

Широкова Г. В., докт. экон. наук, профессор кафедры стратегического и международного менеджмента Высшей школы менеджмента СПбГУ, главный научный сотрудник кафедры менеджмента Школы экономики и менеджмента ДВФУ, Санкт-Петербург, shirokova@gsom.spbpu.ru

Скалецкий Е. В., аспирант кафедры менеджмента Школы экономики и менеджмента ДВФУ, г. Владивосток, skaletskiy@yandex.ru

Основные направления исследований роста фирмы: анализ литературы

Проблема выявления факторов, способствующих росту фирм, — ключевая в стратегическом менеджменте. Стабильный интерес со стороны академического сообщества, выражающийся в значительном числе публикаций, затрагивающих данную проблематику, свидетельствует о ее актуальности, несмотря на достаточную изученность. Цель данной статьи — выделение основных направлений исследований, посвященных изучению роста фирмы, опубликованных в ведущих международных журналах по менеджменту и предпринимательству в период с 1990 по 2016 г. На основе анализа 163 статей выделено четыре основных направления исследований роста фирмы: влияние личных характеристик предпринимателя на рост фирмы, влияние различного типа ресурсов, внутрифирменных характеристик, влияние факторов внешней среды. В каждом направлении проведено деление второго порядка в зависимости от фокуса публикации. На следующем уровне были выявлены направление, сила и характер влияния факторов, относящихся к каждой подгруппе, на рост фирм. Проведенная структуризация результатов научных исследований позволяет сформировать понимание современного этапа развития исследовательского поля и дает возможность обозначить направления дальнейшего развития исследований факторов роста фирм.

Ключевые слова: рост фирм, факторы роста фирм, стратегический менеджмент, малый и средний бизнес, анализ литературы.

Введение

На современном этапе экономического развития общества создание условий для развития предпринимательства входит в состав приоритетных направлений для программ реализации государственной политики в разных странах мира [Lutchje, Franke, 2003]. Результаты исследований подтверждают положительное влияние предпринимательской активности населения на рост добавленной ценности в экономике [Anyadike-Danes et al., 2015; Vygrave, Minniti, 2000; Hessels van Stel, 2011]. Однако это происходит за счет небольшой группы быстрорастущих фирм, присутствующих в каждой отрасли, которые создают большинство новых рабочих мест и определяют дальнейшее развитие экономики

[Shane, 2009; Wong et al., 2005], в то время как большинство фирм либо прекращают свою деятельность, не справившись с повышенными рисками, либо остаются на этапе выживания (*marginal surviving*) [Cooper et al., 1994; Leitch et al., 2010]. Таким образом, государство заинтересовано в первую очередь в поддержке создания и развития быстрорастущих фирм [Fischer, Reuber, 2003].

Рост очень важен для фирмы, потому что позволяет ей привлекать капитал за счет реализации возможностей, имеющих на рынке, и наряду с прибыльностью является основным индикатором результативности деятельности фирмы. Рост имеет большое значение для любых фирм, но для фирм малого и среднего бизнеса его значимость гораздо выше. Прежде всего в отличие от остальных участников рынка малые

и средние фирмы подвержены влиянию уязвимости малого размера (*liability of smallness*) [Aldrich, Auster, 1986], выражающейся в нехватке финансовых ресурсов и слабости административной системы. Эти особенности в совокупности с ограниченностью перспектив для внутрифирменного карьерного роста затрудняют привлечение квалифицированных сотрудников. Кроме того, повышенные издержки из-за отсутствия экономии на масштабе производства снижают конкурентоспособность фирм малого и среднего бизнеса на рынке. Таким образом, если для крупных фирм рост — показатель устойчивого развития, то для малых и средних — индикатор выживания и обретения устойчивости. Кроме того, как подчеркивают многочисленные современные исследования, малые фирмы имеют более высокий потенциал и демонстрируют более высокие темпы роста [Burghardt, Helm, 2015; Daunfeldt, Elert, 2013; Fotopoulos, Giotopoulos, 2010].

Почему у одних фирм есть рост, а у других — нет? Этот вопрос в научной среде актуален в области исследований предпринимательства, и поиску ответа на него посвящено большое количество научных работ. Первые попытки исследователей ответить на этот вопрос были предприняты в первой половине XX в. Однако, несмотря на более чем полувековую историю изучения, феномен роста фирмы до сих пор остается одним из центральных в изучении предпринимательства [Delmar et al., 2003; Loof, Nabavi, 2015; McKelvie, Wiklund, 2010], так как до сих пор неясно, какие факторы способствуют росту фирмы и что должна сделать команда топ-менеджмента для обеспечения устойчивого роста.

Цель данной работы — выявление основных направлений исследований факторов роста фирмы путем проведения систематического анализа публикаций в ведущих международных журналах по менеджменту и предпринимательству. Это позволит получить более полную картину существующих знаний о росте фирмы и поможет сформу-

лировать актуальные исследовательские вопросы для будущих научных изысканий в этой области.

Подходы к измерению роста фирмы

Рост фирмы — комплексный, динамичный и нелинейный процесс, включающий в себя взаимодействие экономических, социальных и культурных факторов [Audrestch et al., 2014; Delmar et al., 2003]. Первые попытки объяснения феномена роста фирмы предпринимаются с начала 30-х годов XX в. Р. Джиграт в исследовании [Gibrat, 1931], посвященном выявлению влияния размера на рост фирмы, приходит к выводу об отсутствии связи между этими переменными. Дальнейшее развитие исследований роста фирмы связано с работами Э. Пенроуз, в которых для изучения роста фирмы использовался биологический подход [Penrose, 1952], впоследствии дополненный управленческими характеристиками [Penrose, 1955] и ресурсной концепцией [Penrose, 1956]. Результаты этих исследований послужили основой для формирования теории роста фирмы [Penrose, 1959] — доминирующего подхода к изучению роста фирмы до настоящего времени.

Принимая во внимание существование различий среди популяции фирм, Пенроуз отмечает, что «неоднородность... продуктивных услуг, доступных или потенциально доступных от использования ее ресурсов, обеспечивает каждой фирме индивидуальность» [Каткало, 2006; Penrose, 1959, с. 75]. В качестве основообразующего ресурса Пенроуз рассматривает организационные способности фирмы, отражающиеся в поиске внутренних источников роста, в условиях ограниченности ресурсов за счет вовлечения ранее незадействованных или реконфигурации имеющихся ресурсов для реализации рыночных возможностей. Использование ранее незадействованных или использованных неэффективно ресурсов позволяет фирме повышать эффективность и проводить ди-

версификацию деятельности. Ограниченность ресурсов двойственно влияет на природу роста фирмы: с одной стороны, нехватка капитала подталкивает фирму к стимулированию роста традиционными мерами, такими как рыночная экспансия, с другой — ограниченность ресурсов сокращает возможности для создания новой ценности путем их реконфигурации [Bradley et al., 2011].

Исследователи роста фирмы подчеркивают, что развитие концепций и теории роста фирмы движется медленно [Davidsson, Wiklund, 2000; Shepherd, Wiklund, 2009]. Существующие модели роста фирмы имеют слабую объясняющую и, как следствие, предикативную силу [Coad et al., 2013; Davidsson, 1991; Shepherd, Wiklund, 2009]. Так, например, ряд авторов [Aisabie, 1992; Coad et al., 2013; Steffensons et al., 2009] приходит к выводу, что рост малых фирм имеет по большей части случайный характер и не может быть убедительно объяснен в рамках существующих теорий. В исследованиях [Aisabie, 1992; Coad et al., 2013] авторы рассматривают рост как случайное событие, при этом роль ресурсов сводится к поддержанию жизнедеятельности фирмы. Очевидно, что подобная модель роста имеет весьма ограниченное теоретическое и практическое значение.

Одна из основных причин медленного развития теории роста фирмы — отсутствие единого критерия для измерения роста фирмы, что усложняет обобщение и систематизацию результатов различных эмпирических исследований. Непостоянство и гетерогенность феномена роста значительно затрудняют его изучение. В исследовании [Delmar et al., 2003] на основании лонгитюдного анализа авторы приходят к выводу, что природа роста фирмы неоднородна, и выделяют семь типов быстрорастущих фирм, каждый из которых характеризуется собственным драйвером роста. В исследовании [Delmar, 1997] отмечается зависимость результатов исследования роста от выбора зависимой переменной, измеряющей рост фирмы.

Среди наиболее часто используемых переменных выделяют рост продаж и рост численности сотрудников. Однако выбранные индикаторы также подвергаются критике и не являются универсальными. Так, например, Бринкманн с соавторами [Brinckmann et al., 2011] полагают, что рост фирмы нецелесообразно измерять увеличением численности сотрудников, поскольку это увеличение имеет отложенный эффект на рост фирмы только после того, как сотрудники пройдут обучение и адаптируются к существующей организационной структуре. Кроме того, в инновационных и высокотехнологичных сферах рост фирмы не всегда отражается в росте численности сотрудников. Исследование [Chandler et al., 2009] более детально изучает связь между ростом численности сотрудников и объемом продаж, постулируя, что рост численности сотрудников сопутствует росту объема продаж только в случае, если человеческий капитал сотрудников специфичен и издержки на поиск сотрудника и вызванную этим неопределенность ниже, чем издержки на использование аутсорсинга. Исследование [Kiviluoto, 2013] показало, что рост объема продаж не может быть надежным показателем успеха фирмы, а в работе [Bruneel et al., 2012] утверждается, что, хотя рост продаж — наиболее распространенный критерий для измерения роста, он несовершенен, поскольку не учитывает инвестиции в разработку новой продукции, дающие эффект в последующих периодах.

Кроме того, достижение фирмой высоких темпов роста в одном периоде не связано с достижением высоких темпов роста в последующих периодах [Federico, Capellras, 2015; Headd, Kirchoff, 2009; Mitra, Pingali, 1999; Petrunia, 2008]. Меньше четверти фирм показывают рост выручки два года подряд [Orser et al., 2000]. Частично это можно объяснить сменой стратегии развития фирмы [Mitra, Pingali, 1999], однако главная причина — сложность управления малой быстрорастущей фирмой. В работе [Shepherd, Wiklund, 2009] на основе анализа

различных эмпирических исследований, использующих различные показатели, авторы приходят к выводу, что в зависимости от выбора характера показателей (абсолютные/относительные), индикаторов роста (рост продаж, численности сотрудников, прибыли, активов, капитала) и временного промежутка для измерений полученные результаты отличаются, что создает возможности для применения альтернативных теорий, учитывающих различные показатели роста.

Представляется, что использование лонгитюдных данных наиболее оптимально для исследования роста фирмы, поскольку сбор информации в несколько периодов времени позволяет отследить динамику изменения показателей и нелинейность процесса. Однако из-за сложности проведения сбора информации в несколько волн ряд исследователей принимает в качестве зависимой переменной предпринимательские стремления к росту фирм (*growth aspiration*) — показатель, отражающий субъективное восприятие условий для ведения бизнеса [Autio, Acz, 2010; Gartner, Liao, 2012; Estrin et al., 2013; Manolova et al., 2012]. Несмотря на то что стремление к росту значительно влияет на рост и успех фирмы [Gartner, Liao, 2012], в оценке предпринимателя высока доля субъективизма, что также приводит к неоднозначной оценке этого показателя роста фирмы. Таким образом, несмотря на довольно долгую историю изучения феномена роста фирмы, ученые не выработали единого мнения относительно как природы роста фирмы, так и наиболее удачного подхода к его измерению.

Метод проведения анализа литературы

В систематический анализ исследований роста фирмы включались как эмпирические статьи, так и концептуальные публикации, направленные на расширение существующих концепций роста фирмы, опубликованные с 1990 по 2016 г. Временной отрезок

в 20–25 лет нередко используется для анализа литературы в исследованиях предпринимательства, поскольку позволяет отследить динамику развития исследовательского поля [Беляева, 2015; Cacciotti, Hayton, 2015; Gilbert et al., 2006].

На первом этапе исследования авторами были отобраны ведущие международные журналы в области предпринимательства, относящиеся к категории А и В списка журналов Ассоциации бизнес-школ (Association of Business Schools — ABS): *Entrepreneurship: Theory and Practice*; *Journal of Business Venturing*; *Strategic Entrepreneurship Journal*; *Journal of Small Business Management*; *Small Business Economics*; *Entrepreneurship and Regional Development*; *International Small Business Journal*. К ним были добавлены два журнала категории А: в области общего менеджмента — *Academy of Management Journal*; в области стратегического менеджмента — *Strategic Management Journal* по версии ABS. Данные журналы были отобраны, поскольку в них публикуются исследования по изучению роста фирмы, вносящие вклад в развитие современной теории.

На втором этапе был проведен поиск статей, опубликованных в выбранных журналах при помощи интегративной базы данных EBSCO. Поиск был проведен по ключевым словам «*firm growth*», «*entrepreneurial growth*». По заданным критериям было найдено 348 статей. После сканирования найденных статей на предмет соответствия теме финальная выборка составила 163 статьи. Отобранные для анализа статьи были опубликованы в период с 1990 по 2016 г. Распределение статей по научным журналам приведено в табл. 1.

Анализ литературы проводился на основе тематического анализа путем группировки статей на основе выделенных тем. В результате анализа было выделено четыре основных направления исследований факторов роста фирмы: влияние личных характеристик предпринимателя, влияние различного типа ресурсов, влияние внутрифир-

менных характеристик и влияние факторов внешней среды (табл. 2).

Направления исследований факторов роста фирмы

Влияние личных характеристик предпринимателя на рост фирмы

При изучении влияния личных характеристик предпринимателя рост фирмы рассматривается как процесс, контролируемый предпринимателем, на развитие которого влияют его персональные цели, мотивы, ценности и убеждения. Среди личных характеристик предпринимателя, влияющих на рост фирмы, выделяют следующие: знания, предыдущий опыт, когнитивные характеристики, мотивация к росту, опыт провалов, вовлеченность в социальные сети, возраст, принадлежность к национальным меньшинствам, пол.

Влияние большого числа личных характеристик предпринимателя на рост фирмы неоднократно подтверждалось эмпирически, однако в большинстве случаев связь была значимой только при рассмотрении модерационных эффектов [Baron et al., 2012; Hmieleski, Corbett, 2008], например опыта предыдущей деятельности [Capelleras, Greene, 2008] и опыта предыдущих провалов [Yamakawa et al., 2015]. В то же время связь между стремлением к росту [Delmar, Wiklund, 2008] и такими личными характеристиками предпринимателя, как предпринимательский оптимизм [Hmieleski, Baron, 2009], наличие глобальных ценностей [Tomczyk et al., 2013], тип предпринимателя [Merz et al., 1994], возраст предпринимателя [Navaretti et al., 2014], является прямой.

Личные характеристики менеджера могут влиять на перспективы роста фирмы [Coleman, 2007; Manolova et al., 2007; Thakur, 1998; Wasilczuk, 2000]. Однако менеджерами движут разные, иногда противоречивые, мотивы, по-разному влияющие на рост фирмы [Jaouen, Lasch, 2015], что повышает значимость компетентности управ-

Таблица 1. Распределение статей по журналам
Table 1. Allocating the articles among journals

Название журнала	Количество статей
Small Business Economics	47
Entrepreneurship: Theory and Practise	27
Journal of Business Venturing	27
Journal of Small Business Management	24
International Small Business Journal	11
Entrepreneurship and Regional Development	8
Strategic Management Journal	8
Academy of Management Journal	7
Strategic Entrepreneurship Journal	4
Общее количество статей	163

Таблица 2. Распределение статей по направлениям
Table 2. Allocating of the articles among directions

Факторы роста фирмы	Количество статей
Личные характеристики предпринимателя	31
Различные типы ресурсов	40
Внутрифирменные характеристики	60
Факторы внешней среды	32
Всего	163

ленческой команды для достижения фирмой роста [Bonaccorsi, Giannangeli, 2010; Brinckmann et al., 2011; Datta, Guthrie, 1994; Koeller, Lechler, 2006; Shrader, Siegel, 2007; Weinzimmer, 1997]. Использование человеческого потенциала управленческой команды позволяет фирме расти за счет создания новой ценности, исходя из ограниченного набора ресурсов [Thakur, 1998]. При этом некоторые исследования акцентируют внимание на отдельных характеристиках управленческой команды: компетентность в вопросах финансового менеджмента [Brinckmann et al., 2011], знания специфики отрасли [Datta, Guthrie, 1994]. Наиболь-

ший эффект влияния совокупности знаний управленческой команды на рост фирмы проявляется в случае ее гетерогенности [Weinzimmer, 1997]. Характер и многообразие форм знания в управленческой команде имеют отношение к росту как прямо, так и опосредованно, через поиск бизнес-возможностей [Koryak et al., 2015]. Исследование предпринимателей из Юго-Восточной Азии, осуществляющих свою деятельность в Великобритании [Basu, Goswami, 1999], показало, что для роста фирмы предпринимательское образование и опыт топ-менеджмента играют бóльшую роль, нежели наличие финансового капитала.

Кроме того, предшествующий опыт ведения бизнеса или опыт работы в отрасли влияет на доступность человеческих, социальных и финансовых ресурсов, необходимых для обеспечения роста [Koryak et al., 2015; Siegel et al., 1993; Wasilczuk, 2000]. Наличие у топ-менеджмента фирмы релевантного опыта положительно влияет на имидж фирмы в глазах инвесторов. Влияние предыдущего опыта на рост фирм позволяет уделить особое внимание опыту всей управленческой команды как фактору роста фирмы, поскольку комплементарность опыта участников команды позволяет максимизировать потенциал роста фирмы [Fern et al., 2012].

Важность когнитивных структур, являющихся базовыми ментальными моделями, которые используются для систематизации и использования имеющейся информации при принятии решений, в формировании роста фирмы, подчеркивается в обзоре [Wright, Stigliani, 2013]. Группа исследований, посвященных влиянию когнитивных характеристик предпринимателя на рост фирмы, выявила сложность изучаемой связи: отрицательное влияние предпринимательского оптимизма [Hmieleski, Baron, 2009], нелинейная зависимость от наличия хорошего настроения [Hmieleski, Corbett, 2008], предрасположенность к позитивным эмоциям (*dispositional positive affect*) [Baron et al., 2011] и варьирующееся влияние импровизационного поведе-

ния: при высокой уверенности в собственных силах — положительное, при низкой — отрицательное [Baron et al., 2012]. Наличие глобальных ценностей, отражающих позитивное восприятие окружающего мира, таких как «мир во всем мире», «всеобщее равенство», «свобода», склонность к прощению, готовность помочь, положительно влияет на рост продаж фирмы [Tomczyk et al., 2013].

В то же время стремление к росту является эффективной детерминантой будущего роста, поскольку стремление к росту мотивирует предпринимателя на реализацию роста фирмы в числе первостепенных задач [Delmar, Wiklund, 2008; Greve, 2008]. Стремление предпринимателей к росту фирмы определяется специфичным подходом к жизни, стремлением к богатству и достижению целей [Morris et al., 2006]. Ориентация на самореализацию и достижение независимости, получение удовольствия от принятия риска также были выявлены в качестве важных antecedентов роста малых фирм [Wasilczuk, 2000]. Формирование стремления к росту происходит под влиянием уверенности в собственных силах и отношения к результатам деятельности фирмы [Douglas, 2013]. Однако чрезмерный предпринимательский оптимизм ведет к снижению темпов роста, особенно при наличии прошлого опыта и высокого уровня динамизма в отрасли [Hmieleski, Baron, 2009]. Прошлый опыт в данном случае становится негативным фактором, поскольку излишний оптимизм, сохранившийся после опыта ведения бизнеса, свидетельствует о слабых аналитических способностях или недостаточном внимании к деталям.

Помимо предыдущего опыта ведения бизнеса, в исследованиях рассматривается также влияние опыта провалов, который, как правило, негативно связан с ростом фирмы, поскольку предприниматели, имеющие подобный опыт, стремятся выбирать менее рискованные стратегии, сокращая набор потенциальных возможностей [Covin et al., 2006]. Более комплексный подход используется в работе [Yamakawa et al.,

2015], где рассматриваются причины провала и количество провалов в качестве модераторов связи между опытом провалов и ростом фирмы. Так, большое число провалов наряду с фокусом на поиск причин провала во внешней среде ослабляет связь между опытом предпринимателя и ростом фирмы.

Роль социальных сетей, в которые вовлечен предприниматель, особенно значима на первоначальных этапах деятельности фирмы, поскольку позволяет осуществить тестирование бизнес-идеи, что положительно сказывается на росте фирмы [Hampton et al., 2009]. Также значимый фактор роста — возраст топ-менеджера. Более молодые управленцы характеризуются большей гибкостью и лучшим принятием перемен, что положительно влияет на рост фирмы [Navaretti et al., 2014].

Такой специфичный фактор, как принадлежность предпринимателя к национальным меньшинствам, создает дополнительные барьеры для роста фирм [Sapienza, Grimm, 1997], что ведет к более высокой альтернативной стоимости карьеры предпринимателя и отражается в более высоких показателях предпринимательской ориентации и реализации возможностей для роста среди представителей национальных меньшинств по сравнению с представителями титульной нации [Wang, Altinay, 2010].

Анализируя исследования личных характеристик предпринимателя, трудно недооценить важность гендерного аспекта. В среднем фирмы, которыми владеют женщины, растут медленнее остальных [Coard, Tamvada, 2012]. В быстрорастущих фирмах, входящих в рейтинг Fortune 500, среди генеральных директоров и в совете директоров встречается меньше женщин, чем мужчин [Nelson, Levesque, 2007]. В частности, в быстрорастущих фирмах распространена практика формирования кадрового состава топ-менеджмента целиком из мужчин. В исследовании [Alsos et al., 2006] показано, что, несмотря на отсутствие значимых различий в восприятии внешней среды по ген-

дерному признаку, женщины-предприниматели в среднем имеют барьеры в привлечении капитала, что негативно влияет на рост фирмы. Знания и опыт предпринимателя позитивно сказываются на стремлении к росту у женщин, в то время как у мужчин значимым фактором является вовлеченность в социальные сети [Manolova et al., 2007]. Исследование [Coleman, 2007] также выделяет человеческий капитал в качестве фактора роста женских фирм, в то время как роль финансового капитала значима для представительниц обоих полов. Итог исследований влияния личных характеристик предпринимателя на рост фирмы приведен в табл. 3.

Влияние различного типа ресурсов на рост фирмы

Фирмы существуют в предпринимательской экосистеме, включающей в себя доступ к разнообразным ресурсам. Важный фактор, способствующий достижению роста фирмы, — доступ к разнообразным ресурсам [Vanacker et al., 2011]. Согласно ресурсной концепции (*resource-based view*) материальные и нематериальные ресурсы обеспечивают конкурентные преимущества фирме в долгосрочном периоде [Barney, 1991]. Ограниченность необходимых ресурсов может негативно отразиться на результатах деятельности фирмы [Bottazzi et al., 2014], в то время как фирмы, обладающие лучшим доступом к ресурсам, растут более высокими темпами по сравнению с остальными [Anderson, Eshima, 2013; Wu et al., 2008]. Ресурсы, привлекаемые в фирму, образуют человеческий, социальный и финансовый капиталы [Burt, 1992].

Человеческий капитал включает в себя знания, навыки и опыт, которые могут быть использованы для реализации рыночных возможностей и, безусловно, являются одним из ключевых ресурсов в предпринимательской фирме [Becker, 1993; Crawford et al., 2015]. Человеческий капитал часто используется в эмпирических исследованиях, поскольку более высокий уровень

Таблица 3. Результаты исследований влияния личных характеристик предпринимателя на рост фирмы

Table 3. Result of research on the influence of entrepreneur`s personal characteristics on firm`s growth

Личные характеристики предпринимателя	Влияние на рост	Авторы
Знания	Компетентность и гетерогенность управленческой команды положительно влияют на рост фирмы	[Basu, Goswami, 1999; Bonaccorsi, Giannangeli, 2010; Brinckmann et al., 2011; Coleman, 2007; Datta, Guthrie, 1994; Koeller, Lechler, 2006; Koryak et al., 2015; Manolova et al., 2007; Shrader, Siegel, 2007; Thakur, 1998; Wasilczuk, 2000; Weinzimmer, 1997]
Предыдущий опыт	Положительная связь между предыдущим опытом и ростом фирмы	[Fern et al., 2012; Koryak et al., 2015; Siegel et al., 1993; Wasilczuk, 2000]
Когнитивные характеристики	Сложность связей: негативное влияние оптимизма, нелинейное влияние предрасположенности к позитивным эмоциям, позитивное влияние наличия глобальных ценностей	[Baron et al., 2012; Baron et al., 2011; Hmieleski, Baron, 2009; Hmieleski, Corbett, 2008; Tomczyk et al., 2013; Wright, Stigliani, 2012]
Мотивация к росту	Мотивация к росту положительно влияет на рост фирмы	[Delmar, Wiklund, 2008; Douglas, 2013; Greve, 2008; Hmieleski, Baron, 2009; Merz et al., 1994; Morris et al., 2006; Wasilczuk, 2000]
Опыт провалов	Нелинейная связь между опытом провалов и ростом фирмы	[Covin et al., 2006; Yamakawa et al., 2015]
Вовлеченность в социальные сети	Социальные сети предпринимателя важны для роста бизнеса на ранних этапах	[Hampton et al., 2009]
Возраст	Фирмы, управляемые более молодыми CEO, растут быстрее	[Navaretti et al., 2014]
Принадлежность к национальным меньшинствам	Представители меньшинств имеют дополнительные барьеры для роста	[Sapienza, Grimm, 1997; Wang, Altinay, 2010]
Пол	Человеческий капитал более значим для фирм, управляемых женщинами, в то время как женщины ограничены в возможностях привлечения финансового капитала, их потенциал влияния на рост фирмы в большой степени нереализован	[Alsos et al., 2006; Coad, Tamvada, 2012; Coleman, 2007; Hampton et al., 2009; Manolova et al., 2007; Nelson, Levesque, 2007]

его развития позволяет воспринимать больший спектр возможностей и достигать желаемых результатов [Gonzalez-Pernia, Pena-Legazkue, 2015]. Поглощение формализованного человеческого капитала, выражающегося в технологиях и ноу-хау, позволяет фирмам ускорять рост через рыночное развитие [Naldi, Davidsson, 2014].

Ряд исследований подчеркивает роль человеческого капитала сотрудников [Li et al., 2016; Lopez-Garcia, Puente, 2012; Koch et al.,

2013; Wijewardena, Cooray, 1995] в достижении фирмой роста, который усиливается при наличии возможностей для роста [O`Cass, Sok, 2014]. Таким образом, особенности управления человеческими ресурсами — актуальная тема для исследований роста фирмы. Под управлением человеческими ресурсами понимается построение модели для достижения максимальной эффективности от взаимодействия человеческих ресурсов сотрудника и нужд фирмы [Heneman et al.,

2000]. Внедрение эффективных методов управления человеческими ресурсами усиливает взаимосвязь предпринимательской ориентации и роста фирмы [Messersmith, Wales, 2011]. В малых фирмах, как правило, процесс управления человеческим капиталом слабо формализован. Степень формализации увеличивается по мере роста фирмы [Kotey, Slade, 2005]. Наличие в составе совета директоров менеджера по развитию человеческих ресурсов положительно влияет на рост фирм, особенно сильно — малых и средних [Welbourne, Cyr, 1999].

Социальный капитал фирмы включает в себя устоявшиеся коммуникационные сети с внешней средой, которые могут быть использованы фирмой в ходе деятельности [Bourdieu, Wacquant, 1992; Lechner et al., 2016]. Вовлеченность в социальные сети позволяет смягчить влияние враждебной институциональной среды [Batjargal et al., 2013; Estrin et al., 2013], внедрять инновации [Shepherd, 1991], проводить географическое расширение рынков [Havnes, Senneseth, 2001], привлекать дополнительные ресурсы [Capelleras, Greene, 2008; Lechner, Dowling, 2003; Lechner, Leyronas, 2009; Leung et al., 2006; Wang, Altinay, 2010]. Устоявшиеся контакты с поставщиками положительно влияют на рост малых фирм [Beekman, Robinson, 2004]. Исследование [Lechner et al., 2016] подтверждает также позитивное влияние на рост малых и средних фирм вертикальной кооперации с крупными игроками на рынке, однако этот эффект уменьшается по мере роста воспринимаемой значимости обмениваемых ресурсов. Кроме того, повторно обратившиеся и бывшие клиенты фирмы представляют собой существенный ресурс для роста [Bryson et al., 1997]. Таким образом, управление социальными сетями позволяет максимизировать потенциальные эффекты, что ведет к росту фирмы [Capelleras, Greene, 2008]. Ключевые характеристики социальной бизнес-сети фирмы, влияющие на рост продаж, — размер и сила связей [Hansen, 1995].

В работе [Hayter, 2013], посвященной анализу публикаций, содержащих исследование роли социальных сетей в росте фирмы, показано, что положительный эффект достигается только при выборе подходящей сети. Вовлеченность в социальные сети не всегда обеспечивает лучший доступ к ресурсам по причине существования барьеров внутри сетей. Эффект от использования социальной сети зависит от характеристик предпринимателя, что подчеркивает важность создания системы управления социальным капиталом. На протяжении жизненного цикла организации изменяются цели, что требует реконфигурации социальных сетей для их реализации [Lechner, Dowling, 2003]. Так, например, связь вовлеченности родственников в деловые сети предпринимателя с ростом фирмы графически можно отобразить перевернутой параболой [Arregle et al., 2015]. Использование структурных дыр в социальных сетях (отсутствие прямого контакта между двумя участниками рынка при наличии у них контакта с третьим лицом) положительно влияет на рост фирм в условиях слабой развитости формальных институтов, фактически замещая неэффективную структуру [Batjargal et al., 2013].

Финансовый капитал — основополагающий ресурс фирмы, позволяющий привлекать остальные типы ресурсов извне [Alsos et al., 2006; Brinckmann et al., 2011]. Доступ малых и средних предприятий к финансовым ресурсам, предоставляемым формальными институтами, затруднен, что ведет к использованию альтернативных путей получения капитала, таких как товарный кредит [Ogawa et al., 2013] и привлечение капитала из неформальных источников с использованием социальных сетей [Patel et al., 2011].

Эффект привлечения финансового капитала извне — фактор, неоднозначно влияющий на рост фирмы. Ряд исследований позволяет сделать вывод о положительной связи между этими явлениями [Bertoni et al., 2013;

Brinckmann et al., 2011; Croce et al., 2013; Mitchell et al., 1997]. Тем не менее результаты некоторых исследований [Bradley et al., 2011; Moreno, Casillas, 2007; Vanacker et al., 2011] свидетельствуют о положительном влиянии ограниченности доступа к финансовым ресурсам и использовании личных ресурсов предпринимателя на рост фирм через улучшение системы управления ресурсами. Долгосрочные кредитные отношения с банком негативно сказываются на росте малых фирм, тогда как для более крупных фирм — смягчают риски [Gambini, Zazzaro, 2013].

К тому же деятельность малых и средних быстрорастущих фирм, особенно планирующих вывод нового продукта на рынок, сопряжена с повышенными рисками, что ведет к удорожанию стоимости кредита и негативно сказывается на наличии ресурсов в будущих периодах [Rostamkalaei, Freel, 2016]. В то же время малые фирмы чувствительны к изменениям денежного потока, и его сокращение может негативно сказаться на темпах роста фирмы, ограничивая спектр возможностей, особенно на медленно растущих рынках [Bottazzi et al., 2014; Oliveira, Fortunato, 2006].

Несмотря на то что использование собственных средств является основной движущей силой роста молодых фирм в странах с развивающейся экономикой [Elston et al., 2016], связь между финансированием деятельности из собственных и неформальных источников и ростом фирмы комплексна и нелинейна [Patel et al., 2011]. Неясность относительно роли финансовых ресурсов в росте фирмы исследует группа авторов [Fraser et al., 2015] с помощью литературного обзора. Результаты свидетельствуют о том, что между внешним финансированием и ростом фирм существует прямая связь, осложненная множеством нюансов, что требует более детального изучения влияния контекста и субъективной составляющей роли кредитора. Итог исследований влияния ресурсов приведен в табл. 4.

Влияние внутрифирменных характеристик на рост фирмы

Изучение влияния внутрифирменных характеристик включает в себя исследования влияния возраста и размера фирмы, производительности труда, прибыльности, типа организационной структуры, стратегии, инвестиций в научно-исследовательскую деятельность на рост фирмы. Внутренние характеристики фирмы в стратегическом менеджменте рассматриваются в качестве основного источника роста фирмы.

Результаты большинства эмпирических исследований демонстрируют, что возраст и размер фирмы негативно влияют на ее рост [Anderson, Eshima, 2013; Coad, Tamvada, 2012; Daunfeldt, Elert, 2013; Davidsson et al., 2002; Johansson, 2004; Lawless, 2014; Moreno, Casillas, 2007; Orser et al., 2000; Park et al., 2010; Petrunia, 2008; Steffensons et al., 2009; Upton et al., 2001; Varum, Rocha, 2013; Wagner, 1992; Wing, Yiu, 1996]. Хотя, например, результаты исследования [Fotopoulos, Giotopoulos, 2010] подтверждают эту закономерность только для средних и крупных фирм. Вместе с тем в работе [Lotti et al., 2009] распространное предположение о более высоких темпах роста малых фирм считается следствием глобального заблуждения и опровергается эмпирически. Однако вполне вероятно, что данный результат — следствие ограничений, наложенных выборкой эмпирического исследования. Возраст и размер фирмы ограничивают эффективность принятых стратегических решений. Так, для молодых фирм рост увеличивается значительно, чем для более зрелых, при наличии предпринимательской ориентации [Messersmith, Wales, 2011] и выходе на внешний рынок [Carr et al., 2010]. В исследовании роли размера фирмы на момент слияния в формировании дальнейшего роста [Burghardt, Helm, 2015] отмечается положительная связь между размером фирмы и ростом числа сотрудников.

Таблица 4. Результаты исследований влияния различных ресурсов на рост фирмы

Table 4. Result of research on the influence of different types of resources on firm's growth

Наличие капитала	Влияние на рост	Авторы
Человеческий капитал	Молодость и компетентность сотрудников, доступ к необходимым знаниям, возможность получения знаний с внешнего рынка, налаженная система управления знаниями положительно влияют на рост фирмы	[Heneman et al., 2000; Koch et al., 2013; Kotey, Slade, 2005; Li et al., 2016; Lopez-Garcia, Puente, 2012; Messersmith, Wales, 2011; Naldi, Davidsson, 2014; O' Cass, Sok, 2014; Welbourne, Cyr, 1999; Wijewardena, Cooray, 1995]
Социальный капитал	Размер социальной сети, плотность связей, налаженная система управления контактами с поставщиками и клиентами, качество социальных сетей положительно влияют на рост фирмы. Вовлеченность семьи в социальные бизнес-сети нелинейно влияет на рост фирмы	[Arregle et al., 2015; Batjargal et al., 2013; Beekman, Robinson, 2004; Bryson et al., 1997; Capelleras, Greene, 2008; Estrin et al., 2013; Hampton et al., 2009; Hansen, 1995; Havnes, Senneseth, 2001; Hayter, 2013; Lechner, Dowling, 2003; Lechner, Leyronas, 2009; Lechner et al., 2016; Leung et al., 2006; Shepherd, 1991; Wang, Altinay, 2010]
Финансовый капитал	Инвестиции в фирму, рост денежного потока положительно отражаются на ее росте, в то время как ограниченность в финансовых ресурсах, привлечение заемных средств из банка сказываются негативно. В то же время использование собственных средств нелинейно влияет на рост фирмы	[Alsos et al., 2006; Bertoni et al., 2013; Bottazzi et al., 2014; Bradley et al., 2011; Brinckmann et al., 2011; Coleman, 2007; Croce et al., 2013; Elston et al., 2016; Fraser et al., 2015; Gambini, Zazzaro, 2013; Mitchell et al., 1997; Moreno, Casillas, 2007; Ogawa et al., 2013; Oliveira, Fortunato, 2006; Patel et al., 2011; Rosenbusch et al., 2013; Rostamkalaei, Freel, 2016; Vanacker et al., 2011]

Относительно взаимосвязи прибыльности фирмы и ее роста однозначного мнения нет. Результаты некоторых исследований подчеркивают положительное влияние роста на прибыльность, в то время как обратный эффект — незначителен [Federico, Capellras, 2015]. Результаты других исследований [Markman, Gartner, 2002; Randolph et al., 1991] свидетельствуют об обратной связи между этими показателями, что позволяет рассматривать их достижение в качестве альтернативных целей стратегии.

Организационная структура также влияет на рост фирмы. Фирмы, использующие гибридные организационные структуры, достигают более высоких темпов роста [Shane, 1996]. Кроме того, в формировании роста играет роль не только организационная структура, но и характер отношений с внешними фирмами. Развитие корпоративных структур, включающих в себя несколько фирм, принадлежащих одному предпринимателю, — одно из направлений стратеги-

ческого управления фирмы. Бизнес-группам легче привлекать человеческие и социальные ресурсы, не поглощая их извне или владея ими изначально. Бизнес-структура используется как инструмент для управления ростом фирмы [Lechner, Leyronas, 2009].

Формирование групп вызвано не только географическим расширением и диверсификацией, но также и разной политикой, направленной на различные рыночные сегменты в пределах одной отрасли [Iacobucci, Rosa, 2005]. Независимость правления наряду с молодостью — основные характеристики быстрорастущих фирм [Davidsson et al., 2002; Johansson, 2004]. Сочетание автономности в управлении и доступа к ресурсам материнских фирм делает технологические спин-оффы самой быстрорастущей категорией фирм на рынке [Bruneel et al., 2012]. Данный эффект усиливается в случае сочетания базы знаний спин-оффа с базой знаний материнской фирмы [Sapienza et al., 2004].

Значительное число особенностей роста ведет к специфичности формирования стратегий [Borch et al., 1999; Majumdar, 2010]. Основные вопросы, затронутые в исследованиях влияния стратегии на рост фирмы, посвящены выявлению влияния элементов стратегии на рост фирмы и анализу стратегий быстрорастущих фирм. Обеспечение устойчивого роста в долгосрочной перспективе требует от фирмы развития организационной амбидекстрии — способности совмещать эффективную реализацию текущих рыночных возможностей с инновационной деятельностью для удовлетворения будущих вызовов рынка [Patel et al., 2013]. Наличие стратегии положительно сказывается на росте фирмы [Olson, Vokor, 1995].

Для достижения различных целей фирмы могут выбирать стратегии, оказывающие влияние на рост, исходя из имеющихся ресурсов. Анализ исследований позволил выявить основные характеристики эффективных в достижении роста стратегий: инновационность, ставка на качество продукции [Upton et al., 2001], предпринимательский стиль управления [Sadler-Smith et al., 2003], диверсификация проводимых стратегий [Chaston, Mangles, 1997; Coad, Guenther, 2014; Coad, Tamvada, 2012], внедрение новаторских управленческих методик [Jankala, Sivola, 2012], вовлечение сотрудников в стратегию развития фирмы [Upton et al., 2001], налаженная корпоративная культура [Carlson et al., 2006], выход на внешний рынок [Fernhaber, Li, 2010; Sleuwaegen, Onkelinx, 2014], направленное развитие ресурсной базы [Pettus, 2001]. Согласно результатам исследования [Larraneta et al., 2014] фирмы выигрывают от стратегической диверсификации, особенно на динамичных рынках, что соотносится с результатами исследования [McDougal et al., 1994]. Кроме того, сохранение высоких темпов роста зависит от сохранения контроля над деятельностью фирмы предпринимателем [Parker et al., 2010].

Для оценивания стратегии, выбранной фирмой, широко применяется концепция

предпринимательской ориентации [Covin, Slevin, 1989; Lumpkin, Dess, 1996]. Предпринимательская ориентация в большей степени влияет на рост фирмы, когда основные операционные и стратегические решения принимаются в более авторитарной манере и стратегии разрабатываются под конкретный случай, а не адаптируются уже существующие [Covin et al., 2006]. Централизация процесса принятия решений снижается по мере развития фирмы и ее движения по стадиям жизненного цикла, в то время как степень формализации увеличивается. Специализация также растет, в то время как для инженерных и технологических функций она высока изначально [Kazanjian, Drazin, 1990].

Изменение предпринимательской ориентации в течение времени важно для роста фирмы [Madsen, 2007]. При этом прямая связь между предпринимательской ориентацией и ростом фирмы в некоторых исследованиях незначима, важна роль модераторов [Moreno, Casillas, 2008]. Исследование [Messersmith, Wales, 2011] также свидетельствует, что прямой зависимости между предпринимательской ориентацией и ростом фирм нет, но она модерируется выстроенной схемой управления человеческим капиталом и партнерской философией (*partnership philosophy*) внутри фирмы. Исследование [Casillas, Moreno, 2010], напротив, выявило прямой эффект двух составляющих предпринимательской ориентации — инновационности и проактивности — на рост фирмы. Результаты исследования [Anderson, Eshima, 2013] выявили модерационное влияние предпринимательской ориентации на связь между возрастом и ростом фирмы.

Группа исследований приходит к выводу о важности инвестиций в исследования и разработки в формировании инновационного продукта и достижении устойчивого долгосрочного роста фирмы [Acar, 1993; Capasso et al., 2015; Deschryvere, 2014; Falk, 2012; Fischer et al., 1997; Park et al., 2010; Stam, Wennberg, 2009]. Расходы на исследование и разработки увеличивают вероят-

ность достижения и поддержания фирмой высоких темпов роста [Capasso et al., 2015; Segarra, Teruel, 2014; Stam, Wennberg, 2009]. При этом важны как первоначальные, так и продолжающиеся процессы инвестирования. Помимо этого, инвестиции в исследования и разработки оказывают значительное влияние на рост инновационных фирм. Данный эффект сокращается по мере снижения уникальности продукции и технологичности производства [Deschryvere, 2014; Stam, Wennberg, 2009]. Кроме того, инновационные фирмы имеют большую потребность в привлечении всех типов ресурсов извне для осуществления исследовательских разработок и реализации продукции [Brinckmann et al., 2011].

Среди особенностей изучения быстрорастущих фирм можно выделить диверсификацию подходов в зависимости от типов фирм и применение альтернативных методов эконометрического моделирования, включая модели квантильных регрессий и модели бинарного выбора с целью разделения фирм на более мелкие группы и детального анализа индивидуальных особенностей фирм. Резюме исследований влияния внутрифирменных характеристик на рост фирмы приведено в табл. 5.

Влияние факторов внешней среды на рост фирмы

Контекст, в котором существует фирма, в значительной степени отражается на ее деятельности и, как следствие, на росте. Основные факторы внешней среды, влияющие на рост фирмы, следующие: формальные институты, отраслевая специфика, культура, географическое местоположение фирмы и влияние экономического кризиса на ее деятельность.

Институциональный контекст в значительной степени влияет на связь между факторами, влияющими на рост фирмы, и конечным ростом, что ведет к необходимости проведения кросс-культурных исследований для обобщения информации и осуществле-

нию исследований с учетом национально-го контекста [Kotha, Nair, 1995; Park, Bae, 2004]. Хотя по результатам исследования [Headd, Kirchoff, 2009] доля быстрорастущих фирм в экономике постоянно вне зависимости от институционального контекста, стимулирование развития малого и среднего бизнеса со стороны государства позитивно влияет на рост фирмы [Meek et al., 2010]. Государство может влиять на экономическую активность населения через предоставление кредитных гарантий и формирование институциональной инфраструктуры, при этом наиболее эффективные методы — регулятивные [Arraiz et al., 2014; Honjo, Harada, 2006; Majumdar, 2004; Stenholm et al., 2013]. Тем не менее условия, способствующие возникновению большого числа молодых фирм, и необходимые условия для достижения фирмами быстрого роста, различны [Li et al., 2016].

Введение налоговых преференций положительно сказывается на темпах роста быстрорастущих фирм за счет сокращения себестоимости производства [Garsaa, Levratto, 2015]. Другой механизм государственной поддержки — информационное консультирование, которое положительно сказывается на росте в долгосрочном периоде [Rotger et al., 2012]. При существовании слабых формальных институтов возрастает роль неформальных, дублирующих их функции [Batjargal et al., 2013; Estrin, Mickiewicz, 2011].

Несмотря на то что эффективная судебная система стимулирует рост фирмы [Garcia-Posada, Mora-Sanguinetti, 2015], влияние законодательства страны на рост нелинейно. Уровень защищенности интеллектуальной собственности негативно модерирует связь между образованием и стремлениями к росту фирмы, вынуждая предпринимателей специализироваться [Autio, Acs, 2010]. С одной стороны, слабая защита интеллектуальных прав сокращает затраты предпринимателей на разработку продукции, тем самым вызывая появление предпринимателей-имитаторов, позитивно влияющих на экономиче-

ский рост [Minniti, Levesque, 2010]. С другой стороны, исследование [Estrin et al., 2013] показывает, что слабая защита авторских прав, наряду с высоким уровнем коррупции и раз-

витым бюрократическим аппаратом в государстве, сдерживают инвестиции в научно-исследовательскую сферу, что негативно сказывается на стремлении к росту.

Таблица 5. Результаты исследований влияния внутрифирменных характеристик на рост фирмы
Table 5. Result of research on the influence of internal characteristics on firm's growth

Внутрифирменные характеристики	Влияние на рост	Авторы
Возраст	В общем случае возраст фирмы негативно влияет на темпы ее роста	[Anderson, Eshima, 2013; Coad, Tamvada, 2012; Davidsson et al., 2002; Johansson, 2004; Lawless, 2014; Lotti et al., 2009; Navaretti et al., 2014; Orser et al., 2000; Park et al., 2010; Petrunia, 2008; Steffensons et al., 2009; Upton, Teal et al., 1996]
Размер	Размер фирмы негативно влияет на темп ее роста. Размер фирмы в процессе слияния и поглощения положительно влияет на ее рост	[Anderson, Eshima, 2013; Burghardt, Helm, 2015; Carr et al., 2010; Coad, Tamvada, 2012; Daunfeldt, Elert, 2013; Davidsson et al., 2002; Fotopoulos, Giotopoulos, 2010; Johansson, 2004; Lawless, 2014; Lotti et al., 2009; Messersmith, Wales, 2011; Moreno, Casillas, 2007; Orser et al., 2000; Park et al., 2010; Petrunia, 2008; Varum, Rocha, 2013; Wing, Yiu, 1996; Wagner, 1992]
Прибыльность	Взаимосвязь прибыльности фирмы и ее роста неоднозначна: по результатам некоторых исследований присутствует положительная связь между ростом фирмы и ее прибыльностью, в то время как некоторые работы подчеркивают отрицательное влияние прибыльности на рост фирм	[Federico, Capellras, 2015; Markman, Gartner, 2002; Randolph et al., 1991]
Организационная структура	Использование гибридных организационных структур, независимость правления, доступность ресурсов внутри корпоративной структуры положительно связаны с ее ростом	[Bruneel et al., 2012; Davidsson et al., 2002; Johansson, 2004; Iacobucci, Rosa, 2005; Kazanjian, Drazin, 1990; Lechner, Leyronas, 2009; Sapienza et al., 2004; Shane, 1996]
Стратегия	Организационная амбидекстрия, инновационность, ставка на качество продукции, предпринимательский стиль управления, диверсификация стратегий, внедрение новаторских управленческих методик, вовлечение сотрудников в разработку стратегии, развитие корпоративной культуры, интернационализация бизнеса, запланированное развитие ресурсной базы позитивно связаны с ростом фирмы	[Anderson, Eshima, 2013; Baum, Wally, 2003; Borch et al., 1999; Carlson et al., 2006; Chan et al., 2006; Casillas, Moreno, 2010; Chaston, Mangles, 1997; Coad, Guenther, 2014; Covin, Slevin, 1989; Covin et al., 2006; Craig et al., 2008; Fernhaber, Li, 2010; Fischer et al., 1997; Jankala, Sivola, 2012; Kazanjian, Drazin, 1990; Larraneta et al., 2014; Lumpkin, Dess, 1996; Madsen, 2007; Majumdar, 2010; McDougal et al., 1994; Messersmith, Wales, 2011; Mitra, Pingali, 1999; Moreno, Casillas, 2008; Olson, Bokor, 1995; Park, Bae, 2004; Parker et al., 2010; Patel et al., 2013; Pettus, 2001; Sleuwaegen, Onkelinx, 2014; Yusuf, Saffu, 2005]
Расходы на НИОКР	Постоянные расходы на НИОКР стимулируют рост фирмы	[Acar, 1993; Brinckmann et al., 2011; Capasso et al., 2015; Deschryvere, 2014; Falk, 2012; Park et al., 2010; Segarra, Teruel, 2014; Stam, Wennberg, 2009]

Малые фирмы имеют конкурентное преимущество в росте по сравнению с крупными фирмами как в устойчивое время, так и в кризисное. В то же время фирмы, показывающие высокие темпы роста в устойчивое время, оказались неустойчивы в период кризиса [Bartz, Winkler, 2016]. В то же время противоположные результаты были получены в ходе исследования темпов роста хорватских фирм в период кризиса. Согласно этим исследованиям размер фирмы положительно влияет на ее рост в период кризиса, поскольку малые фирмы более чувствительны к изменениям в экономике [Peric, Vitezic, 2016]. Эффект от институциональных изменений варьируется по отраслям. Различные стратегии роста возникают как результат взаимодействия ресурсного менеджмента и отраслевого контекста [Clarysse et al., 2011]. Как правило, в быстрорастущих отраслях фирмы достигают более высоких темпов роста [McDougal et al., 1994]. В то же время уровень активности научных работников ведет к росту отрасли, но не выявлено связи этой характеристики с ростом фирмы [Delmar et al., 2011]. В секторе услуг рост экономической свободы ведет к росту числа фирм и уровня занятости. В то же время обратный эффект наблюдается в социальной сфере [Gohmann et al., 2008].

Динамика отрасли также влияет на рост фирмы [Dean, Meyer, 1996]: в отраслях с растущей популяцией фирм наибольший рост фирм, но наименьший рост производительности труда [Pender, 2008]. Рост числа сотрудников фирмы связан с общей занятостью в отрасли [Beaudry, Swann, 2009] и ее инновационностью [Goedhuys, Sleuwaegen, 2010]. Уровень конкуренции в отрасли наряду с плотностью взаимодействия ее участников влияет на рост фирмы [Ang, 2008]. Общеэкономические спады побуждают фирмы проводить сокращения штата, однако крупным фирмам свойственно быстрее восстанавливаться в посткризисный период [Varum, Rocha, 2013]. Бизнес-инкубаторы являются благоприятной средой для роста,

позволяя сглаживать негативное влияние внешних факторов, однако многие фирмы, достигнув зрелости, покидают бизнес-инкубаторы из-за высокой конкуренции и слабой защиты человеческого капитала [McAdam, Marlow, 2007].

Важную роль в стимулировании роста играет географическое местоположение фирмы. Фирмы в городских округах растут быстрее, нежели в сельской местности [Loof, Nabavi, 2015]. Жители периферийных регионов воспринимают доступ к необходимым предпринимательским ресурсам и доступ к рынкам хуже, а возможности для ведения бизнеса лучше, чем жители столичных регионов [Felzensztein et al., 2012].

Важнейший неформальный институт — культура, влияющая на экономическую креативность предпринимателей и инновационность производства [Meek et al., 2010; Williams, McGuire, 2010]. Тем не менее, несмотря на то что некоторый набор ценностей свойственен культуре, которую представляет предприниматель, некоторые характеристики свойственны предпринимателям вне зависимости от культуры и связаны с родом деятельности фирмы [Morris, Schindehutte, 2005]. Склонность общества к потреблению также положительно влияет на рост фирмы [Meek et al., 2010; Carpenter, Rondi, 2006]. Дискриминация женщин-предпринимателей в культуре негативно сказывается на их стремлении к росту [Estrin, Mickiewicz, 2011].

Таким образом, исследования внешней среды деятельности фирмы очень важны для понимания контекстуальных особенностей роста фирмы. Резюме исследований влияния факторов внешней среды приведено в табл. 6.

Обсуждение результатов анализа

Проведенный анализ основных направлений исследований роста фирмы позволяет систематизировать результаты, полученные в ходе анализа и сформировать понимание феномена роста как комплексного

многогранного явления. Подробное рассмотрение исследований, посвященных росту фирм, позволило выделить несколько групп факторов роста.

1. Влияние личных характеристик предпринимателя на рост фирмы

К этой группе факторов отнесены персональные особенности предпринимателя, такие как пол, возраст, релевантные знания, вовлеченность в социальные сети, предыдущий опыт, мотивация к росту, опыт провалов, когнитивные характеристики, принадлежность к национальным меньшинствам. Под влиянием индивидуальных особенностей формируются ожидания от предпринимательской деятельности и стремления к росту фирмы [Manolova et al., 2007]. Роль предпринимательского капитала особенно важна на начальном этапе развития фирмы, поскольку на его основе формируется капитал фирмы, определяющий потенциал роста

фирмы [Mathias et al., 2015]. Более высокие темпы роста, как правило, демонстрируют фирмы, управляемые наемными менеджерами [Willard et al., 1992]. Среди характеристик управленческой команды, положительно влияющих на способность фирмы к росту, выделяют компетентность, гетерогенность знаний, наличие релевантного опыта, наличие глобальной системы ценностей, мотивацию к росту, вовлеченность в социальные бизнес-сети и молодой возраст. В исследованиях национального и гендерного аспектов уделено внимание также более высоким темпам роста фирм, принадлежащих мужчинам, не относящихся к этническим меньшинствам.

2. Влияние различного типа ресурсов на рост фирмы

Влияние капитала на рост фирмы описано в рамках ресурсной концепции [Barney, 1991]. В данном исследовании ресурсы предпринимателя и ресурсы фирмы рассма-

Таблица 6. Результаты исследований влияния факторов внешней среды на рост фирмы

Table 6. Result of research on the influence of environmental characteristics on firm's growth

Внешняя среда	Влияние на рост	Авторы
Формальные институты	Слабость формальных институтов, слабая защита авторских прав, отсутствие государственной поддержки, высокий уровень коррупции, плановость экономики негативно сказываются на росте фирмы	[Arraiz et al., 2014; Autio, Acs, 2010; Batjargal et al., 2013; Carpentier, Suret, 2010; Estrin et al., 2013; Garsaa, Levratto, 2015; Garcia-Posada, Mora-Sanguinetti, 2015, Minniti, Levesque, 2010; 2010; Kotha, Nair, 1995; Headd, Kirchoff, 2009; Honjo, Harada, 2006; Majumdar, 2004; Meek et al., 2010; Park, Bae, 2004; Rotger et al., 2012; Stenholm et al., 2013]
Отрасль	Плотность конкуренции и сотрудничества в отрасли, принадлежность к сфере услуг положительно влияют на рост фирмы. Активность научных работников в отрасли не влияет на рост фирмы	[Ang, 2008; Beaudry, Swann, 2009; Clarysse et al., 2011; Dean, Meyer, 1996; Delmar et al., 2011; Goedhuys, Sleuwaegen, 2010; McDougal et al., 1994; Pender, 2008]
Культура	Низкая склонность общества к потреблению, дискриминация в обществе негативно влияют на рост фирмы	[Carpenter, Rondi, 2006; Estrin, Mickiewicz, 2011; Meek et al., 2010; Morris, Schindehutte, 2005; Williams, McGuire, 2010]
Местоположение	Нахождение в бизнес-инкубаторе, в городских условиях, местоположение, обеспечивающее приток комплементарных ресурсов, положительно влияют на рост фирм	[Cooper, Park, 2008; Felzensztein et al., 2012; Loof, Nabavi, 2015; Maine et al., 2010; McAdam, Marlow, 2007]
Кризис	Малые фирмы со средними темпами роста имеют конкурентное преимущество в достижении роста в период кризиса	[Bartz, Winkler, 2016; Peric, Vitezic, 2016]

тривались отдельно (аналогично исследованию [Gilbert et al., 2006]), поскольку набор ресурсов предпринимателя в большей степени влияет на формирование стратегических решений, в то время как капитал фирмы определяет их осуществление. Исходя из концепции Р. Берта [Burt, 1992], были выделены человеческий, социальный и финансовый капиталы. Основные факторы роста фирмы, относящиеся к человеческому капиталу, — компетентность и молодой возраст сотрудников [Wijewardena, Cooray, 1995]. Социальный капитал фирмы фактически социальный капитал предпринимателя, задействованный для реализации задач фирмы. Кроме того, сюда включены налаженные контакты с контрагентами фирмы, также положительно влияющие на рост [Beekman, Robinson, 2004]. Финансовый капитал может быть разделен на собственный и привлеченный капиталы предпринимателя. Использование собственного и заемного капиталов сокращает спектр возможностей фирм для роста [Bottazzi et al., 2014; Patel et al., 2011], в то время как капитал, привлеченный в качестве инвестиций, стимулирует рост фирмы [Rosenbusch et al., 2013].

3. Влияние внутрифирменных характеристик на рост фирмы

К внутрифирменным характеристикам фирмы, влияющим на рост, относят организационную структуру, стратегию, возраст, размер, производительность, прибыльность и расходы на научные исследования и разработки фирмы. Наличие гибридной организационной структуры, автономности управления, постоянных инвестиций в исследования и разработку — факторы, положительное влияние которых на рост доказано в ряде исследований [Baum, Wally, 2003; Fischer, et al., 1997; Kazanjian, Drazin, 1990; Olson, Bokor, 1995; Shane, 1996]. Наличие стратегии также положительно сказывается на темпах роста фирмы. Кроме того, стратегия косвенно отражается на росте фирмы через влияние разных элементов стратегии, таких как диверсификация, интернационали-

зация, развитие бренда и др. [Bruneel et al., 2012; Coad, Guenther, 2014; Craig et al., 2008; Larraneta et al., 2014; Parker et al., 2010]. Возраст и размер в аспекте влияния на рост фирмы, как правило, рассматриваются совместно, причем большинство исследований выявляет обратную связь между этими переменными и ростом [Anderson, Eshima, 2013; Davidsson et al., 2002; Johansson, 2004].

4. Влияние факторов внешней среды на рост фирмы

По итогам анализа среди факторов внешней среды были выделены следующие направления исследований: влияние формальных институтов, влияние культуры, влияние отрасли, влияние местоположения фирмы и влияние кризисных явлений в экономике на рост фирмы. Согласно результатам исследований наиболее благоприятная среда для роста фирмы — слабо регулируемая экономика с устоявшимися формальными институтами и государственной поддержкой малых и средних фирм [Estrin et al., 2013; Garcia-Posada, Mora-Sanguinetti, 2015; Headd, Kirchoff, 2009; Majumdar, 2004]. Местоположение в городской среде и тесные связи с бизнес-инкубатором также благотворно сказываются на росте фирмы [Cooper, Park, 2008; Loof, Nabavi, 2015]. Исследования влияния кризиса в экономике на рост фирмы приводят к неоднозначным выводам: в то время как по результатам одних исследований малые фирмы имеют конкурентное преимущество перед крупными [Bartz, Winkler, 2016], по результатам других — крупные фирмы имеют преимущество перед малыми [Peric, Vitezic, 2016] за счет лучшей устойчивости. Сложившаяся неопределенность требует детального изучения роли странового контекста.

Таким образом, существование выделенных направлений исследований позволяет судить о феномене роста фирмы как о сложном комплексном феномене. Динамичность развития общества приводит к ограничению описательной силы существующих моделей, порождает новые возможности для проведения исследований в каждом направлении.

Заключение

Данная статья включает в себя результаты анализа работ, опубликованных в ведущих международных журналах по предпринимательству и менеджменту с 1990 по 2016 г. и посвященных изучению влияния различных факторов на рост фирмы. Цель данной работы — выделение основных направлений изучения влияния факторов на рост фирмы. Отличительная особенность данного исследования — комплексное изучение факторов, влияющих на рост фирмы, позволяющее обобщить их взаимодействие.

Представляется, что дальнейшее развитие исследований факторов, влияющих на рост фирмы, будет связано с применением альтернативных методов количественного анализа и увеличением числа качественных исследований [Fischer et al., 1997; Zahra, Hayton, 2004]. Также велик потенциал кросс-культурных панельных исследований для изучения роли контекста и адаптации существующих моделей под конкретный контекст [Bruneel et al., 2012; Sadler-Smith et al., 2003]. Потенциал женского предпринимательства не реализован и относительно слабо изучен механизм принятия решений женщинами-предпринимателями, поэтому изучение факторов, влияющих на рост фирм, управляемых женщинами-предпринимателями, и влияние когнитивных характеристик предпринимателя на рост фирмы — перспективные направления дальнейших исследований личных характеристик предпринимателя [Delmar, Wiklund, 2008; Orser et al., 2000]. В исследованиях влияния ресурсов на рост фирмы в качестве направлений для будущих исследований можно выделить детальное изучение влияния структуры и источников капитала. Кроме того, с развитием общества актуальнее становится вопрос влияния управления различными типами капитала на рост фирмы [Moreno, Casillas, 2007]. Положительное влияние как стратегии в целом, так и ее отдельных элементов на рост фирм стимулирует дальнейшее развитие исследований

в этом направлении [Chandler et al., 2014; Clarysse et al., 2011; Shepherd, Wiklund, 2009].

Список литературы

1. *Беляева Т. В.* Концепция стратегических ориентаций: основные направления исследований // Вестник Санкт-Петербургского университета. Сер. 8. Менеджмент. 2015. №4. С. 152–189.
2. *Катькало В. С.* Эволюция теории стратегического управления: монография. СПб.: Издат. дом С.-Петерб. гос. ун-та, 2006.
3. *Acar A.* The impact of key internal factors on firms performance: An empirical study of small turkish firms // Journal of Small Business Management. 1993. Vol. 31. No. 4. P. 86–92.
4. *Aislabie C.* Sudden change in a model of small firm growth // Small Business Economics. 1992. Vol. 34. No. 4. P. 391–412.
5. *Aldrich H., Auster E.* Even dwarfs started small: Liabilities of size and age and their strategic implications // Research in Organizational Behavior. 1986. Vol. 8. P. 165–198.
6. *Alsos G., Isaksen E., Ljunggren E.* New Venture Financing and Subsequent Business Growth in Men- and Women-Led Businesses // Entrepreneurship Theory and Practice. 2006. Vol. 30. No. 5. P. 667–686.
7. *Ang S.* Competitive intensity and collaboration: impact on firm growth across technological environments // Strategic Management Journal. 2008. Vol. 29. No. 10. P. 1057–1075.
8. *Anyadike-Danes M., Bjunggren C. M., Gottschalk S., Hotzl W., Johansson D., Maliranta M., Myrann A.* An international cohort comparison of size effects on job growth // Small Business Economics. 2015. Vol. 44. No. 4. P. 821–844.
9. *Arraiz I., Melendez M., Stucchi R.* Partial credit guarantees and firm performance: evidence from Colombia // Small Business Economics. 2014. Vol. 43. No. 3. P. 711–724.
10. *Arregle J., Batjargal B., Hitt M., Webb J., Miller T., Tsui A.* Family Ties in Entrepreneurs' Social Networks and New Venture Growth // Entrepreneurship Theory and Practice. 2015. Vol. 39. No. 2. P. 313–344.
11. *Audrestch, D., Coad A., Segarra A.* Firm growth and innovation. // Small Business Economics. 2014. Vol. 43. No. 4. P. 743–749.
12. *Autio E., Acs Z.* Intellectual Property Protection and the Formation of Entrepreneurial Growth Aspirations // Strategic Entrepreneurship Journal. 2010. Vol. 4. No. 3. P. 234–251.
13. *Barney J.* Firm Resources and Sustained Competitive Advantage // Journal of Management. 1991. Vol. 17. No. 1. P. 99–120.
14. *Baron R., Hmieleski K., Henry R.* Entrepreneurs' dispositional positive affect: The potential benefits — and potential costs — of being «up» // Journal of Business Venturing. 2012. Vol. 27. No. 3. P. 310–324.
15. *Baron R., Tang J., Hmieleski K.* The Downside of Being «Up»: Entrepreneurs' Dispositional Positive Affect and Firm Performance // Strategic Entrepreneurship Journal. 2011. Vol. 5. No. 2. P. 101–119.
16. *Bartz W., Winkler A.* Flexible or fragile? The growth performance of small and young businesses during the global financial crisis — Evidence from Germany // Journal of Business Venturing. 2016. Vol. 31. No. 2. P. 196–215.

17. *Basu A., Goswami A.* Determinants of South Asian entrepreneurial growth in Britain: A multivariate analysis // *Small Business Economics*. 1999. Vol. 13. No. 1. P. 57–70.
18. *Batjargal B., Hitt M., Tsui A., Arregle J., Webb J., Miller T.* Institutional polycentrism, entrepreneurs' social networks, and new venture growth // *Academy of Management Journal*. 2013. Vol. 56. No. 4. P. 1024–1049.
19. *Baum J., Wally S.* Strategic decision speed and firm performance // *Strategic Management Journal*. 2003. Vol. 24. No. 11. P. 1107–1129.
20. *Beaudry C., Swann G.* Firm growth in industrial clusters of the United Kingdom // *Small Business Economics*. 2009. Vol. 32. No. 4. P. 409–424.
21. *Becker G.* Human capital: A theoretical and empirical analysis with specific reference to education. Chicago: University of Chicago Press, 1993. 412 p.
22. *Beekman A., Robinson R.* Supplier Partnerships and the Small, High-Growth Firm: Selecting for Success // *Journal of Small Business Management*. 2004. Vol. 42. No. 1. P. 59–77.
23. *Bertoni F., Colombo M., Grilli L.* Venture capital investor type and the growth mode of new technology-based firms // *Small Business Economics*. 2013. Vol. 40. No. 3. P. 527–552.
24. *Bonaccorsi A., Giannangeli S.* One or more growth processes? Evidence from new Italian firms // *Small Business Economics*. 2010. Vol. 35. No. 2. P. 137–152.
25. *Borch O., Huse M., Senneseth K.* Resource Configuration, Competitive Strategies, and Corporate Entrepreneurship: An Empirical Examination of Small Firms // *Entrepreneurship Theory and Practice*. 1999. Vol. 24. No. 1. P. 49–70.
26. *Bottazzi G., Secchi A., Tamagni F.* Financial constraints and firm dynamics // *Small Business Economics*. 2014. Vol. 42. No. 1. P. 99–116.
27. *Bourdieu P., Wacquant L.* Reponses. Pour une anthropologie reflexive. Paris: Editions du Seuil, 1992. 260 p.
28. *Bradley S. W., Wiklund J., Shepherd D.* Swinging a double-edged sword: The effect of slack on entrepreneurial management and growth // *Journal of Business Venturing*. 2011. Vol. 26. No. 5. P. 537–554.
29. *Brinckmann J., Salomo S., Gemuenden H.* Financial Management Competence of Founding Teams and Growth of New Technology-Based Firms. *Entrepreneurship Theory and Practice*. 2011. Vol. 35. No. 2. P. 217–243.
30. *Bruneel J., van De Velde E., Clarysse B.* Impact of the Type of Corporate Spin-Off on Growth // *Entrepreneurship Theory and Practice*. 2012. Vol. 37. No. 4. P. 943–959.
31. *Bryson J., Keeble D., Wood P.* The Creation and Growth of Small Business Service Firms in Post-Industrial Britain // *Small Business Economics*. 1997. Vol. 9. No. 4. P. 345–360.
32. *Burghardt D., Helm M.* Firm growth in the course of mergers and acquisitions // *Small Business Economics*. 2015. Vol. 44. No. 4. P. 889–904.
33. *Burt R.* Structural Holes: The Social Structure of Competition, Cambridge, MA: Harvard University Press, 1992. P. 324
34. *Bygrave W., Minniti M.* The Social Dynamics of Entrepreneurship // *Entrepreneurship: Theory and Practice*. 2000. Vol. 24. No. 3. P. 29–40.
35. *Cacciotti G., Hayton J.* Fear and Entrepreneurship: a Review and Research Agenda // *International Journal of Management Reviews*. 2015. Vol. 17. P. 165–190.
36. *Capasso M., Treibich T., Verspagen B.* The medium-term effect of R&D on firm growth // *Small Business Economics*. 2015. Vol. 45. No. 1. P. 39–62.
37. *Capelleras J., Greene F.* The determinants and growth implications of venture creation speed // *Entrepreneurship and Regional Development*. 2008. Vol. 20. No. 4. P. 317–343.
38. *Carlson D., Upton N., Seaman S.* The Impact of Human Resource Practices and Compensation Design on Performance: An Analysis of Family-Owned SMEs // *Journal of Small Business Management*. 2006. Vol. 44. No. 4. P. 531–543.
39. *Carpenter R., Rondi L.* Going public to grow? Evidence from a panel of Italian firms // *Small Business Economics*. 2006. Vol. 27. No. 4. P. 387–407.
40. *Carr J., Haggard K., Hmieleski K., Zahra S.* A study of the moderating effects of firm age at internationalization on firm survival and short-term growth // *Strategic Entrepreneurship Journal*. 2010. Vol. 4. No. 2. P. 183–192.
41. *Casillas J., Moreno A.* The relationship between entrepreneurial orientation and growth: The moderating role of family involvement // *Entrepreneurship and Regional Development*. 2010. Vol. 20. No. 3–4. P. 265–291.
42. *Chan Y., Bhargava N., Street C.* Having Arrived: The Homogeneity of High-Growth Small Firms // *Journal of Small Business Management*. 2006. 44 (3). P. 426–440.
43. *Chandler G., McKelvie A., Davidsson P.* Asset specificity and behavioral uncertainty as moderators of the sales growth — Employment growth relationship in emerging ventures // *Journal of Business Venturing*. 2009. Vol. 24. P. 373–387.
44. *Chandler G., Broberg J., Allison T.* Customer Value Propositions in Declining Industries: Differences between Industry Representative and High-Growth Firms // *Strategic Entrepreneurship Journal*. 2014. Vol. 8. No. 3. P. 234–253.
45. *Chaston I., Mangles T.* Core Capabilities as Predictors of Growth Potential in Small Manufacturing Firms // *Journal of Small Business Management*. 1997. Vol. 35. No. 1. P. 531–550.
46. *Clarysse B., Bruneel J., Wright M.* Explaining growth paths of young technology-based firms: structuring resource portfolios in different competitive environments // *Strategic Entrepreneurship Journal*. 2011. Vol. 5. No. 2. P. 137–157.
47. *Coad A., Frankish J., Roberts R., Storey D.* Growth paths and survival chances: An application of Gambler's Ruin theory // *Journal of Business Venturing*. 2013. Vol. 28. No. 5. P. 615–632.
48. *Coad A., Guenther C.* Processes of firm growth and diversification: theory and evidence // *Small Business Economics*. 2014. Vol. 43. No. 4. P. 857–871.
49. *Coad A., Tamvada J.* Firm growth and barriers to growth among small firms in India // *Small Business Economics*. 2012. Vol. 39. No. 2. P. 383–400.
50. *Coleman S.* The role of human and financial capital in the profitability and growth of women-owned small firms // *Journal of Small Business Management*. 2007. Vol. 45. No. 3. P. 303–319.
51. *Cooper A., Gimeno-Gascon F., Woo C.* Initial human and financial capital as predictors of new venture performance // *Journal of Business Venturing*. 1994. Vol. 9. No. 5. P. 371–395.
52. *Cooper S., Park J.* The Impact of 'Incubator' Organizations on Opportunity Recognition and Technology Innovation

- tion in New, Entrepreneurial High-technology Ventures // *International Small Business Journal*. 2008. Vol. 26. No. 1. P. 27–56.
53. *Covin J., Green K., Slevin D.* Strategic Process Effects on the Entrepreneurial Orientation — Sales Growth Rate Relationship // *Entrepreneurship Theory and Practice*. 2006. Vol. 30. No. 1. P. 57–81.
 54. *Covin J., Slevin D.* Strategic management of small firms in hostile and benign environments // *Strategic Management Journal*. 1989. Vol. 5. No. 2. P. 123–135.
 55. *Craig J., Dibrell C., Davis P.* Leveraging Family-Based Brand Identity to Enhance Firm Competitiveness and Performance in Family Businesses // *Journal of Small Business Management*. 2008. Vol. 46. No. 3. P. 351–371.
 56. *Crawford G., Aguinis H., Lichtenstein B., Davidsson P., McKelvey B.* Power law distributions in entrepreneurship: Implications for theory and research // *Journal of Business Venturing*. 2015. Vol. 30. No. 5. P. 696–713.
 57. *Croce A., Marti J., Murtinu S.* The impact of venture capital on the productivity growth of European entrepreneurial firms: «Screening» or «value added» effect? // *Journal of Business Venturing*. 2013. Vol. 28. No. 4. P. 489–510.
 58. *Datta D., Guthrie J.* Executive Succession: Organizational Antecedents of CEO Characteristics // *Strategic Management Journal*. 1994. Vol. 15. No. 7. P. 569–577.
 59. *Daunfeldt S. O., Eiert N.* When is Gibrat's law a law? // *Small Business Economics*. 2013. Vol. 41. No. 1. P. 133–147.
 60. *Davidsson P., Kirchoff B., Hatemi-J A., Gustavsson H.* Empirical Analysis of Business Growth Factors Using Swedish Data // *Journal of Small Business Management*. 2002. Vol. 40. No. 4. P. 332–349.
 61. *Davidsson P., Wiklund J.* Conceptual and empirical challenges in the study of firm growth. In D. Sexton & H. Landström (Eds.), *The Blackwell Handbook of Entrepreneurship*. Oxford, MA: Blackwell Business., 2000. P. 26–44.
 62. *Davidsson P.* Continued Entrepreneurship: Ability, Need, and Opportunity as Determinants of Small Firm Growth // *Journal of Business Venturing*. 1991. Vol. 6. No. 6. P. 405–429.
 63. *Dean T., Meyer G.* Industry environments and new venture formations in U. S. manufacturing: a conceptual and empirical analysis of demand determinants // *Journal of Business Venturing*. 1996. Vol. 11. No. 2. P. 107–132.
 64. *Delmar F.* Measuring growth: methodological considerations and empirical results», In: Donckels, R., A. Mietinen, (Eds.), *Entrepreneurship and SME Research: On its Way to the Next Millennium*, Aldershot, UK: Ashgate, 1997, P. 199–216.
 65. *Delmar F., Davidsson P., Gartner W.* Arriving at the high-growth firm // *Journal of Business Venturing*. 2003. Vol. 18. No. 2. P. 189–216.
 66. *Delmar F., Wennberg K., Hellerstedt K.* Endogenous Growth Through Knowledge Spillovers in Entrepreneurship: an Empirical Test // *Strategic Entrepreneurship Journal*. 2011. Vol. 5. No. 3. P. 199–226.
 67. *Delmar F., Wiklund J.* The Effect of Small Business Managers' Growth Motivation on Firm Growth: A Longitudinal Study // *Entrepreneurship Theory and Practice*. 2008. Vol. 32. No. 3. P. 437–457.
 68. *Deschryvere M.* R&D, firm growth and the role of innovation persistence: an analysis of Finnish SMEs and large firms // *Small Business Economics*. 2014. Vol. 43. No. 4. P. 767–785.
 69. *Douglas E.* Reconstructing entrepreneurial intentions to identify predisposition for growth // *Journal of Business Venturing*. 2013. Vol. 28. No. 5. P. 633–651.
 70. *Elston J., Chen S., Weidinger A.* The role of informal capital on new venture formation and growth in China // *Small Business Economics*. 2016. Vol. 46. No. 1. P. 79–91.
 71. *Estrin S., Korosteleva J., Mickiewicz T.* Which institutions encourage entrepreneurial growth aspirations? // *Journal of Business Venturing*. 2013. Vol. 28. No. 4. P. 564–580.
 72. *Estrin S., Mickiewicz T.* Institutions and female entrepreneurship // *Small Business Economics*. 2011. Vol. 37. No. 4. P. 397–415.
 73. *Falk M.* Quantile estimates of the impact of R&D intensity on firm performance // *Small Business Economics*. 2012. Vol. 39. No. 1. P. 19–37.
 74. *Federico J. S., Capelleras J.* The heterogeneous dynamics between growth and profits: the case of young firms // *Small Business Economics*. 2015. Vol. 44. No. 2. P. 231–254.
 75. *Felzensztein C., Gimmon E., Aqueveque C.* Entrepreneurship at the Periphery: Exploring Framework Conditions in Core and Peripheral Locations // *Entrepreneurship Theory and Practice*. 2013. Vol. 37. No. 4. P. 815–835.
 76. *Fern M., Cardinal L., O'Neill H.* Strategic repertoire variety and new venture growth: the moderating effects of origin and industry dynamism // *Strategic Management Journal*. 2012. Vol. 33. No. 5. P. 427–447.
 77. *Fernhaber S., Li D.* The Impact of Interorganizational Imitation on New Venture International Entry and Performance // *Entrepreneurship Theory and Practice*. 2010. Vol. 34. No. 1. P. 1–30.
 78. *Fischer E., Reuber A., Hababou M., Johnson W., Lee S.* The Role of Socially Constructed Temporal Perspectives in the Emergence of Rapid-Growth Firms // *Entrepreneurship Theory and Practice*. 1997. Vol. 22. No. 2. P. 13–30.
 79. *Fischer E., Reuber A.* Support for Rapid-Growth Firms: A Comparison of the Views of Founders, Government Policymakers, and Private Sector Resource Providers // *Journal of Small Business Management*. 2003. Vol. 41. No. 4. P. 346–365.
 80. *Fotopoulos G., Giotopoulos I.* Gibrat's law and persistence of growth in Greek manufacturing // *Small Business Economics*. 2010. Vol. 35. No. 2. P. 191–202.
 81. *Fraser S., Bhaumik S., Wrigh, M.* What do we know about entrepreneurial finance and its relationship with growth? // *International Small Business Journal*. 2015. Vol. 33. No. 2. P. 70–88.
 82. *Gambini A., Zazzaro A.* Long-lasting bank relationships and growth of firms // *Small Business Economics*. 2013. Vol. 40. No. 4. P. 977–1007.
 83. *Garcia-Posada M., Mora-Sanguinetti J.* Does (average) size matter? Court enforcement, business demography and firm growth // *Small Business Economics*. 2015. Vol. 44. No. 3. P. 639–669.
 84. *Garsaa A., Levratto N.* Do labor tax rebates facilitate firm growth? An empirical study on French establishments in the manufacturing industry, 2004–2011 // *Small Business Economics*. 2015. Vol. 45. No. 3. P. 613–641.
 85. *Gartner W., Liao J.* The effects of perceptions of risk, environmental uncertainty, and growth aspirations on new venture creation success // *Small Business Economics*. 2012. Vol. 39. No. 3. P. 703–712.

86. *Gibrat R.* Les Inequalities Economiques. Paris, 1931.
87. *Gilbert B., McDougall P., Audretsch D.* New Venture Growth: A Review and Extension // *Journal of Management*. 2006. Vol. 32. No. 6. P. 926–950.
88. *Goedhuys M., Sleuwaegen L.* High-growth entrepreneurial firms in Africa: A quantile regression approach // *Small Business Economics*. 2009. Vol. 34. No. 1. P. 31–51.
89. *Gohmann S. F., Hobbs B., McCrickard M.* Economic Freedom and Service Industry Growth in the United States // *Entrepreneurship Theory and Practice*. 2008. Vol. 32. No. 5. P. 855–874.
90. *Gonzalez-Pernia J., Pena-Legazkue J.* Export-oriented entrepreneurship and regional economic growth // *Small Business Economics*. 2015. Vol. 45. No. 3. P. 505–522.
91. *Hampton A., Cooper S., McGowan P.* Female entrepreneurial networks and networking activity in technology-based ventures // *International Small Business Journal*. 2009. Vol. 27. No. 2. P. 193–214.
92. *Hansen E.* Entrepreneurial Networks and New Organization Growth // *Entrepreneurship: Theory and Practice*. 1995. Vol. 19. No. 4. P. 7–19.
93. *Havnes P., Senneseth K.* Panel Study of Firm Growth among SMEs in Network // *Small Business Economics*. 2001. Vol. 16. No. 4. P. 293–302.
94. *Hayter C.* Conceptualizing knowledge-based entrepreneurship networks: perspectives from the literature // *Small Business Economics*. 2013. Vol. 41. No. 4. P. 899–911.
95. *Headd B., Kirchoff B.* The Growth, Decline and Survival of Small Businesses: An Exploratory Study of Life Cycles // *Journal of Small Business Management*. 2009. Vol. 47. No. 4. P. 47–57.
96. *Heneman R., Tansky J., Camp S.* Human Resource Management Practices in Small and Medium-Sized Enterprises: Unanswered Questions and Future Research Perspectives // *Entrepreneurship: Theory and Practice*. 2000. Vol. 25. No. 1. P. 11–26.
97. *Hessels J., van Stel A.* Entrepreneurship, export orientation, and economic growth // *Small Business Economics*. 2011. Vol. 37. No. 2. P. 255–268.
98. *Hmieleski K., Baron R.* Entrepreneurs' Optimism And New Venture Performance: A Social Cognitive Perspective // *Academy of Management Journal*. 2009. Vol. 52. No. 3. P. 473–488.
99. *Hmieleski K., Corbett A.* The contrasting interaction effects of improvisational behavior with entrepreneurial self-efficacy on new venture performance and entrepreneur work satisfaction // *Journal of Business Venturing*. 2008. Vol. 23. No. 4. P. 482–496.
100. *Honjo Y., Harada N.* SME policy, financial structure and firm growth: Evidence from Japan // *Small Business Economics*. 2006. Vol. 27. No. 4–5. P. 289–300.
101. *Iacobucci D., Rosa P.* Growth, diversification, and business group formation in entrepreneurial firms // *Small Business Economics*. 2005. Vol. 25. No. 1. P. 65–82.
102. *Jankala S., Sivola H.* Lagging Effects of the Use of Activity-Based Costing on the Financial Performance of Small Firms // *Journal of Small Business Management*. 2012. Vol. 50. No. 3. P. 498–523.
103. *Jaouen A., Lasch F.* A new typology of micro-firm owner-managers // *International Small Business Journal*. 2015. Vol. 33. No. 4. P. 397–421.
104. *Johansson D.* Is small beautiful? The case of the Swedish IT industry // *Entrepreneurship and Regional Development*. 2004. Vol. 16. No. 4. P. 271–287.
105. *Kazarjian R., Drazin R.* Stage-Contingent Model of Design and Growth for Technology Based New Ventures // *Journal of Business Venturing*. 1990. Vol. 5. No. 3. P. 137–150.
106. *Kiviluoto N.* Growth as evidence of firm success: myth or reality? // *Entrepreneurship and Regional Development*. 2013. Vol. 25. No. 7–8. P. 569–586.
107. *Koch A., Spath J., Strotmann H.* The role of employees for post-entry firm growth // *Small Business Economics*. 2013. Vol. 41. No. 3. P. 733–755.
108. *Koeller C. T., Lechler T.* Economic and managerial perspectives on new venture growth: An integrated analysis // *Small Business Economics*. 2006. Vol. 26. No. 5. P. 427–437.
109. *Koryak O., Mole K., Lockett A., Hayton J., Ucbasaran D., Hodgkinson G.* Entrepreneurial leadership, capabilities and firm growth // *International Small Business Journal*. 2015. Vol. 33. No. 1. P. 89–105.
110. *Kotey B., Slade P.* Formal. Human Resource Management Practices in Small Growing Firms // *Journal of Small Business Management*. 2005. Vol. 43. No. 1. P. 16–40.
111. *Kotha S., Nair A.* Strategy and environment as determinants of performance: evidence from the Japanese machine tool industry // *Strategic Management Journal*. 1995. Vol. 16. No. 7. P. 497–518.
112. *Larraneta B., Zahra S., Gonzalez J.* Strategic repertoire variety and new venture growth: the moderating effects of origin and industry dynamism // *Strategic Management Journal*. 2014. Vol. 35. No. 5. P. 761–772.
113. *Lawless M.* Age or size? Contributions to job creation // *Small Business Economics*. 2014. Vol. 42. No. 4. P. 815–830.
114. *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. No. 1. P. 1–26.
115. *Lechner C., Leyronas C.* Small-Business Group Formation as an Entrepreneurial Development Model // *Entrepreneurship Theory and Practice*. 2009. Vol. 33. No. 3. P. 645–667.
116. *Lechner C., Soppe B., Dowling M.* Vertical Coopetition and the Sales Growth of Young and Small Firms // *Journal of Small Business Management*. 2016. Vol. 54. No. 1. P. 67–84.
117. *Leitch C., Hill F., Neergaard H.* Entrepreneurial and Business Growth and the Quest for a «Comprehensive Theory»: Tilting at Windmills? // *Entrepreneurship Theory and Practice*. 2010. Vol. 34. No. 2. P. 249–260.
118. *Leung A., Zhang J., Wong P., Foo M.* The use of networks in human resource acquisition for entrepreneurial firms: Multiple «fit» considerations // *Journal of Business Venturing*. 2006. Vol. 21. No. 5. P. 664–686.
119. *Li M., Goetz S., Partridge M., Fleming D.* Location determinants of high-growth firms // *Entrepreneurship and Regional Development*. 2016. Vol. 28. No. 1–2. P. 97–125.
120. *Loof H., Nabavi P.* Survival, productivity and growth of new ventures across locations // *Small Business Economics*. 2014. Vol. 43. No. 2. P. 477–491.
121. *Lopez-Garcia P., Puente S.* What makes a high-growth firm? A dynamic probit analysis using Spanish firm-level data // *Small Business Economics*. 2012. Vol. 39. No. 4. P. 1029–1041.

122. *Lotti F., Santarelli E., Vivarelli M.* Defending Gibrat's law as a long-run regularity // *Small Business Economics*. 2009. Vol. 32. No. 1. P. 31–44.
123. *Lumpkin G., Dess G.* Clarifying the entrepreneurial orientation construct and linking it to performance // *Academy of Management Review*. 1996. Vol. 21. No. 1. P. 135–172.
124. *Luthje C., Franke N.* The «making» of an entrepreneur: Testing a model of entrepreneurial intent among engineering students at MIT // *R and D Management*. 2003. Vol. 33. No. 2. P. 135–147.
125. *Madsen E.* The significance of sustained entrepreneurial orientation on performance of firms — A longitudinal analysis // *Entrepreneurship and Regional Development*. 2007. Vol. 19. No. 2. P. 185–204.
126. *Maine E., Shapiro D., Vining A.* The role of clustering in the growth of new technology-based firms // *Small Business Economic*. 2010. Vol. 34. No. 2. P. 127–146.
127. *Majumdar S.* «How do they plan for growth in auto component business?» — A study on small foundries of western India // *Journal of Business Venturing*. 2010. Vol. 25. No. 3. P. 274–289.
128. *Majumdar S.* The hidden hand and the license raj to an evaluation of the relationship between age and the growth of firms in India // *Journal of Business Venturing*. 2004. Vol. 19. No. 1. P. 107–125.
129. *Manolova T., Carter N., Manev I., Gyoshev B.* The Differential Effect of Men and Women Entrepreneurs' Human Capital and Networking on Growth Expectancies in Bulgaria // *Entrepreneurship: Theory and Practice*. 2007. Vol. 31. No. 3. P. 407–426.
130. *Manolova T. S., Brush C., Edelman L., Shaver K.* One size does not fit all: Entrepreneurial expectancies and growth intentions of US women and men nascent entrepreneurs // *Entrepreneurship and Regional Development*. 2012. Vol. 24. No. 1–2. P. 7–27.
131. *Markman G., Gartner W.* Is Extraordinary Growth Profitable? A Study of Inc. 500 High Growth Companies // *Entrepreneurship: Theory and Practice*. 2002. Vol. 27. No. 1. P. 65–75.
132. *Mathias B., Williams D., Smith A.* Entrepreneurial inception: The role of imprinting in entrepreneurial action // *Journal of Business Venturing*. 2015. Vol. 30. No. 1. P. 11–28.
133. *McAdam M., Marlow S.* Building Futures or Stealing Secrets? Entrepreneurial Cooperation and Conflict within Business Incubators // *International Small Business Journal*. 2007. Vol. 25. No. 4. P. 361–382.
134. *McDougall P., Covin J., Robinson R., Herron L.* The effects of industry growth and strategic breadth on new venture performance and strategy content // *Strategic Management Journal*. 1994. Vol. 15. No. 7. P. 537–554.
135. *McKelvie A., Wiklund J.* Advancing Firm Growth Research: A Focus on Growth Mode Instead of Growth Rate // *Entrepreneurship Theory and Practice*. 2010. Vol. 34. No. 2. P. 261–288.
136. *Meek W., Pacheco D., York J.* The impact of social norms on entrepreneurial action: Evidence from the environmental entrepreneurship context // *Journal of Business Venturing*. 2010. Vol. 25. No. 5. P. 493–509.
137. *Merz G., Weber P., Laetz V.* Linking Small Business Management With Entrepreneurial Growth // *Journal of Small Business Management*. 1994. Vol. 32. P. 48–60.
138. *Messersmith J., Wales W.* Entrepreneurial orientation and performance in young firms: The role of human resource management // *International Small Business Journal*. 2011. Vol. 31. No. 2. P. 115–136.
139. *Minniti M., Levesque M.* Entrepreneurial types and economic growth // *Journal of Business Venturing*. 2010. Vol. 25. No. 3. P. 305–314.
140. *Mitchell F., Reid G., Terry N.* Venture Capital Supply and Accounting Information System Developmen // *Entrepreneurship: Theory and Practice*. 1997. Vol. 21. No. 4. P. 45–62.
141. *Mitra R., Pingali V.* Analysis of Growth Stages in Small Firms: A Case Study of Automobile Ancillaries in India // *Journal of Small Business Management*. 1999. Vol. 37. No. 3. P. 62–75.
142. *Moreno A., Casillas J.* Entrepreneurial Orientation and Growth of SMEs: A Causal Model // *Entrepreneurship: Theory and Practice*. 2008. Vol. 32. No. 3. P. 507–528.
143. *Moreno A., Casillas J.* High-growth SMEs versus non-high-growth SMEs: a discriminant analysis // *Entrepreneurship and Regional Development*. 2007. Vol. 19. No. 1. P. 69–88.
144. *Morris M., Schindehutte M.* Entrepreneurial Values and the Ethnic Enterprise: An Examination of Six Subcultures // *Journal of Small Business Management*. 2005. Vol. 43. No. 4. P. 453–479.
145. *Morris M., Miyasaki N., Watters C., Coombes S.* The Dilemma of Growth: Understanding Venture Size Choices of Women Entrepreneurs // *Journal of Small Business Management*. 2006. Vol. 44. No. 2. P. 221–244.
146. *Naldi L., Davidsson P.* Entrepreneurial growth: The role of international knowledge acquisition as moderated by firm age // *Journal of Business Venturing*. 2014. Vol. 29. No. 5. P. 687–703.
147. *Navaretti G., Castellani D., Pieri F.* Age and firm growth: evidence from three European countries // *Small Business Economics*. 2014. Vol. 43. No. 4. P. 823–837.
148. *Nelson T., Levesque L.* The Status of Women in Corporate Governance in High-Growth, High-Potential Firms // *Entrepreneurship: Theory and Practice*. 2007. Vol. 31. No. 2. P. 209–232.
149. *Ogawa K., Sterken E., Tokutsu I.* The trade credit channel revisited: Evidence from micro data of Japanese small firms // *Small Business Economics*. 2013. Vol. 40. No. 1. P. 101–118.
150. *Oliveira B., Fortunato A.* Firm growth and liquidity constraints: A dynamic analysis // *Small Business Economics*. 2006. Vol. 27. No. 2–3. P. 139–156.
151. *Olson P., Bokor D.* Strategy Process-Content Interaction: Effects on Growth Performance In Small, Startup Firms // *Journal of Small Business Management*. 1995. Vol. 33. No. 1. P. 34–44.
152. *Orser B., Hogarth-Scott S., Riding A.* Performance, Firm Size, and Management Problem Solving // *Journal of Small Business Management*. 2000. Vol. 38. No. 4. P. 42–58.
153. *Park S., Bae Z.* 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. P. 81–105.
154. *Park Y., Shin J., Kim T.* Firm size, age, industrial networking, and growth: A case of the Korean manufacturing industry // *Small Business Economics*. 2010. Vol. 35. No. 2. P. 153–168.
155. *Parker S., Storey D., van Witteloostuijn A.* What happens to gazelles? The importance of dynamic management

- strategy // *Small Business Economics*. 2010. Vol. 35. No. 2. P. 203–226.
156. Patel P., Fiet J., Sohl J. Mitigating the limited scalability of bootstrapping through strategic alliances to enhance new venture growth // *International Small Business Journal*. 2011. Vol. 29. No. 5. P. 421–447.
157. Patel P., Messersmith J., Lepak D. Walking the tightrope: An assessment of the relationship between high-performance work systems and organizational ambidexterity // *Academy of Management Journal*. 2013. Vol. 56. No. 5. P. 1420–1442.
158. Pender M. Firm entry and turnover: the nexus with profitability and growth // *Small Business Economics*, 2008. Vol. 30. No. 4. P. 327–344.
159. Penrose E. Biological Analogies in the Theory of the Firm // *American Economic Review*. 1952. Vol. 42. No. 5. P. 804–819.
160. Penrose E. Foreign Investment and the Growth of the Firm // *The Economic Journal*. 1956. Vol. 66. P. 220–235.
161. Penrose E. Limits to the growth and size of the firms // *American Economic Review*. 1955. Vol. 45. No. 2. P. 531–543.
162. Penrose E. *The Theory of the Growth of the Firm*. Basil Blackwell, Oxford, 1959.
163. Peric M., Vitezic V. Impact of global economic crisis on firm growth // *Small Business Economics*. 2016. Vol. 46. No. 1. P. 1–12.
164. Petrunia R. Does Gibrat's law hold? Evidence from Canadian retail and manufacturing firms // *Small Business Economics*. 2008. Vol. 30. No. 2. P. 201–214.
165. Pettus M. The resource-based view as a developmental growth process: evidence from the deregulated trucking industry // *Academy of Management Journal*. 2001. Vol. 44. No. 4. P. 878–896.
166. Randolph W., Sapienza H., Watson M. Technology-Structure Fit and Performance in Small Businesses: An Examination of the Moderating Effects of Organizational State // *Entrepreneurship: Theory and Practice*. 1991. Vol. 16. No. 1. P. 27–41.
167. Rosenbusch N., Brinckmann J., Muller V. Does acquiring venture capital pay off for the funded firms? A meta-analysis on the relationship between venture capital investment and funded firm financial performance // *Journal of Business Venturing*. Vol. 28. No. 3. P. 335–353.
168. Rostamkhalaei A., Freel M. The cost of growth: small firms and the pricing of bank loans // *Small Business Economics*. 2016. Vol. 46. No. 2. P. 255–272.
169. Rotger G., Gortz M., Storey D. Assessing the effectiveness of guided preparation for new venture creation and performance: Theory and practice // *Journal of Business Venturing*. 2012. Vol. 27. No. 4. P. 506–521.
170. Sadler-Smith E., Hampson E., Chaston I., Badger B. Managerial Behavior, Entrepreneurial Style and Small Firm Performance // *Journal of Small Business Management*. 2003. Vol. 41. No. 1. P. 47–67.
171. Sapienza H., Grimm C. Founder Characteristics, Start-Up Process, and Strategy/Structure Variables as Predictors of Shortline Railroad Performance // *Entrepreneurship: Theory and Practice*. 1997. Vol. 22. No. 1. P. 5–24.
172. Sapienza H., Parhankangas A., Autio E. Knowledge relatedness and post-spin-off growth // *Journal of Business Venturing*. 2004. Vol. 19. No. 6. P. 809–829.
173. Segarra A., Teruel M. High-growth firms and innovation: an empirical analysis for Spanish firms // *Small Business Economics*. 2014. Vol. 43. No. 4. P. 805–821.
174. Shane S. Why encouraging more people to become entrepreneurs is bad public policy // *Small Business Economics*. Vol. 33. No. 2. P. 141–149.
175. Shane S. Hybrid organizational arrangements and their implications for firm growth and survival: A study of new franchisors // *Academy of Management Journal*. 1996. Vol. 39. No. 1. P. 216–234.
176. Shepherd D., Wiklund J. Are We Comparing Apples With Apples or Apples With Oranges? Appropriateness of Knowledge Accumulation Across Growth Studies // *Entrepreneurship: Theory and Practice*. 2009. Vol. 33. No. 1. P. 105–123.
177. Shepherd J. Entrepreneurial growth through constellations // *Journal of Business Venturing*. 1991. Vol. 6. No. 5. P. 363–373.
178. Shrader R., Siegel D. Assessing the Relationship between Human Capital and Firm Performance: Evidence from Technology-Based New Ventures // *Entrepreneurship: Theory and Practice*. 2007. Vol. 31. No. 6. P. 893–908.
179. Siegel R., Siegel E., MacMillan J. Characteristics Distinguishing High-Growth Ventures // *Journal of Business Venturing*. 1993. Vol. 8. P. 169–180.
180. Sleuwaegen L., Onkelinx J. International commitment, post-entry growth and survival of international new ventures // *Journal of Business Venturing*. 2014. Vol. 29. P. 106–120.
181. Sok P., O'Cass A. The role of intellectual resources, product innovation capability, reputational resources and marketing capability combinations in firm growth // *International Small Business Journal*. 2014. Vol. 32. No. 8. P. 996–1018.
182. Stam E., Wennberg K. The roles of R&D in new firm growth // *Small Business Economics*. 2009. Vol. 33. No. 1. P. 77–89.
183. Steffens P., Davidsson P., Fitzsimmons J. Performance configurations over time: implications for growth and profit oriented strategies // *Entrepreneurship Theory and Practice*. 2009. Vol. 33. No. 1. P. 125–148.
184. Stenholm P., Acs Z., Wuebker R. Exploring country-level institutional arrangements on the rate and type of entrepreneurial activity // *Journal of Business Venturing*. 2013. Vol. 28. No. 1. P. 176–193.
185. Thakur S. Size of Investment, Opportunity Choice and Human Resources in New Venture Growth: Some Typologies // *Journal of Business Venturing*. 1998. Vol. 14. No. 3. P. 283–309.
186. Tomczyk D., Lee J., Winslow E. Entrepreneurs' Personal Values, Compensation, and High Growth Firm Performance // *Journal of Small Business Management*. 2013. Vol. 51. No. 1. P. 66–82.
187. Upton N., Teal E., Felan J. Strategic and Business Planning Practices of Fast Growth Family Firms // *Journal of Small Business Management*. 2001. Vol. 39. No. 1. P. 60–72.
188. 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. P. 681–705.
189. Varum C., Rocha V. Employment and SMEs during crises // *Small Business Economics*. 2013. Vol. 40. No. 1. P. 9–25.
190. Wagner J. Firm size, firm growth, and persistence of chance: Testing Gibrat's law with establishment data from Lower Saxony, 1978–1989 // *Small Business Economics*. 1992. Vol. 4. No. 2. P. 125–131.

191. Wang C., Altinay L. Social embeddedness, entrepreneurial orientation and firm growth in ethnic minority small businesses in the UK // *International Small Business Journal*. 2010. Vol. 30. No. 1. P. 3–23.
192. Wasilczuk J. Advantageous Competence of Owner/Managers to Grow the Firm in Poland: Empirical Evidence // *Journal of Small Business Management*. 2000. Vol. 38. No. 2. P. 88–94.
193. Weinzimmer L. Top Management Team Correlates of Organizational Growth in a Small Business Context: A Comparative Study // *Journal of Small Business Management*. 1997. Vol. 35. No. 3. P. 1–9.
194. Welbourne T., Cyr L. The Human Resource Executive Effect in Initial Public Offering Firms // *Academy of Management Journal*. 1999. Vol. 42. No. 6. P. 616–629.
195. Wijewardena H., Cooray S. Determinants of growth in small Japanese manufacturing firms: survey evidence from Kobe // *Journal of Small Business Management*. 1995. Vol. 33. No. 4. P. 87–92.
196. Willard G., Krueger D., Feeser H. In Order To Grow, Must The Founder Go: A Comparison Of Performance Between Founder And Non-Founder Managed High-Growth Manufacturing Firms // *Journal of Business Venturing*. 1992. Vol. 7. No. 3. P. 181–194.
197. Williams L., McGuire S. Economic creativity and innovation implementation: The entrepreneurial drivers of growth? Evidence from 63 countries // *Small Business Economics*. 2010. Vol. 34. No. 4. P. 391–412.
198. Wing C., Yiu M. Firm Dynamics and Industrialization in the Chinese Economy in Transition: Implications for Small Business Policy // *Journal of Business Venturing*. 1996. Vol. 11. No. 6. P. 489–505.
199. Wong P., Ho Y. P., Autio E. Entrepreneurship, innovation and economic growth: Evidence from GEM data // *Small Business Economics*. 2005. Vol. 24. No. 3. P. 335–350.
200. Wright M., Stigliani I. Entrepreneurship and growth // *International Small Business Journal*. 2013. Vol. 31. No. 1. P. 3–22.
201. Wu L.-Y., Wang C.-J., Chen C.-P., Pan L.-Y. Internal Resources, External Network, and Competitiveness during the Growth Stage: A Study of Taiwanese High-Tech Ventures // *Entrepreneurship: Theory and Practice*. 2008. Vol. 32. No. 3. P. 529–549.
202. Yamakawa Y., Peng M., Deeds D. Rising From the Ashes: Cognitive Determinants of Venture Growth After Entrepreneurial Failure // *Entrepreneurship Theory and Practice*. 2015. Vol. 39. No. 2. P. 209–236.
203. Yusuf A., Saffu K. Planning and Performance of Small and Medium Enterprise Operators in a Country in Transition // *Journal of Small Business Management*. 2005. Vol. 43. No. 4. P. 480–497.
204. Zahra S., Hayton J. The effect of international venturing on firm performance: The moderating influence of absorptive capacity // *Journal of Business Venturing*. 2008. Vol. 23. No. 2. P. 195–220.
3. Acar A. The impact of key internal factors on firms performance: An empirical study of small Turkish firms. *Journal of Small Business Management*, 1993, vol. 31, no. 4, pp. 86–92.
4. Aislabie C. Sudden change in a model of small firm growth. *Small Business Economics*, 1992, vol. 34, no. 4, pp. 391–412.
5. 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.
6. Alsos G., Isaksen E., Ljunggren E. New Venture Financing and Subsequent Business Growth in Men- and Women-Led Businesses *Entrepreneurship Theory and Practice*, 2006, vol. 30, no. 5, pp. 667–686.
7. Ang S. Competitive intensity and collaboration: impact on firm growth across technological environments. *Strategic Management Journal*, 2008, vol. 29, no. 10, pp. 1057–1075.
8. Anyadike-Danes M., Bjunggren C. M., Gottschalk S., Hotzl W., Johansson D., Maliranta M., Myrann A. An international cohort comparison of size effects on job growth. *Small Business Economics*, 2015, vol. 44, no. 4, pp. 821–844.
9. Arraiz I., Melendez M., Stucchi R. Partial credit guarantees and firm performance: evidence from Colombia. *Small Business Economics*, 2014, vol. 43, no. 3, pp. 711–724.
10. Arregle J., Batjargal B., Hitt M., Webb J., Miller T., Tsui A. Family Ties in Entrepreneurs' Social Networks and New Venture Growth. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 2015, vol. 39, no. 2, pp. 313–344.
11. Audrestch D. B., Coad A., Segarra A. Firm growth and innovation. *Small Business Economics*, 2014, vol. 43, no. 4, pp. 743–749.
12. Autio E., Acs Z. Intellectual Property Protection and the Formation of Entrepreneurial Growth Aspirations. *Strategic Entrepreneurship Journal*, 2010, vol. 4, pp. 234–251.
13. Barney J. Firm Resources and Sustained Competitive Advantage. *Journal of Management*, 1991, vol. 17, no. 1, pp. 99–120.
14. Baron R., Hmieleski K., Henry R. Entrepreneurs' dispositional positive affect: The potential benefits — and potential costs — of being «up». *Journal of Business Venturing*, 2012, vol. 27, no. 3, pp. 310–324.
15. Baron R., Tang J., Hmieleski K. The Downside of Being «Up»: Entrepreneurs' Dispositional Positive Affect and Firm Performance. *Strategic Entrepreneurship Journal*, 2011, vol. 5, no. 2, pp. 101–119.
16. Bartz W., Winkler A. Flexible or fragile? The growth performance of small and young businesses during the global financial crisis — Evidence from Germany. *Journal of Business Venturing*, 2016, vol. 31, no. 2, pp. 196–215.
17. Basu A., Goswami A. Determinants of South Asian entrepreneurial growth in Britain: A multivariate analysis. *Small Business Economics*, 1999, vol. 13, no. 1, pp. 57–70.
18. Batjargal B., Hitt M., Tsui A., Arregle J., Webb J., Miller T. Institutional polycentrism, entrepreneurs' social networks, and new venture growth. *Academy of Management Journal*, 2013, vol. 56, no. 4, pp. 1024–1049.
19. Baum J., Wally S. Strategic decision speed and firm performance. *Strategic Management Journal*, 2003, vol. 24, no. 11, pp. 1107–1129.
20. Beaudry C., Swann G. M. Firm growth in industrial clusters of the United Kingdom. *Small Business Economics*, 2009, vol. 32, no. 4, pp. 409–424.
21. Becker G. S. *Human capital: A theoretical and empirical analysis with specific reference to education*. Chicago: University of Chicago Press, 1993. 412 p.

References

1. Belyaeva T. Strategic orientations concept: Main research directions. *Vestnik Sankt-Peterburgskogo Universiteta, ser. 8. Menedzhment*, 2015, no. 4, pp. 152–189.
2. Kat'kalo V. *Evolutsiya teorii strategicheskogo upravleniya: monografiya* [Evolution of the strategic management theory]. Saint Petersburg: SPbSU Publishing house, 2006. 548 p.

22. Beekman A., Robinson R. Supplier Partnerships and the Small, High-Growth Firm: Selecting for Success. *Journal of Small Business Management*, 2004, vol. 42, no. 1, pp. 59–77.
23. Bertoni F., Colombo M. G., Grilli L. Venture capital investor type and the growth mode of new technology-based firms. *Small Business Economics*, 2013, vol. 40, no. 3, pp. 527–552.
24. Bonaccorsi A., Giannangeli S. One or more growth processes? Evidence from new Italian firms. *Small Business Economics*, 2010, vol. 35, no. 2, pp. 137–152.
25. Borch O., Huse M., Senneseth K. Resource Configuration, Competitive Strategies, and Corporate Entrepreneurship: An Empirical Examination of Small Firms. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 1999, vol. 24, no. 1, pp. 49–70.
26. Bottazzi G., Secchi A., Tamagni F. Financial constraints and firm dynamics. *Small Business Economics*, 2014, vol. 42, no. 1, pp. 99–116.
27. Bourdieu P., Wacquant L. *Reponses. Pour une anthropologie reflexive*. Paris: Editions du Seuil, 1992. 260 p.
28. Bradley S., Wiklund J., Shepherd D. A. Swinging a double-edged sword: The effect of slack on entrepreneurial management and growth. *Journal of Business Venturing*, 2011, vol. 26, no. 5, pp. 537–554.
29. Brinckmann J., Salomo S., Gemuenden H. Financial Management Competence of Founding Teams and Growth of New Technology-Based Firms. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 2011, vol. 35, no. 2, pp. 217–243.
30. Bruneel J., Van De Velde E., Clarysse B. Impact of the Type of Corporate Spin-Off on Growth. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 2012, vol. 37, no. 4, pp. 943–959.
31. Bryson J. R., Keeble D., Wood P. The Creation and Growth of Small Business Service Firms in Post-Industrial Britain. *Small Business Economics*, 1997, vol. 9, no. 4, pp. 345–360.
32. Burghardt D., Helm M. Firm growth in the course of mergers and acquisitions. *Small Business Economics*, 2015, vol. 44, no. 4, pp. 889–904.
33. Burt R. S. *Structural Holes: The Social Structure of Competition*. Cambridge, MA: Harvard University Press, 1992, p. 324.
34. Bygrave W., Minniti M. The Social Dynamics of Entrepreneurship. *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 2000, vol. 24, no. 3, pp. 29–40.
35. Cacciotti G., Hayton J. Fear and Entrepreneurship: a Review and Research Agenda. *International Journal of Management Reviews*, 2015, vol. 17, pp. 165–190.
36. Capasso M., Treibich T., Verspagen B. The medium-term effect of R&D on firm growth. *Small Business Economics*, 2015, vol. 45, no. 1, pp. 39–62.
37. Capelleras J.-L., Greene F. The determinants and growth implications of venture creation speed. *Entrepreneurship and Regional Development*, 2008, vol. 20, no. 4, pp. 317–343.
38. Carlson D., Upton N., Seaman S. The Impact of Human Resource Practices and Compensation Design on Performance: An Analysis of Family-Owned SMEs. *Journal of Small Business Management*, 2006, vol. 44, no. 4, pp. 531–543.
39. Carpenter R., Rondi L. Going public to grow? Evidence from a panel of Italian firms. *Small Business Economics*, 2006, vol. 27, no. 4–5, pp. 387–407.
40. Carr J., Haggard K., Hmieleski K., Zahra S. A study of the moderating effects of firm age at internationalization on firm survival and short-term growth. *Strategic Entrepreneurship Journal*, 2010, vol. 4, no. 2, pp. 183–192.
41. Casillas J., Moreno A. The relationship between entrepreneurial orientation and growth: The moderating role of family involvement. *Entrepreneurship and Regional Development*, 2010, vol. 20, no. 3–4, pp. 265–291.
42. Chan Y., Bhargava N., Street C. Having Arrived: The Homogeneity of High-Growth Small Firms. *Journal of Small Business Management*, 2006, 44 (3), pp. 426–440.
43. Chandler G., McKelvie A., Davidsson P. Asset specificity and behavioral uncertainty as moderators of the sales growth — Employment growth relationship in emerging ventures. *Journal of Business Venturing*, 2009, vol. 24, pp. 373–387.
44. Chandler G., Broberg J., Allison T. Customer Value Propositions in Declining Industries: Differences between Industry Representative and High-Growth Firms. *Strategic Entrepreneurship Journal*, 2014, vol. 8, no. 3, pp. 234–253.
45. Chaston I., Mangles T. Core Capabilities as Predictors of Growth Potential in Small Manufacturing Firms. *Journal of Small Business Management*, 1997, vol. 35, no. 1, pp. 531–550.
46. Clarysse B., Bruneel J., Wright M. Explaining growth paths of young technology-based firms: structuring resource portfolios in different competitive environments. *Strategic Entrepreneurship Journal*, 2011, vol. 5, no. 2, pp. 137–157.
47. Coad A., Frankish J., Roberts R., Storey D. Growth paths and survival chances: An application of Gambler's Ruin theory. *Journal of Business Venturing*, 2013, vol. 28, no. 5, pp. 615–632.
48. Coad A., Guenther C. Processes of firm growth and diversification: theory and evidence. *Small Business Economics*, 2014, vol. 43, no. 4, pp. 857–871.
49. Coad A., Tamvada J. Firm growth and barriers to growth among small firms in India. *Small Business Economics*, 2012, vol. 39, no. 2, pp. 383–400.
50. Coleman S. The role of human and financial capital in the profitability and growth of women-owned small firms. *Journal of Small Business Management*, 2007, vol. 45, no. 3, pp. 303–319.
51. Cooper A., Gimeno-Gascon F., Woo C. Initial human and financial capital as predictors of new venture performance. *Journal of Business Venturing*, 1994, vol. 9, no. 5, pp. 371–395.
52. Cooper S., Park J. The Impact of 'Incubator' Organizations on Opportunity Recognition and Technology Innovation in New, Entrepreneurial High-technology Ventures. *International Small Business Journal*, 2008, vol. 26, no. 1, pp. 27–56.
53. Covin J., Green K., Slevin D. Strategic Process Effects on the Entrepreneurial Orientation — Sales Growth Rate Relationship. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 2006, vol. 30, no. 1, pp. 57–81.
54. Covin J., Slevin D. Strategic management of small firms in hostile and benign environments. *Strategic Management Journal*, 1989, vol. 5, no. 2, pp. 123–135.
55. Craig J., Dibrell C., Davis P. Leveraging Family-Based Brand Identity to Enhance Firm Competitiveness and Performance in Family Businesses. *Journal of Small Business Management*, 2008, 46 (3), pp. 351–371.
56. Crawford G., Aguinis H., Lichtenstein B., Davidsson P., McKelvey B. Power law distributions in entrepreneurship: Implications for theory and research. *Journal of Business Venturing*, 2015, vol. 30, no. 5, pp. 696–713.
57. Croce A., Marti J., Murtinu S. The impact of venture capital on the productivity growth of European entrepreneur-

- ial firms: «Screening» or «value added» effect? *Journal of Business Venturing*, 2013, vol. 28, no. 4, pp. 489–510.
58. Datta D., Guthrie J. Executive Succession: Organizational Antecedents of CEO Characteristics. *Strategic Management Journal*, 1994, vol. 15, no. 7, pp. 569–577.
 59. Daunfeldt S., Elert N. When is Gibrat's law a law? *Small Business Economics*, 2013, vol. 41, no. 1, pp. 133–147.
 60. Davidsson P., Kirchoff B., Hatemi-J A., Gustavsson H. Empirical Analysis of Business Growth Factors Using Swedish Data. *Journal of Small Business Management*, 2002, vol. 40, no. 4, pp. 332–349.
 61. Davidsson P., Wiklund J. *Conceptual and empirical challenges in the study of firm growth*. In D. Sexton & H. Landström (Eds.), *The Blackwell Handbook of Entrepreneurship*. Oxford, MA: Blackwell Business., 2000, pp. 26–44.
 62. Davidsson, P. Continued Entrepreneurship: Ability, Need, and Opportunity as Determinants of Small Firm Growth. *Journal of Business Venturing*, 1991, vol. 6, no. 6, pp. 405–429.
 63. Dean T., Meyer G., Industry environments and new venture formations in U. S. manufacturing: a conceptual and empirical analysis of demand determinants. *Journal of Business Venturing*, 1996, vol. 11, no. 2, pp. 107–132.
 64. Delmar F. *Measuring growth: methodological considerations and empirical results*, in: Donckels, R., A. Miettinen, (Eds.), *Entrepreneurship and SME Research: On its Way to the Next Millennium*. Aldershot, UK: Ashgate, 1997, pp. 199–216.
 65. Delmar F., Davidsson P., Gartner W. B. Arriving at the high-growth firm. *Journal of Business Venturing*, 2003, vol. 18, no. 2, pp. 189–216.
 66. Delmar F., Wennberg K., Hellerstedt K. Endogenous Growth Through Knowledge Spillovers in Entrepreneurship: an Empirical Test. *Strategic Entrepreneurship Journal*, 2011, vol. 5, no. 3, pp. 199–226.
 67. Delmar F., Wiklund J. The Effect of Small Business Managers' Growth Motivation on Firm Growth: A Longitudinal Study. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 2008, vol. 32, no. 3, pp. 437–457.
 68. Deschryvere M. R&D, firm growth and the role of innovation persistence: an analysis of Finnish SMEs and large firms. *Small Business Economics*, 2014, vol. 43, no. 4, pp. 767–785.
 69. Douglas E. Reconstructing entrepreneurial intentions to identify predisposition for growth. *Journal of Business Venturing*, 2013, vol. 28, no. 5, pp. 633–651.
 70. Elston J., Chen S., Weidinger A. The role of informal capital on new venture formation and growth in China. *Small Business Economics*, 2016, vol. 46, no. 1, pp. 79–91.
 71. Estrin S., Korosteleva J., Mickiewicz T. Which institutions encourage entrepreneurial growth aspirations? *Journal of Business Venturing*, 2013, vol. 28, no. 4, pp. 564–580.
 72. Estrin S., Mickiewicz T. Institutions and female entrepreneurship. *Small Business Economics*, 2011, vol. 37, no. 4, pp. 397–415.
 73. Falk M. Quantile estimates of the impact of R&D intensity on firm performance. *Small Business Economics*, 2012, vol. 39, no. 1, pp. 19–37.
 74. Federico J., Capelleras, J. The heterogeneous dynamics between growth and profits: the case of young firms. *Small Business Economics*, 2015, vol. 44, pp. 231–254.
 75. Felzensztein C., Gimmon E., Aqueveque C. Entrepreneurship at the Periphery: Exploring Framework Conditions in Core and Peripheral Locations. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 2013, vol. 37, no. 4, pp. 815–835.
 76. Fern M., Cardinal L., O'Neill H. Strategic repertoire variety and new venture growth: the moderating effects of origin and industry dynamism. *Strategic Management Journal*, 2012, vol. 33, no. 5, pp. 427–447.
 77. Fernhaber S., Li D. The Impact of Interorganizational Imitation on New Venture International Entry and Performance. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 2010, vol. 34, no. 1, pp. 1–30.
 78. Fischer E., Reuber A., Hababou M., Johnson W., Lee S. The Role of Socially Constructed Temporal Perspectives in the Emergence of Rapid-Growth Firms. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 1997, vol. 22, no. 2, pp. 13–30.
 79. Fischer E., Reuber A. Support for Rapid-Growth Firms: A Comparison of the Views of Founders, Government Policymakers, and Private Sector Resource Providers. *Journal of Small Business Management*, 2003, vol. 41, no. 4, pp. 346–365.
 80. Fotopoulos G., Giotopoulos I. Gibrat's law and persistence of growth in Greek manufacturing. *Small Business Economics*, 2010, vol. 35, no. 2, pp. 191–202.
 81. Fraser S., Bhaumik S., Wright M. What do we know about entrepreneurial finance and its relationship with growth? *International Small Business Journal*, 2015, 33 (1), pp. 70–88.
 82. Gambini A., Zazzaro A. Long-lasting bank relationships and growth of firms. *Small Business Economics*, 2013, vol. 40, no. 4, pp. 977–1007.
 83. Garcia-Posada M., Mora-Sanguinetti J. Does (average) size matter? Court enforcement, business demography and firm growth. *Small Business Economics*, 2015, vol. 44, no. 3, pp. 639–669.
 84. Garsaa A., Levratto N. Do labor tax rebates facilitate firm growth? An empirical study on French establishments in the manufacturing industry, 2004–2011. *Small Business Economics*, 2015, vol. 45, no. 3, pp. 613–641.
 85. Gartner W., Liao J. The effects of perceptions of risk, environmental uncertainty, and growth aspirations on new venture creation success. *Small Business Economics*, 2012, vol. 39, no. 3, pp. 703–712.
 86. Gibrat, R., *Les Inequalities Economiques*. Paris, 1931.
 87. Gilbert B., McDougall P., Audretsch D. New Venture Growth: A Review and Extension. *Journal of Management*, 2006, vol. 32, no. 6, pp. 926–950.
 88. Goedhuys M., Sleuwaegen L. High-growth entrepreneurial firms in Africa: A quantile regression approach. *Small Business Economics*, 2009, vol. 34, no. 1, pp. 31–51.
 89. Gohmann S., Hobbs B., McCrickard M. Economic Freedom and Service Industry Growth in the United States. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 2008, vol. 32, no. 5, pp. 855–874.
 90. Gonzalez-Pernia J., Pena-Legazkue J. Export-oriented entrepreneurship and regional economic growth. *Small Business Economics*, 2015, vol. 45, no. 3, pp. 505–522.
 91. Hampton A., Cooper S., McGowan P. Female entrepreneurial networks and networking activity in technology-based ventures. *International Small Business Journal*, 2009, vol. 27, no. 2, pp. 193–214.
 92. Hansen E. Entrepreneurial Networks and New Organization Growth. *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 1995, vol. 19, no. 4, pp. 7–19.
 93. Havnes P., Senneseth K. A Panel Study of Firm Growth among SMEs in Networks. *Small Business Economics*, 2001, vol. 16, no. 4, pp. 293–302.

94. Hayter C. Conceptualizing knowledge-based entrepreneurship networks: perspectives from the literature. *Small Business Economics*, 2013, vol. 41, no. 4, pp. 899–911.
95. Headd B., Kirchoff B. The Growth, Decline and Survival of Small Businesses: An Exploratory Study of Life Cycles. *Journal of Small Business Management*, 2009, vol. 47, no. 4, pp. 47–57.
96. Heneman R., Tansky J., Camp S. Human Resource Management Practices in Small and Medium-Sized Enterprises: Unanswered Questions and Future Research Perspectives. *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 2000, vol. 25, no. 1, pp. 11–26.
97. Hessels J., van Stel A. Entrepreneurship, export orientation, and economic growth. *Small Business Economics*, 2011, vol. 37, no. 2, pp. 255–268.
98. Hmieleski K., Baron R. Entrepreneurs' Optimism And New Venture Performance: A Social Cognitive Perspective. *Academy of Management Journal*, 2009, vol. 52, no. 3, pp. 473–488.
99. Hmieleski K., Corbett A. The contrasting interaction effects of improvisational behavior with entrepreneurial self-efficacy on new venture performance and entrepreneur work satisfaction. *Journal of Business Venturing*, 2008, vol. 23, no. 4, pp. 482–496.
100. Honjo Y., Harada N. SME policy, financial structure and firm growth: Evidence from Japan. *Small Business Economics*, 2006, vol. 27, no. 4–5, pp. 289–300.
101. Iacobucci D., Rosa P. Growth, diversification, and business group formation in entrepreneurial firms. *Small Business Economics*, 2005, vol. 25, no. 1, pp. 65–82.
102. Jankala S., Sivola H. Lagging Effects of the Use of Activity-Based Costing on the Financial Performance of Small Firms. *Journal of Small Business Management*, 2012, vol. 50, no. 3, pp. 498–523.
103. Jaouen A., Lasch F. A new typology of micro-firm owner-managers. *International Small Business Journal*, 2015, vol. 33, no. 4, pp. 397–421.
104. Johansson D. Is small beautiful? The case of the Swedish IT industry. *Entrepreneurship and Regional Development*, 2004, vol. 16, no. 4, pp. 271–287.
105. Kazanjian R., Drazin R. Stage-Contingent Model of Design and Growth for Technology Based New Ventures. *Journal of Business Venturing*, 1990, vol. 5, no. 3, pp. 137–150.
106. Kiviluoto N. Growth as evidence of firm success: myth or reality? *Entrepreneurship, Regional Development*, 2013, vol. 25, no. 7–8, pp. 569–586.
107. Koch A., Spath J., Strotmann H. The role of employees for post-entry firm growth. *Small Business Economics*, 2013, vol. 41, no. 3, pp. 733–755.
108. 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.
109. Koryak O., Mole K., Lockett A., Hayton J., Ucbasaran D., Hodgkinson G. Entrepreneurial leadership, capabilities and firm growth. *International Small Business Journal*, 2015, vol. 33, no. 1, pp. 89–105.
110. Kotey B., Slade P., Formal. Human Resource Management Practices in Small Growing Firms. *Journal of Small Business Management*, 2005, vol. 43, no. 1, pp. 16–40.
111. Kotha S., Nair A. Strategy and environment as determinants of performance: evidence from the Japanese machine tool industry. *Strategic Management Journal*, 1995, vol. 16, no. 7, pp. 497–518.
112. Larraneta B., Zahra S., Gonzalez J. Strategic repertoire variety and new venture growth: the moderating effects of origin and industry dynamism. *Strategic Management Journal*, 2014, vol. 35, no. 5, pp. 761–772.
113. Lawless M. Age or size? Contributions to job creation. *Small Business Economics*, 2014, vol. 42, no. 4, pp. 815–830.
114. 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, no. 1, pp. 1–26.
115. Lechner C., Leyronas C. Small-Business Group Formation as an Entrepreneurial Development Model. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 2009, vol. 33, no. 3, pp. 645–667.
116. Lechner C., Soppe B., Dowling M. Vertical Coopetition and the Sales Growth of Young and Small Firms. *Journal of Small Business Management*, 2016, vol. 54, no. 1, pp. 67–84.
117. Leitch C., Hill F., Neergaard H. Entrepreneurial and Business Growth and the Quest for a «Comprehensive Theory»: Tilting at Windmills? *Entrepreneurship Theory and Practice*, 2010, vol. 34, no. 2, pp. 249–260.
118. Leung A., Zhang J., Wong P., Foo M. The use of networks in human resource acquisition for entrepreneurial firms: Multiple «fit» considerations. *Journal of Business Venturing*, 2006, vol. 21, no. 5, pp. 664–686.
119. Li M., Goetz S., Partridge M., Fleming D. Location determinants of high-growth firms. *Entrepreneurship and Regional Development*, 2016, vol. 28, no. 1–2, pp. 97–125.
120. Loof H., Nabavi P. Survival, productivity and growth of new ventures across locations. *Small Business Economics*, 2014, vol. 43, no. 2, pp. 477–491.
121. Lopez-Garcia P., Puente S. What makes a high-growth firm? A dynamic probit analysis using Spanish firm-level data. *Small Business Economics*, 2012, vol. 39, no. 4, pp. 1029–1041.
122. Lotti F., Santarelli E., Vivarelli M. Defending Gibrat's law as a long-run regularity. *Small Business Economics*, 2009, vol. 32, no. 1, pp. 31–44.
123. Lumpkin G., Dess G. Clarifying the entrepreneurial orientation construct and linking it to performance. *Academy of Management Review*, 1996, vol. 21, no. 1, pp. 135–172.
124. Luthje C., Franke N. The «making» of an entrepreneur: Testing a model of entrepreneurial intent among engineering students at MIT. *R and D Management*, 2003, vol. 33, no. 2, pp. 135–147.
125. Madsen E. The significance of sustained entrepreneurial orientation on performance of firms — A longitudinal analysis. *Entrepreneurship and Regional Development*, 2007, vol. 19, no. 2, pp. 185–204.
126. Maine, E., Shapiro, D., Vining, A. The role of clustering in the growth of new technology-based firms. *Small Business Economics*, 2010, vol. 34, no. 2, pp. 127–146.
127. Majumdar S. «How do they plan for growth in auto component business?» — A study on small foundries of western India. *Journal of Business Venturing*, 2010, vol. 25, no. 3, pp. 274–289.
128. Majumdar S. The hidden hand and the license raj to an evaluation of the relationship between age and the growth

- of firms in India. *Journal of Business Venturing*, 2004, vol. 19, no. 1, pp. 107–125.
129. Manolova T., Carter N., Manev I., Gyoshev B. The Differential Effect of Men and Women Entrepreneurs' Human Capital and Networking on Growth Expectancies in Bulgaria. *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 2007, vol. 31, no. 3, pp. 407–426.
 130. Manolova T. S., Brush C., Edelman L., Shaver K. One size does not fit all: Entrepreneurial expectancies and growth intentions of US women and men nascent entrepreneurs. *Entrepreneurship and Regional Development*, 2012, vol. 24, no. 1–2, pp. 7–27.
 131. Markman G., Gartner W. Is Extraordinary Growth Profitable? A Study of Inc. 500 High Growth Companies. *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 2002, vol. 27, no. 1, pp. 65–75.
 132. Mathias B., Williams D., Smith A. Entrepreneurial inception: The role of imprinting in entrepreneurial action. *Journal of Business Venturing*, 2015, vol. 30, no. 1, pp. 11–28.
 133. McAdam M., Marlow S. Building Futures or Stealing Secrets? Entrepreneurial Cooperation and Conflict within Business Incubators. *International Small Business Journal*, 2007, vol. 25, no. 4, pp. 361–382.
 134. McDougall P., Covin J., Robinson R., Herron L. The effects of industry growth and strategic breadth on new venture performance and strategy content. *Strategic Management Journal*, 1994, vol. 15, no. 7, pp. 537–554.
 135. McKelvie A., Wiklund J. Advancing Firm Growth Research: A Focus on Growth Mode Instead of Growth Rate. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 2010, vol. 34, no. 2, pp. 261–288.
 136. Meek W., Pacheco D., York J. The impact of social norms on entrepreneurial action: Evidence from the environmental entrepreneurship context. *Journal of Business Venturing*, 2010, vol. 25, no. 5, pp. 493–509.
 137. Merz G., Weber P., Laetz V. Linking Small Business Management With Entrepreneurial Growth. *Journal of Small Business Management*, 1994, vol. 32, pp. 48–60.
 138. Messersmith J., Wales W. Entrepreneurial orientation and performance in young firms: The role of human resource management. *International Small Business Journal*, 2011, vol. 31, no. 2, pp. 115–136.
 139. Minniti M., Levesque M. Entrepreneurial types and economic growth. *Journal of Business Venturing*, 2010, vol. 25, no. 3, pp. 305–314.
 140. Mitchell F., Reid G., Terry N. Venture Capital Supply and Accounting Information System Development. *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 1997, vol. 21, no. 4, pp. 45–62.
 141. Mitra R., Pingali, V. Analysis of Growth Stages in Small Firms: A Case Study of Automobile Ancillaries in India. *Journal of Small Business Management*, 1999, vol. 37, no. 3, pp. 62–75.
 142. Moreno A., Casillas J. Entrepreneurial Orientation and Growth of SMEs: A Causal Model. *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 2008, vol. 32, no. 3, pp. 507–528.
 143. Moreno A., Casillas J. High-growth SMEs versus non-high-growth SMEs: a discriminant analysis. *Entrepreneurship and Regional Development*, 2007, vol. 19, no. 1, pp. 69–88.
 144. Morris M., Schindehutte M. Entrepreneurial Values and the Ethnic Enterprise: An Examination of Six Subcultures. *Journal of Small Business Management*, 2005, vol. 43, no. 4, pp. 453–479.
 145. Morris M. H., Miyasaki N., Watters C., Coombes S. The Dilemma of Growth: Understanding Venture Size Choices of Women Entrepreneurs. *Journal of Small Business Management*, 2006, vol. 44, no. 2, pp. 221–244.
 146. Naldi L., Davidsson P. Entrepreneurial growth: The role of international knowledge acquisition as moderated by firm age. *Journal of Business Venturing*, 2014, vol. 29, no. 5, pp. 687–703.
 147. Navaretti G. B., Castellani D., Pieri F. Age and firm growth: evidence from three European countries. *Small Business Economics*, 2014, vol. 43, no. 4, pp. 823–837.
 148. Nelson T., Levesque L. L. The Status of Women in Corporate Governance in High-Growth, High-Potential Firms. *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 2007, vol. 31, no. 2, pp. 209–232.
 149. Ogawa K., Sterken E., Tokutsu I. The trade credit channel revisited: Evidence from micro data of Japanese small firms. *Small Business Economics*, 2013, vol. 40, no. 1, pp. 101–118.
 150. Oliveira B., Fortunato A. Firm growth and liquidity constraints: A dynamic analysis. *Small Business Economics*, 2006, vol. 27, no. 2–3, pp. 139–156.
 151. Olson P. D., Bokor D. Strategy Process-Content Interaction: Effects on Growth Performance In Small, Start-up Firms. *Journal of Small Business Management*, 1995, vol. 33, no. 1, pp. 34–44.
 152. Orser B. J., Hogarth-Scott S., Riding A. Performance, Firm Size, and Management Problem Solving. *Journal of Small Business Management*, 2000, vol. 38, no. 4, pp. 42–58.
 153. Park S., Bae Z. 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. 81–105.
 154. Park Y., Shin J., Kim T. Firm size, age, industrial networking, and growth: A case of the Korean manufacturing industry. *Small Business Economics*, 2010, vol. 35, no. 2, pp. 153–168.
 155. Parker S., Storey D., van Witteeloostuijn A. What happens to gazelles? The importance of dynamic management strategy. *Small Business Economics*, 2010, vol. 35, no. 2, pp. 203–226.
 156. Patel P., Fiet J., Sohl J. 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.
 157. Patel P. C., Messersmith J. G., Lepak D. P. Walking the tightrope: An assessment of the relationship between high-performance work systems and organizational ambidexterity. *Academy of Management Journal*, 2013, vol. 56, no. 5, pp. 1420–1442.
 158. Pender M. Firm entry and turnover: the nexus with profitability and growth. *Small Business Economics*, 2008, vol. 30, no. 4, pp. 327–344.
 159. Penrose E. Biological Analogies in the Theory of the Firm. *American Economic Review*, 1952, vol. 42, no. 5, pp. 804–819.
 160. Penrose E.. Foreign Investment and the Growth of the Firm. *The Economic Journal*, 1956, vol. 66, pp. 220–235.
 161. Penrose E. Limits to the growth and size of the firms. *American Economic Review*, 1955, vol. 45, no. 2, pp. 531–543.

162. Penrose E. T. *The Theory of the Growth of the Firm*. Basil Blackwell, Oxford, 1959.
163. Peric M., Vitezic V. Impact of global economic crisis on firm growth. *Small Business Economics*, 2016, vol. 46, no. 1, pp. 1–12.
164. Petrunia R. Does Gibrat's law hold? Evidence from Canadian retail and manufacturing firms. *Small Business Economics*, 2008, vol. 30, no. 2, pp. 201–214.
165. Pettus M. L. The resource-based view as a developmental growth process: evidence from the deregulated trucking industry. *Academy of Management Journal*, 2001, vol. 44, no. 4, pp. 878–896.
166. Randolph W., Sapienza H., Watson M. Technology-Structure Fit and Performance in Small Businesses: An Examination of the Moderating Effects of Organizational States. *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 1991, vol. 16, no. 1, pp. 27–41.
167. Rosenbusch N., Brinckmann J., Muller V. Does acquiring venture capital pay off for the funded firms? A meta-analysis on the relationship between venture capital investment and funded firm financial performance. *Journal of Business Venturing*, vol. 28, no. 3, pp. 335–353.
168. Rostamkalaei A., Freel M. The cost of growth: small firms and the pricing of bank loans. *Small Business Economics*, 2016, vol. 46, no. 2, pp. 255–272.
169. Rotger G., Gortz M., Storey D. Assessing the effectiveness of guided preparation for new venture creation and performance: Theory and practice. *Journal of Business Venturing*, 2012, vol. 27, no. 4, pp. 506–521.
170. Sadler-Smith E., Hampson E., Chaston I., Badger B. Managerial Behavior, Entrepreneurial Style and Small Firm Performance. *Journal of Small Business Management*, 2003, vol. 41, no. 1, pp. 47–67.
171. Sapienza H., Grimm C. 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. 5–24.
172. Sapienza H., Parhankangas A., Autio E. Knowledge relatedness and post-spin-off growth. *Journal of Business Venturing*, 2004, vol. 19, no. 6, pp. 809–829.
173. Segarra A., Teruel M. High-growth firms and innovation: an empirical analysis for Spanish firms. *Small Business Economics*, 2014, vol. 43, no. 4, pp. 805–821.
174. Shane S. Why encouraging more people to become entrepreneurs is bad public policy. *Small Business Economics*, vol. 33, no. 2, pp. 141–149.
175. Shane S. Hybrid organizational arrangements and their implications for firm growth and survival: A study of new franchisors. *Academy of Management Journal*, 1996, vol. 39, no. 1, pp. 216–234.
176. Shepherd D., Wiklund J. Are We Comparing Apples With Apples or Apples With Oranges? Appropriateness of Knowledge Accumulation Across Growth Studies. *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 2009, vol. 33, no. 1, pp. 105–123.
177. Shepherd J. Entrepreneurial growth through constellations. *Journal of Business Venturing*, 1991, vol. 6, no. 5, pp. 363–373.
178. Shrader R., Siegel D. 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.
179. Siegel R., Siegel E., MacMillan I. Characteristics Distinguishing High-Growth Ventures. *Journal of Business Venturing*, 1993, vol. 8, pp. 169–180.
180. Sleuwaegen L., Onkelinx J. International commitment, post-entry growth and survival of international new ventures. *Journal of Business Venturing*, 2014, vol. 29, pp. 106–120.
181. Sok P., O'Cass A. The role of intellectual resources, product innovation capability, reputational resources and marketing capability combinations in firm growth. *International Small Business Journal*, 2014, vol. 32, no. 8, pp. 996–1018.
182. Stam E., Wennberg K. The roles of R&D in new firm growth. *Small Business Economics*, 2009, vol. 33, no. 1, pp. 77–89.
183. Steffens P., Davidsson P., Fitzsimmons J. Performance configurations over time: implications for growth and profit oriented strategies. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 2009, vol. 33, no. 1, pp. 125–148.
184. Stenholm P., Acs Z., Wuebker R. Exploring country-level institutional arrangements on the rate and type of entrepreneurial activity. *Journal of Business Venturing*, 2013, vol. 28, no. 1, pp. 176–193.
185. Thakur S. Size of Investment, Opportunity Choice and Human Resources In New Venture Growth: Some Typologies. *Journal of Business Venturing*, 1998, vol. 14, no. 3, pp. 283–309.
186. Tomczyk D., Lee J., Winslow E. Entrepreneurs' Personal Values, Compensation, and High Growth Firm Performance. *Journal of Small Business Management*, 2013, vol. 51, no. 1, pp. 66–82.
187. Upton N., Teal E., Felan J. Strategic and Business Planning Practices of Fast Growth Family Firms. *Journal of Small Business Management*, 2001, vol. 39, no. 1, pp. 60–72.
188. 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.
189. Varum C. A., Rocha V. Employment and SMEs during crises. *Small Business Economics*, 2013, vol. 40, no. 1, pp. 9–25.
190. Wagner J. Firm size, firm growth, and persistence of chance: Testing Gibrat's law with establishment data from Lower Saxony, 1978–1989. *Small Business Economics*, 1992, vol. 4, no. 2, pp. 125–131.
191. Wang C. L., Altinay L. Social embeddedness, entrepreneurial orientation and firm growth in ethnic minority small businesses in the UK. *International Small Business Journal*, 2010, vol. 30, no. 1, pp. 3–23.
192. Wasilczuk J. Advantageous Competence of Owner/Managers to Grow the Firm in Poland: Empirical Evidence. *Journal of Small Business Management*, 2000, vol. 38, no. 2, pp. 88–94.
193. Weinzimmer L. G. Top Management Team Correlates of Organizational Growth in a Small Business Context: A Comparative Study. *Journal of Small Business Management*, 1997, vol. 35, no. 3, pp. 1–9.
194. Welbourne T., Cyr L. The Human Resource Executive Effect in Initial Public Offering Firms. *Academy of Management Journal*, 1999, vol. 42, no. 6, pp. 616–629.
195. Wijewardena H., Cooray S. Determinants of growth in small Japanese manufacturing firms: survey evidence

- from Kobe. *Journal of Small Business Management*, 1995, vol. 33, no. 4, pp. 87–92.
196. Willard G., Krueger D., Feeser H. In Order To Grow, Must The Founder Go: A Comparison Of Performance Between Founder And Non-Founder Managed High-Growth Manufacturing Firms. *Journal of Business Venturing*, 1992, vol. 7, no. 3, pp. 181–194.
197. Williams L., McGuire S. Economic creativity and innovation implementation: The entrepreneurial drivers of growth? Evidence from 63 countries. *Small Business Economics*, 2010, vol. 34, no. 4, pp. 391–412.
198. Wing C., Yiu M. Firm Dynamics and Industrialization in the Chinese Economy in Transition: Implications for Small Business Policy. *Journal of Business Venturing*, 1996, vol. 11, no. 6, pp. 489–505.
199. Wong P., Ho Y., Autio E. Entrepreneurship, innovation and economic growth: Evidence from GEM data. *Small Business Economics*, 2005, vol. 24, no. 3, pp. 335–350.
200. Wright M., Stigliani I. Entrepreneurship and growth. *International Small Business Journal*, 2013, vol. 31, no. 1, pp. 3–22.
201. Wu L., Wang C., Chen C., Pan L. Internal Resources, External Network, and Competitiveness during the Growth Stage: A Study of Taiwanese High-Tech Ventures. *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 2008, vol. 32, no. 3, pp. 529–549.
202. Yamakawa Y., Peng M., Deeds D. Rising From the Ashes: Cognitive Determinants of Venture Growth After Entrepreneurial Failure. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 2015, vol. 39, no. 2, pp. 209–236.
203. Yusuf A., Saffu K. Planning and Performance of Small and Medium Enterprise Operators in a Country in Transition. *Journal of Small Business Management*, 2005, vol. 43, no. 4, pp. 480–497.
204. Zahra S., Hayton J. The effect of international venturing on firm performance: The moderating influence of absorptive capacity. *Journal of Business Venturing*, 2008, vol. 23, no. 2, pp. 195–220.

G. Shirokova, St. Petersburg University Graduate School of Management, Far Eastern Federal University School of Economics and Management, Saint Petersburg, Russia, shirokova@gsom.pu.ru

E. Skaletckii, Far Eastern Federal University School of Economics and Management 8 Sukhanova, Vladivostok, Russia, skaletskiy@yandex.ru

The main directions of firm growth research: findings from literature review

Identification of the firms' growth factors is a core task for strategic management. Over the past century, researchers have shown a significant interest in this topic which have been converted in an amount of articles considering the influence of different factors on firm's growth. Nevertheless this topic is so investigated it remains topical actual, because the current models are not accurate in predicting growth. The aim of this article is defining the main directions of firm's growth research on the basis of literature review in order to understand the current stage of theory development and provide perspective avenues for future researches. In order to achieve this aim we have selected articles published during period from 1990 to 2016, devoted to investigating factors influencing firm growth. Based on analysis of 163 articles from top journals in the field of entrepreneurship and management authors distinguished four research directions: influence of the personal characteristics of an entrepreneur on firm growth, influence of different types of resources, influence of internal characteristics and influence of the external environment. Identified features of contemporary stage of development of the research field allow us to identify avenues for future research on firm growth.

Keywords: firm growth, factors of firm growth, strategic management, small and medium sized enterprises, literature review.

About authors:

G. Shirokova, *Professor*

E. Skaletckii, *Postgraduate Student*

For citation:

Shirokova G., Skaletckii E. The main directions of firm growth research: findings from literature review. *Journal of Modern Competition*, 2016, vol. 10, no. 2 (56), pp. 77–106 (in Russian, abstr. in English).