

چشم اندازهای نو به رشد شرکت

تألیف

پر دیویدسون

یوهان ویکلاند

ترجمه

دکتر کامبیز طالبی (عضو هیأت علمی دانشگاه تهران)

دکتر شیوا شعبانی (دکتری تخصصی کارآفرینی گرایش کسب و کار)



شماره مسلسل ۱۰۱۵۰

شماره انتشار ۴۱۱۴

انتشارات دانشگاه تهران

سرشناسه	: دیویدسون، پر، ۱۹۵۸-م.
عنوان و نام پدیدآور	: چشم‌اندازهایی نو به رشد شرکت / تألیف پر دیویدسون، یوهان ویکلاند؛ ترجمه کامبیز طالبی، شیوا شعبانی.
مشخصات نشر	: تهران: دانشگاه تهران، مؤسسه انتشارات، ۱۳۹۸.
مشخصات ظاهری	: ی، ۲۸۷ص: مصور، جدول.
فروست	: انتشارات دانشگاه تهران؛ شماره انتشار ۴۱۱۴.
شابک	: 978-964-03-7410-8
وضعیت فهرست‌نویسی	: فیپا
یادداشت	: عنوان اصلی: New Perspectives On Firm Growth, c2013.
یادداشت	: کتابنامه.
موضوع	: شرکت‌ها-- رشد
موضوع	: Corporation- - Growth
شناسه افزوده	: ویکلاند، یوهان، ۱۹۶۲-م.
شناسه افزوده	: Wiklund, Johan
شناسه افزوده	: طالبی، کامبیز، ۱۳۳۷- مترجم
شناسه افزوده	: شعبانی، شیوا، ۱۳۶۱- مترجم
شناسه افزوده	: دانشگاه تهران. مؤسسه انتشارات
شناسه افزوده	: University of Tehran. Press:
رده‌بندی کنگره	: HD۲۷۴۶ ۱۳۹۸
رده‌بندی دیویی	: ۶۵۸/۴۰۶
شماره کتابشناسی ملی	: ۵۸۴۱۵۵۷

این کتاب مشمول قانون حمایت از حقوق مؤلفان و مصنفان است. تکثیر کتاب به هر روش اعم از فتوکپی، ریسوگرافی، تهیه فایل‌های pdf، لوح فشرده، بازنویسی در وبلاگ‌ها، سایت‌ها، مجله‌ها و کتاب، بدون اجازه کتبی ناشر مجاز نیست و موجب پیگرد قانونی می‌شود و تمامی حقوق برای ناشر محفوظ است.
(این کتاب با کاغذ حمایتی به چاپ رسیده است.)



عنوان: چشم‌اندازهایی نو به رشد شرکت
تألیف: پر دیویدسون - یوهان ویکلاند
ترجمه: دکتر کامبیز طالبی - دکتر شیوا شعبانی
ویرایش ادبی: فرشاد رضوان
نوبت چاپ: اول
تاریخ انتشار: ۱۳۹۸
شمارگان: ۲۰۰ نسخه
ناشر: مؤسسه انتشارات دانشگاه تهران
چاپ و صحافی: مؤسسه انتشارات دانشگاه تهران

«مسئولیت صحت مطالب کتاب با مترجمان است»

بها: ۳۸۰۰۰۰ ریال

خیابان کارگر شمالی - خیابان شهید فرشی مقدم - مؤسسه انتشارات دانشگاه تهران
پست الکترونیک: press@ut.ac.ir - تارنما: <http://press.ut.ac.ir>
پخش و فروش: تلفکس ۸۸۳۳۸۷۱۲

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

فهرست مطالب

مشارکت کنندگان.....	ض
قدردانی.....	ظ
مقدمه.....	غ
بخش اول: شرحی بر علت و میزان رشد شرکتها..... ۱	
فصل اول: ساخت مدل یکپارچه رشد کسب و کار کوچک..... ۳	
۱ مقدمه.....	۳
۲ دیدگاه‌های نظری رشد کسب و کار کوچک.....	۴
۱-۲ هستی‌شناسی کسب و کارهای کوچک و شناسایی دیدگاه‌های نظری.....	۵
۲-۲ دیدگاه ۱: گرایش به کارآفرینی (EO) و رشد کسب و کار کوچک.....	۶
۳-۲ دیدگاه ۲: محیط و رشد کسب و کار کوچک.....	۷
۴-۲ دیدگاه ۳: تناسب راهبردی و رشد کسب و کار کوچک.....	۸
۵-۲ دیدگاه ۴: منابع و رشد کسب و کار کوچک.....	۹
۶-۲ دیدگاه ۵: نگرش رشد و رشد کسب و کار کوچک.....	۱۰
۷-۲ نظریات متضاد و تلفیق دیدگاه‌ها.....	۱۱
۳ ساخت مدل یکپارچه رشد کسب و کار کوچک..... ۱۳	
۱-۳ رویکرد تحلیلی.....	۱۳
۲-۳ نمونه و طرح.....	۱۳
۳-۳ متغیرها و اندازه‌ها.....	۱۴
۱-۳-۳ رشد کسب و کار کوچک.....	۱۵
۲-۳-۳ گرایش به کارآفرینی (EO).....	۱۵
۳-۳-۳ محیط.....	۱۶
۴-۳-۳ منابع.....	۱۶
۵-۳-۳ نگرش.....	۱۷
۴-۳ تحلیل.....	۱۷
۱-۴-۳ مرحله ۱: پیش‌بینی رشد با استفاده از مدل به‌طور کامل یکپارچه.....	۱۸

۱۹.....	۳-۴-۲ مرحله ۲: اصلاح مدل برای پیش‌بینی رشد.....
۲۰.....	۴ پیشنهادها.....
۲۲.....	۴-۱ گرایش به کسب‌وکار و رشد سازمان کوچک.....
۲۲.....	۴-۲ محیط، تناسب راهبردی و رشد کسب‌وکار کوچک.....
۲۵.....	۴-۳ منابع و رشد کسب‌وکار کوچک.....
۲۶.....	۴-۴ نگرش و رشد کسب‌وکار کوچک.....
۲۷.....	۵ بحث و بررسی و محدودیت‌ها.....
۲۹.....	منابع.....

۳۱.....	فصل دوم: اشتیاق برای رشد و دستیابی به آن: نقش تعدیل‌گر منابع و فرصت‌ها.....
۳۱.....	مقدمه.....
۳۳.....	نظریه رفتار برنامه‌ریزی‌شده و رشد کسب‌وکار کوچک.....
۳۵.....	اشتیاق به رشد و رشد تحقق‌یافته.....
۳۵.....	اثر تعدیل‌گر منابع و فرصت‌ها.....
۳۷.....	روش‌ها.....
۳۷.....	نمونه و طرح.....
۳۸.....	متغیرها و مقیاس‌ها.....
۳۸.....	رشد.....
۳۸.....	اشتیاق رشد.....
۳۹.....	سرمایه انسانی کلی (سطح تحصیلات).....
۳۹.....	سرمایه انسانی ویژه (تجربه).....
۴۰.....	دسترسی به سرمایه مالی.....
۴۰.....	پویایی محیطی.....
۴۰.....	متغیرهای کنترل.....
۴۲.....	تحلیل و نتایج.....
۴۲.....	اثرات مستقل (اصلی) تک مدل.....
۴۳.....	مدل کامل شامل اثرات متقابل.....
۴۶.....	بحث و بررسی.....
۴۷.....	محدودیت‌ها.....
۴۹.....	پژوهش آتی و دلالت‌ها.....

نتیجه‌گیری.....	۵۱
منابع.....	۵۱
فصل سوم: اثر انگیزه رشد مدیران کسب‌وکار کوچک بر رشد شرکت: یک پژوهش بلندمدت ...	۵۹
مقدمه.....	۵۹
نظریه و فرضیه‌ها.....	۶۰
ثبات زمانی و انگیزه رشد.....	۶۰
اثر انگیزه رشد بر رشد.....	۶۱
بازخورد رشد قبلی بر انگیزه رشد.....	۶۲
اثر مستقل انگیزه.....	۶۳
روش.....	۶۳
طرح پژوهش و نمونه‌ها.....	۶۳
مقیاس‌ها.....	۶۵
رشد اشتغال و فروش.....	۶۵
انگیزه رشد فروش و اشتغال.....	۶۶
متغیرهای کنترل.....	۶۶
تصحیح سوگیری انتخاب.....	۶۷
تحلیل.....	۶۷
نتایج.....	۶۸
پیش‌بینی انگیزه رشد.....	۷۲
پیش‌بینی رشد شرکت.....	۷۳
مقایسه اثرات اندازه.....	۷۴
خلاصه نتایج.....	۷۴
بحث و بررسی.....	۷۵
دلالت‌های نظری.....	۷۵
دلالت‌های عملی.....	۷۷
محدودیت‌ها.....	۷۸
پژوهش آتی.....	۷۹
منابع.....	۸۰

۸۵	بخش دوم: تغییر برنامه کار پژوهشی رشد شرکت
۸۷	فصل چهارم: قیاس مع الفارق؟ تناسب در انباشت دانش حاصل از مطالعات رشد
۸۷	مقدمه
۸۸	انتخاب‌های اندازه‌گیری مطالعات رشد و پیامدهای آنها
۹۲	روش تحقیق
۹۲	جامعه/ نمونه
۹۳	معیارهای رشد
۹۳	تحلیل
۹۵	نتایج
۹۵	اعتبار همزمان میان معیارهای رشد مطلق و نسبی
۹۵	اعتبار همزمان میان معیارهای مختلف رشد مطلق
۹۸	اعتبار همزمان میان معیارهای رشد نسبی مختلف
۹۹	اعتبار همزمان برای معیارهای رشد مشابه با بازه‌های زمانی متفاوت
۹۹	استواری نتایج برای شرکت‌های هم‌گروه قدیمی‌تر
۱۰۰	بحث و بررسی
۱۰۰	یک نظر کلی راجع به اعتبار همزمان و انباشت دانش
۱۰۰	اعتبار همزمان در سرتاسر معیارهای مطلق و نسبی رشد
۱۰۲	اعتبار همزمان بین شاخص‌های مختلف رشد
۱۰۲	رشد مطلق کارکنان و رشد مطلق فروش
۱۰۳	رشد مطلق دارایی و رشد مطلق ارزش ویژه
۱۰۳	رشد نسبی دارایی و رشد نسبی ارزش ویژه
۱۰۳	رشد نسبی فروش و رشد نسبی دارایی
۱۰۴	اعتبار همزمان در بازه‌های زمانی مختلف
۱۰۴	دلالت‌هایی برای پژوهش آتی
۱۰۶	محدودیت‌ها
۱۰۷	نتیجه‌گیری
۱۰۸	منابع
۱۱۱	فصل پنجم: پیشرفت پژوهش رشد شرکت: تمرکز بر شیوه رشد به جای نرخ رشد
۱۱۱	مقدمه

فهرست □ خ

۱۱۲.....	سه جریان پژوهش رشد.....
۱۱۴.....	رشد به‌عنوان پیامد.....
۱۱۵.....	واحد تحلیل.....
۱۱۸.....	تفاوت‌های حالت‌های رشد.....
۱۱۹.....	تغییر در نرخ رشد به مرور زمان.....
۱۲۰.....	شاخص‌های رشد.....
۱۲۱.....	تفاوت در تمایل به رشد.....
۱۲۲.....	پیامد رشد.....
۱۲۴.....	رشد به‌عنوان یک فرایند.....
۱۲۸.....	حالت‌های ترکیبی رشد.....
۱۳۲.....	برنامه کار پژوهش.....
۱۳۳.....	رشد به‌عنوان پیامد.....
۱۳۵.....	پیامد رشد.....
۱۳۶.....	فرایند رشد.....
۱۳۷.....	نتیجه‌گیری.....
۱۳۸.....	دلالت‌های نظری.....
۱۳۹.....	دلالت‌های روش‌شناختی.....
۱۳۹.....	دلالت‌های سیاست.....
۱۴۰.....	اندیشه‌های پایانی.....
۱۴۱.....	منابع.....

۱۴۷.....	فصل ششم: به‌سوی یک چارچوب یکپارچه برای پژوهش آتی در زمینه رشد شرکت کوچک.....
۱۵۳.....	منابع.....

۱۵۵.....	بخش سوم: نگاه منتقدانه‌ای به رابطه رشد - سود.....
۱۵۷.....	فصل هفتم: رشد سودمندان یا رشد از سود: اسب را جلوی ارابه ببندیم؟.....
۱۵۷.....	۱ خلاصه اجرایی.....
۱۵۹.....	۲ مقدمه.....
۱۶۱.....	۳ آیا رشد شرکت‌ها موجب سودآوری می‌شود؟.....
۱۶۲.....	۴ دیدگاه منبع‌محور و رشد سودآور.....

۱۶۸.....	۵ روش.....
۱۶۸.....	۵-۱ منابع داده‌ها.....
۱۶۹.....	۵-۲ معیارها.....
۱۶۹.....	۵-۳ تحلیل اولیه.....
۱۷۱.....	۵-۴ تحلیل تکمیلی.....
۱۷۱.....	۶ نتیجه.....
۱۷۱.....	۶-۱ تحلیل کل نمونه‌ها.....
۱۷۳.....	۶-۲ تحلیل زیرنمونه‌ها.....
۱۷۴.....	۶-۳ مشاهدات دیگر.....
۱۷۶.....	۶-۴ تحلیل تکمیلی.....
۱۷۷.....	۷ بحث و بررسی.....
۱۷۸.....	۷-۱ دلالت‌ها.....
۱۷۸.....	۷-۱-۱ دلالت‌هایی برای دانشگاهیان.....
۱۷۹.....	۷-۱-۲ دلالت‌هایی برای کارورزان.....
۱۸۰.....	۷-۲ برنامه کار پژوهش.....
۱۸۳.....	۸ نتیجه‌گیری.....
۱۸۴.....	منابع.....

۱۸۷.....	فصل هشتم: پیکربندی‌های عملکرد به مرور زمان: دلالت‌هایی برای راهبردهای.....
۱۸۷.....	مقدمه.....
۱۸۹.....	مدل پویای رشد - سودآوری با سن شرکت.....
۱۹۱.....	تعهدات تازگی (و کوچکی) - ذخیره منابع محدود و قابلیت بهره‌برداری.....
۱۹۳.....	مزایای تازگی و کوچکی - انعطاف‌پذیری و قابلیت کشف.....
۱۹۴.....	دلایلی برای منجر شدن سود به رشد.....
۱۹۵.....	دلایلی برای منجر نشدن رشد به سود.....
۱۹۷.....	پیکربندی‌های عملکرد و فرضیه‌های مرتبط با سن در خصوص رواج و توسعه آنها.....
۲۰۲.....	روش.....
۲۰۲.....	منبع داده‌ها.....
۲۰۳.....	معیارها.....
۲۰۳.....	تحلیل‌ها.....

نتایج.....	۲۰۴
تحلیل ایستای پیکربندی‌های سودآوری - رشد.....	۲۰۴
تحلیل‌های بلندمدت گذارهای پیکربندی سودآوری - رشد.....	۲۰۶
سال‌های اولیه.....	۲۰۶
شرکت‌های قدیمی‌تر.....	۲۰۸
بحث و نتیجه‌گیری.....	۲۰۹
منابع.....	۲۱۱
بخش چهارم: پژوهش نظریه‌محور در زمینه اشکال خاص رشد.....	۲۱۷
فصل نهم: ویژگی دارایی و عدم قطعیت رفتاری به‌عنوان تعدیل‌کننده‌های رابطه.....	۲۱۹
۱ خلاصه اجرایی.....	۲۱۹
۲ مقدمه.....	۲۲۰
۳ چشم‌انداز نظری.....	۲۲۳
۱-۳ ویژگی دارایی.....	۲۲۴
۱-۱-۳ دانش ویژه محصول.....	۲۲۴
۲-۱-۳ دانش ویژه شرکت.....	۲۲۵
۳-۱-۳ اهمیت خدمات شخصی عالی.....	۲۲۵
۴-۱-۳ لزوم حفظ اطلاعات انحصاری.....	۲۲۶
۲-۳ عدم قطعیت رفتاری.....	۲۲۶
۱-۲-۳ سختی‌گزینش و نظارت.....	۲۲۶
۲-۲-۳ سختی اندازه‌گیری عملکرد کارکنان.....	۲۲۷
۳-۳ عوامل زمینه‌ای.....	۲۲۷
۴ روش‌ها.....	۲۲۸
۱-۴ نمونه‌ها.....	۲۲۸
۲-۴ اندازه‌گیری.....	۲۲۹
۱-۲-۴ متغیرهای وابسته.....	۲۲۹
۲-۲-۴ رشد فروش.....	۲۳۰
۳-۲-۴ متغیرهای تعدیل‌گر.....	۲۳۰
۴-۲-۴ کنترل‌ها.....	۲۳۴
۵ تحلیل و نتایج.....	۲۳۵

۲۳۸.....	۶ بحث و بررسی.....
۲۴۷.....	۱-۶ معناداری و اندازه اثر.....
۲۴۷.....	۲-۶ محدودیت‌ها.....
۲۴۹.....	۳-۶ دلالت‌های برای پژوهش آتی.....
۲۵۰.....	۷ نتیجه‌گیری.....
۲۵۰.....	منابع.....
۲۵۵.....	فصل دهم: رشد ارگانیک و تملکی: بررسی مجدد، آزمون و بسط نظریه رشد پرنرژ.....
۲۵۵.....	مقدمه.....
۲۵۷.....	پیشینه نظری.....
۲۶۱.....	رشد ارگانیک قبلی و اثر آن بر رشد ارگانیک آتی.....
۲۶۳.....	رشد تملکی قبلی و اثر آن بر رشد ارگانیک آتی.....
۲۶۶.....	داده‌ها و روش‌ها.....
۲۶۶.....	نمونه.....
۲۶۶.....	داده‌ها.....
۲۶۸.....	مدل.....
۲۶۹.....	معیارها.....
۲۷۰.....	نتایج.....
۲۷۳.....	اثرات منحنی‌شکل.....
۲۷۵.....	بحث و بررسی.....
۲۷۹.....	بسط‌های آتی نوشته پرنرژ.....
۲۸۱.....	دلالت‌های مدیریتی.....
۲۸۲.....	محدودیت‌ها.....
۲۸۳.....	نتیجه‌گیری.....
۲۸۴.....	منابع.....

فهرست شکل‌ها

- شکل ۱-۱ نمودار نتایج مدل اصلاح‌شده رشد کسب‌وکار کوچک ۱۴
- شکل ۱-۲ مدل تعدیل‌شده نظریه رفتار برنامه‌ریزی‌شده برای بررسی نحوه اثرگذاری ۳۴
- شکل ۲-۲ a اثر متقابل اشتیاق و آموزش بر رشد ۴۴
- شکل ۲-۲ b اثر متقابل اشتیاق و تجربه بر رشد ۴۵
- شکل ۲-۲ c اثر متقابل اشتیاق و پویایی بر رشد ۴۵
- شکل ۳-۲ چهار نوع شرکت بر حسب منابع و فرصت‌های رشد و اشتیاق به رشد ۵۰
- شکل ۱-۳ تحلیل تأخیر متقابل رشد و انگیزه رشد ۶۴
- شکل ۱-۶ کانون‌های دیگر مطالعات رشد شرکت کوچک ۱۴۸
- شکل ۱-۷ طرح دسته‌بندی شرکت‌ها از نظر رشد و سودآوری ۱۶۴
- شکل ۱-۸ مدل یکپارچه پویایی رشد - سودآوری ۱۹۱
- شکل ۲-۸ پیکربندی‌های سودآوری رشد ۱۹۸
- شکل ۱-۱۰ مدل رشد شرکت ۲۶۷
- شکل ۲-۱۰ مدل‌های خطی و درجه دوم رابطه میان رشد قبل و رشد ارگانیک فعلی ۲۷۷

فهرست جدول‌ها

جدول ۱-۱	نتایج PLS برای مدل مبنای EO بر رشد کسب‌وکار کوچک..... ۱۹
جدول ۲-۱	نتایج PLS برای مدل اصلاح‌شده رشد کسب‌وکار کوچک..... ۲۱
جدول ۱-۲	آمار توصیفی و همبستگی‌های اسپیرمن برای متغیرهای مربوط..... ۴۱
جدول ۲-۲	تحلیل رگرسیون سلسله‌مراتبی: اثرات مستقل و متقابل بر رشد واقعی..... ۴۳
جدول ۱-۳	توسعه دو نمونه در سرتاسر دوره مشاهده..... ۶۵
جدول ۲-۳	آمارهای توصیفی..... ۶۹
جدول ۳-۳	تحلیل رگرسیون با انتخاب حکم‌ن برای انگیزه رشد فروش T2 و..... ۷۰
جدول ۴-۳	تحلیل رگرسیون با انتخاب حکم‌ن برای انگیزه رشد فروش T2 و..... ۷۱
جدول ۱-۴	کاربرد شاخص‌ها، فرمول‌ها و بازه زمانی در مطالعات رشد..... ۹۰
جدول ۲-۴	همبستگی‌های معیارهای مطلق و نسبی رشد با افزایش سن شرکت با..... ۹۵
جدول ۳-۴	همبستگی‌های معیارهای مطلق رشد با افزایش سن شرکت در..... ۹۶
جدول ۴-۴	همبستگی‌های معیارهای نسبی رشد با افزایش سن شرکت در..... ۹۷
جدول ۵-۴	همبستگی‌های معیارهای رشد در بازه زمانی یک‌ساله و سه‌ساله..... ۹۸
جدول ۶-۴	معیارهای رشدی که اعتبار همزمان دارند..... ۱۰۱
جدول ۱-۵	پرسش‌های تحقیق پیشنهادی سه جریان پژوهش رشد..... ۱۳۳
جدول ۱-۷	آزمون فرضیه برای کل نمونه..... ۱۷۲
جدول ۲-۷a	تست‌های زیرگروه انتقال به ستاره (فرضیه ۱)..... ۱۷۴
جدول ۲-۷b	تست‌های زیرگروه انتقال به ضعیف (فرضیه ۱)..... ۱۷۵
جدول ۱-۸	نسبت شرکت‌ها در هر پیکربندی سودآوری - رشد: تغییر با سن شرکت..... ۲۰۵
جدول ۲-۸	مدل پرو بیت پیکربندی ستاره ۴ سال برای شرکت‌هایی که در..... ۲۰۷
جدول ۳-۸	مدل پرو بیت منظم عملکرد ۴ سال سودآوری - رشد..... ۲۰۸
جدول ۱-۹	نتایج تحلیل عاملی تأییدی..... ۲۳۲
جدول ۲-۹	آمار توصیفی و همبستگی‌ها برای متغیرهای اصلی..... ۲۳۶
جدول ۳-۹	تحلیل رگرسیون سلسله‌مراتبی متعادل..... ۲۴۰
جدول ۴-۹	خلاصه نتایج..... ۲۴۶
جدول ۱-۱۰	آمار توصیفی برای متغیرهای پیوسته..... ۲۷۰
جدول ۲-۱۰	فراوانی تملک شرکت‌های رشدکننده و غیررشدکننده..... ۲۷۲

فهرست □ ش

جدول ۳-۱۰ رشد تملکی و رشد ارگانیک: اندازه‌های تصحیح‌شده سوگیری انتخاب با ۲۷۴

جدول ۴-۱۰ رشد تملکی و رشد ارگانیک: اندازه‌های تصحیح‌شده سوگیری انتخاب با ۲۷۵

مشارکت کنندگان

لئونا آشتنهیگن استاد مدیریت بازرگانی، رئیس بخش کارآفرینی، راهبرد، سازمان و رهبری و دستیار سرپرست مرکز مدیریت رسانه و تبدیل در مدرسه عالی بین‌المللی کسب‌وکار جونکوپینگ سوئد است.
گایلن آن. چندلر رئیس شهیر دابلویو. فرانک بارتون و استاد دانشگاه ایالت ویجیتای ایالات متحده آمریکا است.

پر دیوید سون مدیر مرکز پژوهش کارآفرینی استرالیا و استاد کارآفرینی در دانشگاه فناوری کوئینزلند استرالیا است و در مدرسه عالی بین‌المللی کسب‌وکار جونکوپینگ در سوئد، کارآفرینی تدریس می‌کند.
فردریک دلمار استاد کارآفرینی مرکز کارآفرینی استن کی. جانسون، مدرسه عالی اقتصاد و مدیریت دانشگاه لوند سوئد است.

جیسون فیتزسیمونز مدیر برنامه‌های MBA و دفتر روابط دانش‌آموختگان، U21 جهانی سنگاپور است.
سورافل گیرما استاد اقتصاد صنعتی در دانشگاه ناتینگهام بریتانیا است.
اندی لاکت استاد راهبرد و کارآفرینی در مدرسه عالی کسب‌وکار وارویک بریتانیا است.
الکساندر مک‌کلوی دانشیار کارآفرینی در مدرسه عالی مدیریت ویتمن در دانشگاه سیراکیوز ایالات متحده آمریکا است.

لوسیا نال دی دانشیار در بخش کارآفرینی، راهبرد، سازمان و رهبری مدرسه عالی بین‌المللی کسب‌وکار جونکوپینگ سوئد است.

هول گر پات زلت استاد کارآفرینی و رئیس کارآفرینی مؤسسه پژوهش کارآفرینی TUM، مدرسه عالی مدیریت TUM و دانشگاه فناوری مونیخ (TUM) آلمان است.

دین آ. شیپرد استاد کارآفرینی و صاحب‌منصب رندل آل. توبیاس در رهبری کارآفرینی در مدرسه عالی کسب‌وکار کلی دانشگاه ایندیانا در ایالات متحده آمریکا و همچنین سردبیر ارشد مجله *فعالیت‌های اقتصادی کاری* و کمک استاد در مرکز پژوهش کارآفرینی استرالیا است.

پل استفنز دانشیار و قائم مقام مدیر در مرکز پژوهش کارآفرینی استرالیا، دانشگاه فناوری کوئینزلند استرالیا است.

یوهان ویکلاند استاد کارآفرینی در دانشگاه سیراکیوز ایالات متحده آمریکا و مدرسه عالی بین‌المللی کسب‌وکار جونکوپینگ سوئد است.

قدردانی

ویراستاران و ناشران، از نویسندگان و ناشران ذیل سپاسگزارند که با مرحمت خود اجازه استفاده از حق تألیف را به ایشان دادند.

انتشارات بلکول برای مقالات: یوهان ویکلاند و دین آ. شپرد، ۲۰۰۳، «اشتقاق برای رشد و دستیابی به آن: نقش تعدیل‌گر منابع و فرصت‌ها»، *مجله مطالعات مدیریت*، ۴۰ (۸)، دسامبر، ۱۹۴۱ - ۱۹۱۹؛ فردریک دل مار و یوهان ویکلاند، ۲۰۰۸، «اثر انگیزه رشد مدیران کسب‌وکار کوچک بر رشد شرکت: یک پژوهش بلندمدت»، *تئوری و کار کارآفرینی*، ۲۳ (۳)، مه، ۵۷ - ۴۳۷؛ دین آ. شپرد و یوهان ویکلاند، ۲۰۰۹، «قیاس مع الفارق؟ تناسب انباشت دانش در سرتاسر مطالعات رشد»، *تئوری و کار کارآفرینی*، ۳۳ (۱) ژانویه، ۲۳-۱۰۵؛ پل استفنز، پر دیوید سون و جیسون فیتزسیمونز، «پیکربندی‌های عملکرد به‌مرور زمان: دلالت‌هایی برای راهبردهای رشدگرا و سودگرا»، *تئوری و کار کارآفرینی*، ۳۳ (۱) ژانویه، ۴۸ - ۱۲۵؛ الکساندر مک‌کلوی و یوهان ویکلاند، ۲۰۱۰، «پیشرفت پژوهش رشد شرکت: تمرکز بر شیوه رشد به‌جای نرخ رشد»، *تئوری و کار کارآفرینی*، ۳۴ (۲)، مارس، ۸۸ - ۲۶۱؛ اندی لاکت، یوهان ویکلاند، پر دیوید سون و سورافل گیرما، ۲۰۰۹، رشد ارگانیک و تملکی: بررسی مجدد، آزمون و بسط نظریه رشد پترز، *مجله مطالعات مدیریت*، ۴۸ (۱)، ژانویه، ۷۴ - ۴۸.

انتشارات السیویر و مرکز حق تألیف کلیرانس برای مقالات: گایلن آن. چندلر، الکساندر مک‌کلوی و پر دیوید سون، «ویژگی‌داری و عدم قطعیت رفتاری به‌عنوان تعدیل‌کننده‌های رابطه رشد فروش - رشد اشتغال در فعالیتهای اقتصادی پدیدار»، *مجله فعالیت اقتصادی کاری*، ۲۴ (۴)، جولای، ۸۷ - ۳۷۳؛ پر دیوید سون، پل استفنز و جیسون فیتزسیمونز، ۲۰۰۹، «رشد سودمندان یا رشد از سود: اسب را جلوی ارابه ببندیم؟»، *مجله فعالیت اقتصادی کاری*، ۲۴ (۴)، جولای، ۴۰۶ - ۳۸۸.

انتشارات ناو برای مقاله: پر دیوید سون، لئون آشتهیگن و لوسیا نالدی، ۲۰۱۰، «به‌سوی یک چارچوب یکپارچه برای پژوهش آتی در زمینه رشد شرکت کوچک»، *مبانی و روندهای کارآفرینی*، ۶ (۲)، ۴۳ - ۱۳۵. انتشارات اسپرینگر ساینس و بیزنس مدیا برای مقاله: یوهان ویکلاند، هول گر پات زلت و دین آ. شپرد، ۲۰۰۹، «ساخت مدل یکپارچه رشد کسب‌وکار کوچک»، *اقتصاد کسب‌وکار کوچک*، ۳۲ (۴)، ۷۴ - ۳۵۱. برای پیدا کردن همه صاحبان حق تألیف تلاش بسیاری کردیم، اما اگر ذی‌حقی سهواً از قلم افتاده باشد، ناشران با کمال میل و در اولین فرصت، ترتیبات لازم را فراهم خواهند کرد.

مقدمه

پرو دیوید سون و یوهان ویکلاند

مقوله رشد شرکت (نحوه دستیابی و مدیریت آن و پیامدهایش برای ذی‌نفعان مختلف) از دیدگاه نظری جالب و از نظر عملی مهم است. همچنین حوزه‌های پژوهشی محسوب می‌شود که از وقتی تحقیقات خود را در این زمینه از دهه ۱۹۸۰ و ۱۹۹۰ آغاز کردیم، به‌طور چشمگیری رشد کرده است. در این کتاب نوشته‌های اخیرمان را، فردی یا مشترک یا با سایر همکاران (که جزو نویسندگان مقالات محسوب می‌شوند) ارائه داده‌ایم و راجع به آن نظر می‌دهیم. هرچند فصل‌های این کتاب قبلاً در جاهای مختلفی به چاپ رسیده‌اند، اما به نظرمان خوب بود که آنها را یکجا کنیم که دسترسی به آن آسان و فضایی هم برای نظریات اندیشمندانه در هر فصل وجود داشته باشد. امیدواریم این کتاب از نظر خواننده‌ها افزونه‌ای مفید و ارزشمند بر بدنه موجود دانش رشد شرکت باشد. همچنین، همان‌طور که از عنوان کتاب برمی‌آید، دیدگاه‌های جدیدی درباره رشد شرکت و مطالعات آن ایجاد کند و الهامبخش مشارکت‌های آتی دیگر محققان شود. این مقوله مهم است، چرا که با وجود حجم رو به رشد تحقیقات درباره رشد شرکت، هنوز پرسش‌های مهمی، جواب‌های قانع‌کننده ندارند.

کتاب فعلی دنباله مجموعه قبلی حاوی هشت مقاله راجع به رشد شرکت‌ها (اکثراً کوچک) است که ما (و فردریک دلمار) به‌طور مشترک یا مجزا تا آن زمان منتشر کرده بودیم. در آن جلد مقالات را به سه مضمون عمده سازماندهی کردیم: پیچیدگی مفهومی و تجربی پدیده رشد شرکت؛ اشتیاق به رشد و انگیزه به آن؛ الگوها و تعیین‌کننده‌های رشد واقعی. کتاب پیش‌رو بر مبنای این مضامین است و آنها را بسط می‌دهد. تنها در یکی از فصل‌های جلد قبل، مقوله محرک‌های رشد واقعی به‌طور مستقیم بررسی شد؛ در این کتاب سه فصل دیگر در این زمینه اضافه می‌کنیم، دو مورد بسط موضوع «اشتیاق‌ها و انگیزه‌ها» است که در آن اشتیاق و انگیزه‌های (یا کمبود آن) مدیر مالک، به رشد واقعی حاصل در دوره بعد ربط داده می‌شود. این سه فصل را در بخش یک با عنوان شرحی بر علت و میزان رشد شرکت‌ها ارائه می‌کنیم.

به‌ویژه به دلیل «پیچیدگی مفهومی و تجربی» متوجه شدیم که پژوهش در زمینه رشد شرکت باید از توضیح تغییر مقدار (کل) رشدی که شرکت به‌دست می‌آورد (می‌پذیرد یا تحمل می‌کند) فراتر برود. لذا بخش دوم با عنوان تغییر برنامه کار پژوهشی شرکت، سه فصل در خصوص مرور انتقادی تحقیق

قبل (از جمله نوشته‌های خودمان) و شاخص‌های رشد مورد استفاده در آن و همچنین ذکر خلاصه‌وار برنامه کار پژوهشی را شامل می‌شود تا به مسائل و شکاف‌های شناسایی شده از طریق مرورها بپردازد. دو بخش آخر و مجموعه فصل‌های آن، شرح مختصری بر آغاز این برنامه کار پژوهشی تغییر یافته است که در آن پیشایندها و اثرات اشکال (یا شیوه‌های) مختلف رشد و پیامدهای رشد بررسی خواهد شد. چون نمونه‌های ما چنانکه باید حق مطالب را ادا نمی‌کند، از عناوین جزئی‌تری استفاده می‌کنیم: *بخش سوم نگاه منتقدانه‌ای به رابطه رشد - سود و بخش چهارم پژوهش نظریه‌محور در زمینه اشکال مختلف رشد است.* هر یک از این بخش‌ها شامل دو فصل خواهد بود. در بقیه این مقدمه، خلاصه کوتاهی از هر بخش و فصل‌های آن (به همان ترتیبی که سازماندهی شده‌اند) ارائه می‌کنیم.

بخش اول) شرحی بر علت و میزان رشد شرکت‌ها

در جلد قبل با ارائه مباحث مربوط به رساله‌های خود (و دلمار) پیش‌زمینه‌ای فراهم کردیم. فصل اول کتاب حاضر، «ساخت مدل یکپارچه رشد کسب‌وکار کوچک» حد اعلا‌ی این نوشته‌ها محسوب می‌شود، چرا که در عمل اصلاح مفاهیم اصلی رساله ویکلاند است (سایر بخش‌های تحقیق، خیلی قبل‌تر منتشر شده بودند). این مقاله با تکیه بر پنج جریان مختلف ادبیات موضوعی، به مدل یکپارچه‌ای شامل محرک‌های فردی^۱ (نگرش رشد)، محیطی^۲ (صنعت، عداوت، سخاوت و پویایی) و سطح شرکت^۳ (منابع، راهبرد) می‌رسد. در این الگوی راهبردی، به‌ویژه کارآفرینی‌گرایی در رده مرکزی و به‌عنوان مستقیم‌ترین محرک رشد قرار می‌گیرد، اما اثرات مستقیم عوامل فردی و محیطی را نیز در تحلیل تجربی لحاظ می‌کند.

از نظر ما این فصل نمونه یک پژوهش پدیده‌گرای سودمند و بی‌تردید پدیده‌گراست، اما غیرنظری نیست، در عوض چندین دیدگاه نظری را در هم ترکیب می‌کند. در این فصل از یک نمونه بزرگ استفاده می‌شود که نشانگر مجموعه منتخبی از صنایع و اندازه کلاس‌های مختلف است و لذا می‌توان آن را عمومیت کلی بخشید و در عین حال از برخی ناهمگنی‌ها و سلطه ریزشرکت‌های نمونه‌های ساده تصادفی اجتناب کرد. در این مقاله از طرح بلندمدتی استفاده می‌شود که رشد واقعی را به‌موقع از پیشایندهای نظری مجزا می‌کند. با امکان اصلاح الگوی نظری، هم نظریه و هم داده آشکار می‌شوند. در این مقاله به‌جای اینکه رشد با یک معیار (که شاید درستی آن در یک نمونه گسترده متفاوت باشد) ارزیابی شود، از چندین شاخص استفاده می‌شود. در نهایت، سهم شایان ملاحظه‌ای از تغییرپذیری رشد کل (نه‌تنها یک واریانس آماری شایان ملاحظه، بلکه سهم بی‌ربط عملی ممکن که به‌واسطه انتخاب

1. Conceptual and empirical complexity of the firm growth phenomenon
2. Growth aspirations and motivations
3. Patterns and Determinations of Actual Growth

مقدمه □ ق

طراحی پژوهشگران، بسیار کوچک‌تر از آنی شده است که در اقتصاد واقعی روی می‌دهد) را شرح می‌دهد. به نظر ما نوع پژوهش یک نظریه طراحی شده دقیق بر روی نمونه‌های همگن شرکت‌ها (که شیوه جاری مجلات پیش‌تاز مدیریت است) شاید بیشتر و عمیق‌تر توسعه یابد، زیرا هم سنجش و هم ارزیابی اثرات عوامل مورد تأکید آن، نظریه خاصی را مدنظر قرار می‌دهد. با این حال، به نظر ما این به نفع اعتدال جمعی پژوهش دانشگاهی در زمینه رشد شرکت است که گاهی ایده‌ای راجع به موقعیت این عوامل در یک طرح بزرگ‌تر پیدا کند. فصل اول مجموعه حاضر، نمونه خوبی از مورد دوم است.

در جلد قبلی در دو فصل به بررسی محرک‌های انتظارات یا انگیزه مالک - مدیران برای رشد آتی پرداختیم. در حالی که این تحقیقات به نتایج غیرمنتظره و گاهی پیش‌گستر (از جمله پیامد مالی مورد انتظار رشد که اهمیت آن در وهله دوم است) می‌انجامد، این پرسش مهم را بی‌پاسخ می‌گذارد که آیا انتظارات و انگیزه‌های معین شده مدیران بر آنچه رشد واقعی در دوره بعد به آن تحقق می‌بخشد، تأثیری دارد یا خیر؟

فصل دوم «اشتیاق برای رشد و کسب آن: نقش تعدیل‌گر منابع و فرصت‌ها» هم پیرامون موضوع مشابهی است. در اینجا از موقعیت نظری خوب و صریح‌تری از نظریه رفتار برنامه‌ریزی شده (TBP) در نظر می‌گیریم. این امر به جست‌وجوی متغیرهای تعدیل‌کننده‌ای می‌انجامد که نشانگر مفهوم «کنترل رفتاری ادراک شده» از نظریه رفتار برنامه‌ریزی شده است. به‌طور خلاصه، بنا بر استدلال ما اشتیاق به رشد اثر مثبتی بر رشد می‌گذارد، اما الف) برای مدیرانی که سرمایه انسانی (HC)، یعنی تجربه و تحصیلات، بیشتری دارند؛ ب) در مواردی که دسترسی به سرمایه مالی بهتر است و ج) تحت شرایط پویایی محیطی بسیار، این اثر قوی‌تر می‌شود. با ارزیابی رشد با شاخصی دارای چهار نشانگر که فروش و رشد اشتغال را نسبت به اندازه شرکت و رقیبان نشان می‌دهد، می‌توانیم برای الف و ج استدلال بیاوریم، اما برای ب نه. علاوه بر آن، معرفی متغیرهای تعدیل‌کننده به افزایش بسیار شایان ملاحظه‌ای در واریانس انجامید. بنابراین، اگرچه آگاهی از اشتیاق یا انگیزه‌های مدیران برای رشد ارزش اطلاعاتی دارد، به‌نظر می‌رسد در نظر گرفتن شرایطی که در آن اشتیاق به رشد واقعی تبدیل می‌شود هم مهم است. همچنین، این نتایج اثرات ضعیف بر عملکردی را آشکار می‌کند که پژوهشگران از جنبه‌های مختلف سرمایه انسانی به‌دست می‌آورند. دلالت بر این است که چنین تحقیقی معمولاً از آنچه مدیران برای دستیابی به آن تلاش می‌کنند، غافل است. به‌عنوان مثال، تحصیلات طولانی هیچ‌کس را مجبور به پیگیری رشد نمی‌کند. با این حال، اگر مدیری می‌خواهد که شرکتش توسعه پیدا کند، چنین به‌نظر می‌رسد که تحصیلات بالا یا تجربه زیاد برای تحقق بخشیدن به این آرزوها کارآمد است.

فصل سوم «اثر انگیزه رشد مدیران کسب‌وکار کوچک بر رشد شرکت: یک پژوهش بلندمدت» یکی از اولین مقالاتی بود که با پیگیری رشد واقعی طی سه تا چهار سال به بررسی این مسئله پرداخت.

ک □ چشم‌اندازهای نو به رشد شرکت

رابطه انگیزه - رشد واقعی برای دو نمونه مجزا برآورد شد و در هر مورد، دو مقیاس مختلف رشد (به ترتیب در فروش و اشتغال) به کار رفت. تحلیل رگرسیون تأخیر متقابل سلسله‌مراتبی را با تصحیح هک من و متغیرهای کنترلی مهم بالقوه به کار می‌برد و لذا مسائل علیت معکوس، سوگیری بازمانده و توضیحات دیگر را کنترل می‌کند. پس نتایج در یک زمینه به نسبت جامع قرار دارد. این نتایج نشان می‌دهد با اینکه اثر دوسویه است (یعنی، رشد در دوره ۱ بر انگیزه رشد دوره ۲ اثر می‌گذارد) انگیزه رشد پیش‌بینی شده بیشتر و بهتری برای رشد آتی در مقایسه با رشد قبلی (و متغیرهای کنترل) است. علاوه بر آن، حداقل نسبت به رشد اشتغال، انگیزه بنیانگذار، پیش‌بینی‌کننده مهم‌تری است. این یافته دلالت‌های مهمی دارد. نخست، تحقیق راجع به انگیزه رشد معنادار است، حتی اگر «سود واقعی» باید در رشد واقعی باشد؛ دوم، سیاست‌ها و رویکردهای آموزشی مؤثر بر انگیزه رشد هم، احتمالاً بر رشد واقعی شرکت اثر می‌گذارند.

بخش دوم) تغییر برنامه کار پژوهشی رشد شرکت^۱

در حالی که فصل‌های بخش قبل از نظر (احتمالاً سوگیرانه) ما نمونه‌هایی از تحقیق به درستی ادراک و انجام‌گرفته در زمینه مربوط است، تحقیق «مکتب قدیمی» در زمینه رشد شرکت را نیز به دو شیوه مهم نشان می‌دهد. نخست، آنها محدود به توضیح تغییرپذیری در «مقدار» رشد هستند؛ دوم، اگرچه بیش از یک شاخص رشد استفاده می‌کنند، از نظر مفهومی رشد را به عنوان پدیده یکپارچه و نامتمایزی بررسی می‌کنند. رشد شرکت یک پدیده، با پیشایندها و اثرات معمول فرضی است.

در این بخش بررسی‌های مروری انتقادآمیز ما این مقوله را زیر سؤال می‌برد. شاید برای پژوهشگران سؤالات مهم‌تر و روش‌های پژوهشی مفیدتری از تلاش برای بهبود بیشتر قابلیت توضیح یا پیش‌بینی اختلاف‌ها در مقدار رشد وجود داشته باشد. برای مثال، به ندرت پیش می‌آید که رشد به خودی خود هدف معقولی باشد، بنابراین آگاهی از شرایطی که تحت آن رشد واقعاً به دستیابی به اهداف نهایی‌تر می‌انجامد، سودمند است. علاوه بر آن، این حقیقت که معیارهای مختلف رشد همبستگی ضعیفی دارند، فقط مشکل روش‌ها یا ویژگی نیست، بلکه نشان می‌دهد که ما حداقل تا اندازه‌ای با پدیده‌های مختلف سروکار داریم که مستلزم توضیحات نظری متفاوت هستند. در حالت مثبت‌اندیشانه‌تر، این دیدگاه مبین فرصت‌های بیشتری برای پژوهشگران است تا مشارکت ارزشمندی در برنامه کاری اصلاح‌شده پژوهشی داشته باشند.

در فصل چهارم «قیاس مع الفارق؟ تناسب انباشت دانش در سرتاسر مطالعات رشد» ابتدا مروری کلی بر پژوهش پیشین انجام می‌گیرد. این مرور بر شاخص‌های رشد مورد استفاده پژوهشگران (فروش^۲،

1. Firm Growth
2. Sales

مقدمه □ ل

اشتغال^۱، دارایی^۲، سهم صاحبان^۳، سود^۴ و غیره) فرمول رشدی^۵ که به کار برده‌اند (به‌ویژه مطلق در برابر نسبی یا درصد رشد) و بازه زمانی (مثلاً دوره یک، سه یا پنج‌ساله) سنجش رشد تمرکز دارد. دشوارترین یافته مربوط به انتخاب این روش‌ها این است که به‌نظر می‌رسد آنها به‌نسبت مستقل از یکدیگر و مستقل از دیدگاه نظری مورداستفاده‌اند. این امر نشان می‌دهد که پژوهش معمولاً تحت تعقل است.

سپس در ادامه این فصل بررسی بلندمدت جامعی از نحوه ارتباط معیارهای مختلف رشد با یکدیگر ارائه می‌شود. خلاصه نتایج این است که همبستگی‌های اندکی بالای ۰/۵ و اکثراً کم یا منفی هستند. جالب است که رشد فروش نسبی (که اگر قرار به انتخاب یک شاخص باشد، بهترین است) از نظر تجربی بهترین انتخاب برای بازنمایی «تمامیت» پدیده رشد نیست. علاوه بر آن، همبستگی‌های منفی زیاد نشان می‌دهد که چنین «تمامیتی» سراب است: معیارها نشانگر چیزی هستند که نمی‌توان به‌طور منطقی گفت که منعکس‌کننده یک ساختار نظری (معنادار) و یکسان هستند. بنابراین، به‌نظر می‌رسد که «شاید تئوری‌های ما بسیار گسترده‌اند و با محدود کردن شرایط کران، می‌توانیم تئوری‌های پرمایه‌تری بسازیم که وقتی از نظر تجربی آزموده شدند، جنبه بخصوصی از رشد را بهتر شرح دهد».

این دیدگاه در فصل بعد، «پیشرفت پژوهش رشد شرکت: تمرکز بر شیوه رشد به‌جای نرخ رشد»^۶ تقویت و به‌طور مبسوط بررسی می‌شود. در اینجا با توجه به این مقوله می‌گوییم که پیشرفت نظری در پژوهش در زمینه رشد شرکت به‌صورت شایان توجهی کند بوده است و پنرز (۱۹۵۹) هنوز مثل یک تک‌ستاره درخشان در آسمان‌های تاریخ است. سپس، شک می‌کنیم که دلیل اصلیش این است که پژوهشگران بیشتر مشتاق به دانستن «میزان» رشد بوده‌اند تا «نحوه» آن.

سپس با مرور سه جریان پژوهش، بر این مسئله تأکید می‌شود. اولین و بزرگ‌ترین جریان رشد، پیامد^۷ بوده و این جریان پر از مسائلی است که ذکر شد: محدود کردن چشم‌انداز به میزان رشد؛ به‌کارگیری دید نامتمایزی از این پدیده و عملیاتی‌سازی آن به چندین شیوه؛ و چشم بستن از این موضوع که آیا نسبت به دستیابی به رشد نهایی بیشتر، رشد همیشه «خوب» است یا خیر. مضمون پیامد رشد به «مراحل» یا «چرخه عمر»^۸ منتقدانه جریان پژوهش مربوط می‌شود. در اینجا متوجه می‌شویم که پتانسیل ربط عملی این دیدگاه نه‌تنها محدود به محدودیت شواهد تجربی، بلکه به محدودیت چشم‌انداز به این فرض است که مسئله در دست به یک واحد سازمانی ارتباط دارد که به‌طور ارگانیک رشد می‌کند و فضای کمی برای اکتساب، تمایز و غیره باقی می‌ماند. مسئله اصلی جریان سوم، رشد به‌عنوان فرایند،

1. Emplacement
2. Assets
3. Equality
4. Profits
5. Growth Formulae
6. Growth Rate
7. Outcome
8. Life Cycle

نزدیکی به نابودی است. بازبینی اثر موجود شامل دو اثر از این کتاب می‌شود (فصل نهم و دهم) که می‌توان آن را به‌عنوان پژوهش روی انواع یا شیوه‌های رشد در نظر گرفت. این مقوله منعکس‌کننده معنای دوگانه «چگونگی» به‌عنوان «به چه شکل؟» و «از طریق چه الگوی زمانی» است.

مهم‌تر اینکه، در این فصل برای هر جریان یک برنامه کار پژوهش آتی ارائه خواهد شد. پیشنهاد برای رشد، پیامد تمرکز بر روی گزینه‌ای بین ترکیب و الگوی متوالی شیوه‌های رشد است. برای پیامد رشد، بر دلالت‌های مدیریتی و عملکردی شیوه‌های مختلف رشد (پرسش‌هایی که ربط عملی زیادی دارند) تأکید می‌شود. برای پژوهش فرایند رشد چیزی را که پیشنهاد شده است می‌توان به‌عنوان زمان شروع مجدد پنرز، با کار تجربی عمیق و تحلیل نظری با آغاز از واقعیت‌های کاری فعلی مشخص کرد.

فصل سوم این بخش، «به‌سوی یک چارچوب یکپارچه برای پژوهش آتی در زمینه رشد شرکت کوچک» منتخب «نتیجه‌گیری‌ها» از یک ویژه‌نگاشت بر مبنای بازبینی جامع ادبیات موضوعی رشد شرکت (کوچک) است. این فصل نیز همانند فصل قبل، بر مبنای ادبیات موضوعی مشابهی است و پژوهشگران آن پیشینه مشابهی دارند و تعجبی ندارد که بعضی از نتیجه‌گیری‌های آن یکسان باشد. برای مثال، برنامه کار پژوهش پیشنهادی این فصل معتقد است که اگرچه نحوه ربط پیشایندها به «میزان» رشد «کلی» نقطه تمرکز معمول پژوهش قبل بود، این تنها یکی از حداقل ۹ کانون ممکن برای پژوهشگران رشد است و نویدبخش‌ترین مسیر برای آینده نیست. ما نظر بدبینانه و احتمالاً واقع‌گرایانه‌ای در این زمینه ارائه می‌دهیم «مرتبط‌ترین عامل رشد در هر مورد مستقل عامل منحصر به‌فردی است که با متغیرهای نوعی مورد استفاده در پژوهش ارائه نمی‌شود و لذا این پرسش پیش می‌آید که آیا تعمیم‌های گسترده راجع به پیشایندهای رشد اصلاً آن قدر دقیق هست که ارزش بی‌واسطه‌ای برای مدیران داشته باشد». هرچند، در حالت خوش‌بینانه‌تر دلیلی برای این گمانه‌زنی می‌یابیم که مشترکات بیشتری در سرتاسر مواردی که رشد به چالش‌های مدیریتی می‌انجامد، وجود داشته باشد و لذا در این فصل بر لزوم پژوهش در خصوص پیامدهای رشد تأکید داریم. این مرور نیاز به پژوهش متمرکز بر اشکال و شیوه‌های خاص رشد را تقویت می‌کند. همچنین تأکید دارد که ادبیات موضوعی مرتبط، به پرسش‌هایی درباره رشد پاسخ می‌دهند، حتی اگر رشد «کلمه کلیدی» پژوهش نباشد. به‌طور ویژه، قابلیت تلفیق با پژوهش درباره بین‌المللی‌سازی را بررسی می‌کنیم، اما قابلیت تلفیق در میان نوشته‌های راجع به تنوع‌بخشی و ادغام و اکتساب را نیز ذکر می‌کنیم. سه فصل این بخش به فرصت‌های پژوهشی زیادی برای تحقیقات آتی اشاره دارند.

بخش سوم) نگاه منتقدانه^۱ به رابطه رشد - سود

منتخب «چارچوب یکپارچه^۲» که توضیح داده شد، به این نتیجه می‌رسد که «مطالعات آتی یا باید یک مورد قدرتمند برای چرایی جذابیت مقوله رشد شرکت به خودی خود باشند، یا پیامدهایی را که قرار است رشد در پی داشته باشد، در طرح خود داشته باشد». در این زمینه، فصل‌های این بخش نحوه ارتباط رشد با سوددهی را بررسی خواهند کرد. در اولین فصل این بخش، «رشد سودمندان یا رشد از سود: اسب را جلوی ارابه ببندیم؟» این پرسش‌ها را مطرح می‌کنیم: «بعضی از شرکت‌ها چگونه ترکیب رشد زیاد با سودآوری بسیار را مدیریت می‌کنند؟ آنها به دلیل رشد سودآور می‌شوند یا قبل از دستیابی به هدف رشد زیاد، به سوددهی بسیار می‌رسند؟

به ادعای چندین نظریه، رشد به سودآوری زیاد منجر می‌شود. در یک نوشته دیگر به‌طور مجزا مشخص کردیم که در پژوهش تجربی یک طرفدار رشد، به استفاده از رشد به‌عنوان تنها معیار پیامد وقتی که پژوهشگران فقط به دنبال «عملکرد خوب» هستند، تمایل وجود دارد و در مقایسه با پژوهش مدیریت و راهبرد، این گرایش به‌طور ویژه در پژوهش کارآفرینی تأکید می‌شود. در این فصل پرسشی مطرح می‌شود که آیا رابطه مثبت رشد-سود مفروض در پژوهش پیشین، به‌طور کلی مانع بررسی دقیق می‌شود یا خیر. با استفاده از دیدگاه منبع‌گرا چنین استدلال می‌کنیم که اگر شرکت‌ها بدون داشتن منابع منحصر به‌فرد (که به پیشنهاد برجسته بازار تبدیل شده‌اند) سعی بر رشد کنند، باید از طریق کاهش قیمت‌ها یا افزایش بازاریابی، که هر دو به سود آسیب می‌زند، این کار را انجام دهند. برعکس، بنا بر استدلال ما این شرکت‌ها هستند که در وهله اول سودآوری زیادی دارند (منعکس‌کننده ایجاد یک پیشنهاد بازار جذاب است) که می‌توانند با سودآوری پایدار رشد کنند. آزمون تجربی با استفاده از دو مجموعه داده بزرگ از کشورهای مختلف مؤید این ایده‌هاست: شرکت‌های موجود در یک دسته دلخواه «رشد بالا/ سودآوری بالا»^۳ به احتمال زیاد از بیشتر شرکت‌هایی نشأت گرفته‌اند که ابتدا در رشد کم سودآوری زیادی نشان می‌دهند نه شرکت‌هایی که در سودآوری پایین رشد زیادی دارند. در عوض، شرکت‌های دسته دوم اغلب به شرایط «رشد کم/ سودآوری زیاد» عقب‌نشینی می‌کنند. این الگو استواری شایان ملاحظه‌ای در بازه‌های زمانی متفاوت و دسته‌بندی شرکت‌ها از نظر صنعت، اندازه و سن نشان می‌دهد. به همین دلیل نتیجه گرفتیم که: «یافته‌های ما دلیل محکمی برای کارورزان و پژوهشگران است تا یک ایدئولوژی رشد جهانی و نسجیده را زیر سؤال ببرند». با این حال، نتایج را به‌عنوان حرف آخر قلمداد نمی‌کنیم و لذا یک برنامه کار پژوهشی پیشنهاد می‌کنیم که در آن نحوه جست‌وجو برای تأیید بیشتر، رد یا شرایط محدوده برای نتیجه‌گیری‌های احتمالی ما خلاصه شده است.

1. Critical Look
2. Integrative Framework
3. High Growth/High Profitability

فصل دوم «پیکربندی‌های عملکرد^۱ در گذر زمان: دلالت‌هایی برای استراتژی‌های رشدگرا و سودگرا^۲» مضامین فصل قبل را بسط می‌دهد. از نظر مفهومی، در این فصل یک مدل یکپارچه برای پویایی رشد - سود ارائه می‌شود که در آن «قابلیت بهره‌برداری^۳» برتر از شرکت‌های بزرگ مستقر و گاهی «قابلیت کشف^۴» برتر سازمان‌های کوچک، نوپا و مستقل دو مؤلفه مهم هستند. از نظر تجربی، این فصل تحلیل روابط رشد - سودآوری مربوط به سن شرکت را بسط می‌دهد و فرضیه‌های مربوط به ارائه بیشتر یا کمتر از حد شرکت‌های قدیمی‌تر و جوان‌تر را برحسب جایگاه و نیز جابه‌جایی در فضای عملکرد دوبردی رشد - سودآوری می‌آزماید.

بخش چهارم) پژوهش نظریه‌محور در زمینه اشکال خاص رشد^۵

فصل‌های این بخش پایانی راجع به مسائلی است که به عقیده ما یکی از مهم‌ترین مسیرهای پیش‌رو برای تحقیق درباره رشد شرکت است: پژوهش نظریه‌گرا درباره پیشایندها، روابط متقابل و اثرات اشکال و شیوه‌های مختلف رشد. عنوان فصل اول «ویژگی‌داری و عدم قطعیت رفتاری به‌عنوان تعدیل‌کننده‌های رابطه رشد فروش - رشد اشتغال در فعالیت‌های اقتصادی پدیدار» است. همان‌طور که در فصل چهارم ذکر شد، شاخص‌های مختلف رشد نشانگر جنبه‌های مختلف پدیده کلی رشد است. همچنین، این فصل خواستار پژوهش آتی برای بررسی نحوه ارتباط مفهومی شاخص‌های مختلف با یکدیگر خواهد بود. در این فصل به این خواسته توجه شده است و میان رشد اشتغال و رشد فروش (رایج‌ترین شاخص‌های رشد) از نظر مفهومی و تجربی پیوند برقرار می‌شود. تحقیق، پایداری و محدودیت‌های استفاده از آن به‌عنوان تنها شاخص ساختار کلی «رشد شرکت» در زمینه‌های مختلف را نشان می‌دهد. به‌طور ویژه از استدلال اقتصاد هزینه معامله^۶ (TCE) برای استنتاج و آزمودن فرضیه‌هایی استفاده می‌کنیم که در آن رشد در فروش و اشتغال احتمالاً همبستگی زیادی دارند و ندارند. مطابق اصول فنی، این را به‌عنوان شاخص‌های ویژگی‌داری و عدم قطعیت رفتاری را به‌عنوان تعدیل‌کننده‌های رابطه میان رشد فروش و رشد اشتغال فرض و مدلسازی می‌کنیم. تحلیل به تأیید سازگار این ایده‌ها می‌انجامد. هرچند، جالب‌تر این است که با اینکه نتایج برای کل نمونه و زیرنمونه شرکت‌های فعال در محیط‌هایی که با کمبود منابع روبه‌رو هستند پایدار می‌ماند، فرضیه‌ها در تحلیل جزئیات محیط‌های مملو از منابع به تأیید نمی‌رسند. این مسئله به شرایط محدود اقتصاد هزینه معامله و نظریه‌های مشابه مربوط می‌شود.

1. Performance Configurations
2. Growth and Profit Strategies
3. Exploitation Ability
4. Discovery Ability
5. Specific forms of Growth
6. Transaction Cost Economics

عنوان فصل آخر این مجموعه «رشد ارگانیک و تملکی: بررسی مجدد، آزمون و بسط نظریه رشد پرنز» دو نقطه قوت نظری و شیوه‌های رشد ارائه شده در این فصل را مشخص می‌کند. بنا بر بعضی نظریات رشد ارگانیک و تملکی احتمالاً چالش‌های مدیریتی بسیار متفاوتی ایجاد می‌کنند، هم از نظر نحوه دستیابی به رشد و هم پیامدهای سازمانی و عملکردی حاصل از بسط. بسی تعجب دارد که چرا در پژوهش پیشین در زمینه رشد شرکت، توجه نظری و تجربی اندکی به این تمایز مهم شده است. فصل پنجم یکی از معدود تلاش‌های صورت گرفته برای واضح‌سازی نظری این مسائل است. علاوه بر آن، پرنز (۱۹۵۹) دو شیوه را با تعمق و به تفصیل بحث و بررسی کرده است. با این حال، اگرچه برخی از اندیشه‌های و مفاهیم وی برای توسعه فرایض این فصل مفید بود، اما وی در زمینه نحوه ربط این دو شیوه به یکدیگر، به طور دقیق کار نکرد.

در این فصل از مفاهیم مجموعه فرصت مولد (POS) و هزینه‌های تعدیل (AC) برای پیش‌بینی نحوه اثرگذاری رشد ارگانیک و تملکی، به ترتیب در یک دوره بر قابلیت شرکت در رشد سازمان یافته در دوره بعد استفاده می‌شود. به طور خلاصه فرض می‌کنیم که هر دو حالت رشد به هزینه‌های تعدیل ربط دارند. هرچند، رشد ارگانیک، کمی بر مجموعه فرصت مولد می‌افزاید، رشد تملکی این قابلیت را دارد که بر POS^۱ غالب بر اثر منفی AC^۲ می‌افزاید. پس، مقدار رشد ارگانیک در دوره اول اثر منفی بر رشد ارگانیک دوره بعد می‌گذارد، در حالی که رشد تملکی فرصت‌های جدیدی برای رشد تملکی در دوره بعد ایجاد می‌کند. تحلیل اقتصادسنجی دقیق مجموعه داده‌های بزرگ ده‌ساله از این ایده‌ها پشتیبانی می‌کند. یکی از دلالت‌های مهم مدیریتی پژوهش، شاید اکتساب یک روش مورداستفاده برای رشد در میان شرکت‌های کوچک و متوسط باشد. ما با الهام از فایده‌مندی آشکار چارچوب نظری پرنز، ایده‌هایی برای بسط کار پرنز در آینده ارائه خواهیم داد.

تأملی بر آینده پژوهش در زمینه رشد شرکت

در هر فصل پیشنهادهایی برای پژوهش آتی وجود دارد که اکثر آنها با جزییات ذکر شده‌اند. دیگر آن پیشنهادها را در اینجا ذکر نمی‌کنیم. در عوض از فرصت بهره می‌بریم و نظریات گسترده‌ای راجع به آنچه ارائه می‌دهیم که از آینده انتظار داریم. در اصل، ما طرفدار تغییر جهت پژوهش در زمینه رشد شرکت هستیم.

مایلم شاهد این باشیم که در پژوهش‌های کمتری به آزمودن فرضیه‌های مرتبط با توضیح تغییرپذیری در نرخ رشد در سراسر شرکت‌ها پرداخته شود. حتی اگر چنین پژوهشی نظریه‌گرا باشد و از مقتضی‌ترین روش‌های آماری استفاده کند، به نظر ما به پاسخ جالبی در زمینه پرسش‌های مرتبط با

1. Productive Opportunity Set

2. Adjustment Costs

ی □ چشم‌اندازهای نو به رشد شرکت

درک رشد شرکت نخواهد انجامید. به دلایلی که در این مقدمه به آن اشاره شد و در کل کتاب به تفصیل بازخواهد شد، توضیحات اضافی یا ریزبینانه نحوه رشد شرکت‌ها را دارای ظرفیت پاسخگویی به پرسش‌های دشوار مربوط به رشد شرکت نمی‌دانیم.

به جای آن به دنبال پژوهشی هستیم که نظریه رشد شرکت را بیشتر بسط دهد. دقیق‌تر اینکه، به اعتقاد ما در زمینه بسط و توسعه تئوری پرنز کارهای زیادی می‌توان انجام داد. همان‌طور که در بعضی از فصل‌ها ذکر خواهد شد، پژوهشی که راجع به «نحوه» رشد شرکت برحسب حالات شیوه‌های یا الگوهای رشد است، به نسبت پژوهش مرتبط با توضیح تغییرپذیری نرخ رشد در سراسر شرکت، به نظری جالب و اساسی‌تر، مرتبط‌تر و معتبر تجربی می‌انجامد. نظریه پرنز در وضعیت کنونی‌اش حاوی اطلاعات مفیدی برای این پژوهش است، اما درباره تمایز مرتبط و غیرمرتبط نه. با این حال، بی‌شک مسائل دیگری مربوط به شیوه‌های رشد وجود دارد که این نظریه به آنها نمی‌پردازد یا آن را به‌طور دقیق پیگیری نمی‌کند که شایسته توجه نظری است. بسط نظریه پرنز به این حوزه‌ها باید ممکن و عملی باشد. پیش‌بینی می‌کنیم که یک نوشته صرفاً نظری، نوشته پیشرفت نظریه کیفی و آزمون تئوری کمی، هر سه، نقش مهمی در پیشبرد این نظریه خواهند داشت.

به نظر می‌رسد که نظریه پرنز تا حد اندکی آزمون شده و به تأیید رسیده است. در فصل دهم گام مهمی در این زمینه برمی‌داریم، اما معتقدیم که می‌شود کارهای بیشتری انجام داد. یکی از گزینه‌ها استفاده از رویکردی مشابه رویکرد مورد استفاده فصل دهم برای شناسایی استدلال‌های نظریه پرنز است که مناسب تدوین فرضیه و آزمون تجربی صریح هستند. نگاه دقیقی به نوشته‌های وی نشان می‌دهد که اصل لازم برای چندین فرضیه قابل آزمون را دارد. همچنین به نظر می‌رسد که بررسی بدنه تجربی گسترده موجود پژوهش رشد شرکت و تفسیر آن از دید پرنزی سودمند است تفسیر مجدد نتایج موجود، تحلیل دوباره نمونه‌های مقاوم و مطالعه مقطعی فراتحلیل‌ها، راه‌های عملی برای ایجاد بینش‌های مهم در زمینه اعتبار رویکرد پرنزی به رشد شرکت هستند.