

۲۰۵۹۱۱۷  
۹۸۸۸۱۹

# چشم اندازهایی 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             | پر، ۱۹۵۸-م.                                                                                      | Davidsson, Per |
| 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   | فیبا                                                                                             |                |
| داشته               | 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      | HD۲۷۴۶-۳۹۸                                                                                       |                |
| رده‌بندی دیویی      | ۶۵۰.۴۰۶                                                                                          |                |
| شماره کتابشناسی ملی | ۸۰۴۱۵۰۰۰                                                                                         |                |

این کتاب مشمول قانون حمایت از حقوق مراحن و مصنفان است. تکثیر کتاب به هر روش اعم از فتوکپی، ریسوگرافی، تهیه فایل‌های pdf، لوح فشرده، بارگیری از وبلاگ‌ها، سایت‌ها، مجله‌ها و کتاب، بدون اجازه کتبی ناشر مجاز نیست و موجب پیگرد قانونی می‌شود. 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](mailto: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: شریعی، 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: شناسایی دیدگاه‌های نظری.....         | ۵  |
| ۲-۲ دیدگاه ۱: گرایش به کارآفرینی (EO) 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 برنامه‌ریزی شده و رشد کسب‌وکار کوچک                        |
| ۳۵ | اشتیاق به رشد و رشد تعویضیافته                                         |
| 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 و 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 هم‌بروه قدیمی‌تر                        |
| ۱۰۰ | بحث و بررسی                                                         |
| ۱۰۰ | یک نظر کلی راجع به اعتبار همزمان نباشد دانش                         |
| ۱۰۰ | اعتبار همزمان در سرتاسر معیارهای مفصل 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                                                               |

|          |                                                                              |
|----------|------------------------------------------------------------------------------|
| ۱۱۲..... | سه جریان پژوهش رشد.....                                                      |
| ۱۱۴..... | رشد به عنوان 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 به عنوان یک فرایند.....                                                  |
| ۱۲۸..... | حالت‌های ترکیبی رشد.....                                                     |
| ۱۳۲..... | برنامه کار پژوهش.....                                                        |
| ۱۳۳..... | رشد به عنوان 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 سودمندانه یا رشد از سود: اسب را جلوی ارابه بندیم؟.....         |
| 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 | ۱-۵ منابع داده‌ها.....                                                     |
| ۱۶۹ | ۲-۵ معیارها.....                                                           |
| ۱۶۹ | ۳-۵ تحلیل اولیه.....                                                       |
| ۱۷۱ | ۴-۵ تحلیل تکمیلی.....                                                      |
| ۱۷۱ | ۶ نتیجه.....                                                               |
| ۱۷۱ | ۱-۶ تحلیل کل نمونه‌ها.....                                                 |
| ۱۷۳ | ۲-۶ تحلیل زیرنمونه‌ها.....                                                 |
| ۱۷۴ | ۳-۶ مقادیر دیگر.....                                                       |
| ۱۷۶ | ۴-۶ تحلیل تکمیلی.....                                                      |
| ۱۷۷ | ۷ بحث و بررسی.....                                                         |
| ۱۷۸ | ۱-۷ دلالت‌ها.....                                                          |
| ۱۷۸ | ۱-۱-۷ دلالت‌هایی برای دانگ‌های.....                                        |
| ۱۷۹ | ۲-۱-۷ دلالت‌هایی برای دانگ‌های.....                                        |
| ۱۸۰ | ۲-۷ 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.....                                                              |

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

|     |                                                                       |
|-----|-----------------------------------------------------------------------|
| 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                                                                 |

## مقدمه

پیر 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 حوزه‌ای 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 اشمان، فردی یا مشترک یا با سایر همکاران (که جزو نویسندگان مقالات محسوب می‌شوند) ارائه داده‌اند و راجع به آن نظر می‌دهیم. هرچند فصل‌های این کتاب قبلاً در جاهای مختلفی به چاپ رسیده‌اند، اما از 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 دانش موجود دانش رشد شرکت باشد. همچنین، همان‌طور که از عنوان کتاب برمی‌آید، دیدگاه‌های جدید در مورد 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، آینده 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 را 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 این مباحث مربوط به رساله‌های خود (و دلمار) پیش‌زمینه‌ای فراهم کردیم. فصل اول کتاب حاضر، «دانش مدل یکپارچه رشد کسب‌وکار کوچک» حد اعلای این نوشته‌ها محسوب می‌شود، چرا که در عمل علاوه بر 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<sup>۱</sup> (نگرش رشد)، محیطی<sup>۲</sup> (صنعت، عداوت، سخاوت و پویایی) و سطح شرکت<sup>۳</sup> (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 انتخابی از صنایع و اندازه کلاس‌های مختلف است و لذا می‌توان آن را عمومیت کلی بخشید و در عین حال از برخی ناهمگنی‌ها و سلسله‌ی شرکت‌های 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 (نه تنها 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

طراحی پژوهشگران، بسیار کوچک‌تر از آنی شده است که در اقتصاد واقعی روی می‌دهد) را شرح می‌دهد. به نظر ما نوع پژوهش یک نظریه طراحی‌شده 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 مدیران بر آنچه رشد واقعی در دوره بعد به آن تحقق می‌بخشد، تأثیری دارد یا خیر؟

فصل دوم «اشتیاق برای رشد» که ب آن نقش تعدیل‌گر منابع و فرصت‌ها هم پیرامون موضوع مشابهی است. در اینجا از موقعیت نظری خوب و صریح‌تری از نظریه رفتار برنامه‌ریزی‌شده (TBP) در نظر می‌گیریم. این امر به جست‌وجوی متغیرهای تعدیل‌کننده‌ای می‌انجامد که نشانگر مفهوم «کنترل رفتاری ادراک‌شده» از نظریه رفتار برنامه‌ریزی‌شده است. به طور 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 یویایی محیطی بسیار، این اثر قوی‌تر می‌شود. با ارزیابی رشد با شش حصار دارای چهار نشانگر که فروش 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، به نظر 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. به عنوان مثال، تحصیلات طولانی هیچ‌کس را مجبور به پیگیری رشد نمی‌کند، با این حال، اگر مدیری می‌خواهد که شرکتش توسعه پیدا کند، چنین به نظر 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.

رابطه انگیزه - رشد واقعی برای دو نمونه مجزا برآورد شد و در هر مورد، دو مقیاس مختلف رشد (به‌ترتیب در فروش و اشتغال) به‌کار رفت. تحلیل رگرسیون تأخیر متقابل سلسله‌مراتبی را با تصحیح همبستگی من و متغیرهای کنترلی مهم بالقوه به‌کار می‌برد و لذا مسائل علیت معکوس، سوگیری بازمانده و توضیحات دیگر را کنترل می‌کند. پس نتایج در یک زمینه به‌نسبت 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 پیش‌بینی‌شده 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 مثبت اثر می‌گذارند.

### بخش دوم) تغییر برنامه‌ها: پژوهشی رشد شرکت<sup>۱</sup>

در حالی که فصل‌های پیش‌تر از نظر (احتمالاً سوگیرانه) ما نمونه‌هایی از تحقیق به‌درستی 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، رفتار مفهومی رشد را به‌عنوان پدیده یکپارچه و نامتمایزی بررسی می‌کنند. رشد شرکت یک پدیده، با پیشایندها و اثرات معمول فرضی است.

در این بخش بررسی‌های مروری انتقادآمیز ما آن متد 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، به‌نظر می‌آید که رشد به خودی خود هدف معقولی باشد، بنابراین آگاهی از شرایطی که تحت آن رشد رافع 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 با تئوری‌های 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 برنامه‌کاری اصلاح‌شده پژوهشی داشته باشند.

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

1 Firm Growth

2 Sales

اشتغال<sup>۱</sup>، دارایی<sup>۲</sup>، سهم صاحبان<sup>۳</sup>، سود<sup>۴</sup> و غیره) فرمول رشدی<sup>۵</sup> 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 مورد استفاده‌اند. 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 بازتابی «تمامیت» پدیده رشد نیست. علاوه بر آن، همبستگی‌های منفی زیاد نشان می‌دهد به سبب «تمامیتی» سراب است: معیارها نشانگر چیزی هستند که نمی‌توان به‌طور منطقی گفت که منعکس کننده یک ساختار نظری (معنادار) و یکسان هستند. بنابراین، به‌نظر می‌رسد که «شاید تئوری‌های 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»<sup>۶</sup> تقویت و به‌طور مبسوط بررسی می‌شود. در اینجا توجه به این مقوله می‌گوییم که پیشرفت نظری در پژوهش در زمینه رشد شرکت به‌صورت شایان توجه کنه بوده است و پرنز (۱۹۵۹) هنوز مثل یک تک‌ستاره درخشان در آسمان‌های تاریک است. سپس، شک می‌کنیم که دلیل اصلیش این است که پژوهشگران بیشتر مشتاق به دانستن «میزان» رشد بودند تا «نحوه» آن.

سپس با مرور سه جریان پژوهش، بر این مسئله تأکید می‌شود. اولین و بزرگ‌ترین جریان رشد، پیامد<sup>۷</sup> بوده و این جریان بر از مسائلی است که ذکر شد: محدود کردن چشم‌انداز به میزان رشد؛ به‌کارگیری دید نامتمیزی از این پدیده و عملیاتی‌سازی آن به چندین سیوه و حسم 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»<sup>۸</sup> منتقدانه جریان پژوهش مربوط می‌شود. در اینجا توجه 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. Emploement

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 پهنر، 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» مبحث «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 پیشنهاد 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» نقش تمرکز معمول پژوهش قبل بود، این تنها یکی از حداقل ۹ کانون ممکن برای پژوهشگران رشد است و نه بدین‌شمارترین مسیر برای آینده نیست. ما نظر بدبینانه و احتمالاً واقع‌گرایانه‌ای در این زمینه ارائه می‌کنیم «رتبه‌بازترین عامل رشد در هر مورد مستقل عامل منحصر به‌فردی است که با متغیرهای نوعی مورد اشاره در پژوهش ارائه نمی‌شود و لذا این پرسش پیش می‌آید که آیا تعمیم‌های گسترده راجع به پیشایندها، رشد اصلاً آن‌قدر دقیق هست که ارزش بی‌واسطه‌ای برای مدیران داشته باشد». هرچند، در حالت بدبینانه‌تر دلیلی برای این گمانه‌زنی می‌یابیم که مشترکات بیشتری در سرتاسر مواردی که رشد به «ش‌های 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. همان‌طور که تأکید دارد که ادبیات موضوعی مرتبط، به پرسش‌هایی درباره رشد پاسخ می‌دهند، حتی اگر به «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.