有权威报告和学术研究发现女性创业者对成长的期望越来越强烈,创办或管理的高成长企业数量也越来越多(Devine等,2019;Elam等,2019),这一事实在很大程度上挑战了基于同质性假设的女性创业研究的基本前提。具体而言,至少诱发了两个相互关联且极具挑战的研究问题:一是性别差异仍然存在,为什么少数女性创业者能够克服性别障碍进而实现优异的创业绩效;二是女性创业绩效甚至女性领导的大公司业绩水平快速提升的背后,是否意味着性别成为探讨创业研究一般性的重要情境?已有文献开始关注到这些问题,研究视野从性别差异转向女性创业者之间的比较,讨论为何有的女性可以创办高成长创业企业而其他女性不能的深层次原因(Morris等,2006)。

尽管已有不少有关女性创业的文献综述(de Bruin等,2006;Ahl和Marlow,2012;蔡莉等,2019),但这些研究大多基于同质性假设的研究立场来审视女性创业研究的进展、贡献和未来趋势,有关基于异质性假设的近期研究梳理和总结还没有引起足够重视。异质性假设强调女性创业者之间的差异并不比女性与男性之间单纯的性别差异小,如何基于性别差异的社会情境视角进一步把握和凝练女性创业者差异是理解和认识女性创业者行为和决策的关键。其中,不少研究关注女性创业者如何看待自己的创业者身份并寻求认同,不同的身份认同方式进一步影响她们的创业态度和创业行为(Brush等,2004;Morris等,2006)。这一判断得到了学者们的普遍认同,身份认同也成为近期女性创业研究讨论的重点问题(Díaz García和Welter,2013;Matthews和Khilji,2016)。创业者身份认同可以理解为个人将自己视为创业者并据此设定行为期望,是个体开展创业活动的基础和评判标准(Shepherd和Haynie,2009)。女性创业为身份认同问题提供了重要的研究情境。性别是由社会建构出来的,对于女性创业者而言,她们不仅面临男性化的创业规范,还需要应对女性身份代表的社会期望,这些规范与期望之间的不协调促使女性创业者开展身份认同工作(Díaz García和Welter,2013;Chasserio等,2014;Swail和Marlow,2018),关注身份认同可以更好地理解女性创业者的行为决策差异。

本文基于但不拘泥于已有研究文献梳理,在凝练女性创业研究从同质性假设到异质性假设的转变的发展脉络基础上,重点根据已有特别是近期文献的新结论来开展理论探索,提出并回答如下重要研究问题:女性创业者如何选择身份认同策略,这一选择又会对创业行为带来什么样的影响?具体而言,本文分析并提炼女性创业者基于合法性、独特性和真实性机制建立身份认同,以及身份认同策略影响她们的创业行为的理论逻辑,在此基础上构建了女性创业的身份认同研究框架,并基于这一框架凝练未来可能的重要研究方向和主题。本文的理论价值和贡献主要体现在以下三个方面:一是提出身份认同是诱发女性创业者异质性的微观基础,启发未

来相关研究超越“性别比较”视角来探索女性创业行为规律；二是基于性别差异所诱发的社会情境对女性创业者身份认同管理的影响，聚焦身份认同策略及其如何影响创业行为的作用机制提炼了研究框架，拓展了创业情境下的身份认同研究的边界，特别是基于“性别差异”情境增添了新的理论解释；三是与已有研究将女性创业者行为和绩效差异归结为经验和资源等不同，本文的理论框架强调身份认同策略的认知过程，这有助于解释女性创业者之间绩效差异的深层次原因。

二、女性创业研究从同质性假设转向异质性假设的新进展

自20世纪70年代兴起至今，女性创业研究经历了从基于同质性假设向基于异质性假设的深化和转型，这一转型不仅有助于突破女性创业研究拘泥于性别比较框架的局限性，而且有助于将女性创业作为情境来探索和提炼一般性的创业研究问题(Jennings和Brush, 2013)，女性创业研究因此而引起越来越多创业领域主流学者的关注，具有重要的理论价值。

(一) 基于同质性假设的研究

同质性假设的基本前提是性别比较的多维度框架，默认女性对创业活动和创业目标持有相似的观点，推动形成女性创业群体规范，这反过来要求每位女性创业者必须采取符合群体规范的极化行为(Isenberg, 1986)。从这一框架出发，基于同质性假设的女性创业研究主要关注四个基本问题(Jennings和Brush, 2013)：与男性创业者相比，女性在(1)从事创业的可能性，(2)获取金融资源，(3)实施战略、组织和管理实践，以及(4)企业绩效表现等方面是否存在差异？对这四个基本问题的回答证明了创业是一个性别化的过程(Jennings和Brush, 2013)，这是女性创业研究回应并贡献一般性创业问题的基础。

虽然女性创业的动机更加多元化(Sullivan和Meek, 2012)，但是女性参与创业活动的可能性仍低于男性，她们更少地参与新企业的创办和经营，更少地成为老牌企业的所有者和管理者，自雇和从事学术创业的可能性也较低(Jennings和Brush, 2013)。女性创业者在融资水平和资源获取方式上也处于劣势，具体表现为与男性所有的企业相比，女性创业企业的初始融资水平较低，获得外部投资和IPO的可能性很小(Coleman和Robb, 2009；Jennings和Brush, 2013)。对此有两种解释角度，一种角度由外向内，认为外部投资主体仅对女性创业者抱持非常有限的期待(Wu和Chua, 2012；Kanze等, 2018)，另一种角度由内向外，认为女性具有较低的风险容忍度和外部融资偏好，因此有意选择在较低资本密集/增长的行业中开展创业活动，满足于用个人资金创办“生活型”企业(Harrison和Mason, 2007；Coleman和Robb, 2009；Sullivan和Meek, 2012)。企业的战略、组织和管理实践上不一定存在显著的性别差异，但是女性创业企业更多地集中在低增长行业(如零售业、服务业等)(Orser等, 2006)，且较少开展扩张式业务(Orser等, 2010)。类似的，虽然用标准财务指标衡量出的女性创业企业平均绩效较差(Alsos等, 2006；Coleman, 2007)，但在企业生存指标和某些风险调整后的绩效指标上，女性创业企业与男性创业企业表现相似甚至更好(Robb和Watson, 2012)。

基于同质性假设的女性创业研究围绕性别角色的社会期待和刻板印象展开全面讨论，为描述女性创业者群体特征、识别女性创业过程中的障碍做出贡献，并且仍在从不同视角、不同层次补充性别差异在创业领域的具体表现和作用机制(Abraham, 2020；Coleman等, 2019；Yang和del Carmen Triana, 2019)。然而这些研究默认男性创业规范(de Bruin等, 2006)，将女性定义为“男性规范的受害者”，掩盖了女性创业过程本身的复杂性和多样性(Byrne等, 2019)，未能识别出有动力、有能力发展高成长企业的女性创业者(Brush等, 2004)。因此学者们在女性创业者之间进一步展开比较，探索具有独特性和普适性的女性创业问题。

(二) 基于异质性假设的研究

越来越多的高成长企业由女性创办或领导(Devine等,2019),这表明将女性创业者一概而论的方法是不恰当的,她们是一个复杂多变的群体,拥有不同的特征和动机(Sarri和Trihopoulou,2005),有必要深入考察其中的异质性问题(de Bruin等,2006;Lewis,2006;Hughes等,2012)。从Gundry和Welsch(2001)对高成长女性创业者的战略路径研究开始,大量文献从增长诉求差异出发研究女性创业问题,特别值得一提的是,2019年《小企业管理杂志》(*Journal of Small Business Management*)刊发了以“高成长的女性创业”为主题的特刊,专门论证并解释女性创业者群体之间的有趣差异(Hechavarria等,2019)。这些研究突破了性别比较框架,以异质性假设为基础探讨女性创业者之间的多维度差异以及引发这些差异的原因,将女性创业作为一种情境来讨论影响创业企业成长的多层次因素,有力地反驳了用性别衡量成长性的片面标准。

首先,基于异质性假设的女性创业研究将企业成长性差异分解为女性创业者的具体行为差异,从机会识别、资源获取、战略和组织实践等方面识别高成长女性创业者特征(Hechavarria等,2019)。与低成长企业的女性所有者相比,拥有高成长企业的女性能够更多地识别并利用创业机会(Neill等,2015),更多地通过正式社会网络(包括银行机构、政府机构、女性商业组织等)获取资金和培训指导(Kickul等,2007),并且更愿意通过股权融资来实现企业增长(Yacus等,2019)。同时,雄心勃勃的女性创业者强调市场增长和技术变革的战略目标,建立以团队为基础的授权型组织结构,保证企业更好地应对外部环境变化(Gundry和Welsch,2001;Morris等,2006)。这些研究成果实际上复制并扩展了同质性假设下的基本问题,证明了女性创业者不是一个单一群体,旨在识别高成长女性创业者的独特之处。

不同增长诉求的女性创业者看待自己、家庭、企业和环境的方式各不相同(Morris等,2006),因此在描述女性创业者之间行为差异的基础上,异质性假设下的女性创业研究继续从认知视角探讨为何少数女性创业者能够克服性别障碍创办高成长企业,并识别出自我效能、思维模式和身份认同等重要因素。其中关于自我效能和思维模式的研究聚焦个体内部,挖掘高成长型女性创业者在认知层面的特征,例如Babalola(2009)发现自我效能感更高的女性在创业行为上得分更高,这为企业创新活动的增长和实现提供动力,Neill等(2015)提出具有发现思维的女性创业者更可能创办高成长企业,她们对变化更敏感,可以搜索、提取和利用别人错过的信息。然而这些结论仅仅凸显了女性创业者的主观能动性,忽视个体认知与外部社会环境之间的交互过程。关于身份认同的研究突破了这一局限,从建构视角探讨女性创业者如何在男性化规范主导的创业情境下定位自己,不同的定位方式引导女性创业者开展不同的创业行动,从而解释创业企业的成长性差异(Morris等,2006;Chasserio等,2014;Byrne等,2019)。

总体上看,身份认同问题是异质性假设下女性创业研究的核心、关键和热点,最值得深化和探索。首先,身份认同是女性创业者面临的基础问题,因为她们不得不同时管理母亲、妻子和创业者等多种角色身份,研究这一问题有助于从认知层面解构女性创业者群体,展现女性创业的复杂性和多样性。其次,身份是行为期望的内化,身份认同策略可以进一步反映女性创业者的行为决策差异,深化女性创业研究从围绕性别角色的同质性假设到考虑多种身份的异质性假设进展。

三、女性创业者身份认同策略及其影响因素

面对可能存在的身份交叉与干扰,女性创业者究竟应该如何建立身份认同进而指导创业行为决策?从根本上讲,身份冲突的来源是社会建构的创业者身份与社会建构的女性身份之间存在矛盾(Díaz García和Welter,2013;Swail和Marlow,2018)。社会建构的创业者身份以男性化

规范为基础,重视经济维度而非生活维度,表现出对自主性、支配性和侵略性的高需求(Chasserio等,2014);社会建构的女性身份以承担家庭责任为核心任务,表现出同情、敏感和温和等典型的女性化特征(Eddleston和Powell,2008;Matthews和Khilji,2016)。在这种相互矛盾的建构规范下,女性创业者需要不断协调创业者身份和女性身份,这引发了不同的身份认同策略。

(一)应对双重身份

已有研究探索了女性创业者如何管理其双重身份诱发的矛盾和冲突。Nadin(2007)发现一些女性为了接受性别角色而压制自己作为创业者的身份,甚至有时创业者身份仅仅是她们履行女性身份时一个偶然的副产品。与此相反,Orser等(2011)提出更多的女性创业者完全拒绝她们的女性身份,通过模仿男性行为来迎合创业中的男性化规范。Díaz García和Welter(2013)的研究综合了上述讨论,强调女性创业者通过“实作性别”和“重塑性别”来处理相互冲突的身份期望,这两种身份管理方式看似相互矛盾,但本质上都肯定而非挑战了已有的男性创业规范。因此学者们进一步探讨女性创业者对待社会规范的态度,提出除了接受与适应之外,还有一些女性积极质疑并抵制创业的男性化原型,进而拓展现有的创业边界(Essers和Benschop,2007;Lewis,2013;Chasserio等,2014)。

上述研究表明身份管理对女性创业者而言是一种“杂耍行为”(juggling)(Essers和Benschop,2007),她们不得不同时承担和协调多种身份,而不是先后扮演不同的社会角色(Chasserio等,2014)。基于已有研究成果的总结,女性创业者主要通过三种方式谋求身份认同:(1)同时接受性别期望和创业者原型,指女性创业者在社会规定的性别角色范围内开展创业活动,认为以母亲和妻子为代表的传统女性责任优先于创业者的责任(Nadin,2007),这反映了同质性假设下的女性创业者形象;(2)拒绝性别期望或拒绝创业者原型,指女性创业者要么遵从并模仿男性化规范开展创业活动(Orser等,2011;李纪珍等,2019),要么强调女性化特征并将创业视为赋予女性权力的一条途径(Morris等,2006),反映出女性创业者主动应对已有社会规范的意向;(3)同时拒绝性别期望和创业者原型,指女性创业者在开展创业活动时不受现行规范的约束,致力于重新定义女性身份和创业者身份的内涵(Chasserio等,2014)。这三种策略层层递进,代表女性创业者应对身份冲突的不同方式,有助于揭示女性创业者身份认同的多维度特性,扩大了将女性创业者作为同质群体的单一视野(Chasserio等,2014)。

(二)女性创业者身份认同的构建机制

女性创业者基于合法性、独特性和真实性机制选择不同的身份认同策略。合法性的概念来自社会学领域,是相关利益群体对组织行为在社会建构的规范、信仰和定义体系中是可取的、适当的一种普遍看法(Suchman,1995)。创业领域的合法性研究沿袭并扩展了这一定义,提出创业者不仅需要为创业企业建立合法性以获得来自外部利益相关者的认可,更重要的是为自己的身份谋求合法性(Delmar和Shane,2004;Navis和Glynn,2011)。创业者身份合法性指创业者对外宣称他们的创业努力符合制度惯例和社会期望(Navis和Glynn,2011),在现有的社会规范下,女性创业者的身份合法性实际上是一个互相干扰的二维概念:女性在创业领域获得合法性的前提是复制男性化特征,但这又会威胁她们在性别领域的合法性(Swail和Marlow,2018)。这意味着女性创业者必须承担特定形式的身份认同工作以弥补“贬值”的女性身份与典型的男性创业者身份之间的合法性鸿沟(Bruni等,2005),具体表现为遵循制度压力塑造同质性假设下的传统女性创业者形象,或主动挑战女性身份规范塑造男性化的女性创业者形象。

然而创业并不是一味追求合法性的活动,完全符合既定标准的做法恰恰与创业精神提倡的新颖性和独特性背道而驰(Navis和Glynn,2011),考虑独特性及其与合法性之间的紧张关系(tension)可以为创业者的身份认同工作提供不同视角。独特性的概念来自心理学领域,指个体

被相关利益群体视为不同的和特别的心理需求,这种需求是对个体身份进行比较评价或自我定义的基础,为个人提供了区别于他人的体验(Brewer, 1991)。创业者身份独特性指创业者的创业努力以一种有意义的方式偏离制度惯例(Navis和Glynn, 2011),其中女性创业者身份的独特性主要在于寻求并承认女性化的能力、属性和领导风格。但是在男性化创业者形象的社会规范下,强调独特性的女性不会被视为严肃的创业者,仅仅依靠独特性概念构建的女性创业者身份是摇摇欲坠的,因此越来越多的女性创业者同时考量合法性与独特性,在认可并适应男性化创业规范的前提下发掘女性化特征(Gupta等, 2009; Chasserio等, 2014; 李纪珍等, 2019)。需要强调的是,虽然独特性机制试图调和建构的女性身份和创业者身份之间的冲突,但也只是承认女性气质的独特之处,并未突破社会规定的男性化创业者身份范畴。

透过真实性视角观察女性创业者的身份认同工作,有助于理解为什么一些女性创业者会违背社会制度中的男性化创业规范(Lewis, 2013)。真实性不仅仅是关于个人选择的问题,而是注重个体内部与外部环境规范之间的互动关系,在自我身份认同和社会身份认同之间建立联系(Charmé, 2000)。换言之,真实性不是一类人或事的固有属性,而是一种社会公认的、源自话语并嵌入其中的结构(Peterson, 2005),构建真实的创业者身份实际上是一种“情境行为”(West和Zimmerman, 2002)。社会将创业者身份建构为男性化形象,导致女性创业者的自我认同与她们受到的外部制度约束不一致,在这种固有冲突下,女性创业者获得真实感的唯一方式是拒绝社会话语规定的创业者身份,为创业者身份赋予新的含义(Essers和Benschop, 2007; Ybema等, 2009)。一部分女性创业者也利用了女性的差异性话语,但是她们强调女性化的经营方式优于男性化的商业惯例,由此塑造女性化的女性创业者形象;另一部分则结合女性的差异性和男性的专业性这两种对立话语获取真实性,强调自己可以作为女性来完成商业工作,塑造雌雄同体的(androgyneous)混合形象(Lewis, 2013)。

根据上述讨论,尽管合法性、独特性和真实性这三种机制的原理和发挥作用的方式不同,但是均考察了创业者规范与女性化特征之间的关系,为女性创业者协调男性化和女性化话语提供依据,进而揭示女性创业者身份认同策略的形成过程。按照是否认同社会建构的女性身份和是否认同社会建构的创业者身份,可以将女性创业者身份认同策略分为四个区域,分别代表女性创业者身份认同的四种情境,在不同情境下产生不同的身份认同策略,如图1所示。两种身份都认同的女性创业者将自己视为传统的女性创业者(区域1),以满足社会对她们的期望与要求;仅认同其中一种身份的女性创业者将自己视为男性化(区域2)或女性化的女性创业者(区域3),其中越来越多的女性创业者在复制男性规范的前提下发掘女性化特征,寻求二者之间的微妙平衡(区域2);两种身份都不认同的女性创业者承担重塑社会规范的角色,致力于重新定义女性创业者身份(区域4)。

(三)女性创业者身份认同的影响因素

关于合法性、独特性和真实性的讨论回答了身份认同策略的形成机制,但是没有回答在相同的社会话语约束下,女性创业者为何及如何选择不同的身份认同策略。已有研究发现内部自我和外部关系是诱发不同身份构建机制的主要因素,前者代表女性创业者对女性和创业者这两类社会群体的认同程度,后者代表两种身份对应社会关系的数量和重要程度(Hoang和Gimeno, 2010)。

内部自我因素包括创业者的创业技能和职业经验,反映了女性创业者本身的资质,不同数量和类型的资质组合可以诱发不同的身份认同构建机制。创业技能的提高为女性创业者身份认同构建带来了两种影响,一方面证明了女性参与创业活动的承诺,使她们对创业者身份有更强的认同感(Díaz García和Welter, 2013),另一方面也帮助女性重新审视已有的男性化创业规

范以及针对女性的社会角色期望(李纪珍等,2019)。职业经验的影响更为多样,Díaz García和Welter(2013)对19位女性创业者的访谈结果显示,缺乏职业经验的女性创业者仅仅在传统的女性化行业中从事性别界限内的工作,而职业经验丰富的女性创业者则强调她们可以为创业领域带来的“女性化武器”,虽然这并未改变性别顺序(即以男性化形象为创业者原型),但是挑战了传统性别分工。特别的,如果过去的创业相关经验是积极的,那么个体就会将创业描述为快乐的、令人愉悦的活动,这可以激发女性学习和参与的愿望,引导女性用创业者身份定位自己(Byrne等,2019)。

是否认同社会构建的女性身份

| | | 是 | 否 |
|----------------|---|--|---|
| 是否认同社会构建的创业者身份 | 是 | 区域1 传统的女性创业者 <ul style="list-style-type: none"> • 合法性机制 • 接受期望和原型—接受社会规范 | 区域2 男性化的女性创业者 <ul style="list-style-type: none"> • 合法性机制+独特性机制 • 拒绝性别期望—适应社会规范 |
| | 否 | 区域3 女性化的女性创业者 <ul style="list-style-type: none"> • 真实性机制 • 拒绝创业者原型—挑战社会规范 | 区域4 混合的女性创业者 <ul style="list-style-type: none"> • 真实性机制 • 拒绝期望和原型—重塑社会规范 |

图1 女性创业者身份认同策略及其构建机制

外部关系因素包括创业者嵌入家庭网络和创业网络的情况,反映了女性创业者与外部群体交互的情况,主要诱发合法性机制。高家庭网络嵌入度表示女性强调私人身份(尤其是与母亲和妻子相关的身份)和家庭责任的重要性,即使是在创业过程中也注重与家庭保持紧密联系,这诱发了女性创业者遵循制度压力的意愿(Aldrich和Cliff,2003)。已有研究发现相当比例的女性创业者都以支持家庭作为创业动机,以支持配偶和照顾子女为创业行为准则,对家庭事务具有高度承诺(Warren,2004;Chasserio等,2014),这意味着女性创业者将家庭需求和传统女性责任作为重要因素纳入创业决策考量,以符合女性身份规范的方式开展创业活动(Brush等,2009)。

相反,高创业网络嵌入度表示女性创业者与那些已经被认为具有合法性地位的人积极建立联系,这诱发了女性创业者满足创业者身份合法性的意愿(Swail和Marlow,2018)。Marlow和McAdam(2015)提出与男性导师等外部专业人士建立联系可以为处于边缘的女性创业者提供合法性溢价,Alsos和Ljunggren(2017)在分析创业企业股权投资领域的合法性信号时,发现女性申请者弥补不利地位的有效方式是让男性董事参与她们的融资投标。这些研究表明女性建立创业者身份合法性的关键策略是与创业网络中地位高的男性合作,实现对已有创业规范和价值观体系的结构嵌入,以提高相关利益群体的认可度和接受度(Godwin等,2006;李纪珍等,2019)。

根据上述讨论,本文将影响因素、机制和策略串联起来,构建了女性创业者身份认同策略的形成路径,如图2所示。女性创业者内部的创业技能和职业经验可以诱发三种机制,而外部的家庭网络和创业网络嵌入主要诱发合法性机制;合法性和独特性机制共同促使女性创业者接受创业者原型,其中独特性机制还要求她们拒绝性别期望,真实性机制则促使女性创业者拒绝

创业者原型。这一理论探讨梳理了影响因素诱发构建机制进而导致身份认同策略的逻辑链条,有助于解释女性创业者更高层次的异质性,即为为什么在相似的社会条件下,不同女性创业者的身份认同不同,并进一步诱发创业行为不同。

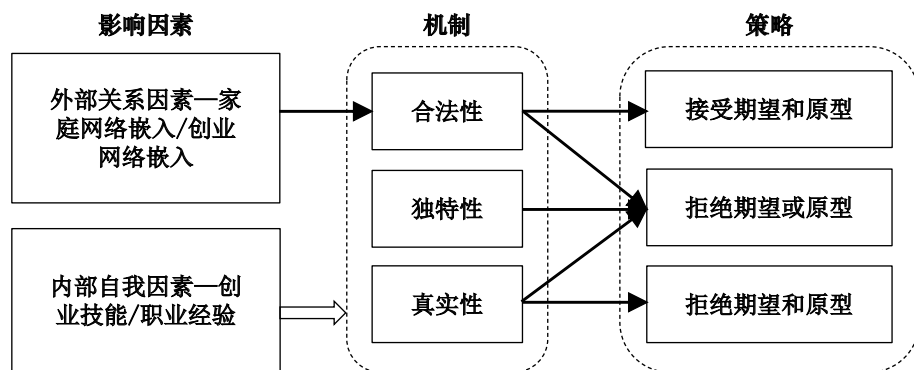


图2 女性创业者身份认同策略的形成路径

四、女性创业者身份认同策略对创业行为和绩效的影响

在厘清女性创业者身份认同策略形成路径的基础上,关注身份认同策略最终需要落脚于结果效应,即身份认同策略是否及如何影响女性创业者的行为和绩效。这一问题至关重要,因为身份认同是女性创业者开展创业行为的基本出发点,基于身份认同策略可以将已有的女性创业者行为、绩效差异研究整合起来,不仅有助于解释“为什么女性创业者的行为和绩效存在差异”的深层次原因,更有助于拓展创业者身份认同如何影响创业决策和行为的研究成果(Murnieks和Mosakowski,2007;Gruber和MacMillan,2017)。

(一)女性创业者身份认同与创业行为

身份认同超越了传统的经济理性观点,强调创业行为的“身份相关性”,允许个体赋予创业活动不同的含义,并采取与其身份内在含义一致的方式实施创业行为(Gruber和MacMillan,2017),这种“一致性”是身份影响行为的基本原则。借鉴社会认知心理学的观点(Markus,1977),学者们将身份理解为一种认知图式,并从两个角度进一步解释身份对创业行为的影响方式:(1)不同图式储存着不同的信息和意义元素,引发创业者之间的信息加工变异,使得他们对反映所持身份的外部环境线索和内部行为线索更敏感(Stryker和Serpe,1994;Stryker和Burke,2000);(2)图式代表着自上而下的知识结构,身份相关的知识将创业者的注意力集中在某些特定的事项或刺激上,推动创业者关注并执行与其身份相符的行为标准或脚本以实现自我验证(Burke,1991;Stryker和Burke,2000;Ocasio,2011)。因此身份可以通过影响创业者的认知过程来影响他们的行为决策,并映射出信息加工和注意力两种具体机制,其中信息加工机制指向创业者对内外部信息的判断和解读,注意力机制指向创业者注意力在不同业务范围、不同互动对象上的分配。这意味着身份认同策略不局限于解决女性创业者如何应对身份冲突问题,还可能会影响其创业决策和行为,至少表现在如下两个层次:

第一,为什么女性创业者选择的机会各不相同?尽管已有研究从社会资本和人力资本的角度讨论了女性创业者识别机会的可能性和识别的机会类型(de Bruin等,2007;Sullivan和Meek,2012),启发女性创业者之间在机会识别上存在差异的可能性,但是却忽略了在主观认知因素的影响下,资本存量相似的女性创业者仍然能够识别出不同类型的机会。McMullen和Shepherd(2006)将创业者感知不确定性存在差异纳入讨论,提出当创业者将第三人称机会转

化为只归属于自己的第一人称机会后,他们会产生强烈的机会信念,驱动相应的创业行动来把握机会。这促进了对女性创业者识别机会的思维机制的探讨,致力于回答“为什么不同女性创业者可能愿意容忍或承担不同水平的不确定性,从而识别出不同类型的创业机会”。本文认为身份认同策略可能是深层次原因,需要未来研究展开进一步探索。

具体而言,女性创业者认为只有验证并强化了自我概念的情况才是有价值的创业机会,因此身份认同策略在很大程度上影响女性创业者承担特定机会背后的不确定性的意愿,进而决定女性创业者识别和把握的机会类型。首先,基于信息加工机制,不同身份认同策略的女性创业者对外部环境变化的感知不同。传统的女性创业者对外部环境中的风险信号更为敏感,促使她们结合照顾家庭的需要以及规避损失的偏好来寻求能够维持稳定收入的机会(Powell和Eddleston,2008)。相反地,男性化的女性创业者对与企业扩张相关的信号更为敏感,她们倾向于将外部变化视为挑战或机遇,积极借鉴男性化创业榜样分享的成功经验挖掘利润导向的创业机会(Orser等,2011)。女性化的女性创业者对助力女性群体的信号更为敏感,混合的女性创业者则对反映更广泛的社会问题的信号更为敏感,二者都围绕改善社会现状的目的来过滤和解读信息,从而提取出变革性的创业机会(Orser等,2013)。其次,基于注意力机制,不同身份认同策略的女性创业者关注不同范围内的潜在机会。传统的女性创业者经历家庭责任导向的注意力垄断,她们将注意力限定在女性行业或与企业现有业务紧密相关的领域,这降低了她们识别商业机会的意愿(de Bruin等,2007)。其他女性创业者都将目光放在更广阔的与企业现有业务无关的领域,由此激发机会创新的可能性(Mathias和Williams,2017),其中男性化的女性创业者表现出更聚焦的创业投入,女性化的女性创业者表现出更聚焦的非创业投入,混合的女性创业者则通过平衡注意力分配来兼顾创业机会的经济性和社会性。

第二,为什么不同女性在创业过程中的资源整合行为和结果存在差异?已有研究反复强调,融资是女性创业者在创业过程中面临的关键障碍(Alsos等,2006;Orser等,2006),在结果上表现出强烈的女性劣势,例如女性创办的企业占美国所有私营企业的近40%,但她们仅仅被分配到2%的风险资本融资额度(Kanze等,2018)。近期研究从“创业者与投资者”互动角度来剖析女性融资劣势谜题,强调创业者定位(需求侧)和投资者偏见(供给侧)共同构成一个正向循环,不断延续并强化创业融资中的性别差距(Kanze等,2018;Geiger,2020)。这些研究具有很强的启发价值,但大多建立在“基于性别期望的刻板效应”假设基础上,对于女性创业者的主观能动性挖掘不够,并不能充分解释“为什么不同女性创业者可能诱发与投资者不同的互动过程,同时借助这一过程产生不同的融资结果”这一深层次问题。本文认为这可能与女性创业者的身份认同策略紧密相关,非常值得未来研究进一步探索。

具体而言,女性创业者依据所选择的身份认同策略有意识地指导融资行为,影响女性创业者与不同类型投资者建立关联关系的水平和质量,并最终体现为女性创业者之间在融资效率和效果上的差异,这有助于启发女性创业者主动克服资金困难,推动女性拥有的创业企业成长。首先,基于信息加工机制,不同身份认同策略的女性创业者采用不同的方式定义融资环境、解读并回应投资者发出的信号。传统的女性创业者认为融资环境是充满风险的,倾向于用预防的方式回应投资者,而男性化的女性创业者则倾向于用促进的方式回应投资者(Kanze等,2018)。女性化的女性创业者和混合的女性创业者都认为融资环境中的性别偏见是不正确的,然而前者可能采用批判的方式回应投资者,难以获得投资者的认可,后者则采用更中立的回应方式来引发投资者的反思,从而在获得更多融资的同时助力创建更公平的竞争环境。其次,基于注意力机制,不同身份认同策略的女性创业者关注不同的融资事项。传统的女性创业者本身对资金的需求量不大,家庭资金和政府补贴即可满足,因此她们在融资上投入的注意力远远少

于在家庭活动上投入的注意力。除此之外,采取其他三种身份认同策略的女性创业者均对融资活动投入较多的注意力,区别在于男性化的女性创业者更关注融资数额,女性化的女性创业者更关注融资成功的概率,而混合的女性创业者则关注如何通过扩展融资渠道、创新融资规则等方式来实现融资数额和成功概率的协同最大化(Geiger, 2020)。

(二)未来研究框架与新兴议题

上述讨论从理论层面解释身份认同策略是理解女性创业行为差异的重要线索,但是目前聚焦二者关系的研究仍显不足,一定程度上割裂了身份与行为、行为与绩效之间的递进关系。基于此,本文提出女性创业的身份认同策略的未来研究框架,如图3所示。一方面,女性创业者依据合法性、独特性和真实性选择身份认同策略,身份认同策略又通过信息加工和注意力机制作用于创业决策和行为。另一方面,企业成长阶段和外部环境使上述过程均呈现动态特性,引发行为和绩效的联动。总体上看,这一框架强调女性创业者身份认同策略的结果效应,并由此衍生出值得进一步探讨的新兴议题。

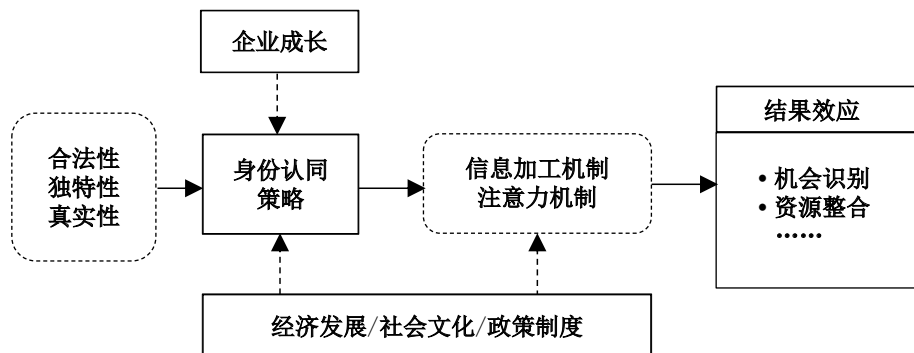


图3 女性创业者身份认同策略的未来研究框架

首先,探讨女性创业者身份认同与创业决策和行为之间的关系是非常重要的研究方向,这是身份认同策略发挥实际效用的关键。尽管本文在机会识别和融资两个具体层次上讨论了女性创业者身份认同策略以及其如何影响创业行为的问题,但是同时也暴露出身份认同影响效应研究仍然存在很大缺口的事实,非常需要增加身份认同影响其他行为决策和创业企业的理论和实证证据。身份认同很可能影响创业者的团队管理、战略决策和创业学习等关键创业活动,例如Farmer等(2011)发现个体对创业者身份的强烈渴望可以激发创业初期高水平的探索和利用行为,Stewart等(2016)提出企业所有者的创业身份认同和职业身份认同影响专业服务型企业的创业导向。沿着这一思路,未来研究应进一步打开“黑箱”,补充在不同层次上女性创业者身份认同影响创业决策和行为的具体表现,并延伸至最终的企业绩效,回应女性创办或管理高成长企业这一现象,构建系统、全面的身份认同结果效应分析路径。

其次,考虑到女性创业是在特定的环境中展开的,因此身份认同的效用发挥还会受到外部环境因素的调节,这意味着即使选择同样的身份认同策略,女性创业者的创业行为也可能并不一致。Shantz等(2018)探讨了加纳农村地区的创业者身份与决策问题,发现在经济不发达地区,成为创业者意味着需要担任导师、市场纽带和社会安全网的职责,他们追求的机会类型在很大程度上不是个人的自主选择,而是被预先限定为对社会的义务和责任。在父权制等性别平等程度不高的地区,不论职业身份如何,女性都被要求必须承担照顾家庭的责任,这种社会文化不仅无法为女性提供创业支持,还进一步限制了女性参与外部网络的行动(Baughn等, 2006; Tlaiss和Kauser, 2019)。相反,一些国家立法支持女性进入领导职位,即使她们仍然认为

自己是传统创业者,也可以比较容易地获得资源保护和倾斜。未来研究应补充身份认同策略影响女性创业行为的边界条件,整合相互冲突的研究结论。

最后,身份认同具有阶段性和情境性,因此单一身份认同往往无法贯穿于女性创业者的整个创业过程之中,企业成长阶段和外部环境的变化都可能促使她们重新选择身份认同策略(Chasserio等,2014)。例如Hoang和Gimeno(2010)认为随着企业的逐步成熟,创业者应该由创业者转向职业经理人来满足新的资金和管理需求,Byrne等(2019)明确指出近年来有关性别平等的争论不断升级,这在很大程度上鼓励女性成为独立创业者(Carter等,2015)。由此可见,创业过程的动态性对女性创业者提出了不断变化的要求,引发了女性创业者修正与调试自身定位的需要(韦慧民和潘清泉,2014)。顺应身份动态化特征,后续研究可以沿着创业事件追踪女性创业者身份认同策略的变化轨迹,探讨身份威胁及应对(Petriglieri,2011)等重要问题,从而揭示女性创业者动态建构和管理身份的过程。

五、结论与展望

本文梳理并提炼女性创业者身份认同的已有研究,构建“性别差异的社会属性—身份认同策略—创业行为”的理论逻辑,回答了女性创业者如何选择身份认同策略,这一选择又如何影响创业行为的问题。围绕这两个问题,本文得出的主要结论如下:

首先,女性创业者沿着不同的路径构建身份认同,有助于回答女性创业者如何应对身份冲突的问题。内部自我因素和外部关系因素共同诱发了合法性、独特性和真实性机制,促使女性创业者分别采用接受或拒绝性别期望和创业者原型的策略构建身份认同,对应女性创业者应对外部社会规范的不同方式,由此区分出传统的女性创业者、男性化的女性创业者、女性化的女性创业者和混合的女性创业者,体现出女性创业者群体的异质性。其次,身份认同策略进一步影响女性创业者的具体行为决策。身份认同通过信息加工和注意力机制影响女性创业者的视野范围和感知判断,推动女性创业者以与身份一致的方式开展创业活动,至少反映为机会识别和资源整合两个层次上的行为和结果差异,其中女性创业者独有的局外人地位(outsider status)很可能是打破行业惯例、实现革新的重要机会(Welch等,2008)。

总之,女性创业实践推动女性创业问题从同质性向异质性转变,女性创业者身份认同成为女性创业研究中需要挖掘的基础问题,提供了解释女性创业者之间的认知和行为决策差异的微观线索,回应高成长型女性创业者比例攀升的重要现象。身份认同启发未来女性创业研究超越“性别比较”视角,沿着“情境塑造身份进而影响行为”的思路探索女性创业行为规律,解释女性创业者之间绩效差异的深层次原因。更重要的是,关注女性创业者的身份认同策略有助于拓展创业者的身份管理,以及创业者身份认同如何影响创业行为决策的研究成果,这意味着未来女性创业研究应该主动站在“性别差异”情境的立场上贡献创业研究中的一般性问题。

主要参考文献

- [1]李纪珍,周江华,谷海洁.女性创业者合法性的构建与重塑过程研究[J].*管理世界*,2019,(6):142-160,195.
- [2]Alsos G A, Isaksen E J, Ljunggren E. New venture financing and subsequent business growth in men- and women-led businesses[J]. *Entrepreneurship Theory and Practice*,2006,30(5):667-686.
- [3]Brush C G, Carter N M, Gatewood E, et al. Clearing the hurdles: Women building high-growth businesses[M]. Upper Saddle River, NJ: Financial Times Prentice Hall, 2004.
- [4]Byrne J, Fattoum S, Díaz Garcia M C. Role models and women entrepreneurs: Entrepreneurial superwoman has her say[J]. *Journal of Small Business Management*,2019,57(1):154-184.

- [5]Chasserio S, Pailot P, Poroli C. When entrepreneurial identity meets multiple social identities: Interplays and identity work of women entrepreneurs[J]. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 2014, 20(2): 128-154.
- [6]Coleman S, Robb A. A comparison of new firm financing by gender: Evidence from the Kauffman firm survey data[J]. *Small Business Economics*, 2009, 33(4): 397-411.
- [7]de Bruin A, Brush C G, Welter F. Introduction to the special issue: Towards building cumulative knowledge on women's entrepreneurship[J]. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 2006, 30(5): 585-593.
- [8]de Bruin A, Brush C G, Welter F. Advancing a framework for coherent research on women's entrepreneurship[J]. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 2007, 31(3): 323-339.
- [9]Díaz García M C, Welter F. Gender identities and practices: Interpreting women entrepreneurs' narratives[J]. *International Small Business Journal*, 2013, 31(4): 384-404.
- [10]Essers C, Benschop Y. Enterprising identities: Female entrepreneurs of Moroccan or Turkish origin in the Netherlands[J]. *Organization Studies*, 2007, 28(1): 49-69.
- [11]Geiger M. A meta-analysis of the gender gap(s) in venture funding: Funder- and entrepreneur-driven perspectives[J]. *Journal of Business Venturing Insights*, 2020, 13: e00167.
- [12]Gruber M, MacMillan I C. Entrepreneurial behavior: A reconceptualization and extension based on identity theory[J]. *Strategic Entrepreneurship Journal*, 2017, 11(3): 271-286.
- [13]Gundry L K, Welsch H P. The ambitious entrepreneur: High growth strategies of women-owned enterprises[J]. *Journal of Business Venturing*, 2001, 16(5): 453-470.
- [14]Hechavarria D, Bullough A, Brush C, et al. High-growth women's entrepreneurship: Fueling social and economic development[J]. *Journal of Small Business Management*, 2019, 57(1): 5-13.
- [15]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.
- [16]Jennings J E, Brush C G. Research on women entrepreneurs: Challenges to (and from) the broader entrepreneurship literature?[J]. *Academy of Management Annals*, 2013, 7(1): 663-715.
- [17]Kanze D, Huang L, Conley M A, et al. We ask men to win and women not to lose: Closing the gender gap in startup funding[J]. *Academy of Management Journal*, 2018, 61(2): 586-614.
- [18]Lewis P. The search for an authentic entrepreneurial identity: Difference and professionalism among women business owners[J]. *Gender, Work & Organization*, 2013, 20(3): 252-266.
- [19]Morris M H, Miyasaki N N, Watters C E, et al. The dilemma of growth: Understanding venture size choices of women entrepreneurs[J]. *Journal of Small Business Management*, 2006, 44(2): 221-244.
- [20]Nadin S. Entrepreneurial identity in the care sector: Navigating the contradictions[J]. *Women in Management Review*, 2007, 22(6): 456-467.
- [21]Navis C, Glynn M A. Legitimate distinctiveness and the entrepreneurial identity: Influence on investor judgments of new venture plausibility[J]. *Academy of Management Review*, 2011, 36(3): 479-499.
- [22]Neill S, Metcalf L, York J L. Seeing what others miss: A study of women entrepreneurs in high-growth startups[J]. *Entrepreneurship Research Journal*, 2015, 5(4): 293-322.
- [23]Orser B J, Elliott C, Leck J. Feminist attributes and entrepreneurial identity[J]. *Gender in Management*, 2011, 26(8): 561-589.
- [24]Orser B J, Riding A L, Manley K. Women entrepreneurs and financial capital[J]. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 2006, 30(5): 643-665.
- [25]Shepherd D, Haynie J M. Family business, identity conflict, and an expedited entrepreneurial process: A process of resolving identity conflict[J]. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 2009, 33(6): 1245-1264.
- [26]Stryker S, Burke P J. The past, present and future of an identity theory[J]. *Social Psychology Quarterly*, 2000, 63(4): 284-297.
- [27]Swail J, Marlow S. "Embrace the masculine; attenuate the feminine"-gender, identity work and entrepreneurial legitimation in the nascent context[J]. *Entrepreneurship & Regional Development*, 2018, 30(1-2): 256-282.

Identity Strategy Selection of Women Entrepreneurs and Its Behavioral Implications: Theoretical Model and Future Issues

Li Fuwei¹, Yang Jun^{2,3}

(1. Business School, Nankai University, Tianjin 300071, China;

2. School of Management, Zhejiang University, Hangzhou 310058, China;

3. Research Center of Entrepreneurship, Nankai University, Tianjin 300071, China)

Summary: Based on the social context perspective of gender difference, this paper argues that gender difference invokes identity issues and explores the antecedents and mechanisms of identity strategies of women entrepreneurs. Identity plays an important role in understanding how women entrepreneurs position themselves in the male-dominated entrepreneurial context, so as to explain the differences both in entrepreneurial behavior and business growth among women entrepreneurs. By summarizing and extracting the existing studies on women entrepreneurs' identity, this paper constructs the theoretical logic of "social attributes of gender difference-identity strategy-entrepreneurial behavior", and answers the questions of how women entrepreneurs choose identity strategy and how this choice affects entrepreneurial behavior. Firstly, this paper reviews the research progress of women entrepreneurship and points out that identity is the key spot under the heterogeneous hypothesis, which is most worthy of further exploration. Secondly, we clarify the identity strategy and its formation path under the contradictory social construction norms, to be specific, women entrepreneurs choose to accept or reject gender expectations and entrepreneurial archetypes, and adopt different identity strategies based on the mechanisms of legitimacy, distinctiveness and authenticity. Thirdly, women entrepreneurs' identity strategy can influence their entrepreneurial behaviors and decision-making through information processing and attention, which is at least reflected in opportunity identification and resource integration. Finally, some future research suggestions are put forward: (1) Pay more attention to the concrete forms of the effects of identity at different levels, and extend them to firm performance; (2) Complement the boundary conditions of the above effects from the perspectives of economy, culture and institution; (3) Trace the changes of women entrepreneurs' identity strategies along with entrepreneurial events, and explore how women entrepreneurs construct and manage their identities dynamically. Overall, the main highlights and theoretical contributions lie in two parts: Firstly, future researches can explore the rules of women's entrepreneurial behaviors beyond the perspective of "gender comparison"; Secondly, on the basis of gender difference context, some in-depth academic understandings are made in identity researches in entrepreneurship domain.

Key words: identity strategy; authenticity mechanism; distinctiveness mechanism; legitimacy mechanism; entrepreneurial behavior

(责任编辑:王雅丽)