

Быстрова Ю. Е., аспирант ВШМ СПбГУ, г. Санкт-Петербург, [juliatunis@mail.ru](mailto:juliatunis@mail.ru)

Широкова Г. В., доктор экономических наук, профессор ВШМ СПбГУ, г. Санкт-Петербург, [shirokova@gsom.spbpu.ru](mailto:shirokova@gsom.spbpu.ru)

# Что мы знаем о молодых предпринимательских фирмах?

## Определения, характеристики и факторы, влияющие на их рост

В статье предпринята попытка систематизировать существующие знания о факторах, оказывающих влияние на рост молодых предпринимательских фирм, путем анализа 56 исследований в данной области. В рамках данной работы обсуждены основные определения и характеристики молодых фирм.

На основе проведенного анализа литературы выделены следующие ключевые факторы влияния: бизнес-среда, включающая переменные отрасли и географические особенности; стратегия молодой компании и внутриорганизационные элементы, такие как характеристики, опыт и уровень компетенций предпринимателя или предпринимательской команды; ресурсы организации, ее способности и организационная структура. Безусловно, сила и характер воздействия каждого из них могут отличаться время от времени и зависеть от определенных обстоятельств, но факт их влияния очевиден по результатам изученных работ.

В результате проведенного анализа определены имеющиеся пробелы в эмпирических исследованиях, что позволило сформулировать перспективные направления будущих исследований.

**Ключевые слова:** молодая предпринимательская фирма, рост, факторы роста, результаты деятельности фирмы.

### Введение

Н еотъемлемой и характерной чертой отечественной экономики последних двух десятилетий стало формирование нового высококонкурентного кластера новых предпринимательских фирм (*new ventures*), демонстрирующего свое динамическое развитие. Данные фирмы, как правило, имеют высокие темпы роста, в несколько раз превосходящие среднеотраслевые показатели национальной экономики [Колодня, 2008]. Пример многих стран показывает значение молодых предпринимательских фирм, в особенности инновационных, для развития экономики и безграничность их возможностей в случае правильного выбора товаров, продуктов, технологий или услуг, которые они будут развивать, а также грамотного подхода к управлению, учитывая как технические, так и финансовые аспекты [Мотовилов, 2012].

Несмотря на многочисленные истории успеха предпринимательских фирм, результаты большинства исследований показывают, что в первые годы существования фирма подвержена риску неудачи и даже преждевременной смерти [Chaganti, Chaganti, 2012; Timmons et al., 2008; Song et al., 2008]. Так, по мнению Timmons и Spinelli, примерно одна из пяти молодых организаций терпит неудачу, а в работе [Chaganti, Chaganti, 2012] показано, что 2/3 молодых предприятий умирают в течение первых семи лет. Результаты другого исследования [Song et al., 2008] показали, что в первые четыре года существования 36% молодых компаний удастся выжить, а после достижения ими пятилетнего возраста лишь 22% продолжают свою деятельность.

Почему же одни молодые предпринимательские фирмы успешно развиваются и преуспевают в своем деле, в то время как другие терпят неудачу? Данный во-

прос — основа многочисленных исследований в области предпринимательства. Для того чтобы ответить на него, учеными были предприняты попытки изучить различные факторы и аспекты, такие например, как характеристика предпринимателя, динамика развития предпринимательской деятельности, особенности состава руководителей молодой организации, эффективность и целесообразность выбранных стратегий и многие другие [Amason et al., 2006]. В ходе исследований большинством ученых было отмечено, что сегодня, в условиях глобализации и высокой конкуренции в бизнес-среде, *способность молодой предпринимательской фирмы адаптироваться к реальным обстоятельствам приобрела решающее значение для ее дальнейшего выживания и роста.*

Настоящее исследование посвящено изучению факторов, оказывающих влияние на рост и результаты деятельности молодых предпринимательских фирм. Авторами был проведен анализ основных исследований, посвященных молодым предпринимательским фирмам и факторам их успеха.

### **Подходы к определению молодых предпринимательских фирм**

Сегодня в современной зарубежной и отечественной научной литературе можно встретить различные подходы к определению молодых предпринимательских фирм (*new ventures*). Одни авторы дают определение молодым предпринимательским фирмам, беря во внимание возраст организации [Batjargal et al., 2000; Hao et al., 2013; Amason et al., 1992; Zahra, 1966; Brush, 1995; Reynolds, Miller, 2006], другие создают свои определения, исходя из стадии жизненного цикла организации (далее ЖЦО) [Klotz et al., 2014], а некоторые комбинируют оба подхода [Широкова, 2007].

Так, следуя по первому пути, Brush в своем исследовании под молодыми предпринимательскими фирмами рассматривает орга-

низации в возрасте от 0 до 6 лет, Batjargal, Hitt, Tsui, Arregle, Webb и Miller, а также Zahra говорят о молодых предпринимательских фирмах как о восьмилетних компаниях и моложе, Amason, Shrader и Tompson как о шестилетних организациях и моложе, а Ostgaard и Birley считают, что по праву молодыми предпринимательскими фирмами могут считаться организации моложе 10 лет.

В то же время ученые Reynolds и Miller считают молодыми предпринимательскими фирмами организации в возрасте начиная от 1 года, но не старше 6 лет. Этой логики следуют и Hao, Alon, Chun Kwong Koo и Yu Cui, говоря, что в качестве объекта исследования молодые предпринимательские фирмы могут выступать, если достигли возраста более 1 года, но осуществляют свою деятельность менее 8 лет. Позиция ученых относительно рассмотрения молодых фирм только при достижении ими возраста более 1 года объясняется существованием большого количества так называемых «ненастоящих фирм», которые создаются отнюдь не с целью добавления ценности обществу или осуществления какой-либо предпринимательской деятельности. Включение «ненастоящих фирм» в выборку может значительно исказить результаты исследований. Исследователи аргументируют свой выбор включения в понятие молодой предпринимательской фирмы организаций, которые осуществляют свою деятельность не более 8 лет, тем, что этого периода времени достаточно, чтобы молодая компания выбрала правильный путь своего развития и сформировала способности, используя весь потенциал возможностей. По их мнению, только при достижении восьмилетнего возраста фирма имеет право иметь статус зрелой организации, что подтверждают результаты исследований Ostgaard и Birley; Sandberg и Hofer; Quinn и Cameron.

Исследователи Klotz, Hmieleski, Bradley и Busenitz дают более широкое определение, считая, что молодая предприниматель-

ская фирма — это организация на ранней стадии своего развития и роста. Такие фирмы находятся в самом начале процессов внедрения товаров и услуг на рынок, формирования клиентской базы и налаживания организационных порядков и процедур осуществления своей деятельности. Авторы данного определения избегают использования возрастных рамок, так как многое зависит от определенных условий бизнес-среды, а также целесообразность их установления может варьироваться в зависимости от отраслевых особенностей рынка, на котором функционирует фирма.

В работе [Chrisman et al., 1998] на основании результатов более ранних исследований [Sandberg, 1986; Gartner, 1985; Normann, 1977] отмечено, что «молодая предпринимательская фирма — конечный результат процесса создания и организации нового бизнеса, при котором разрабатываются, производятся и продаются товары или услуги для удовлетворения существующих потребностей потребителей на рынке с целью получения прибыли и дальнейшего роста организации» [Chrisman et al., 1998, p. 6]. Исследователи утверждают, что предпринимательская фирма может иметь статус молодой организации, если не достигла той фазы в своем развитии, в которой могла бы считаться зрелой. Точный момент времени, в который молодая фирма достигает своей фазы зрелости, сложно определить. Тем не менее проблема фазы зрелости фирмы может быть рассмотрена через линзу определенных концепций и моделей. Например, в рамках модели организационного роста, предложенной [Scott, 1971], фирма становится зрелой, если полностью завершила переход к Стадии II своего развития или достигла точки стабильности в четырехступенчатой модели, предложенной [Kazanjian, 1988], или, в более общем понимании, преодолела «уязвимость новизны», о которой впервые упомянуто в [Stinchcombe, 1965]. Период времени, необходимый для молодой предпринимательской фирмы, чтобы

стать зрелой, будет варьироваться в зависимости от имеющихся у нее ресурсов, выбранной стратегии, отрасли, в которой она осуществляет свою деятельность, и других факторов. По мнению ряда ученых [Chrisman et al., 1998; Kazanjian, Drazin, 1990; Biggadike, 1979] логично предположить, что самое раннее, когда может наступить фаза зрелости молодой фирмы, — это спустя 3–5 лет после ее создания, но чаще всего это происходит в возрасте от 6 до 10 лет.

В исследовании [Широкова, 2007] применен комбинированный подход к определению молодой предпринимательской фирмы, где учтены и стадия жизненного цикла организации, и ее возраст. В этой работе в качестве молодых фирм рассматриваются «компании, которые находятся на первой стадии своего жизненного цикла — стадии становления — и возраст которых составляет не более 5 лет» [Широкова, 2007, с. 227].

Анализируя многочисленные определения молодой предпринимательской фирмы, можно отметить в них как некоторые сходства, так и различия. Также сложно выделить и наиболее полное определение, которые бы сочетало в себе все приводимые исследователями аргументы и доводы и давало бы единогласное определение молодой предпринимательской фирмы.

Мы предлагаем следующее определение молодой предпринимательской фирмы: организация в возрасте от 1 года до 8 лет, которая находится на ранних стадиях разработки, производства или продажи товаров или услуг с целью удовлетворения существующих потребностей на рынке для получения прибыли и своего дальнейшего развития и роста. Данное определение сочетает в себе следующие определения авторов: Широковой и Klotz, Hmieleski, Bradley, Busenitz, учитывая стадию жизненного цикла организации, Batjargal, Hitt, Tsui, Arregle, Webb, Miller, Hao, Alon, Chun Kwong Koo, Yu Cui и Zahra, принимая во внимание аргумент относительно того, что лишь при достижении именно этого возраста можно утвер-

ждать, что фирма создана с целью осуществления предпринимательской деятельности, а не для иных целей, а также определение Chrisman, Bauerschmidt, Hofer, которое отражает цели и задачи молодой организации.

В табл. 1 приведены все вышеупомянутые и проанализированные определения молодой предпринимательской фирмы.

### Основные характеристики молодых предпринимательских фирм

Молодые предпринимательские фирмы возникают в результате взаимодействия двух основных элементов — предпринимателя и бизнес-возможности [Shane, 2000]. Согласно [McMullen, Shepherd, 2006] предпринимательская деятельность представляет собой не что иное, как последовательный процесс, в котором помимо двух основ-

ных элементов важное значение имеют два других элемента — способности предпринимателя, а также особенности окружающей бизнес-среды. Последние выступают в роли триггера, позволяющего предпринимателю распознать возможность создать фирму. Решающую роль на при распознании возможности и создании фирмы играют соответствующие способности и характеристики предпринимателя, так как без них распознавание возможности не осуществится [Fern et al.].

Результаты многочисленных исследований [Chaganti, Chaganti, 2012; Kessler et al., 2012; Song et al., 2008; Timmons, Spinelli, 2004; Thornhill, Amit, 2003] показали, что риск неудачи молодых предпринимательских фирм чрезвычайно высок в связи с присущей им «уязвимостью новизны» (*liability of newness*). О такой характеристике

Таблица 1

#### Основные определения молодых предпринимательских фирм

| АВТОР   | ОПРЕДЕЛЕНИЕ   |
|---|---|
| <b>I. Подход (возраст фирмы)</b>                    |   |
| Brush (1995)  | От 0 до 6 лет   |
| Batjargal, Hitt, Tsui, Arregle, Webb, Miller (2013) | Моложе 8 лет  |
| Hao, Alon, Chun Kwong Koo и Yu Cui (2006)           | От 1 до 8 лет   |
| Amason, Shrader и Tompson (2006)                    | От 6 лет и моложе   |
| Zahra (1996)  | От 8 лет и моложе   |
| Ostgaard и Birley (1996)                            | От 10 лет и моложе  |
| Reynolds, Miller (1992)                             | От 1 до 6 лет   |
| <b>II. Подход (стадия ЖЦО)</b>                      |   |
| Klotz, Hmieleski, Bradley, Busenitz (2014)          | Организация, которая находится на ранних стадиях своего развития и роста  |
| Chrisman, Bauerschmidt, Hofer (1998)                | Конечный результат процесса создания и организации нового бизнеса, при котором разрабатываются, производятся и продаются товары или услуги для удовлетворения существующих потребностей потребителей на рынке с целью получения прибыли и дальнейшего роста организации |
| <b>III. Подход (комбинированный)</b>                |   |
| Широкова (2007)                                     | Компании, которые находятся на первой стадии своего жизненного цикла — стадии становления — и возраст которых составляет не более 5 лет   |

молодых предпринимательских фирм, как «уязвимость новизны», впервые было упомянуто еще в 1965 г. [Stinchcombe, 1965]. «Уязвимость новизны» свойственна молодым фирмам ввиду отсутствия или низкого уровня легитимности (*legitimacy*) [Singh et al., 1986]. Наиболее полное определение этого термина дано в работе [Suchman, 1995, p. 574], где легитимность — это «обобщенное восприятие или предположение, что действия субъекта правомерны, целесообразны и уместны в рамках определенной социальной системы норм и ценностей». Принято считать, что признание молодой фирмы другими участниками, т. е. достижение ею легитимности, значительно увеличивает шансы на успех, поскольку компания получает доступ к ранее закрытым для нее ресурсам [Shepherd et al., 2000; Chrisman et al., 2000; Singh et al., 1998].

В исследовании [Morse et al., 2007] принята попытка объяснить характеристику молодых предпринимательских фирм «уязвимость новизны». Как отмечают ученые, во-первых, молодым организациям необходимы создание и разработка собственной организационной роли на рынке, а также организация порядка осуществления деятельности ввиду отсутствия первоначальной системы функционирования [Beekman, Robinson, 2004; Shepherd et al., 2000; Nelson, Winter, 1982; Stinchcombe, 1965]. В отличие от зрелых компаний, которые уже нашли свое место на рынке и адаптировались к бизнес-среде, молодые компании находятся в менее выгодном положении, так как им приходится либо разрабатывать новую организационную роль для себя, адаптируясь под реалии соответствующей бизнес-среды, либо путем аутсорсинга получать выгоды от преимуществ положения партнера [Schoonhoven et al., 1990; Nelson, Winter, 1982]. Кроме того, организация и развитие системы функционирования занимает значительное количество времени, требует определенного запаса материальных ресурсов и может инициировать конфликты

со стороны как сотрудников организации, так и бизнес-партнеров, тем самым превратив молодую организацию во временно неэффективно функционирующую по результатам своей деятельности [Hannan, Freeman, 1977; Hinings, Greenwood, 1988; Stinchcombe, 1965]. Во-вторых, наличие доверительных отношений между партнерами преимущественно отличает зрелые компании от молодых. Молодым фирмам приходится полагаться на незнакомых игроков бизнес-среды [Goldberg et al., 2003; Stinchcombe, 1965]. Такое положение делает молодую организацию более уязвимой, так как риск выбора недобросовестного партнера значительно выше, чем у зрелых компаний, которые имеют возможность в первую очередь полагаться на свои проверенные контакты [Gambetta, 1988; Lewis, Weigert, 1985]. Также стоит отметить, что в глазах потенциальных клиентов и бизнес-партнеров молодая организация выступает не легитимным игроком, что, в свою очередь, может привести со стороны первых к отказу от взаимоотношений ввиду отсутствия предыдущего опыта работы и установленных ранее контактов с молодой фирмой. В-третьих, дефицит социального капитала, под которым принято понимать набор потенциальных ресурсов, доступ к которым открыт только через взаимоотношения и контакты на личном или деловом уровне [Dess, Shaw, 2001; Putnam; Tsai, 2003], отличает молодые фирмы от зрелых [Davidsson, Honig, 2003; Greve, Salaff, 2003]. Для молодой организации социальный капитал является доступом к ресурсам, необходимым для выживания и дальнейшего развития, но так как начинают они свою деятельность, как правило, с ограниченным набором социальных контактов, то преимущества этого капитала зачастую незначительные. И наконец, ограниченный финансовый капитал в исследовании [Morse et al., 2007] заявляется как четвертая причина «уязвимости новизны» молодых предпринимательских фирм», основываясь на бо-

лее ранних работах [Oviatt, McDougal, 1994; Vesper, 1990]. У большинства молодых организаций наблюдается отсутствие резервов финансового капитала, в отличие от зрелых фирм. Это делает молодые фирмы более уязвимыми в период финансовых кризисов, ценовой конкуренции или экономических спадов [Starr et al., 1990]. Описанные выше условия, в которых функционируют молодые предпринимательские фирмы, по мнению многих ученых [Henderson, 1999; Bruderl, Schussler, 1990; Singh et al., 1986; Freeman et al., 1983], являются причиной их «уязвимости новизны», что повышает риск их преждевременной смерти в отличие от зрелых компаний.

Помимо «уязвимости новизны» многие молодые предпринимательские фирмы подвержены «уязвимости малого размера» (*liability of smallness*) и «уязвимости юности» (*liability of adolescence*). В 1990 г. в [Bruderl, Schussler, 1990] впервые введено понятие «уязвимость юности», согласно которому риск гибели фирмы растет в первоначальный период существования организации, а затем уровень риска значительно снижается. Тем самым соотношение между риском неудачи и возрастом компании представляется перевернутой U-образной зависимостью [Henderson, 1999]. Нередко исследователи говорят о взаимосвязи между уровнем легитимности и периодом становления и ростом компании. Принято считать, что возрастающий уровень легитимности должен способствовать уменьшению риска смерти вскоре после рождения, а также в «подростковом» возрасте организации [Baum, Oliver, 1991; Singh et al., 1986].

Авторы термина «уязвимость малого размера» Aldrich и Auster вкладывают в это понятие нехватку финансовых ресурсов, отсутствие сильной финансовой поддержки со стороны кредиторов, а также управленческую слабость организаций маленького размера. Кроме того, небольшой размер фирмы делает ее неустойчивой к малейшим рыночным изменениям [Kale, Arditi,

1998]. Более крупные фирмы имеют преимущества в привлечении капитала, им легче выполнить налоговые обязательства, они занимают более выгодное положение в вопросе привлечения квалифицированной рабочей силы [Fichman, Levinthal, 1988; Aldrich, Auster, 1986]. Таким образом, по мнению многих исследователей [Thornhill, Amit, 2003; Baum, Oliver, 1991; Delacroix, Swaminathan, 1991], «уязвимость малого размера» имеет обратную взаимосвязь с размером фирмы и вероятностью ее неудачи. Безусловно, не все организации начинают свою деятельность с малых форм, и соответственно «уязвимость малого размера» не является обязательной характеристикой молодой организации. Но нужно отметить, что стартапы в основном так и остаются небольшими и не имеют стремления к росту [Широкова, Шаталов, 2009; Aldrich, 1997; Reynolds, White, 1999; Storey, 1994; Aldrich, Auster, 1986].

Принято считать, что именно в молодых предпринимательских фирмах создаются радикальные инновации [Shane, 2009]. В [Друкер, 2007] отмечено, что новые технологии почти не появляются в зрелых (и особенно крупных) компаниях, и если не принимать во внимание несколько исключений, то небольшой производитель, будь то маленькая фирма или изобретатель-одиночка, обладает более высоким инновационным потенциалом, чем крупная организация. Данное наблюдение подтверждается и в [Чесбро, 2007], где утверждается, что число патентов, владельцами которых являются отдельные люди и небольшие фирмы, выросло приблизительно с 5% в 1970 г. до более 20% в 1992 г. [Мотовилов, 2012]. Однако молодым фирмам часто не хватает способностей, рыночной власти и других ресурсов, имеющих у зрелых организаций [Campos et al., 2012]. Чтобы противостоять жесткой конкуренции, они должны активно искать новые пути для создания инноваций и усиления конкурентоспособности [Bhuian et al., 2005].

Несмотря на то что показатель смертности молодых компаний очень высок, процент

выживания и темпы роста стартапов значительно выше в более инновационных отраслях, где они могут занять свободную нишу [Audretsch, 1995]. В свою очередь, инновационным отраслям свойственны частые технологические преобразования, что характеризует эту бизнес-среду как благоприятную для проведения изменений.

Стоит также отметить, что выживание молодых фирм во многом зависит от их способности быстро принимать и обрабатывать информацию из внешней бизнес-среды, а также проводить незамедлительные изменения в целях адаптации [Nicholls-Nixon, Cooper, 2000].

Таким образом, можно выделить следующие основные характеристики, которые отличают молодые фирмы от зрелых компаний. Во-первых, молодым компаниям свойственна ограниченность ресурсов [Li, Zhang, 2007; Hitt et al., 2001]. Исследования, касающиеся молодых предпринимательских фирм, указывают на то, что это одна из главных причин высокого уровня их «смертности» [Evans, Leighton, 1989]. Во-вторых, молодые организации часто испытывают недостаток легитимности и деловых связей [Shepherd, Zacharakis, 2003; Shane, Cable, 2002], ввиду чего доступ к внешним ресурсам для этих фирм нередко ограничен [Li, Zhang, 2007]. В-третьих, ввиду отсутствия или низкого уровня легитимности для молодых предпринимательских фирм характерна «уязвимость новизны» [Singh et al., 1986]. В-четвертых, так как риск гибели фирмы растет в первоначальный период существования организации, молодым организациям присуща «уязвимость юности» [Bruderl, Schussler, 1990]. В-пятых, для того чтобы противостоять жесткой конкуренции, молодым фирмам необходимо постоянно искать новые пути для создания инноваций с целью усиления конкурентоспособности, что создает их инновационный потенциал [Bhuiyan et al., 2005]. И наконец, так как большинство молодых фирм в основном так и остаются небольшими и не имеют

стремления к росту [Широкова, Шаталов, 2009; Aldrich, 1999; Reynolds, White, 1997; Storey et al., 1994], они подвержены «уязвимости малого размера».

В табл. 2 представлены основные характеристики молодых предпринимательских фирм с указанием авторов соответствующих научных работ в данной области.

### **Факторы успеха и роста молодых предпринимательских фирм: результаты анализа литературы**

Рост выступает одним из показателей результатов деятельности молодой предпринимательской фирмы и является одним из наиболее важных факторов успеха [Gilbert et al., 2006; Weinzimmer et al., 1998; Freeman, 1998; Zahra, 1996; Block, MacMillan, 1993; Hanks et al., 1993]. В свою очередь, он может наблюдаться в различных аспектах деятельности молодой организации, таких как: движение денежных средств, доля рынка [Kerin et al., 1992], чистая прибыль, клиентская база, продажи [Robinson, McDougall, 2001; Weinzimmer et al., 1998] и штат сотрудников [Murphy et al., 1996; Hanks et al., 1993]. В настоящее время ученые не пришли к согласию относительно совершенного критерия оценки роста молодой организации, но одними из наиболее удачных считаются: доля рынка, темп продаж и штат сотрудников.

Факторы, оказывающие влияние на рост молодых предпринимательских фирм, заслуживают отдельного изучения по нескольким причинам. Во-первых, рост для молодой организации имеет иное значение, нежели для зрелой компании. В отличие от давно функционирующей фирмы, которая достигла определенного уровня жизнеспособности и адаптировалась к реалиям бизнес-среды и отрасли, молодая компания, как уже говорилось ранее, подвержена «уязвимости новизны», что значительно снижает ее шансы на выживание при отсутствии роста [Buederal et al., 1992]. При отсутствии роста новым фирмам, нередко малого раз-

Таблица 2

## Основные характеристики молодых предпринимательских фирм

| ИСТОЧНИК   | ХАРАКТЕРИСТИКА              | ОПРЕДЕЛЕНИЕ  |
|--|-----------------------------|--|
| [Stinchcombe, 1965; Carroll et al., 1982; Freeman et al.; Carroll, 1984; Morse et al., 2009; Kor, Misangyi, 2008; Dibrell et al., 2009; Hatton, 2011; Rabbiosi, Santangelo; Danes et al., 2013; Nagy et al., 2014] | «Уязвимость новизны»        | Высокая вероятность неудачи в силу ограниченных возможностей и ресурсов фирмы  |
| [Aldrich, Auster, 1998; Baum, Oliver, 1991; Delacroix, Swaminathan, 1991; Fichman, Levinthal; Kale, Arditi, 1998; Thornhill et al.; Turcan; Bengtsson, Johansson et al., 2014]                                     | «Уязвимости малого размера» | Нехватка финансовых ресурсов, отсутствие сильной финансовой поддержки со стороны инвесторов, а также управленческая слабость   |
| [Singh et al.; Bruderl, Schussler, 1986; Baum, Oliver, 1991; Fichman, Levinthal, 1991; Kale, Arditi, 1998; Henderson, 1999; Edwards et al., 2011]  | «Уязвимость юности»         | Высокий риск гибели фирмы в первоначальный период существования организации, уровень которого затем значительно снижается  |
| [Stinchcombe, 1965; Meyer, Rowan, 1977; Carroll, Delacroix, 1982; Aldrich, Fiol, 1994; Shane, Cable, 2002; Shepherd, Zacharakis, 2003; Li, Zhang, 2007; Turcan, 2013; Nagy et al., 2014]                           | Недостаток легитимности     | Недостаток обобщенного восприятия или предположения, что действия субъекта правомерны, целесообразны и уместны в рамках определенной социальной системы норм и ценностей |
| [Stinchcombe, 1965; Carroll, Delacroix, 1982; Freeman et al., 1983; Carroll, 1984; Evans, Leighton, 1989; Hitt et al., 1989; Morse et al., 2007; Li, Zhang, 2007; Turcan, 2013; Bengtsson et al., 2014]            | Ограниченность ресурсов     | Нехватка ресурсов  |
| [Bhuiyan et al., 2005; Gruber, Henkel, 2006; Freeman, Engel, 2007; Shane, 2009; Blazenko et al., 2012; Campos, et al., 2012; Lin, Li, 2013; Nambisan, Baron, 2013 и др.]   | Инновационный потенциал     | Склонность к радикальным инновациям  |

мера, свойственна более низкая вероятность выживания [Freeman et al., 1983], которая снижается только по мере возрастного увеличения. Таким образом, в то время как для зрелых компаний рост представляет собой поддержание жизнеспособности, для молодых организаций он является путем для ее получения. Во-вторых, разница в темпах роста между молодыми организациями значительно больше, чем между давно функционирующими, что заставляет ученых инициировать новые исследования в данной области, чтоб ответить на вопрос, почему одни молодые предпринимательские фирмы растут быстрее, чем другие [Gilbert et al., 2006].

Для анализа исследований, посвященных факторам, влияющим на рост молодых предпринимательских фирм, авторами были выбраны ведущие международ-

ные рецензируемые журналы (о чем свидетельствует их импакт-фактор) в области менеджмента и предпринимательства: *Academy of Management Journal*, *Academy of Management Review*, *Journal of Management*, *Strategic Management Journal*, *Journal of Business Venturing*, *Entrepreneurship Theory and Practice*, *Journal of Small Business Management*, *Entrepreneurship and Regional Development*, *International Small Business Journal* и *Small Business Economics*.

Для поиска статей был использован универсальный ресурс интегратор EBSCO, который состоит из 9 баз данных, открывающих широкий круг научных и информационных материалов, в том числе в области менеджмента, предпринимательства, стратегического менеджмента и экономики. Поиск научных работ, посвященных исследо-



ванию факторов, влияющих на рост молодых предпринимательских фирм, осуществлялся в два этапа. На первом этапе была использована комбинация ключевых слов «*new venture*» (в данной статье переводится на русский язык как «молодые предпринимательские фирмы») и «*performance*» (результаты деятельности), так как рост является одним из показателей результатов деятельности молодой организации. На втором этапе комбинация ключевых слов включала, как и на первом этапе, «*new venture*», но иное второе ключевое слово — «*growth*» (рост). Был выбран двадцатипятилетний временной интервал в период с 1990 по 2014 г. с целью охватить не только последние исследования, но и более ранние научные работы.

По результатам поиска в 10 научных журналах, описанных выше с поэтапным запросом двух комбинаций ключевых слов «молодые предпринимательские фирмы» и «результаты деятельности» и «молодые предпринимательские фирмы» и «рост» было найдено 273 статьи, опубликованных за последнюю четверть века. Был проведен краткий анализ данных статей путем изучения

названия, аннотации и введения. Объектом исследования больше половины работ выступали зрелые фирмы и лишь содержали в своем названии слово «молодой», относящееся к другим частям названия статьи, что послужило причиной их появления в результатах поиска. Поэтому такие исследования были исключены из дальнейшего анализа. Таким образом, по итогам отбора, для дальнейшего изучения было отобрано 56 статей, анализ которых позволил определить основные факторы, влияющие на рост молодых предпринимательских фирм.

В табл. 3 представлены данные по выборке статей, а также приведены доли количества научных работ в соответствующих журналах, выбранных для изучения факторов, оказывающих влияние на рост и результаты деятельности молодых организаций.

В результате анализа отобранных статей было выделено несколько факторов, оказывающих влияние на рост и результаты деятельности молодых предпринимательских фирм: способности молодой фирмы, характеристики команды топ-менеджмента, ресурсы молодой фирмы, стратегия молодой фирмы, бизнес-среда и организацион-

Таблица 3

## Данные выборки статей для анализа

| №  | Научный журнал                                   | Количество статей | Доля, %    | Импакт-фактор |
|----|--|-------------------|------------|---------------|
| 1  | <i>Academy of Management Journal</i>             | 3                 | 5,4        | 5,919         |
| 2  | <i>Academy of Management Review</i>              | 3                 | 5,4        | 6,169         |
| 3  | <i>Journal of Management</i>                     | 6                 | 10,7       | 6,862         |
| 4  | <i>Strategic Management Journal</i>              | 7                 | 12,5       | 3,367         |
| 5  | <i>Journal of Business Venturing</i>             | 20                | 35,7       | 4,571         |
| 6  | <i>Entrepreneurship Theory and Practice</i>      | 5                 | 8,9        | 2,447         |
| 7  | <i>Journal of Small Business Management</i>      | 4                 | 7,1        | 1,361         |
| 8  | <i>Entrepreneurship and Regional Development</i> | 3                 | 5,4        | 0,943         |
| 9  | <i>International Small Business Journal</i>      | 2                 | 3,5        | 1,397         |
| 10 | <i>Small Business Economics</i>                  | 3                 | 5,4        | 1,641         |
|    | <b>Итого</b>                                     | <b>56</b>         | <b>100</b> |               |

ная структура. Рассмотрим каждый из этих факторов более подробно.

### **Способности молодой фирмы**

Проведенные исследования показали, что способности молодой фирмы являются источником ее конкурентных преимуществ [Zahra, 1996; Chandler, Hanks, 1994b]. Было доказано, что технологические и маркетинговые навыки сотрудников молодой организации могут оказать значительное влияние на рост, особенно в первые годы жизни компании. Динамические способности или, иначе говоря, возможности изменений молодой фирмы, представляют собой способность к реконфигурации ресурсной базы фирмы [Eisenhardt, Martin, 2000]. С другой стороны, динамические возможности можно рассматривать как способность идентифицировать новую возможность и обеспечить соответствующую ресурсную базу, необходимую для ее реализации [Arthurs, Busenitz, 2006]. В исследовании [Koeller, Lechler, 2006] была отмечена важность «гибкости» молодой предпринимательской фирмы, под которой подразумевается способность быстро реагировать на изменения в бизнес-среде. Похожие результаты были получены в ходе работы [Nicholls-Nixon, Cooper, 2000]. Так, выяснилось, что изменения представляют собой эксперимент для молодой организации и оказывают положительное влияние на результаты ее деятельности, повышая шансы на выживание.

В работе [Su et al., 2001] ученые рассмотрели предпринимательскую ориентацию как одну из способностей молодой предпринимательской фирмы. Было обнаружено, что предпринимательская ориентация оказывает положительное влияние на результаты деятельности зрелых компаний, в то время как ее взаимосвязь с показателем молодых компаний принимает перевернутую U-образную форму. Таким образом, можно сделать вывод, что результаты всех исследований в данной категории демонстрируют важность для молодой организации способностей к из-

менениям с целью улучшения результатов своей деятельности и дальнейшего роста.

### **Характеристики команды предпринимателей/топ-менеджмента**

Развитие молодой фирмы напрямую зависит от качества менеджмента организации, включая навыки, опыт и компетенции предпринимателя или команды предпринимателей [Klotz et al., 2014; de Jong et al., 2013; Mai, Zheng, 2013; Hmieleski et al., 2012; McGrath et al., 1994]. Ведь именно руководитель взаимодействует с бизнес-средой организации, оценивает ее и на основе своего анализа принимает решения, которые могут помочь молодой фирме адаптироваться, что в дальнейшем будет способствовать ее росту [Ensley et al., 2006]. Убеждение, что фирма является неделимым целым с самим предпринимателем, побудило проведение многочисленных исследований на предмет влияния характеристик предпринимателя на результаты деятельности и рост молодой организации [Klotz et al., 2014; de Jong et al., 2013; Hmieleski et al., 2012; Baron, Tang, 2009]. В настоящее время считается, что большинство изученных переменных, относящихся к характеристикам предпринимателя, оказывают косвенное, а не прямое воздействие на рост молодой фирмы [Baum, Locke, 2004; Baum et al., 2001]. В ходе многочисленных исследований было обнаружено, что уровень образования [Sapienza, Grimm, 1991], предыдущий опыт предпринимателя в соответствующей отрасли [Baum et al., 2001; Cooper et al., 1994; Vox et al., 1993; Siegel et al., 1993], а также предшествующий предпринимательский опыт в развитии стартапов [Baum et al., 2001; Vox et al., 1993] положительно связаны с ростом и результатами деятельности молодых предпринимательских фирм.

Предыдущий опыт предпринимателя имеет большое значение при принятии решений, так как для их разработки без предшествующих знаний требуется много времени для наблюдений и изучения специфики отрасли [Cooper et al., 1994]. Однако в иссле-

довании [Chrisman et al., 2005] было обнаружено, что слишком большой опыт способен оказывать негативное влияние на рост продаж и численность сотрудников, так как решения предпринимателя могут ограничивать развитие и замедлять рост молодой организации. В [Fern et al., 2012] утверждается, что прошлый опыт руководителя ограничивает возможности молодой фирмы, а характер его влияния зависит от содержания и типа выбранной стратегии. Также в работе было отмечено, что разносторонний опыт управляющего или руководящего состава уменьшает эти ограничения. Тем не менее образование и предыдущий опыт позволяют руководителю получить необходимую информацию и доступ к важным ресурсам. Поэтому опыт может гарантировать соответствующие компетенции предпринимателю, которые, в свою очередь, необходимы для принятия правильных решений в той или иной области. Есть подтверждения, что качество решений, принятых управляющими с достаточно большим опытом, значительно выше, чем разработанных руководителями с его отсутствием [Mullins, 1996].

При формировании команды топ-менеджмента предприниматель должен уделить особое внимание соответствующему набору компетенций состава в целом, а именно навыкам по работе с клиентами, маркетинговым знаниям, осведомленности об особенностях отрасли и др. Кроме того, предприниматели, а также инвесторы должны тщательно рассмотреть область задач каждого члена управленческой команды и убедиться, что каждый участник компетентен в рамках своих обязанностей и полностью реализует свои способности [Zhao et al., 2013].

### Ресурсы молодой фирмы

Для реализации стратегических решений предпринимателю необходимы соответствующие ресурсы [Arthurs, Busenitz, 2006]. Их привлечение является одной из самых сложных задач, с которой сталкивается предприниматель на первых этапах жизни

организации, ввиду отсутствия репутации, недостаточного уровня легитимности и повышенного риска неудачи в глазах потенциальных поставщиков ресурсов [Brush et al., 2001]. Безусловно, различные типы ресурсов позволяют молодой фирме достичь своих целей [Brush, Chaganti, 1998; Chandler, Hanks, 1994a], но наиболее значимыми для роста молодой организации, по мнению исследователей, являются финансовые [Lee et al.; Bamford et al., 2001; Cooper et al., 1994] и человеческие ресурсы [Gilbert et al., 2006; Cooper et al., 1994].

Потребность в человеческих ресурсах меняется с развитием молодой организации [Thakur, 1999]. На первых этапах жизни компании, как правило, требуются сотрудники с определенным набором знаний и навыков [Cardon, 2003]. Как только молодая фирма достигает этапа роста, потребность в высококвалифицированных сотрудниках уменьшается, и для удовлетворения производственных потребностей требуются менее квалифицированные кадры. Число сотрудников определенной категории меняется с изменением потребностей молодой фирмы, а темпы роста численности каждой группы могут ассоциироваться с выбранным стратегическим направлением молодой организации. Соответствие между стратегией и опытом сотрудников является одним из ключевых факторов, определяющих долгосрочный успех и рост молодой компании [Shrader, Siegel, 2007].

Финансовые ресурсы имеют большее значение для достижения роста продаж и численности занятости молодой предпринимательской фирмы [Lee et al., 2001; Cooper et al., 1994]. Высокий уровень финансовой капитализации необходим для успешного исполнения стратегических решений, так как позволяет руководителям в зависимости от его размера ставить и достигать более перспективные цели или корректировать план своих действий, а также обеспечивать удовлетворение финансовых требований к реализации стратегии роста молодой

организации [Cooper et al., 1994]. Финансовый капитал обеспечивает гибкость при выборе различных стратегий [Zahra, Vogner, 1999], что привело к различиям данных между источниками данного ресурса. Источником финансового капитала молодых предпринимательских фирм, не ориентированных на инновационную деятельность, как правило, выступает сам предприниматель, в то время как инновационные и технологические молодые компании привлекают данный ресурс из внешних источников, таких как банки или венчурные предприятия [Bollingtoft et al., 2003].

Несмотря на то что финансирование создания молодой фирмы может происходить за счет личных средств предпринимателя или средств, заимствованных у родственников, оказывая положительное влияние на рост организации [Vanacker et al., 2011], необходимый объем финансового капитала для роста и развития нередко очень велик и требует иных источников [Gilbert et al., 2006]. Некоторым молодым предпринимательским фирмам удается получить государственные субсидии, что способствует высоким темпам развития и роста. Помимо личных средств предпринимателя и государства, другими источниками финансового капитала могут выступать банки и венчурные предприятия. Поэтому неудивительно, что доступ к таким внешним источникам финансирования является важным фактором, влияющим на рост молодой организации [Lee et al., 2001].

Согласно теории ресурсной зависимости, помимо человеческих и финансовых, важными ресурсами выступают знания об отрасли, в которой фирма собирается функционировать, стратегии выхода на рынок и дальнейшего развития, общих положениях о создании и развитии молодых организаций [West, Noel, 2009], наличие связей и контактов у предпринимателя, которые положительно связаны с результатами деятельности молодой предпринимательской фирмы [Stam, Elfring, 2008], а также легитимность, которая значительно снижает риск ее неу-

дачи и облегчает переход к следующим этапам развития компании [Delmar, Shane, 2004; Zimmerman, Zeitz, 2002]. Однако нужно отметить, что неограниченный доступ к ресурсам может ограничить диапазон возможностей и реализацию потенциала роста молодой компании [Thakur, 1999].

### **Стратегия молодой фирмы**

В анализируемых работах было изучено влияние различных стратегических выборов молодых организаций на результаты деятельности (в области цены, затрат, качества товаров или услуг, количества выпускаемой продукции, вертикальной и горизонтальной интеграции, загрузки производственных мощностей, инноваций, количества обслуживаемых сегментов рынка, географического осуществления деятельности, финансов, маркетинга, разработки новых товаров или услуг) [Chandler, Hanks, 1994a; McDougall et al., 1992]. Исследования показали, что при правильно спланированном и продуманном комбинировании данных переменных молодая фирма может успешно позиционировать себя на рынке, получить конкурентные преимущества и тем самым добиться роста показателей результативности [Zahra, 1996].

От выбора стратегии выхода на рынок будут зависеть шансы на успех и уровень риска неудачи молодой фирмы [Robinson, McDougall, 2001]. Осознание важности соответствия стратегии компании особенностям бизнес-среды побудила ученых проводить исследования в данной области и изучить характер влияния этой переменной на рост молодой организации [Carter et al., 1994; Tsai et al., 1991]. Выбор стратегии напрямую зависит от целей, задач, выбранного целевого сегмента рынка, доступных ресурсов и возможностей молодой организации. Грамотно подобранная стратегия может позволить молодой фирме развить свои способности, получить доступ к новым ресурсам, необходимым для достижения успеха на рынке, и тем самым компенсировать недостаток опыта и ограниченность ресурсов [Zahra, 1996].

Результаты исследований в области стратегии интернационализации демонстрируют ее важность для роста молодой компании, но нет достаточных доказательств о ее положительном влиянии на все показатели результативности [Shrader, 1996].

Таким образом, результаты исследований, посвященных влиянию различных стратегий на рост и результаты деятельности молодых предпринимательских фирм неоднозначны. Противоречивые результаты могут указывать на необходимость учитывать дополнительные факторы, чтобы лучше описать взаимосвязь стратегии и показателей роста молодой компании. В качестве примера таких факторов в [Chandler, Hanks, 1994b] приводится доступ к необходимым ресурсам, в [McGee, Dowling, 1994] — опыт управляющего, в [Lee, Lee, 2001] — существующие партнерские связи и контакты организации.

Нужно отметить, что многие исследователи в области предпринимательства критикуют бизнес-планирование, рассматривая его как отвлечение от более важных моментов в организационной деятельности [Carter et al., 1994]. Другие ученые утверждают, что планирование является важным предшественником разработки стратегий в молодых предпринимательских фирмах, оно позволяет превратить абстрактные цели в конкретные оперативные шаги, а также снизить риск неудачи, способствуя увеличению темпов роста [Delmar, Shane, 2003].

### **Бизнес-среда**

Ученые проводили исследования в области влияния различных характеристик бизнес-среды как на макро-, так и на микроуровне [Tsai et al., 1991]. Было доказано значительное положительное влияние макроусловий, таких например, как предоставление государственных субсидий на выживание и рост молодых организаций [Zahra, 1996].

Географическое месторасположение молодой предпринимательской фирмы счита-

ется одним из объясняющих факторов различий между уровнями риска неудачи молодых организаций [Lechner, Dowling, 2003]. Так, в ходе исследования [Folta et al., 2006] было обнаружено, что риск неудачи молодой компании будет значительно выше, если на рынке конкурирует более 65 фирм. Объясняется это ограниченностью ресурсов, так как фирмы конкурируют за доступ к ним, что подтверждает зависимость роста молодой организации от географического местоположения. Однако исследователи выяснили [Lödf, Nabavi, 2014], что характер этого влияния зависит, во-первых, от отрасли, в которой осуществляет свою деятельность молодая предпринимательская фирма, во-вторых, от критериев оценки результатов деятельности и наконец, от уровня развития технологий в отрасли.

Рост молодых предпринимательских фирм значительно зависит и от условий бизнес-среды на микроуровне, например, от уровня конкуренции в отрасли, в которой они осуществляют свою деятельность. Молодым фирмам, как правило, приходится сталкиваться с серьезными вызовами со стороны зрелых компаний в отрасли, противостоять которым порой непросто. Ученые провели ряд исследований на предмет изучения влияния следующих отраслевых структурных переменных: входные барьеры, барьеры выхода с рынка, степень развитости, враждебности и динамизм отрасли, соотношение концентрации в отрасли и ее привлекательности в целом на рост и результаты деятельности молодых компаний [Chandler, Hanks 1994a]. Этот интерес связан с тем, что данные переменные влияют на уровень конкуренции в отрасли, а соответственно и на шансы выживания молодых предпринимательских фирм. Микроусловия также определяют возможности молодой организации реализовать свой потенциал и тем самым оказать влияние на свое дальнейшее развитие.

Результаты многочисленных исследований показали, что уровень развития отрасли оказывает значительное влияние на рост

молодой предпринимательской фирмы [Park et al., 2002; Robinson, McDougall, 2001; Bamford et al., 2000; Brush, Chaganti, 1998; Chandler, Hanks, 1994a; McDougall et al., 1994; Covin et al., 1990]. В развивающихся отраслях, как правило, ресурсы не ограничены и в случае принятия неэффективных решений у молодой компании будет больше шансов на выживание в таких условиях [Castrogiovanni, 1991]. Как отмечают многие ученые, несмотря на то, что высокие темпы роста молодой компании, вероятнее всего, могут быть достигнуты в развивающихся отраслях, важным фактором остается выбранная стратегия [Gilbert et al., 2000; Park et al., 2002; McDougall et al., 1992]. Так, например, согласно Park и его коллегам, в развивающихся отраслях молодые предпринимательские фирмы могут добиться высоких темпов роста путем слияния или образования альянсов с другими конкурирующими фирмами.

Исследователи Hoelscher (2012) и Elango (2012) изучили взаимосвязь между бизнес-средой, населением, уровнем безработицы и развитием молодой предпринимательской фирмы и пришли к выводу, что в то время, как бизнес-среда и население положительно связаны с созданием новых предпринимательских фирм, безработица оказывает негативное влияние на развитие молодых организаций.

В работе [Batjargal et al., 2013] была протестирована взаимосвязь между социальными связями, элементами институциональной среды и ростом молодых предпринимательских фирм. Было обнаружено, что слабые и неэффективные формальные институты негативно связаны с уровнем развития социальных связей молодой организации, но при этом влияние последней переменной будет носить положительный характер на рост фирмы. Более того, чем более благоприятной является институциональная среда страны, тем большее значение будут иметь социальные связи молодой компании для ее темпов роста.

### **Организационная структура молодой фирмы**

В ходе исследований о влиянии организационной структуры на результативность молодой компании ученые уделили особое внимание формализации структуры, уровню специализации, внутренним системам коммуникации между сотрудниками [Stuart, Abetti, 1990]. Результаты показали, что для достижения успеха молодой компании необходим постоянный контроль за организационной структурой в целях ее соответствия уровню развития фирмы [Zahra, 1996]. Предпринимателям необходимо постоянно подстраивать и адаптировать организационную структуру фирмы под уровень развития организации, бизнес-среду, а также выбранную стратегию [Gilbert et al., 2006]. В [Kazanjan, Drazin, 1990] отмечено, что функциональная специализация важна, поскольку позволяет сотрудникам получать необходимые знания в соответствующих областях в рамках своих должностей. Если молодая предпринимательская фирма имеет небольшие размеры, то потребность в поддержании функциональной специализации отсутствует, но как только организация начинает расти, она становится необходимой для эффективного управления [Kazanjan, Drazin, 1990]. По мнению исследователей [Olson, Vokor, 1995], функциональная специализация позволяет молодой компании стать более инновационной в разработке новых товаров или услуг, что обеспечит высокие темпы роста организации. Если темпы роста не снижаются, то, как утверждают Kazanjan и Drazin, структура принятия решений должна оставаться гибкой, а как только молодая организация достигнет этапа стабильности, процесс принятия решений должен стать более децентрализованным. Но в то же время структура принятия решений должна обеспечивать предпринимателю возможность постоянного контроля с целью реализации стратегии роста молодой фирмы [Gilbert et al., 2006].

Такие факторы, как характеристики команды топ-менеджмента, способности молодой организации, ресурсы фирмы и орга-

низационная структура, могут быть логично объединены в одну группу, представляющую внутриорганизационные характеристики молодой предпринимательской фирмы.

Таким образом, на основе проведенного анализа исследований, посвященных факторам, влияющим на результаты деятельности и рост молодых предпринимательских фирм, можно выделить следующие категории с ключевыми факторами влияния: 1) бизнес-среда, которая состоит из а) макро- и б) микроуровней; 2) стратегия фирмы и 3) внутриорганизационные характеристики, которые включают в себя а) характеристики команды топ-менеджмента, б) ресурсы фирмы, в) способности организации и г) организационную структуру молодой предпринимательской фирмы.

На рис. 1 представлена теоретическая модель, отражающая ключевые факторы, влияющие на результаты деятельности и рост молодых предпринимательских фирм.

В табл. 4 суммированы результаты проведенного анализа

## Заключение

Молодые предпринимательские фирмы по праву считаются важными «двигателями» рыночной экономики и всего благосостояния страны в целом. Благодаря молодым организациям создаются дополнитель-

ные рабочие места, что сокращает уровень безработицы. Преследуя цель выжить в условиях жесткой конкуренции, молодые компании имеют тенденцию к разработкам и представлению инновационных товаров или услуг. В последнее время наблюдается достаточно высокий уровень смертности молодых фирм по всему миру, что делает их привлекательными объектами изучения для многих исследователей. Для того чтобы проводить исследования в данной области, необходимо четкое понимание природы и основных особенностей таких организаций, а для выработки ценных рекомендаций важным является изучение факторов их роста и успеха. С этой целью авторами была предпринята попытка систематизировать существующие знания о молодых предпринимательских фирмах.

Были детально изучены и представлены основные характеристики молодых предпринимательских фирм, такие как: «уязвимость новизны», «уязвимость малого размера», «уязвимость юности», недостаток легитимности, ограниченность ресурсов и инновационный потенциал.

На основе анализа 56 научных статей, опубликованных в 10 ведущих международных рецензируемых журналах в области менеджмента, авторами были выделены следующие факторы, оказывающие влияние на рост и результаты деятельности моло-

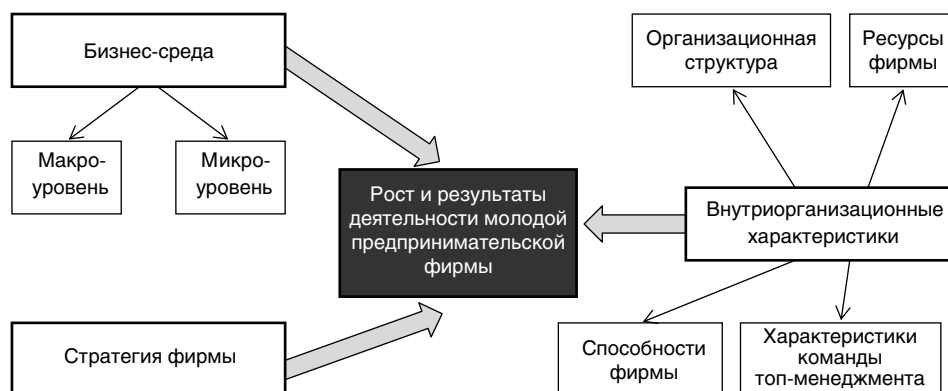


Рис. 1. Факторы, влияющие на рост и результаты деятельности молодой предпринимательской фирмы

Таблица 4

**Основные результаты исследований факторов, влияющих на рост  
молодых предпринимательских фирм**

| ФАКТОР                                      | ИСТОЧНИКИ   | ОСНОВНЫЕ ВЫВОДЫ   |
|---|---|---|
| <b>Внутриорганизационные характеристики</b> |   |   |
| Характеристики команды топ-менеджмента      | Klotz et al., 2014; de Jong et al., 2013; Mai, Zheng, 2013; Hmieleski et al.; Baron, Tang; Ensley et al.; Baum, Locke; Baum et al., 2012; McGrath et al.; Davidsson; Duchesneau, Gartner; Feeser et al., 1990; Keeley, Roure, 1990; Smallbone; Stuart, Abetti, 1990; Westhead, 1990   | Развитие молодой фирмы зависит от качества менеджмента организации, включая навыки, опыт и компетенции управляющего состава. Чем больше связей и контактов имеет предприниматель с участниками бизнес-среды, тем выше показатели роста. Большинство изученных переменных, относящихся к характеристикам предпринимателя, оказывают косвенное воздействие. Уровень образования, предыдущий опыт руководителя в соответствующей отрасли, предшествующий предпринимательский опыт в развитии стартапов положительно связаны с ростом и результатами деятельности. Но слишком большое количество опыта может оказывать негативное влияние на рост продаж и численность сотрудников. Влияние характеристик управленческого состава зависит от времени пребывания команды вместе, неоднородности знаний и количества участников |
| Ресурсы фирмы                               | West, Noel, 2009; Stam, Elfring, 2008; Shrader, Siegel, 2007; Gilbert et al., 2006; Arthurs, Busenitz, 2007; Delmar, Shane, 2004; Bollingtoft et al., 2003; Cardon, 2003; Zimmerman, Zeitz, 2002; Brush et al., 2001; Lee et al., 2001; Dahlqvist et al., 2000; Bamford et al., 2000; Zahra, Bogner, 1999; Thakur; Brush, Chaganti; Berger, Udell; Chandler, Hanks, 1994a | Определенные виды ресурсов необходимы для реализации выбранной стратегии. Их привлечение является сложной задачей ввиду отсутствия репутации и повышенного риска неудачи в глазах потенциальных поставщиков ресурсов. Наиболее важными ресурсами считаются финансовые и человеческие. Потребность в человеческих ресурсах меняется с развитием молодой организации. Наличие связей и контактов у предпринимателя является важным ресурсом для роста молодой фирмы. Легитимность выступает ресурсом, обеспечивающим доступ к другим необходимым для роста ресурсам   |
| Организационная структура                   | Gilbert et al., 2006; Zahra, 1996; Olson, Bokor, 1995; Sapienza, 1992; Stuart, Abetti, 1990; Covin et al.; Kazanjian, Drazin, 1999  | Необходим постоянный контроль в целях соответствия организационной структуры развитию молодой фирмы. На этапе роста молодой фирмы функциональная специализация необходима для эффективного управления   |
| Способности фирмы                           | Su et al., 2011; Arthurs, Busenitz, 2006; Eisenhardt, Martin, 2000; Zahra, 2006; McGrath et al., 1994; Chandler, Hanks, 1994b; Roberts, 1992  | Возможности молодой фирмы являются источником конкурентных преимуществ  |
| <b>Бизнес-среда</b>                         |   |   |
| Бизнес-среда на макроуровне                 | Batjargal et al., 2013; Folta et al., 2006; Lechner, Dowling, 2003; Romanelli, Schoonhoven, 2001; Zahra, 1996; Porter, 1995; Feldman, Florida; Saxenian, 1994; Saxenian, 1990   | Государственные субсидии оказывают положительное влияние на рост молодых предпринимательских фирм. Скопление конкурирующих фирм, как, например, Кремниевая долина, позволяет молодой организации получить доступ к необходимым ресурсам, что ведет к росту и развитию   |



Окончание таблицы 4

| ФАКТОР                      | ИСТОЧНИКИ  | ОСНОВНЫЕ ВЫВОДЫ   |
|-----------------------------|--|---|
| Бизнес-среда на микроуровне | Batjargal et al., 2013; Gilbert et al., 2006; Park et al., 2002; Bamford et al., 2002; Brush, Chaganti, 1998; Chandler, Hanks, 1994a; McDougall et al., 1992; McDougall et al.; Castrogiovanni, 1991; Eisenhardt, Schoonhoven, 1990; Covin et al., 1990. | Уровень конкуренции негативно связан с ростом и результатами деятельности молодых предпринимательских фирм. Уровень развития отрасли оказывает значительное влияние на рост молодой предпринимательской фирмы. Чем моложе отрасль, тем больше шансов на успех у молодой фирмы. Характер влияния отраслевых переменных зависит от стратегии молодой организации  |
| <b>Стратегия фирмы</b>      |  |   |
| Стратегия фирмы             | Gilbert et al., 2006; Delmar, Shane, 2003; Robinson, McDougall, 2011; Lee et al., 2001; Baum et al., 2001; Zahra, 1996; Carter et al., 2001; Chandler, Hanks, 1994a; McGee, Dowling, 1994; Siegel et al., 1993; Roberts, 1992; Tsai et al., 1991         | Результаты неоднозначны. Выбор стратегии зависит от целей, задач, целевого сегмента рынка, имеющихся ресурсов и возможностей организации. Стратегия позволяет молодой фирме развить способности, получить доступ к новым ресурсам, тем самым компенсировать недостаток опыта. Для эффективной реализации стратегии роста молодой компании необходимы соответствующие ресурсы. Стратегия широкой дифференциации продукции эффективна для выхода на молодой рынок, а сфокусированная больше подходит для завоевания определенной ниши на развитом рынке |

дых предпринимательских фирм: бизнес-среда, включающая переменные отрасли и географические особенности; стратегия молодой компании и внутриорганизационные элементы, представляющие характеристики, опыт и уровень компетенций руководителя или команды топ-менеджмента; ресурсы организации, ее способности, а также организационная структура. Безусловно, сила и характер влияния каждого из факторов могут отличаться время от времени и зависеть от определенных обстоятельств, но факт их влияния очевиден по результатам многочисленных работ [Amason et al., 2006; Ensley et al., 2006; Bhide, 2000; Sahlman, 1997; Zahra, 1996 и др.].

Проведенный анализ также показал, что существует определенный пробел в научных исследованиях, посвященных изучению влияния внутриорганизационных характеристик молодых предпринимательских фирм на их рост и результаты деятельности, а выводы неоднозначны. Более того, переменные данной категории в подавляющем большинстве изученных научных работ были рассмотрены авторами в статичном состоянии, что открывает область для будущих

направлений исследований. Таким образом, в качестве возможных перспективных направлений научных исследований можно выделить следующие. Во-первых, перспективным и полезным является проведение качественных исследований на основе кейс-стадии для выявления дополнительных внутриорганизационных характеристик, влияющих на рост и успех молодой предпринимательской фирмы. Во-вторых, проведение лонгитюдных исследований позволит увидеть развитие молодой фирмы в динамике, что также может привести к обнаружению дополнительных факторов успеха таких фирм. И в-третьих, сочетание качественных и количественных методов анализа поможет получить более точную картину происходящего в молодых предпринимательских фирмах, что приведет к полезным практическим выводам и рекомендациям для предпринимателей и руководителей молодых предпринимательских фирм.

### Список литературы

1. Друкер П. Ф. Эпоха разрыва: ориентиры для нашего меняющегося общества: пер. с англ. М.: ООО «И. Д. Вильямс», 2007. — 336 с.

2. Колодняя Г. В. В чем состоит феномен российского предпринимательства? // Российское предпринимательство. 2008. №4. С. 142–145.
3. Мотовилов О. В. Государственная поддержка малого инновационного предпринимательства // Вестник Санкт-Петербургского университета. Серия 5: Экономика. 2012. №1. С. 35–48.
4. Чесбро Г. Открытые инновации. Создание прибыльных технологий: пер. с англ. М.: Поколение, 2007. — 336 с.
5. Широкова Г. В. Жизненный цикл организации: концепции и российская практика. СПб.: Издат. дом С.-Петерб. гос. ун-та, 2007. — 480 с.
6. Широкова Г. В., Шаталов А. И. Факторы роста российских предпринимательских фирм: результаты эмпирического анализа // Вестник СПбГУ. Серия Менеджмент. 2009. №2. С. 3–31.
7. Aldrich H. *Organizational Evolving*. L: Sage, 1999.
8. Aldrich H., Auster E. Even dwarfs started small: Liabilities of size and age and their strategic implications. *Research in Organizational Behavior*, 1986, vol. 8, pp. 165–198.
9. Aldrich H. E., Fiol C. M. Fools rush in? The institutional context of industry creation. *Academy of Management Review*, 1994, vol. 19, no. 4, pp. 645–670.
10. Amason A. C., Shrader R. C., Tompson G. H. Newness and novelty: Relating top management team composition to new venture performance. *Journal of Business Venturing*, 2006, vol. 21, no. 1, pp. 125–148.
11. Arthurs J. D., Busenitz L. W. Dynamic capabilities and venture performance: The effects of venture capitalists. *Journal of Business Venturing*, 2006, vol. 21, no. 2, pp. 195–215.
12. Audretsch D. Innovation, growth and survival. *International Journal of Industrial Organization*, 1995, vol. 13 no. 4, pp. 441–457.
13. Bamford C. E., Dean T. J., McDougall P. P. An examination of the impact of initial founding conditions and decisions upon the performance of new bank start-ups. *Journal of Business Venturing*, 2000, vol. 15, pp. 253–277.
14. Baron R. A., Tang J. Entrepreneurs' social skills and new venture performance: Mediating mechanisms and cultural generality. *Journal of Management*, 2009, vol. 35, no. 2, pp. 282–306.
15. Batjargal B., Hitt M. A., Tsui A. S., Arregle J.-L., Webb J. W., Miller T. L. Institutional polycentrism, entrepreneurs' social networks, and new venture growth. *Academy of Management Journal*, 2013, vol. 56, no. 4, pp. 1024–1049.
16. Baum J. A. C., Oliver C. Institutional linkage and organizational mortality. *Administrative Science Quarterly*, 1991, vol. 37, pp. 187–218.
17. Baum J. R., Locke E. A. The relationship of entrepreneurial traits, skill, and motivation to subsequent venture growth. *Journal of Applied Psychology*, 2004, vol. 89, pp. 587–598.
18. Baum J. R., Locke E. A., Smith K. G. A multidimensional model of venture growth. *Academy of Management Journal*, 2001, vol. 44, pp. 292–303.
19. Beekman A. V., Robinson R. B. Supplier partnerships and the small, high-growth firm: Selecting for success. *Journal of Small Business Management*, 2004, vol. 42, no. 1, pp. 59–67.
20. Bengtsson M.; Johansson M. Managing cooperation to create opportunities for small firms. *International Small Business Journal*, 2014, vol. 32, no. 4, pp. 401–427.
21. Berger A. N., Udell G. F. The economics of small business finance: The roles of private equity and debt markets in the financial growth cycle. *Journal of Banking and Finance*, 1998, vol. 22, pp. 613–673.
22. Bhidé A. *The Origin and Evolution of New Businesses*. Oxford: Oxford University Press, 2000.
23. Bhuian S., Menguc B., Bell S. Just entrepreneurial enough: the moderating effect of entrepreneurship on the relationship between market orientation and performance. *Journal of Business Research*, 2005, vol. 58, pp. 9–17.
24. Biggadike E. R. *Corporate diversification: Entry, strategy, and performance*. Cambridge, MA: Harvard University Press, 1979.
25. Blazenko G. W., Pavlov A. D., Eddy-Sumcke F. New venture start-ups and technological innovation. *International Journal of Managerial Finance*, 2012, vol. 8, no. 1, pp. 4–35.
26. Block Z., MacMillan I. *Corporate venturing: Creating new businesses within the firm*. Boston, MA: Harvard Business School Press, 1993.
27. Bollingtoft A., Ulhøi J. P., Madsen H., Neergaard H. The effect of financial factors on the performance of new venture companies in high tech and knowledge-intensive industries: An empirical

- study in Denmark. *International Journal of Management*, 2003, vol. 20, pp. 535–547.
28. Box T. M., White M. A., Barr S. H. A contingency model of new manufacturing performance. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 1993, vol. 18, no. 2, pp. 31–45.
  29. Bruderl J., Schussler R. Organizational mortality: the liabilities of newness and adolescence. *Administrative Science Quarterly*, 1990, vol. 35, pp. 530–547.
  30. Brush C. G. International entrepreneurship: The effect of firm age on motivation to internationalization. N. Y.: US: Garland Publishing Co, 1995.
  31. Brush C. G., Chaganti R. Businesses without glamour? An analysis of resources on performance by size and age in small service and retail firms. *Journal of Business Venturing*, 1998, vol. 14, pp. 233–257.
  32. Brush C. G., Greene P., Hart M. M. From initial idea to unique advantage: The entrepreneurial challenge of constructing a resource base. *Academy of Management Executive*, 2001, vol. 15, pp. 64–81.
  33. Buederal J., Preisendoerfer P., Ziegler R. Survival chances of newly founded business organizations. *American Sociological Review*, 1992, vol. 57, pp. 227–242.
  34. Campos H., José P., Parellada F. The entrepreneurial orientation-dominant logic-performance relationship in new ventures: an exploratory quantitative study. *Brazilian Administration Review*, 2012, vol. 9, no. 4, pp. 60–77.
  35. Cardon M. S. Contingent labor as an enabler of entrepreneurial growth. *Human Resource Management*, 2003, vol. 42, pp. 357–373.
  36. Carroll G. R. Organizational ecology. *Annual Review of Sociology*, 1984, vol. 10, pp. 71–93.
  37. Carroll G. R., Delacroix J. Organization almortality in the newspaper industries of Argentina and Ireland: An ecological approach. *Administrative Science Quarterly*, 1982, vol. 27, no. 2, pp. 169–198.
  38. Carter N. M., Stearns T. M., Reynolds P. D., Miller B. A. New venture strategies: Theory development with an empirical base. *Strategic Management Journal*, 1994, vol. 51, pp. 21–41.
  39. Castrogiovanni G. J. Environmental munificence: A theoretical assessment. *Academy of Management Review*, 1991, vol. 16, pp. 542–565.
  40. Chaganti R. S., Chaganti R. Pathways to failure of new ventures: markers of failed internet ventures. *Journal of Management and Public Policy*, 2012, vol. 4, no. 1, pp. 4–16.
  41. Chandler G. N., Hanks S. H. Market attractiveness, resource-based capabilities, venture strategies, and venture performance. *Journal of Business Venturing*, 1994a, vol. 9, pp. 331–349.
  42. Chandler G. N., Hanks S. H. Founder competence, the environment and venture performance. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 1994b, vol. 18, no. 3, pp. 77–89.
  43. Chandler G. N., Honig B., Wiklund J. Antecedents, moderators, and performance consequences of membership change in new venture teams. *Journal of Business Venturing*, 2005, vol. 20, no. 5, pp. 705–725.
  44. Chrisman J. J., Bauerschmidt A., Hofer C. W. The determinants of new venture performance: An extended model. *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 1998, vol. 23, no. 1, pp. 5–29.
  45. Chrisman J. J., McMullan E., Hall J. The influence of guided preparation on the long-term performance of new ventures. *Journal of Business Venturing*, 2005, vol. 20, pp. 769–791.
  46. Cooper A. C., Gimeno-Gascon F. J., Woo C. Y. Initial human and financial capital as predictors of new venture performance. *Journal of Business Venturing*, 1994, vol. 9, pp. 371–395.
  47. Cotae F. Part III: issues in entrepreneurship and small business: modifying phelan's model: a conceptual framework linking entrepreneurs to international new venture competitiveness. *Current Topics in Management*, 2011, vol. 15, pp. 155–173.
  48. Covin J. G., Slevin D. P., Covin T. J. Content and performance of growth-seeking strategies: A comparison of small firms in high- and low-technology industries. *Journal of Business Venturing*, 1990, vol. 5, pp. 391–412.
  49. Dahlqvist J., Davidsson P., Wiklund J. Initial conditions as predictors of new venture performance: A replication and extension of the Cooper et al. study. *Enterprise and Innovation Management Studies*, 2000, vol. 1, pp. 1–17.
  50. Danes S. M., Craft S. M., Jang J., Lee J. Liability of newness: Assessing couple social support when starting a new business venture. *Journal of Marital and Family Therapy*, 2013, vol. 39, no. 4, pp. 515–529.

51. Davidsson P. Continued entrepreneurship: Ability, need, and opportunity as determinants of small firm growth. *Journal of Business Venturing*, 1991, vol. 6, pp. 405–429.
52. Davidsson P., Honig B. The role of social and human capital among nascent entrepreneurs. *Journal of Business Venturing*, 2003, vol. 18, no. 3, pp. 301–324.
53. De Jong A., Song M., Song L. Z. How lead founder personality affects new venture performance: The mediating role of team conflict. *Journal of Management*, 2013, vol. 39, no. 7, pp. 1825–1854.
54. Delacroix J., Swaminathan A. Cosmetic, speculative, and adaptive organization change in the wine industry. *Administrative Science Quarterly*, 1991, vol. 26, pp. 631–661.
55. Delmar F., Shane S. Does business planning facilitate the development of new ventures? *Strategic Management Journal*, 2003, vol. 24, no. 12, pp. 1165–1185.
56. Delmar F., Shane S. Legitimizing first: organizing activities and the survival of new ventures. *Journal of Business Venturing*, 2004, vol. 19, no. 3, pp. 385–398.
57. Dess G. G., Shaw J. D. Voluntary turnover, social capital and organizational performance. *Academy of Management Review*, 2001, vol. 26, pp. 446–456.
58. Dibrell C., Craig J. B., Moores K., Johnson A. J., Davis P. S. Factors critical in overcoming the liability of newness: highlighting the role of family. *Journal of Private Equity*, 2009, vol. 12, no. 2, pp. 38–48.
59. Duchesneau D. A., Gartner W. B. A profile of new venture success and failure in an emerging industry. *Journal of Business Venturing*, 1990, vol. 5, pp. 297–312.
60. Edwards A. C.; Sihvola E., Korhonen T., Pulkkinen L., Moilanen I., Kaprio J., Rose R. J., Dick D. M. Depressive symptoms and alcohol use are genetically and environmentally correlated across adolescence. *Behavior Genetics*, 2011, vol. 41, no. 4, pp. 476–487.
61. Eisenhardt K. M., Martin J. Dynamic capabilities: what are they? *Strategic Management Journal*, 2000, vol. 21, pp. 1105–1121.
62. Eisenhardt K. M., Schoonhoven C. B. Organizational growth: Linking founding team, strategy, environment, and growth among U. S. semiconductor ventures, 1978–1988. *Administrative Science Quarterly*, 1990, vol. 35, pp. 504–529.
63. Ensley M. D., Pearce C. L., Hmieleski K. M. The moderating effect of environmental dynamism on the relationship between entrepreneur leadership behavior and new venture performance. *Journal of Business Venturing*, 2006, vol. 21, no. 2, pp. 243–263.
64. Evans D., Leighton L. Some empirical aspects of entrepreneurship. *American Economic Review*, 1989, vol. 79, no. 3, pp. 519–535.
65. Feeser H. R., Willard G. E. Founding strategy and performance: A comparison of high and low growth high tech firms. *Strategic Management Journal*, 1990, vol. 11, pp. 87–98.
66. Feldman M. P., Florida R. The geographic sources of innovation: Technological infrastructure and product innovation in the United States. *Annals of the Association of American Geographers*, 1994, vol. 8, pp. 210–229.
67. Fern M. J., Cardinal L. B., O'Neill H. M. The genesis of strategy in new ventures: escaping the constraints of founder and team knowledge. *Strategic Management Journal*, 2012, vol. 33, no. 4, pp. 427–447.
68. Fichman M., Levinthal D. A. Honeymoons and the liability of adolescence: a new perspective on duration dependence in social and organizational relationships. *Academy of Management Review*, 1991, vol. 16, pp. 442–468.
69. Folta T. B., Cooper A. C., Baik Y.-S. Geographic cluster size and firm performance. *Journal of Business Venturing*, 2006, vol. 21, pp. 217–242.
70. Freeman J., Carroll R., Hannan M. T. The liability of newness: Age dependence in organizational death rates. *American Sociological Review*, 1983, vol. 48, pp. 692–710.
71. Freeman J., Engel J. S. Models of innovation: start-ups and mature corporations. *California Management Review*, 2007, vol. 50, no. 1, pp. 4, 94–119.
72. Gambetta D. Trust: Making and breaking cooperative relations. N. Y.: Basil Blackwell, 1988.
73. Gartner W. B. A conceptual framework for describing the phenomenon of new venture creation. *Academy of Management Review*, 1985, vol. 10, pp. 696–706.
74. Gilbert B. A., McDougall P. P., Audretsch D. B. New venture growth: A review and extension. *Jour-*

- nal of Management*, 2006, vol. 32, no. 6, pp. 926–950.
75. Ginn C. W., Sexton D. L. A comparison of the personality type dimensions of the 1987 Inc. 500 company founders/CEOs with those of slower-growth firms. *Journal of Business Venturing*, 1990, vol. 5, pp. 313–326.
  76. Goldberg A., Cohen G., Fiegenbaum A. Reputation building: Small business strategies for successful venture development. *Journal of Small Business Management*, 2003, vol. 41, no. 2, pp. 168–186.
  77. Greve A., Salaff J. W. Social networks and entrepreneurship. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 2003, vol. 28, no. 1, pp. 1–22.
  78. Gruber M., Henkel J. New ventures based on open innovation — an empirical analysis of startup firms in embedded Linux. *International Journal of Technology Management*, 2006, vol. 33, no. 4, pp. 356–372.
  79. Hanks S. H., Watson C. J., Jansen E., Chandler G. N. Tightening the life-cycle construct: A taxonomic study of growth stage configurations in high-technology organizations. *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 1993, vol. 18, no. 2, pp. 5–29.
  80. Hannan M. T., Freeman J. The population ecology of organizations. *American Journal of Sociology*, 1977, vol. 82, pp. 929–964.
  81. Hao J., Alon I., Chun K. K., Yu C. When should organizational change be implemented? The moderating effect of environmental dynamism between dynamic capabilities and new venture performance. *Journal of Engineering and Technology Management*, 2013, vol. 30, no. 2, pp. 188–205.
  82. Hatton L. Modeling the effects of new venture strategy on the environment. *Journal of Management and Marketing Research*, 2011, vol. 8, pp. 1–10.
  83. Henderson A. D. Firm strategy and age dependence: A contingent view of the liabilities of newness, adolescence and obsolescence. *Administrative Science Quarterly*, 1999, vol. 44, no. 2, pp. 281–314.
  84. Hinings C. R., Greenwood R. The dynamics of strategic change. Oxford, England: Basil Blackwell, 1988.
  85. Hitt M., Ireland R., Camp S., Sexton D. Strategic entrepreneurship: Entrepreneurial strategies for wealth creation. *Strategic Management Journal*, 2001, vol. 22, no. 6/7, pp. 479–491.
  86. Hmieleski K. M., Baron R. A. Entrepreneurs' optimism and new venture performance: A social cognitive perspective. *Academy of Management Journal*, 2009, vol. 52, no. 3, pp. 473–488.
  87. Hmieleski K. M., Cole M. S., Baron R. A. Shared authentic leadership and new venture performance. *Journal of Management*, 2012, vol. 38, no. 5, pp. 1476–1499.
  88. Hoelscher M., Elango B. The impact of business climate, foreign population and unemployment on new venture creation. *Journal of Developmental Entrepreneurship*, 2012, vol. 17, no. 4, pp. 1–15.
  89. Hung H. Formation and survival of new ventures. *International Small Business Journal*, 2006, vol. 24, no. 4, pp. 359–378.
  90. Kale S., Arditi D. Business failures: Liabilities of newness, adolescence, and smallness. *Journal of Construction Engineering and Management*, 1998, vol. 124, no. 6, pp. 458–464.
  91. Kazanjian R. K. Relation of dominant problems to stages of growth in technology-based new ventures. *Academy of Management Journal*, 1988, vol. 31, no. 2, pp. 257–279.
  92. Kazanjian R. K., Drazin R. A stage-contingent model of design and growth for technology based new ventures. *Journal of Business Venturing*, 1990, vol. 5, pp. 137–150.
  93. Keeley R. H., Roure J. B. Management strategy, and industry structure as influences on the success of new firms: A structural model. *Management Science*, 1990, vol. 36, pp. 1256–1267.
  94. Kerin R. A., Varadarajan P. R., Peterson R. A. First-mover advantage: A synthesis, conceptual framework, and research propositions. *Journal of Marketing*, 1992, vol. 56, pp. 33–52.
  95. Kessler W., McGinnis L., Bennett N., Kessler W., McGinnis L., Bennett N. Enterprise transformation and manufacturing in a global enterprise. *Information Knowledge Systems Management*, 2012, vol. 11, no. 1, pp. 5–22.
  96. Klotz A. C., Hmieleski K. M., Bradley B. H., Busenitz L. W. New venture teams: A review of the literature and roadmap for future research. *Journal of Management*, 2014, vol. 40, no. 1, pp. 226–255.
  97. Koeller C. T., Lechler T. G. Economic and managerial perspectives on new venture growth: An in-

- egrated analysis. *Small Business Economics*, 2006, vol. 26, no. 5, pp. 427–437.
98. Kor Y. Y., Misangyi V. F. Outside directors' industry-specific experience and firms' liability of newness. *Strategic Management Journal*, 2008, vol. 29, no. 12, pp. 1345–1355.
  99. Lant T. K., Milliken F. J., Batra B. The role of managerial learning and interpretation in strategic persistence and reorientation: An empirical exploration. *Strategic Management Journal*, 1992, vol. 13, pp. 585–608.
  100. Lechner C., Dowling M. Firm networks: External relationships as sources for the growth and competitiveness of entrepreneurial firms. *Entrepreneurship and Regional Development*, 2003, vol. 15, pp. 1–26.
  101. Lee C., Lee, K., Pennings J. M. Internal capabilities, external networks, and performance: A study on technology-based ventures. *Strategic Management Journal*, 2001, vol. 22, pp. 615–640.
  102. Lewis J. D., Weigert A. Trust as a social reality. *Social Forces*, 1985, vol. 43, no. 4, pp. 967–985.
  103. Li H., Zhang Y. The role of managers' political networking and functional experience in new venture performance: Evidence from China's transition economy. *Strategic Management Journal*, 2007, vol. 28, no. 8, pp. 791–804.
  104. Lin C., Li C. The effect of boundary-spanning search on breakthrough innovations of new technology ventures. *Industry and Innovation*, 2013, vol. 20, no. 2, pp. 93–113.
  105. Löff H., Nabavi P. Survival, productivity and growth of new ventures across locations. *Small Business Economics*, 2014, vol. 43, no. 2, pp. 477–491.
  106. Mai Y., Zheng Y. How on-the-job embeddedness influences new venture creation and growth. *Journal of Small Business Management*, 2013, vol. 51, no. 4, pp. 508–524.
  107. McDougall P. P., Covin J. G., Robinson R. B., Heron L. The effects of industry growth and strategic breadth on new venture performance and strategy content. *Strategic Management Journal*, 1994, vol. 15, pp. 537–554.
  108. McDougall P. P., Robinson R. B. Jr., DeNisi A. S. Modeling new venture performance: An analysis of new venture strategy, industry structure, and venture origin. *Journal of Business Venturing*, 1992, vol. 7, pp. 267–289.
  109. McGee J., Dowling M. Using R&D cooperative arrangements to leverage managerial experience: A study of technology-intensive new ventures. *Journal of Business Venturing*, 1994, vol. 9, no. 1, pp. 33–48.
  110. McGrath R. G., MacMillan I., Tushman M. The role of executive team actions in shaping dominant designs: towards the strategic shaping of technological progress. *Strategic Management Journal*, 1992, vol. 13, pp. 137–161.
  111. McGrath R. G., Venkatraman S., MacMillan I. C. The advantage chain: Antecedents to rents from internal corporate ventures. *Journal of Business Venturing*, 1994, vol. 9, pp. 351–369.
  112. McMullen J. S., Shepherd D. A. Entrepreneurial action and the role of uncertainty in the theory of the entrepreneur. *Academy of Management Review*, 2006, vol. 31, pp. 132–152.
  113. Meyer J. W., Rowan B. Institutionalized Organizations: Formal Structure as Myth and Ceremony. *American Journal of Sociology*, 1977, vol. 83, no. 2, pp. 340–363.
  114. Morse E. A., Fowler S. W., Lawrence T. B. The impact of virtual embeddedness on new venture survival: Overcoming the liabilities of newness. *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 2007, vol. 31, no. 2, pp. 139–159.
  115. Mullins J. W. Early growth decisions of entrepreneurs: The influence of competency and prior performance under changing market conditions. *Journal of Business Venturing*, 1996, vol. 11, pp. 89–105.
  116. Murphy G. B., Trailer J. W., Hill R. C. Measuring performance in entrepreneurship research. *Journal of Business Research*, 1996, vol. 36, pp. 15–23.
  117. Nagy B. G., Blair E. S., Lohrke F. T. Developing a scale to measure liabilities and assets of newness after start-up. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 2014, vol. 10, no. 2, pp. 277–95.
  118. Nambisan S., Baron R. A. Entrepreneurship in innovation ecosystems: entrepreneurs' self-regulatory processes and their implications for new venture success. *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 2013, vol. 37, no. 5, pp. 1071–1097.

119. Nelson R., Winter S. An evolutionary theory of economic change. Cambridge, MA: Belknap Press of Harvard University Press, 1982.
120. Nicholls-Nixon C. L., Cooper A. C., Woo C. Y. Strategic experimentation: understanding change and performance in new ventures. *Journal of Business Venturing*, 2000, vol. 15, no. 5/6, pp. 493–524.
121. Normann R. Managing for growth. N. Y.: Wiley, 1977.
122. Olson P. D., Bokor D. W. Strategy process-content interaction: Effects on growth performance in small, start-up firms. *Journal of Small Business Management*, 1995, pp. 34–36.
123. Ostgaard T. A., Birley S. New venture growth and personal networks. *Journal of Business Research*, 1996, vol. 36, no. 1, pp. 37–50.
124. Oviatt B., McDougall P. Toward a theory of international new ventures. *Journal of International Business Studies*, 1994, vol. 25, pp. 45–64.
125. Park S. H., Bae Z.-T. New venture strategies in a developing country: Identifying a typology and examining growth patterns through case studies. *Journal of Business Venturing*, 2004, vol. 19, no. 1, pp. 81–106.
126. Park S. H., Chen R., Gallagher S. Firm resources as moderators of the relationship between market growth and strategic alliances in semiconductor start-ups. *Academy of Management Journal*, 2002, vol. 45, pp. 527–545.
127. Patel P. C., Fiet J. O., Sohl J. E. Mitigating the limited scalability of bootstrapping through strategic alliances to enhance new venture growth. *International Small Business Journal*, 2011, vol. 29, no. 5, pp. 421–447.
128. Pfeffer J., Salancik G. R. The external control of organizations: A resource dependence perspective. N. Y.: Harper and Row, 1978.
129. Porter M. E. The competitive advantage of the inner city. *Harvard Business Review*, 1995, pp. 55–71.
130. Putnam R. D. Bowling alone: America's declining social capital. *Journal of Democracy*, 1995, vol. 6, pp. 65–78.
131. Quinn R. E., Cameron K. Organizational life cycles and shifting criteria of effectiveness: some preliminary evidence. *Management Science*, 1983, vol. 29, no. 1, pp. 33–51.
132. Rabbiosi L., Santangelo G. D. Parent company benefits from reverse knowledge transfer: The role of the liability of newness in MNEs. *Journal of World Business*, 2013, vol. 48, no. 1, pp. 160–170.
133. Reynolds P., Miller B. New firm gestation: conception, birth, and implications for research. *Journal of Business Venturing*, 1992, vol. 7, pp. 405–417.
134. Reynolds P. D., White S. The entrepreneurial process: Economic growth, men, women, and minorities. Westport, CT: Quorum, 1997.
135. Roberts E. The success of high-technology firms: Early technological and marketing influences. *Interfaces*, 1992, vol. 22, no. 4, pp. 3–12.
136. Robinson K. C., McDougall P. P. Entry barriers and new venture performance: a comparison of universal and contingency approaches. *Strategic Management Journal*, 2001, vol. 22, no. 6/7, pp. 659–686.
137. Romanelli E., Schoonhoven C. B. The local origins of new firms. *The entrepreneurship dynamic*, 2001, pp. 40–67.
138. Sahlman W. How to write a great business plan. *Harvard Business Review*, 1997, vol. 75, pp. 98–108.
139. Sandberg W. R., Hofer C. Improving new venture performance: the role of strategy, industry structure, and the entrepreneur. *Journal of Business Venturing*, 1987, vol. 2, no. 1, pp. 5–28.
140. Sandberg W. R. New venture performance: The role of strategy and industry structure. Lexington, MA: Lexington Books, 1986.
141. Sapienza H. J. When do venture capitalists add value? *Journal of Business Venturing*, 1992, vol. 7, no. 1, pp. 9–28.
142. Sapienza H. J., Grimm C. M. Founder characteristics, start-up process, and strategy/structure variables as predictors of shortline railroad performance. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 1997, vol. 22, no. 1, pp. 5–23.
143. Saxenian A. Regional advantage: Culture and competition in Silicon Valley and Route 128. Cambridge, MA: Harvard University Press, 1994.
144. Saxenian A. Regional networks and the resurgence of Silicon Valley. *California Management Review*, 1990, vol. 33, pp. 89–111.

145. Schoonhoven C. B., Eisenhardt K. M., Lyman K. Speeding products to market: Waiting time to first product introduction in new firms. *Administrative Science Quarterly*, 1990, vol. 35, pp. 177–207.
146. Scott B. R. Stages of corporate development. Part I. *Boston: Harvard Case Services*, 1971, vol. 9, pp. 371–294.
147. Shane S. Prior knowledge and the discovery of entrepreneurial opportunities. *Organization Science*, 2000, vol. 11, no. 4, pp. 448–469.
148. Shane S. Technology strategy for managers and entrepreneurs. Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall, 2009.
149. Shane S., Cable D. Network ties, reputation, and the financing of new ventures. *Management Science*, 2002, vol. 48, no. 3, pp. 364–381.
150. Shepherd D. A., Douglas E. J., Shanley M. New venture survival: Ignorance, external shocks, and risk reduction strategies. *Journal of Business Venturing*, 2000, vol. 15, no. 5, pp. 393–417.
151. Shepherd D. A., Zacharakis A. A new venture's cognitive legitimacy: An assessment by customers. *Journal of Small Business Management*, 2003, vol. 41, no. 2, pp. 148–166.
152. Shrader R. C. Influences on and performance implications of internationalization by publicly owned U. S. new ventures: A risk taking perspective. Unpublished doctoral dissertation, Georgia State University, Atlanta, 1996.
153. Shrader R. C., Siegel D. S. Assessing the relationship between human capital and firm performance: Evidence from technology-based new ventures. *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 2007, vol. 31, no. 6, pp. 893–908.
154. Siegel R., Siegel E., MacMillan I. C. Characteristics distinguishing high-growth ventures. *Journal of Business Venturing*, 1993, vol. 8, pp. 169–180.
155. Singh J., Tucker D., House R. Organizational Legitimacy and the Liability of Newness. *Administrative Science Quarterly*, 1986, vol. 31, no. 2, pp. 171–193.
156. Smallbone D. Success and failure in new business start-ups. *International Small Business Journal*, 1990, vol. 8, no. 2, pp. 34–47.
157. Song M., Podoyntitsyna K., Van der Bij H., Halman J. Success factors in new ventures: a meta-analysis. *Journal of Product Innovation Management*, 2008, vol. 25, no. 1, pp. 7–27.
158. Song M., Wang T., Parry M. E. Do market information processes improve new venture performance? *Journal of Business Venturing*, 2010, vol. 25, no. 6, pp. 556–568.
159. Stam W., Elfring T. Entrepreneurial orientation and new venture performance: the moderating role of intra- and extraindustry social capital. *Academy of Management Journal*, 2008, vol. 51, no. 1, pp. 97–111.
160. Starr J., MacMillan I. C. Resource cooptation via social contracting: Resource acquisition strategies for new ventures. *Strategic Management Journal*, 1990, vol. 11, pp. 79–92.
161. Steffens P., Terjesen S., Davidsson P. Birds of a feather get lost together: new venture team composition and performance. *Small Business Economics*, 2012, vol. 39, no. 3, pp. 727–743.
162. Stinchcombe A. Organizations and Social Structure in Handbook of Organizations. Ed. J. G. March. Chicago, IL: Rand McNally, 1965.
163. Storey D. J. Understanding the small business sector. L.: Routledge, 1994.
164. Stuart R. W., Abetti P. Impact of entrepreneurial and management experience on early performance. *Journal of Business Venturing*, 1990, vol. 5, pp. 151–162.
165. Su Z., Xie E., Li Y. Entrepreneurial orientation and firm performance in new ventures and established firms. *Journal of Small Business Management*, 2011, vol. 49, no. 4, pp. 558–577.
166. Suchman M. C. Managing Legitimacy: Strategic and Institutional Approaches. *Academy of Management Journal*, 1995, vol. 20, no. 3, pp. 571–610.
167. Thakur S. P. Size of investment, opportunity choice and human resources in new venture growth: Some typologies. *Journal of Business Venturing*, 1999, vol. 14, no. 3, pp. 283–302.
168. Thornhill S., Amit R. Learning about failure: Bankruptcy, firm age and the resource-based view. *Organization Science*, 2003, vol. 14, no. 5, pp. 497–509.
169. Timmons J. A., Spinelli S. New venture creation: Entrepreneurship for the 21st century. Boston: Irwin McGraw-Hill, 2004.



170. Tocher N., Oswald S. L., Shook C. L., Adams G. Entrepreneur political skill and new venture performance: Extending the social competence perspective. *Entrepreneurship and Regional Development*, 2012, vol. 24, no. 5–6, pp. 283–305.
171. Tsai W. M.-H. Social capital, strategic relatedness and the formation of intraorganizational linkages. *Strategic Management Journal*, 2000, vol. 21, pp. 925–939.
172. Tsai W. M.-H., MacMillan I. C., Low M. B. Effects of strategy and environment on corporate venture success in industrial markets. *Journal of Business Venturing*, 1991, vol. 6, pp. 9–28.
173. Turcan R. V. International New Venture Legitimation: An Exploratory Study. *Administrative Sciences*, 2013, vol. 3, no. 4, pp. 237–265.
174. Vanacker T., Manigart S., Meuleman M., Sels L. A longitudinal study on the relationship between financial bootstrapping and new venture growth. *Entrepreneurship and Regional Development*, 2011, vol. 23, no. 9/10, pp. 681–705.
175. Vesper C. New venture strategies. Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall, 1990.
176. Weinzimmer L. G., Nystrom P. C., Freeman S. J. Measuring organizational growth: Issues, consequences and guidelines. *Journal of Management*, 1998, vol. 24, pp. 235–260.
177. West G. P., Noel T. W. The impact of knowledge resources on new venture performance. *Journal of Small Business Management*, 2009, vol. 47, no. 1, pp. 1–22.
178. Westhead P. A typology of new manufacturing firm founders in Wales: Performance measures and public policy implications. *Journal of Business Venturing*, 1990, vol. 5, pp. 103–122.
179. Zahra S. A. Technology, strategy, and new venture performance: A study of corporate-sponsored and independent biotechnology ventures. *Journal of Business Venturing*, 1996, vol. 11, pp. 289–321.
180. Zahra S. A., Bogner W. Technology strategy and software new ventures' performance: Exploring the moderating effects of the competitive environment. *Journal of Business Venturing*, 1999, vol. 15, pp. 135–173.
181. Zahra S. A., George G. Absorptive capacity: A review, reconceptualization, and extension. *Academy of Management Review*, 2002, vol. 27, pp. 185–203.
182. Zahra S. A., Neubaum D. O., El-Hagrassey G. M. Competitive analysis and new venture performance: Understanding the impact of strategic uncertainty and venture origin\*. *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 2002, vol. 27, no. 1, pp. 1–28.
183. Zhao Y. L., Song M., Storm G. L. Founding team capabilities and new venture performance: The mediating role of strategic positional advantages. *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 2013, vol. 37, no. 4, pp. 789–814.
184. Zimmerman M. A., Zeitz G. J. Beyond survival: achieving new venture growth by building legitimacy. *Academy of Management Review*, 2002, vol. 27, no. 3, pp. 414–431.

## References

1. Druker P. F. *Jepoha razryva: orientiry dlja nashego menjajushhegosja obshhestva*: per. s angl. M.: OOO «I. D. Vil'jams», 2007. 336 s.
2. Kolodnjaja G. V. V chem состоit fenomen rossijskogo predprinimatel'stva? *Rossijskoe predprinimatel'stvo*, 2008, №4, pp. 142–145.
3. Motovilov O. V. Gosudarstvennaja podderzhka malogo innovacionnogo predprinimatel'stva. *Vestnik Sankt-Peterburgskogo universiteta*. Serija 5: Jekonomika, 2012, № 1, pp. 35–48.
4. Chesbro G. *Otkrytie innovacii. Sozdanie pribyl'nyh tehnologij*: per. s angl. M.: Pokolenie, 2007. 336 p.
5. Shirokova G. V. *Zhiznennyj cikl organizacii: koncepcii i rossijskaja praktika*. SPb.: Izdat. dom S.-Peterb. gos. un-ta, 2007. 480 p.
6. Shirokova G. V., Shatalov A. I. Faktory rosta rossijskih predprinimatel'skih firm: rezul'taty jempiricheskogo analiza. *Vestnik SPbGU. Serija Menedzhment*, 2009, №2, pp. 3–31.
7. Aldrich H. *Organizational Evolving*. L: Sage, 1999.
8. Aldrich H., Auster E. Even dwarfs started small: Liabilities of size and age and their strategic implications. *Research in Organizational Behavior*, 1986, vol. 8, pp. 165–198.
9. Aldrich H. E., Fiol C. M. Fools rush in? The institutional context of industry creation. *Academy of Management Review*, 1994, vol. 19, no. 4, pp. 645–670.

10. Amason A. C., Shrader R. C., Tompson G. H. Newness and novelty: Relating top management team composition to new venture performance. *Journal of Business Venturing*, 2006, vol. 21, no. 1, pp. 125–148.
11. Arthurs J. D., Busenitz L. W. Dynamic capabilities and venture performance: The effects of venture capitalists. *Journal of Business Venturing*, 2006, vol. 21, no. 2, pp. 195–215.
12. Audretsch D. Innovation, growth and survival. *International Journal of Industrial Organization*, 1995, vol. 13 no. 4, pp. 441–457.
13. Bamford C. E., Dean T. J., McDougall P. P. An examination of the impact of initial founding conditions and decisions upon the performance of new bank start-ups. *Journal of Business Venturing*, 2000, vol. 15, pp. 253–277.
14. Baron R. A., Tang J. Entrepreneurs' social skills and new venture performance: Mediating mechanisms and cultural generality. *Journal of Management*, 2009, vol. 35, no. 2, pp. 282–306.
15. Batjargal B., Hitt M. A., Tsui A. S., Arregle J.-L., Webb J. W., Miller T. L. Institutional polycentrism, entrepreneurs' social networks, and new venture growth. *Academy of Management Journal*, 2013, vol. 56, no. 4, pp. 1024–1049.
16. Baum J. A. C., Oliver C. Institutional linkage and organizational mortality. *Administrative Science Quarterly*, 1991, vol. 37, pp. 187–218.
17. Baum J. R., Locke E. A. The relationship of entrepreneurial traits, skill, and motivation to subsequent venture growth. *Journal of Applied Psychology*, 2004, vol. 89, pp. 587–598.
18. Baum J. R., Locke E. A., Smith K. G. A multidimensional model of venture growth. *Academy of Management Journal*, 2001, vol. 44, pp. 292–303.
19. Beekman A. V., Robinson R. B. Supplier partnerships and the small, high-growth firm: Selecting for success. *Journal of Small Business Management*, 2004, vol. 42, no. 1, pp. 59–67.
20. Bengtsson M.; Johansson M. Managing coopetition to create opportunities for small firms. *International Small Business Journal*, 2014, vol. 32, no. 4, pp. 401–427.
21. Berger A. N., Udell G. F. The economics of small business finance: The roles of private equity and debt markets in the financial growth cycle. *Journal of Banking and Finance*, 1998, vol. 22, pp. 613–673.
22. Bhide A. *The Origin and Evolution of New Businesses*. Oxford: Oxford University Press, 2000.
23. Bhuian S., Menguc B., Bell S. Just entrepreneurial enough: the moderating effect of entrepreneurship on the relationship between market orientation and performance. *Journal of Business Research*, 2005, vol. 58, pp. 9–17.
24. Biggadike E. R. *Corporate diversification: Entry, strategy, and performance*. Cambridge, MA: Harvard University Press, 1979.
25. Blazenko G. W., Pavlov A. D., Eddy-Sumek F. New venture start-ups and technological innovation. *International Journal of Managerial Finance*, 2012, vol. 8, no. 1, pp. 4–35.
26. Block Z., MacMillan I. *Corporate venturing: Creating new businesses within the firm*. Boston, MA: Harvard Business School Press, 1993.
27. Bollingtoft A., Ulhoi J. P., Madsen H., Neergaard H. The effect of financial factors on the performance of new venture companies in high tech and knowledge-intensive industries: An empirical study in Denmark. *International Journal of Management*, 2003, vol. 20, pp. 535–547.
28. Box T. M., White M. A., Barr S. H. A contingency model of new manufacturing performance. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 1993, vol. 18, no. 2, pp. 31–45.
29. Bruderl J., Schussler R. Organizational mortality: the liabilities of newness and adolescence. *Administrative Science Quarterly*, 1990, vol. 35, pp. 530–547.
30. Brush C. G. *International entrepreneurship: The effect of firm age on motivation to internationalization*. N. Y.: US: Garland Publishing Co, 1995.
31. Brush C. G., Chaganti R. Businesses without glamour? An analysis of resources on performance by size and age in small service and retail firms. *Journal of Business Venturing*, 1998, vol. 14, pp. 233–257.
32. Brush C. G., Greene P., Hart M. M. From initial idea to unique advantage: The entrepreneurial challenge of constructing a resource base. *Academy of Management Executive*, 2001, vol. 15, pp. 64–81.
33. Buederal J., Preisendoerfer P., Ziegler R. Survival chances of newly founded business organiza-

- tions. *American Sociological Review*, 1992, vol. 57, pp. 227–242.
34. Campos H., José P., Parellada F. The entrepreneurial orientation-dominant logic-performance relationship in new ventures: an exploratory quantitative study. *Brazilian Administration Review*, 2012, vol. 9, no. 4, pp. 60–77.
  35. Cardon M. S. Contingent labor as an enabler of entrepreneurial growth. *Human Resource Management*, 2003, vol. 42, pp. 357–373.
  36. Carroll G. R. Organizational ecology. *Annual Review of Sociology*, 1984, vol. 10, pp. 71–93.
  37. Carroll G. R., Delacroix J. Organization almorality in the newspaper industries of Argentina and Ireland: An ecological approach. *Administrative Science Quarterly*, 1982, vol. 27, no. 2, pp. 169–198.
  38. Carter N. M., Stearns T. M., Reynolds P. D., Miller B. A. New venture strategies: Theory development with an empirical base. *Strategic Management Journal*, 1994, vol. 51, pp. 21–41.
  39. Castrogiovanni G. J. Environmental munificence: A theoretical assessment. *Academy of Management Review*, 1991, vol. 16, pp. 542–565.
  40. Chaganti R. S., Chaganti R. Pathways to failure of new ventures: markers of failed internet ventures. *Journal of Management and Public Policy*, 2012, vol. 4, no. 1, pp. 4–16.
  41. Chandler G. N., Hanks S. H. Market attractiveness, resource-based capabilities, venture strategies, and venture performance. *Journal of Business Venturing*, 1994a, vol. 9, pp. 331–349.
  42. Chandler G. N., Hanks S. H. Founder competence, the environment and venture performance. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 1994b, vol. 18, no. 3, pp. 77–89.
  43. Chandler G. N., Honig B., Wiklund J. Antecedents, moderators, and performance consequences of membership change in new venture teams. *Journal of Business Venturing*, 2005, vol. 20, no. 5, pp. 705–725.
  44. Chrisman J. J., Bauerschmidt A., Hofer C. W. The determinants of new venture performance: An extended model. *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 1998, vol. 23, no. 1, pp. 5–29.
  45. Chrisman J. J., McMullan E., Hall J. The influence of guided preparation on the long-term performance of new ventures. *Journal of Business Venturing*, 2005, vol. 20, pp. 769–791.
  46. Cooper A. C., Gimeno-Gascon F. J., Woo C. Y. Initial human and financial capital as predictors of new venture performance. *Journal of Business Venturing*, 1994, vol. 9, pp. 371–395.
  47. Cotae F. Part III: issues in entrepreneurship and small business: modifying phelan's model: a conceptual framework linking entrepreneurs to international new venture competitiveness. *Current Topics in Management*, 2011, vol. 15, pp. 155–173.
  48. Covin J. G., Slevin D. P., Covin T. J. Content and performance of growth-seeking strategies: A comparison of small firms in high- and low-technology industries. *Journal of Business Venturing*, 1990, vol. 5, pp. 391–412.
  49. Dahlqvist J., Davidsson P., Wiklund J. Initial conditions as predictors of new venture performance: A replication and extension of the Cooper et al. study. *Enterprise and Innovation Management Studies*, 2000, vol. 1, pp. 1–17.
  50. Danes S. M., Craft S. M., Jang J., Lee J. Liability of newness: Assessing couple social support when starting a new business venture. *Journal of Marital and Family Therapy*, 2013, vol. 39, no. 4, pp. 515–529.
  51. Davidsson P. Continued entrepreneurship: Ability, need, and opportunity as determinants of small firm growth. *Journal of Business Venturing*, 1991, vol. 6, pp. 405–429.
  52. Davidsson P., Honig B. The role of social and human capital among nascent entrepreneurs. *Journal of Business Venturing*, 2003, vol. 18, no. 3, pp. 301–324.
  53. De Jong A., Song M., Song L. Z. How lead founder personality affects new venture performance: The mediating role of team conflict. *Journal of Management*, 2013, vol. 39, no. 7, pp. 1825–1854.
  54. Delacroix J., Swaminathan A. Cosmetic, speculative, and adaptive organization change in the wine industry. *Administrative Science Quarterly*, 1991, vol. 26, pp. 631–661.
  55. Delmar F., Shane S. Does business planning facilitate the development of new ventures? *Strategic Management Journal*, 2003, vol. 24, no. 12, pp. 1165–1185.

56. Delmar F., Shane S. Legitimizing first: organizing activities and the survival of new ventures. *Journal of Business Venturing*, 2004, vol. 19, no. 3, pp. 385–398.
57. Dess G. G., Shaw J. D. Voluntary turnover, social capital and organizational performance. *Academy of Management Review*, 2001, vol. 26, pp. 446–456.
58. Dibrell C., Craig J. B., Moores K., Johnson A. J., Davis P. S. Factors critical in overcoming the liability of newness: highlighting the role of family. *Journal of Private Equity*, 2009, vol. 12, no. 2, pp. 38–48.
59. Duchesneau D. A., Gartner W. B. A profile of new venture success and failure in an emerging industry. *Journal of Business Venturing*, 1990, vol. 5, pp. 297–312.
60. Edwards A. C.; Sihvola E., Korhonen T., Pulkkinen L., Moilanen I., Kaprio J., Rose R. J., Dick D. M. Depressive symptoms and alcohol use are genetically and environmentally correlated across adolescence. *Behavior Genetics*, 2011, vol. 41, no. 4, pp. 476–487.
61. Eisenhardt K. M., Martin J. Dynamic capabilities: what are they? *Strategic Management Journal*, 2000, vol. 21, pp. 1105–1121.
62. Eisenhardt K. M., Schoonhoven C. B. Organizational growth: Linking founding team, strategy, environment, and growth among U. S. semiconductor ventures, 1978–1988. *Administrative Science Quarterly*, 1990, vol. 35, pp. 504–529.
63. Ensley M. D., Pearce C. L., Hmieleski K. M. The moderating effect of environmental dynamism on the relationship between entrepreneur leadership behavior and new venture performance. *Journal of Business Venturing*, 2006, vol. 21, no. 2, pp. 243–263.
64. Evans D., Leighton L. Some empirical aspects of entrepreneurship. *American Economic Review*, 1989, vol. 79, no. 3, pp. 519–535.
65. Feeser H. R., Willard G. E. Founding strategy and performance: A comparison of high and low growth high tech firms. *Strategic Management Journal*, 1990, vol. 11, pp. 87–98.
66. Feldman M. P., Florida R. The geographic sources of innovation: Technological infrastructure and product innovation in the United States. *Annals of the Association of American Geographers*, 1994, vol. 8, pp. 210–229.
67. Fern M. J., Cardinal L. B., O'Neill H. M. The genesis of strategy in new ventures: escaping the constraints of founder and team knowledge. *Strategic Management Journal*, 2012, vol. 33, no. 4, pp. 427–447.
68. Fichman M., Levinthal D. A. Honeymoons and the liability of adolescence: a new perspective on duration dependence in social and organizational relationships. *Academy of Management Review*, 1991, vol. 16, pp. 442–468.
69. Folta T. B., Cooper A. C., Baik Y.-S. Geographic cluster size and firm performance. *Journal of Business Venturing*, 2006, vol. 21, pp. 217–242.
70. Freeman J., Carroll R., Hannan M. T. The liability of newness: Age dependence in organizational death rates. *American Sociological Review*, 1983, vol. 48, pp. 692–710.
71. Freeman J., Engel J. S. Models of innovation: start-ups and mature corporations. *California Management Review*, 2007, vol. 50, no. 1, pp. 4, 94–119.
72. Gambetta D. Trust: Making and breaking cooperative relations. N. Y.: Basil Blackwell, 1988.
73. Gartner W. B. A conceptual framework for describing the phenomenon of new venture creation. *Academy of Management Review*, 1985, vol. 10, pp. 696–706.
74. Gilbert B. A., McDougall P. P., Audretsch D. B. New venture growth: A review and extension. *Journal of Management*, 2006, vol. 32, no. 6, pp. 926–950.
75. Ginn C. W., Sexton D. L. A comparison of the personality type dimensions of the 1987 Inc. 500 company founders/CEOs with those of slower-growth firms. *Journal of Business Venturing*, 1990, vol. 5, pp. 313–326.
76. Goldberg A., Cohen G., Fiegenbaum A. Reputation building: Small business strategies for successful venture development. *Journal of Small Business Management*, 2003, vol. 41, no. 2, pp. 168–186.
77. Greve A., Salaff J. W. Social networks and entrepreneurship. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 2003, vol. 28, no. 1, pp. 1–22.
78. Gruber M., Henkel J. New ventures based on open innovation — an empirical analysis of start-up firms in embedded Linux. *International Journal of Technology Management*, 2006, vol. 33, no. 4, pp. 356–72.

79. Hanks S. H., Watson C. J., Jansen E., Chandler G. N. Tightening the life-cycle construct: A taxonomic study of growth stage configurations in high-technology organizations. *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 1993, vol. 18, no. 2, pp. 5–29.
80. Hannan M. T., Freeman J. The population ecology of organizations. *American Journal of Sociology*, 1977, vol. 82, pp. 929–964.
81. Hao J., Alon I., Chun K. K., Yu C. When should organizational change be implemented? The moderating effect of environmental dynamism between dynamic capabilities and new venture performance. *Journal of Engineering and Technology Management*, 2013, vol. 30, no. 2, pp. 188–205.
82. Hatton L. Modeling the effects of new venture strategy on the environment. *Journal of Management and Marketing Research*, 2011, vol. 8, pp. 1–10.
83. Henderson A. D. Firm strategy and age dependence: A contingent view of the liabilities of newness, adolescence and obsolescence. *Administrative Science Quarterly*, 1999, vol. 44, no. 2, pp. 281–314.
84. Hinings C. R., Greenwood R. The dynamics of strategic change. Oxford, England: Basil Blackwell, 1988.
85. Hitt M., Ireland R., Camp S., Sexton D. Strategic entrepreneurship: Entrepreneurial strategies for wealth creation. *Strategic Management Journal*, 2001, vol. 22, no. 6/7, pp. 479–491.
86. Hmieleski K. M., Baron R. A. Entrepreneurs' optimism and new venture performance: A social cognitive perspective. *Academy of Management Journal*, 2009, vol. 52, no. 3, pp. 473–488.
87. Hmieleski K. M., Cole M. S., Baron R. A. Shared authentic leadership and new venture performance. *Journal of Management*, 2012, vol. 38, no. 5, pp. 1476–1499.
88. Hoelscher M., Elango B. The impact of business climate, foreign population and unemployment on new venture creation. *Journal of Developmental Entrepreneurship*, 2012, vol. 17, no. 4, pp. 1–15.
89. Hung H. Formation and survival of new ventures. *International Small Business Journal*, 2006, vol. 24, no. 4, pp. 359–378.
90. Kale S., Arditi D. Business failures: Liabilities of newness, adolescence, and smallness. *Journal of Construction Engineering and Management*, 1998, vol. 124, no. 6, pp. 458–464.
91. Kazanjian R. K. Relation of dominant problems to stages of growth in technology-based new ventures. *Academy of Management Journal*, 1988, vol. 31, no. 2, pp. 257–279.
92. Kazanjian R. K., Drazin R. A stage-contingent model of design and growth for technology based new ventures. *Journal of Business Venturing*, 1990, vol. 5, pp. 137–150.
93. Keeley R. H., Roure J. B. Management strategy, and industry structure as influences on the success of new firms: A structural model. *Management Science*, 1990, vol. 36, pp. 1256–1267.
94. Kerin R. A., Varadarajan P. R., Peterson R. A. First-mover advantage: A synthesis, conceptual framework, and research propositions. *Journal of Marketing*, 1992, vol. 56, pp. 33–52.
95. Kessler W., McGinnis L., Bennett N., Kessler W., McGinnis L., Bennett N. Enterprise transformation and manufacturing in a global enterprise. *Information Knowledge Systems Management*, 2012, vol. 11, no. 1, pp. 5–22.
96. Klotz A. C., Hmieleski K. M., Bradley B. H., Busenitz L. W. New venture teams: A review of the literature and roadmap for future research. *Journal of Management*, 2014, vol. 40, no. 1, p. 226–255.
97. Koeller C. T., Lechler T. G. Economic and managerial perspectives on new venture growth: An integrated analysis. *Small Business Economics*, 2006, vol. 26, no. 5, pp. 427–437.
98. Kor Y. Y., Misangyi V. F. Outside directors' industry-specific experience and firms' liability of newness. *Strategic Management Journal*, 2008, vol. 29, no. 12, pp. 1345–1355.
99. Lant T. K., Milliken F. J., Batra B. The role of managerial learning and interpretation in strategic persistence and reorientation: An empirical exploration. *Strategic Management Journal*, 1992, vol. 13, pp. 585–608.
100. Lechner C., Dowling M. Firm networks: External relationships as sources for the growth and competitiveness of entrepreneurial firms. *Entrepreneurship and Regional Development*, 2003, vol. 15, pp. 1–26.
101. Lee C., Lee, K., Pennings J. M. Internal capabilities, external networks, and performance: A study

- on technology-based ventures. *Strategic Management Journal*, 2001, vol. 22, pp. 615–640.
102. Lewis J. D., Weigert A. Trust as a social reality. *Social Forces*, 1985, vol. 43, no. 4, pp. 967–985.
  103. Li H., Zhang Y. The role of managers' political networking and functional experience in new venture performance: Evidence from China's transition economy. *Strategic Management Journal*, 2007, vol. 28, no. 8, pp. 791–804.
  104. Lin C., Li C. The effect of boundary-spanning search on breakthrough innovations of new technology ventures. *Industry and Innovation*, 2013, vol. 20, no. 2, pp. 93–113.
  105. Lööf H., Nabavi P. Survival, productivity and growth of new ventures across locations. *Small Business Economics*, 2014, vol. 43, no. 2, pp. 477–491.
  106. Mai Y., Zheng Y. How on-the-job embeddedness influences new venture creation and growth. *Journal of Small Business Management*, 2013, vol. 51, no. 4, pp. 508–524.
  107. McDougall P. P., Covin J. G., Robinson R. B., Heron L. The effects of industry growth and strategic breadth on new venture performance and strategy content. *Strategic Management Journal*, 1994, vol. 15, pp. 537–554.
  108. McDougall P. P., Robinson R. B. Jr., DeNisi A. S. Modeling new venture performance: An analysis of new venture strategy, industry structure, and venture origin. *Journal of Business Venturing*, 1992, vol. 7, pp. 267–289.
  109. McGee J., Dowling M. Using R&D cooperative arrangements to leverage managerial experience: A study of technology-intensive new ventures. *Journal of Business Venturing*, 1994, vol. 9, no. 1, pp. 33–48.
  110. McGrath R. G., MacMillan I., Tushman M. The role of executive team actions in shaping dominant designs: towards the strategic shaping of technological progress. *Strategic Management Journal*, 1992, vol. 13, pp. 137–161.
  111. McGrath R. G., Venkatraman S., MacMillan I. C. The advantage chain: Antecedents to rents from internal corporate ventures. *Journal of Business Venturing*, 1994, vol. 9, pp. 351–369.
  112. McMullen J. S., Shepherd D. A. Entrepreneurial action and the role of uncertainty in the theory of the entrepreneur. *Academy of Management Review*, 2006, vol. 31, pp. 132–152.
  113. Meyer J. W., Rowan B. Institutionalized Organizations: Formal Structure as Myth and Ceremony. *American Journal of Sociology*, 1977, vol. 83, no. 2, pp. 340–363.
  114. Morse E. A., Fowler S. W., Lawrence T. B. The impact of virtual embeddedness on new venture survival: Overcoming the liabilities of newness. *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 2007, vol. 31, no. 2, pp. 139–159.
  115. Mullins J. W. Early growth decisions of entrepreneurs: The influence of competency and prior performance under changing market conditions. *Journal of Business Venturing*, 1996, vol. 11, pp. 89–105.
  116. Murphy G. B., Trailer J. W., Hill R. C. Measuring performance in entrepreneurship research. *Journal of Business Research*, 1996, vol. 36, pp. 15–23.
  117. Nagy B. G., Blair E. S., Lohrke F. T. Developing a scale to measure liabilities and assets of newness after start-up. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 2014, vol. 10, no. 2, pp. 277–95.
  118. Nambisan S., Baron R. A. Entrepreneurship in innovation ecosystems: entrepreneurs' self-regulatory processes and their implications for new venture success. *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 2013, vol. 37, no. 5, pp. 1071–1097.
  119. Nelson R., Winter S. An evolutionary theory of economic change. Cambridge, MA: Belknap Press of Harvard University Press, 1982.
  120. Nicholls-Nixon C. L., Cooper A. C., Woo C. Y. Strategic experimentation: understanding change and performance in new ventures. *Journal of Business Venturing*, 2000, vol. 15, no. 5–6, pp. 493–524.
  121. Normann R. Managing for growth. N. Y.: Wiley, 1977.
  122. Olson P. D., Bokor D. W. Strategy process-content interaction: Effects on growth performance in small, start-up firms. *Journal of Small Business Management*, 1995, pp. 34–36.
  123. Ostgaard T. A., Birley S. New venture growth and personal networks. *Journal of Business Research*, 1996, vol. 36, no. 1, pp. 37–50.

124. Oviatt B., McDougall P. Toward a theory of international new ventures. *Journal of International Business Studies*, 1994, vol. 25, pp. 45–64.
125. Park S. H., Bae Z.-T. New venture strategies in a developing country: Identifying a typology and examining growth patterns through case studies. *Journal of Business Venturing*, 2004, vol. 19, no. 1, pp. 81–106.
126. Park S. H., Chen R., Gallagher S. Firm resources as moderators of the relationship between market growth and strategic alliances in semiconductor start-ups. *Academy of Management Journal*, 2002, vol. 45, pp. 527–545.
127. Patel P. C., Fiet J. O., Sohl J. E. Mitigating the limited scalability of bootstrapping through strategic alliances to enhance new venture growth. *International Small Business Journal*, 2011, vol. 29, no. 5, pp. 421–447.
128. Pfeffer J., Salancik G. R. The external control of organizations: A resource dependence perspective. N. Y.: Harper and Row, 1978.
129. Porter M. E. The competitive advantage of the inner city. *Harvard Business Review*, 1995, pp. 55–71.
130. Putnam R. D. Bowling alone: America's declining social capital. *Journal of Democracy*, 1995, vol. 6, pp. 65–78.
131. Quinn R. E., Cameron K. Organizational life cycles and shifting criteria of effectiveness: some preliminary evidence. *Management Science*, 1983, vol. 29, no. 1, pp. 33–51.
132. Rabbiosi L., Santangelo G. D. Parent company benefits from reverse knowledge transfer: The role of the liability of newness in MNEs. *Journal of World Business*, 2013, vol. 48, no. 1, pp. 160–170.
133. Reynolds P., Miller B. New firm gestation: conception, birth, and implications for research. *Journal of Business Venturing*, 1992, vol. 7, pp. 405–417.
134. Reynolds P. D., White S. The entrepreneurial process: Economic growth, men, women, and minorities. Westport, CT: Quorum, 1997.
135. Roberts E. The success of high-technology firms: Early technological and marketing influences. *Interfaces*, 1992, vol. 22, no. 4, pp. 3–12.
136. Robinson K. C., McDougall P. P. Entry barriers and new venture performance: a comparison of universal and contingency approaches. *Strategic Management Journal*, 2001, vol. 22, no. 6/7, pp. 659–686.
137. Romanelli E., Schoonhoven C. B. The local origins of new firms. *The entrepreneurship dynamic*, 2001, pp. 40–67.
138. Sahlman W. How to write a great business plan. *Harvard Business Review*, 1997, vol. 75, pp. 98–108.
139. Sandberg W. R., Hofer C. Improving new venture performance: the role of strategy, industry structure, and the entrepreneur. *Journal of Business Venturing*, 1987, vol. 2, no. 1, pp. 5–28.
140. Sandberg W. R. New venture performance: The role of strategy and industry structure. Lexington, MA: Lexington Books, 1986.
141. Sapienza H. J. When do venture capitalists add value? *Journal of Business Venturing*, 1992, vol. 7, no. 1, pp. 9–28.
142. Sapienza H. J., Grimm C. M. Founder characteristics, start-up process, and strategy/structure variables as predictors of shortline railroad performance. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 1997, vol. 22, no. 1, pp. 5–23.
143. Saxenian A. Regional advantage: Culture and competition in Silicon Valley and Route 128. Cambridge, MA: Harvard University Press, 1994.
144. Saxenian A. Regional networks and the resurgence of Silicon Valley. *California Management Review*, 1990, vol. 33, pp. 89–111.
145. Schoonhoven C. B., Eisenhardt K. M., Lyman K. Speeding products to market: Waiting time to first product introduction in new firms. *Administrative Science Quarterly*, 1990, vol. 35, pp. 177–207.
146. Scott B. R. Stages of corporate development — Part I. *Boston: Harvard Case Services*, 1971, vol. 9, pp. 371–294.
147. Shane S. Prior knowledge and the discovery of entrepreneurial opportunities. *Organization Science*, 2000, vol. 11, no. 4, pp. 448–469.
148. Shane S. Technology strategy for managers and entrepreneurs. Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall, 2009.
149. Shane S., Cable D. Network ties, reputation, and the financing of new ventures. *Management Science*, 2002, vol. 48, no. 3, pp. 364–381.

150. Shepherd D. A., Douglas E. J., Shanley M. New venture survival: Ignorance, external shocks, and risk reduction strategies. *Journal of Business Venturing*, 2000, vol. 15, no. 5, pp. 393–417.
151. Shepherd D. A., Zacharakis A. A new venture's cognitive legitimacy: An assessment by customers. *Journal of Small Business Management*, 2003, vol. 41, no. 2, pp. 148–166.
152. Shrader R. C. Influences on and performance implications of internationalization by publicly owned U. S. new ventures: A risk taking perspective. Unpublished doctoral dissertation, Georgia State University, Atlanta, 1996.
153. Shrader R. C., Siegel D. S. Assessing the relationship between human capital and firm performance: Evidence from technology-based new ventures. *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 2007, vol. 31, no. 6, pp. 893–908.
154. Siegel R., Siegel E., MacMillan I. C. Characteristics distinguishing high-growth ventures. *Journal of Business Venturing*, 1993, vol. 8, pp. 169–180.
155. Singh J., Tucker D., House R. Organizational Legitimacy and the Liability of Newness. *Administrative Science Quarterly*, 1986, vol. 31, no. 2, pp. 171–193.
156. Smallbone D. Success and failure in new business start-ups. *International Small Business Journal*, 1990, vol. 8, no. 2, pp. 34–47.
157. Song M., Podoyntitsyna K., Van der Bij H., Halman J. Success factors in new ventures: a meta-analysis. *Journal of Product Innovation Management*, 2008, vol. 25, no. 1, pp. 7–27.
158. Song M., Wang T., Parry M. E. Do market information processes improve new venture performance? *Journal of Business Venturing*, 2010, vol. 25, no. 6, pp. 556–568.
159. Stam W., Elfring T. Entrepreneurial orientation and new venture performance: the moderating role of intra- and extraindustry social capital. *Academy of Management Journal*, 2008, vol. 51, no. 1, pp. 97–111.
160. Starr J., MacMillan I. C. Resource cooptation via social contracting: Resource acquisition strategies for new ventures. *Strategic Management Journal*, 1990, vol. 11, pp. 79–92.
161. Steffens P., Terjesen S., Davidsson P. Birds of a feather get lost together: new venture team composition and performance. *Small Business Economics*, 2012, vol. 39, no. 3, pp. 727–743.
162. Stinchcombe A. *Organizations and Social Structure in Handbook of Organizations*. Ed. J. G. March. Chicago, IL: Rand McNally, 1965.
163. Storey D. J. Understanding the small business sector. L.: Routledge, 1994.
164. Stuart R. W., Abetti P. Impact of entrepreneurial and management experience on early performance. *Journal of Business Venturing*, 1990, vol. 5, pp. 151–162.
165. Su Z., Xie E., Li Y. Entrepreneurial orientation and firm performance in new ventures and established firms. *Journal of Small Business Management*, 2011, vol. 49, no. 4, pp. 558–577.
166. Suchman M. C. Managing Legitimacy: Strategic and Institutional Approaches. *Academy of Management Journal*, 1995, vol. 20, no. 3, pp. 571–610.
167. Thakur S. P. Size of investment, opportunity choice and human resources in new venture growth: Some typologies. *Journal of Business Venturing*, 1999, vol. 14, no. 3, pp. 283–302.
168. Thornhill S., Amit R. Learning about failure: Bankruptcy, firm age and the resource-based view. *Organization Science*, 2003, vol. 14, no. 5, pp. 497–509.
169. Timmons J. A., Spinelli S. New venture creation: Entrepreneurship for the 21st century. Boston: Irwin McGraw-Hill, 2004.
170. Tocher N., Oswald S. L., Shook C. L., Adams G. Entrepreneur political skill and new venture performance: Extending the social competence perspective. *Entrepreneurship and Regional Development*, 2012, vol. 24, no. 5–6, pp. 283–305.
171. Tsai W. M.-H. Social capital, strategic relatedness and the formation of intraorganizational linkages. *Strategic Management Journal*, 2000, vol. 21, pp. 925–939.
172. Tsai W. M.-H., MacMillan I. C., Low M. B. Effects of strategy and environment on corporate venture success in industrial markets. *Journal of Business Venturing*, 1991, vol. 6, pp. 9–28.
173. Turcan R. V. International New Venture Legitimation: An Exploratory Study. *Administrative Sciences*, 2013, vol. 3, no. 4, pp. 237–265.
174. Vanacker T., Manigart S., Meuleman M., Sels L. A longitudinal study on the relationship be-



- tween financial bootstrapping and new venture growth. *Entrepreneurship and Regional Development*, 2011, vol. 23, no. 9/10, pp. 681–705.
175. Vesper C. New venture strategies. Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall, 1990.
176. Weinzimmer L. G., Nystrom P. C., Freeman S. J. Measuring organizational growth: Issues, consequences and guidelines. *Journal of Management*, 1998, vol. 24, pp. 235–260.
177. West G. P., Noel T. W. The impact of knowledge resources on new venture performance. *Journal of Small Business Management*, 2009, vol. 47, no. 1, pp. 1–22.
178. Westhead P. A typology of new manufacturing firm founders in Wales: Performance measures and public policy implications. *Journal of Business Venturing*, 1990, vol. 5, pp. 103–122.
179. Zahra S. A. Technology, strategy, and new venture performance: A study of corporate-sponsored and independent biotechnology ventures. *Journal of Business Venturing*, 1996, vol. 11, pp. 289–321.
180. Zahra S. A., Bogner W. Technology strategy and software new ventures' performance: Exploring the moderating effects of the competitive environment. *Journal of Business Venturing*, 1999, vol. 15, pp. 135–173.
181. Zahra S. A., George G. Absorptive capacity: A review, reconceptualization, and extension. *Academy of Management Review*, 2002, vol. 27, pp. 185–203.
182. Zahra S. A., Neubaum D. O., El-Hagrassey G. M. Competitive analysis and new venture performance: Understanding the impact of strategic uncertainty and venture origin\*. *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 2002, vol. 27, no. 1, pp. 1–28.
183. Zhao Y. L., Song M., Storm G. L. Founding team capabilities and new venture performance: The mediating role of strategic positional advantages. *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 2013, vol. 37, no. 4, pp. 789–814.
184. Zimmerman M. A., Zeitz G. J. Beyond survival: achieving new venture growth by building legitimacy. *Academy of Management Review*, 2002, vol. 27, no. 3, pp. 414–431.

---

Y. Bystrova, St. Petersburg State University, Graduate school of management (SPbU GSOM), St. Petersburg, Russia. [juliatunis@mail.ru](mailto:juliatunis@mail.ru)

G. Shirokova, St. Petersburg State University, Graduate school of management (SPbU GSOM), St. Petersburg, Russia, [shirokova@gsom.spbpu.ru](mailto:shirokova@gsom.spbpu.ru)

## What do we know about new ventures?

### Definitions, characteristics and factors influencing their growth

This article attempts to systematize the existing knowledge about factors influencing new venture growth, through literature review of 56 research articles in this area. New venture definitions and characteristics are discussed in this study. Based on the literature review key factors that influence new venture growth are identified, which contain business environment, including industry and geographical characteristics, new venture strategy and firm internal environment, representing personal features, experience and competence level of entrepreneur or entrepreneurial team, firm resources, its capabilities and organizational structure. Influence of each of them may differ from time to time and depend on the particular circumstances certainly, but the fact of their impact is evident based on the results of conducted research studies. As the result of literature review we identified the main gaps in this new venture research stream, and proposed further research directions.

**Keywords:** new venture, growth, growth factors, firm performance.