

УДК 334.72

Атседе Волді (Великобританія), Патрісія Лейтон (Великобританія), Адебімпе Адесуа (Великобританія)

Фактори, які впливають на діяльність малих та середніх підприємств: пояснювальний аналіз характеристик власників та компаній

За останні роки з'явилося багато літературних джерел, присвячених вивченню впливу характеристик власника/менеджера та фірми на економічний ріст. Однак велика кількість робіт зосереджена на діяльності малих та середніх підприємств (МСП) у розвинутих державах, і дуже мало присвячено розвитку таких підприємств в Африці, а ще менше – в Нігерії. Мета даної статті – заповнити цю прогалину, застосувавши аналіз впливу п'яти характеристик власника/менеджера та чотирьох – фірми на ріст підприємства. В ході дослідження виявлено, що на ріст МСП значною мірою впливають такі характеристики фірми, як вік, сектор, офіційний статус та кількість працівників. Виявилось, що ознаки власника/менеджера, які впливають на ріст компанії, це вік, освіта, попередній досвід та три змінні мотивації, а саме фінансова, створення робочого місця (отримання роботи) та самореалізація. Такі характеристики власника/менеджера, як стать та дві мотиваційні змінні (прагнення бути незалежним та задоволення від роботи), здається, не мають впливу на ріст МСП Нігерії, що увійшли до нашої вибірки.

Ключові слова: малі та середні підприємства, економічний ріст, Нігерія.

Вступ

У попередніх економічних дослідженнях діяльності підприємств робився наголос на великих компаніях, які використовували ефект масштабу (економія, обумовлена ростом масштабу виробництва) (Грей та Лоулесс, 2000). Малі та середні підприємства (МСП) як окрема область дослідження з'явилися внаслідок інновацій та рішень, які вони пропонують для подолання різних проблем економічного характеру; стосовно ж зайнятості є спільна думка щодо важливості ролі цих підприємств у різних економічних системах. Незважаючи на доказ того, що мала фірма, через свій розмір, робить незначний внесок у розвиток економіки, є багато малих підприємств, чия спільна користь для економічної системи є вагомим. Наприклад, згідно з даними Європейської обсерваторії (ENSR, 1997), МСП, які надають роботу 250 людям, становили 68 млн. робочих місць у Європейському союзі в 1995 році. Крім того, отримані дані з африканських країн показують, що у 2003 році малі та середні підприємства Кенії забезпечили роботою 3.2 млн. людей та склали 18% національного ВВП. У Нігерії МСП відповідальні за 95% виробничої діяльності та 70% робочих місць у промисловому секторі. У Південній Африці мікрофірми та малі підприємства забезпечували більш ніж 55% загальної кількості працюючих та 22% ВВП у 2003 році (ОЕСР, 2005). Незважаючи на очевидну

значимість, пов'язану з цими фірмами, та численні політичні заходи урядів африканських країн протягом останнього десятиліття, націлені на прискорення росту та виживання МСП у африканському регіоні, продуктивність МСП в Африці розчаровує, а рівень банкрутств МСП залишається надзвичайно високим (Business Time, 1990). Мід (Mead) (1994), проводячи дослідження в п'яти африканських країнах, виявив, що більшість фірм починали свою діяльність з 1-4 працівниками і ніколи не розширювались. Більш того, менш ніж 1% зросли до розміру близько 10 працюючих. Кілбі (1993), аналізуючи діяльність 116 фірм Нігерії протягом 30-річного періоду, виявив, що лише 2 з 21 підприємства спочатку мали менш ніж 10 працівників, а потім збільшили це число. Ошагбемі (1983) вважав, що менше п'яти з кожних 20 фірм Нігерії "вціліли" в перший же рік своєї діяльності. Фрідман (1988), досліджуючи діяльність 214 мікропідприємств у північному регіоні Нігерії протягом 8 років, виявив, що лише 4 з них стали малими та середніми підприємствами.

Така ситуація дає привід для занепокоєння; є гостра необхідність у дослідженні факторів, які впливають на ріст МСП у Нігерії. Важливість, приписана сектору МСП, ґрунтується на переконанні, що, визначивши фактори, які впливають на ріст, можна встановити і певні корисні характеристики, які обумовлюють розвиток; фірма, яка володіє цими характеристиками може потім бути обрана для спеціального прикладу. На думку Дженнінга та Бівера (1997), немає єдиного

критерію, ярлика чи визначення росту. Це поняття може означати отримання прибутків, ріст продажів, підвищення продуктивності, уникнення збитків, виживання на ринку, рентабельність чи гарні показники порівняно з конкурентами. У даній роботі ріст визначено за допомогою використання об'ємів продажів. На думку багатьох вчених (див. напр., Хой та ін., 1992), об'єм продажів є найкращим показником росту. Крім того, ця форма оцінки росту найчастіше використовується власниками/менеджерами МСП (Картер та Джоунс-Еванс, 2000).

1. Пояснення росту в секторі МСП

Протягом останніх двадцяти років питання росту малих та середніх підприємств привернуло значну увагу науковців та творців політики усього світу (Сторі, 1994), хоча й не існує єдиної моделі росту фірми через розмаїття теоретичних і емпіричних концепцій та інтерпретацій, а також через вроджену комплексність цього явища. Крім того, ситуація ускладнюється гетерогенною природою росту, тобто фірми можуть розширитись згідно з різними вимірами та показувати багато різних моделей росту з плином часу (Делмар та ін., 2003). Гіббс та Дейвіс (1991) переконані, що формування такої теорії та її пояснення у найближчому майбутньому є малоімовірними. З метою розгляду факторів, які впливають на ріст МСП, ми використали видозмінену версію моделі Сторі (1994). Наша модель включає два фактори впливу на ріст, а саме: характеристики підприємця та характеристики фірми, які обговорюватимуться у наступному розділі.

2. Характеристики власника/менеджера та їх вплив на ріст

Багато емпіричних досліджень схильні зосереджуватись на відношенні між характеристиками власника/менеджера та ростом підприємства. Сторі (1994) пропонує п'ять елементів, які впливають на ріст: вік, стать, освіта, мотивація, попередній досвід роботи власника/менеджера.

2.1. Вік власника/менеджера та його вплив на ріст підприємства. Теоретичні роботи, які пояснюють вплив віку власника/менеджера, виступають на захист більш молодих людей. Тут доказ базується на тому, що молодший власник/менеджер має необхідну мотивацію, енергію та зобов'язання по відношенню до роботи та більш схильний до прийняття ризикових рішень (Сторі, 1994; Ваткінс та ін., 2003).

Гіпотеза 1: Існує значне відношення між віком власника/менеджера та рівнем росту, якого

досягає фірма. Фірми, на чолі яких стоять молоді керівники, характеризуються вищими темпами росту, ніж ті, якими управляють старші люди.

2.2. Стать власника/менеджера та її вплив на ріст. Дослідження на предмет статевої приналежності керівників мають схильність до зосередження на власниках/менеджерах чоловічої статі, оскільки пропорція фірм, що є у власності чоловіків, перевищує число підприємств, власниками яких є жінки (Кентор, 2001; Челл, 2001), причому в більшості робіт стверджується, що показники банкрутств серед фірм, що є у власності жінок, вищі за індикатори фірм, власниками яких є чоловіки. Причинами цього можна вважати обмежений доступ до фінансування, суворі вимоги по відношенню до кредитування, "подвійне призначення" жінок (Рідінг та Свіфт, 1990; Картер та Джоунс-Еванс, 2000). Однак в інших роботах не помічено суттєвого зв'язку між статевою приналежністю та ростом підприємства (Купер та ін., 1994; Кліфф, 1998).

Гіпотеза 2: Існує значне відношення між статтю власника/менеджера та ростом підприємства. Фірми, власниками/менеджерами яких є чоловіки, демонструють швидші темпи росту, ніж підприємства, власниками чи менеджерами яких є жінки.

2.3. Освіта власника/менеджера та її вплив на ріст підприємства. Не виникає жодних питань стосовно того, що базова освіта позитивно впливає на загальну якість власника/менеджера, таким чином, підвищуючи шанс фірми на виживання (Картер та Джоунс-Еванс, 2000; Сторі, 1994). Обговорення в літературі теми освітнього рівня власників/менеджерів розділяються на два напрямки наукової думки. В деяких роботах стверджується, що те, що менеджер має вищий рівень освіти, стимулює ріст фірми. Протилежним є аргумент стосовно того, що власники/менеджери МСП, які мають наукові ступені, як правило, досягають менших темпів росту, ніж ті, які менш освічені (Холл, 2000; Баркхем та ін., 1996).

Гіпотеза 3: Існує значне взаємовідношення між освітнім рівнем власника/менеджера та темпами росту підприємства. Темпи росту є швидшими у фірмах, де власники/менеджери закінчили коледж чи університет.

2.4. Мотивація власника/менеджера та її вплив на ріст. Сторі (1994) проводить розмежування між позитивною та негативною мотивацією. На його думку, позитивна мотивація включає усвідомлення можливостей ринку для продукту чи послуги та бажання заробити грошей.

Негативна мотивація включає незадоволення роботодавцем та загрозу фактичного безробіття. Джанссен (2002) пропонує наступне: можливості ринку, подолання труднощів, особисті досягнення, створення робочих місць, незалежність, покращення соціального статусу, прибуток, заплановані темпи росту.

Гіпотеза 4: Існує значне відношення між мотивацією власника/менеджера та ростом підприємства. На ріст особливо впливає мотивація власника/менеджера, пов'язана з зароблянням грошей.

2.5. Попередній досвід. У багатьох роботах виявлено, що досвід роботи власника/менеджера МСП керівником чи працівником на МСП тісно корелює з ростом фірми (Сторі та ін., 1989). Холл (2000) виявив, що власники/менеджери МСП у Великобританії з невеликим досвідом на початковому етапі могли мати проблеми, які вирішувались зі збільшенням витрат по відношенню до прибутків. Каллеберг та Лейхт (1991) не знайшли зв'язку між попереднім досвідом роботи на МСП та ростом фірми. Сторі (1994) виявив обґрунтований доказ, що вказує на негативне відношення між безробіттям до початку ведення бізнесу та подальшим ростом фірми.

Гіпотеза 5: Існує значне відношення між попереднім досвідом власника/менеджера та ростом фірми. Ріст зазнає позитивного впливу попереднього досвіду власників/менеджерів, особливо тих, хто раніше працював на МСП.

3. Характеристики фірми та їх вплив на ріст

Демографічні характеристики фірми наступні: розмір (Сторі, 1994), вік (Еванс, 1987; Сторі, 1994), офіційний статус (Рейнолдс та Міллер, 1988), сектор, у якому функціонує фірма (Купер та ін., 1994).

3.1. Вік фірми та його вплив на ріст. На думку багатьох авторів, вік фірми є важливим фактором, що впливає її ріст (Сторі, 1994; Баркхем та ін., 1996). Є вагомий доказ того, що молодші підприємства розвиваються швидше, ніж старші (Стоук, 1995; Брок та Еванс, 1986).

Гіпотеза 6: Існує значне відношення між віком фірми та рівнем досягнутого росту. Чим менший вік фірми, тим більші темпи її росту.

3.2. Розмір фірми та його вплив на ріст. Стосовно розміру підприємства загальна схема така – менші фірми розвиваються швидше, ніж великі підприємства (Сторі, 1994; Демлар, 1997; Кумар, 1985). Цю точку зору відхилили Аудретч та Кле-

ппер (2000), Саттон (1997), Кейвз (1998). Вони зазначають, що мала фірма має нижчу імовірність виживання. Це підтвердив Вестхед (1995) у своєму аналізі діяльності високотехнологічних фірм Великобританії. Автор зробив висновок, що більші фірми мають більше можливостей для росту.

Гіпотеза 7: Існує значне відношення між розміром фірми та рівнем досягнутого росту. Чим більший розмір фірми, тим швидші темпи її росту.

3.3. Офіційний статус та його вплив на ріст підприємства. Теоретично, фірма, яка складена таким чином, що власник/менеджер має обмежену відповідальність, має більший стимул переслідувати ризиковані проекти і тому очікує більших прибутків та росту, ніж інші (Стігліц та Вейсс, 1981). Харнофф та ін. (1998), аналізуючи діяльність німецьких фірм, виявили, що підприємства з обмеженою відповідальністю мають вищі за середні темпи росту. Фрідман та Годвін (1994) у своєму дослідженні малих підприємств Великобританії дійшли висновку, що найголовніша перевага статусу корпорації – обмежена відповідальність. Каллеберг та Лейхт (1991), вивчаючи малі фірми США, дійшли такого ж висновку. Окремо можна виділити роботу Курран та Стенворт (1973), які виявили, що ріст є помітним серед фірм, що перебувають в одноосібній власності.

Гіпотеза 8: Існує значний зв'язок між офіційним статусом фірми та рівнем досягнутого росту. Юридично зареєстровані фірми мають вищі темпи росту, ніж незареєстровані підприємства.

3.4. Сектор промисловості та його вплив на ріст підприємства. Автори великої кількості досліджень, проведених з метою виявлення впливу сектора на ріст фірми, єдині у своїй думці стосовно існування значних відмінностей між секторами в плані темпів росту підприємств. Результати лише декількох досліджень показали, що зміни сектора не є важливими (Баркхем, 1992; Сторі та ін., 1987; Хакім, 1989; Макреа, 1991).

Гіпотеза 9: Існує значне відношення між промисловим сектором та рівнем росту підприємства.

4. Методологія

Метою даного дослідження є аналіз впливу характеристик власника/менеджера та фірми на ріст. Шляхом використання анкет самостійного заповнення дані були зібрані з п'яти найбільших міст Нігерії, де розташована велика кіль-

кість малих та середніх підприємств: Лагос, Абуджа, Ібадан, Анамбра та Кадуна. До вибірки увійшли 523 власники/менеджери МСП. Дані були проаналізовані за допомогою використання описової статистики, базованої, головним чином, на емпіричній щільності розподілу та процентному значенні. Крім того, було застосовано двомірний аналіз з метою визначення характеристик фірм, що зростають. Дослідників цікавила перевірка зв'язків між залежною змінною (збільшення об'ємів продажів) та незалежними змінними. Ріст фірми було оцінено шляхом використання суджень власників/менеджерів, яких попросили класифікувати об'єм продажів своїх фірм за останні три роки у три категорії: "Зниження чи на тому ж рівні", "Незначне покращення" та "Значне покращення". Відповідно до цілей нашого дослідження, до аналізу було включено лише ті фірми, чий показник росту відповідали вказаним категоріям. Для перевірки висунутих гіпотез було використано статистичний тест V Крамера.

5. Результати дослідження

Вибірка дослідження складалася з 523 МСП, з яких 25.4% розташовані в Лагосі, 21.8% – в Ібадані, 20.3% – в Абуджі, 16.4% – в Анамбрі і 16.1% – у Кадуні. Переважно респондентами були жінки (74.8%) віком 31-40 років, рівень освіти яких – принаймні середня школа. Більшість учасників мали попередній досвід як власники/менеджери підприємств та досвід роботи в інших сферах (наприклад, лікарі, адвокати, вчителі та фінансисти). Результат також показує, що велика кількість власників/менеджерів відкрили свої фірми, керуючись фінансовими мотивами, бажанням бути незалежними та задоволенням від роботи. МСП у дослідженні були пропорційно сконцентровані у секторі обслуговування, комерційному та виробничому

секторах. Також було помічено, що багато МСП мали статус фірми одноосібної власності (68.3%). Результати показують, що в середньому МСП мали вік від 6 до 10 років з кількістю працівників 1-10 (62.3%). Це говорить про те, що переважна більшість цих фірм були занадто малими.

5.1. Характеристики фірми та їх вплив на ріст. В таблиці 1 показано, що всі змінні у цьому розділі, як виявилось, мають значний статистичний зв'язок з ростом підприємства. Вони наступні: розмір фірми (зі значенням .511 за тестом V Крамера), сектор, у якому фірма проводить свої операції (.338), та вік фірми (.325).

Таблиця 1. Характеристики фірми та їх вплив на розвиток підприємства

Характеристики фірми	Статистика хі-квадрат	d.f (коефіцієнт неоднорідності)	Тест V Крамера	P
Офіційний статус	38.490	4	.000	.193
Вік	108.975	8	.000	.325
Сектор	118.558	16	.000	.338
Розмір	270.694	12	.000	.511

5.1.1. Офіційний статус фірми та його вплив на ріст. Результати таблиці 2 показують, що фірми, які мають статус підприємства з обмеженою відповідальністю, виявились більш схильними до зростання, ніж партнерства чи фірми, що перебувають в одноосібній власності (Келлсберг та Лейхт, 1991; Фрідман та Годвін, 1994; Хархофф та ін., 1998; Стігліц та Вейсс, 1981; Рейнолд та Міллер, 1988). Ріст можна також спостерігати серед фірм з одноосібною формою власності (Гурран та Стенворт, 1973). Фірми у цій групі представляють високу процентну норму у категорії "покращення".

Таблиця 2. Офіційний статус фірми та його вплив на ріст

Офіційний статус	Зниження/на тому ж рівні	Незначне покращення	Значне покращення	Загалом
Одноосібне володіння	93 (17.9%)	190 (36.6%)	70 (13.5%)	353 (68.0%)
Партнерство	8 (1.5%)	30 (5.8%)	9 (1.7%)	47 (9.1%)
Обмежена відповідальність	13 (2.5%)	51 (9.8%)	55 (10.6%)	119 (22.9%)
Загалом	114 (22.0%)	271 (52.2%)	134 (25.8%)	519 (100.0%)

5.1.2. Вік фірми та його вплив на ріст. У таблиці 3 показано, що більшість фірм у категорії "Значне покращення" – це фірми віком від 6 років та більше. Дані загалом свідчать про те, що старші фірми мають більше шансів росту, ніж ті, які були створені більш недавно. Це узгоджується з емпіричними результатами, отриманими Бірлі та Вестхедом (1990), а також Бірч (1987).

Таблиця 3. Вік фірми та його вплив на ріст

Вік фірми	Зниження/на тому ж рівні	Незначне покращення	Значне покращення	Загалом
2 роки	22 (4.3%)	10 (1.9%)	2 (.4%)	34 (6.6%)
3-5 років	48 (9.3%)	81 (15.7%)	16 (3.1%)	145 (28.0%)
6-10 років	20 (3.9%)	111 (21.5%)	48 (9.3%)	179 (34.6%)
11-16 років	19 (3.7%)	52 (10.1%)	37 (7.2%)	108 (20.9%)
16 років та більше	3 (.6%)	17 (3.3%)	31 (6.0%)	51 (9.9%)
Загалом	112 (21.7%)	271 (52.4%)	134 (25.9%)	517 (100.0%)

5.1.3. *Промисловий сектор та його вплив на ріст підприємства.* В таблиці 4 показано, що фірми у комерційному (оптова та роздрібна торгівля), сільськогосподарському, обслуговування та виробничому секторах мають більшу репрезентацію у категорії “Збільшення”. Фірми категорії

“Інші послуги” мали найвищий рівень присутності у категорії “Зниження чи на тому ж рівні”. Результати статистичної перевірки вказують на зв'язок між сектором та ростом підприємства зі значенням .338 за V Крамера (Сторі, 1994).

Таблиця 4. Промисловий сектор фірми та його вплив на ріст

Промисловий сектор	Зниження/на тому ж рівні	Незначне покращення	Значне покращення	Загалом
Сільське господарство	1 (.2%)	17 (3.3%)	13 (2.5%)	31 (6.6%)
Гірнична справа та кар'єрні розробки	1 (.2%)	8 (1.5%)	5 (1.0%)	14 (2.7%)
Виробництво	5 (1.0%)	38 (7.3%)	31 (6.0%)	74 (14.3%)
Торгівля (оптова, роздрібна)	25 (4.8%)	86 (16.6%)	19 (3.7%)	130 (25.0%)
Будівництво	3 (.6%)	17 (3.3%)	12 (2.3%)	32 (6.2%)
Послуги (туризм, готельне господарство, ресторанний бізнес)	2 (.4%)	13 (2.5%)	12 (2.3%)	27 (5.2%)
Послуги (транспортування та збереження)	4 (.8%)	13 (2.5%)	13 (2.5%)	30 (5.8%)
Послуги (інформаційні технології)	4 (.8%)	25 (4.8%)	12 (2.3%)	41 (7.9%)
Інші послуги	69 (13.3%)	54 (10.4%)	17 (3.3%)	140 (27.0%)
Загалом	114 (22.0%)	271 (52.2%)	134 (25.8%)	519 (100.0%)

5.1.4. *Розмір фірми та його вплив на ріст.* Розмір МСП у дослідженні було оцінено на основі загальної кількості працівників, зайнятих повний робочий день, включаючи власників/менеджерів. Фірми, де працюють від 1 до 10 людей, мали високий рівень присутності в категорії “На тому ж рівні”. Крім того, фірми, в яких працюють 11

та більше працівників, мали найвищу пропорцію у категорії стосовно покращення. Ці результати чітко відображають, що чим вищим є число працівників, тим більшою є імовірність росту фірми (Аудретч та Клеппер, 2000; Саттон, 1997; Кейвз, 1998; Вестхед, 1995).

Таблиця 5. Розмір фірми та його вплив на ріст

Розмір фірми	Зниження/на тому ж рівні	Незначне покращення	Значне покращення	Загалом
1-5 працівників	88 (17.0%)	97 (18.7%)	7 (1.4%)	192 (37.1%)
6-10 працівників	19 (3.7%)	95 (18.3%)	15 (2.9%)	129 (24.9%)
11-15 працівників	3 (.6%)	41 (7.9%)	16 (3.1%)	60 (11.6%)
16-20 працівників	0 (0%)	15 (2.9%)	22 (4.2%)	37 (7.1%)
21-30 працівників	2 (.4%)	6 (1.2%)	18 (3.5%)	26 (5.0%)
31-50 працівників	0 (0%)	7 (1.4%)	22 (4.2%)	29 (5.6%)
Понад 50 працівників	1 (.2%)	10 (1.9%)	34 (6.6%)	45 (8.7%)
Загалом	113 (21.8%)	271 (52.3%)	134 (25.9%)	518 (100.0%)

5.2. Характеристики власника/менеджера та їх вплив на ріст. У таблиці 6 коротко представлено результати по відношенню до характеристик власника/менеджера. Характеристики власника/менеджера, які мають найбільший зв'язок з ростом, це вік власника/менеджера з показником

V Крамера .436 та мотивація 5 (створення робочих місць у Нігерії, табл. 6) з показником .453. Стать та мотивація 3 (задоволення від роботи) не показали зв'язку з ростом фірми зі значенням V Крамера .060 та .031 відповідно.

Таблиця 6. Характеристики власника/менеджера та їх вплив на розвиток підприємства

Характеристики власника/менеджера	Статистика хі-квадрат	d.f.(коефіцієнт неоднорідності)	P	V Крамера
Вік власника/менеджера	197.406	10	.000	.436
Освіта	53.239	10	.000	.227
Попередній досвід	80.401	8	.000	.279
Стать	1.869	2	.393	.060
Мотивація 1 (бажання бути незалежним)	9.093	2	.011	.132
Мотивація 2 (фінансові мотиви)	31.624	2	.000	.247
Мотивація 3 (задоволення від роботи)	.496	2	.780	.031
Мотивація 4 (прояв та розвиток власних можливостей)	21.847	2	.000	.205
Мотивація 5 (створення робочих місць)	106.515	2	.000	.453

5.2.1. Вік власника/менеджера та його вплив на ріст підприємства. Перехресне табулювання віку власника/менеджера з ростом об'ємів продажів у таблиці 7 показує, що фірми, власниками чи менеджерами яких є молоді люди віком 25 років та менше, а також 26-30 років, мали вищий рівень присутності у категорії "Зниження чи на тому ж рівні". Фірми з власниками/менеджерами віком 31-

40, 41-50 та 51-60 років мають вищу репрезентацію в категоріях "Значне покращення" та "Незначне покращення". Далі можна помітити, що жодна з фірм з власником/менеджером віком 60 та старше не була присутня в категорії "Зниження чи на тому ж рівні". Таким чином, загальна вибірка – на користь власника/менеджера середнього чи старшого віку (табл. 7, 1987; Бьорнс, 2001).

Таблиця 7. Вік власника/менеджера та його вплив на ріст підприємства

Вік	Зниження/на тому ж рівні	Незначне покращення	Значне покращення	Загалом
25 та молодші	20 (3.9%)	17 (3.3%)	4 (.8%)	41 (7.9%)
26-30 років	59 (11.4%)	44 (8.5%)	5 (1.0%)	108 (20.8%)
31-40 років	19 (3.7%)	115 (22.2%)	21 (4.0%)	155 (29.9%)
41-50 років	12 (2.3%)	66 (12.7%)	55 (10.6%)	133 (25.6%)
51-60 років	4 (.8%)	26 (5.0%)	43 (8.3%)	73 (14.1%)
Старші 60 років	0 (.0%)	3 (.6%)	6 (1.2%)	9 (1.7%)
Загалом	114 (22.0%)	271 (52.2%)	134 (25.8%)	519 (100.0%)

Таблиця 8. Стать власника/менеджера та її вплив на ріст підприємства

Стать	Зниження/на тому ж рівні	Незначне покращення	Значне покращення	Загалом
Чоловіки	91 (17.5%)	200 (38.5%)	98 (18.9%)	389 (75.0%)
Жінки	23 (4.4%)	71 (13.7%)	36 (6.9%)	130 (25.0%)
Загалом	114 (22.0)	271 (52.2%)	134 (25.8)	519 (100.0%)

5.2.2. Стать власника/менеджера та її вплив на ріст підприємства. За результатами крос-табулювання, що в таблиці 8, ріст фірми не залежить від того, хто є власником/менеджером – чоловік чи жінка. Результати показали, що як жінки, так і чоловіки мають однакову здатність вести бізнес.

Крім того, розмір фірм, якими керують жінки, є не таким малим, як припускалось, беручи до уваги

початкову репрезентацію цих підприємств (25.2%). Менше четвертої частини фірм, якими управляють жінки, належали до групи фірм "від 1 до 5 працівників" (табл. 9). Цей результат суперечить багатьом дослідженням, у яких часто стверджувалося, що фірми, якими управляють жінки, є, як правило, меншими та мають менший потенціал для росту, ніж підприємства, очолювані чоловіками (Купер та ін., 1994; Кліфф, 1998).

Таблиця 9. Стать власника/менеджера та кількість працівників на підприємстві

Кількість працівників	Чоловіки	Жінки	Загалом
1-5	160 (30.7%)	35 (6.7%)	195 (37.4%)
6-10	93 (17.8%)	37 (7.1%)	130 (24.9%)
11-15	38 (7.3%)	22 (4.2%)	60 (11.5%)
16-20	27 (5.2%)	10 (1.9%)	37 (7.1%)
21-30	17 (3.3%)	9 (1.7%)	26 (5.0%)
31-50	20 (3.8%)	9 (1.7%)	29 (5.6%)
Понад 50	35 (6.7%)	10 (1.9%)	45 (8.6%)
Загалом	390 (74.7%)	132 (25.3%)	522 (100.0%)

Таблиця 10. Освітній рівень власника/менеджера та його вплив на ріст підприємства

Освіта	Зниження/на тому ж рівні	Незначне покращення	Значне покращення	Загалом
Початкова	8 (1.5%)	19 (3.7%)	4 (8%)	31 (6.0%)
Середня	70 (13.5%)	141 (27.2%)	44 (8.5%)	255 (49.2%)
Диплом	23 (4.4%)	51 (9.8%)	40 (7.7%)	114 (22.0%)
Вчений ступінь	7 (1.4%)	32 (6.2%)	19 (3.7%)	58 (11.2%)
Аспірант	4 (8%)	20 (3.9%)	7 (1.4%)	31 (6.0%)
Має спеціальність	2 (4%)	7 (1.4%)	20 (3.9%)	29 (5.6%)
Загалом	114 (22.0%)	270 (52.1%)	134 (25.9%)	518 (100.0%)

5.2.4. *Попередній досвід власника/менеджера та його вплив на ріст підприємства.* Результати таблиці 11 дають змогу виявити, що власники фірм, які зростали, мали попередній досвід власника чи менеджера на МСП (Сторі та ін., 1989). Другу найбільшу частку росту фірм становили ті, чий менеджери чи власники мали професійний

5.2.3. *Освіта власника/менеджера та її вплив на ріст підприємства.* Результати таблиці 10 показують різку розбіжність між власниками/менеджерами, які отримали різні рівні освіти; фірми, очолювані людьми з середньою освітою, мали вищі темпи росту, ніж можна було припустити. Результати також продемонстрували, що фірми, очолювані людьми, що мали диплом, університетські ступені та професійну кваліфікацію, характеризувались високою схильністю до росту, порівняно з іншими установами (Ваткінс та ін., 2003; Сторі, 1994). Фірми, очолювані людьми з початковим рівнем освіти, продемонстрували найменшу схильність до зростання.

досвід – лікарі, інженери, вчителі, бухгалтери. Результати показали, що некваліфікована фізична праця має своїм наслідком найменші можливості для росту. Крім того, власники/менеджери, які не мали роботи до того, як зайнялись бізнесом, мали високий рівень присутності у категорії “Зниження/на тому ж рівні” (Сторі, 1994).

Таблиця 11. Попередній досвід власника/менеджера та його вплив на ріст підприємства

Попередній досвід	Зниження/на тому ж рівні	Незначне покращення	Значне покращення	Загалом
Раніше працював на МСП	16 (3.1%)	86 (16.6%)	73 (14.1%)	175 (33.8%)
Службовець	16 (3.1%)	68 (13.2%)	33 (6.4%)	117 (22.6%)
Кваліфікований працівник	38 (7.4%)	38 (7.4%)	13 (2.5%)	89 (17.2%)
Некваліфікований працівник	8 (1.5%)	21 (4.1%)	2 (4%)	31 (6.0%)
Безробітний	36 (7.0%)	57 (11.0%)	12 (2.3%)	105 (20.3%)
Загалом	114 (22.1%)	270 (52.2%)	133 (25.7%)	517 (100.0%)

5.2.5. *Мотивація власника/менеджера та її вплив на ріст підприємства.* Результати таблиці 12 показують, що власники/менеджери, які були мотивовані почати власний бізнес необхідністю створити робочі місця в Нігерії, доходами та

саморезалізацією, мали більшу схильність управляти фірмами, орієнтованими на ріст. Фінансовий аспект підтримує і Шумпетер, який стверджував, що головна мотивація займатись бізнесом – заробляння грошей (Шумпетер, 1934).

Таблиця 12. Мотивація власника/менеджера та її вплив на ріст підприємства

Мотивація для створення фірми		Зниження/на тому ж рівні	Незначне покращення	Значне покращення	Загалом
1	Прагнення бути незалежним	75	190	74	339
2	Фінансові мотиви	79	150	46	275
3	Задоволення від роботи	67	168	84	319
4	Самореалізація та цікавий спосіб життя	21	106	30	157
5	Прагнення підвищити рівень зайнятості населення у Нігерії	19	101	106	226

6. Перевірка гіпотез

Гіпотеза 1: Існує значне відношення між віком власника/менеджера та рівнем росту підприємства. Фірми, на чолі яких стоять молоді керівники, характеризуються вищими темпами росту, ніж ті, якими управляють старші люди.

Гіпотезу 1 підтверджено. Результати статистичної перевірки показали тісний зв'язок між ростом підприємства та віком власника/менеджера. Друга частина гіпотези 1 не підтверджується, оскільки результати крос-табуляції (див. табл. 7) вказали на те, що більші темпи росту були помічені у фірмах, які очолювались керівниками середнього та старшого віку. Тут наші результати суперечать результатам інших авторів (Сторі, 1994).

Гіпотеза 2: Існує значне відношення між статтю власника/менеджера та ростом підприємства. Фірми, власниками/менеджерами яких є чоловіки, демонструють швидші темпи росту, ніж підприємства, власниками чи менеджерами яких є жінки.

Гіпотезу 2 не підтверджено. Результати статистичної перевірки показують, що відношення між статтю причаложністю та ростом підприємства не є статистично значним, що свідчить про те, що стать керівника не впливає на продуктивність підприємства. Отже, наш результат підтверджує доказ того, що стать не належить до числа факторів, які впливають на ріст МСП (Баркхем, 1992; Сторі, 1994), та відхиляє більш ранній емпіричний висновок Купера та ін. (1994) та Кліффа (1998).

Гіпотеза 3: Існує значне взаємовідношення між освітнім рівнем власника/менеджера та рівнем росту підприємства. Темпи росту є швидшими у фірмах, де власники/менеджери закінчили коледж чи університет.

Гіпотезу 3 повністю підтверджено. Результати статистичної перевірки вказують на значне відношення між освітнім рівнем власника/менеджера та ростом підприємства. Крім того, результати перехресного табулювання (див. табл. 10) показали, що чим вищий освітній рі-

вень власника/менеджера, тим вищим є рівень досягнутого росту, що підтверджує результати минулих емпіричних досліджень (Ваткінс та ін., 2003; Купер та ін., 1992; Сторі, 1994).

Гіпотеза 4: Існує значне відношення між мотивацією власника/менеджера та ростом підприємства. На ріст особливо впливає мотивація власника/менеджера, пов'язана з зароблянням грошей.

Результати емпіричного дослідження стосовно цієї гіпотези продемонстрували сильне взаємовідношення між мотивацією власника/менеджера та ростом підприємства. Мотивація власника/менеджера, яка мала найсильніший зв'язок з ростом, стосувалась прагнення підвищити рівень зайнятості в Нігерії, заробляння грошей та реалізації власних можливостей. Це підтверджує результат попередньої роботи Джанессена (2002).

Гіпотеза 5: Існує значне відношення між попереднім досвідом власника/менеджера та ростом підприємства. Ріст зазнає позитивного впливу власників/менеджерів, особливо тих, хто раніше працював на МСП.

Гіпотезу 5 підтверджено. Результати статистичної перевірки показали, що попередній досвід власника/менеджера був значною мірою пов'язаний з ростом підприємства. Це суперечить результатам аналізу, проведеного Браш та Чангати (1998), які не виявили кореляції між попереднім досвідом та ростом. З результатів, таким чином, можна зробити висновок, що фірми, власниками/менеджерами яких є люди, що раніше працювали на МСП, мають великий потенціал росту. Це суперечить результатам Каллеберга та Лейхта (1991), які не виявили зв'язку між попереднім досвідом роботи на МСП та ростом фірми, однак узгоджується зі знахідками Сторі (1998).

Гіпотеза 6: Існує значне відношення між віком фірми та рівнем досягнутого росту. Чим менший вік фірми, тим більший темп її росту.

Перша частина гіпотези 6 стосовно віку підприємства підтверджується результатами статисти-

чної перевірки, які вказують на наявність значного взаємозв'язку між віком фірми та її розвитком. Друга частина не підтверджується, оскільки ми виявили, що старші фірми мають більші темпи росту, ніж молодші підприємства (Бірлі та Вестхед, 1990; Бірч, 1987).

Гіпотеза 7: Існує значне відношення між розміром фірми та рівнем досягнутого нею росту. Чим більший розмір фірми, тим швидші темпи росту.

Перша частина гіпотези 7 підтверджується результатами статистичної перевірки. Другу частину також підтверджено, оскільки результати крос-табулювання чітко показали, що фірми з більшою кількістю працюючих мають більший рівень присутності в категорії стосовно покращення (див. табл. 5). Наші результати підтверджуються висновками численних попередніх досліджень на предмет вивчення розміру підприємства (Аудретч та Клеппер, 2000; Саттон, 1997; Кейвз, 1998; Вестхед, 1995).

Гіпотеза 8: Існує значне відношення між офіційним статусом підприємства та рівнем росту. Юридично зареєстровані фірми мають вищі темпи росту, ніж незареєстровані підприємства.

Результати статистичної перевірки вказали на взаємозв'язок між ростом та офіційним статусом підприємства. Другу частину гіпотези 8 частково підтверджено, оскільки результати свідчать про те, що підприємства з обмеженою відповідальністю мають вищий потенціал росту (Фрідман та Годвін, 1994; Каллєберг та Лейхт, 1991). Результати крос-табуляції (див. табл. 2) говорять про те, що статус одноосібної власності також дає більші можливості росту, ніж можна було очікувати (Курран та Стенворт, 1973).

Гіпотеза 9: Існує значне відношення між сектором, у якому фірма проводить операції, та рівнем її росту.

Результати статистичної перевірки вказали на зв'язок між промисловим сектором та ростом підприємства. Наші результати узгоджуються з висновками численних емпіричних досліджень на предмет сектора, в якому проводить свої операції фірма, та її ростом (Вестхед та Бірлі, 1993а; Сторі, 1994), однак суперечать знахідкам тих вчених, які не помітили значного взаємовідно-

шення між промисловим сектором та ростом підприємства (Баркхем, 1992; Сторі та ін., 1987; Хакім, 1989; Макрса, 1991).

Висновок

Незважаючи на вражаючу кількість досліджень, націлених на вивчення впливу характеристик власника/менеджера та фірми на ріст підприємства, більшість цих робіт зосереджена на фірмах розвинутих країн і в дуже невеликій кількості проаналізовано вплив цих факторів на МСП на африканському континенті, а ще менше – в Нігерії. У даній статті здійснено спроби заповнити цю прогалину шляхом перевірки впливу дев'яти характеристик власника/менеджера та фірми на ріст МСП у Нігерії. Результати показали, що розвиток МСП зазнає впливу таких характеристик власника/менеджера, як вік, рівень освіти, попередній досвід, та трьох змінних мотивації (заробляння грошей, підвищення рівня зайнятості та реалізація власних можливостей). Такі характеристики власника/менеджера, як стать та дві мотиваційні змінні (прагнення бути незалежним та задоволення від роботи), не мають впливу на ріст підприємства. Наші результати також показали, що всі змінні підприємства впливають на його ріст.

Загалом, картина, яку ми отримали в результаті аналізу, наступна. Чоловіки та жінки мають однаковий потенціал очолити орієнтовані на ріст підприємства; чим старший власник/менеджер, тим більшими є темпи росту підприємства; чим вищий рівень освіти власника/менеджера, тим більшою є імовірність росту; темпи росту фірми є вищими, якщо її власник/менеджер раніше працював на МСП або має професійний досвід; люди, вмотивовані фінансово чи необхідністю створити нові робочі місця, схильні привласнювати/управляти фірмами, що зростають. Крім того, підприємства з обмеженою відповідальністю та ті, що перебувають в одноосібній власності, мали тісний зв'язок з ростом; більші та старші компанії мають вищий потенціал для розвитку, ніж менші або новостворені підприємства; промисловий сектор, у якому проводить операції підприємство, тісно пов'язаний з ростом останнього.

Список використаних джерел

1. Audretsch, D.B. and S. Klepper (2000). Innovation, Evolution of Industry and Economic Growth: Elgar Reference Collection, International Library of Critical Writings in Economics, Cheltenham, U.K. and Northampton, Mass.
2. Barkham, R. (1992). Entrepreneurial Characteristics and the Size of the New Firm: A Model and an Econometric Test. Paper presented at the International Conference on Birth and Start-up of Small Firms, Bocconi University Milan, 11-19 June.
3. Barkham, R., G. Gudgin, M. Hart, and E. Hanvey (1996). The Determinants of Small Firm Growth: An Inter-

- regional Study in the United Kingdom. 1986-90 Jessica Kingsley: London.
4. Birch, D. (1987). Job creation in America: How Our Smallest Companies put the most People to Work. New York. Free Press.
 5. Birley, S. (1986). The role of New Firms: Births, Deaths and Job Generation. *Strategic Management Journal*, 7(4), July-August, pp. 361-376.
 6. Birley, S. and P. Westhead (1990). Growth and Performance Contrasts between Types of Small Firms, *Strategic Management Journal*, 11, pp. 535-557.
 7. Brock, W.A. and D.S. Evans (1986). The Economics of Small Business: Their Role and Regulation in the U.S. Economy, New York. Holmes and Meier, p. 252.
 8. Brush, C.G. and R. Chaganti (1998). Business Without Glamour? An analysis of resources on performance by size and age in small service and retail firms, *Journal of Business Venturing*, 14, pp. 233-257.
 9. Burns, P. (2001). Entrepreneurship and Small Business, Palgrave, Basingstoke: Hampshire Business Times, August 6 (1990).
 10. Carter, S. and D. Jones-Evans (Eds.) (2000). Enterprise and Small Business – Principles, Practice and Policy. Harlow: FT Prentice Hall.
 11. Caves, R.E. (1998). Industrial Organization and New Findings on the Turnover and Mobility of Firms, *Journal of Economic Literature* 36, pp. 1947-1982.
 12. Chell, E. (2001). Entrepreneurship: Globalisation, Innovation and Development. London: The International Thomson Book Publishers (ITBP – January 2001), 401 pp.
 13. Cliffe, S. (1998). Family Business: Facing up to Succession, *Harvard Business Review*, May-June, pp. 16-17.
 14. Cooper, A., J. Gimeno-Gascon, and C.Y. Woo (1994). Initial Human and Financial Capital as Predictors of New Venture Performance, *Journal of Business Venturing*, Vol. 9, pp. 371-395.
 15. Curran, J. and M.J. Stanworth (1973). Management Motivation in the Smaller Business. Epping, Essex: Gower Press.

Отримано 19.06.2008

Переклад з англ. Мязіної Є.