Marek Niedbalski

**Bariery internacjonalizacji polskich przedsiębiorstw w branży producentów sprzętu medycznego**

Rozprawa doktorska napisana w Kolegium Zarządzania i Finansów w Szkole Głównej Handlowej w Warszawie, pod kierunkiem promotora dr hab. Mirosława Jarosińskiego, prof. SGH i promotora pomocniczego dr hab. Wioletty Mierzejewskiej, prof. SGH.

**Streszczenie**

Bariery internacjonalizacji są istotnym elementem procesu ekspansji zagranicznej. Od lat 60. XX w. badano i klasyfikowano przeszkody stojące na drodze umiędzynarodowienia, jednak niewiele badań dotyczyło polskich przedsiębiorstw, a gruntowny przegląd literatury przedmiotu wykazał lukę badawczą na temat barier internacjonalizacji wśród polskich przedsiębiorstw. Głównym celem rozprawy było zidentyfikowanie istotnych barier internacjonalizacji polskich przedsiębiorstw branży producentów sprzętu medycznego. Oprócz celu głównego, sformułowane zostały cele szczegółowe: poznawczy, metodologiczny i aplikacyjny oraz postawiono pytania badawcze. Przegląd literatury, wywiady pogłębione oraz analiza wielokrotnego studium przypadku miały znaleźć odpowiedzi na postawione w pracy pytania.

Rozprawa składa się z czterech rozdziałów poprzedzonych wstępem i podsumowanych zakończeniem. Pierwszy rozdział ma charakter teoretyczny, w którym autor, na podstawie literatury przedmiotu, przedstawił teorie i modele internacjonalizacji oraz omówił strategie rozwoju przedsiębiorstwa. Autor omówił również zależności między wielkością i doświadczeniem przedsiębiorstwa a procesem internacjonalizacji. Na końcu rozdziału przedstawiono proces oraz konsekwencje deinternacjonalizacji, czyli całkowitego wycofania się
z danego rynku, oraz reinternacjonalizacji, rozumianej jako powrót na rynek zagraniczny po czasowym zaprzestaniu działalności międzynarodowej.

W rozdziale drugim autor omówił oraz dokonał klasyfikacji barier eksportowych. Powołując się na badania w tym zakresie, wyróżnił wśród barier te natury wewnętrznej: poziom doświadczenia firmy w tego typu działalności, kompetencje personelu, specyfikę i typ kultury organizacyjnej przedsiębiorstwa oraz jego możliwości finansowe. Natomiast bariery zewnętrzne autor podzielił na bariery o charakterze politycznym
i prawnym oraz przeszkody związane z tworzeniem form kooperacji pomiędzy przedsiębiorstwami. Zaprezentowano również bariery internacjonalizacji w badaniach polskich przedsiębiorstw. Autor dowodzi, że przełamywanie barier jest koniecznym i nieodzownym elementem procesu internacjonalizacji i przedstawia sposoby na ich pokonywanie. Autor zauważył, że pośród wszystkich barier, najczęściej wymieniana przez przedsiębiorców jest bariera finansowa obejmująca trudność z pozyskaniem kapitału na ekspansję zagraniczną.

W trzecim rozdzialeautor dokonał przeglądu oraz krótkiej charakterystyki rynku sprzętu medycznego
w krajach mających największy udział w rynku globalnym oraz w Europie. Autor omówił sytuację polskiego rynku urządzeń medycznych oraz regulacje prawne. Omówiono też główne kierunki i rynki eksportowe polskich producentów sprzętu medycznego. Autor zwrócił uwagę na to, że rozwój branży medycznej w Polsce został przyspieszony dzięki wykorzystaniu środków unijnych przeznaczonych na zakup nowych urządzeń medycznych, a także na promocję polskich eksporterów.

Rozdział czwarty poświęcono badaniom własnym, dotyczącym barier internacjonalizacji występujących wśród producentów sprzętu medycznego w Polsce. Wykorzystując metodę wielokrotnego studium przypadku, autor zbadał, jakie bariery internacjonalizacji są najistotniejsze dla polskich producentów, jaka jest specyfika tych barier, omówił uwarunkowania geograficzne oraz zależności pomiędzy zaawansowaniem internacjonalizacji,
a rodzajami oraz istotnością barier internacjonalizacji. Przy pomocy scenariusza wywiadu, składającego się z 26 pytań autor przeprowadził wywiad z 5 respondentami - właścicielami polskich przedsiębiorstw z branży sprzętu medycznego, eksportujących wyroby na rynki zagraniczne. Autor, posługując się wypowiedziami respondentów omówił bariery, z jakimi zmagali się polscy przedsiębiorcy oraz sposoby, w jaki je przełamywali. Omówiony został też oddzielnie wpływ wojny na Ukrainie oraz epidemii COVID-19 na proces internacjonalizacji.

Pracę kończy podsumowanie badań i wnioski. Sformułowano również wskazania do dalszych badań
w tym zakresie, a także rekomendacje dla przedsiębiorców.