

DOI: <https://doi.org/10.32782/2308-1988/2025-52-1>

УДК 658.1

Миколенко Олена Петрівнакандидат економічних наук, доцент,
Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-1988-7401>**Olena Mykolenko**

V.N. Karazin Kharkiv National University

ПОБУДОВА ШКАЛИ ВИМІРЮВАННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ МАЛОГО ТА СЕРЕДНЬОГО БІЗНЕСУ В УМОВАХ КРИЗИ

DEVELOPING THE SCALE FOR MEASURING SMES' PERFORMANCE IN TIMES OF CRISIS

Анотація. Дослідження присвячено побудові шкали вимірювання ефективності діяльності малого та середнього бізнесу в умовах кризи. Для досягнення мети нами було проаналізовано концепції стійкості бізнесу, який стикається з низкою обтяжливих обставин в умовах кризи. Крім того, здійснений комплексний огляд літератури щодо вимірювання ефективності бізнесу, валідності та надійності шкал при побудові емпіричних моделей. Зроблено висновки, що індикатори ефективності поділяють на фінансові та нефінансові. Останні наукові розробки присвячені визначенню сталої ефективності та побудові відповідних шкал вимірювання. Разом з тим, проведений нами аналіз вимірювання ефективності діяльності малого та середнього бізнесу (МСБ) в Україні продемонстрував, що не всі запропоновані шкали нефінансової ефективності є надійними та валідними для подальшого використання. Тому перспективним є розробка такої шкали для побудови емпіричної моделі стійкості українського МСБ.

Ключові слова: малий та середній бізнес, стійкість бізнесу, ефективність МСБ, шкала вимірювання ефективності, фінансові показники, нефінансові показники, стала ефективність, моделювання структурних рівнянь.

Summary. The aim of the study is to develop the scales for measuring SMEs' performance in times of crisis. To achieve the goal, we analyzed the definition of resilience of business that face adverse situations and circumstances in times of crisis. In addition, a comprehensive review of the literature on measuring business performance, validity and reliability of relevant scales was carried out. Based on the previous researches, we made the conclusion that business performance could be evaluated with financial and non-financial indicators. Recent scientific developments cover the concepts of sustainable business performance and the appropriate measurement scales that contribute to non-financial measurements. Additionally, being a multidimensional construct, business performance has been used as a subjective as well as an objective measure. In a practical sense, subjective approach suggests that financial and non-financial indicators are evaluated from entrepreneurs' perspectives and expectations. We identified that subjective approach is more appropriate for studies on SMEs' performance. More frequently, researchers do not have necessary objective data on business performance. Thus, we used the subjective approach in our study to develop and test the scales for measuring financial and non-financial performance of SMEs, established in previous studies. In confirming the measurement models, we used the exploratory factor analysis, the confirmatory factor analysis and the goodness-of-fit statistics. The data was collected through the survey from 212 Ukrainian entrepreneurs in April-June 2024 and represents a self-reflection of entrepreneurs on "objective" indicators and outcomes. We employed SPSS 27 for exploratory factor analysis, as well as structural equation modelling (SEM) using the AMOS program. We identified that the scale of non-financial performance, established in previous studies, is not reliable and valid for further analysis in Ukrainian context and has to be developed and improved. However, financial dimension of business performance is suitable for use in future SME-related research based on structural equation modeling.

Keyword: small and medium-sized businesses, business resilience, SMEs' performance, performance measurement scale, financial indicators, non-financial indicators, sustainable performance, structural equation modeling (SEM).

Постановка проблеми. Малий та середній бізнес має важливе значення для економіки України в умовах війни та післявоєнний період. Офіційні

дані статистики демонструють, що в 2023 році доля малих підприємств у загальній структурі економіки склала 15,33%, а доля фізичних осіб-

підприємців малого бізнесу – 83,9%. Кількість суб'єктів середнього підприємництва нараховувалась менше 1%, але на них припадало більше 40% від загального обсягу реалізованої продукції та послуг у 2023 році. Середні підприємства та фізичні особи-підприємці малого бізнесу створювали зайнятість для однакової кількості людей, що склало трохи більше 30% від загальної кількості по кожній категорії у 2023 році [35].

Разом з тим, згідно з дослідженням, проведеним в серпні 2024 року, представники українського малого та середнього підприємництва зазначили про погіршення умов ведення бізнесу [34]. Центр розвитку інновацій, Офіс з розвитку підприємства та експорту й інші учасники проекту, які періодично розраховують показник Ukrainian Business Index, оцінили бізнес активність на рівні 39,9 пунктів зі 100 можливих, що вказує на досить негативні оцінки результатів діяльності. Зокрема 22,5% опитаних власників та керівників малого та середнього бізнесу (МСБ) зазначили про незадовільний фінансово-економічний стан, 57,7% – про задовільний, і тільки 19,7% респондентів оцінили результати діяльності позитивно. 41,2% власників та керівників МСБ очікують погіршення фінансово-економічного стану підприємств у найближчій перспективі (всього респондентів – 544). Очікування або прогнози підприємців МСБ, як відображено у висновках досліджень, в значній мірі співпадають з об'єктивними результатами бізнесу [5].

Негативні очікування підприємців щодо ефективності діяльності українського бізнесу пов'язані з кризою, викликаною, як війною, так і іншими чинниками [34]. МСБ вимушений адаптуватися до мінливого та ризикового середовища, шукати нові шляхи розвитку попри небезпеку, погіршення економічного та соціального становища, а також високі ризики. Існує низка робіт, які розкривають вплив кризових умов та явищ на діяльність бізнесу [25; 30; 31; 33]. Більшість з них досліджує поведінку підприємців в несприятливих умовах та обрані стратегії, які дозволяють подолати труднощі та віднайти додаткові ресурси для відновлення та розвитку. Разом з тим, невід'ємною частиною таких досліджень є вплив кризових явищ на ефективність (результативність) діяльності МСБ. Ефективність фірми є важливою змінною в дослідженнях з менеджменту та охоплює значну кількість робіт, присвячених побудові шкал для її вимірювання за різних умов.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Підприємці стикаються з численними обставинами, що впливають на їх діяльність. Долаючи кризові ситуації, підприємці набувають стійкості. Саме стійкі підприємці демонструють високий ступінь толерантності до неоднозначності, можуть швидко адаптуватися до змін, використо-

увати переваги таких ситуацій і вчитися на своїх помилках [6]. Концепцію стійкості досліджували на багатьох рівнях, наприклад, на індивідуальному рівні підприємця, організаційному та на рівні ланцюгів поставок [14; 16; 17; 30]. В нашому дослідженні ми фокусуємось саме на стійкості українського бізнесу в умовах кризи. Науковці визначають стійкість бізнесу через здатність компанії підтримувати рівень зайнятості та доходів [7], адаптуватися та виживати під час турбулентності [14], організувати бізнес в складних умовах з обмеженими ресурсами [17; 21]. Не менш важливою характеристикою стійких підприємств є наміри навчатися, впроваджувати інновації та реорганізувати свою бізнес-модель, що передбачає не лише адаптацію, але й трансформацію [23].

Вільямс Н. та Форлей Т. пов'язують концепцію стійкості з підприємництвом, яке розглядається як важливий двигун економічного зростання. Підприємництво в цьому сенсі служить основою економічної стійкості та сприяння виходу країни з кризи [38].

Стійкість бізнесу нерозривно пов'язують з ефективністю його діяльності, яка характеризує міру успішності адаптації бізнесу до кризових явищ [32; 33]. Системний огляд літератури демонструє, що стійкі фірми навіть в умовах порушення виробничих ланцюгів демонструють низьку ймовірність банкрутства, тимчасові економічні збитки, та подальше відновлення нормальної роботи [8]. Завдяки операційній ефективності підприємства швидше відновлюють ланцюг поставок [16], зазнають мінімального зниження продуктивності [25]. Так, Лі Ю., Ван Х., Гон Т. визначають стійкість як латентну здатність фірм досягати ефективності під час кризових явищ, або мінімізувати економічні втрати [25]. Цей прояв стійкості лежить в основі виживання бізнесу [13] і сприяє економічному успіху в довгостроковій перспективі [26].

Низка дослідників розглядають ефективність фірми як ендогенну конструкцію [10; 20]. Однак, будучи багатовимірною конструкцією, вона досліджується і як суб'єктивний показник [36]. Для МСБ рідко доступні об'єктивні дані про ефективність, тому вчені використовують суб'єктивну інформацію, надану менеджерами/ власниками щодо результативності [20]. Крім того, ефективність фірми можна охарактеризувати як підсумок результатів її діяльності, у монетарному чи немонетарному вираженні.

Різноманіття концепцій та підходів до визначення поняття ефективності діяльності МСБ, а також постійні наукові дискусії щодо вимірювання даного показника вказують на необхідність розвитку шкал в залежності від цілей дослідження.

Метою дослідження є аналіз концептуальних підходів до вимірювання ефективності МСБ в

умовах кризи та побудова відповідної шкали для моделювання стійкості українського бізнесу.

Виклад основного матеріал дослідження. В табл. 1 представлений аналіз наукових робіт, в яких досліджувались показники ефективності та створювались шкали для перевірки емпіричних моделей. Шкали адаптувались до цілей дослідження та умов функціонування бізнесу. Наприклад, під час пандемії COVID-19, підприємства

мали обмежені фінансові ресурси, що вплинуло на їх операційну діяльність та ефективність. Пандемія значно знизила доходи, викликала проблеми з грошовими потоками, спричинила звільнення та закриття бізнесу [31]. Інші дані свідчать, що інвестиції в дослідження та розробку нових продуктів є важливими для довгострокового розвитку бізнесу. Підприємці усвідомлюють, що сприяння інноваційності – це спосіб зосередитися на поточ-

Таблиця 1 – Концептуальні підходи до вимірювання показників ефективності малого та середнього бізнесу

Автори	Визначення та вимірювання ефективності
1	2
Акімова І., 2000 [4]	<p>Ефективність визначена відносно основних конкурентів компаній, враховує як фінансові, так і маркетингові показники</p> <p>Для аналізу ефективності використовується п'ять показників: два фінансових (рентабельність інвестицій і прибутки), два ринкових (обсяг продажів і частка ринку) і один, що відображає виживання (грошовий потік). Ефективність вимірюється відносно основних конкурентів, що дозволяє фіксувати відмінності в ефективності, спричинені специфікою галузей та ринків.</p>
Organisation for Economic Co-operation and Development, 2005 [27]	<p>Інноваційна ефективність фірми включає інновації продуктів та процесні.</p> <p><i>Індикатори процесних інновацій.</i></p> <p>Підвищення гнучкості виробництва.</p> <p>Зниження собівартості продукції за рахунок скорочення витрат на оплату праці, на одиницю</p> <p>Зниження собівартості виробництва за рахунок скорочення споживання матеріалів.</p> <p>Зниження собівартості виробництва за рахунок скорочення споживання енергії.</p> <p>Зниження собівартості продукції за рахунок зниження браку.</p> <p>Зниження собівартості виробництва за рахунок скорочення витрат на дизайн.</p> <p>Зниження собівартості продукції шляхом скорочення виробничого циклу.</p> <p>Поліпшення якості продукції.</p> <p>Поліпшення умов праці.</p> <p>Зменшення шкоди навколишньому середовищу</p> <p><i>Індикатори продуктової інновацій.</i></p> <p>Заміна продуктів, що виводяться з виробництва.</p> <p>Розширення асортименту через виведення нових продуктів основної лінійки.</p> <p>Розширення асортименту продукції за межами основної галузі продукції.</p> <p>Розробка екологічно чистих продуктів.</p> <p>Еволюція частки ринку.</p> <p>Відкриття нових ринків за кордоном.</p> <p>Охоплення нових цільових груп на локальному рівні..</p>
Ахмад Н., Вільсон К., Кумеров Л., 2011 [2]	<p>Індекси бізнес-успіху МСБ в оцінках власників-менеджерів підприємств</p> <p><i>Задоволеність фінансовою ефективністю:</i> прибутковість, зростання продажів, виручка, рентабельність інвестицій, доля ринку.</p> <p><i>Задоволеність нефінансовою ефективністю:</i> задоволеність клієнтів, утримання клієнтів, взаємовідносини з постачальниками, діловий імідж, баланс між роботою та особистим життям, взаємовідносини на робочому місці.</p> <p><i>Ефективність у порівнянні з конкурентами:</i> рентабельність продажів, грошові потоки, чистий прибуток, доля ринку, рентабельність інвестицій.</p> <p><i>Зростання бізнесу:</i> зміни у виручці, зміни у долі ринку, зміни у грошових потоках</p>
Лаукканен Т., Надь Г., Хірвонен С., Рейонен Х., Пасанен М., 2013 [24]	<p>У дослідженні використовуються три показники ефективності, а саме ефективність бренду, ефективність ринку та зростання бізнесу. Перші два можна розглядати як оперативні показники (тобто нефінансові), тоді як третій, зростання бізнесу, класифікується як фінансовий показник</p> <p><i>Ефективність бренду:</i> ми досягли бажаного іміджу на ринку, наша фірма має гарну репутацію, наша фірма сформувала лояльність клієнтів до бренду, ринкова ефективність.</p> <p><i>Ринкова ефективність:</i> успіх конкуренції, охоплення нових споживачів, утримання наявних споживачів.</p> <p><i>Зростання бізнесу:</i> вимірювалося за допомогою одного питання: «Як змінився оборот фірми в 21 столітті?»</p>

Продовження Таблиці 1

1	2
Алгре Дж., Чіва Р., 2013 [5]	Ефективність інновацій може визначатися вартістю та часом, залученими до інноваційного проєкту Середній час розробки інноваційного проєкту. Середня кількість робочих годин інноваційного проєкту. Середня вартість інноваційного проєкту. Ступінь загальної задоволеності ефективністю інноваційного проєкту
Акюн А, Кескін Х., 2014 [3]	Ефективність фірми оцінюється відносно досягнення цілей організації, пов'язаних із прибутковістю та зростанням продажів і частки ринку Для оцінювання пропонується відповіді на питання. У порівнянні з конкурентами ви маєте більше: окупність інвестицій; частку ринку; продажі; рентабельність (%), доходність; валову маржу (прибутковість/загальний обсяг продажів); ринкову вартість.
Дубіхлела Дж., Дхуруп М, 2015 [15]	Організації вимірюють бізнес-ефективність, щоб перевіряти позиції (або відстежувати прогрес), повідомляти про досягнуті позиції (внутрішнім та зовнішнім стейкхолдерам), заявляти про пріоритети та стимулювати прогрес (як засіб мотивації та винагороди). В дослідженні використані показники фінансової ефективності, задоволеності клієнтів та лояльності, організаційна приналежність
Рахман С., Амран А., Ахмад Н., Тагізаде С., 2015 [32]	Дослідження надають достатні докази того, що фінансові та нефінансові показники вважаються показниками успішності бізнесу <i>Фінансові показники</i> Продажі в бізнесі зростають. У бізнесі зростає прибуток. Бізнесу притаманне загальне зростання. Бізнес має низький рівень боргу. Загальний фінансовий стан підприємства задовільний <i>Нефінансові показники</i> Бізнес створює більше робочих місць для місцевої громади; Бізнес завойовує довіру та впевненість клієнтів. Бізнес сприяє розвитку громади. Бізнес має задоволених клієнтів.
Вій, С. та Беді, Х., 2016 [36]	Бізнес-ефективність можна визначити як загальний індекс здатності фірми задовольняти інтереси стейкхолдерів, вимірний за фінансовими та операційними показниками, використовуючи або первинні дані «суб'єктивної бізнес-ефективності», та/або вторинні для вимірювати «об'єктивної ефективності» Об'єктивні показники ефективності виміряні за допомогою шести фінансових/нефінансових показників. До них належать зростання продажів, зростання активів, рентабельність продажів (ROS), рентабельність активів (ROA), рентабельність чистої вартості (RONW) і прибуток на акцію (EPS). Суб'єктивна ефективність оцінена через зростання продажів, частку ринку, рентабельність інвестицій, якість обслуговування, задоволеність клієнтів, задоволеність працівників, інновації продукту, інновації процесу та якість продукції.
Ленсилуото А., Йоенсуу-Сало С., Варамякі Е., Вільямаа А., Сорама К., 2019 [22]	У дослідженні виміряно загальну ефективність МСБ, врахувавши і фінансові, і нефінансові показники клієнтоорієнтованості Рентабельність інвестицій, прибуток, грошовий потік від операцій, платоспроможність (коефіцієнт власного капіталу, залучення коштів), контроль витрат, розробка нових продуктів, обсяг продажів, частка ринку, розвиток персоналу, політико-громадські позиції
Калабро А., Сантулі Р., Торкіа М., Галлуччі К., 2020 [10]	В дослідженнях про сімейний бізнес інноваційність розглядається як заохочення зростання фірми, а відданість сім'ї посилює зв'язок інноваційність-ефективність. Рентабельність активів (ROA), дохід, поділений на чисті активи, використовується як показник ефективності. ROA широко застосовується в дослідженнях стратегічного лідерства для оцінки впливу топ-менеджерів і членів родини на ефективність фірми.
Гупта В., Ніранджан С., Маркін Е., 2020 [20]	В роботі вимірюється ефективність шляхом поєднання прибутковості, частки ринку та зростання доходу, про які повідомляє топ-менеджмент. Будь ласка, оцініть ефективність вашого бізнесу з точки зору: зростання доходу, рентабельності, частки ринку.

Продовження Таблиці 1

1	2
Санторо Г., Мессені- Петрузеллі А., Дель Джудіче М., 2021 [33] Чіва і Алегре, 2009 [11]	Щоб оцінити ефективність фірми, генеральних менеджерів попросили оцінити ефективність їх фірми за останні 3 роки порівняно з фірмами-конкурентами <i>Показники зростання порівняно з конкурентами.</i> Зростання продажів відносно конкурентів. Задоволеність темпами зростання продажів. Збільшення частки ринку порівняно з конкурентами. <i>Показники прибутковості порівняно з конкурентами.</i> Задоволеність рентабельністю інвестицій (ROI). Чистий прибуток відносно конкурентів. Позиція ROI відносно конкурентів. Задоволеність рентабельністю продажів. Стан фінансової ліквідності відносно конкуренції.
Васім М., Ахмед С., Калсум Т., Хан М., Рафі-Уль-Шан М., 2022 [37]	Для вимірювання ефективності фірми автори використали чотири суб'єктивні показники ефективності, синтезовані з попередніх шкал. Наша рентабельність інвестицій зросла порівняно з конкурентами. Наші продажі зросли порівняно з конкурентами. Розробка нових продуктів/послуг у нашій фірмі вище, ніж у конкурентів. Покращена якість обслуговування клієнтів порівняно з конкурентами.
Афум Е., Іссау К., 2023 [1]	Для вимірювання сталої ефективності використано 3 шкали – екологічної ефективності, фінансової та соціальної ефективності. Екологічна ефективність відображає вплив діяльності організації на навколишнє середовище та досягнення екологічних цілей. Фінансова ефективність як частина сталої ефективності представлена як здатність фірми створювати вартість на основі фінансових показників, соціальна ефективність – це результативність, яка сприяє добробуту працівників і те, як фірми втілюють свої соціальні цілі в реальність. <i>Показники екологічної ефективності</i> Зменшення споживання небезпечних/токсичних/шкідливих матеріалів Зменшення викидів газу та твердих відходів Зменшення енергоспоживання з огляду на обсяг виробництва Скорочення впливу діяльності фірми на навколишнє середовище Скорочення частоти екологічних аварій <i>Показники сталої фінансової ефективності</i> Збільшення прибутків Збільшення частки ринку Збільшення рентабельності інвестицій <i>Показники сталої соціальної ефективності</i> Покращена якість життя громад Зменшення кількості скарг споживачів Покращення обізнаності щодо захисту прав людини у громадах Поліпшення умов праці та благополуччя працівників
Фолі С., Дарст С., Темел С., 2024 [18]	Малі компанії використовують різні види діяльності та методології, щоб покращити свій внутрішній потенціал для підвищення ефективності інновацій. Наприклад, МСБ з розширеними можливостями практикують навчання, які допомагають їм досягти кращих інноваційних показників та інноваційного потенціалу. Ефективність інновацій вимірюється за допомогою одного твердження. Фірма оцінює інноваційну ефективність порівняно з конкурентами, тобто 1) порівняно з нашими ключовими конкурентами наша компанія є більш інноваційною.
Озтюрк Р., Озтюрк М., Кизилкан З., 2024 [28]	Стала ефективність фірми, яка враховує аспекти навколишнього середовища та очікування стейкхолдерів, аналізується науковцями в більш ніж одному вимірі. У дослідженні стала ефективність оцінюється за шістьма параметрами: фінансова, екологічна, соціальна, стала, підприємницька та екологічна інноваційна ефективність.

ній ефективності та довгостроковій майбутній прибутковості [10]. Для МСБ, які хочуть постійно покращувати ефективність свого бізнесу, інноваційна діяльність є необхідною. Але для мікропідприємств, фінансово досить складно здійснювати інноваційну діяльність та підтримувати ефектив-

ність інновацій. Тому малі підприємства мають зосередитись на внутрішніх можливостях, визначати організаційний потенціал і постійно розвивати навички та знання, тобто сильні сторони бізнесу [18].

Таким чином, огляд літератури дозволив при-

йти до висновку, що ефективність МСБ оцінюється за такими фінансовими та нефінансовими індикаторами, як рентабельність інвестицій (ROI), частка ринку, норма прибутку, зростання ROI, збільшення продажів, зростання частки ринку, конкурентна позиція, задоволеність споживачів, сила бренду тощо. Проте ефективність також відображає і відповідальність бізнесу перед стейкхолдерами. Вимірювання ефективності МСБ на основі тільки фінансових показників окреслює досить вузьку перспективу. З ширшої точки зору, індикатори ефективності бізнесу, які відображають досягнення довгострокових цілей, є більш сталими і мають бути враховані в сучасних дослідженнях [12].

Стала ефективність МСБ здебільшого є суб'єктивною конструкцією у дослідженнях та охоплює екологічні, соціальні та фінансові показники діяльності підприємства. У той час як соціальна ефективність визначає соціальні покращення, які відбуваються завдяки відповідальності бізнесу перед зацікавленими сторонами [19], екологічна ефективність стосується покращення навколишнього середовища шляхом зменшення викидів і забруднення [19]. Крім того, в літературі сталою ефективністю бізнесу також вважається корпоративна екологічна ефективність [23].

Наприклад Афум Е. та Іссау К. у своєму дослідженні дійшли висновку, що впровадження сталих практик допомагає фірмам процвітати та досягати кращих показників сталого розвитку, екологічної, фінансової та соціальної ефективності. Фірми, які здатні впроваджувати ініціативи на основі сталого менеджменту ланцюга поставок, скорочують вплив на навколишнє середовище та стають екологічно ефективнішими. Так само фірми, які запроваджують екологічні практики, здатні зменшити операційні витрати, уникнути штрафів, пов'язаних із недотриманням законодавства про навколишнє середовище, і покращити свій зелений імідж, що призведе до покращення фінансової ефективності [1].

Разом з тим, Фам Д., До Т., Доан Т., Нгуєн Т. продемонстрували, що сталість може бути виміряна і за допомогою об'єктивних даних компаній, що приймають участь в оцінюванні та подають відповідні дані, включаючи DJSI (Індекс сталості Доу Джонса), GC (Глобальний договір), GRI (Глобальна ініціатива звітності), CSRD (Розкриття корпоративної соціальної відповідальності), RANK (Рейтинг корпоративної соціальної відповідальності) і RATE (Сталі темпи зростання) [29]. Але МСБ поки що рідко долучається до таких проєктів.

Спираючись на концепції та підходи, проаналізовані в літературі, нами було розглянуто дві шкали з дослідження Рахмана С., Амрана А., Ахмада Н та Тагізаде С., що містять фінансові та нефінансові показники ефективності, в тому

числі сталі індикатори [32]. Ми використали суб'єктивний підхід до оцінювання ефективності бізнесу підприємцями та адаптували 4 показники фінансової ефективності (продажі в бізнесі зростають; прибутки в бізнесі зростають; бізнес має низький рівень заборгованості; загальний фінансовий стан підприємства – задовільний) та 4 показники нефінансової ефективності (бізнес створює зайнятість для місцевої громади; бізнес завойовує довіру та впевненість клієнтів; бізнес сприяє розвитку громади; бізнес має лояльних клієнтів). Відповіді підприємців оцінювались за 5-бальною шкалою (де 1 – зовсім не згоден; 5 – повністю згоден).

Вибірка дослідження. Для збору даних використали анкетування. Учасниками були підприємці МСБ, які працюють у різних галузях у кількох великих містах – Харкові, Києві, Львові, Дніпрі, Тернополі, Одесі та Запоріжжі. З 900 анкет, розповсюджених у квітні-червні 2024 року (через пряме повідомлення, пошту, соціальні мережі), 212 придатних анкет було повернуто з релевантними даними. Попередній аналіз показав, що вибірка включала 85 чоловіків і 127 жінок. Середній вік респондентів – 41 рік.

Аналіз даних. В роботі застосовано моделювання структурних рівнянь методом часткових найменших квадратів (PLS-SEM). Використання PLS-SEM забезпечує двоетапний підхід: оцінку шкал вимірювання, на етапі побудови шкал, та оцінку структурної емпіричної моделі. Такий підхід дозволяє оцінити надійність конструкцій, конвергентну валідність і дискримінантну валідність.

Результати. Попередньо був виконаний пошуковий факторний аналіз із застосуванням методу головної компоненти через (промакс нормалізацію Кайзера). Факторні навантаження змінної фінансової ефективності з чотирма показниками (продажі в бізнесі зростають; прибутки в бізнесі зростають; загальний фінансовий стан підприємства – задовільний; бізнес завойовує довіру та лояльних клієнтів) перевищили 0,7, а коефіцієнт надійності α Кронбаха даної шкали складає 0,872. Показник третій щодо заборгованості було виключено. Крім того, індикатор розширення лояльних клієнтів теж асоціюється у підприємців з фінансовою ефективністю.

Факторні навантаження тільки двох показників шкали нефінансової ефективності перевищили 0,7 (бізнес створює зайнятість для місцевої громади; бізнес сприяє розвитку громади), але коефіцієнт надійності α Кронбаха склав 0,579 (менше мінімального значення 0,7). Показник «бізнес має лояльних клієнтів» був виключений через низький рівень факторного навантаження. Таким чином, шкала нефінансової ефективності не є надійною і потребує подальшого удосконалення та включення релевантних показників.

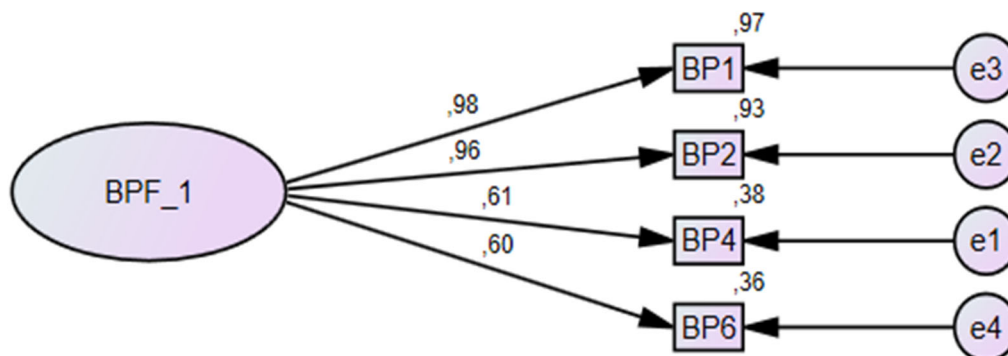


Рисунок 1 – Процедура порівняльного індексу відповідності

BP1 – продажі в бізнесі зростають; BP2 – прибутки в бізнесі зростають; BP4 – загальний фінансовий стан підприємства – задовільний; BP6 – бізнес завойовує довіру та лояльних клієнтів/

Статистика відповідності (Goodness of Fit Statistics): $\chi^2/df = 1.311$, $p = 0.269$; GFI = 0.985; TLI = 0.993; CFI = 0.998; RMSEA = 0.661.

Джерело: побудовано автором

Надійність конструкції фінансової ефективності оцінювали за допомогою альфа α Кронбаха і композитної надійності (CR). Значення CR (0,912) перевищило допустиме значення 0,60. Конвергентну валідність оцінили за допомогою середньої екстрагованої дисперсії (AVE). Значення AVE (0,25) перевищило допустиму межу 0,5. Адекватність вибірки також була підтверджена через обчислення значень Кайзера–Майєра–Олкіна (КМО) і критерію Бартлетта. Результат КМО (0,735) та відповідний йому тест Бартлетта (конструкція є значущою при $p < 0,01$) вказує на адекватність вибірки. Бірн Б. припускає, що під час визначення відповідності моделі даним слід враховувати статистику Goodness of Fit Statistics, включаючи χ^2/df , індекс відповідності (GFI), індекс Такера Льюїса (TLI), індекс порівняльної відповідності (CFI) і середньоквадратичну помилку апроксимації (RMSEA) [9]. На рис. 1 представлені результати підтверджувального факторного аналізу та відповідних факторних навантажень змінної фінансової ефективності (BPF_1), побудованої в програмі AMOS 20. Аналіз показників відповідності вказує на те, що модель в повній мірі відповідає і відображає дані.

Враховуючи результати оцінки надійності та достовірності, а також статистику GFI, було зроблено висновок, що чотири показники фінансо-

вого успіху бізнесу підходять для використання в дослідженнях, пов'язаних зі структурним моделюванням (SEM). Разом з тим, запропоновані показники можуть бути доповнені додатковими, оскільки чотири досліджувані показники пояснюють фінансову ефективність на 32%.

Висновки. Оцінювання ефективності діяльності малого та середнього бізнесу є однією з найпоширеніших проблематик у дослідженнях з менеджменту, оскільки ефективність є критерієм успіху бізнесу, виживання стартапу та стійкості в умовах кризи. Вчені застосовують об'єктивний підхід до визначення ефективності та суб'єктивний, що спирається на оцінки підприємців. Доведено, що останній підхід є більш прийнятним для МСБ. Крім того, при вимірюванні ефективності МСБ враховують, як фінансові, так і нефінансові показники. Роль нефінансових показників особливо зростає у зв'язку з впровадженням компаніями стратегій сталого розвитку та досягнення відповідних цілей. Є низка робіт, які окреслюють і тестують певні сталі показники та індикатори. Але вимірювання ефективності діяльності МСБ потребує удосконалення шкали нефінансової, зокрема сталої ефективності, оскільки існуючі, як продемонструвала наша перевірка, не є завжди валідними, надійними та застосованими для подальших досліджень.

Список використаних джерел:

1. Afum E., Issau K.; Agyabeng-Mensah Y., Baah C., Dacosta E.; Essandoh E., Agyenim Boateng E. The missing links of sustainable supply chain management and green radical product innovation between sustainable entrepreneurship orientation and sustainability performance. *Journal of Engineering Design and Technology*. 2023. No. 21. P. 167–187.
2. Ahmad N. H., Wilson C., Kummerow L. Assessing the dimensionality of business success: the perspectives of Malaysian SME owner-managers. *Journal of Asia-Pacific Business*. 2011. No 12(3). P. 207–224.
3. Akgün A. E., Keskin H. Organisational resilience capacity and firm product innovativeness and performance. *International Journal of Production Research*, 2014. No 52(23). P. 6918–6937.
4. Akimova I. Development of market orientation and competitiveness of Ukrainian firms. *European Journal of Marketing*, 2000. No 34(9/10). P. 1128–1148.

5. Alegre J., Chiva, R. (2013). Linking entrepreneurial orientation and firm performance: the role of organizational learning capability and innovation performance. *Journal of Small Business Management*. 2013. No 51(4). P. 491–507.
6. Ayala J.C., Manzano G. The resilience of the entrepreneur. Influence on the success of the business: a longitudinal analysis. *Journal of Economic Psychology*. 2014. Vol. 42. P. 126–135.
7. Biggs D. Understanding resilience in a vulnerable industry: the case of reef tourism in Australia. *Ecology and Society*. 2011. Vol. 16 No. 1. P. 1–18.
8. Bruneau M., Chang S.E., Eguchi R.T., Lee G.C., O'Rourke T.D., Reinhorn A.M., Shinozuka M., Tierney K., Wallace W.A., Von Winterfeldt D. A framework to quantitatively assess and enhance the seismic resilience of communities, *Earthquake Spectra*, 2003. Vol. 19. No. 4. P. 733–752.
9. Byrne B.M. Structural equation modeling with AMOS: Basic concepts, applications, and programming. Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum. 2001.
10. Calabrò A., Santulli R., Torchia M., Gallucci C. Entrepreneurial orientation and family firm performance: the moderating role of TMT identity-based and knowledge-based faultlines. *Entrepreneurship Theory and Practice*. 2020. No 45(4). P. 838–866.
11. Chiva R., Alegre J. Investment in design and firm performance: the mediating role of design management. *Journal of Product Innovation Management*. 2009. No 26(4). P. 424–440.
12. Civelek M.E., Çemberci M., Artar O.K., Uca N. *Key Factors of Sustainable Firm Performance: A Strategic Approach*; Zea Books: Lincoln, Nebraska, 2015.
13. DesJardine M., Bansal P., Yang Y. Bouncing back: building resilience through social and environmental practices in the context of the 2008 global financial crisis. *Journal of Management*. 2019. Vol. 45. No. 4. P. 1434–1460.
14. Duarte Alonso A., Bressan A. Resilience in the context of Italian micro and small wineries: an empirical study. *International Journal of Wine Business Research*. 2015. Vol. 27. No. 1. P. 40–60.
15. Dubihlela J., Dhurup M.R. Determinants of, and barriers to, market orientation and the relationship with business performance among SMEs. *Journal of Applied Business Research*. 2015. No. 31(5). P. 1667–1678.
16. Essuman D., Ataburo H., Boso N., Anin E.K., Appiah L.O. In search of operational resilience: how and when improvisation matters. *Journal of Business Logistics*, 2013. Vol. 44. No. 3. P. 300–322.
17. Essuman D., Boso N., Addo Asamany P., Ataburo H., Asiedu-Appiah F. Firm resilience, stressors, and entrepreneurial well-being: insights from women entrepreneurs in Ghana. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*. 2024. Vol. 30. No. 11. P. 279–305.
18. Foli S., Durst S., Temel S. The link between supply chain risk management and innovation performance in SMEs in turbulent times. *Journal of Entrepreneurship in Emerging Economies*. 2024. Vol. 16. No. 3. P. 626–648.
19. Golicic S.L., Smith C.D. A meta-analysis of environmentally sustainable supply chain management practices and firm performance. *Journal of Supply Chain Management*. 2013. No 49. P. 78–95.
20. Gupta V.K., Niranjana S., Markin E. Entrepreneurial orientation and firm performance: the mediating role of generative and acquisitive learning through customer relationships. *Review of Managerial Science*. 2020. Vol. 14. P. 1123–1147.
21. Kogut C.S., Meiri K. Female entrepreneurship in emerging markets: challenges of running a business in turbulent contexts and times, *International Journal of Gender and Entrepreneurship*, 2022. Vol. 14. No. 1. P. 95–116.
22. Lämsiluoto A., Joensuu-Salo S., Varamäki E., Viljamaa A., Sorama, K. Market orientation and performance measurement system adoption impact on performance in SMEs. *Journal of Small Business Management*. 2019. No 57(3). P. 1027–1043
23. Larsson M., Milestad, R., Hahn T., Von Oelreich J. The resilience of a sustainability entrepreneur in the Swedish food system. *Sustainability*, 2016. Vol. 8 No. 6, P. 1–18.
24. Laukkanen T., Nagy G., Hirvonen S., Reijonen H., Pasanen M. The effect of strategic orientations on business performance in SMEs. *International Marketing Review*. 2013. No 30(6). P. 510–535.
25. Li Y., Wang X., Gong T., Wang H. Breaking out of the pandemic: how can firms match internal competence with external resources to shape operational resilience. *Journal of Operations Management*. 2023. Vol. 69. No. 3, P. 384–403.
26. Manhart P., Summers J.K., Blackhurst J. A meta-analytic review of supply chain risk management: assessing buffering and bridging strategies and firm performance. *Journal of Supply Chain Management*. 2020. Vol. 56. No. 3. P. 66–87.
27. OECD/Eurostat. *Oslo Manual: Guidelines for Collecting and Interpreting Innovation Data, 3rd Edition*. The measurement of scientific and technological activities. OECD Publishing, Paris. 2005. DOI: <https://doi.org/10.1787/9789264013100-en>
28. Öztürk R., Öztürk M., Kızılkcan Z. Meta-analysis of the relationship between green entrepreneurial orientation and sustainable firm performance. *Sustainability*. 2024. No. 16(24).
29. Pham D.C., Do T.N.A., Doan T.N., Nguyen T.X.H., Pham T.K.Y. The impact of sustainability practices on financial performance: empirical evidence from Sweden. *Cogent Business & Management*. 2021. No. 8(1). DOI: <https://doi.org/10.1080/23311975.2021.1912526>
30. Portuguese Castro M., Gómez Zermeño, M. G. Being an entrepreneur post-COVID-19 – resilience in times of crisis: a systematic literature review. *Journal of Entrepreneurship in Emerging Economies*. Vol. 13. No 4. P. 721–746.
31. Purnomo B.R., Adiguna R., Widodo W., Suyatna H., Nusantoro B.P. Entrepreneurial resilience during the Covid-19 pandemic: navigating survival, continuity and growth. *Journal of Entrepreneurship in Emerging Economies*. 2021. No 13 (4). P. 497–524.

32. Rahman S.A., Amran A., Ahmad N.H., Taghizadeh S.K. Supporting entrepreneurial business success at the base of pyramid through entrepreneurial competencies. *Management Decision*. 2015. No. 53(6). P. 1203–1223.
33. Santoro G., Messeni-Petruzzelli A., Del Giudice M. Searching for resilience: The impact of employee-level and entrepreneur-level resilience on firm performance in small family firms. *Small Business Economics*. 2021. No. 57(1). P. 455–471.
34. State and needs of business in conditions of full-scale war. August 2024. URL: <https://business.diia.gov.ua/analytics/research/stan-ta-potreby-biznesu-v-umovakh-povnomasshtabnoi-viiny>
35. State Statistics Service. Activities of enterprises. URL: <https://www.ukrstat.gov.ua/>
36. Vij S., Bedi H.B. Are subjective business performance measures justified? *International Journal of Productivity and Performance Management*. 2016. Vol. 65(5). P. 603–621.
37. Wasim M., Ahmed S., Kalsoom T., Khan M.S., Rafi-Ul-Shan P.M. Market orientation and SME performance: Moderating role of IoT and mediating role of creativity. *Journal of Small Business Management*. 2022. No. 62(2). P. 938–965.
38. Williams N., Vorley T. The impact of institutional change on entrepreneurship in a crisis-hit economy: the case of Greece, *Entrepreneurship and Regional Development*. 2015. Vol. 27 (1/2). P. 28–49.

Стаття надійшла до редакції 03.01.2025