

**Топорков О.Р.**

аспірант кафедри міжнародних фінансів  
*Навчально-науковий інститут міжнародних відносин  
Київського національного університету імені Тараса Шевченка*

**Toporkov Oleksii**

Postgraduate Student of the Department of International Finance  
*Educational and Scientific Institute of International Relations  
Taras Shevchenko National University of Kyiv*

## **ІНТЕРНАЦІОНАЛІЗАЦІЯ МАЛИХ ВЕНЧУРНИХ КОМПАНІЙ: 30 РОКІВ ДОСЛІДЖЕНЬ**

## **INTERNATIONALIZATION OF SMALL VENTURE COMPANIES: 30 YEARS OF RESEARCH**

У статті висвітлено еволюцію досліджень малих венчурних компаній від зародження міжнародного бізнесу до сьогодення з особливою увагою до періоду 1993-2024 років як періоду досліджень малих підприємств окремо від багатонаціональних підприємств, представлено загальноживану термінологію з міжнародного підприємництва у світовій науковій літературі та проаналізовано стан досліджень теми у національній літературі. Систематичний огляд літератури встановлює зв'язок між ранніми дослідженнями міжнародного бізнесу та сучасною літературою з міжнародного підприємництва. Стаття визначає місце міжнародного маркетингу та стратегічного менеджменту в системі досліджень інтернаціоналізації малого бізнесу та аналізує перспективні напрямки майбутніх досліджень.

**Ключові слова:** інтернаціоналізація, міжнародне підприємництво, малі підприємства, міжнародні нові підприємства, народжені глобальними, міжнародна підприємницька орієнтація.

The article highlights the evolution of research of small venture companies from the inception of international business studies in the 1960s to the present time with an emphasis on 1993-2024 as a period of isolated research on small firms. It provides an overview of the commonly used terminology in the field of international entrepreneurship and analyses the state of research on the topic in Ukrainian literature, which leads to identification of a research gap – internationalisation of small and medium-sized enterprises appears to fall out of the scope of international entrepreneurship and international business research. Based on the existing empirical research in the field, the article highlights the need for isolated studies on small venture enterprises and addresses this research gap in Ukrainian literature by providing a systematic review of internationalisation literature aimed at small venture companies as opposed to the multinational companies. A systematic review of the literature establishes a link between early research on international business and the current literature on international entrepreneurship, while providing the overview of international business theories that were adapted for the use in international entrepreneurship. It outlines a trending research direction in international entrepreneurship literature – international entrepreneurial opportunities. It discusses the characteristics of the entrepreneur, company and environment that form the basis of international opportunity. The article defines the place of international marketing and strategic management in the system of small business internationalization research and outlines promising future research directions recognised in international scientific literature. It follows the developments of G. Knight and S. T. Cavusgil in discussing integration-responsiveness paradigm – originating from international business – and effectuation theory – coming from strategic management – as future research directions. Finally, it provides arguments for development of internationalisation of small venture companies research in Ukrainian literature.

**Key words:** internationalization, international entrepreneurship, small enterprises, international new enterprises, born global, international entrepreneurial orientation.

**Постановка проблеми.** Незважаючи на значний інтерес до дослідження інтернаціоналізації малих підприємств у світовій літературі, в українській науковій літературі це питання висвітлюється мало. Дослідження у галузі у світовій літературі розкриваються у працях з міжнародного бізнесу, міжнародного підприємництва, маркетингу, стратегічного менеджменту та міждисци-

плінарних роботах. В українській науковій літературі, однак, дослідження малих підприємств зустрічаються у роботах з міжнародного бізнесу та підприємництва у нерозривному зв'язку та в контексті досліджень багатонаціональних підприємств. Практика міжнародних наукових досліджень вказує на необхідність розгляду малих венчурних компаній як окремого об'єкта дослі-

дження та визначає необхідність аналізу, запропонованого в цій статті.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Теоретичному дослідженню міжнародного підприємництва присвячені праці П. Філіпс МакДугал та Овіата, Т. Кавузгіла та Г. Найта, А. Ріалпа та Х. Ріалпа. Значний внесок у систематизацію досліджень зробили Г. Найт та А. Табарес.

Провідним центром досліджень міжнародного бізнесу та міжнародного підприємництва в Україні є Навчально-науковий інститут міжнародних відносин Київського національного університету імені Т. Г. Шевченка.

Визначальним для розкриття теми в українській науковій літературі є доробок О.І. Рогача, який вперше в українській науковій літературі здійснив систематизацію існуючих теорій у галузі міжнародного бізнесу та міжнародного підприємництва [1-4].

Окремі аспекти інтернаціоналізації малих підприємств розкриваються в роботах О.Л. Гейко, Ю.М. Уманціва, В.А. Вергуна, А.В. Волошина, О.І. Рогача, Д.О. Ільницького. Вони розкривають окремі теорії інтернаціоналізації, що стосуються теми дослідження, однак не розкривають динаміку розвитку міжнародного підприємництва як науки на сучасному етапі, що є метою цієї статті.

**Формулювання цілей дослідження.** Завданням цієї статті є дослідження шляху розвитку теорій, що досліджують інтернаціоналізацію малих венчурних підприємств, та виокремлення сучасний течії міжнародного бізнесу, міжнародного підприємництва, маркетингу та стратегічного менеджменту, що є релевантними для дослідження інтернаціоналізації малих венчурних підприємств.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** До кінця 80-х років 20 століття інтернаціоналізація підприємств розглядалась дослідниками у галузі міжнародного бізнесу лише в контексті операцій великих багатонаціональних підприємств (БНП) [3; 5]. Це було зумовлено значно вищою часткою БНП у створенні доданої вартості та їх визначальній ролі для міжнародної торгівлі та оскільки інтернаціоналізація на макrorівні розглядалась у першу чергу крізь призму прямих іноземних інвестицій (ПІІ) [2; 4; 6].

Швидкий технологічний розвиток кінця 1980-х років звернув увагу дослідників на зростаючий феномен – компанії, що розпочинають міжнародну діяльність одразу після заснування, незважаючи на малий розмір та обсяги діяльності [5; 7; 8]. Такі компанії, незважаючи на велику кількість факторів, що заважають конкуренції з БНП (мають менші ресурси, несуть порівняно вищі витрати пов'язані з інтернаціоналізацією), здійснюють міжнародну діяльність та показують позитивні результати на міжнародних ринках [6]. На відміну від БНП, зростання рівня інтернаціоналізації таких підприємств стало помітно на макrorівні через зростання частки у експорті [9]. Це дало поштовх для розвитку нового дослідницького напрямку – міжнародного підприємництва [10; 11]. Дві групи дослідників – Овіат та МакДугал і Рені, Найт та Кавузгіл – майже одночасно запропонували концепції, що мали на меті описати шлях інтернаціоналізації нових підприємств – теорія міжнародних нових підприємств (англ. INV – international new venture) [5] та

концепція народжених глобальними (англ. BG – born global) [7; 12].

Найт та Кавузгіл надали таке визначення компаній, народжених глобальними: підприємства, що з моменту заснування або незадовго після заснування шукають можливості отримати суттєві доходи від продажів продуктів на міжнародних ринках [13]. Вони наголошують [6] на близькості цієї категорії до тієї, що використовують Овіат та МакДугал – міжнародні нові підприємства: підприємства, що з моменту заснування шукають можливості отримати суттєві конкурентні переваги від використання ресурсів та продажу товарів та послуг (англ. outputs) в кількох країнах [5].

Зростаюча роль малих та середніх підприємств змусила дослідників адаптувати існуючі моделі для врахування таких компаній. Наприклад, ресурсний підхід, який розроблявся на основі досліджень БНП, був адаптований до теорії міжнародних нових підприємств [5] та став основою для досліджень динамічних можливостей [14-16], підходу, заснованому на знаннях [17; 18], теорії соціального капіталу [19]. В той же час, одна з найпоширеніших моделей інтернаціоналізації – модель Упсала Йохансона та Валне – була пристосована авторами теорії без істотних змін до моделі, отримавши назву «покращена модель постадійної інтернаціоналізації». Мережевий підхід не зазнав суттєвих змін та не вимагав адаптації, однак був розвинений дослідниками інтернаціоналізації МСП [20; 21].

З початку 2000-х років інтернаціоналізація компаній народжених глобальними/міжнародних нових підприємств стала об'єктом досліджень у галузі стратегічного менеджменту та дала початок новій галузі наук – міжнародному підприємству [6; 22]. Незважаючи на зростаючий інтерес до інтернаціоналізації МСП, понад 90 відсотків досліджень, що проаналізовані у огляді літератури Лі [23] (1971-2005), були спрямовані саме на дослідження інтернаціоналізації БНП, що вказує на наявність розриву між визнанням значущості МСП та початком досліджень, спрямованих на них.

2010-ті роки стали роками поглиблених досліджень міжнародних можливостей [6; 24], зокрема міжнародної підприємницької орієнтації [25; 26], корпоративної культури [27] та умов навколишнього середовища [28], [29] в рамках міжнародного підприємництва.

Три вищеперераховані течії фокусуються на трьох компонентах підприємства – особі підприємця, підприємстві як організації та зовнішнього середовища.

Міжнародна підприємницька орієнтація як течія досліджень звертає увагу на вплив персональних якостей («когнітивних характеристик»), знань та навичок («людського капіталу») і персональної мережі підприємця («соціального капіталу») на інтернаціоналізацію підприємства [30].

До когнітивних характеристик належать такі основні якості: впевненість, цілеспрямованість, мотивація, уява, креативність, відданість, схильність до ризику, проактивність, глобальне мислення [24].

Людським капіталом є рівень освіти підприємця, лінгвістичні навички, ринковий досвід, знання міжнародного ринку та крос-культурні навички [24]. Андерсон та Еверс [30] стверджують, що схильність підприємця до навчання та обсяг інвестицій у отримання додаткової освіти є детермінантами здатності

до ідентифікації міжнародних можливостей. Крос-культурні навички (або «культурна обізнаність») – це вміння відрізнити культурні особливості та формувати відповідні очікування від інших культур [30].

Соціальний капітал – формальні та неформальні зв'язки підприємця. Формальні зв'язки – зв'язки, сформовані в процесі ведення бізнесу – партнери, клієнти, споживачі, постачальники, представники державних інституцій. Неформальні зв'язки – персональні соціальні зв'язки та сім'я. Дослідження також включають випадкові зустрічі та поширення інформації з вуст у уста до неформальних зв'язків [24].

Дослідження корпоративної культури звертає увагу на цінності та переконання, що культивуються у компанії, розгалуженість мережі партнерів, джерел знань про ринок, технології та інституції і їх вплив на формування стійких конкурентних переваг для успішної інтернаціоналізації. Дімітратос та Плакойянакі [31] виділили такі складові корпоративної культури: міжнародна ринкова орієнтація (позиція та поведінка на ринку, що спрямована на створення більшої вартості для закордонних споживачів), міжнародна навчальна орієнтація (схильність компанії до активного збору та використання інформації про зовнішні ринки), схильність до міжнародних інновацій (підтримка нових ідей та продуктів, що спрямовані на обслуговування зовнішніх ринків), схильність до міжнародного ризику (готовність до значного і ризикованого використання ресурсів на міжнародних ринках), міжнародна мережева орієнтація (схильність до отримання ресурсів через створення партнерств та вбудованість до соціальних мереж з метою їх використання на міжнародних ринках), міжнародна мотивація (ініціювання, спрямування та підтримання поведінки членів організації, спрямованої на діяльність на іноземних ринках).

Врешті, умови навколишнього середовища враховують ринкові умови, серед яких найпоширенішими є рівень технологічної оснащеності (різниця у рівнях технологічного розвитку країни походження та країни інтернаціоналізації, трансформаційні процеси в рамках переходу до умов Індустрії 4.0), культурні цінності (схильність до міжнародної кооперації, переконання, що формують довіру учасників ринку) та правові умови ринку.

Новітні підходи до дослідження інтернаціоналізації, що наразі не є дуже поширеними, проте зберігають значний дослідницький потенціал з точки зору Найта та Кавузгіла включають наступні течії [6]:

– парадигма інтеграції-реагування (англ. integration-responsiveness; скор. IR). Інтеграція передбачає отримання переваг від близькості ринків та поведінки споживача на них. Реагування передбачає пристосування

до умов ринку та вимог споживача на кожному ринку окремо. Дослідження мають на меті з'ясування впливу маркетингової стратегії на швидкість та шляхи інтернаціоналізації. Підхід отримав розвиток у літературі з міжнародного бізнесу, проте лише розпочинає свій розвиток у сучасних дослідженнях міжнародного підприємництва;

– теорія ефектуації. Теорія спирається на постулат про неефективність традиційного планування через наявність великої кількості стохастичних факторів, що впливають на прийняття рішення підприємцем. Вона є частиною однією з теорій стратегічного менеджменту та пропонує підхід до вирішення задач підприємця шляхом мозкового штурму, імпровізації, використання можливостей та випадкових ситуацій та використання соціальних зв'язків.

**Висновки.** Дослідження інтернаціоналізації малих венчурних підприємств привернуло увагу науковців у кінці 1980-х років. Перші спроби описати новий феномен – швидку та успішну інтернаціоналізацію компанії, що не мають очевидних конкурентних переваг – були зроблені на початку 1990-х років Ріалпом, Найтом, Кавузгілом, МакДугал та Овіатом. Такі підприємства отримали назву «міжнародних нових підприємств» та «народжених глобальними». Впродовж десятиліття відбувалося становлення нової науки – міжнародного підприємництва, що мала на меті дослідження таких підприємств. Науковці у галузі міжнародного бізнесу намагались пристосувати існуючі моделі до малих підприємств (наприклад, покращена модель постандартної інтернаціоналізації) або деталізувати теорію та включити малі підприємства до розгляду (наприклад, ресурсний підхід). Очевидною, однак, стала потреба у вивченні явища в рамках окремої дисципліни.

Дослідження останнього десятиліття спрямовані на міждисциплінарний підхід до розгляду інтернаціоналізації МВП – поєднання міжнародного підприємництва, маркетингу, стратегічного менеджменту та психології. Більша увага приділяється особі підприємця та характеристик підприємства на мікрорівні.

Перспективні напрямки досліджень включають підходи, засновані на мікроаналізі складових міжнародного підприємства та застосовуватимуть підхід знизу вгору. Міжнародне підприємництво розширюється методами дослідження, що є притаманними для стратегічного менеджменту.

Дослідження інтернаціоналізації МВП залишається «молодою» сферою досліджень. Про це свідчить плюралізм методів досліджень та відсутність єдиного усталеного підходу до аналізу чи чіткого визначення об'єкту дослідження. Перспективні дослідження мають бути спрямовані на усунення методологічної невизначеності.

#### Список використаних джерел:

1. Рогач О. Теорії міжнародного. Київ : ВПЦ «Київський університет», 2018. 687 с.
2. Рогач О.І. Багатонаціональні підприємства: питання термінології. (МАУ) *Стратегія розвитку України*. 2019. № 1. С. 7–14.
3. Rogach O. Methodological aspects of the analysis of multinational enterprises. *International Economic Policy*. 2019. No. 31. P. 7–42. DOI: <https://doi.org/10.33111/iep.2019.31.01>
4. Рогач О.І. Багатонаціональні підприємства та глобальна економіка. Монографія / За ред. О. І. Рогача. Київ : «Видавництво «Центр учбової літератури», 2020. 368 с.
5. Oviatt B.M., McDougall P.P. Toward a Theory of International New ventures. *Journal of International Business Studies*. 1994. Vol. 25. No. 1. P. 45–64. DOI: <https://doi.org/10.1057/palgrave.jibs.8490193>

6. Knight G., Cavusgil S.T. A Path Forward for Research on Born Global Firms. *Key Developments in International Marketing*. Cham, 2024. P. 55–72. DOI: [https://doi.org/10.1007/978-3-031-17366-0\\_3](https://doi.org/10.1007/978-3-031-17366-0_3)
7. Knight G., Cavusgil S. The born global: A challenge to traditional internationalization theory. *Advances in International Marketing*. 1996. Vol. 8. P. 11–26.
8. Rialp A., Rialp J., Knight G.A. The phenomenon of early internationalizing firms: what do we know after a decade (1993–2003) of scientific inquiry? *International Business Review*. 2005. Vol. 14. No. 2. P. 147–166. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.ibusrev.2004.04.006>
9. Lu J.W., Beamish P.W. The internationalization and performance of SMEs. *Strategic Management Journal*. 2001. Vol. 22. No. 6-7. P. 565–586. DOI: <https://doi.org/10.1002/smj.184>
10. Wright R.W., Ricks D.A. Trends in International Business Research: Twenty-Five Years Later. *Journal of International Business Studies*. 1994. Vol. 25. No. 4. P. 687–701. DOI: <https://doi.org/10.1057/palgrave.jibs.8490219>
11. Coviello N.E. The network dynamics of international new ventures. *Journal of International Business Studies*. 2006. Vol. 37. No. 5. P. 713–731. DOI: <https://doi.org/10.1057/palgrave.jibs.8400219>
12. Rennie M.W. Global Competitiveness: Born global. 1993. *McKinsey Q*. No. 4. P. 45–52.
13. Knight G.A., Cavusgil S.T. Innovation, organizational capabilities, and the born-global firm. *Journal of International Business Studies*. 2004. Vol. 35. No. 2. P. 124–141. DOI: <https://doi.org/10.1057/palgrave.jibs.8400071>
14. Teece D.J., Pisano G., Shuen A. Dynamic capabilities and strategic management. *Strategic Management Journal*. 1997. Vol. 18. No. 7. P. 509–533. DOI: [https://doi.org/10.1002/\(sici\)1097-0266\(199708\)18:7%3C509::aid-smj882%3E3.0.co;2-z](https://doi.org/10.1002/(sici)1097-0266(199708)18:7%3C509::aid-smj882%3E3.0.co;2-z)
15. Zahra S.A., Sapienza H.J., Davidsson P. Entrepreneurship and Dynamic Capabilities: A Review, Model and Research Agenda. *Journal of Management Studies*. 2006. Vol. 43. No. 4. P. 917–955. DOI: <https://doi.org/10.1111/j.1467-6486.2006.00616.x>
16. Weerawardena J. et al. Conceptualizing accelerated internationalization in the born global firm: A dynamic capabilities perspective. *Journal of World Business*. 2007. Vol. 42. No. 3. P. 294–306. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.jwb.2007.04.004>
17. Kogut B., Zander U. Knowledge of the Firm, Combinative Capabilities, and the Replication of Technology. *Organization Science*. 1992. Vol. 3. No. 3. P. 383–397. DOI: <https://doi.org/10.1287/orsc.3.3.383>
18. Grant R.M. Toward a knowledge-based theory of the firm. *Strategic Management Journal*. 1996. Vol. 17. S2. P. 109–122. DOI: <https://doi.org/10.1002/smj.4250171110>
19. Schwens C., Kabst R. Early internationalization: A transaction cost economics and structural embeddedness perspective. *Journal of International Entrepreneurship*. 2009. Vol. 7. No. 4. P. 323–340. DOI: <https://doi.org/10.1007/s10843-009-0043-0>
20. Freeman S., Edwards R., Schroder B. How Smaller Born-Global Firms Use Networks and Alliances to Overcome Constraints to Rapid Internationalization. *Journal of International Marketing*. 2006. Vol. 14. No. 3. P. 33–63. DOI: <https://doi.org/10.1509/jimk.14.3.33>
21. Zhou L., Wu W.-p., Luo X. Internationalization and the performance of born-global SMEs: the mediating role of social networks. *Journal of International Business Studies*. 2007. Vol. 38. No. 4. P. 673–690. DOI: <https://doi.org/10.1057/palgrave.jibs.8400282>
22. McDougall P.P., Oviatt B.M. International entrepreneurship: the intersection of two research paths. *Academy of Management Journal*. 2000. Vol. 43. No. 5. P. 902–906. DOI: <https://doi.org/10.2307/1556418>
23. Li L. Multinationality and performance: A synthetic review and research agenda. *International Journal of Management Reviews*. 2007. Vol. 9. No. 2. P. 117–139. DOI: <https://doi.org/10.1111/j.1468-2370.2007.00205.x>
24. Tabares A. International Entrepreneurship: An Entrepreneurial Behavior Oriented to the Pursuit of International Opportunities. *Entrepreneurship - Contemporary Issues [Working Title]*. 2020. DOI: <https://doi.org/10.5772/intechopen.93675>
25. Falahat M., Knight G., Alon I. Orientations and capabilities of born global firms from emerging markets. *International Marketing Review*. 2018. Vol. 35. No. 6. P. 936–957. DOI: <https://doi.org/10.1108/imr-01-2017-0021>
26. Kauppinen A., Juho A. Internationalisation of SMEs from the perspective of social learning theory. *Journal of International Entrepreneurship*. 2012. Vol. 10. No. 3. P. 200–231. DOI: <https://doi.org/10.1007/s10843-012-0093-6>
27. Dimitratos P. et al. SME internationalization: How does the opportunity-based international entrepreneurial culture matter? *International Business Review*. 2016. Vol. 25. No. 6. P. 1211–1222. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.ibusrev.2016.03.006>
28. Tabares A. et al. Opportunity-related behaviors in international entrepreneurship research: a multilevel analysis of antecedents, processes, and outcomes. *International Entrepreneurship and Management Journal*. 2020. DOI: <https://doi.org/10.1007/s11365-020-00636-3>
29. Toporkov O. Adaptation of Ukrainian industrial small and medium-sized enterprises to the industry 4.0 conditions. *Young Scientist*. 2020. Vol. 6. No. 82. DOI: <https://doi.org/10.32839/2304-5809/2020-6-82-45>
30. Andersson S., Evers N. International opportunity recognition in international new ventures—a dynamic managerial capabilities perspective. *Journal of International Entrepreneurship*. 2015. Vol. 13. No. 3. P. 260–276. DOI: <https://doi.org/10.1007/s10843-015-0149-5>
31. Dimitratos P. Theoretical Foundations of an International Entrepreneurial Culture. *Journal of International Entrepreneurship*. 2003. Vol. 1. No. 2. P. 187–215. DOI: <https://doi.org/10.1023/a:1023804318244>

## References:

1. Rogach, O. I. (2018) Teorii mizhnarodnoho biznesu. Kyivskiy universytet. Available at: [https://library.wunu.edu.ua/lib-search/DocumentView?doc\\_id=393126](https://library.wunu.edu.ua/lib-search/DocumentView?doc_id=393126)
2. Rogach, O. I. (2019) Bahatonatsionalni pidpriemstva: Pytannia terminolohii. *Stratehiia Rozvytku Ukrainy*, no. 1, pp. 7–13.
3. Rogach, O. (2019) Methodological aspects of the analysis of multinational enterprises. *International Economic Policy*, no. 31, pp. 7–42. DOI: <https://doi.org/10.33111/iep.2019.31.01>
4. Rogach, O. I. (2020) Bahatonatsionalni pidpriemstva ta hlobalna ekonomika. Vydavnytstvo «Tsentri uchbovoi literatury».
5. Oviatt, B. M., & McDougall, P. P. (1994) Toward a Theory of International New ventures. *Journal of International Business Studies*, no. 25(1), pp.45–64. DOI: <https://doi.org/10.1057/palgrave.jibs.8490193>
6. Knight, G., & Cavusgil, S. T. (2024) A Path Forward for Research on Born Global Firms. In S. Samiee, C. S. Katsikeas, & P. Riefler (Eds.). *Key Developments in International Marketing: Influential Contributions and Future Avenues for Research* (pp. 55–72). Springer International Publishing. DOI: [https://doi.org/10.1007/978-3-031-17366-0\\_3](https://doi.org/10.1007/978-3-031-17366-0_3)

7. Knight, G., & Cavusgil, S. (1996) The born global firm: A challenge to traditional internationalization theory. *Advances in International Marketing*, no. 8, pp. 11–26.
8. Rialp, A., Rialp, J., & Knight, G. A. (2005) The phenomenon of early internationalizing firms: What do we know after a decade (1993–2003) of scientific inquiry? *International Business Review*, no. 14(2), pp. 147–166. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.ibusrev.2004.04.006>
9. Lu, J. W., & Beamish, P. W. (2001) The Internationalization and Performance of SMEs. *Strategic Management Journal*, no. 22(6/7), pp. 565–586.
10. Wright, R. W., & Ricks, D. A. (1994) Trends in International Business Research: Twenty-Five Years Later. *Journal of International Business Studies*, no. 25(4), pp. 687–701. DOI: <https://doi.org/10.1057/palgrave.jibs.8490219>
11. Coviello, N. E. (2006) The network dynamics of international new ventures. *Journal of International Business Studies*, no. 37(5), pp. 713–731. DOI: <https://doi.org/10.1057/palgrave.jibs.8400219>
12. Rennie, M. W. (1993) Global Competitiveness: Born global. *McKinsey Quarterly*, no. 4, pp. 45–52.
13. Knight, G. A., & Cavusgil, S. T. (2004) Innovation, organizational capabilities, and the born-global firm. *Journal of International Business Studies*, no. 35(2), pp. 124–141. DOI: <https://doi.org/10.1057/palgrave.jibs.8400071>
14. Teece, D. J., Pisano, G., & Shuen, A. (1997) Dynamic Capabilities and Strategic Management. *Strategic Management Journal*, no. 18(7), pp. 509–533.
15. Zahra, S. A., Sapienza, H. J., & Davidsson, P. (2006) Entrepreneurship and Dynamic Capabilities: A Review, Model and Research Agenda. *Journal of Management Studies*, no. 43(4), pp. 917–955. DOI: <https://doi.org/10.1111/j.1467-6486.2006.00616.x>
16. Weerawardena, J., Mort, G. S., Liesch, P. W., & Knight, G. (2007) Conceptualizing accelerated internationalization in the born global firm: A dynamic capabilities perspective. *Journal of World Business*, no. 42(3), pp. 294–306. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.jwb.2007.04.004>
17. Kogut, B., & Zander, U. (1992) Knowledge of the Firm, Combinative Capabilities, and the Replication of Technology. *Organization Science*, no. 3(3), pp. 383–397. DOI: <https://doi.org/10.1287/orsc.3.3.383>
18. Grant, R. M. (1996) Toward a knowledge-based theory of the firm. *Strategic Management Journal*, no. 17(S2), pp. 109–122. DOI: <https://doi.org/10.1002/smj.4250171110>
19. Schwens, C., & Kabst, R. (2009) Early internationalization: A transaction cost economics and structural embeddedness perspective. *Journal of International Entrepreneurship*, no. 7(4), pp. 323–340. DOI: <https://doi.org/10.1007/s10843-009-0043-0>
20. Freeman, S., Edwards, R., & Schroder, B. (2006) How Smaller Born-Global Firms Use Networks and Alliances to Overcome Constraints to Rapid Internationalization. *Journal of International Marketing*, no. 14(3), pp. 33–63. DOI: <https://doi.org/10.1509/jimk.14.3.33>
21. Zhou, L., Wu, W., & Luo, X. (2007) Internationalization and the performance of born-global SMEs: The mediating role of social networks. *Journal of International Business Studies*, no. 38(4), pp. 673–690. DOI: <https://doi.org/10.1057/palgrave.jibs.8400282>
22. Phillips McDougall, P., & Oviatt, B. M. (2000) International Entrepreneurship: The Intersection of Two Research Paths. *The Academy of Management Journal*, no. 43(5), pp. 902–906. DOI: <https://doi.org/10.2307/1556418>
23. Li, L. (2007) Multinationality and performance: A synthetic review and research agenda. *International Journal of Management Reviews*, no. 9(2), pp. 117–139. DOI: <https://doi.org/10.1111/j.1468-2370.2007.00205.x>
24. Tabares, A. (2021) International Entrepreneurship: An Entrepreneurial Behavior Oriented to the Pursuit of International Opportunities. In M. Turuk (Ed.), *Entrepreneurship – Contemporary Issues*. IntechOpen. DOI: <https://doi.org/10.5772/intechopen.93675>
25. Falahat, M., Knight, G., & Alon, I. (2018) Orientations and capabilities of born global firms from emerging markets. *International Marketing Review*, no. 35(6), 936–957. DOI: <https://doi.org/10.1108/IMR-01-2017-0021>
26. Kauppinen, A., & Juho, A. (2012) Internationalisation of SMEs from the perspective of social learning theory. *Journal of International Entrepreneurship*, no. 10(3), pp. 200–231. DOI: <https://doi.org/10.1007/s10843-012-0093-6>
27. Dimitratos, P., Johnson, J. E., Plakoyiannaki, E., & Young, S. (2016) SME internationalization: How does the opportunity-based international entrepreneurial culture matter? *International Business Review*, no. 25(6), pp. 1211–1222. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.ibusrev.2016.03.006>
28. Tabares, A., Chandra, Y., Alvarez, C., & Escobar-Sierra, M. (2021) Opportunity-related behaviors in international entrepreneurship research: A multilevel analysis of antecedents, processes, and outcomes. *International Entrepreneurship and Management Journal*, no. 17(1), pp. 321–368. DOI: <https://doi.org/10.1007/s11365-020-00636-3>
29. Toporkov, O. (2020) Adaptation of Ukrainian Industrial Small And Medium-Sized Enterprises to The Industry 4.0 Conditions. *Young Scientist*, no. 6(82). DOI: <https://doi.org/10.32839/2304-5809/2020-6-82-45>
30. Andersson, S., Evers, N. (2015) International opportunity recognition in international new ventures—a dynamic managerial capabilities perspective. *Journal of International Entrepreneurship*, no. 13(3), pp. 260–276. DOI: <https://doi.org/10.1007/s10843-015-0149-5>
31. Dimitratos, P. (2003) Theoretical Foundations of an International Entrepreneurial Culture. *Journal of International Entrepreneurship*, no. 1(2), pp. 187–215. DOI: <https://doi.org/10.1023/a:1023804318244>