



DOI: 10.15587/2706-5448.2023.286001

EXPLORING WAYS TO CONSTRUCTION OF A BUSINESS BOOTSTRAPPING MODEL TO EQUIP EMERGING MICRO BUSINESS IN THE FIRST YEAR OF OPERATION IN SOUTH AFRICA

pages 6–19

Engine Nkwini, Doctor of Business Administration, Johannesburg Business School, University of Johannesburg, Johannesburg, South Africa, e-mail: sthembison@uj.ac.za, ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-7626-4051>

In South Africa, the small, medium, and micro businesses (SMMEs) sector contributes between 52 and 57 percent of the GDP. In the coming years, it is expected that the SMME sector would provide 90 percent of the GDP and employment in South Africa. Due to barriers that prevent potential growth, more than 50 % of businesses in South Africa fail during the first five years of operation. The study examined enterprises in their first year of operation in South Africa and identified the lack of business skills and an insufficient supply of financing as contributing factors. The investigation revealed existing concepts such as Financial bootstrapping and Balance Score Card, both of which are crucial for South African enterprises during their first year of operation. A mixed research approach was chosen for the study in order to answer the research questions. The phenomenological (qualitative) and positivist (quantitative) philosophical paradigms were adopted with a determination to achieve a thorough understanding of the strength and direction of the relationship between a business skills deficit and competitiveness of businesses in the first year in South Africa and, furthermore, the development of the Business Bootstrapping Model. The study's data collection tools included semi-structured interviews and questionnaires. In relation to the data that were gathered for the study, content analysis was utilized as an analytical technique to analyse qualitative data, while SPSS was used to analyse responses to questionnaires for a quantitative study. The availability of capital and the lack of adequate financial resources to manage account receivables were found to be major hindrances to a business' sustainability in its first year of operation. Research gaps were filled by combining empirical investigations and conclusions, and this information was then used to construct the business bootstrapping model. In its initial year of operation, the business Bootstrapping Model included three elements: finance, marketing, and corporate governance. Owners of small businesses can begin generating capital using the Business Bootstrapping Model's financial component, which is a key factor in eradicating financial and liquidity obstacles. The Business Bootstrapping Model also equips business owners with the ability to plan and manage daily operations, including developing short-term financial policies for the business. Furthermore, assists in measurement capabilities for the business's current financial performance, financial position, and anticipated future business plan. As well as providing an overview of the company's revenues and costs from operating and non-operating activities over time. Business owners are provided with the marketing skills necessary for brand positioning, preventing pricing discrimination, and getting pertinent, hard-to-get customer information and insights on social media through the marketing components of the Business Bootstrapping Model.

Keywords: accessibility of capital, Business model, skills deficiency, competitiveness, financial management, business management, marketing.

References

1. Tsatsenko, N. (2020). SME development, economic growth and structural change: evidence from Ghana and South Africa. *Journal of Agriculture and Environment*, 2 (14).
2. Masuku, B., Nzewi, O. (2021). The South African informal sector's socio-economic exclusion from basic service provisions: A critique of Buffalo City Metropolitan Municipality's approach to the informal sector. *Journal of Energy in Southern Africa*, 32 (2), 59–71. doi: <https://doi.org/10.17159/2413-3051/2021/v32i2a5856>
3. Mhlanga, D., Ndhlovu, E. (2021). Socio-economic and Political Challenges in Zimbabwe and the Development Implications for Southern Africa. *Journal of African Foreign Affairs*, 8 (2), 75–98. doi: <https://doi.org/10.31920/2056-5658/2021/v8n2a5>
4. Bushe, B. (2019). The causes and impact of business failure among small to micro and medium enterprises in South Africa. *Africa's Public Service Delivery and Performance Review*, 7 (1). doi: <https://doi.org/10.4102/apsdpr.v7i1.210>
5. Rogerson, C. M., Rogerson, J. M. (2020). COVID-19 tourism impacts in South Africa: government and industry responses. *Geo-Journal of Tourism and Geosites*, 31 (3), 1083–1091. doi: <https://doi.org/10.30892/gtg.31321-544>
6. Li, J., Fleury, M. T. L. (2019). Overcoming the liability of outsider-ship for emerging market MNEs: A capability-building perspective. *Journal of International Business Studies*, 51 (1), 23–37. doi: <https://doi.org/10.1057/s41267-019-00291-z>
7. Mukherjee, D., Makarius, E. E., Stevens, C. E. (2021). A reputation transfer perspective on the internationalization of emerging market firms. *Journal of Business Research*, 123, 568–579. doi: <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2020.10.026>
8. Portia Msomi, M., Ngibe, M., Loraine Bingwa, L. (2020). The integration of Management Accounting Practices as an innovative strategy towards sustaining small businesses operating in eThekweni metropolitan, South Africa. *Problems and Perspectives in Management*, 18 (3), 268–281. doi: [https://doi.org/10.21511/ppm.18\(3\).2020.23](https://doi.org/10.21511/ppm.18(3).2020.23)
9. Msomi, T., Olarewaju, O. (2021). Evaluation of access to finance, market and viability of small and medium-sized enterprises in South Africa. *Problems and Perspectives in Management*, 19 (1), 281–289. doi: [https://doi.org/10.21511/ppm.19\(1\).2021.24](https://doi.org/10.21511/ppm.19(1).2021.24)
10. Khan, M. A. (2022). Barriers constraining the growth of and potential solutions for emerging entrepreneurial SMEs. *Asia Pacific Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 16 (1), 38–50. doi: <https://doi.org/10.1108/apjie-01-2022-0002>
11. Mapuranga, M., Tafadzwa Maziriri, E., Fritz Rukuni, T. (2021). A Hand to Mouth Existence: Hurdles Emanating from the COVID-19 Pandemic for Women Survivalist Entrepreneurs in Johannesburg, South Africa. *African Journal of Gender, Society and Development (Formerly Journal of Gender, Information and Development in Africa)*, 10 (3), 113–140. doi: <https://doi.org/10.31920/2634-3622/2021/v10n3a6>
12. Ogujiuba, K. K., Olamide, E., Agholor, A. I., Boshoff, E., Semosa, P. (2022). Impact of Government Support, Business Style, and Entrepreneurial Sustainability on Business Location of SMEs in South Africa's Mpumalanga Province. *Administrative Sciences*, 12 (3), 117. doi: <https://doi.org/10.3390/admsci12030117>
13. Zulu, B., Ngwenya, T., Zondi, B. (2023). An Evaluation of the Factors that Impact the Sustainability of Maritime SMMES in the Kwazulu-Natal Province. *African Journal of Inter/Multidisciplinary Studies*, 5 (1), 1–14. doi: <https://doi.org/10.51415/ajims.v5i1.1040>
14. Liu, L., Zhang, J. Z., He, W., Li, W. (2021). Mitigating information asymmetry in inventory pledge financing through the Internet of things and blockchain. *Journal of Enterprise Information Management*, 34 (5), 1429–1451. doi: <https://doi.org/10.1108/jeim-12-2020-0510>
15. Thathsarani, U. S., Jianguo, W. (2022). Do Digital Finance and the Technology Acceptance Model Strengthen Financial Inclusion and SME Performance? *Information*, 13 (8), 390. doi: <https://doi.org/10.3390/info13080390>

16. Nkwini, S. E. R., Mashau, P. (2020). Evaluating the financial challenges affecting the competitiveness of small businesses in South Africa. *Gender and Behaviour*, 18 (1), 15151–15162.
17. Khatri, P., Kothari, H., Paliwal, L. R. (2023). Impact of Covid-19 on Digitalization Aspect on India's MSMEs. *From Industry 4.0 to Industry 5.0: Mapping the Transitions*. Cham: Springer Nature Switzerland, 135–151. doi: https://doi.org/10.1007/978-3-031-28314-7_13
18. Neumeyer, X., Santos, S. C., Morris, M. H. (2021). Overcoming Barriers to Technology Adoption When Fostering Entrepreneurship Among the Poor: The Role of Technology and Digital Literacy. *IEEE Transactions on Engineering Management*, 68 (6), 1605–1618. doi: <https://doi.org/10.1109/tem.2020.2989740>
19. Horváth, D., Szabó, R. Zs. (2019). Driving forces and barriers of Industry 4.0: Do multinational and small and medium-sized companies have equal opportunities? *Technological Forecasting and Social Change*, 146, 119–132. doi: <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2019.05.021>
20. Fitriasari, F. (2020). How do Small and Medium Enterprise (SME) survive the COVID-19 outbreak? *Jurnal Inovasi Ekonomi*, 5 (2). doi: <https://doi.org/10.22219/jiko.v5i3.11838>
21. Öndas, V., Akpınar, M. (2021). Understanding high-tech startup failures and their prevention. *Conference: RENT Research in Entrepreneurship and Small Business*. At: Turku, Finland. Available at: https://www.researchgate.net/publication/357163683_Understanding_High-Tech_Startup_Failures_and_their_Prevention
22. Burchi, A., Włodarczyk, B., Szturo, M., Martelli, D. (2021). The Effects of Financial Literacy on Sustainable Entrepreneurship. *Sustainability*, 13 (9), 5070. doi: <https://doi.org/10.3390/su13095070>
23. Redjeki, F., Affandi, A. (2021). Utilization of Digital Marketing for MSME Players as Value Creation for Customers during the COVID-19 Pandemic. *International Journal of Science and Society*, 3 (1), 40–55. doi: <https://doi.org/10.54783/ijssc.v3i1.264>
24. Fachrurazi, F., Zarkasi, Z., Maulida, S., Hanis, R., Yusuf, M. (2022). Increasing micro small medium enterprises activity entrepreneurial capacity in the field of digital marketing. *Jurnal Ekonomi*, 11 (3), 1653–1660.
25. Chirapanda, S. (2020). Identification of success factors for sustainability in family businesses: Case study method and exploratory research in Japan. *Journal of Family Business Management*, 10 (1), 58–75. doi: <https://doi.org/10.1108/jfbm-05-2019-0030>
26. Adeola, O., Gyimah, P., Appiah, K. O., Lussier, R. N. (2021). Can critical success factors of small businesses in emerging markets advance UN Sustainable Development Goals? *World Journal of Entrepreneurship, Management and Sustainable Development*, 17 (1), 85–105. doi: <https://doi.org/10.1108/wjem-09-2019-0072>
27. Mosweu, O., Ngoepe, M. (2019). Skills and competencies for authenticating digital records to support audit process in Botswana public sector. *African Journal of Library, Archives & Information Science*, 29 (1), 17–28.
28. Assaad, R., El-adaway, I. H. (2020). Enhancing the Knowledge of Construction Business Failure: A Social Network Analysis Approach. *Journal of Construction Engineering and Management*, 146 (6). doi: [https://doi.org/10.1061/\(asce\)co.1943-7862.0001831](https://doi.org/10.1061/(asce)co.1943-7862.0001831)
29. Jobo, D., Phyllis, C. (2020). Entrepreneurial risk management challenges within the maritime SMEs sub-sector of South Africa. *Academy of Entrepreneurship Journal*, 26, 1–18.
30. Nkwini, S. E. R. (2019). *Toward the construction of a business bootstrapping model to equip emerging micro business in the first year of operation in South Africa*.
31. Maurud, S., Børøsd, E., Moen, A. (2022). Gender and ethnicity's influence on first-year nursing students' educational motivation and career expectations: A cross-sectional study. *Nursing Open*, 9 (3), 1667–1678. doi: <https://doi.org/10.1002/nop2.1191>
32. Baha, R., Levy, A., Hasnaoui, A. (2023). Capital structure and default risk of small and medium enterprises: evidence from Algeria. *The Journal of Risk Finance*, 24 (4), 523–536. doi: <https://doi.org/10.1108/jrf-04-2023-0105>
33. Al Issa, H.-E. (2020). The impact of improvisation and financial bootstrapping strategies on business performance. *EuroMed Journal of Business*, 16 (2), 171–194. doi: <https://doi.org/10.1108/emjb-03-2020-0022>
34. Salau, A. N. (2022). Financial Bootstrapping and Organizational Performance: A Study of Some Selected SMEs in Oyo State. *IRE Journals*, 5 (8), 192–202.
35. Jusufovska, S., Krasniqi, A. (2019). Strategy orientation and financial bootstrapping in small firms: A quantitative study about how strategy. *Academy of Management Perspectives*, 24 (3), 11–24. Available at: <https://researchportal.hkr.se/ws/portalfiles/portal/35213747/FULLTEXT01.pdf>
36. Eklund, M. A. (2020). Future Prospects in Balanced Scorecard Research: Sustainability Perspective. *Indonesian Journal of Sustainability Accounting and Management*, 4 (2), 192–213. doi: <https://doi.org/10.28992/ijSAM.v4i2.263>
37. Kaplan, R. S., Norton, D. P. (1996). Strategic learning & the balanced scorecard. *Strategy & Leadership*, 24 (5), 18–24. doi: <https://doi.org/10.1108/eb054566>
38. Elhamma, A. (2023). The relationship between organisational decentralisation, balanced scorecard and its perceived benefits in Moroccan SMEs. *International Journal of Accounting, Auditing and Performance Evaluation*, 19 (2), 185–202. doi: <https://doi.org/10.1504/ijaape.2023.132384>
39. Feroze, B., Nafees, B., Ahmad, N., Zahid, M. (2022). Implementation of balanced scorecard and financial performance of SMEs. *Multicultural Education*, 8 (3), 309–320.
40. Yazdanparast, A., Alhenawi, Y. (2022). Impact of COVID-19 pandemic on household financial decisions: A consumer vulnerability perspective. *Journal of Consumer Behaviour*, 21 (4), 806–827. doi: <https://doi.org/10.1002/cb.2038>
41. Loewald, C., Faulkner, D., Makrelov, K. (2020). *Time consistency and economic growth: A case study of South African macroeconomic policy (No. 842)*. Economic Research Southern Africa.

DOI: 10.15587/2706-5448.2023.286985

ANALYSING THE IMPLICATIONS OF CYBERSECURITY BREACHES ON FIRM LEADERSHIP

pages 20–26

Alexander Oluka, PhD, Department of Entrepreneurial and Management Studies, Durban University of Technology, Durban, South Africa, e-mail: olukaam@gmail.com, ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-7632-1490>

The object of this research is the implications of cybersecurity breaches on the leaders of accounting firms in KwaZulu-Natal, South Africa. The research employed a qualitative approach with interviews as the primary data collection technique. The researcher adopted a rigorous analytical framework, utilising different scholarly sources to analyse and explain the intricate experiences of firm leaders. The study revealed that leaders of accounting firms experience psychological, financial, and social consequences due to cybersecurity breaches. It highlights the emotional impact, including anxiety and increased stress. The fear of potential job losses was found to be one issue leaders were worried about after the data breach. The stress from dealing with the aftermath of data breaches affected their family relationships. In addition, leaders experienced low productivity and increased pressure dealing with the media and organization stakeholders and the stigma associated with data breaches. Given the critical role that accounting firms play in the financial ecosystem and the sensitive nature of the data they handle, it is imperative that cybersecurity is prioritised. However, studies have focused on the financial implications of cybersecurity

breaches on businesses, but less attention has been paid to the psychological, social, and financial implications of breaches on firm leaders. The findings are significant for academic discourse but also provide leaders with strategies to mitigate the adverse effects of breaches, while also offering a framework for other researchers and practitioners in different regions and sectors to understand and study the phenomenon further.

Keywords: accounting firm, cybersecurity breaches, emotional impact, management, firm leaders, work stress.

References

- Romanosky, S., Hoffman, D., Acquisti, A. (2014). Empirical Analysis of Data Breach Litigation. *Journal of Empirical Legal Studies*, 11 (1), 74–104. doi: <https://doi.org/10.1111/jels.12035>
- Rogers, R. W. (1975). A Protection Motivation Theory of Fear Appeals and Attitude Change. *The Journal of Psychology*, 91 (1), 93–114. doi: <https://doi.org/10.1080/00223980.1975.9915803>
- Floyd, D. L., Prentice-Dunn, S., Rogers, R. W. (2000). A Meta-Analysis of Research on Protection Motivation Theory. *Journal of Applied Social Psychology*, 30 (2), 407–429. doi: <https://doi.org/10.1111/j.1559-1816.2000.tb02323.x>
- Durnell, E., Okabe-Miyamoto, K., Howell, R. T., Zizi, M. (2020). Online Privacy Breaches, Offline Consequences: Construction and Validation of the Concerns with the Protection of Informational Privacy Scale. *International Journal of Human-Computer Interaction*, 36 (19), 1834–1848. doi: <https://doi.org/10.1080/10447318.2020.1794626>
- Aboujaoude, E. (2019). Protecting privacy to protect mental health: the new ethical imperative. *Journal of Medical Ethics*, 45 (9), 604–607. doi: <https://doi.org/10.1136/medethics-2018-105313>
- Kilovaty, I. (2021). Psychological Data Breach Harms. *North Carolina Journal of Law & Technology*, 23 (1), 1–66.
- Taking care of corporate security and employee privacy: why cyber-protection is vital for both businesses and their staff* (2020). Kaspersky. Available at: https://media.kasperskydaily.com/wp-content/uploads/sites/92/2020/04/20043942/Kaspersky-2020_Report_Human_angle_FINAL.pdf Last accessed: 04.01.2023
- Bada, M., Nurse, J. R. (2020). The social and psychological impact of cyberattacks. *Emerging cyber threats and cognitive vulnerabilities*. Academic Press, 73–92. doi: <https://doi.org/10.1016/b978-0-12-816203-3.00004-6>
- Gross, M. L., Canetti, D., Vashdi, D. R. (2016). The psychological effects of cyber terrorism. *Bulletin of the Atomic Scientists*, 72 (5), 284–291. doi: <https://doi.org/10.1080/00963402.2016.1216502>
- Padmanabhan, A., Zhang, J. (2018). Cybersecurity risks and mitigation strategies in additive manufacturing. *Progress in Additive Manufacturing*, 3 (1-2), 87–93. doi: <https://doi.org/10.1007/s40964-017-0036-9>
- Bachura, E., Valecha, R., Chen, R., Rao, H. R. (2022). The OPM Data Breach: An Investigation of Shared Emotional Reactions on Twitter. *MIS Quarterly*, 46 (2), 881–910. doi: <https://doi.org/10.25300/misq/2022/15596>
- Solove, D. J., Citron, D. K. (2018). Risk and Anxiety: A Theory of Data Breach Harms. *96 Texas Law Review*. doi: <https://doi.org/10.2139/ssrn.2885638>
- Hecht, E. M., Wang, S. S., Fowler, K., Chernyak, V., Fung, A., Zafar, H. M. (2023). Building Effective Teams in the Real World From Traps to Triumph. *Journal of the American College of Radiology*, 20 (3), 377–384. doi: <https://doi.org/10.1016/j.jacr.2022.12.009>
- Franke, U. (2017). The cyber insurance market in Sweden. *Computers & Security*, 68, 130–144. doi: <https://doi.org/10.1016/j.cose.2017.04.010>
- Reuters Staff. (2017). *Lawsuits against Equifax pile up after massive data breach*. Available at: <https://www.reuters.com/article/us-equifax-cyber-lawsuits-idUSKCN1BM2E3> Last accessed: 14.10.2023
- Brumfield, C. (2019). *Equifax's data breach disaster: Will it change executive attitudes toward security?* Available at: <https://www.csoonline.com/article/567545/equifax-s-billion-dollar-data-breach-disaster-will-it-change-executive-attitudes-toward-security.html#:~:text=Equifax%27s%202017%20breach%20will%20cost,Topics> Last accessed: 14.10.2023
- La Torre, M., Dumay, J., Rea, M. A. (2018). Breaching intellectual capital: critical reflections on Big Data security. *Meditari Accountancy Research*, 26 (3), 463–482. doi: <https://doi.org/10.1108/medar-06-2017-0154>
- Schaefer, T., Brown, B., Graessle, F., Salzsieder, L. (2017). Cybersecurity: common risks: a dynamic set of internal and external threats includes loss of data and revenue, sabotage at the hands of current or former employees, and a PR nightmare. *Strategic Finance*, 99 (5), 54–62.
- Why Do People Make Mistakes That Compromise Cybersecurity?* (2020). Tessian. Available at: <https://www.tessian.com/resources/psychology-of-human-error-2022/> Last accessed: 06.01.2022
- Ronen, S., Donia, M. B. L. (2020). Stifling My Fire: The Impact of Abusive Supervision on Employees' Motivation and Ensuing Outcomes at Work. *Revista de Psicología Del Trabajo y de Las Organizaciones*, 36 (3), 205–214. doi: <https://doi.org/10.5093/jwop2020a20>
- From data boom to data doom: the risks and rewards of protecting personal data* (2018). Kaspersky. Available at: https://go.kaspersky.com/rs/802-IJN-240/images/Kaspersky_Lab_Business%20in%20a%20data%20boom.pdf Last accessed: 07.06.2023
- Creswell, J. W., Creswell, J. D. (2017). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches*. Thousand Oaks: Sage publications.
- Bryman, A., Bell, E. (2011). *Business research methods*. Oxford: Oxford University Press.
- Gray, P. S., Williamson, J. B., Karp, D. A., Dalphin, J. R. (2007). *The research imagination: An introduction to qualitative and quantitative methods*. Cambridge University Press. doi: <https://doi.org/10.1017/cbo9780511819391>
- Fuhrmans, V. (2017). New worry for CEOs: A career-ending cyberattack. *Wall Street Journal*. Available at: <https://www.wsj.com/articles/cybersecurity-tops-priority-list-for-ceos-after-string-of-high-profile-hacks-1507821018> Last accessed: 07.10.2022
- Nurse, J. R. C., Creese, S., De Roure, D. (2017). Security Risk Assessment in Internet of Things Systems. *IT Professional*, 19 (5), 20–26. doi: <https://doi.org/10.1109/mitp.2017.3680959>
- Futuramo. (2023). *How Can a Business Data Breach Affect Employees*. Available at: <https://futuramo.com/blog/how-can-a-business-data-breach-affect-employees/> Last accessed: 13.10.2023
- Schlackl, F., Link, N., Hoehle, H. (2022). Antecedents and consequences of data breaches: A systematic review. *Information & Management*, 59 (4), 103638. doi: <https://doi.org/10.1016/j.im.2022.103638>
- Banker, R. D., Feng, C. (Qian). (2019). The Impact of Information Security Breach Incidents on CIO Turnover. *Journal of Information Systems*, 33 (3), 309–329. doi: <https://doi.org/10.2308/isis-52532>
- Ferrin, D. L., Cooper, C. D., Dirks, K. T., Kim, P. H. (2018). Heads will roll! Routes to effective trust repair in the aftermath of a CEO transgression. *Journal of Trust Research*, 8 (1), 7–30. doi: <https://doi.org/10.1080/21515581.2017.1419877>

DOI: 10.15587/2706-5448.2023.292183

IMPLICATION OF INTERNET OF THINGS (IoT) ON ORGANIZATIONAL PERFORMANCE FOR SMEs IN EMERGING ECONOMIES – A SYSTEMATIC REVIEW

pages 27–35

Gibson Muridzi, PhD, Department of Business Management, University of Johannesburg, Johannesburg, South Africa, ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-2362-8496>, e-mail: gmuridzi@uj.ac.za

The object of this research is the implementation of Internet of Things (IoT) and its effect on organizational performance for Small and Medium Enterprises (SMEs) in emerging economies. SMEs in emerging economies are faced with low level of performance due to technological constraint, inadequate skilled human resource, lower entrepreneurial capabilities and management systems, the deficiency of available information, inadequate use of Information Technology, poor quality products and lack of strategic long-term plans. Systematic literature reviews approach was used to discover, assess and synthesize findings of all relevant individual research on fourth industrial revolution (4IR), IoT, organization performance and SMEs topics. 461 articles were found, and 60 articles were used as sample of this study. Findings of this study established that implementation of IoT positively affects performance for SMEs in emerging economies. Results also shows that financial, technological, and operational risks are major risks faced by SMEs in implementing IoT technologies in emerging economies. The essence of the results is to contribute to current body of knowledge by giving interesting insights in the form of a framework on how IoT technologies can be applied in enhancing SMEs performance in emerging economies. This is achieved by making SMEs aware of its potential benefit by providing some knowledge on securing financial resources, and ability to analyze external environment, and to shed more light on the benefits and opportunities that these new tools offer and how it can subsequently improve organization performance for SMEs. Most articles used systematic literature review were from developed economies as there was limited literature which speaks about IoT and SMEs performance in emerging economies. The study therefore focused on IoT and how it can improve SMEs' organizational performance in emerging economies.

Keywords: Internet of Things, organization performance, small and medium enterprises, emerging economies.

References

- Joo, H.-Y., Min, H. (2022). Assessing the impacts of government environmental policies on the small and medium-sized firm's performances in Korea and China. *Benchmarking: An International Journal*, 30 (7), 2275–2302. doi: <https://doi.org/10.1108/bij-12-2021-0754>
- Singh, K., Rastogi, S. (2022). Corporate governance and financial performance: evidence from listed SMEs in India. *Benchmarking: An International Journal*, 30 (4), 1400–1423. doi: <https://doi.org/10.1108/bij-09-2021-0570>
- Al-Awlaqi, M. A., Aamer, A. M. (2022). Individual entrepreneurial factors affecting adoption of circular business models: An empirical study on small businesses in a highly resource-constrained economy. *Journal of Cleaner Production*, 379, 134736. doi: <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2022.134736>
- Hameed, M. A., Counsell, S., Swift, S. (2012). A conceptual model for the process of IT innovation adoption in organizations. *Journal of Engineering and Technology Management*, 29 (3), 358–390. doi: <https://doi.org/10.1016/j.jengtecman.2012.03.007>
- Chiun Lo, M., Chai Wang, Y., Justin Wah Constance, R., Ramayah, T. (2016). The critical success factors for organizational performance of SMEs in Malaysia: a partial least squares approach. *Review of Business Management*, 18 (61), 370–391. doi: <https://doi.org/10.7819/rbgn.v18i61.3058>
- Molla, A., Licker, P. S. (2005). eCommerce adoption in developing countries: a model and instrument. *Information & Management*, 42 (6), 877–899. doi: <https://doi.org/10.1016/j.im.2004.09.002>
- Tan, J., Tyler, K., Manica, A. (2007). Business-to-business adoption of eCommerce in China. *Information & Management*, 44 (3), 332–351. doi: <https://doi.org/10.1016/j.im.2007.04.001>
- Herzallah, F., Mukhtar, M. (2015). Organization Information Ecology and E-Commerce Adoption: Effect on Organizational SMEs Performance. *Journal of Computer Science*, 11 (3), 540–551. doi: <https://doi.org/10.3844/jcsp.2015.540.551>
- Tamvada, J. P., Narula, S., Audretsch, D., Puppala, H., Kumar, A. (2022). Adopting new technology is a distant dream? The risks of implementing Industry 4.0 in emerging economy SMEs. *Technological Forecasting and Social Change*, 185, 122088. doi: <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2022.122088>
- Adamashvili, N., State, R., Tricase, C., Fiore, M. (2021). Blockchain-Based Wine Supply Chain for the Industry Advancement. *Sustainability*, 13 (23), 13070. doi: <https://doi.org/10.3390/su132313070>
- Ciruela-Lorenzo, A. M., Del-Aguila-Obra, A. R., Padilla-Meléndez, A., Plaza-Angulo, J. J. (2020). Digitalization of Agri-Cooperatives in the Smart Agriculture Context. Proposal of a Digital Diagnosis Tool. *Sustainability*, 12 (4), 1325. doi: <https://doi.org/10.3390/su12041325>
- Contò, F., Vrontis, D., Fiore, M., Thrassou, A. (2014). Strengthening regional identities and culture through wine industry cross border collaboration. *British Food Journal*, 116 (11), 1788–1807. doi: <https://doi.org/10.1108/bfj-02-2014-0075>
- Gallo, C., Contò, F., Fiore, M. (2014). A Neural Network Model for Forecasting CO₂ Emission. *Agris on-line Papers in Economics and Informatics*, 6 (2). Available at: https://www.researchgate.net/publication/263238664_A_Neural_Network_Model_for_Forecasting_CO2_Emission
- Hoffman, D. L., Novak, T. P. (2017). Consumer and Object Experience in the Internet of Things: An Assemblage Theory Approach. *Journal of Consumer Research*, 44 (6), 1178–1204. doi: <https://doi.org/10.1093/jcr/ucx105>
- Szopik-Depczyńska, K., Cheba, K. (2021). The impact of Internet on marketing activity in R&D departments in Poland. *Procedia Computer Science*, 192, 5030–5038. doi: <https://doi.org/10.1016/j.procs.2021.09.281>
- Mohamed, E. (2020). The Relation of Artificial Intelligence with Internet of Things: A survey. *Journal of Cybersecurity and Information Management*, 1 (1), 30–34. doi: <https://doi.org/10.5281/zenodo.3686810>
- Purwanto, H., Hurriyati, R., Dirgantari, P. D. (2021). The Role of the Internet of Things (IoT) in Business and Marketing Areas: A Systematic Literature Review Using the Bibliometric Analysis Approach. *Advances in Economics, Business and Management Research*. doi: <https://doi.org/10.2991/aebmr.k.210831.066>
- Abrokwah-Larbi, K., Awuku-Larbi, Y. (2023). The impact of artificial intelligence in marketing on the performance of business organizations: evidence from SMEs in an emerging economy. *Journal of Entrepreneurship in Emerging Economies*. doi: <https://doi.org/10.1108/jee-07-2022-0207>
- Lo, M. C., Abang Azlan, M., Ramayah, T., Wang, Y. C. (2015). Examining the Effects of Leadership, Market Orientation and Leader Member Exchange (LMX) on Organisational Performance. *Engineering Economics*, 26 (4), 409–421. doi: <https://doi.org/10.5755/j01.ee.26.4.7656>
- Griffin, K. (2003). Economic Globalization and Institutions of Global Governance. *Development and Change*, 34 (5), 789–808. doi: <https://doi.org/10.1111/j.1467-7660.2003.00329.x>
- Kaplan, R. S., Norton, D. P. (2004). *2 Putting the Balanced Scorecard to Work 19 Measuring the Strategic Readiness of Intangible Assets 35 Using the Balanced Scorecard as a Strategic Management System 49 Having Trouble with Your Strategy? Then Map It Focusing Your Organization on Strategy-with the Balanced Scorecard*. Available at: https://www.academia.edu/23176584/2_Putting_the_Balanced_Scorecard_to_Work_19_Measuring_the_Strategic_Readiness_of_Intangible_Assets_35_Using_the_Balanced_Scorecard_as_a_Strategic_Management_System_49_Having_Trouble_with_Your_Strategy_Then_Map_It
- Simon, A., Bartle, C., Stockport, G., Smith, B., Klobas, J. E., Sohal, A. (2015). Business leaders' views on the importance of strategic and

- dynamic capabilities for successful financial and non-financial business performance. *International Journal of Productivity and Performance Management*, 64 (7), 908–931. doi: <https://doi.org/10.1108/ijppm-05-2014-0078>
23. Ho, T. C. F., Ahmad, N. H., Ramayah, T. (2016). Competitive Capabilities and Business Performance among Manufacturing SMEs: Evidence from an Emerging Economy, Malaysia. *Journal of Asia-Pacific Business*, 17 (1), 37–58. doi: <https://doi.org/10.1080/10599231.2016.1129263>
 24. Chen, J.-S., Hung Tai Tsou, Huang, A. Y.-H. (2009). Service Delivery Innovation. *Journal of Service Research*, 12 (1), 36–55. doi: <https://doi.org/10.1177/1094670509338619>
 25. Prieto, I. M., Revilla, E. (2006). Learning capability and business performance: a non-financial and financial assessment. *The Learning Organization*, 13 (2), 166–185. doi: <https://doi.org/10.1108/09696470610645494>
 26. Manoel, J., da Silva, J. F., da Rocha, A., da Rocha Dib, L. A. (2007). Building a Better Measure of Business Performance. *RAC-Eletrônica*, 1 (2), 114–135. Available at: https://www.researchgate.net/publication/26503695_Building_a_Better_Measure_of_Business_Performance
 27. Kaplan, A., Haenlein, M. (2019). Siri, Siri, in my hand: Who's the fairest in the land? On the interpretations, illustrations, and implications of artificial intelligence. *Business Horizons*, 62 (1), 15–25. doi: <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2018.08.004>
 28. Bhatiasevi, V., Naglis, M. (2018). Elucidating the determinants of business intelligence adoption and organizational performance. *Information Development*, 36 (1), 78–96. doi: <https://doi.org/10.1177/0266666918811394>
 29. Mehralian, G., Nazari, J. A., Nooriparto, G., Rasekh, H. R. (2017). TQM and organizational performance using the balanced scorecard approach. *International Journal of Productivity and Performance Management*, 66 (1), 111–125. doi: <https://doi.org/10.1108/ijppm-08-2015-0114>
 30. Aksoy, H. (2017). How do innovation culture, marketing innovation and product innovation affect the market performance of small and medium-sized enterprises (SMEs)? *Technology in Society*, 51, 133–141. doi: <https://doi.org/10.1016/j.techsoc.2017.08.005>
 31. Ch'ng, P.-C., Cheah, J., Amran, A. (2021). Eco-innovation practices and sustainable business performance: The moderating effect of market turbulence in the Malaysian technology industry. *Journal of Cleaner Production*, 124556. doi: <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2020.124556>
 32. Sok, P., O'Cass, A., Sok, K. M. (2013). Achieving Superior SME Performance: Overarching Role of Marketing, Innovation, and Learning Capabilities. *Australasian Marketing Journal*, 21 (3), 161–167. doi: <https://doi.org/10.1016/j.ausmj.2013.04.001>
 33. Mansour, H., Aminudin, E., Mansour, T., Adiana Binti Abidin, N. I., Lou, E. (2022). Resource-Based View in Construction Project Management Research: A Meta-Analysis. *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science*, 1067 (1), 012057. doi: <https://doi.org/10.1088/1755-1315/1067/1/012057>
 34. Bhandari, K. R., Ranta, M., Salo, J. (2022). The resource-based view, stakeholder capitalism, ESG, and sustainable competitive advantage: The firm's embeddedness into ecology, society, and governance. *Business Strategy and the Environment*, 31 (4), 1525–1537. doi: <https://doi.org/10.1002/bse.2967>
 35. Sarath Kumar Boddu, R., Santoki, A. A., Khurana, S., Vitthal Koli, P., Rai, R., Agrawal, A. (2022). An analysis to understand the role of machine learning, robotics and artificial intelligence in digital marketing. *Materials Today: Proceedings*, 56, 2288–2292. doi: <https://doi.org/10.1016/j.matpr.2021.11.637>
 36. Barney, J. B., Ketchen, D. J., Wright, M. (2011). The Future of Resource-Based Theory. *Journal of Management*, 37 (5), 1299–1315. doi: <https://doi.org/10.1177/0149206310391805>
 37. Lee, Y., Wanta, W., Lee, H. (2015). Resource-Based Public Relations Efforts for University Reputation from an Agenda-Building and Agenda-Setting Perspective. *Corporate Reputation Review*, 18 (3), 195–209. doi: <https://doi.org/10.1057/crr.2015.6>
 38. Ofori, D., Appiah-Nimo, C. (2021). Relationship Management, Competitive Advantage and Performance of Hotels: A Resource-Based View. *Journal of African Business*, 23 (3), 712–730. doi: <https://doi.org/10.1080/15228916.2021.1924573>
 39. Peteraf, M. A. (1993). The cornerstones of competitive advantage: A resource-based view. *Strategic Management Journal*, 14 (3), 179–191. doi: <https://doi.org/10.1002/smj.4250140303>
 40. Hansson, J., Eriksson, H. (2002). The impact of TQM on financial performance. *Measuring Business Excellence*, 6 (4), 44–54. doi: <https://doi.org/10.1108/13683040210451714>
 41. Saraswat, P., Agrawal, R., Meena, M. L. (2021). An Analysis of Critical Success Factors Using Analytical Hierarchy Process for Implementation of Lean with Industry 4.0 in SMEs. *Lecture Notes in Mechanical Engineering. Springer Science and Business Media Deutschland GmbH*, 255–262. doi: https://doi.org/10.1007/978-981-16-3033-0_24
 42. Khrais, L. T., Alghamdi, A. M. (2022). Factors That Affect Digital Innovation Sustainability among SMEs in the Middle East Region. *Sustainability*, 14 (14), 8585. doi: <https://doi.org/10.3390/su14148585>
 43. Gunasekaran, A., Ngai, E. W. T. (2004). Build-to-order supply chain management: a literature review and framework for development. *Journal of Operations Management*, 23 (5), 423–451. doi: <https://doi.org/10.1016/j.jom.2004.10.005>
 44. Belekoukias, I., Garza-Reyes, J. A., Kumar, V. (2014). The impact of lean methods and tools on the operational performance of manufacturing organisations. *International Journal of Production Research*, 52 (18), 5346–5366. doi: <https://doi.org/10.1080/00207543.2014.903348>
 45. Al-Dhaafri, H. S., Al-Swidi, A. K., Yusoff, R. Z. B. (2016). The mediating role of TQM and organizational excellence, and the moderating effect of entrepreneurial organizational culture on the relationship between ERP and organizational performance. *The TQM Journal*, 28 (6), 991–1011. doi: <https://doi.org/10.1108/tqm-04-2014-0040>
 46. Gunasekaran, A., Papadopoulos, T., Dubey, R., Wamba, S. F., Childe, S. J., Hazen, B., Akter, S. (2017). Big data and predictive analytics for supply chain and organizational performance. *Journal of Business Research*, 70, 308–317. doi: <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2016.08.004>
 47. Alshamaila, Y., Papagiannidis, S., Li, F. (2013). Cloud computing adoption by SMEs in the north east of England. *Journal of Enterprise Information Management*, 26 (3), 250–275. doi: <https://doi.org/10.1108/17410391311325225>
 48. Wu, C., Monfort, A. (2022). Role of artificial intelligence in marketing strategies and performance. *Psychology & Marketing*, 40 (3), 484–496. doi: <https://doi.org/10.1002/mar.21737>
 49. Lin, W.-R., Wang, Y.-H., Hung, Y.-M. (2020). Analyzing the factors influencing adoption intention of internet banking: Applying DEMATEL-ANP-SEM approach. *PLOS ONE*, 15 (2), e0227852. doi: <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0227852>
 50. Kolberg, D., Zühlke, D. (2015). Lean Automation enabled by Industry 4.0 Technologies. *IFAC-PapersOnLine*, 48 (3), 1870–1875. doi: <https://doi.org/10.1016/j.ifacol.2015.06.359>
 51. Wollschlaeger, M., Sauter, T., Jasperneite, J. (2017). The future of industrial communication: Automation networks in the era of the internet of things and industry 4.0. *IEEE Industrial Electronics Magazine*, 11 (1), 17–27. doi: <https://doi.org/10.1109/mie.2017.2649104>
 52. Trainor, K. J., Rapp, A., Beitelspacher, L. S., Schillewaert, N. (2011). Integrating information technology and marketing: An examination of the drivers and outcomes of e-Marketing capability. *Industrial Marketing Management*, 40 (1), 162–174. doi: <https://doi.org/10.1016/j.indmarman.2010.05.001>

53. Zhou, K. Z., Li, C. B. (2010). How strategic orientations influence the building of dynamic capability in emerging economies. *Journal of Business Research*, 63 (3), 224–231. doi: <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2009.03.003>
54. Grinstein, A. (2008). The relationships between market orientation and alternative strategic orientations. *European Journal of Marketing*, 42 (1/2), 115–134. doi: <https://doi.org/10.1108/03090560810840934>
55. Demirbag, M., Tatoglu, E., Tekinkus, M., Zaim, S. (2006). An analysis of the relationship between TQM implementation and organizational performance. *Journal of Manufacturing Technology Management*, 17 (6), 829–847. doi: <https://doi.org/10.1108/17410380610678828>
56. Fotopoulos, C. V., Psomas, E. L. (2010). The structural relationships between TQM factors and organizational performance. *The TQM Journal*, 22 (5), 539–552. doi: <https://doi.org/10.1108/17542731011072874>
57. Sommer, L. (2015). Industrial revolution – industry 4.0: Are German manufacturing SMEs the first victims of this revolution? *Journal of Industrial Engineering and Management*, 8 (5), 1512–1532. doi: <https://doi.org/10.3926/jiem.1470>
58. Ghanbari, A., Laya, A., Alonso-Zarate, J., Markendahl, J. (2017). Business Development in the Internet of Things: A Matter of Vertical Cooperation. *IEEE Communications Magazine*, 55 (2), 135–141. doi: <https://doi.org/10.1109/mcom.2017.1600596cm>
59. Piccarozzi, M., Aquilani, B., Gatti, C. (2018). Industry 4.0 in Management Studies: A Systematic Literature Review. *Sustainability*, 10 (10), 3821. doi: <https://doi.org/10.3390/su10103821>
60. Ben-Daya, M., Hassini, E., Bahroun, Z. (2017). Internet of things and supply chain management: a literature review. *International Journal of Production Research*, 57 (15-16), 4719–4742. doi: <https://doi.org/10.1080/00207543.2017.1402140>
61. Müller, J. M., Voigt, K.-I. (2018). Sustainable Industrial Value Creation in SMEs: A Comparison between Industry 4.0 and Made in China 2025. *International Journal of Precision Engineering and Manufacturing-Green Technology*, 5 (5), 659–670. doi: <https://doi.org/10.1007/s40684-018-0056-z>
62. Stock, T., Obenaus, M., Kunz, S., Kohl, H. (2018). Industry 4.0 as enabler for a sustainable development: A qualitative assessment of its ecological and social potential. *Process Safety and Environmental Protection*, 118, 254–267. doi: <https://doi.org/10.1016/j.psep.2018.06.026>
63. Mittal, S., Khan, M. A., Romero, D., Wuest, T. (2018). A critical review of smart manufacturing & Industry 4.0 maturity models: Implications for small and medium-sized enterprises (SMEs). *Journal of Manufacturing Systems*, 49, 194–214. doi: <https://doi.org/10.1016/j.jmsy.2018.10.005>
64. Ganzarain, J., Errasti, N. (2016). Three stage maturity model in SME's toward industry 4.0. *Journal of Industrial Engineering and Management*, 9 (5), 1119–1128. doi: <https://doi.org/10.3926/jiem.2073>
65. Horváth, D., Szabó, R. Zs. (2019). Driving forces and barriers of Industry 4.0: Do multinational and small and medium-sized companies have equal opportunities? *Technological Forecasting and Social Change*, 146, 119–132. doi: <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2019.05.021>
66. Rawashdeh, A., Rawashdeh, B. S. (2023). The effect cloud accounting adoption on organizational performance in SMEs. *International Journal of Data and Network Science*, 7 (1), 411–424. doi: <https://doi.org/10.5267/j.ijdns.2022.9.005>
67. Chen, Y.-Y. K., Jaw, Y.-L., Wu, B.-L. (2016). Effect of digital transformation on organisational performance of SMEs. *Internet Research*, 26 (1), 186–212. doi: <https://doi.org/10.1108/intr-12-2013-0265>
68. Hinings, B., Gegenhuber, T., Greenwood, R. (2018). Digital innovation and transformation: An institutional perspective. *Information and Organization*, 28 (1), 52–61. doi: <https://doi.org/10.1016/j.infoandorg.2018.02.004>
69. Peter, M. K., Kraft, C., Lindeque, J. (2020). Strategic action fields of digital transformation: An exploration of the strategic action fields of Swiss SMEs and large enterprises. *Journal of Strategy and Management*, 13 (1), 160–180. doi: <https://doi.org/10.1108/jisma-05-2019-0070>
70. Vial, G. (2019). Understanding digital transformation: A review and a research agenda. *The Journal of Strategic Information Systems*, 28 (2), 118–144. doi: <https://doi.org/10.1016/j.jsis.2019.01.003>
71. Georgescu, A., Peter, M. K., Avasilcai, S. (2022). A business ecosystem framework for SME development through associative and non-associative business structures in the digital age. *Cogent Business & Management*, 9 (1). doi: <https://doi.org/10.1080/23311975.2022.2143310>
72. Nieto, M. J., Santamara, L. (2010). Technological Collaboration: Bridging the Innovation Gap between Small and Large Firms. *Journal of Small Business Management*, 48 (1), 44–69. doi: <https://doi.org/10.1111/j.1540-627x.2009.00286.x>
73. Lasi, H., Fettke, P., Kemper, H.-G., Feld, T., Hoffmann, M. (2014). Industry 4.0. *Business & Information Systems Engineering*, 6 (4), 239–242. doi: <https://doi.org/10.1007/s12599-014-0334-4>
74. Sanders, A., Elangeswaran, C., Wulfsberg, J. (2016). Industry 4.0 implies lean manufacturing: Research activities in industry 4.0 function as enablers for lean manufacturing. *Journal of Industrial Engineering and Management*, 9 (3), 811–833. doi: <https://doi.org/10.3926/jiem.1940>
75. Ainin, S., Naqshbandi, M. M., Dezdar, S. (2015). Impact of adoption of Green IT practices on organizational performance. *Quality & Quantity*, 50 (5), 1929–1948. doi: <https://doi.org/10.1007/s11135-015-0244-7>
76. Mukherjee, S., Baral, M. M., Chittipaka, V., Nagariya, R., Patel, B. S. (2023). Achieving organizational performance by integrating industrial Internet of things in the SMEs: a developing country perspective. *The TQM Journal*. doi: <https://doi.org/10.1108/tqm-07-2022-0221>

DOI: 10.15587/2706-5448.2023.292555

AN INVESTIGATION INTO THE FINANCIAL CHALLENGES AFFECTING THE SUCCESS OF ENTREPRENEURS IN SOUTH AFRICA

pages 36–44

Eugine Nkwonika, Doctor of Business Administration, Johannesburg Business School, University of Johannesburg, Johannesburg, South Africa, ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-7626-4051>

Olawale Olufemi Akinrinde, PhD, Postdoctoral Research Fellow, Johannesburg Business School, University of Johannesburg, Johannesburg, South Africa, e-mail: oakinrinde@uj.ac.za, ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-7350-2376>

The object of this study is the financial difficulties that impacted the success of business owners in Hatfield, Gauteng province, South Africa. Compared to a global failure rate of 50 %, five out of every seven entrepreneurs in Hatfield, South Africa fail during the first year of operation. This study aimed at looking into the relationship between entrepreneur failure and financial literacy. The methodology employed in this study is interpretive philosophy-based qualitative research. An ethnographic research technique was also used to analyze the current economic condition of business owners in Hatfield. The population was sampled using non-probability purposive sampling techniques. Semi-structured interviews were used to gather the study's leading source of data. The primary research results are thematically examined while also considering the secondary sources. Eliminating financial and liquidity constraints was listed as a goal of financial literacy. Findings garnered revealed that financial, liquidity

and credit restrictions are the primary causes of business failures in Hatfield. The lack of financial resources for new businesses in Hatfield, as revealed, prompted several liquidity issues in Hatfield, and further lowers the growth rate of Hatfield businesses. It was discovered that Hatfield's entrepreneurs usually experienced premature failure due to inadequate financial education and training. Impliedly, Hatfield business owners possessed poor cash management, defaulting on loan payments due to lack of financial education. Conversely, only few entrepreneurs and business owners in Hatfield, South Africa possess financial literacy competence with the necessary skills needed to better analyze their financial statements appropriately and increase profitability of their business. The practical implication of this finding is that, most entrepreneurs have high possibility to experience premature business liquidity when they have low or no financial literacy.

Keywords: financial constraints, liquidity constraints, entrepreneurs, financial literacy, entrepreneurship, innovation.

References

- Akoh, E. I. (2023). *Social entrepreneurship as a tool for sustainable development in the townships in KwaZulu-Natal province*. doi: <https://doi.org/10.51415/10321/4826>
- Anwar, M., Shah, S. Z. A. (2020). Entrepreneurial orientation and generic competitive strategies for emerging SMEs: Financial and nonfinancial performance perspective. *Journal of Public Affairs*, 21 (1). doi: <https://doi.org/10.1002/pa.2125>
- Urbano, D., Audretsch, D., Aparicio, S., Noguera, M. (2019). Does entrepreneurial activity matter for economic growth in developing countries? The role of the institutional environment. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 16 (3), 1065–1099. doi: <https://doi.org/10.1007/s11365-019-00621-5>
- Igwe, P. A., Odunukan, K., Rahman, M., Rugara, D. G., Ochinanwata, C. (2020). How entrepreneurship ecosystem influences the development of frugal innovation and informal entrepreneurship. *Thunderbird International Business Review*, 62 (5), 475–488. doi: <https://doi.org/10.1002/tie.22157>
- Cantner, U., Cunningham, J. A., Lehmann, E. E., Menter, M. (2020). Entrepreneurial ecosystems: a dynamic lifecycle model. *Small Business Economics*, 57 (1), 407–423. doi: <https://doi.org/10.1007/s11187-020-00316-0>
- Adeola, O., Gyimah, P., Appiah, K. O., Lussier, R. N. (2021). Can critical success factors of small businesses in emerging markets advance UN Sustainable Development Goals? *World Journal of Entrepreneurship, Management and Sustainable Development*, 17 (1), 85–105. doi: <https://doi.org/10.1108/wjemsd-09-2019-0072>
- Burlea-Schiopoiu, A., Mihai, L. S. (2019). An Integrated Framework on the Sustainability of SMEs. *Sustainability*, 11 (21), 6026. doi: <https://doi.org/10.3390/su11216026>
- Guerrero, M., Liñán, F., Cáceres-Carrasco, F. R. (2020). The influence of ecosystems on the entrepreneurship process: a comparison across developed and developing economies. *Small Business Economics*, 57 (4), 1733–1759. doi: <https://doi.org/10.1007/s11187-020-00392-2>
- Liguori, E. W., Pittz, T. G. (2020). Strategies for small business: Surviving and thriving in the era of COVID-19. *Journal of the International Council for Small Business*, 1 (2), 106–110. doi: <https://doi.org/10.1080/26437015.2020.1779538>
- Foucrier, T., Wiek, A. (2019). A Process-Oriented Framework of Competencies for Sustainability Entrepreneurship. *Sustainability*, 11 (24), 7250. doi: <https://doi.org/10.3390/su11247250>
- Wadesango, N., Tinarwo, N., Sitcha, L., Machingambi, S. (2019). The impact of cash flow management on the profitability and sustainability of small to medium-sized enterprises. *International Journal of Entrepreneurship*, 23 (3), 1–19.
- Zeidy, I. A. (2020). The economic impact of covid-19 on micro, small, and medium enterprises (MSMEs) in Africa and policy options for mitigation. *Common Market for Eastern and Southern Africa*. Nairobi, 16.
- Bakhtiari, S., Breunig, R., Magnani, L., Zhang, J. (2020). Financial Constraints and Small and Medium Enterprises: A Review. *Economic Record*, 96 (315), 506–523. doi: <https://doi.org/10.1111/1475-4932.12560>
- Chirume, E., Kaseke, N. (2020). Impact of COVID-19 on small and medium-sized enterprises (SMEs) in Chinhoyi, Zimbabwe. *International Journal of Business, Economics, and Law*, 23 (1), 101–110.
- Madzikanda, B., Li, C., Dabuo, F. T. (2021). Barriers to development of entrepreneurial ecosystems and economic performance in Southern Africa. *African Journal of Science, Technology, Innovation and Development*, 14 (4), 936–946. doi: <https://doi.org/10.1080/20421338.2021.1918316>
- Chiappini, R., Montmartin, B., Pommet, S., Demaria, S. (2022). Can direct innovation subsidies relax SMEs' financial constraints? *Research Policy*, 51 (5), 104493. doi: <https://doi.org/10.1016/j.respol.2022.104493>
- Rens, V., Iwu, C. G., Tengeh, R. K., Esambe, E. E. (2021). SMEs, Economic Growth, and Business Incubation Conundrum in South Africa. A Literature Appraisal. *Journal of Management and Research*, 8 (2), 214–251. doi: <https://doi.org/10.29145/jmr/82/08>
- Demirel, P., Danisman, G. O. (2019). Eco-innovation and firm growth in the circular economy: Evidence from European small- and medium-sized enterprises. *Business Strategy and the Environment*, 28 (8), 1608–1618. doi: <https://doi.org/10.1002/bse.2336>
- Neumeyer, X., Santos, S. C., Morris, M. H. (2021). Overcoming Barriers to Technology Adoption When Fostering Entrepreneurship Among the Poor: The Role of Technology and Digital Literacy. *IEEE Transactions on Engineering Management*, 68 (6), 1605–1618. doi: <https://doi.org/10.1109/tem.2020.2989740>
- Islam, M. A., Igwe, P. A., Rahman, M., Saif, A. N. M. (2021). Remote working challenges and solutions: insights from SMEs in Bangladesh during the COVID-19 pandemic. *International Journal of Quality and Innovation*, 5 (2), 119–140. doi: <https://doi.org/10.1504/ijqi.2021.117186>
- Pu, G., Qamruzzaman, Md., Mehta, A. M., Naqvi, F. N., Karim, S. (2021). Innovative Finance, Technological Adaptation and SMEs Sustainability: The Mediating Role of Government Support during COVID-19 Pandemic. *Sustainability*, 13 (16), 9218. doi: <https://doi.org/10.3390/su13169218>
- Menne, F., Surya, B., Yusuf, M., Suriani, S., Ruslan, M., Iskandar, I. (2022). Optimizing the Financial Performance of SMEs Based on Sharia Economy: Perspective of Economic Business Sustainability and Open Innovation. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 8 (1), 18. doi: <https://doi.org/10.3390/joitmc8010018>
- Van Song, N., Mai, T. T. H., Thuan, T. D., Van Tien, D., Phuong, N. T. M., Van Ha, T. et al. (2022). SME financing role in developing business environment and economic growth: empirical evidences from technical SMEs in Vietnam. *Environmental Science and Pollution Research*, 29 (35), 53540–53552. doi: <https://doi.org/10.1007/s11356-022-19528-w>
- Lyons, A. C., Kass-Hanna, J. (2021). A methodological overview to defining and measuring «digital» financial literacy. *Financial planning review*, 4 (2). doi: <https://doi.org/10.1002/cfp2.1113>
- Kiyabo, K., Isaga, N. (2020). Entrepreneurial orientation, competitive advantage, and SMEs' performance: application of firm growth and personal wealth measures. *Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 9 (1). doi: <https://doi.org/10.1186/s13731-020-00123-7>
- Prasanna, R., Jayasundara, J., Naradda Gamage, S. K., Ekanayake, E., Rajapakshe, P., Abeyrathne, G. (2019). Sustainability of SMEs in the Competition: A Systemic Review on Technological Challenges and SME Performance. *Journal of Open Innovation: Technology*,

Market, and Complexity, 5 (4), 100. doi: <https://doi.org/10.3390/joitmc5040100>

27. Cueto, L. J., Frisnedi, A. F. D., Collera, R. B., Batac, K. I. T., Agaton, C. B. (2022). Digital Innovations in MSMEs during Economic Disruptions: Experiences and Challenges of Young Entrepreneurs. *Administrative Sciences*, 12 (1), 8. doi: <https://doi.org/10.3390/admsci12010008>
28. Wolf, T., Kuttner, M., Feldbauer-Durstmüller, B., Mitter, C. (2020). What we know about management accountants' changing identities and roles – a systematic literature review. *Journal of Accounting & Organizational Change*, 16 (3), 311–347. doi: <https://doi.org/10.1108/jaoc-02-2019-0025>
29. Usama, K. M., Yusoff, W. F. (2019). The impact of financial literacy on business performance. *International Journal of Research and Innovation in Social Science*, 3 (10), 84–91.
30. Balen, J., Nojeem, L., Bitala, W., Junta, U., Browndi, I. (2023). Essential Determinants for Assessing the Strategic Agility Framework in Small and Medium-sized Enterprises (SMEs). *European Journal of Scientific and Applied Sciences*, 10 (2023), 2124–2129.
31. Klein, V. B., Todesco, J. L. (2021). COVID-19 crisis and SMEs responses: The role of digital transformation. *Knowledge and Process Management*, 28 (2), 117–133. doi: <https://doi.org/10.1002/kpm.1660>
32. Cooper, D. R., Schindler, P. S., Cooper, D. R., Schindler, P. S. (2012). *Business research methods*. McGraw-Hill Irwin.
33. Saunders, M., Lewis, P., Thornhill, A. (2012). *Research Methods for Business Students*. Pearson Education Limited.
34. Krippendorff, K. (2019). *Content analysis: An introduction to its methodology*. Sage publications. doi: <https://doi.org/10.4135/9781071878781>

DOI: 10.15587/2706-5448.2023.292812

SOCIAL INNOVATIONS IN THE COMPANY'S STRATEGIC GOALS: PECULIARITIES, CLASSIFICATION, EFFICIENCY EVALUATION

pages 45–50

Oleksandr Vostriakov, PhD, Associate Professor, Department of Management, Kyiv National University of Economics named after Vadym Hetman, Kyiv, Ukraine, ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-9030-6569>

Yevhenii Notevskiy, Postgraduate Student, Department of Management, Kyiv National University of Economics named after Vadym Hetman, Kyiv, Ukraine; Head of the Volunteer Staff of the Mykolaiv region, President of the Public Organization «Mykolaiv Regional Organization of Leaders of Youth Self-Government «Molod – maibutnie natsii», Mykolaiv, Ukraine, e-mail: evgeniynotevskiyenot@gmail.com, ORCID: <https://orcid.org/0009-0007-7000-5092>

The article is devoted to the features, classification and evaluation of the effectiveness of social innovations in the implementation of the company's strategic goals. The object of the study is the process of formation and implementation of social innovations in the company's activities. At the same time, the development of the concept of social innovations from the 19th century to the present is considered in detail. Special attention is paid to the interpretation of social innovations and strategic goals of the company in Ukrainian and foreign economic science. The research problem is the complexity of forming modern classifications and evaluating the effectiveness of social innovations in the company's strategic goals. The essence of the obtained results is the disclosure of the theoretical provisions of social innovations and strategic goals, the determination of approaches and methods for evaluating the effectiveness of social innovations, as well as the role of social innovations as a tool for

achieving the strategic goals of the enterprise. In the reasoned conclusions of the study, it is explained that the gradation of the results of the implementation of social innovations at the enterprise depending on the type (personal, economic, image and social) indicates that each of them has both positive and negative features; methods of evaluating the impact of innovations on the company's performance are shown. In particular, the assessment of the effectiveness of social innovations is also important because their implementation requires a lot additional efforts, which shifts the focus and can distract from solving important issues that are often urgent. The state of war, the destruction of the usual approaches to doing business, the loss of qualified management personnel, specialists in various processes does not allow to effectively find and implement innovations in the social, environmental and managerial components. All these aspects are considered in the context of the effective implementation of the company's strategic goals in the conditions of a dynamic transformational society, in which the research results can be used in practice.

Keywords: management, social innovation, strategic goals, performance evaluation, enterprise, dynamic transformational society, business structure.

References

1. Coe, R. D., Wilber, Ch. K. (1985). *Capitalism and Democracy: Schumpeter Revisited*. Notre Dame: University of Notre Dame Press, 460.
2. Boyko-Boychuk, L. V. (2009). «Social innovation» notion: types of definitions, examples of implementation. *Science and Innovations*, 3, 94–99.
3. Phills, J. A., Deiglmeier, K., Miller, D. T. (2008). Rediscovering Social Innovation. *Stanford Social Innovation Review*. Available at: https://ssir.org/articles/entry/rediscovering_social_innovation Last access: 29.11.2023
4. Wizja 2050. Innowacje społeczne. Podsumowanie prac grupy roboczej w 2013 r. (2013). PWC. Available at: https://www.pwc.pl/pl/doradztwo-csr/wizja-2050/assets/broszura_wizja_2050_pl_innowacje_spoleczne_podsumowanie.pdf Last access: 29.11.2023
5. Bui, Yu. V., Melnichenko, L. (2013). *Sotsialni innovatsiyi: ikh sutnist ta klasyfikatsiya*. Stratehiya pidpryyemstva: zmina paradyhmy upravlinnya ta innovatsiyi rishennya dlya biznesu. Available at: <https://www.slideshare.net/alegre380/3-bui> Last access: 29.11.2023
6. Theron, I. V. (2011). Sotsialni innovatsiyi u protsesakh modernizatsiyi sotsialno-trudovykh vidnosyn. *Scientific Works of the Kirovohrad National Technical University*, 20 (II), 57–66.
7. Zhaldak, G., Simchenko, N. (2012). Klasyfikatsiya innovatsiy ta yikh sotsialnyi pidvyd. *Ekonomichnyy analiz*, 10 (4), 92–95.
8. Shershnyova, Z. E. (2004). *Stratehichne upravlinnya*. Kyiv: KNEU, 699.
9. Nalivayko, A. P., Harashchenko, N. M., Prokhorova, E. V. (2016). *Stratehiya pidpryyemstva*. Kyiv: KNEU, 485.
10. Dees, G., Anderson, B. B., Wei-Skillern, J. (2004). Strategies for spreading social innovations. *Stanford Social Innovation Review*, 1, 23–32.
11. Kostevko, V. I. (2011). Metodolohichni pytannya otsynuyannya efektyvnosti innovatsiynoi diyal'nosti pidpryyemstva. *Visnyk Natsional'noho universytetu «Lvivska politekhnikha»*, 698, 66–73.
12. Kabachenko, D. V. (2019). Improving methods of efficiency assessment for enterprise development innovative projects. *Business Navigator*, 2, 63–70.
13. Yevtushenko, V. A. (2013). Otsinka korporatyvnoyi sotsial'noyi vidpovidal'nosti: metody, ob'yekty, pokaznyky. *Visnyk NTU «KPI»*. *Bulletin of NTU «KPI»*, 46 (1019), 53–63.
14. Buyan, O. A. (2012). Pidkhody do otsinky efektyvnosti korporatyvnoyi sotsial'noyi vidpovidal'nosti pidpryyemstva v Ukraini. *Visnyk Dnipropetrovskoho universytetu. Seriya «Ekonomika»*, 6, 159–165.
15. Mizhnarodnyy Standart «Sotsial'na vidpovidalnist» (SA8000) (2007). *Verkhovna Rada Ukrainy*. Available at: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/n0015697-07#Text> Last access: 29.11.2023

DOI: 10.15587/2706-5448.2023.292872

THE MITIGATING CONSEQUENCES OF PERCEIVED ORGANIZATIONAL SUPPORT ON THE INFLUENCE OF WORKER MORALE IN A DISTRIBUTED WORK LANDSCAPE

pages 51–57

Rentia van Heerden, Department of Business and Information Administration, Cape Peninsula University of Technology, Cape Town, South Africa, ORCID: <https://orcid.org/0009-0008-6843-619X>

Visvanathan Naicker, PhD, Professor, Department of Business and Information Administration, Cape Peninsula University of Technology, Cape Town, South Africa, e-mail: naickervi@cput.ac.za, ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-0478-1329>

The object of this research is the influence of a distributed work methodology on worker morale in the milieu of perceived organizational support. This paper aims to explore the influence of a distributed work methodology on worker morale in the milieu of perceived organizational support. One of the most challenging aspects of distributed work methodology is recognized and adapting to an unanticipated and novel work approach which is uncharted territory for many. During this research, a mixed methodology is used with a hypothetico-deductive approach, which enabled the testing of a working hypothesis through a sample in the administrative cadre in the public health sector, Cape Town, South Africa. As a result of the research, it is shown that mental health with continued well-being was confirmed as primarily well supported and mitigated by numerous organizational support incentives and therefore, work outcomes are found to be positively related to the influence of worker morale. As worker morale influences worker commitment and engagement levels, which has organizational behavior and productivity implications, it is clear from the findings that conceptualizing multi-dimensional well-being at work is vital to an in-depth comprehension of the relationship between living meaningfully and being content at work. Consequently, in terms of application, it befits management cadres to look at the evidence and ponder the best approach for the future of work. The supposition of a shifted and adapted management-subordinate control that relies primarily on the monitoring of remote outputs is supported, and therefore a proposed approach for future research should be focused on the role of organizational control in flexible work practices. More diverse sampling, representative of various corporate entities and inclusive of private entities, is recommended.

Keywords: COVID-19, distributed work, flexible work practices, morale, perceived organizational support, remote work.

References

1. WHO *Coronavirus Disease (COVID-19) Dashboard* (2020). World Health Organization. Available at: <https://covid19.who.int/> Last accessed: 14.04.2022
2. *Coronavirus disease (COVID-19) pandemic* (2021). World Health Organization. Available at: <https://covid19.who.int/> Last accessed: 02.10.2023
3. Palumbo, R. (2020). Let me go to the office! An investigation into the side effects of working from home on work-life balance. *International Journal of Public Sector Management*, 33 (6/7), 771–790. doi: <https://doi.org/10.1108/ijpsm-06-2020-0150>
4. Salem, I. E., Elkhwesky, Z., Ramkissoon, H. (2021). A content analysis for government's and hotels' response to COVID-19 pandemic in Egypt. *Tourism and Hospitality Research*, 22 (1), 42–59. doi: <https://doi.org/10.1177/14673584211002614>
5. Madero Gómez, S., Ortiz Mendoza, O. E., Ramírez, J., Olivás-Luján, M. R. (2020). Stress and myths related to the COVID-19 pandemic's effects on remote work. *Management Research: Journal of the Iberoamerican Academy of Management*, 18 (4), 401–420. doi: <https://doi.org/10.1108/mrjiam-06-2020-1065>
6. Deschênes, A.-A. (2023). Professional isolation and pandemic teleworkers' satisfaction and commitment: The role of perceived organizational and supervisor support. *European Review of Applied Psychology*, 73 (2), 100823. doi: <https://doi.org/10.1016/j.erap.2022.100823>
7. Leonardelli, G. J. (2022). Lessons from a crisis: Identity as a means of leading remote workforces effectively. *Organizational Dynamics*, 51 (2), 100886. doi: <https://doi.org/10.1016/j.orgdyn.2021.100886>
8. Fisher, C.; Chen, P. Y., Cooper, C. L. (Eds.) (2014). Conceptualizing and Measuring Wellbeing at Work. *Wellbeing: A Complete Reference Guide, Work and Wellbeing*. New York: John Wiley & Sons, 3, 9–34. doi: <https://doi.org/10.1002/9781118539415.wbwell018>
9. Matusik, J. G., Ferris, D. L., Johnson, R. E. (2022). The PCMT model of organizational support: An integrative review and reconciliation of the organizational support literature. *Journal of Applied Psychology*, 107 (3), 329–345. doi: <https://doi.org/10.1037/apl0000922>
10. Matusik, J. G., Poulton, E. C., Ferris, D. L., Johnson, R. E., Rodell, J. B. (2023). The PCMT model of organizational support: Scale development and theoretical application. *Journal of Applied Psychology*. doi: <https://doi.org/10.1037/apl0001110>
11. Bakker, A. B., Demerouti, E.; Cooper, C. L. (Ed.) (2014). *Job demands – resources theory*. Wellbeing. doi: <https://doi.org/10.1002/9781118539415.wbwell019>
12. Bakker, A. B., Demerouti, E., Sanz-Vergel, A. (2023). Job Demands-Resources Theory: Ten Years Later. *Annual Review of Organizational Psychology and Organizational Behavior*, 10 (1), 25–53. doi: <https://doi.org/10.1146/annurev-orgpsych-120920-053933>
13. Bakker, A. B., Demerouti, E. (2017). Job demands-resources theory: Taking stock and looking forward. *Journal of Occupational Health Psychology*, 22 (3), 273–285. doi: <https://doi.org/10.1037/ocp0000056>
14. Hackney, A., Yung, M., Somasundram, K. G., Nowrouzi-Kia, B., Oakman, J., Yazdani, A. (2022). Working in the digital economy: A systematic review of the impact of work from home arrangements on personal and organizational performance and productivity. *PLOS ONE*, 17 (10), e0274728. doi: <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0274728>
15. Norena-Chavez, D., Thalassinou, E. I. (2022). Transactional Leadership and Innovative Behavior as Factors Explaining Emotional Intelligence: A Mediating Effect. *Journal of Risk and Financial Management*, 15 (12), 545. doi: <https://doi.org/10.3390/jrfm15120545>
16. Norena-Chavez, D., Thalassinou, E. I. (2022). The mediation effect of entrepreneurial self efficacy in the relationship between entrepreneurial passion and leadership styles. *The New Digital Era: Other Emerging Risks and Opportunities*. Emerald Publishing Limited, 109, 99–125. doi: <https://doi.org/10.1108/s1569-37592022000109b007>
17. Mustajab, D., Bauw, A., Rasyid, A., Irawan, A., Akbar, M. A., Hamid, M. A. (2020). Working From Home Phenomenon As an Effort to Prevent COVID-19 Attacks and Its Impacts on Work Productivity. *TIJAB (The International Journal of Applied Business)*, 4 (1), 13. doi: <https://doi.org/10.20473/tjab.v4.i1.2020.13-21>
18. Weerasinghe, T. D., Jayawardana, A. K. L. (2019). Flex-Work and Work-Life Balance: Effects of Role Conflicts and Work-Life Support Organizational Culture. *Sri Lankan Journal of Management*, 49–76. doi: <https://doi.org/10.33939/sljm.24.02.03.2019>
19. Zerhouni, L. (2022). Effect of Flexible Work Arrangements on Employees' Well-being, Job Satisfaction, and Work Performance in Morocco: A Case Study. *MAS Journal of Applied Sciences*, 7 (2), 380–388. doi: <https://doi.org/10.52520/masjaps.v7i2id190>
20. Ferreira, A. I., Mach, M., Martinez, L. F., Miraglia, M. (2022). Sickness Presenteeism in the Aftermath of COVID-19: Is Presenteeism Remote-Work Behavior the New (Ab)normal? *Frontiers in Psychology*, 12. doi: <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2021.748053>

21. Hamouche, S. (2020). COVID-19 and employees' mental health: stressors, moderators and agenda for organizational actions. *Emerald Open Research*, 2, 15. doi: <https://doi.org/10.35241/emeraldopenres.13550.1>
22. Agba, M. S., Agba, A. O., Chukwurah, D. C. J. (2020). COVID-19 Pandemic and Workplace Adjustments/Decentralization: A Focus on Teleworking in the New Normal. *Brain. Broad research in artificial intelligence and neuroscience*, 11 (4), 185–200. doi: <https://doi.org/10.18662/brain/11.4/148>
23. Moyo, N., Bhappu, A. D., Bhebhe, M., Ncube, F. (2022). Perceived Risk of COVID-19 and Employee Decision-Making: How Psychological Distress during the Pandemic Increases Negative Performance Outcomes among Healthcare Workers. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 19 (11), 6762. doi: <https://doi.org/10.3390/ijerph19116762>
24. Costa, C., Teodoro, M., Mento, C., Giambò, F., Vitello, C., Italia, S., Fenga, C. (2022). Work Performance, Mood and Sleep Alterations in Home Office Workers during the COVID-19 Pandemic. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 19 (4), 1990. doi: <https://doi.org/10.3390/ijerph19041990>
25. Yu, J., Wu, Y. (2021). The Impact of Enforced Working from Home on Employee Job Satisfaction during COVID-19: An Event System Perspective. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 18 (24), 13207. doi: <https://doi.org/10.3390/ijerph182413207>
26. Pelissier, C., Paredes, J., Moulin, M., Bitot, T., Fakra, E., Fontana, L. (2021). Telework and Psychological Health in Hospital Staff during the First Wave of the COVID-19 Epidemic in France. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 18 (19), 10433. doi: <https://doi.org/10.3390/ijerph181910433>
27. Antonacopoulou, E. P., Georgiadou, A. (2021). Leading through social distancing: The future of work, corporations and leadership from home. *Gender, Work & Organization*, 28 (2), 749–767. doi: <https://doi.org/10.1111/gwao.12533>
28. Haar, J., Brougham, D. (2020). A teams approach towards job insecurity, perceived organisational support and cooperative norms: a moderated-mediation study of individual wellbeing. *The International Journal of Human Resource Management*, 33 (8), 1670–1695. doi: <https://doi.org/10.1080/09585192.2020.1837200>
29. Brunetto, Y., Farr-Wharton, B., Wankhade, P., Saccon, C., Xerri, M. (2022). Managing emotional labour: the importance of organisational support for managing police officers in England and Italy. *The International Journal of Human Resource Management*, 34 (4), 832–854. doi: <https://doi.org/10.1080/09585192.2022.2047755>
30. Eisenberger, R., Huntington, R., Hutchison, S., Sowa, D. (1986). Perceived organizational support. *Journal of Applied Psychology*, 71 (3), 500–507. doi: <https://doi.org/10.1037/0021-9010.71.3.500>
31. Nikhil, S., Arthi, J. (2018). Perceived organisational support and work engagement: mediation of psychological capital—a research agenda. *Journal of Strategic Human Resource Management*, 7 (1), 33–40.
32. Roemer, A., Harris, C. (2018). Perceived organisational support and well-being: The role of psychological capital as a mediator. *South African Journal of Industrial Psychology*, 44 (1). doi: <https://doi.org/10.4102/sajip.v44i0.1539>
33. Zhang, N., Xu, D., Li, J., Xu, Z. (2022). Effects of role overload, work engagement and perceived organisational support on nurses' job performance during the COVID-19 pandemic. *Journal of Nursing Management*, 30 (4), 901–912. doi: <https://doi.org/10.1111/jonm.13598>
34. Downes, R., Daellenbach, U., Donnelly, N. (2023). Remote control: Attitude monitoring and informal control in distributed teams. *Journal of Business Research*, 154, 113293. doi: <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2022.08.057>
35. Sitkin, S. B., Long, C. P., Cardinal, L. B. (2020). Assessing the Control Literature: Looking Back and Looking Forward. *Annual Review of Organizational Psychology and Organizational Behavior*, 7 (1), 339–368. doi: <https://doi.org/10.1146/annurev-orgpsych-012119-045321>
36. Raghuram, S. (2021). Remote work implications for organisational culture. *Work from home: multi-level perspectives on the new normal*. Emerald Publishing Limited, 147–163. doi: <https://doi.org/10.1108/978-1-80071-661-220210009>
37. Kalogiannidis, S. (2021). Impact of employee motivation on organizational performance. A scoping review paper for public sector. *The Strategic Journal of Business and Change Management*, 8 (3), 984–996. doi: <https://doi.org/10.61426/sjbc.v8i3.2064>
38. Mayastinasari, V. (2022). The Role of Work Ethics, Work Motivation, Job Satisfaction and Compensation on Police Performance in the Digital Era. *Universal Journal of Science and Technology*, 2 (1), 294–307.
39. Haris, N., Jamaluddin, J., Usman, E. (2023). The effect of organizational culture, competence and motivation on the SMEs performance in the Covid-19 post pandemic and digital era. *Journal of Industrial Engineering and Management Research*, 4 (1), 29–40.
40. Paschina, S. (2023). Trust in Management and Work Flexibility: A Quantitative Investigation of Modern Work Dynamics and their Impact on Organizational Performance. *European Research Studies Journal*, 26 (3), 184–196.
41. Onyekwelu, N. P., Monyei, E. F., Muogbo, U. S. (2022). Flexible Work Arrangements and Workplace Productivity: Examining The Nexus. *International Journal of Financial, Accounting, and Management*, 4 (3), 303–314. doi: <https://doi.org/10.35912/ijfam.v4i3.1059>
42. Popovici, V., Popovici, A. L. (2020). Remote work revolution: Current opportunities and challenges for organizations. *Ovidius University Annals: Economic Sciences Series*, 20, 468–472.
43. *Telework and ICT-based mobile work: Flexible working in the digital age* (2020). Eurofund. Available at: https://www.eurofound.europa.eu/sites/default/files/ef_publication/field_ef_document/ef19032en.pdf Last accessed: 12.08.2023
44. Galanti, T., Guidetti, G., Mazzei, E., Zappalà, S., Toscano, F. (2021). Work from home during the COVID-19 outbreak: the impact on employees' remote work productivity, engagement and stress. *Journal of Occupational and Environmental Medicine*, 63, e426–e432. doi: <https://doi.org/10.1097/jom.0000000000002236>
45. Kim, T., Mullins, L. B., Yoon, T. (2021). Supervision of Telework: A Key to Organizational Performance. *The American Review of Public Administration*, 51 (4), 263–277. doi: <https://doi.org/10.1177/0275074021992058>
46. Darouei, M., Pluut, H. (2021). Work from home today for a better tomorrow! How working from home influences work-family conflict and employees' start of the next workday. *Stress Health*, 37, 986–999. doi: <https://doi.org/10.1002/smi.3053>
47. Åkerblad, L., Seppänen-Järvelä, R., Haapakoski, K. (2020). Integrative Strategies in Mixed Methods Research. *Journal of Mixed Methods Research*, 15 (2), 152–170. doi: <https://doi.org/10.1177/1558689820957125>
48. Guetterman, T. C., Molina-Azorin, J. F., Fetters, M. D. (2020). Virtual Special Issue on «Integration in Mixed Methods Research». *Journal of Mixed Methods Research*, 14 (4), 430–435. doi: <https://doi.org/10.1177/1558689820956401>
49. Mukumbang, F. C. (2021). Retroductive Theorizing: A Contribution of Critical Realism to Mixed Methods Research. *Journal of Mixed Methods Research*, 17 (1), 93–114. doi: <https://doi.org/10.1177/15586898211049847>
50. Casula, M., Rangarajan, N., Shields, P. (2020). The potential of working hypotheses for deductive exploratory research. *Quality & Quantity*, 55 (5), 1703–1725. doi: <https://doi.org/10.1007/s11135-020-01072-9>
51. Van Zoonen, W., Sivunen, A. E. (2021). The impact of remote work and mediated communication frequency on isolation and psychologi-

- cal distress. *European Journal of Work and Organizational Psychology*, 31 (4), 610–621. doi: <https://doi.org/10.1080/1359432x.2021.2002299>
52. Daniels, R. A., Miller, L. A., Mian, M. Z., Black, S. (2022). One size does NOT fit all: Understanding differences in perceived organizational support during the COVID-19 pandemic. *Business and Society Review*, 127 (S1), 193–222. doi: <https://doi.org/10.1111/basr.12256>
53. Bal, P. M., Izak, M. (2020). Paradigms of Flexibility: A Systematic Review of Research on Workplace Flexibility. *European Management Review*, 18 (1), 37–50. doi: <https://doi.org/10.1111/emre.12423>
54. Errichiello, L., Pianese, T. (2019). Toward a theory on workplaces for smart workers. *Facilities*, 38 (3/4), 298–315. doi: <https://doi.org/10.1108/f-11-2018-0137>
55. Pianese, T., Errichiello, L., da Cunha, J. V. (2022). Organizational control in the context of remote working: A synthesis of empirical findings and a research agenda. *European Management Review*, 20 (2), 326–345. doi: <https://doi.org/10.1111/emre.12515>

DOI: 10.15587/2706-5448.2023.293263

ANALYSIS OF THE MARKETING IMPACT ON THE MARKET AND THE END USER OF VEGETABLE PRODUCTION

pages 58–62

Volodymyr Maistrenko, Postgraduate Student, Department of Marketing and International Trade, National University of Life and Environmental Sciences of Ukraine, Kyiv, Ukraine, ORCID: <https://orcid.org/0009-0004-0172-4905>, e-mail: maistr.ukr@gmail.com

The object of the research is the marketing impact on the market and end consumer of vegetable products. In the research process, a number of general scientific and special methods were used, in particular: system-structural analysis and synthesis as the main methodological tool, monographic and extrapolation.

The marketing influence on the market and the final consumer of vegetable growing products is disclosed. A marketing research of the vegetable market on the domestic and foreign markets was conducted, which is a necessary condition for the formation of an effective strategy and tactics for the development of marketing in this area. After all, the ratio of supply and demand in the vegetable market determines the movement of capital and the transfer of resources between industries and regions, affects the level and dynamics of prices and, therefore, is a key factor in the formation of producers' income. The development of new management methods and approaches convincingly demonstrates the need to implement marketing as one of the market tools capable of meeting the needs of the market and combining the interests of business entities. The development of new management methods and approaches convincingly demonstrates the need to implement marketing as one of the market tools capable of meeting the needs of the market and combining the interests of business entities. An important role is given to the factor of time and information. It has been proven that the quality and efficiency of the marketing system of the vegetable growing industry is ensured by

the scientific methodical development, the objectivity of quantitative and qualitative assessments, the creation and implementation of a rational system of evaluation and management of this system, as well as the level of the marketing organization.

The practical significance lies in the methodological substantiation and conceptualization of the role of marketing influence on the market and consumer of vegetable production.

Keywords: marketing, vegetable growing, marketing influence, vegetable market, consumer of vegetable products.

References

1. Balanovska, T. I. (2010). Upravlinnia marketynhovoii diialnistiu na ahroprodovolchomu rynku. *Naukovyi visnyk Natsionalnoho universytetu bioresursiv i pryrodokorystuvannia Ukrainy*, 154 (1), 368–373.
2. Vasylykov, V. H. (2017). *Orhanizatsiia i upravlinnia protsesamy vyrobnytstva*. Kyiv: KNEU, 503.
3. Gumeniuk, A., Garmatiuk, O. (2021). Formation of marketing strategy for integration of vegetable enterprises. *Intellect XXI*, 2, 2021. doi: <https://doi.org/10.32782/2415-8801/2021-2.4>
4. Yerankin, O. O. (2008). Osoblyvosti provedennia marketynhovykh doslidzhen sub'iektamy ahrobiznesu Ukrainy v suchasnykh umovakh. *Ekonomika APK*, 2, 16–21.
5. Kalleya, C., Azzahri, E. F., Sanjaya, A. N., Purnomo, A., Javandira, C., Rosyidah, E., Herman, R. T.; Mursitama, T. N., Utama, D. N., Abrori, S. A. (Eds.) (2023). Agricultural marketing research: A retrospective of domain and knowledge structure. *E3S Web of Conferences*. Vol. 426. EDP Sciences, 01071. doi: <https://doi.org/10.1051/e3sconf/202342601071>
6. Krykavskiy, Ye. V. (2017). Efektyvnist i rezultatyvnist v upravlinni lantsiuhamy postavok. *Lohistyka problemy i rishennia*, 1, 16–21.
7. Putri, F. P., Yuliasih, I. (2022). Effectiveness and efficiency improvement strategy of apple agroindustry supply chain management. *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science*, 1063 (1), 012028. doi: <https://doi.org/10.1088/1755-1315/1063/1/012028>
8. Lohosha, R. V. (2020). Metodolohiia doslidzhenia haluzi ovochivnytstva ta yoho rynkovoii dynamiky cherez pobudovy ekonometrychnykh modelei yak nelineinykh skladnykh system. *Sciences of Europe*, 5 (53), 6–17.
9. Osnach, O. F., Pylypchyk, V. P., Kovalenko, L. P. (2011). *Promyslovyyi marketynh*. Kyiv: Tsentr uchbovvoi literatury, 364.
10. Filipishyna, L. M. (2009). Kompleksna systema otsinky tsinovoii polityky pidpriemstv rozdribnoi torhivli. *Visnyk ekonomichnoi nauky Ukrainy*, 2 (16), 156–160.
11. Yevtushevska, O. (2017). Taim-menedzhment yak vyjav svitohliadu suchasnoi liudyny. *Visnyk Kyivskoho natsionalnoho universytetu im. T. Shevchenka. Seriia «Ekonomika»*, 3 (192), 15–18.
12. Kalinichenko, L. L., Havrylova, A. O. (2017). Osoblyvosti vprovadzhennia taimenedzhmentu na pidpriemstvi. *Molodyi vchenyi*, 4.4, 60–63.
13. Matukova, H. I., Makarenko, V. O. (2018). Taim-menedzhment u systemi upravlinnia personalom: teoriia ta praktyka vprovadzhennia. *Visnyk Odeskoho natsionalnoho universytetu. Seriia «Ekonomika»*, 23 (6 (71)), 58–63.



DOI: 10.15587/2706-5448.2023.286001

ВИВЧЕННЯ ШЛЯХІВ ПОБУДОВИ ПОЧАТКОВОЇ МОДЕЛІ БІЗНЕСУ ДЛЯ ОСНАЩЕННЯ НОВОГО МІКРОБІЗНЕСУ В ПЕРШОМУ РІКУ РОБОТИ В ПІВДЕННІЙ АФРИЦІ (стор. 6–19)**Eugene Nkwini**

У Південній Африці сектор малих, середніх та мікро підприємств (МСП) становить від 52 до 57 відсотків ВВП. Очікується, що в найближчі роки сектор МСП забезпечить 90 відсотків ВВП і зайнятості в Південній Африці. Через перешкоди, які перешкоджають потенційному зростанню, понад 50 % підприємств у Південній Африці зазнають краху протягом перших п'яти років роботи. Дослідження вивчало підприємства в перший рік роботи в Південній Африці та визначило відсутність ділових навичок і недостатню пропозицію фінансування як сприяючі фактори. Під час розслідування було виявлено такі існуючі концепції, як «Фінансове навантаження» та «Балансова картка показників», обидві з яких мають вирішальне значення для південноафриканських підприємств протягом першого року їх роботи. Щоб відповісти на завдання роботи, для дослідження було обрано змішаний підхід дослідження. Феноменологічна (якісна) та позитивістська (кількісна) філософські парадигми були прийняті з метою досягти глибокого розуміння сили та спрямованості взаємозв'язку між дефіцитом ділових навичок та конкурентоспроможністю підприємств у перший рік у Південній Африці та, крім того, розробити Модель завантаження бізнесу. Інструменти збору даних дослідження включали напівструктуровані інтерв'ю та анкети. Щодо даних, які були зібрані для дослідження, контент-аналіз використовувався як аналітична техніка для аналізу якісних даних, тоді як програма SPSS використовувалася для аналізу відповідей на анкети для кількісного дослідження. Наявність капіталу та відсутність відповідних фінансових ресурсів для управління дебіторською заборгованістю виявились основними перешкодами для сталості бізнесу в перший рік його роботи. Дослідницькі прогалини були заповнені шляхом об'єднання емпіричних досліджень і висновків, а потім ця інформація була використана для побудови моделі запуску бізнесу. У перший рік роботи Модель завантаження бізнесу включала три елементи: фінанси, маркетинг і корпоративне управління. Власники малого бізнесу можуть почати генерувати капітал, використовуючи фінансовий компонент Моделі завантаження бізнесу, який є ключовим фактором для усунення фінансових перешкод і перешкод ліквідності. Модель завантаження бізнесу також надає власникам бізнесу можливість планувати щоденні операції та керувати ними, включаючи розробку короткострокової фінансової політики для бізнесу. Крім того, допомагає оцінити поточні фінансові показники підприємства, фінансовий стан і очікуваний майбутній бізнес-план. А також надання огляду доходів і витрат компанії від операційної та неопераційної діяльності за певний час. Власники бізнесу отримують маркетингові навички, необхідні для позиціонування бренду, запобігання цінній дискримінації та отримання доречної, важкодоступної інформації про клієнтів і розуміння в соціальних мережах за допомогою маркетингових компонентів Моделі завантаження бізнесу.

Ключові слова: доступність капіталу, бізнес-модель, дефіцит навичок, конкурентоспроможність, фінансовий менеджмент, управління бізнесом, маркетинг.

DOI: 10.15587/2706-5448.2023.286985

АНАЛІЗ НАСЛІДКІВ ПОРУШЕНЬ КІБЕРБЕЗПЕКИ ДЛЯ КЕРІВНИЦТВА ФІРМИ (стор. 20–26)**Alexander Oluka**

Об'єктом цього дослідження є наслідки порушень кібербезпеки для керівників бухгалтерських фірм у Квазулу-Натал, Південна Африка. У дослідженні застосовувався якісний підхід із інтерв'ю як основної техніки збору даних. Дослідник розглянув сувору аналітичну базу, використовуючи різні наукові джерела для аналізу та пояснення складного досвіду керівників фірм. Дослідження показало, що керівники бухгалтерських фірм відчувають психологічні, фінансові та соціальні наслідки через порушення кібербезпеки. Це підкреслює емоційний вплив, включаючи тривогу та підвищений стрес. Страх перед можливою втратою роботи був однією з проблем, яка хвилювала лідерів після витоку даних. Стрес від роботи з наслідками витоку даних вплинув на їхні сімейні стосунки. Крім того, керівники зіткнулися з низькою продуктивністю та посиленням тиску зі ЗМІ та зацікавленими сторонами організації та стигматизацією, пов'язаною з витоком даних. Враховуючи критичну роль, яку бухгалтерські фірми відіграють у фінансовій екосистемі, і конфіденційний характер даних, які вони обробляють, вкрай важливо, щоб кібербезпека була пріоритетною. Проте дослідження зосереджувалися на фінансових наслідках порушень кібербезпеки для бізнесу, але менше уваги приділялося психологічним, соціальним і фінансовим наслідкам порушень для керівників компаній. Ці висновки є важливими для академічного дискурсу, але також надають лідерам стратегії пом'якшення несприятливих наслідків порушень, а також пропонують основу для розуміння та подальшого вивчення цього явища для інших дослідників і практиків у різних регіонах і секторах.

Ключові слова: бухгалтерська фірма, порушення кібербезпеки, емоційний вплив, менеджмент, керівники фірми, робочий стрес.

DOI: 10.15587/2706-5448.2023.292183

ВПЛИВ ІНТЕРНЕТУ РЕЧЕЙ (ІоТ) НА ОРГАНІЗАЦІЙНУ ЕФЕКТИВНІСТЬ МСП У КРАЇНАХ З ЕКОНОМІКОЮ, ЩО РОЗВИВАЄТЬСЯ – СИСТЕМАТИЧНИЙ ОГЛЯД (стор. 27–35)**Gibson Muridzi**

Об'єктом цього дослідження є впровадження Інтернету речей (ІоТ) та його вплив на організаційну ефективність малих та середніх підприємств (МСП) у країнах з перехідною економікою. МСП в країнах з перехідною економікою стикаються з низьким рівнем ефективності через технологічні обмеження, недостатньо кваліфіковані людські ресурси, низький рівень підприємницьких здібностей та систем управління, дефіцит доступної інформації, недостатнє використання інформаційних технологій, низьку якість

продукції та відсутність стратегічних довгострокових планів. Для виявлення, оцінки та узагальнення результатів усіх відповідних індивідуальних досліджень на теми четвертої промислової революції (4ІР), Інтернету речей, організаційної ефективності та МСП було використано метод систематичного огляду літератури. Було знайдено 461 статтю, з яких 60 статей були використані в якості вибірки для цього дослідження. Результати цього дослідження показали, що впровадження Інтернету речей позитивно впливає на ефективність роботи МСП у країнах з перехідною економікою. Результати також показують, що фінансові, технологічні та операційні ризики є основними ризиками, з якими стикаються МСП при впровадженні технологій Інтернету речей в країнах з перехідною економікою. Суть результатів полягає в тому, щоб внести свій вклад в існуючі знання, надавши цікаву інформацію у вигляді концепції про те, як технології Інтернету речей можуть бути застосовані для підвищення ефективності роботи МСП в країнах з економікою, що розвивається. Це досягається шляхом ознайомлення МСП з їх потенційними перевагами, наданням певних знань щодо забезпечення фінансових ресурсів та здатності аналізувати зовнішнє середовище, а також пролиттям світла на переваги та можливості, які пропонують ці нові інструменти, і на те, як вони можуть згодом покращити ефективність роботи МСП. Більшість статей, що використовувалися для систематичного огляду літератури, були з розвинених країн, оскільки література, яка розповідала про IoT та ефективність МСП у країнах з перехідною економікою, була обмеженою. Тому дослідження було зосереджене на IoT і на тому, як він може покращити організаційну ефективність МСП в країнах з перехідною економікою.

Ключові слова: Інтернет речей, ефективність організації, малі та середні підприємства, країни з перехідною економікою.

DOI: 10.15587/2706-5448.2023.292555

ДОСЛІДЖЕННЯ ФІНАНСОВИХ ПРОБЛЕМ, ЩО ВПЛИВАЮТЬ НА УСПІХ ПІДПРИЄМЦІВ У ПІВДЕННІЙ АФРИЦІ (стор. 36–44)

Eugene Nkwini, Olawale Olufemi Akinrinde

Об'єктом цього дослідження є фінансові труднощі, які вплинули на успіх власників бізнесу в Гетфілді, провінція Гаутенг, Південна Африка. Порівняно зі світовим рівнем невдач у 50 %, п'ять із кожних семи підприємств у Південній Африці зазнають краху протягом першого року діяльності. Це дослідження мало на меті вивчити зв'язок між невдачею підприємця та фінансовою грамотністю. Методологія, використана в цьому дослідженні, є якісним дослідженням на основі інтерпретаційної філософії. Методика етнографічного дослідження була використана для аналізу поточного економічного стану власників бізнесу в Гетфілді. Вибірку генеральної сукупності було відібрано з використанням методів неімовірнісної цілеспрямованої вибірки. Непівструктуровані інтерв'ю використовувалися для збору основних джерел даних дослідження. Результати первинних досліджень тематично розглядаються з урахуванням вторинних джерел. Усунення фінансових обмежень і обмежень ліквідності було зазначено як мета фінансової грамотності. Отримані результати показали, що фінансові обмеження, обмеження ліквідності та кредитування є основними причинами невдач бізнесу в Гетфілді. Брак фінансових ресурсів для нових підприємств у Гетфілді, як виявилось, спричинив кілька проблем з ліквідністю в Гетфілді та ще більше знижує темпи зростання підприємств у Гетфілді. Було виявлено, що підприємці Гетфілда зазвичай зазнавали передчасного краху через недостатню фінансову освіту та навчання. Мабуть, власники бізнесу Гетфілда погано керували готівкою, не виплачували кредити через відсутність фінансової освіти. І навпаки, лише кілька підприємців і власників бізнесу в Гетфілді, Південна Африка, володіють фінансовою грамотністю та необхідними навичками, необхідними для кращого належного аналізу фінансової звітності та підвищення прибутковості свого бізнесу. Практична значимість цього висновку полягає в тому, що більшість підприємців мають високу ймовірність передчасної ліквідності бізнесу, якщо вони мають низьку фінансову грамотність або взагалі її не мають.

Ключові слова: фінансові обмеження, обмеження ліквідності, підприємці, фінансова грамотність, підприємництво, інновації.

DOI: 10.15587/2706-5448.2023.292812

СОЦІАЛЬНІ ІННОВАЦІЇ У СТРАТЕГІЧНИХ ЦІЛЯХ КОМПАНІЇ: ОСОБЛИВОСТІ, КЛАСИФІКАЦІЯ, ОЦІНКА ЕФЕКТИВНОСТІ (стор. 45–50)

Востряков О. В., Нотевський Є. В.

Робота присвячена особливостям, класифікації та оцінці ефективності соціальних інновацій у реалізації стратегічних цілей компанії. Об'єктом дослідження є процес формування та впровадження соціальних інновацій у діяльність компанії. При цьому детально розглянуто розвиток концепції соціальних інновацій з XIX століття до сьогодення. Особливу увагу приділено трактуванню соціальних інновацій та стратегічних цілей компанії в українській та зарубіжній економічній науці. Проблемою дослідження є складність формування сучасних класифікацій та оцінювання ефективності соціальних інновацій у стратегічних цілях компанії. Сутність отриманих результатів полягає в розкритті теоретичних положень соціальних інновацій та стратегічних цілей, визначенні підходів та методів оцінки ефективності соціальних інновацій, а також ролі соціальних інновацій як інструменту досягнення стратегічних цілей підприємства. В аргументованих висновках дослідження пояснено, що градація результатів впровадження соціальних інновацій на підприємстві залежно від виду (особистісні, економічні, іміджеві та соціальні) свідчить про те, що кожен із них має як позитивні, так і негативні риси; показано методи оцінювання впливу інновацій на результати діяльності компанії. Зокрема, оцінка ефективності соціальних інновацій важлива ще й тому, що їх реалізація вимагає багато додаткових зусиль, що зміщує фокус і може відволікати від вирішення важливих питань, які часто є невідкладними. Воєнний стан, руйнація звиклих підходів до ведення бізнесу, втрата кваліфікованого управлінського персоналу, фахівців у різних процесах не дозволяє ефективно знаходити та впроваджувати інновації у соціальній, екологічній й управлінській складовій. Усі ці аспекти розглядаються в контексті ефективної реалізації стратегічних цілей компанії в умовах динамічного трансформаційного суспільства, за яких результати дослідження можуть бути використані на практиці.

Ключові слова: менеджмент, соціальні інновації, стратегічні цілі, оцінка ефективності, підприємство, динамічне трансформаційне суспільство, бізнес-структура.

DOI: 10.15587/2706-5448.2023.292872

ПОМ'ЯКШЕННЯ НАСЛІДКІВ СПРИЙНЯТТЯ ОРГАНІЗАЦІЙНОЇ ПІДТРИМКИ НА ВПЛИВ МОРАЛЬНОГО ДУХУ ПРАЦІВНИКІВ У УМОВАХ РОЗПОДІЛЕНОЇ РОБОТИ (стор. 51–57)**Rentia van Heerden, Visvanathan Naicker**

Об'єктом цього дослідження є вплив методології розподіленої роботи на моральний стан працівників у середовищі передбачуваної організаційної підтримки. Ця робота направлена на вивчення впливу методології розподіленої роботи на моральний стан працівників у середовищі передбачуваної організаційної підтримки. Одним із найскладніших аспектів методології розподіленої роботи є визнання та адаптація до непередбаченого та нового підходу до роботи, який для багатьох є незвіданою територією. Під час цього дослідження використовується змішана методологія з гіпотетико-дедуктивним підходом, що дозволило перевірити робочу гіпотезу за допомогою вибірки адміністративного персоналу в державному секторі охорони здоров'я, Кейптаун, Південна Африка. У результаті дослідження було показано, що психічне здоров'я з безперервним благополуччям було підтверджено як перш за все добре підтримуване та пом'якшене численними стимулами організаційної підтримки, і, отже, результати роботи позитивно пов'язані з впливом морального стану працівників. Оскільки моральний стан працівників впливає на рівень їх відданості та залученості, що має наслідки для організаційної поведінки та продуктивності, з висновків стає зрозуміло, що концептуалізація багатомірного благополуччя на роботі є життєво важливою для глибокого розуміння зв'язку між осмисленим життям і здійсненням роботи. Отже, з точки зору застосування, керівним кадрам личить переглянути докази та обдумати найкращий підхід для майбутньої роботи. Підтримується припущення про зміщений та адаптований менеджмент-підлеглий контроль, який спирається головним чином на моніторинг віддалених результатів, і тому запропонований підхід для майбутніх досліджень має бути зосереджений на ролі організаційного контролю в гнучких практиках роботи. Рекомендується більш різноманітна вибірка, репрезентативна для різних корпоративних організацій і включно з приватними особами.

Ключові слова: COVID-19, розподілена робота, гнучка практика роботи, мораль, сприймаєма організаційна підтримка, віддалена робота.

DOI: 10.15587/2706-5448.2023.293263

АНАЛІЗ МАРКЕТИНГОВОГО ВПЛИВУ НА РИНОК ТА КІНЦЕВОГО СПОЖИВАЧА ПРОДУКЦІЇ ОВОЧІВНИЦТВА (стор. 58–62)**Майстренко В. І.**

Об'єктом дослідження є маркетинговий вплив на ринок та кінцевого споживача овочевої продукції. У процесі дослідження використовувався ряд загальнонаукових та спеціальних методів, зокрема: системно-структурний аналіз та синтез як основний методологічний інструмент, монографічний та екстраполяційний.

Розкрито маркетинговий вплив на ринок та кінцевого споживача продукції овочівництва. Проведено маркетингове дослідження ринку овочів на внутрішньому та зовнішньому ринках, що є необхідною умовою для формування ефективної стратегії та тактики розвитку маркетингу в цій сфері. Адаптація співвідношення попиту та пропозиції на овочевому ринку визначає рух капіталу та переміщення ресурсів між галузями та регіонами, впливає на рівень та динаміку цін, а отже, є ключовим чинником формування доходів виробників. Розвиток нових методів і підходів до управління переконливо свідчить про необхідність впровадження маркетингу як одного з ринкових інструментів, здатного задовольнити потреби ринку та поєднати інтереси суб'єктів господарювання. Важлива роль відводиться фактору часу та інформації. Доведено, що якість та ефективність маркетингової системи галузі овочівництва забезпечується науково-методичними розробками, об'єктивністю кількісних і якісних оцінок, створенням і впровадженням раціональної системи оцінки та управління цією системою, а також рівень організації маркетингу.

Практичне значення полягає в методологічному обґрунтуванні та концептуалізації ролі маркетингового впливу на ринок і споживача овочевої продукції.

Ключові слова: маркетинг, овочівництво, маркетинговий вплив, ринок овочів, споживач овочевої продукції.