

## مروری سیستماتیک بر مطالعات رشد کسب و کار

### چکیده:

رشد کسب و کار از مهم‌ترین حوزه‌های مطالعاتی در رشته‌های مدیریت، کارآفرینی و اقتصاد است. اما با وجود مطالعات بی‌سابقه تحقیقات در این زمینه، جای خالی انباشت دانش به روز و دربرگیرنده عرصه‌های علمی مشرف به پدیده رشد کسب و کار مشهود است. این مطالعه در صدد است با مرور سیستماتیک پژوهش‌های این حوزه، موجب بهبود درک محتوای ادبیات رشد کسب و کار شود. از این رو هدف پژوهش، کاربردی و روش توصیفی- مرور اسنادی است. برای انتخاب اسناد با روش جستجوی نظام‌مند، در پایگاه اطلاعاتی اسکوپوس و وب‌آوساینس و پایگاه‌های داخلی، از مجموع ۱۳۸۵ سند، نهایتاً ۶۳ مطالعه خارجی مشرف بر نظریه رشد کسب و کار، در فاصله زمانی ۱۹۵۹ تا ۲۰۲۲، و ۸ مطالعه داخلی در بازه زمانی ۱۳۸۰ تا ۱۴۰۱ برای تحلیل انتخاب شدند. در بخش تحلیل با استفاده از روش فراترکیب و رویکرد کیفی به شنا سایی موضوع محوری مطالعات منتخب پرداخته شده است. طبقه‌بندی نظریه‌ها و مطالعات رشد کسب و کار در چهار گروه اصلی با عناوین مطالعات عوامل نگر، از سان‌نگر، مرحله‌نگر و فرآیندنگر مشارکت نظری پژوهش است.

**کلمات کلیدی:** رشد کسب و کار، رشد بنگاه، رشد استارت‌آپ، توسعه کسب و کار، مرور سیستماتیک

## **A systematic review of business growth studies**

### **Abstract:**

Research on Business growth is most important in the management, entrepreneurship and economics. But despite the unprecedented research studies in this field, there is a gap in the accumulation of up-to-date knowledge that includes scientific fields overlooking the phenomenon of business growth. This study aims to improve the understanding of the content of business growth literature by systematically reviewing the researches in this field. Therefore, the purpose of the research is applied and the descriptive-documentary review method. To select articles using a systematic search method, in the Scopus and Web of science database and internal databases, from a total of 1385 references, finally 63 foreign studies focused on the theory of business growth, between 1959 to 2022, and 8 internal studies between 1380 to 1400 were selected for metasynthesis analysis. In the analysis section, using metasynthesis method and qualitative approach, the main topic of the selected studies has been identified. The classification of business growth theories and studies into four main groups with the titles of objective, subjective, lifecycle-oriented and process-oriented studies is the theoretical contribution of the research.

**Keywords:** business growth, enterprise growth, startup growth, business development, systematic review

## مقدمه

رشد کسب و کار یکی از موضوعات اصلی حوزه مدیریت، نظریه سازمان و کارآفرینی است (Levie & Lichtenstein, 2010; Shane & Venkatraman, 2000; Van de van & Poole, 1995). زیرا شرکت‌های کوچک و متوسط و استارت‌آپ‌های در حال رشد به طور روزافزون به بخش مهمی از اقتصاد کشورها تبدیل شده‌اند (Acs, 2006) و پژوهشگران بیشتری به دنبال درک شیوه فعالیت و موفقیت کسب و کارها هستند. دانشمندان از دریچه‌های مختلف در صدد درک رشد کسب و کار و ابعاد مختلف آن هستند و به ارائه نظریه‌های متعددی پرداخته‌اند. اما تعداد بالای پژوهش‌ها لزوماً به معنای شفاف بودن همه چیز در مورد رشد کسب و کارها نیست. نویسندگان مقالات مروری اخیر نیز به نوعی فقدان تصویر مورد توافق همگانی و ساده از رشد کسب و کار که بتواند مسیر رشد را برای کسب و کارها نمایان سازد را اشاره داشته‌اند (Davidsson et al., 2005; Dobbs & Hamilton, 2007; Hafiz et al., 2022; Wach, 2020). این امر احتمالاً به دلیل تفاوت در دیدگاه‌ها و تفاسیر نظری و معرفت‌شناختی، فرآیند عملیاتی‌سازی، زمینه‌های تجربی، رویکردهای مدلسازی و تحلیل و همچنین پیچیدگی ذاتی خود پدیده رشد باشد (Davidsson et al., 2010). بنابراین همواره نیاز به خوانش‌های عمیق در ادبیات و پیشینه نظری حوزه رشد کسب و کار احساس می‌شود. از این رو مطالعه حاضر به دنبال مرور سیستماتیک نظریه‌های رشد کسب و کار، منطبق با آخرین مقالات و کتب علمی منتشره است تا بتواند با طبقه‌بندی مطالعات، به درکی جامع‌تر از رشد کسب و کارها دست یابد. اکثر طبقه‌بندی‌های موجود کنونی در ادبیات رشد، دارای سطح تحلیل همگون نیستند و گاهی ویژگی جامع و مانع بودن نیز در طبقه‌بندی‌ها در نظر گرفته نشده است. همچنین توجه به مطالعات رشد در حوزه کارآفرینی در این مطالعات حتی در آخرین پژوهش‌ها (Hafiz et al., 2022; Wach, 2020) بسیار کم‌رنگ است. در مطالعه حاضر تلاش می‌شود این خلأها تا جای ممکن پوشش داده شوند.

## مروری بر مبانی نظری و پیشینه تحقیق

پنروز<sup>۱</sup> در کتاب اصلی خود پدیده رشد کسب و کار<sup>۲</sup> را چنین توصیف می‌کند: «اصطلاح «رشد» با دو مفهوم متفاوت به کار می‌رود. گاهی صرفاً بر افزایش مقدار دلالت دارد. مانند «رشد» در تولید، صادرات و فروش. اما گاهی نیز به معنای اصلی‌اش یعنی افزایش اندازه یا بهبود کیفیت در نتیجه یک فرآیند توسعه است. در این معنا مشابه فرآیندهای بیولوژیکی طبیعی که تغییرات درونی متقابل منجر به افزایش اندازه، با تغییر در ویژگی‌های موجود در حال رشد می‌شود مدنظر است» (Penrose, 1959:1). بخش عظیمی از پژوهش‌های رشد به بنگاه توجه دارد و با کاربرد اول معنای رشد به اندازه‌گیری و آزمون رشد می‌پردازند (Delmar et al., 2003; Wiklund et al., 2009). افزایش جریان نقدی، درآمد خالص، مشتریان، فروش، اشتغال، بازده دارایی‌ها، کارایی کلی عملیات و سهم بازار از پرکاربردترین شاخص‌های رشد هستند (Wang et al., 2019). افزایش ارزش شرکت و یونیکورن<sup>۳</sup> شدن نیز تعریفی از رشد در میان استارت‌آپ‌هاست (Saukkonen, 2018). دیویدسون و همکاران (۲۰۱۰) رشد را مفهومی ناهمگون و پدیده‌ای چندوجهی می‌دانند که به دلیل ناهمگونی نحوه سنجش، انواعی برای رشد (رشد ارگانیک و اکتسابی) در نظر گرفته می‌شود. به زعم آنان رشد در یک بنگاه کارآفرینانه، ارائه محصول یا خدمت جدید به بازار یا ورود به یک بازار جدید و شواهدی از موفقیت کنش کارآفرینانه است. در کنار پژوهش‌های تجربی متعدد رشد کسب و کار، مطالعاتی نیز برای دسته‌بندی دیده می‌شود که بیانگر تنوع دیدگاه‌ها و نظریات در این عرصه است. هیل و مک‌گوان<sup>۴</sup> (۱۹۹۹:۶) مدل‌های رشد بنگاه را به دو گروه مدل‌های مرسوم<sup>۵</sup> (مبتنی بر نظریه‌های سنتی و ریشه در رشته‌های علمی معین مانند اقتصاد، مدیریت، جامعه‌شناسی و روانشناسی) و جایگزین<sup>۶</sup> (مبتنی بر مطالعات کیفی و بیشتر در مطالعات کارآفرینی) تقسیم می‌کنند. افارل

<sup>1</sup> Penrose

<sup>2</sup> Business Growth

<sup>۳</sup> استارت‌آپ دارای ارزش بیش از یک میلیارد دلار

<sup>4</sup> Hill and McGowan

<sup>5</sup> conventional

<sup>6</sup> alternative

و هیچن<sup>۱</sup> (۱۹۸۸) چهار دسته مدل رشد کسب و کار را بیان می کنند: مدل های تعادل آماری مبتنی بر اقتصادهای صنعتی، مدل های اقتصادسنجی، مدل های مبتنی بر تئوری های مدیریت استراتژیک، مدل های چرخه عمر (مدل های فازی). ارسر<sup>۲</sup> و همکاران (۲۰۰۰) چهار نوع مدل های بیولوژیکی، تصمیم گیری، رفتاری و رویکرد یکپارچه را در مطالعات رشد نام برده اند. پامپین و وودرلین<sup>۳</sup> (۲۰۰۵) پنج گروه مدل رشد را با عناوین دگردیسی<sup>۴</sup>، بحرانی، رشد بازار، تغییر ساختاری، و تغییر رفتاری ذکر کرده اند. دیویدسون و همکاران (۲۰۰۵) مطالعات رشد را بر اساس نگاه سیستمی به گروه های ارزیابی عوامل رشد، مدیریت عوامل برای رشد، ارزیابی اثرات رشد و مدیریت اثرات رشد تقسیم کرده اند. دابس و همپلتون<sup>۵</sup> (۲۰۰۷) شش رویکرد اصلی با عناوین رویکرد اقتصادسنجی، توصیفی، تکاملی، منبع محور، قطعی و معین نام برده اند. واچ<sup>۶</sup> (۲۰۱۸) هشت رویکرد اصلی در مطالعات رشد نام می برد: رویکرد تصادفی، قطعی، مرحله ای، مدیریتی، مبتنی بر منابع، یادگیری، تحولی، زمین شناختی و پایداری. حافیظ و همکاران (۲۰۲۲) پنج نظریه غالب در مطالعات رشد را رویکرد منبع محور، دانش محور، شایستگی های پویا، نظریه رده بالا<sup>۷</sup> و نظریه وابستگی منابع می دانند و با یکدیگر در پژوهش های مختلف مقایسه می نمایند.

## روش شناسی

این پژوهش با هدف کاربردی و از نظر نحوه گردآوری داده های پژوهش از نوع اسنادی-مرور سیستماتیک و فراترکیب<sup>۸</sup> است. جامعه آماری را پژوهش های پیشین رشد کسب و کار شکل می دهند. برای نمونه آماری مرتبط ترین مطالعات با رویکردی هدفمند، ۷۱ سند علمی برای تحلیل کیفی و کدگذاری انتخاب شد. فراترکیب روشی پژوهشی برای یکپارچه سازی

---

<sup>1</sup> O'Farrell & Hitchens

<sup>2</sup> Orser

<sup>3</sup> Pümpin & Wunderlin

<sup>4</sup> metamorphic models

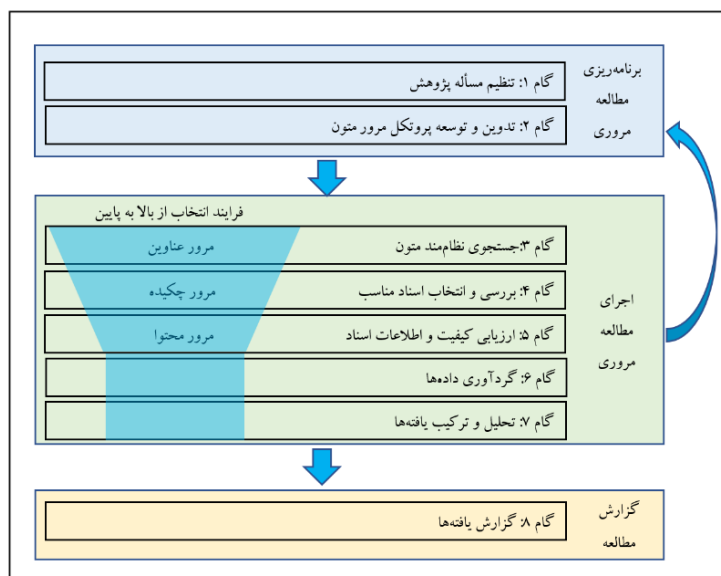
<sup>5</sup> Dobbs & Hamilton

<sup>6</sup> Wach

<sup>7</sup> Upper echelon theory

<sup>8</sup> Metasynthesis

مطالعات مختلف یک موضوع با رویکرد تفسیری و جامع است. فراترکیب امکان حصول نگرشی نظام مند پیرامون یک موضوع را فراهم می نماید و به کشف موضوعات و استعاره های جدید منجر می شود (Zimmer, 2006). در این بخش از روش ۸ مرحله ای فراترکیب شیا و واتسون<sup>۱</sup> (۲۰۱۹) مطابق شکل ۱ استفاده شده است:



شکل ۱- فرایند اجرای روش فراترکیب (Xiao & Watson, 2019)

در گام اول و دوم در راستای سؤال پژوهشی «دسته بندی نظریه های رشد کسب و کار» پروتکل مطالعه مروری آماده شد. سپس کلیدواژه های مرتبط طبق شکل ۲ در بازه زمانی سال های ۱۹۵۹ تا ۲۰۲۲ در پایگاه های علمی scopus و web of science و پایگاه های فارسی علوم انسانی (ensani.ir)، جهاد دانشگاهی (sid.ir) و نور (noormags.ir) در سال های ۱۳۸۰ تا ۱۴۰۱ جستجو شد. برای تکمیل جامعه آماری منابع مقالات مهم و سایتشن آن ها نیز بررسی شدند و مقالات مرتبط به نمونه تحلیل اضافه شدند. در گام سوم تا پنجم، برای انتخاب اسناد مناسب، از پروتکل پژوهش و معیارهای ارزیابی مختلف مانند

<sup>۱</sup> Xiao & Watson

عنوان، چکیده، روش تحقیق، محتوا، دسترسی و کیفیت پژوهش (شکل ۲) تعداد ۷۱ مورد برای تحلیل مضمون انتخاب شد.

عبارت جستجو	TITLE (business growth OR SME Growth OR venture Growth Or firm Growth)			
	Scopus	Web of Science	منابع مقالات منتخب	پایگاه‌های فارسی
تعداد منابع یافت شده (۱۳۸۵ مقاله)	۸۰۴	۵۰۱	۶۶	۱۴
تعداد عنوان رد شده	۵۳۶	۳۸۰	۱	۴
تعداد منبع برای بررسی چکیده	۲۶۸	۱۲۱	۶۵	۱۰
تعداد منبع رد شده بر اساس چکیده	۱۳۱	۷۸	۹	۲
منابع مرتبط از نظر چکیده (۲۴۴ مقاله)	۱۳۷	۴۳	۵۶	۸
تعداد منابع تکراری پایگاه‌ها	۵۰			
تعداد منابع غیرتکراری	۱۹۴			
تعداد منبع رد شده بر اساس روش تحقیق	۶۹			
تعداد منبع نهایی برای بررسی کیفیت محتوا	۱۲۵			
تعداد منبع رد شده بر اساس محتوا	۵۴			
تعداد منبع نهایی	۷۱			

شکل ۲- فرایند جستجوی سیستماتیک مقالات

در گام ششم، رویکرد کدگذاری دو مرحله‌ای برای تحلیل اسناد منتخب به کار گرفته شد. در این روش کدها در دو دسته اولیه و نهایی ساماندهی می‌شوند (Ryan & Bernard, 2003). نمونه‌ای از کدگذاری اولیه در جدول ۱ مشاهده می‌شود.

جدول ۱- نمونه کدگذاری اولیه

کد اولیه	عبارت
هدف پژوهش: شناسایی عوامل رشد	مطالعات تعداد بسیار زیادی از عوامل تعیین‌کننده کارآفرینی و رشد را پیشنهاد کرده‌اند. اما هیچ یک قوی ظاهر نمی‌شود. در اینجا همه متغیرهای توضیحی سطح پایین در سه عامل اصلی در نظر گرفته می‌شوند: توانایی، نیاز و فرصت. (Davidsson, 1991)

در گام هفتم یا تحلیل، پژوهشگر موضوعاتی را جستجو می‌کند که در بین مطالعه‌های موجود در فراترکیب پدیدار شده‌اند (Sandelowski & Barroso, 2003). بنابراین پس از تحلیل مقالات و استخراج کدهای اولیه، دسته‌بندی این کدها با هدف پدیدار شدن کدهای

نهایی که همان نوع مطالعه رشد را نشان می‌دهند انجام گرفت (جدول ۲). در گام آخر یافته‌های پژوهش گزارش می‌شوند.

جدول ۲- نمونه‌ای از مرحله دوم کدگذاری

کدهای اولیه	کد نهایی (دسته‌بندی رشد)
هدف پژوهش: شناسایی عوامل رشد یا تحلیل اقتصادی بنگاه	عوامل نگر
روش تحقیق: کمی	
رشد حاصل بر هم کنش مجموعه‌ای از متغیرهاست	

در این پژوهش برای حفظ کیفیت و امانت‌داری<sup>۱</sup> پژوهش، طبق روال پژوهش‌های کیفی از معیارهای چهارگانه زیر استفاده شده است (Creswell & Poth, 2007:202). باورپذیری<sup>۲</sup> کدگذاری‌ها و نتایج، توسط دو استاد دانشگاه تأیید شد. برای کسب معیار انتقال‌پذیری<sup>۳</sup>، به معنای ارائه اطلاعات کافی به خواننده، گزارش پژوهش به سه محقق ارائه شد. برای حصول معیار اطمینان‌پذیری<sup>۴</sup>، به معنای فراهم آوردن امکان بازبینی توسط سایر پژوهشگران، و معیار تأیید‌پذیری<sup>۵</sup> به معنای تأیید شدن نتایج توسط محققان دیگر، در فرایند پژوهش کدگذاری‌ها توسط یک کدگذار دیگر نیز انجام و تأیید شد.

## یافته‌ها

یافته‌ها نشان می‌دهد بسیاری از مطالعات پایه رشد کسب‌وکار در ژورنال‌های برتر جهانی<sup>۶</sup> منتشر شده است و بیانگر اهمیت این موضوع از اواخر قرن ۱۹ تا کنون است. روند افزایشی این مطالعات نشان می‌دهد پژوهشگران همچنان به دنبال افزایش دقت مطالعات و کشف ابعاد پنهان رشد کسب‌وکار هستند. با تحلیل محتوای مقالات منتخب می‌توان مقالات حوزه رشد کسب‌وکارها را در چهار گروه طبقه‌بندی نمود. رویکردهای عوامل نگر، مرحله‌نگر،

<sup>1</sup> Trustworthiness

<sup>2</sup> Credibility

<sup>3</sup> Transferability

<sup>4</sup> Dependability

<sup>5</sup> Confirmability

<sup>۶</sup> از جمله Academy of Management Review, Journal of Business Venturing, Entrepreneurship Theory & Practice



انسان‌نگر و فرآیندنگر مشارکت نظری پژوهش حاضر است که با تحلیل مضامین اسناد منتخب حاصل شده است. جدول ۱ شمایی کلی از دسته‌بندی مطالعات رشد و مقالات اصلی هر دسته را نشان می‌دهد. که در ادامه تشریح می‌شوند.

## ۱. رویکرد عوامل‌نگر

رشد بنگاه به عوامل داخلی و خارجی زیادی بستگی دارد. در این رویکرد تلاش می‌شود لیستی از عوامل اثرگذار بر رشد کسب‌وکار ارائه شود که گاهی همه عوامل دارای ارزش یکسان و گاهی دارای رویکرد اولویت‌گذاری هستند. در این رویکرد رشد به مثابه مجموعه‌ای از رویدادها، پدیده‌ها یا کنش‌ها که در همبستگی نزدیک با شرایط خاص درک می‌شود، و غالباً نگاه تبیینی را نشان می‌دهد. مدل‌های ارائه شده در این گروه مدلی فرضی است که رابطه بین متغیرهای مختلف با رشد را آزمون می‌نماید. البته طبق تأکید بسیاری از پژوهشگران هنوز کسی نتوانسته است مدل جامعی را ایجاد کند (Wach, 2020). مطالعات دیویدسون (۱۹۹۱) و باوم (۲۰۰۱)، نمونه‌هایی از تلاش‌ها برای ادغام طیف وسیعی از عوامل تعیین‌کننده رشد در یک مدل علی و آزمایش تجربی آنهاست.

## ۲. رویکرد انسان‌نگر

گروهی از محققان به ویژه در حوزه کارآفرینی ویژگی‌های انسانی را در رشد کسب‌وکار مهم می‌دانند. این پژوهشگران بیشتر به بررسی ویژگی‌های بنیان‌گذاران/مدیران/ سرمایه‌گذاران می‌پردازند. برای مثال انگیزه رشد مالک/مدیر، تمایل به رشد، چشم‌انداز ارتباطی، اهداف و ذهنیت فرد تأثیر مستقیمی بر رشد شرکت دارد (Burgoyne et al., 2020; Hermans et al., 2015; Levie & Autio, 2013; Wiklund & Shepherd, 2013) یا رشد تا حد قابل توجهی به تمایل و مهارت افراد و شایستگی‌های کارآفرینانه بستگی دارد (Lee, 2010; Mitchelmore & Rowley, 2010; Tehseen et al., 2019). بررسی تأثیر مثبت اندازه تیم (تعداد بنیانگذاران) به عنوان اعضای مختلف تیم که کمبودهای شایستگی یکدیگر را جبران می‌کنند (Cooper et al., 1994) یا به دلیل شباهت (Ruef et al., 2003) یا به دلیل انسجام تیم مدیریت (Ensley et al., 2002) بخش دیگر مطالعات این گروه است. ابعاد مختلف گرایش کارآفرینانه نیز در مطالعات بسیاری دیده می‌شود که اثرات

متفاوتی بر عملکرد شرکت دارد (Arshad et al., 2015; Ok & Ahn, 2019; Wiklund & Shepherd, 2005).

### ۳. رویکرد مرحله‌نگر

از دیرباز مطالعات بسیاری به دنبال بررسی مراحل و چرخه‌های زندگی بنگاه هستند و تلاش کرده‌اند متغیرها و ویژگی‌هایی را در این مراحل بررسی نمایند. مطالعاتی قدیمی‌تر بیشتر به بررسی ویژگی‌های سازمان در بنگاه توجه داشته‌اند (Adizes & Adiz'es, 1988; Churchill & Lewis, 1983; Flamholtz, 1986; Greiner, 1994; Hanks et al., 1994; Kazanjian & Drazin, 1990) و مطالعات جدیدتر به تغییرات ویژگی‌های فرد مانند هویت کارآفرین (Ekinci et al., 2020)، در مراحل چرخه عمر می‌پردازند. مدل‌های مرحله‌ای تلاش می‌کنند دیدگاهی پویاتر در مورد توسعه سازمان‌ها و رشد آن‌ها ارائه دهند (Aldrich & Ruef, 1999: 159-163) و بررسی تحقیقات رشد بدون بحث در مورد این مراحل به سختی کامل می‌شود. مدل‌های چرخه زندگی غالباً به طور انتزاعی چرخه‌ای از ظهور، رشد، بلوغ و افول را نشان می‌دهند. ابزار اصلی تحلیل در این رویکرد توصیف است و به همین دلیل در برخی مطالعات با عنوان رویکرد توصیفی نیز شناخته می‌شوند. شروع این نوع مدل‌سازی‌های بیولوژیک و ارگانیک رشد بنگاه به قرن نوزدهم بازمی‌گردد (Penrose, 1952:804). اکثریت مدل‌های مرحله‌ای عمدتاً فرآیند توسعه شرکت را تا مرحله بلوغ در نظر می‌گیرند و بر مشکلات عمومی که سازمان‌ها در طول رشد با آن مواجه می‌شوند تمرکز دارند (Davidsson et al., 2010). نمونه برجسته این گروه مقاله گرینر (۱۹۹۴) یا چرچیل و لوی (۱۹۸۳) است.

### ۴. رویکرد فرآیندنگر

در این رویکرد محققان به دنبال نگاه جامع به فرآیندهایی هستند که رشد را رقم می‌زند. به باور آنان مجموعه فرآیندهایی که یک کسب‌وکار جدید، به واسطه آنها گسترش مداوم معیارهای رشد را تجربه می‌کند و بازیگران خارجی جدید را درگیر می‌کند، اساساً به‌عنوان نتیجه‌ای از ایجاد کسب‌وکار درک شده است، نه به‌عنوان فرآیند مستقل سازمانی به نام رشد (Davidsson et al., 2006; Jin & Kirsch, 2015). رویکرد فرآیندی اولین بار

توسط پنرز (۱۹۵۹) در بیان شناخت صحیح مقوله رشد، به عنوان راه میانه‌ای بین توصیف و تعمیم غیرمستند مطرح شد. از دید وی، رشد، فرآیندی تجمعی است که اعضای یک بنگاه، دانش و شایستگی ایجاد می‌کنند. در اینجا نظریه‌های فرآیندی جریانی از کنش را مجسم می‌کنند که در آن ترتیب زمانی رویدادها از اهمیت حیاتی برخوردار است (Mohr, 1982:60). این تعریف از فرآیند با نگاه علی و معلولی مطالعات واریانس متفاوت است و بر زمان‌بندی و توالی فرآیندهای علی تأکید دارد. رویکرد پژوهشی در این مطالعات غالباً از نوع تفسیری و توصیفی است و مطالعات تاریخی طولی در این گروه بیشتر دیده می‌شود. مورد کاوی‌های عمیق نیز از روش‌های مرسوم در مطالعات این رویکرد (مانند Ericson, 2010; Korsager, 2014) است. توصیف چگونگی و چرایی رشد با بررسی منابع، میانجی‌ها و خروجی‌ها نیز دیده می‌شود (Burvill et al., 2018). مطالعه مسیرهای رشد کسب و کار از دیگر دغدغه‌هایی است که در رویکردهای توصیفی و فرایندنگر دیده می‌شود. تقسیم‌بندی رشد ارگانیک و رشد اکتسابی نمونه‌هایی از آنهاست (Achtenhagen et al., 2017; Davidsson & Wiklund, 2013). بین‌المللی شدن به ویژه از طریق اتحادها و شبکه‌ها نیز دیگر نوع رشد است (Bell et al., 2017; Naldi & Davidsson, 2014).

جدول ۳- دسته‌بندی مطالعات رشد کسب و کار (یافته پژوهش)

مقالات اصلی	مقولات محوری	تعریف	رویکرد
(Baumol, 1962)(Gibb & Davies, 1990) (Davidsson, 1991) (Smallbone et al., 1995) (Tether, 1997) (Greening et al., 1998) (Gartner & Bhat, 2000) (Baum et al., 2001) (Davidsson et al., 2002) (Delmar et al., 2003)(Baum & Locke, 2004) (Stenholm & Toivonen, 2008) (Olson et al., 2008) (Steffens et al., 2009) (Wiklund et al., 2009) (Federico et al., 2012) (Gupta et al., 2013) (Sarwoko & Frisdiantara, 2016) (منصوری و McKelvie et al., 2017) همکاران، (۱۳۹۶) (عزیزی و شعبانی، ۱۳۹۹) (تاری و همکاران، ۱۳۹۹) (میرزاده و همکاران، ۱۳۹۹) (شهرکی و فارسیجانی، ۱۴۰۱)	- شنا سایی عوامل - اثرگذار بر رشد بنگاه - عوامل محرک رشد بنگاه - موانع رشد بنگاه - رویکرد غالباً کمی و آزمون همبستگی یا واریانس	رشد بنگاه حاصل بر هم کنش مجموعه‌ای از متغیرهای مربوط به افراد، سازمان و محیط است. در برخی مطالعات همه عوامل دارای ارزش مشابه و در برخی دیگر اولویت‌گذاری می‌شوند.	عوامل نگر

مقالات اصلی	مقولات محوری	تعریف	رویکرد
(Jovanovic, 1982) (Birely & Stockley, 2017) (Ensley et al., 2002) (Ruef et al., 2003) (Wiklund & Shepherd, 2005) (Davidsson et al., 2006) (Lee, 2010) (Mitchelmore & Rowley, 2010) (Levie & Autio, 2013) (Wiklund & Shepherd, 2013) (Hermans et al., 2015) (Ericson & Kjellander, 2018) (Ekinici et al., 2020) (Tehseen et al., 2019) (حنیفزاده و (Burgoyne et al., 2020) همکاران، ۱۴۰۰)	- تمرکز بر عوامل انسانی اثرگذار بر رشد بنگاه - مطالعه ویژگی‌های انسانی مانند ویژگی فردی و تیمی، انگیزه، اشتیاق، تجربه	رشد بستگی به منابع داخلی و شایستگی‌های افراد سازمان اعم از کارآفرین/ مالک/ مدیران دارد.	انسان‌نگر
(Steinmetz, 1969) (Churchill & Lewis, 1983) (Adizes & Adiz'es, 1988) (Kazanjian & Drazin, 1990) (Hanks et al., 1994) (Greiner, 1994) (McMahon, 1998) (Sahlman et al., 1999) (Aldrich & Ruef, 1999) (Timmons & Spinelli, 2003) (Bessant et al., 2005) (Baron & Shane, 2005) (Kuratko & Hodgetts, 2007) (Cunneen et al., 2007) (Levie & Lichtenstein, 2010) (Dalborg, 2015)	- تفکیک مراحل توسعه بنگاه و توصیف ویژگی‌های مختلف مراحل - بررسی تغییرات چند متغیر در مراحل توسعه کسب‌وکار	بنگاه مانند چرخه زندگی یک واحد زنده یا واحد اجتماعی رشد می‌کند و فازهای رشد را طی می‌کند.	مرحله‌نگر
(Penrose, 1959) (Garnsey et al., 2006) (Achtenhagen et al., 2010) (Ericson, 2010) (Lockett et al., 2011) (Wright & Stigliani, 2013) (Korsager, 2014) (Jin & Kirsch, 2015) (Desantola & Gulati, 2017) (فرخ و همکاران، (Burvill et al., 2018) (۱۳۹۶) (مرادی و همکاران، ۱۳۹۹)	- توصیف فرآیند چگونگی رشد و مکانیسم‌های آن - انواع و مسیرهای رشد	رشد خود فرآیند است و نه خروجی. این فرآیند و سازوکارهای آن باید کشف شوند.	فرآیندنگر

## بحث و نتیجه‌گیری

مشارکت نظری پژوهش حاضر ارائه یک گونه‌شناسی از مدل‌ها و نظریه‌های رشد از سال ۱۹۵۹ تا ۲۰۲۲ به منظور کسب دیدی جامع‌تر از مفهوم رشد کسب‌وکار است. مطالعه نشان داد محققان زیادی به بررسی ابعاد مختلف در تشریح و تبیین رشد بنگاه پرداخته‌اند و برخی نیز به دسته‌بندی این مطالعات اقدام کرده‌اند. غالب مطالعات مروری موضوع رشد مربوط به سال‌های قبل از ۲۰۰۵ هستند و تنها دو مطالعه در چند سال اخیر دیده می‌شود. مطالعه حافیظ و همکاران (۲۰۲۲) به شناسایی تئوری‌های پایه مطالعات رشد پرداخته‌اند و رویکرد

متفاوتی با پژوهش حاضر دارد. رویکرد واج (۲۰۲۰) نیز با دسته‌بندی ۹ تایی، سطح تحلیل همگونی ارائه نمی‌دهد و بسیاری از دسته‌ها قابلیت تجمیع دارند. دسته‌بندی هیل و مک‌گوان<sup>۱</sup> با ارائه دو دسته کلی مرسوم و جایگزین دانش‌افزایی چندانی برای زمان حاضر ندارند. در دسته‌بندی دابس و همیلتون وجه تفاوت بین رویکردهای اقتصادسنجی، قطعی و معین چندان دقیق نیست و سه گروه دیگر با عناوین تکاملی، توصیفی و منبع‌محور نیز دارای سطح یکسان نیستند. در رویکرد پامپین و وودرلین تمرکز بر محل و چگونگی تغییر در رشد بوده است که دیدگاه جدیدی با عناوین مدل‌های دگرذیسی<sup>۲</sup>، بحرانی، رشد بازار، تغییر ساختاری، و تغییر رفتاری ارائه می‌نماید. دیویدسون و همکاران (۲۰۰۵) با نگاه سیستمی چهار نوع مطالعه رشد با عناوین عوامل رشد، مدیریت عوامل برای رشد، ارزیابی اثرات رشد و مدیریت اثرات رشد نام برده‌اند. دسته اول این دسته‌بندی با پژوهش حاضر تشابه دارد و طبق یافته‌ها گستره بزرگی از مطالعات رشد را دربرمی‌گیرد. ارسر و همکار دسته مدل‌های بیولوژیکی، تصمیم‌گیری، رفتاری و رویکرد یکپارچه نام برده‌اند که دسته اول همخوانی چندانی با دسته دوم و سوم ندارد و همگونی را دچار خدشه می‌کند. رویکرد اُفارل و هیچن سه گروه را بر اساس خاستگاه نظریه‌ها و دسته چهارم را با عنوان مدل‌های مرحله‌ای مطرح کرده است که مبنای متفاوتی با سایر گروه‌ها دارد. از این رو پژوهش حاضر با ارائه دسته‌بندی همگون‌تر و به‌روزتر، مشارکت نظری خود را در چهار گروه عوامل نگر، مرحله‌نگر، انسان‌نگر و فرآیندنگر ارائه داد و به بیان نقطه تمرکز مطالعات و موضوعات محوری و رویکرد پژوهشی در هر گروه پرداخت و تلاش شد مطالعات پایه و اصلی رشد در حوزه‌های مدیریت و کارآفرینی پوشش داده شود.

در این پژوهش در گروه اول با عنوان عوامل نگر، رویکرد کمی در بررسی رشد بنگاه داشته‌اند و به دنبال اثبات روابط همبستگی بین عوامل مؤثر بر رشد بوده‌اند. اما برخی اندیشمندان با انتقاد از مدل‌های فهرست عوامل تعیین‌کننده رشد شرکت، معتقدند چنین رویکردی را نمی‌توان تئوری در نظر گرفت (Brüderl & Preisendörfer, 2000; Jin &

---

<sup>1</sup> Hill and McGowan

<sup>2</sup> Metamorphic models

(Kirsch, 2015). از سوی دیگر مطالعه کمی و طولانی مدت عوامل تعیین کننده رشد، نه تنها برای درک موضوع از نظر فرآیندی کار چندانی انجام نمی دهد بلکه می تواند چالش بزرگی نیز ایجاد کند، زیرا تعدادی از عوامل مؤثر یا مانع رشد در طول زمان پایدار نیستند. علیرغم وجود انتقادات، این رویکرد بخش اعظمی از مقالات به ویژه در سال های اولیه شکلگیری مطالعات رشد، در همین گروه قرار دارند. اکثریت پژوهش های داخلی نیز در این گروه قرار می گیرند که شاید به دلیل نوبادون این مطالعات در کشور باشد.

در رویکرد انسان نگر، فرد یا تیم بنیان گذار و مدیر یا سرمایه گذار مورد مطالعه است و ویژگی ها و شایستگی های آنها مانند انگیزه، انتظار رشد، ویژگی های شخصیتی و هویت کارآفرینی مورد بررسی قرار می گیرد. این گروه مطالعات نوعی از مطالعات عوامل نگر هستند که تأکید را به جای بررسی همه انواع عوامل، بر انسان و نقش آن در رشد تمرکز داده اند. از این رو غالباً با رویکرد کمی در صدد بررسی رابطه ابعاد مختلف انسانی با رشد کسب و کار هستند. تمرکز بر روابط همبستگی به عنوان خلأ این رویکرد تلقی می شود و نمی تواند نگاه جامعی نسبت به رشد ارائه نماید. زیرا نمی توان تأثیرات بین انسان و محیط را در پدیده پیچیده رشد نادیده گرفت و انسان ها را با ذهنیت آزمایشگاهی مطالعه کرد.

گروه سوم با عنوان مرحله نگر، با تشبیه بنگاه به موجود زنده ای به بررسی فازهای رشد و تفاوت های هر فاز می پردازد. اگر چه مدل های مرحله ای به طور گسترده در ادبیات کسب و کارها استفاده می شوند و ماهیت تدریجی تکامل را اشاره می کنند، اما انتقاداتی نیز به آنها وارد است (Davidsson et al., 2005; McMahon, 1998). بزرگ ترین مشکل این رویکرد تفاوت مراحل در صنایع و بخش های مختلف و دشواری تأیید تجربی آنها است. دومین مشکل نگاه بیولوژیکی مطلق و عدم توجه به واقعیت اقتصادی است (Wach, 2020). مدل های مرحله ای تنها یک الگوی یکنواخت و یک مسیر مشخص ارائه می کنند و فرض می کنند سازمان ها از تمام مراحل عبور می کنند و برای هر مرحله یک تنظیم بهینه وجود دارد (Wiklund et al., 2009). این مدل ها غالباً بر تکامل ساختارهای رسمی تمرکز دارند و ساختارها و فرآیندهای غیر رسمی (مانند شبکه غیر رسمی تیم کارآفرینی، انگیزه، تصمیمات و...) را نادیده می گیرند (Birely & Stockley, 2017). همچنین فرآیندهای

رشد و مراحل فعالیت را با هم اشتباه می‌گیرند، در صورتیکه هیچ فاز ثابتی از فعالیت در میان شرکت‌ها وجود ندارد (Garnsey et al., 2006).

در رویکرد فرآیندنگر به دلیل پیچیدگی‌های مختلف آن، پژوهش‌های اندکی دیده می‌شود. هدف این گروه آشکارسازی فرآیند چگونگی رشد است و مطالعات عمیق‌تری را غالباً با نگاه طولی و بررسی ابعاد گسترده‌تری از تعامل بنگاه و فرد می‌طلبند. هر چند مطالعات عمیق خوبی در این گروه دیده می‌شود که در تلاش بر اکتشاف فرآیند رشد در ابعاد مختلف هستند، اما این جریان از مطالعات هنوز تعمیم‌های قوی نداشته‌اند که ممکن است به دلیل پیچیدگی نظری و روش‌شناختی آن باشد.

### پیشنهادها

با توجه به یافته‌های پژوهش، تعداد مطالعات در رویکرد عوامل نگر نسبت به سایر رویکردها بیشتر است و نیاز به توسعه مطالعات رشد در سایر رویکردهای مرحله‌نگر، فرآیندنگر و انسان‌نگر را می‌رساند. برای داشتن تصویری دقیق‌تر و جامع‌تر از مطالعات رشد کسب‌وکار می‌توان با انجام مطالعات علم‌سنجی دقیق در حوزه رشد کسب‌وکار، نقشه مفاهیم علمی و روابط حوزه‌ها با یکدیگر و حوزه‌های نیازمند تحقیق را آشکارا کرد. یافته‌های پژوهش حاضر نشان داد رویکرد یکپارچه‌تر در ارائه مدل‌های رشد کسب‌وکار که بتواند توأمان ابعاد مختلفی از رشد را به تصویر بکشد ضروری است و مدل‌هایی که صرفاً بخشی از عوامل یا مراحل را تمرکز دارند، نمی‌توانند نگاهی جامع در ارائه نقشه راه کسب‌وکارها داشته باشند. خلأ در رویکرد فرآیندنگر به دلیل پیچیدگی‌های ذاتی پدیده رشد بسیار بیشتر احساس می‌شود و تأملات عمیق و راه‌کاریابی عمیق‌تری می‌طلبند. شاید بتوان با تلفیقی از تئوری‌های کارآفرینی و رویکرد فرآیندنگر برنامه‌های پژوهشی جدیدی در حوزه رشد ارائه نمود. با توجه به محدود بودن پژوهش‌های داخلی در موضوع رشد کسب‌وکار، انجام پژوهش‌های عمیق با توجه به ویژگی‌های زمینه‌ای و بومی ضروری است. این دانش بومی در توسعه موفق کسب‌وکارهای کوچک و متوسط، به ویژه استارت‌آپ‌ها و کسب‌وکارهای نوپا

می تواند امکان برنامه ریزی برای رشد را تسهیل نماید و شکوفایی اقتصادی در سطح کسب و کارها و به موازات آن در سطح کشور را ممکن سازد.

## منابع

- تاری، غفار و پرحلم، حمیدرضا (۱۳۹۹). مدل ساختاری عوامل مؤثر بر بقا و رشد استارت‌آپ‌ها در ایران. پژوهشنامه مدیریت اجرایی، ۱۲ (۲۳)، ۳۱۵-۳۴۱.
- حنیف‌زاده، فائزه؛ طالبی، کامبیز؛ سجادی، سید مجتبی و سـخـدری، کمال (۱۴۰۰). تأثیر تیم کارآفرینانه بر مقیاس پذیرگی کسب و کارهای نوپا. توسعه کارآفرینی، ۱۴ (۳)، ۴۲۱-۴۴۰.
- شهرکی مقدم، شایان و فارسیجانی، حسن (۱۴۰۱). شناسایی عوامل تأثیرگذار در ارتقا و رشد استارت‌آپ‌ها. فصلنامه رویکردهای پژوهشی نوین در مدیریت و حسابداری، ۶ (۸۴)، ۲۲۳۴-۲۲۴۹.
- فرخ، شیما؛ کردنائیج، اسداله و خداداد حسینی، سیدحمید (۱۳۹۶). شناسایی الگوی رشد کسب و کارهای کوچک و متوسط در صنعت غذایی ایران، با استفاده از نظریه برخاسته از داده‌ها. توسعه کارآفرینی، ۳، ۴۵۷-۴۷۶.
- مرادی، شیوا؛ نادری، نادر و دل‌انگیزان، سهراب (۱۳۹۹). بررسی فرآیند توسعه استارت‌آپ‌های فین‌تک در ایران؛ با تأکید بر عوامل و موانع پیش‌رو. توسعه کارآفرینی، ۱۳ (۱)، ۱۲۱-۱۴۱.
- منصوری، سمیه؛ وظیفه، زهرا و یوسفی طیس، حلیمه (۱۳۹۶). اولویت‌بندی پیشران‌های عوامل اثرگذار در راستای توسعه شرکت‌های دانش‌بنیان در استان کرمان. توسعه کارآفرینی، ۱۰ (۲)، ۳۱۹-۳۳۸.
- میرزاده، زهراسادات؛ کشتی‌دار، محمد و رحمان‌پور، عادل (۱۴۰۰). شناسایی و اولویت‌بندی عوامل مؤثر بر رشد استارت‌آپ‌های دانشجویان علوم ورزشی کشور با استفاده از تکنیک تحلیل شبکه (ANP). پژوهش‌های کاربردی در مدیریت ورزشی، ۹ (۴)، ۷۱-۹۰.
- Achtenhagen, L., Brunninge, O., & Melin, L. (2017). Patterns of dynamic growth in medium-sized companies: Beyond the Dichotomy of Organic Versus Acquired Growth. *Long Range Planning*, 50(4), 457-471.
- Achtenhagen, L., Naldi, L., & Melin, L. (2010). "Business growth" - Do practitioners and scholars really talk about the same thing? *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 34(2), 289-316.
- Acs, Z. (2006). How is entrepreneurship good for economic growth? *Innovations*, 1, 97-107.
- Adizes, I., & Adizes, Y. (1988). *Corporate Life Cycle: How and Why Corporations Grow and Die and What Do about It*. Business & Professional Division.
- Aldrich, H. E., & Ruef, M. (1999). *Organization Evolving*. SAGE Publications (second).
- Arshad, D., Marchallina, L., & Ahmad, H. (2015). Entrepreneurial Orientation, Strategic Improvisation, Talent Management And Firm Performance. *Pressademia*, 4(1), 92-92.
- Baron, R. A., & Shane, S. (2005). *Entrepreneurship: A Process*



- Perspective. The psychology of entrepreneurship*, 19-39.
- Baum, J. R., & Locke, E. A. (2004). The relationship of entrepreneurial traits, skill, and motivation to subsequent venture growth. *Journal of Applied Psychology*, 89(4), 587–598.
- Baum, J. R., Locke, E. A., & Smith, K. G. (2001). A Multidimensional model for venture growth. *Academy of Management Journal*, 44(2), 292–303.
- Baumol, W. J. . (1962). On the Theory of Expansion of the Firm. *The American Economic Review*, 52(5), 1078–1087.
- Bell, J., McNaughton, R., & Crick, D. (2017). Entrepreneurial growth: The role of international knowledge acquisition as moderated by firm age. *Journal of International Entrepreneurship*, 51(2), 640–668.
- Bell, Jim, McNaughton, R., Young, S., & Crick, D. (2003). Towards an Integrative Model of Small Firm Internationalisation. *Journal of International Entrepreneurship*, 1(4), 339–362.
- Bessant, J., Phelps, B., Adams, R., Model, C. C. M., Scheme, E. E. I., Strategy, H. H. Q., ... & Trusts, V. V. C. (2005). A Review of the literature addressing the role of external knowledge and expertise at key stages of business growth and development–final report. Cranfield School of Management.
- Birely, S. & Stockley, S.(2017). Entrepreneurial Teams and Venture Growth. In *The Blackwell Handbook Of Entrepreneurship* (287–307).
- Brüderl, J., & Preisendörfer, P. (2000). Fast-Growing Businesses: Empirical Evidence from a German Study. *International Journal of Sociology*, 30(3), 45–70.
- Burgoyne, A. P., Hambrick, D. Z., & Macnamara, B. N. (2020). How Firm Are the Foundations of Mind-Set Theory? The Claims Appear Stronger Than the Evidence. *Psychological Science*, 31(3), 258–267.
- Burvill, S. M., Jones-Evans, D., & Rowlands, H. (2018). Reconceptualising the principles of Penrose’s (1959) theory and the resource based view of the firm: The generation of a new conceptual framework. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 25(6), 930–959.
- Churchill, N., & Lewis, V. (1983). The five stages of small business growth. *Harvard Business Review*, 61(3), 30–50.
- Cooper, A. C., Gimeno-Gascon, F. J., & Woo, C. Y. (1994). Initial human and financial capital as predictors of new venture performance. *Journal of Business Venturing*, 9(5), 371–395.
- Creswell, J. W., & Poth, C. N. (2007). *Qualitative Inquiry and Research Design: Choosing Among Five Approaches*. Sage Publications.
- Cunneen, D. J., Mankelow, G. J., & Gibson, B. (2007). Towards a process model of independent growth firm creation. *Small Enterprise Research*, 15(1), 90–105.
- Dalborg, C. (2015). The life cycle in women-owned businesses: From a

- qualitative growth perspective. *International Journal of Gender and Entrepreneurship*, 7(2), 126–147.
- Davidsson, P. (1991). Continued entrepreneurship: Ability, need, and opportunity as determinants of small firm growth. *Journal of business venturing*, 6(6), 405–429.
- Davidsson, P., Achtenhagen, L., & Naldi, L. (2005). Research on small firm growth: A review. *European Institute of Small Business*, 1–27.
- Davidsson, P., Achtenhagen, L., & Naldi, L. (2010). Small Firm Growth. In Z. J. Acs & D. B. Audretsch (Eds.), *Foundations and Trends in Entrepreneurship* (Foundation, Vol. 6, Issue 2, pp. 69–166.). now Publishers Inc.
- Davidsson, P., Delmar, F., & Wiklund, J. (2006). *Entrepreneurship and the Growth of Firms*. Edward Elgar Publishing.
- Davidsson, P., Kirchhoff, B., Hatemi-j, A., & Gustavsson, H. (2002). Empirical analysis of business growth factors using Swedish data. *Journal of Small Business Management*, 40(4), 332–349.
- Davidsson, P., & Wiklund, J. (2013). New perspectives on firm growth. *New Perspectives on Firm Growth*, 1–340.
- Delmar, Frederic, Davidsson, P., & Gartner, W. B. (2003). Arriving at the high-growth firm. *Journal of Business Venturing*, 18, 189–216.
- DeSantola, A. & Gulati, R. (2017). Scaling: Organizing and growth in entrepreneurial ventures. *Academy of Management*, 11(2), 640–668.
- Dobbs, M., & Hamilton, R. T. (2007). Small business growth: Recent evidence and new directions. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour and Research*, 13(5), 296–322.
- Ekinci, Y., Gordon-Wilson, S., & Slade, A. (2020). An exploration of entrepreneurs' identities and business growth. *Business Horizons*, 63(3), 391–401.
- Ensley, M., Pearson, A., & Amaosn, A. (2002). Understanding the dynamics of new venture top management teams: Cohesion, conflict and new venture performance. *Journal of Business Venturing*, 17(4), 365–386.
- Ericson, M. (2010). *A narrative approach to business growth*. Edward Elgar Publishing Limited.
- Ericson, M., & Kjellander, B. (2018). The temporal becoming self—towards a Ricoeurian conceptualization of identity. *Scandinavian Journal of Management*, 34(2), 205–214.
- Federico, J., Rabetino, R., & Kantis, H. (2012). Comparing young SMEs' growth determinants across regions. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 19(4), 575–588.
- Flamholtz, E. (1986). *How to make the transition from an entrepreneurship to a professionally managed firm*. Jossey-Bass Publishers, Inc.
- Garnsey, E., Stam, E., & Heffernan, P. (2006). New firm growth: Exploring processes and paths. *Industry and Innovation*, 13(1), 1–20.

- Gartner, W. B., & Bhat, S. (2000). Environmental and ownership characteristics of small businesses and their impact on development. *Journal of Small Business Management*, 38(3), 14–26.
- Gibb, A., & Davies, L. (1990). In Pursuit of Frameworks for the Development of Growth Models of the Small Business. *International Small Business Journal*, 9(1), 15–31.
- Barringer, B. R., & Greening, D. W. (1998). Small business growth through geographic expansion: A comparative case study. *Journal of business venturing*, 13(6), 467-492.
- Greiner, L. E. (1994). Evolution and revolution as Evolution and Revolution as Organizations Grow. *Harvard Business Review*, 76(3), 322–329.
- Gupta, P., Guha, S., & Krishnaswami, S. (2013). Firm growth and its determinants. *Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 2(1), 1-14.
- Hafiz, N., Shaharudin, A., Latiff, A., Naser, A., & Saif, M. (2022). *Towards the Underlying Theories of Small Firm Growth : A Literature Review*. 11(1), 36–51.
- Hanks, S. H., Watson, C. J., Jansen, E., & Chandler, G. N. (1994). Tightening the Life-Cycle Construct : A Taxonomic Study of Growth Stage. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 18(2), 5–29.
- Hermans, J., Vanderstraeten, J., Witteloostuijn, A. van, Dejardin, M., Ramdani, D., & Stam, E. (2015). Ambitious Entrepreneurship: A Review of Growth Aspirations, Intentions, and Expectations. *Entrepreneurial Growth: Individual, Firm, and Region.*, 127–160.
- Jin, B., & Kirsch, D. A. (2015). Entrepreneurial growth as a process: Mechanism-based theorizing. *Advances in Entrepreneurship, Firm Emergence and Growth*, 17, 63–94.
- Jovanovic, B. (1982). selection and the evolution of industry. *Econometrics*, 50(3), 649–670.
- Kazanjian, R. K., & Drazin, R. (1990). A stage-contingent model of design and growth for technology based new ventures. *Journal of Business Venturing*, 5(3), 137–150.
- Kolarov, K., & Georgieva, S. (2020). Management features in bulgarian smes as determinants of business internationalization. *Polish Journal of Management Studies*, 22(1), 279–294.
- Korsager, E. M. (2014). *Self-conception and image of context in the growth of the firm: A Penrosian History of Fiberline Composites*. Frederiksberg: Copenhagen Business School (CBS).
- Kuratko, D. F., & Hodgetts, R. (2007). *Entrepreneurship: Theory, Process, and Practice*. United States of America: Thomson South-Western.
- Lee, C. Y. (2010). A theory of firm growth: Learning capability, knowledge threshold, and patterns of growth. *Research Policy*, 39(2), 278–289.
- Levie, J., & Autio, E. (2013). Growth and growth intentions: A meta-analysis of existing evidence. *Enterprise Research Centre*, 1, 1–44.

- Lockett, A., Wiklund, J., Davidsson, P., & Girma, S. (2011). Organic and Acquisitive Growth: Re-examining, Testing and Extending Penrose's Growth Theory. *Journal of Management Studies*, 48(1), 48–74.
- McKelvie, A., Brattström, A., & Wennberg, K. (2017). How young firms achieve growth: reconciling the roles of growth motivation and innovative activities. *Small Business Economics*, 49(2), 273–293.
- McKelvie, A., & Wiklund, J. (2010). Advancing firm growth research: A focus on growth mode instead of growth rate. *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 34(2), 261–288.
- McMahon, R. G. P. (1998). Stage Models of SME Growth Reconsidered. *Small Enterprise Research*, 6(2), 20–35.
- Mitchelmore, S., & Rowley, J. (2010). Entrepreneurial competencies: A literature review and development agenda. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research*, 16(2), 92–111.
- Mohr, L. B. (1982). *Explaining Organizational Behavior*. Jossey-Bass.
- Naldi, L., & Davidsson, P. (2014). Entrepreneurial growth: The role of international knowledge acquisition as moderated by firm age. *Journal of Business Venturing*, 29(5), 687–703.
- Ok, C., & Ahn, H. S. (2019). How does entrepreneurial orientation influence the sustainable growth of SMEs? The role of relative performance. *Sustainability (Switzerland)*, 11(19), 51-78.
- Olson, M. S., Bever, D. Van, & Verry, S. (2008). When Growth Stalls. *Harvard Business Review*, 86(3), 50–64.
- Penrose, E. (1952). Biological Analogies in the Theory of the Firm. *The American Economic Review*, 42(5), 804–819.
- Penrose, E. (1959). *The Theory of the Growth of the firm* (P. Penrose (Ed.); 4d (2009)). Oxford university press.
- Ruef, M., Aldrich, H. & Carter, N. (2003). The structure of organizational founding teams: Homophily, strong ties, and isolation among U.S. entrepreneurs. *American Sociological Review*, 68(2), 195–222.
- Ryan, G. W. & Bernard, H. R. (2003). Techniques to Identify Themes. *Field Methods*, 15(1), 85–109.
- Sahlman, W. A., Stevenson, H. H., Roberts, M. J., & Bhidé, A. (1999). *The Entrepreneurial Venture* (2nd edition).
- Sandelowski, M., & Barroso, J. (2003). Classifying the Findings in Qualitative Studies. *Qualitative Health Research*, 13(7), 905–923.
- Sarwoko, E., & Frisdiantara, C. (2016). Growth determinants of small medium enterprises. *Universal Journal of Management*, 4(1), 36–41.
- Saukkonen, J. (2018). Entrepreneurs and Growth: An Option, Obligation or Obsession. In *Entrepreneurship - Development Tendencies and Empirical Approach* (pp. 3–33).
- Shane, S., & Venkataraman, S. (2000). The promise of entrepreneurship as a field of research. *Academy of management review*, 25(1), 217-226.

- Smallbone, D., Leigh, R., & North, D. (1995). The characteristics and strategies of high growth SMEs. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research*, 1(3), 44–62.
- Steffens, P., Davidsson, P., & Fitzsimmons, J. (2009). Performance configurations over time : implications for growth and profit oriented strategies. *Entrepreneurship. ET&P*, 33(1), 125–148.
- Steinmetz, L. L. (1969). Critical stages of small business growth: When they occur and how to survive them. *Business horizons*, 12(1), 29-36.
- Stenholm, P., & Toivonen, J. (2009). The attributes of firm growth-why and why not a firm does grow. *Frontiers of Entrepreneurship Research*, 29(13), 4, 1-15.
- Tehseen, S., Ahmed, F. U., Qureshi, Z. H., Uddin, M. J., & Ramayah, T. (2019). Entrepreneurial competencies and SMEs' growth: the mediating role of network competence. *Asia-Pacific Journal of Business Administration*, 11(1), 2–29.
- Tether, B. S. (1997). Growth diversity amongst innovative and technology-based new and small firms : an interpretation. *New Technology, Work and Employment*, 12(2), 91–107.
- Timmons, J. A., Spinelli, S., & Tan, Y. (2004). *New venture creation: Entrepreneurship for the 21st century* (Vol. 6). McGraw-Hill/Irwin.
- Van de Ven, A., & Poole, M. (1995). Explaining development and change in organizations. *Academy of management review*, 20(3), 510-540.
- Wach, K. (2020). A typology of small business growth modelling: A critical literature review. *Entrepreneurial Business and Economics Review*, 8(1), 159–184.
- Wang, G., Li, L., & Jiang, X. (2019). Entrepreneurial business ties and new venture growth: The mediating role of resource acquiring, bundling and leveraging. *Sustainability (Switzerland)*, 11(1), 244-263.
- Wiklund, J., Patzelt, H. & Shepherd, D. (2009). Building an integrative model of small business growth. *Small Business Economics*, 32(4), 351–374.
- Wiklund, J. & Shepherd, D. (2005). Entrepreneurial orientation and small business performance : a configurational approach. *Journal of Business Venturing*, 20, 71–91.
- Wiklund, J., & Shepherd, D. (2003). Aspiring for, and achieving growth: The moderating role of resources and opportunities. *Journal of management studies*, 40(8), 1919-1941.
- Wright, M., & Stigliani, I. (2013). Entrepreneurship and growth. *International Small Business Journal*, 31(1), 3–22.
- Xiao, Y., & Watson, M. (2019). Guidance on Conducting a Systematic Literature Review. *Journal of Planning Education and Research*, 39(1), 93–112.
- Zimmer, L. (2006). Qualitative meta-synthesis : a question of dialoguing with texts. *Journal of Advanced Nursing*, 53(3), 311–318.