

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