УДК 339.9:330.32
DOI: https://doi.org/10.32782/business-navigator.78-72

Топорков О.Р.
аспірант
Навчально-науковий інститут міжнародних відносин
Київського національного університету імені Тараса Шевченка
ORCID: https://orcid.org/ 0009-0002-3204-5775

Toporkov Oleksii
Postgraduate Student
Educational and Scientific Institute of International Relations of
Taras Shevchenko National University of Kyiv

МЕТОДИ ДОСЛІДЖЕННЯ ІНТЕРНАЦІОНАЛІЗАЦІЇ МАЛИХ ТА СЕРЕДНІХ ПІДПРИЄМСТВ У КРАЇНАХ ЦЕНТРАЛЬНОЇ ТА СХІДНОЇ ЄВРОПИ

RESEARCH METHODS OF SME INTERNATIONALIZATION IN CENTRAL AND EASTERN EUROPEAN COUNTRIES

У статті аналізуються методи дослідження інтернаціоналізації малих та середніх підприємств у країнах Центральної та Східної Європи на основі аналізу 39 досліджень у період 2014–2024 років. Автором визначено найбільш розповсюджені методи збору первинних та отримання вторинних даних, а також найпопулярніші методи кількісного та якісного їх аналізу. У статті визначено типи статистичного аналізу, що є найбільш відповідними для досліджень інтернаціоналізації. Приділяється увага застосуванню кейсового методу як основи для формування гіпотез для подальшого емпіричного тестування. Дослідження встановлює наявність географічної нерівномірності кількості досліджень на користь країн Європейського Союзу та закликає до розширення емпіричних досліджень, спрямованих на ринки країн за межами ЄС – України, Молдови та Балканських країн.

Ключові слова: інтернаціоналізація, міжнародне підприємництво, малі та середні підприємства, міжнародні нові підприємства, народжені глобальними, Центральна та Східна Європа, методи досліджень.

The study explores research methods applied to the internationalization of small and medium-sized enterprises in Central and Eastern European countries. Based on the analysis of 39 studies from 2014–2024, it identifies the most commonly used methods for collecting primary and secondary data and the most frequent approaches to their quantitative and qualitative analysis. The findings highlight the predominance of primary data collection methods, particularly structured questionnaires, computer-assisted telephone or web interview (CATI/CAWI), and semi-structured interviews. It emphasizes the role of the Likert scale in measuring internationalization-related factors and establishes it as a primary method used in questionnaires by researchers in the region. Statistical analysis methods, including logistic and linear regression, ANOVA, t-test and correlational analysis dominate empirical studies, with a focus on statistical association rather than causality due to the nature of the field research. The research also reveals a significant geographical bias toward EU member states, with a particular emphasis on Poland, while countries outside the European Union, such as Ukraine, Moldova, and the Balkans, remain underrepresented. This imbalance calls for further empirical studies to bridge the gap in knowledge on small and medium-sized enterprise internationalization both beyond the market of the European Union and in the emerging markets. The study underscores the necessity of expanding statistical data availability to improve secondary data-based research, with the leading role of the national statistical offices. The case study method emerges as a crucial tool for hypothesis formation in exploratory research, highlighting its importance for developing a theoretical foundation for future empirical studies. The findings emphasize the need for a more comprehensive, regionally inclusive approach to studying internationalization processes and advocate for methodological advancements tailored to the specific economic and institutional conditions of Central and Eastern European countries.

Keywords: internationalization, international entrepreneurship, small- and medium-sized enterprises, international new enterprises, born global, Central and Eastern Europe, research methods.

Постановка проблеми. Інтернаціоналізація малого та середнього бізнесу у Центральній та Східній Європі залишається малодослідженою – основна увага дослідників з початку 1990-х років була зосереджена на дослідженні підприємств у розвинених країнах Заходу, а згодом – у країнах Азії, що розвиваються, завдяки їх стрімкому зростанню у цей період. Основою досліджень інтернаціоналізації в регіоні ЦСЄ є роботи дослідників всередині регіону. Водночас, дослідження інтернаціоналізації малих та середніх підприємств від-

сутні у міжнародній наукометричній базі даних Scopus взагалі, що свідчить про необхідність розробки теоретичного підґрунтя для подальших досліджень питання в контексті України та надолуження відставання в цьому компоненті від досліджень науковців з інших країн регіону.

Формування теоретичної бази для майбутніх кількісних та якісних досліджень у галузі міжнародного підприємництва передбачає аналіз та прийняття методів досліджень, що доцільні для підприємств та дослідників в регіоні. В українській науковій літературі в галузі наразі відсутні огляди методів досліджень інтернаціоналізації МСП в ЦСЄ, відтак це дослідження покликане закрити цю прогалину в дослідженнях.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питання інтернаціоналізації малих і середніх підприємств досліджується численними дослідниками регіону в різноманітних контекстах: Н. Дашкевіч [1], К. Вах [2], Р. Грозданіч та М. Радовіч-Марковіч [3] досліджують інтернаціоналізацію сімейного бізнесу; М. Блащик, К. М. Олшевська, М. Врублевські [4], Т. Бродзіцкі [5], А. Бурчу [6], М. Шимура-Тиц, М. Ролінз [7] досліджують зв'язок інтернаціоналізації та інноваційності; А. Глодовська, М. Маційовський, К. Вах [8] та Е.-М. Ватаманеску [9] приділяють значну увагу ролі знань у процесі та формуванні знань як наслідку інтернаціоналізації; М. Дабіч, А. Капуто, [10] С. Мітіч, Б. Ракіта [11] досліджують роль мереж підприємства та підприємця в процесі виходу на міжнародні ринки. Т. Віссак [12; 13], Е. Іпсміллер та Д. Дікова [14] зробили внесок у дослідження систематичними оглядами літератури щодо факторів, що впливають на рішення та успішність інтернаціоналізації і навпаки – причини невдалої інтернаціоналізації.

Значний вклад у емпіричні дослідження інтернаціоналізації малих та середніх підприємств регіону зробили К. Барложевскі [15], К. Бігос [16], Л. Ловренчіч-Бутковіч [17], Л. Данік [18; 19], С. Ференчикова [20], М. Гориня [21], Е. Грандис та А. Грандис [22], Б. Янковська [23], М. Яросінські [24; 25], А. Клисік-Уришек [26], К. Коларов [27], Р. Корсак'єне [28], І. Ковач [29], М. Козма [30], Д. Ліча [31], К. Облой [32], М. Ружір та М. Конечнік-Ружір [33], Ю. Секлюк'єне [34], К. Шані-Генес [35], С. Заплеталова [36; 37], М. Чішевська-Мліпаріч [38].

Це дослідження присвячене розкриттю методів досліджень, що використовувались вищезазначеними авторами досліджень з міжнародного підприємництва у регіоні у період 2014–2024 років.

Формулювання завдання дослідження. Завданням цього пошукового дослідження є виокремлення найпоширеніших методів дослідження інтернаціоналізації бізнесу у регіоні Центральної та Східної Європи з метою використання цих практик при відборі методів для аналізу вітчизняних підприємств.

Виклад основного матеріалу дослідження. Для проведення огляду літератури автор наслідує методологію А. Капуто [39], використовуючи наукометричну базу Scopus для пошук досліджень, використовуючи такі параметри пошуку:

– заголовок містить: CEE* OR Albania* OR Belarus* OR Bosni* OR Herzegovin* OR Bulgaria* OR Croatia* OR Czech* OR Eston* OR Hungar* OR Kosov* OR Latv* OR Lithuan* OR Moldov* OR Montenegr* OR Macedon* OR Poland OR Polish OR Romania* OR Serbia* OR Slovenia* OR Slovak* OR Ukrain* [39];

– заголовок містить: International* AND firm* OR compan* OR corporat* OR business* [39].

– період публікації: 2014–2024;

– тип публікації: стаття, розділ книги.

Загальний результат пошуку містив 92 результати на момент проведення дослідження. З нього автором мануально відібрано 42 статті та розділи книг згідно з 3 основними критеріями:

1. Дослідження безпосередньо розкриває тематику інтернаціоналізації малих та середніх підприємств або дослідження не розділяє підприємства за розміром, проте зміст вказує на аналіз підприємств, що в тому числі належать до МСП.

2. Дослідження спрямоване на дослідження міжнародного підприємництва.

3. Автор має можливість отримати доступ до матеріалів дослідження.

З 42 досліджень, відібраних для аналізу, фінальна вибірка налічує 39 досліджень, оскільки 3 дослідження були засновані та даних, що аналізуються в іншій роботі автора та частково повторюють методологію аналізу. Кількість досліджень значно відрізняється за роком публікації – від 1 публікації у 2018 та 2022 до 7 у 2019, проте немає очевидного тренду кількості досліджень – їх обсяг залишається сталим (див. рис. 1).

Хоча дослідження прямо стосуються інтернаціоналізації малих та середніх підприємств, частина з них (12) також досліджує великі підприємства. Ще у 10 дослідженнях розмір підприємства не вказаний безпосередньо (табл. 1). Дві третини досліджень звертають увагу на динаміку та детермінанти інтернаціоналізації малих підприємств. Варто зазначити, що трактування розміру підприємства у дослідженнях відрізняється – найбільщ розповсюдженим є використання кількості найманих працівників, в той час як обсяг доходів використовується у незначній кількості досліджень.

Таблиця 1

Кількість досліджень за розміром підприємства

Розмір підприємства	Кількість досліджень	% досліджень
Малі	26	66.7%
Середні	27	69.2%
Малі та середні	24	61.5%
Великі	14	35.9%
Малі, середні та великі	12	30.8%
Розмір не вказаний	10	25.6%
Загалом	**39**	**100%**

Джерело: створено автором

Можемо стверджувати, що в дослідженнях існує значний географічних ухил в напрямку досліджень ринків, що входять до Європейського Союзу. Відчутно більшу увагу ж отримала одна з країн регіону. Серед 39 досліджень 21 розкривало тематику в контексті Польщі, ще 5 – Хорватії, 4 – Угорщини, по 3 – Болгарії, Естонії, Румунії, Чехії та Литви. Серед ринків поза межами ЄС є Сербія – 3 дослідження. По 2 дослідження розглядають контекст Словаччини, Албанії та Словенії. Лише одне дослідження [9] стосувалося під-

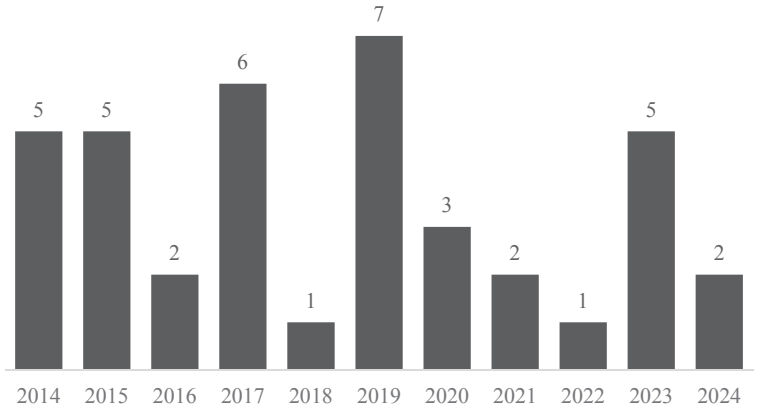

Рис. 1. Кількість досліджень за роком публікації

Джерело: створено автором

приємств з Молдови та України, однак не були спрямованими лише на ці країни, а радше розглядали регіональний контекст. Ще два дослідження розглядають регіон цілком без виокремлення окремих країн. Обидва дослідження є оглядами літератури [12; 40].

Автор аналізує методи дослідження інтернаціоналізації, класифікуючи всі дослідження на первинні – засновані на зборі первинних даних з ринку – та вторинні – дослідження, що використовують матеріали попередніх досліджень, агреговані статистичні дані та матеріали про компанії, що можливо знайти через мережу інтернет. У випадку використання декількох методів автором вказаний основний або декілька в разі неможливості визначити єдиний основний. Як проілюстровано на рисунку 2, первинні методи дослідження використовуються у 30 з 39 досліджень, в той час як вторинні – лише в 9. Це свідчить про значний ухил до проведення емпіричного тестування існуючих теорій, ніж спробах виведення нового знання на основі існуючих досліджень. В той же час, це ймовірно свідчить про недостатній рівень розвитку статистики підприємництва в країнах регіону, що змушує авторів отримувати інформацію з доступних їм, радше ніж централізованих джерел.

Найпоширенішим способом отримання первинної інформації є опитування, що свідчить про значний ступінь стандартизації питань, що досліджуються. Характерним є використання шкали Лайкерта – її використовує третина досліджень, що оперує первинними даними. Опитування зазвичай отримують від 8.2% до 25% відповідей. CATI та CAWI (від англ. computer-assisted telephone/web interview) є другим за частотою використання. Цей метод залишається дуже структурованим способом отримання інформації, однак дозволяє конкретизувати розгорнуті відповіді. Неструктуровані та напівструктуровані інтерв'ю зустрічаються рідше. Обидва методи використовується переважно у пошукових дослідженнях.

Серед найпоширеніших методів збору вторинної інформації – огляд літератури – існуючих теоретичних та емпіричних досліджень в галузі без формування нової теорії – та аналіз вторинної кількісної інформації – здебільшого дані статистичних офісів країн регіону. Теоретичний синтез – формування нової теорії на базі існуючих знань – є непоширеним. Ймовірно, це пов'язано із відсутністю критичної кількості емпіричних досліджень для формування нового знання. Врешті, два дослідження використовують аналіз інтерв'ю, якісних даних з відкритих джерел, попередні дослідження кейсовим методом як основу для власного дослідження.

Залежно від типу отриманих даних, автори використовують кількісні або якісні методи досліджень (рис. 3). Так, дані, отримані за результатами неструктурованих інтерв'ю, найчастіше аналізувались кейсовим методом (у 5 з 6 випадків).

Рис. 2. Класифікація досліджень за методом збору інформації

Джерело: створено автором

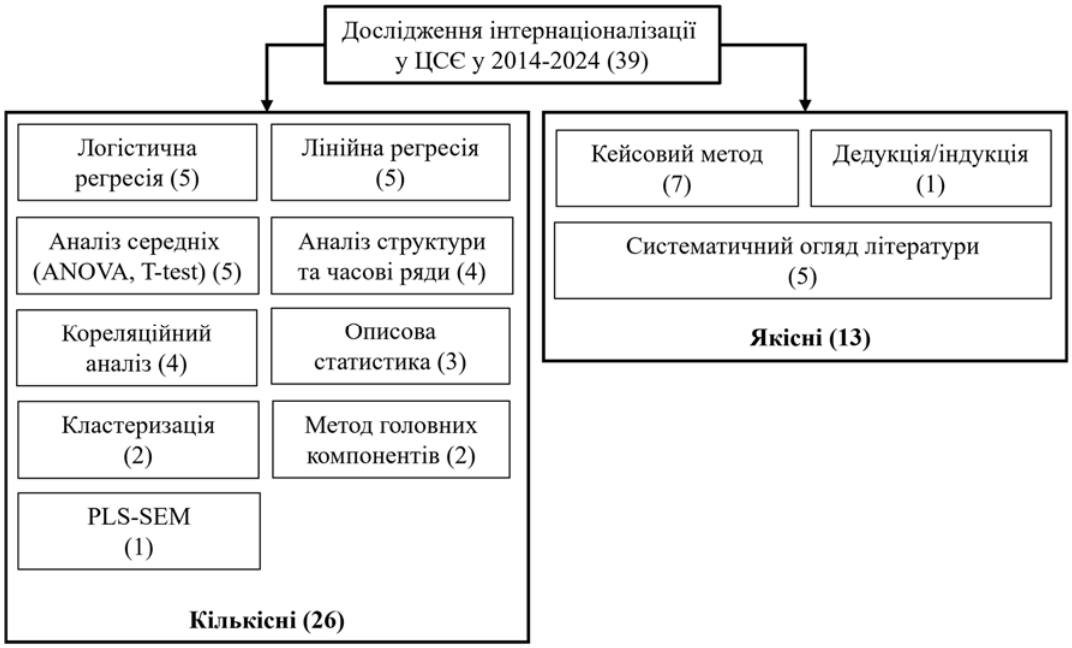

Рис. 3. Класифікація досліджень за методом аналізу

Джерело: створено автором

Водночас, спектр методів у випадку аналізу кількісних даних був суттєво ширшим. Найпоширенішими методами аналізу є логістична та лінійна регресії. Така популярність логістичної регресії пояснюється поширеним використанням бінарної змінної – факту належності до інтернаціоналізованих підприємств – як залежної. 5 досліджень використовують аналіз середніх для визначення статистичної асоціації між незалежними та залежною змінною. 4 дослідження використовують ANOVA, ще 1 – T-тест. Привертає увагу, що автори досліджень, що використовують регресії, не спрямовані на пошук каузального зв'язку, а частіше встановлюють факт статистичної асоціації, як і у випадках досліджень, спрямованих на аналіз середніх, або кореляційних дослідженнях. Це свідчить про обережне ставлення до проблеми пропущеної змінної, що в свою чергу означає визнання авторами необхідності подальших емпіричних досліджень для доповнення факторів, що використовуються у регресії. Менш популярними методами досліджень є аналіз описової статистики та метод головних компонентів. Перший надає мало інформації для валідних висновків, відтак використовується у пошукових дослідженнях для формування першої оцінки для майбутніх гіпотез. Другий метод є специфічним для випадків кореляції між незалежними змінними, тому використовується обмежено через низьку інцидентність таких випадків.

Висновки. Дослідження інтернаціоналізації малих та середніх підприємств у регіоні Центральної та Східної Європи здебільшого спрямовані на емпіричне тестування існуючих теорій, відтак методи досліджень відображають це – висока структурованість, визначеність питань сприяють використання опитувань та CATI/CAWI, а систематизованість отриманих первинних даних сприяє використанню кількісних методів аналізу – від описової статистики та кореляційного аналізу до кластеризації, лінійної та логістичної регресій та PLS-SEM.

Серед методів, що превалюють у пошукових дослідженнях, виділяємо метод неструктурованих та напівструктурованих інтерв'ю для збору інформації та кейсового методу її аналізу.

Статистика підприємництва стрімко розвивається у країнах регіону, однак кількість досліджень, заснованих на вторинних даних, свідчить про необхідність подальшого розширення статистики та перевірки її на відповідність потребам ринку, в тому числі – дослідників.

Врешті-решт, дослідження є значно упередженими географічно – велика кількість досліджень спрямована на країни Європейського Союзу. Водночас, дослідження в країнах поза його межами є радше винятком, що мотивує заклик до усунення цієї дослідницької прогалин та формуванням досліджень, спрямованих на такі країни, як Україна, Молдова та Балканські країни.

Список використаних джерел:

1. Daszkiewicz N. Internationalisation Patterns of Polish Family High-Tech Firms. *Entrepreneurial Business and Economics Review*. 2019. Т. 7. № 4. С. 147–163. URL: https://doi.org/10.15678/eber.2019.070409 (дата звернення: 15.10.2024).

2. Wach K. Exploring the Role of Ownership in International Entrepreneurship: How does Ownership Affect Internationalisation of Polish Firms? *Entrepreneurial Business and Economics Review*. 2017. Т. 5, № 4. С. 205–224. DOI: https://doi.org/10.15678/eber.2017.050410 (дата звернення: 15.10.2024).

3. Grozdanić R., Radović-Marković M. Family Businesses Motives for Internationalisation: Evidence from Serbia. *Family Businesses in Transition Economies. Cham*, 2015. С. 267–292. DOI: https://doi.org/10.1007/978-3-319-14209-8_13 (дата звернення: 15.10.2024).

4. Błaszczyk M., Olszewska K. M., Wróblewski M. Internationalisation of firms in the digital economy. Analysis of tenants of Polish technology parks. *European Business Review*. 2023. DOI: https://doi.org/10.1108/ebr-12-2021-0266 (дата звернення: 15.10.2024).

5. Brodzicki T. Internationalisation and Innovation Intensities of Polish Manufacturing Firms: A Close Nexus? *Entrepreneurial Business and Economics Review*. 2017. Т. 5. № 1. С. 91–109. DOI: https://doi.org/10.15678/eber.2017.050106 (дата звернення: 15.10.2024).

6. The Nexus between Innovation and Internationalization. Evidence from a micro-level Survey of the Romanian ICT Business Sector / Burciu A. et al. *Eastern European Economics*. 2022. С. 1–21. DOI: https://doi.org/10.1080/00128775.2022.2152051 (дата звернення: 15.10.2024).

7. Szymura-Tyc M., Rollins M. Networking and the outward/inward innovativeness and internationalisation of firms in Poland. *Journal of East European Management Studies*. 2020. Т. 25, № 2. С. 264–300. DOI: https://doi.org/10.5771/0949-6181-2020-2-264 (дата звернення: 15.10.2024).

8. Głodowska A., Maciejewski M., Wach K. How Entrepreneurial Orientation Stimulates Different Types of Knowledge in the Internationalisation Process of Firms from Poland? *Entrepreneurial Business and Economics Review*. 2019. Т. 7. № 1. С. 61–73. DOI: https://doi.org/10.15678/eber.2019.070104 (дата звернення: 15.10.2024).

9. Vătămănescu E.-M. et al. Exploring the Mediating Role of Knowledge Sharing between Informal Business Networks and Organizational Performance: An Insight into SMEs Internationalization in CEE. *Sustainability*. 2022. Т. 14. № 7. DOI: https://doi.org/10.3390/su14073915 (дата звернення: 15.10.2024).

10. Dabic M. et al. Entrepreneurial education and internationalisation of firms in transition economies: a conceptual framework from the case of Croatia. *World Review of Entrepreneurship, Management and Sustainable Development*. 2017. Т. 13. № 2/3. P. 290. DOI: https://doi.org/10.1504/wremsd.2017.10003436 (дата звернення: 15.10.2024).

11. Mitić S., Rakita B. The Role of Social and Business Networks in the Internationalization of Born Global Firms: Evidence from Serbia. *Market-Tržište*. 2020. Т. 32. № 1. P. 47–64. DOI: https://doi.org/10.22598/mt/2020.32.1.47 (дата звернення: 15.10.2024).

12. Vissak T. A literature review on CEE firms' outward internationalization failures: definitions, processes, causes and consequences. Review of International Business and Strategy. 2024. DOI: https://doi.org/10.1108/ribs-12-2023-0145 (дата звернення: 15.10.2024).

13. Vissak T., Masso J. Export patterns: Typology development and application to Estonian data. International Business Review. 2015. Т. 24, № 4. P. 652–664. DOI: https://doi.org/10.1016/j.ibusrev.2014.11.004 (дата звернення: 15.10.2024).

14. Ipsmiller E., Dikova D. Internationalization from Central and Eastern Europe: A systematic literature review. *Journal of International Management*. 2021. Т. 27. № 4. DOI: https://doi.org/10.1016/j.intman.2021.100862 (дата звернення: 15.10.2024).

15. Barłożewski K., Trąpczyński P. Internationalisation motives and the multinationality-performance relationship: The case of Polish firms. *Entrepreneurial Business and Economics Review*. 2021. Т. 9. № 2. С. 85–104. DOI: https://doi.org/10.15678/eber.2021.090206 (дата звернення: 15.10.2024).

16. Bigos K., Michalik A. The role of foreign venture capital and foreign business angels in start-ups' early internationalization: The case of Polish ICT start-ups. *Entrepreneurial Business and Economics Review*. 2023. Т. 11. № 4. С. 139–153. DOI: https://doi.org/10.15678/eber.2023.110409 (дата звернення: 15.10.2024).

17. Butković L.L., Mihić M. Analysis of internationalization trends in the construction industry with an overview on Croatian construction companies. *Organization, Technology and Management in Construction: an International Journal*. 2019. Т. 11. № 1. P. 1975–1983. DOI: https://doi.org/10.2478/otmcj-2019-0006 (дата звернення: 15.10.2024).

18. Ferencikova S., Hluskova T. Internationalization of Central and Eastern European companies – theory and its implications in the Slovak IT sector. *Journal of East European Management Studies*. 2015. Т. 20. № 4. С. 415–434. DOI: https://doi.org/10.5771/0949-6181-2015-4-415 (дата звернення: 15.10.2024).

19. L. Danik, E. Duliniec, and I. Kowalik, The Polish born global firms: Founding processes and motives of early internationalisation. *Transformations in Business and Economics*. 2016. Vol. 15. No. 2. P. 111–130.

20. Danik L., Kowalik I. Success factors and development barriers perceived by the Polish born global companies. Empirical study results. *Journal of East European Management Studies*. 2015. Т. 20. № 3. P. 360–390. DOI: https://doi.org/10.5771/0949-6181-2015-3-360 (дата звернення: 15.10.2024).

21. Gorynia M., Nowak J., Trąpczyński P., and Wolniak R. The internationalization of Polish firms: evidence from a qualitative study of FDI behaviour, in Internationalization of Firms from Economies in Transition, M. T. T. Thai and E. Turkina, Eds., Edward Elgar Publishing, 2014. DOI: https://doi.org/10.4337/9781783474707.00009 (дата звернення: 15.10.2024).

22. Grandys E., Grandys A. Internationalisation of Polish Clothing Companies. *Fibres and Textiles in Eastern Europe*. 2016. Т. 24. № 4(118). P. 14–19. DOI: https://doi.org/10.5604/12303666.1201127 (дата звернення: 15.10.2024).

23. Jankowska B., Götz M. Internationalization intensity of clusters and their impact on firm internationalization: the case of Poland. *European Planning Studies*. 2017. Т. 25. № 6. P. 958–977. DOI: https://doi.org/10.1080/09654313.2017.1296111 (дата звернення: 15.10.2024).

24. Jarosiński M., Barłożewski K. Differences in Strategies between Rapidly and Gradually Internationalising Polish Firms. Acta Oeconomica. 2019. Т. 69. S2. P. 163–189. DOI: https://doi.org/10.1556/032.2019.69.s2.7 (дата звернення: 15.10.2024).

25. Jarosiński M., Mierzejewska W. Success Factors of International New Ventures from an Economy in Transition. *Journal of East European Management Studi*es. 2017. Т. 22. № 3. P. 397–420. DOI: https://doi.org/10.5771/0949-6181-2017-3-397 (дата звернення: 15.10.2024).

26. Kłysik-Uryszek A., Kuna-Marszałek A. Psychic and geographic distance in the process of firm internationalization. Example of companies from Poland and Lodz region. *Business and Economic Horizons.* 2014. Т. 10. № 1. P. 1–9. DOI: https://doi.org/10.15208/beh.2014.01 (дата звернення: 15.10.2024).

27. Kolarov K., Georgieva S. Management features in Bulgarian smes as determinants of business internationalization. *Polish Journal of Management Studies*. 2020. Т. 22. № 1. P. 279–294. DOI: https://doi.org/10.17512/pjms.2020.22.1.18 (дата звернення: 15.10.2024).

28. Korsakienė R., Bekešienė S., Hošková-Mayerová Š. The effects of entrepreneurs' characteristics on internationalisation of gazelle firms: a case of Lithuania. *Economic Research-Ekonomska Istraživanja*. 2019. Т. 32. № 1. P. 2864–2881. DOI: https://doi.org/10.1080/1331677x.2019.1655658 (дата звернення: 15.10.2024).

29. Kovač I., Labaš D. The role of technological capabilities in the internationalization of Croatian companies. *InterEULawEast: Journal for the International and European Law, Economics and Market Integrations*. 2019. Т. 6. № 1. P. 43–60. DOI: https://doi.org/10.22598/iele.2019.6.1.4 (дата звернення: 15.10.2024).

30. Kozma M., Sass M. Hungarian international new ventures – Market selection and the role of networks in early internationalisation. *Society and Economy*. 2019. Т. 41. № 1. P. 27–45. DOI: https://doi.org/10.1556/204.2019.41.1.3 (дата звернення: 15.10.2024).

31. Liça D., Gashi S. Internationalization of firms: The impact of "Made in Albania" on strategic decisions. *Corporate and Business Strategy Review.* 2024. Т. 5. № 2. P. 175–185. DOI: https://doi.org/10.22495/cbsrv5i2art15 (дата звернення: 15.10.2024).

32. K. Obloj, 'Systemic effects of internationalization of Polish companies', Apr. 2014. Available: https://www.academia.edu/20900682/Systemic_effects_of_internationalization_of_Polish_companies (дата звернення: 19.10.2024).

33. Ruzzier M., Ruzzier M. K. On the relationship between firm size, resources, age at entry and internationalization: the case of Slovenian Smes. *Journal of Business Economics and Management*. 2014. Т. 16. № 1. P. 52–73. DOI: https://doi.org/10.3846/16111699.2012.745812 (дата звернення: 15.10.2024).

34. Sekliuckiene J. Factors leading to early internationalization in emerging Central and Eastern European economies. *European Business Review*. 2017. Т. 29. № 2. P. 219–242. DOI: https://doi.org/10.1108/ebr-12-2015-0158 (дата звернення: 15.10.2024).

35. Szanyi-Gyenes X., Almási A. Top Executives on Competitiveness: Survey of Digitalization and Internationalization in Hungarian Companies. *Acta Polytechnica Hungarica*. 2023. Т. 20. № 9. P. 43–62. DOI: https://doi.org/10.12700/aph.20.9.2023.9.3 (дата звернення: 15.10.2024).

36. Zapletalová Š. The internationalization process of Czech companies. *International Business Management*. Vol. 8 No. 6. P. 361–368, 2014.

37. Zapletalová Š. Models of Czech companies' internationalization. *Journal of International Entrepreneurship*. 2015. Т. 13. № 2. P. 153–168. DOI: https://doi.org/10.1007/s10843-015-0145-9 (дата звернення: 15.10.2024).

38. Ciszewska-Mlinaric M., Obloj K., Wasowska A. Internationalisation choices of Polish firms during the post-socialism transition period: The role of institutional conditions at firm's foundation. *Business History*. 2017. Т. 60. № 4. P. 562–600. DOI: https://doi.org/10.1080/00076791.2017.1332045 (дата звернення: 15.10.2024).

39. Caputo A. et al. Internationalisation of firms from Central and Eastern Europe. *European Business Review*. 2016. Т. 28. № 6. P. 630–651. DOI: https://doi.org/10.1108/ebr-01-2016-0004 (дата звернення: 15.10.2024).

40. Vissak T. A literature review on CEE firms' internationalization: success measurement, achievement and outcomes. Review of International Business and Strategy. 2023. DOI: https://doi.org/10.1108/ribs-06-2022-0061 (дата звернення: 15.10.2024).