

چکیده

هدف از این پژوهش مطالعه استراتژی‌های رشد بنگاه در صنایع با فناوری بالا است. با حمایت از کارآفرینان و استارت‌آپ‌ها در صنایع با سطح فناوری بالا بنگاه‌های بسیاری بر مبنای نوآوری فنی، فرصت‌های بازار و حمایت‌های موجود ایجاد شده‌اند. تعداد کمی از آنها در طول زمان بقا پیدا کرده و توانسته‌اند رشد کنند. در حالیکه حمایت دولتی یا خلاء موقت در بازار ناشی از عدم ثبات می‌تواند کارآفرینان را به ایجاد بنگاه تحریک کند. اما اینکه بنگاه‌های نورسته بتواند رشد کند، با رسیدن به مقیاس، در گروه‌های استراتژیک صنعتی که در آن فعال هست، قرار بگیرد و در ساختار رقابتی حضور یابد به الزامات بیشتری نیاز دارد. استراتژی رشد بنگاه یکی از این شرایط است. در این پژوهش فرض شده است که اول داشتن استراتژی رشد، در رشد بنگاه موثر است به این معنی که فرآیند رشد تصادفی نیست. دوم، منابع در انتخاب استراتژی رشد موثر هستند و سوم، بنگاه براساس ریسک استراتژی رشد بر می‌گزیند. و چهارم آنکه حاصل رشد بنگاه در صنعت با سطح فناوری بالا افزایش سود و جذابیت است که در تداوم چرخه رشد موثرند. جامعه آماری پژوهش شامل مدیران بنگاه‌ها در صنایع پیشرفته می‌باشد. با مصاحبه حضوری و پرسشنامه اطلاعات جامعه آماری اخذ و با استفاده از نرم افزار لیزرل تحلیل گردید. هر چهار فرضیه تحقیق مورد تایید قرار گرفت. حاصل این تحقیق می‌تواند در اتخاذ راهبردهای حمایت از بنگاه‌ها مورد استفاده قرار بگیرد. این پژوهش از نظر نوع توسعه ای کاربردی و منظر گردآوری داده و تحلیل آن توصیفی و همبستگی بر مبنای معادلات ساختاری می‌باشد.

کلید واژه:

استراتژی رشد، نفوذ در بازار، رشد داخلی، رشد خارجی، کارآمدی بنگاه، ریسک مالی و عملیاتی، ریسک بانکی و ارزی، ریسک مقررات گمرکی.

مقدمه

رشد بنگاه فرآیندی دارد که تحت شرایط معینی اتفاق می‌افتد. بنگاه‌های بسیاری از کسب‌وکاری کوچک شروع کرده‌اند و با طی مراحل رشد به بنگاه‌های بزرگ تبدیل شده‌اند. رشد فرآیندی همگن و تدریجی ندارد. فرایند و نرخ آن از بنگاه‌های دیگر متفاوت است و تعدادی از بنگاه‌ها آنقدر بقا پیدا نمی‌کنند که رشد کنند. برای اندازه گیری رشد سنج‌های افزایش تعداد کارکنان، افزایش در فروش سالانه، افزایش ظرفیت تولید، فضای فیزیکی، افزایش در مصرف مواد اولیه و انرژی و امثال آن پیشنهاد شده است. پنروز (۱۹۵۹) رشد را "افزایش در اندازه و مقیاس عملیات بنگاه یا بهبود در کیفیت که نتیجه بهبود در فرآیندهای بنگاه باشد و یا توسعه گستره یا ماهیت فعالیت‌های سازمان" تعریف کرده است. بنگاه‌هایی که نتواند رشد کند، با رشد رقبا از نظر موقعیت رقابتی افول می‌کند. بنگاه‌ها به دلایلی از قبیل بقا، اقتصاد مقیاس، خواست مالکان، رونق بازار، تغییرات فناوری، کسب قدرت و اعتبار، وجود مقررات یا حمایت، و

تاثیر منابع بر استراتژی رشد

بنگاه در صنایع با سطح فناوری بالا

محسن پارساجم (نویسنده مسئول)

دانشجوی دکتری دانشگاه شهید بهشتی

pj.mohsen@gmail.com

محمدرضا حمیدی زاده

استاد دانشگاه شهید بهشتی

M-Hamidzadeh@sbu.ac.ir

بهمن حاجی پور

دانشیار دانشگاه شهید بهشتی

bhajipour@gmail.com

اسماعیل فدایی نژاد

دانشیار دانشگاه شهید بهشتی

M-Fadaei@sbu.ac.ir

دستیابی به خودکفایی استراتژی‌های رشد را انتخاب می‌کنند. بازدارندگان انتخاب استراتژی رشد در بنگاه محدودیت منابع مالی و سرمایه، محدودیت بازار، فقدان دانش از تکنولوژی یا بازار، پیچیدگی سازمانی ناشی از تعداد نیروی انسانی، مدیریت، و مشکلات اجتماعی هستند. این موارد مانع از انتخاب استراتژی رشد توسط بنگاه می‌شوند (Ladge & Harrington, ۲۰۰۹). پایداری اقتصادی

کشور در مقایسه با بنگاه‌های رقیب در همان صنعت دیگر کشورها، مدل‌های شکل‌گیری و تجمیع سرمایه، محدودیت جذب فناوری و محدودیت حجم بازار، امکان ارتقاء کیفی و رقابت کیفیتی از عواملی هستند که روی رقابت‌پذیری این بنگاه‌ها موثرند. ساختار تدریجی و تکاملی توسعه فناوری، ارتقا کیفیت و محدودیت نیروی انسانی کار آزموده و توانا نیز باعث می‌شود شرایط رقابتی بسیار دشوار باشد و به ابزارهای استراتژی فراتر نیاز باشد (Daveni, ۱۹۹۵). الگوهای جدید انحصار چند جانبه با شکل‌گیری گروه‌بندی استراتژی در صنعتی معین مانع می‌شوند بنگاه‌ها بتوانند از موقعیت رقابتی بازار به موقعیتی بالاتر حرکت کرده لذا مانع رشد خطی و تدریجی بنگاه به صورت ارگانیک می‌گردند. پرش از این بازدارنده‌ها به استراتژی رشد متناسب و ایسته است. در صنایع پیشرفته نفوذ در بازار به سرمایه‌گذاری در ابعاد متنوع‌تری نیاز است و مسیر رشد فیزیکی به تنهایی نمی‌تواند کافی باشد. نوآوری صنعتی در صنایع پیشرفته می‌تواند بنگاه کوچک کارآفرین را به یک بنگاه بزرگ تبدیل کند.

در این مقاله، به چگونگی رشد بنگاه‌ها در صنایع پیشرفته، توجه می‌شود. نقش رشد در افزایش کارآمدی آنها چگونه بوده است؟ از میان انتخاب متعدد هزینه کرد منابع در مسیر رشد، بر اساس چه الگویی راهبرد موثر انتخاب می‌شود؟ ریسک‌های اقتصادی چگونه بر این انتخابها تاثیر می‌گذارد؟ در این مطالعه سازوکار رشد و توسعه بنگاه‌های فناوری پیشرفته با توجه به انگیزه‌ها و دلایل رشد و توجه به منابع مورد نیاز رشد تبیین می‌شود. برای دستیابی به جواب، اهداف چهارگانه: الف) تعیین تأثیر استراتژی رشد بنگاه بر کارآمدی بنگاه صنایع پیشرفته، ب) تعیین تأثیر انواع منابع بر استراتژی رشد بنگاه، ج) تعیین اثرات ریسک‌ها بر منابع بنگاه در فرآیند رشد، و د) تعیین شیوه بهره‌گیری از منافع کارآمدی برای تداوم رشد بنگاه، دنبال می‌شود.

۱. مبانی نظری

پنروز (۱۹۵۹) کمک قابل توجهی به نظریه رشد شرکت کرده است. او رشد را "افزایش در اندازه و یا بهبود کیفیت در نتیجه فرآیند توسعه" و "گسترش مداوم محدوده و ماهیت فعالیت‌های یک سازمان" تعریف می‌کند. ایشان رشد شرکت را مطابق با فرآیند بیولوژیکی طبیعت می‌داند لذا زنجیره تغییرات تعاملی منجر به بزرگ شدن اندازه همراه با تغییرات در ویژگی‌های پدیده در حال رشد می‌شود. رشد فقط تعدیلی است که در اندازه شرکت و با توجه به شرایط داده می‌شود. اما پنروز، اندازه بنگاه را تنها محصول فرآیند رشد می‌داند که نه تنها ناشی از فعالیت‌های "داخلی" شرکت، بلکه تحت تأثیر فرصت‌ها، تغییرات و اقدامات خارج از شرکت هستند. استراتژی رشد دارای دو ویژگی عمده است (Agnihotri, ۲۰۱۴: ۲۵۰): ۱) ادغام و اکتساب حق مالکیت منابع مورد نیاز برای رشد پا به پای بازار تا کسب و کار بتواند موقعیت فعلی خود را حفظ کند، و ۲) ایجاد انواع جدید سلاح‌های رقابتی که برای تداوم رقابت به گونه‌ای اثربخش در هنگام کند شدن رشد و شروع تکانه‌ای شدید، مورد نیاز کسب و کار است. اغلب شرکت‌ها بر ویژگی اول متمرکز می‌شوند و این موجب می‌شود تا برای رشد در یک حیطه رقابتی به هنگام شروع تکانه‌های شدید، که شرایط رقابتی متنوعی وجود خواهد داشت، آماده نباشند (Söllner, ۲۰۰۹: ۱۱). دلیل اینکه بیشتر شرکت‌ها بر توسعه مهارت‌های استراتژیکی متمرکز نمی‌شوند آن است که رشد در مراحل ابتدایی نیازمند تمرکز شرکت بر جمع‌آوری منابع جدید است. شرکت‌ها مقروض می‌شوند و به تعادل مالی احتیاج پیدا می‌کنند، فقط تعدادی از آنها قادر به تامین جریان نقدینگی از منابع داخلی خود به منظور سرمایه‌گذاری برای مرتفع کردن این نیازها خواهند بود (Azofra, Olalla, and Olmo, ۲۰۰۸: ۶۱). در نتیجه زمان و منابع مدیریتی بسیار محدودی برای ایجاد انواع مهارت‌های سازمانی مورد نیاز برای بقاء و تمرکز بر آنها در شرایط تکانه‌های شدید، صرف می‌شود. شرکت‌ها عموماً استراتژی‌های خود را بر نقاط قوت فعلی پایه‌گذاری کرده و به ندرت نقاط ضعف یا شرایط جدید را لحاظ می‌کنند (Weber and Tarba, ۲۰۱۲: ۲۱۰). بهترین استراتژی‌ها در سطح بنگاه، موجب رشد و افزایش در فروش، دارایی، سود یا ترکیبی از آنها با گزینه‌های: رشد داخلی و رشد خارجی مطابق جدول ۱، می‌شوند. (Srivastava, ۲۰۱۲: ۲۷۱).

۲. توسعه فرضیه‌های پژوهش



شرکت های فعال در صنایع با فناوری پیشرفته بنا به الزامات رقابتی و نیاز به توسعه و رشد، متناسب با منابع و قابلیت های خود، از استراتژی های رشد استفاده می کنند که موفقیت یا عدم موفقیت آنها را در آینده تعیین خواهد کرد. استراتژی های رشد به دو گروه استراتژی رشد داخلی و استراتژی رشد خارجی تفکیک می شوند. اتخاذ هر نوع استراتژی جهت رشد مستلزم در دسترس بودن منابع چنین رشدی است. ریسک های موجود در صنایع با فناوری پیشرفته نیز می تواند نوع استراتژی منتخب را تحت الشعاع خود قرار دهد. با بررسی مطالعات پیشین، مطالعه ای تأثیر همزمان ریسک های موجود در صنایع با فناوری پیشرفته و قابلیت های (منابع) بنگاه ها را بر انتخاب استراتژی رشد (داخلی و خارجی) و در نهایت کارآمدی بنگاه نشان نمی دهد. اما، منابع یا قابلیت هایی که در مطالعات قبلی (کیلاهیکو و همکاران، ۲۰۱۱؛ حمیدی زاده و همکاران، ۱۳۸۹) مورد بررسی قرار گرفته برای سایر صنایع موضوعیت داشته اند.

جدول (۱) استراتژی های رشد و الزامات آنها

نوع رشد	استراتژی اصلی	استراتژی فرعی	شرایط رشد
	تحقیق و توسعه	تحقیق و توسعه محصول تحقیق و توسعه در فرآیند گسترش جغرافیایی	-محصولات اضافه شده کاملاً جدید هستند و تولید آنها نیاز به ظرفیت هایی دارد که هنوز در بازار وجود ندارد.
	سرمایه گذاری در بازار	رشد درآمد حاصل از مشتریان موجود توسعه دانش توانمندسازی افراد، اصلاح ساختار-دامنه تولید شرکت مشتمل بر محصولات انحصاری	رشد در آمد حاصل از مشتریان موجود -محصولاتی با فن آوری های تولید جدید تولید می شود که هنوز در بازار وجود ندارد.
داخلی		سازمانی و بهبود رهبری افزایش خطوط تولید افزایش ظرفیت تولید	عرضه ظرفیت های موجود به بازار در حال حاضر مطلقاً وجود ندارد.
	سرمایه گذاری فیزیکی	رشد عمودی، افقی، مورب	-به دلیل شفافیت ناقص بازار، خریداران هیچ گونه اطلاعاتی در مورد عرضه ندارند.
		ادغام یا خرید موافقت شده تصاحب (تملک) بحث برانگیز	-قیمت های محصولات برای خریداران بیش از حد بالا باشد.
خارجی	خرید و ادغام	عدم سرمایه گذاری خرید سهام مدیریتی شرکت	-استفاده از ظرفیت های اضافی باید فوراً شروع شود. -ظرفیت ها در بازار نباید افزایش یابد. -هنگامی که رقیب دیگر باید حذف شود. -هنگامی که تجربه و دانش فنی باید منتقل شود چون دستیابی به آن مدت زیادی به طول می انجامد.

لیکن بررسی تمامی منابع با نقشی کلیدی در صنایع پیشرفته ضروری است تا استراتژی رشد اصلی بنگاه را مشخص کنند. مطالعات قبلی (چاتوت و السن، ۲۰۰۷) ریسک های موثر بر انتخاب استراتژی را در قالب یک سازه کلی و بدون دسته بندی نوع آن (رشد داخلی یا خارجی) در نظر گرفته اند و تأثیر ریسک بر آن را نیز به صورت کلی (و نه مشابه مطالعه حاضر در چهار بخش مالی و عملیاتی، بانکی و ارزی، سیاسی و کشوری و قانونی) مد نظر قرار داده اند. کارآمدی بنگاه می تواند رشد بنگاه را در آینده دامن بزند. کارآمدی دو پیامد مهم کسب سود و جذابیت کسب و کار دارد. بنگاه باید سودهای حاصل از رشد را مجدداً در فرآیند رشد خود وارد نماید. چنین سودآوری برای بنگاه های فعال در صنایع با فناوری پیشرفته می تواند جذابیتی برای سایر بنگاه ها داشته باشد و آنها را تشویق به مشارکت با بنگاه های موجود یا تأسیس بنگاه های جدید کوچک نماید. چنین پیامدهایی تاکنون به صورت تجربی در صنایع با فناوری پیشرفته بررسی نشده است. لذا مدل مفهومی شکل ۱ برای رفع شکاف تحقیقاتی موجود طراحی و تدوین گردید. بر اساس پیشینه و مبانی نظری و نیز مدل پیشنهادی پژوهش، فرضیات زیر مطرح می گردد:

H۱: استراتژی های رشد بنگاه بر رشد بنگاه تأثیرگذار است.

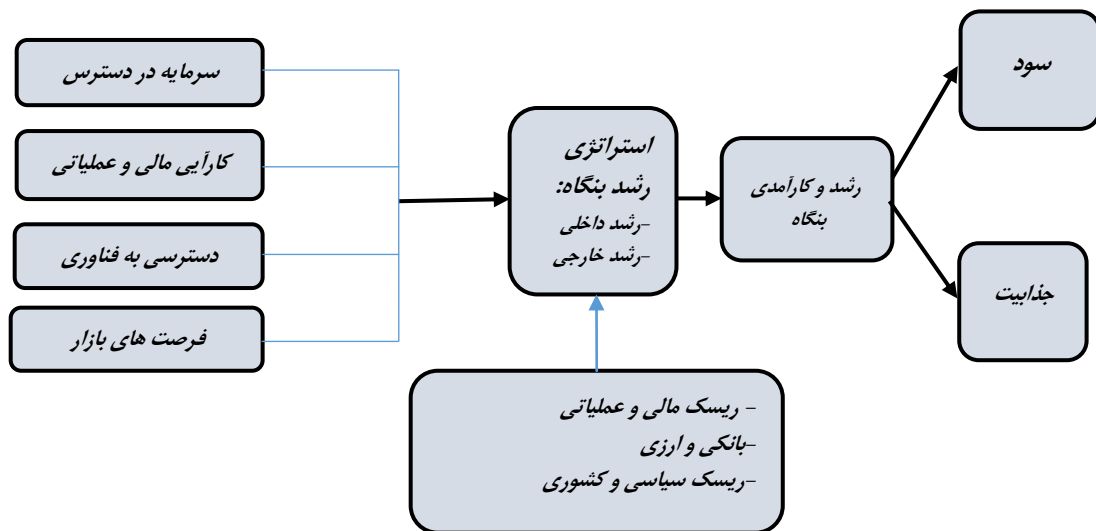
H۱-۱: رشد خارجی بیشتر از رشد داخلی بر رشد بنگاه تأثیرگذار است.



H۲: منابع بر استراتژی رشد بنگاه تاثیرگذار است.

H۲-۱: منابع داخلی بیش از منابع خارجی بر استراتژی رشد بنگاه تاثیرگذار است.

H۳: بنگاه بر اساس نوع ریسک، از منابع برای استراتژی‌های رشد استفاده می‌کند.



شکل ۱ مدل عملیاتی پژوهش

۳. روش‌شناسی پژوهش

این تحقیق از حیث هدف از نوع توسعه‌ای و کاربردی است و به دنبال طراحی و اعتبارسنجی استراتژی رشد بنگاه در صنایع با فناوری پیشرفته است که تکیه بر کاربرد و آزمون مدل در صنایع پیشرفته دارد. تحقیق از نظر نحوه گردآوری داده‌ها، توصیفی همبستگی و مبتنی بر مدل معادلات ساختاری است. جامعه تحقیق را کلیه مدیران بنگاه‌های صنعتی کشور در صنایع با فناوری پیشرفته تشکیل می‌دهد که عضو اتحادیه صنایع هوایی و فضایی، بنگاه‌های دارای فناوری IT و مخابراتی، بنگاه‌های فعال در صنایع نفت و پتروشیمی و بنگاه‌های فعال در فناوری‌های نوین فعال هستند. در مدل پیشنهادی تحقیق، تعداد ۸۸ پارامتر وجود دارد لذا تعداد ۴۴۰ حداقل حجم نمونه (۸۸*۵) و ۸۸۰ حداکثر حجم نمونه (۸۸*۱۰) است. در نهایت نمونه‌ای ۶۰۰ عضوی پرسشنامه را در ۲۰۰ شرکت فعال با سطح فناوری بالا در کشور پاسخ دادند. در مجموع ۴۵۱ پرسشنامه قابل استفاده برای تحلیل مد نظر قرار گرفت. ۶۶ سؤال پرسشنامه دو بخش عمومی (جنسیت، سن، میزان تحصیلات، رده سازمانی، نوع بنگاه، و سابقه فعالیت در صنایع پیشرفته، و میزان رشد بنگاه) و اختصاصی مطابق شاخص‌های ابعاد سازه‌های مدل تحقیق داشت. اعتبار محتوای پرسشنامه را اساتید راهنما، مشاورین، دو نفر از اعضای هیأت علمی دانشگاه و نیز دو نفر از خبرگان صنایع پیشرفته بررسی کردند. برای تأیید روایی محتوا از نظر خبرگان استفاده شد. پایایی آزمون به روش آلفای کرونباخ بود. لذا نمونه اولیه ۳۰ پرسشنامه توزیع و سپس با استفاده از داده‌های آن میزان ضریب آلفای کرونباخ مطابق جدول ۳، است. در تحلیل داده‌ها از آمار توصیفی برای ویژگی‌های جمعیت شناختی پاسخ دهندگان استفاده شد. اما برای آزمون فرضیه‌ها از تحلیل عاملی، تحلیل مسیر و مدل معادلات ساختاری و نرم‌افزار لیزرل نسخه ۸،۵۴ استفاده شد.

جدول (۳) توزیع سؤالات و پایایی پرسشنامه پژوهش

متغیر	تعداد سؤالات	منبع (منابع)	آلفا
-------	--------------	--------------	------



۰/۹۰	<i>Chen et al. (۲۰۰۹); Chathoth and Sharifi et al. (۲۰۱۳); Olsen (۲۰۰۷)</i>	۷	سرمایه در دسترس
۰/۸۹	<i>Chen et al. (۲۰۰۹); Chathoth and Sharifi et al. (۲۰۱۳); Olsen (۲۰۰۷)</i>	۴	کارآیی مالی و عملیاتی
۰/۸۵	<i>Chen et al. (۲۰۰۹); Chathoth and Sharifi et al. (۲۰۱۳); Olsen (۲۰۰۷)</i>	۴	دسترسی به فناوری
۰/۹۶	<i>Chen et al. (۲۰۰۹); Chathoth and Sharifi et al. (۲۰۱۳); Olsen (۲۰۰۷)</i>	۴	فرصت های بازار
۰/۹۵	<i>Bertrand and Lapointe (۲۰۱۵); Sheehan (۲۰۱۰)</i>	۱۳	ریسک
۰/۸۲	<i>Criado et al. (۲۰۱۴)</i>	۹	استراتژی های رشد
۰/۹۸	<i>Balsam et al. (۲۰۱۱); Chathoth and Olsen (۲۰۰۷)</i>	۷	کارآمدی بنگاه
۰/۷۹	<i>Kylaheiko et al. (۲۰۱۱)</i>	۴	بازگشت سود به رشد
۰/۸۳	<i>Criado et al. (۲۰۱۴)</i>	۵	جذابیت برای سایر بنگاه ها
۰/۷۸	<i>Chen et al. (۲۰۰۹)</i>	۹	خروج منابع از رشد

۴. یافته های پژوهش

شاخص های برازش در سطح ۵ درصد برای آزمون فرضیات (جدول ۴)، معنادار هستند. نتایج معادلات ساختاری نشانگر برازش کامل مدل پیشنهادی پژوهش است.

جدول (۴) شاخص های برازش مدل تحقیق

شاخص	مقدار برآورد شده	مقدار قابل قبول
<i>Normed Fit Index (NFI)</i>	۰/۹۵	$\geq 0/9$
<i>Non-Normed Fit Index (NNFI)</i>	۰/۹۶	$\geq 0/9$
<i>Comparative Fit Index (CFI)</i>	۰/۹۶	$\geq 0/9$
<i>Incremental Fit Index (IFI)</i>	۰/۹۶	$\geq 0/9$
<i>Relative Fit Index (RFI)</i>	۰/۹۵	$\geq 0/9$
<i>Goodness of Fit Index (GFI)</i>	۰/۹۳	$\geq 0/9$

Adjusted Goodness of Fit Index (AGFI)	۰/۹۰	≥۰/۹
Root Mean Square Residual (RMR)	۰/۲۹	≤۰/۵
Root Mean Square Error of Approximation (RMSEA)	۰/۰۷۱	≤۰/۰۸

بر اساس جدول ۴ و ۵ فرضیات مورد تأیید قرار گرفتند.

جدول (۵) نتایج آزمون فرضیه های تحقیق

ردیف	فرضیه	مقدار تخمین استاندارد	عدد معناداری	مقدار بحرانی	نتیجه
۱	تأثیر استراتژی رشد داخلی بر رشد بنگاه	۰,۳۳	۳,۵۹	۱,۹۶	تایید
۲	تأثیر استراتژی رشد خارجی بر رشد بنگاه	۰,۵۶	۴,۶۳	۱,۹۶	تایید
۳	تأثیر منابع داخلی بر رشد داخلی بنگاه	۰,۲۴	۳,۲۸	۱,۹۶	تایید
۴	تأثیر منابع داخلی بر رشد خارجی بنگاه	۰,۶۰	۶,۷۰	۱,۹۶	تایید
۵	تأثیر منابع خارجی بر رشد داخلی بنگاه	۰,۸۸	۷,۲۰	۱,۹۶	تایید
۶	تأثیر منابع خارجی بر رشد خارجی	۰,۷۱	۶,۵۰	۱,۹۶	تایید
۷	تأثیر ریسک مالی و عملیاتی بر رشد داخلی	۰,۲۲	۲,۲۵	۱,۹۶	تایید
۸	تأثیر ریسک مالی و عملیاتی بر رشد خارجی	۰,۳۳	۳,۶۲	۱,۹۶	تایید
۹	تأثیر ریسک بانکی و ارزی بر رشد داخلی	۰,۴۲	۴,۳۱	۱,۹۶	تایید
۱۰	تأثیر ریسک بانکی و ارزی بر رشد خارجی	۰,۳۷	۴,۲۵	۱,۹۶	تایید
۱۱	تأثیر ریسک کشوری بر رشد داخلی	۰,۶۶	۵,۲۱	۱,۹۶	تایید
۱۲	تأثیر ریسک کشوری بر رشد خارجی	۰,۵۹	۴,۷۲	۱,۹۶	تایید

به این ترتیب سه فرضیه اصلی و دو فرضیه پژوهش بر اساس داده های تجربی مورد تأیید قرار می گیرند. مطابق فرضیه اول بنگاه های با استراتژی رشد بیش از بنگاه های رشد می کنند که استراتژی معینی برای رشد ندارند. فرضیه فرعی تأثیر استراتژی رشد خارجی بر رشد بنگاه مورد تأیید قرار گرفت. اما تعداد بنگاه های با سطح فناوری بالا با تجربه مکرر و موفق، رشد خارجی برای نتیجه گیری کافی نبود. ادراک بنگاه های با سطح فناوری بالا مبنی بر این است که استراتژی رشد خارجی کارآمدی بالاتر دارد. اما بیشتر آنها بدایلی متفاوت رشد خارجی را تجربه نکرده اند.

فرضیه دوم مبنی بر اثر منابع بر استراتژی رشد بنگاه نیز تأیید گردید. به این معنی که بنگاه های با سطح فناوری بالا در کشور هنگام تدوین ضمنی یا سیستماتیک استراتژی رشد، به منابعی که درک می کنند در اختیار دارند تکیه می کنند. وقتی منابع در اختیار دچار محدودیت می شود، بنگاه استراتژی رشد را بر نمی گزیند.

فرضیه فرعی دوم مبنی بر این است که منابع داخلی بیش از منابع خارجی بر استراتژی رشد موثر است. بنگاه وقتی منابع داخلی در اختیار ندارد فرصت های بازار و یا فرصت ادغام با بنگاه های دیگر را برای تدوین استراتژی رشد کمتر مورد توجه قرار می دهد. به عبارت دیگر تفکر رشد در بنگاه وقتی ایجاد می شود که کسری از سود بنگاه که تقسیم نشده است به عنوان مبنای استراتژی رشد قابل توجه باشد.

فرضیه سوم مبنی بر اینکه بنگاه از منابع خود با توجه به ریسک که خود شامل ریسک عملیاتی، بانکی و سیاسی کشوری و مقررات گمرکی است، استراتژی رشد را انتخاب می کند، نیز تأیید گردید. در حضور ریسک گاهی بنگاه نه تنها ترجیح می دهد که رشد را انتخاب نکند، بلکه استراتژی خروج منابع و سرمایه های فیزیکی و کوچک سازی را بر می گزیند. بنگاه در حضور ریسک علاوه بر هزینه رشد و کارآمدی ناشی از آن به هزینه خروج از صنعت نیز توجه دارد. در حضور ریسک بالا بنگاه حتی در صورت دارا بودن منابع استراتژی



رشد را انتخاب نمی‌کند و به چابکی و کوچک سازی گرایش پیدا می‌کند. ریسک و ناپایداری در مقررات و ضوابط، همراه با عدم قطعیت در روابط بازار، به انشعاب در بنگاه رشد یافته‌ی با سطح فناوری بالا نیز منجر می‌گردد که به صورت رشد منفی در رشد داخلی و تجزیه و انشعاب در رشد خارجی، در مدل قابل تجزیه و تحلیل می‌باشد.

نتیجه گیری

جنبه های نوآورانه پژوهش را می‌توان در این موارد دانست: (۱) بررسی محرک‌ها و انگیزه‌های رشد بنگاه در صنایع دارای فناوری پیشرفته در کشور؛ (۲) تاکید بر مسیر جذب فناوری استراتژی رشد بنگاه‌ها در صنعت فناوری پیشرفته و (۳) افزودن ریسک به فرآیند انتخاب استراتژی رشد بنگاه با توجه به ویژگی های جامعه صنعتی کشور. نتایج نشان داد که استراتژی‌های رشد بنگاه بر کارآمدی بنگاه تاثیر گذار است. با توجه به ضرایب رگرسیونی و میزان اثر استراتژی های رشد داخلی و خارجی، رشد خارجی تأثیر بیشتری نسبت به رشد داخلی بر کارایی بنگاه داشت. نتایج این تحقیق با یافته های کیلاهیکو و همکاران (۲۰۱۱)، چن و همکاران (۲۰۰۹)، و چاتوت و السن (۲۰۰۷) مبنی بر تأثیر استراتژی های رشدی بنگاه بر کارآمدی آنها منطبق است. اما گرچه استراتژی رشد خارجی بر رشد بنگاه موثرتر است لیکن بنگاه‌هایی که منابع کافی برای رشد داخلی در نظر ندارند، کمتر سراغ استراتژی رشد خارجی می‌روند. یکی از دلایل علاقه کمتر بنگاه‌ها به رشد خارجی، فقدان تجربه جدایی مالکیت و مدیریت در بیشتر بنگاه‌های با سطح فناوری بالا است. مدیریت‌ها در این صنایع بر محوریت مهندسان و کارآفرینان صاحب ایده و تکنولوژی، شکل گرفته است و مدیریت حرفه‌ای مستقل از مالکیت تجربه نشده است و مدیران و مالکان بنگاه‌های قبلی بعد از جذب یا ادغام در شیوه اداره بنگاه جدید نمی‌توانند به توافقی تحلیل سیستماتیک برسند. همچنین، بنگاه بر اساس نوع ریسک (مالی و عملیاتی، قوانین و مقررات، و بانکی و ارزی) و استفاده از منابع برای استراتژی‌های رشد نیازمند سرمایه و دانش در بسیاری از بنگاه‌های با سطح فناوری بالا به نوعی پیش بینی پذیری در ساختار سیاسی و اقتصادی هستند، بنابراین بنگاه با سطح فناوری بالا در شرایط ریسک نه تنها استراتژی رشد بر نمی‌گزینند بلکه رشد منفی ناشی از انشعاب را نیز تجربه می‌کند. در طبق ریسک بر اساس نتایج میدانی ریسک سیاسی و کشوری (مقررات قانونی) دارای رتبه اول، بانکی و ارزی در رتبه دوم و مالی و عملیاتی دارای رتبه سوم است. برداشت مدیران بنگاه‌ها از تاثیر ثبات و کارآمدی قوانین در انتخاب استراتژی رشد بالاترین سهم را داراست. بدین ترتیب مدیران و مالکان بنگاه در شرایط درک عدم ثبات از شرایط سیاسی و کشوری با شاخص اصلی مقررات قانونی، حتی در حضور منابع، استراتژی رشد را انتخاب نمی‌کنند. بلکه به خصوص در صنایع با سطح فناوری بالا احتمال کوچک سازی ناشی از فروش بخش‌هایی از بنگاه یا انشعاب، وجود دارد. همچنین چون قیمت تمام شده ماشین آلات و تجهیزات در صنایع با سطح فناوری بالا از ریسک سیاسی و کشوری و ریسک بانکی و ارزی تاثیر می‌گیرد، در حضور این دو ریسک، بنگاه با درک کارآمدی پایین تر نسبت به رقبا، از منابع داخلی برای رشد، استفاده نمی‌کند. همچنین در حضور ریسک‌های سه گانه فوق بنگاه با درک بالا رفتن هزینه خروج، استراتژی رشد را انتخاب نمی‌کند.

پیشنهاد اول ایجاد بستر مدیریت مستقل از مالکیت در بنگاه با سطح فناوری بالا است. ادغام مفهوم مدیریت و مالکیت اندازه بنگاه‌های موجود در این صنایع را حد توان مالی، فنی و مدیریتی مالک - مدیر آنها کاهش داده است. مرور حالت‌های مختلف جذب و ادغام و مطالعه روش‌های اداره بنگاه پس از جذب مخصوصاً در بنگاه‌های داخل کشور به دانش پژوهان پیشنهاد می‌شود. دوم آنکه تاکید بر راه اندازی استارت آپها و حمایت از کارآفرینی بدون ردیابی مستند روند رشد آنها کافی نیست. در هر صنعت باید با مطالعه گروه بندی استراتژیک آن صنعت مقیاس بنگاه کارآمد استخراج شود و با بنگاه در مسیر رشد تا رسیدن به سطح کارآمدی مطابق نمودار گروه بندی استراتژیک مورد حمایت قرارگیرد.

تشکر و قدردانی

از همکاری مدیران صنایع با سطح فناوری بالا کشور، قدردانی می‌شود. از مدیران و همکاران شرکتهای تابع گروه رایان فن برای مصاحبه‌های حضوری نیز تشکر می‌گردد.



منابع

- حمیدی زاده، محمدرضا، حبیبی، معصومه، حسن بیگی، ابراهیم (۱۳۸۹). منابع رابط ای ایجاد ارزش در اجرای راهبرد تنوع از طریق توسعه درونی، چشم انداز مدیریت بازرگانی، شماره ۲، پیاپی ۳۵، صفحات. ۹-۲۵.
- فیض پور، محمدعلی، محمودی، وحید، و امامی میبدی، مهدی (۱۳۸۸). رشد سریع و عوامل موثر بر آن در بنگاه های کوچک تولیدی، پژوهشنامه اقتصادی، سال ۹، دوره ۴، صفحات. ۱۵۵-۱۷۳.
- مرتضی نیا، حمید و فلاح شمس، میرفیض (۱۳۹۱). شناخت و اولویت بندی ریسک های سرمایه گذاری در پروژه های دارای فناوری پیشرفته: مورد مطالعه فناوری نانو، اندیشه مدیریت راهبردی، سال ششم، شماره دوم، شماره پیاپی ۱۲، صفحات ۹۹-۱۲۰.
- واعظ، محمد، طیبی، سید کمیل و قنبری، عبدالله (۱۳۸۶). نقش هزینه های تحقیق و توسعه در ارزش افزوده صنایع با فناوری بالا، فصلنامه بررسی های اقتصادی، دوره ۴، شماره ۴، صفحات. ۷۲-۵۵.
- Agnihotri, A. (۲۰۱۴). *Corporate reputation based theory of choice between organic, hybrid and inorganic growth strategies*, *Corporate Communications: An International Journal*, Vol. ۱۹ No. ۳ pp. ۲۴۷-۲۵۹.
- Azofra, S., Olalla, M. G. and Olmo, B.T. (۲۰۰۸). *Size, Target Performance and European Bank Mergers and Acquisitions*, *American Journal of Business*, Vol. ۲۳ No. ۱, pp. ۵۳-۶۴
- Balsam, S., Fernando, G. D. and Tripathy, A. (۲۰۱۱). *The impact of firm strategy on performance measures used in executive compensation*, *Journal of Business Research*, Vol. ۶۴ pp. ۱۸۷-۱۹۳.
- Caves, R., and Ghemawat, P. (۱۹۹۲). *Identifying Mobility Barriers*. *Management Journal*, Vol. ۱۳ No. ۱, pp. ۱-۱۲.
- Chathoth, P. K. and Olsen, M. D. (۲۰۰۷). *The effect of environment risk, corporate strategy, and capital structure on firm performance: An empirical investigation of restaurant firms*, *International Journal of Hospitality Management*, Vol. ۲۶, pp. ۵۰۲-۵۱۶.
- Chen, X., Zou, H. and Wang, D. T. (۲۰۰۹). *How do new ventures grow? Firm capabilities, growth strategies and performance*, *Intern. Journal of Research in Marketing*, Vol. ۲۶ pp. ۲۹۴-۳۰۳.
- Criado, M. O. U., Montoro-Sanchez, A., and Mora-Valentin, E. M. (۲۰۱۴). *Impact of growth strategy on mode of governance in alliances*, *International Business Review*, Vol. ۲۳ pp. ۸۳۸-۸۴۸.
- D'Aveni, R. (۱۹۹۵). *The New VS Framework Coping with Hypercompetition*. *The Academy of Management Executive Publication*, Vol. ۹ No. ۳, pp. ۴۵-۶۰.
- Harrington, B., and Ladge, J. (۲۰۰۹). *Present Dynamic and Future Direction of Organizations*. *Organizational Dynamic*, Vol. ۳۸ No. ۲, pp. ۱۴۸-۱۵۷.
- Ismail, F., Majid, M. S. and Rahim, R. (۲۰۱۳). *Efficiency of Islamic and conventional banks in Malaysia*, *Journal of Financial Reporting and Accounting*, Vol. ۱۱ No. ۱, pp. ۹۲-۱۰۷.
- Kylaheiko, K., Jantunen, A., Puumalainen, K., Saarenketo, S. and Tuppura, A. (۲۰۱۱). *Innovation and internationalization as growth strategies: The role of technological capabilities and appropriability*, *International Business Review*, Vol. ۲۰ pp. ۵۰۸-۵۲۰.
- Sharifi, H., Ismail, H. S., Qiu, J. and Najafi Tavani, S. (۲۰۱۳). *Supply chain strategy and its impacts on product and market growth strategies: A case study of SMEs*, *International Journal of Production Economics*, Vol. ۱۴۵ pp. ۳۹۷-۴۰۸.
- Sheehan, N. T. (۲۰۱۰). *A risk-based approach to strategy execution*, *Journal of Business Strategy*, Vol. ۳۱ No. ۵ pp. ۲۵-۳۷.

- Sollner, B. (۲۰۰۹). *Internal Versus External growth of a company*. Wein: University of Wein.
- Srivastava, R.K. (۲۰۱۲). *The role of brand equity on mergers and acquisition in the pharmaceutical industry: When do firms learn from their merger and acquisition experience?*, *Journal of Strategy and Management*, Vol. ۵ No. ۳, pp. ۲۶۶– ۲۸۳.
- Weber, Y. and Tarba, S. Y. (۲۰۱۲). *Mergers and acquisitions process: the use of corporate culture analysis*, *Cross Cultural Management: An International Journal*, Vol. ۱۹ No. ۳ pp. ۲۸۸- ۳۰۳