

# NOWA GENERACJA W FIRMACH RODZINNYCH

STYCZEŃ 2025





# NOWE POKOLENIE

## - tradycja w harmonii z nowoczesnością

**W latach 90. Polska weszła w nową erę gospodarczą, która otworzyła drzwi do przedsiębiorczości. Transformacja ustrojowa stała się impulsem do działania dla tysięcy Polaków, którzy zaczęli budować swoje firmy. Zapał, kreatywność i determinacja założycieli nie tylko przyczyniły się do sukcesów ich rodzin, ale także ukształtowały fundamenty współczesnej gospodarki**

**D**ziś jesteśmy świadkami zmian pokoleniowych – pierwsze generacje przedsiębiorców przekazują zarządzanie młodszymi liderom, swoim sukcesorom. Każdy z nich ma indywidualne podejście do rozwoju firmy, wynikające z osobistych doświadczeń, aspiracji i wizji.

Niektórzy z nich decydują się najpierw zdobyć doświadczenie zawodowe poza rodzinnym biznesem, aby powrócić do niego z nowymi kompetencjami i perspektywą. W innych firmach młodzi przedsiębiorcy kontynuują działalność rodziców, koncentrują się na podtrzymywaniu wartości wypracowanych przez wcześniejsze pokolenia, wspólnie realizując ambitne, często złożone projekty. Jeszcze inni tworzą własne przedsiębiorstwa, wykorzystując globalne perspektywy i przewagi technologiczne. Rozmowy zamieszczone w niniejszym dodatku doskonale ilustrują te różnorodne ścieżki i podejścia. Pokazują również, że połączenie tych dwóch podejść – szacunku dla tradycji i innowacyjności – tworzy nową jakość w polskim biznesie rodzinnym.

Dostrzegając tę dynamiczną transformację, polskie firmy coraz śmielej stawiają czoła wyzwaniom związanym z długoterminowym planowaniem sukcesji oraz zarządzaniem majątkiem. W BNP Paribas Wealth Management doskonale to rozumiemy, opierając się na swojej 200-letniej historii i doświadczeniach czerpanych w ramach globalnej Grupy działającej w 63 krajach. Dzięki temu, w ramach unikalnego podejścia „One Face to Customer”, wspieramy przedsiębiorców w procesie sukcesji i planowania majątkowego.

**JESTEŚMY PIONIEREM W OBSŁUDZE KLIENTÓW Z SEKTORA RODZINNYCH BIZNESÓW** na polskim rynku. Będąc bankiem „na pokolenia” – opiekujemy się nie tylko klientem, ale i członkami jego rodziny, również tymi najmłodszymi. Oferujemy innowacyjne rozwiązania dla fundacji rodzinnych, w tym możliwość otwierania rachunków jeszcze przed ich formalną rejestracją, a dzięki szerokiej ofercie produktów inwestycyjnych i wsparciu ekspertów Family Office pomagamy klientom w budowaniu stabilności finansowej, przekazywanej młodszemu pokoleniu.

Nowi liderzy, wychowani w erze globalizacji i innowacji, wnoszą świeże spojrzenie na biznes, łącząc dążenie do realizacji wartości z nowoczesnym podejściem do zarządzania. BNP Paribas Wealth Management wspiera ich wizję, tworząc przestrzeń, w której biznes rodzinny staje się fundamentem stabilności i rozwoju, a tym samym przyczynia się do wzrostu i równowagi całej gospodarki. **F**



**BEATA MAJEWSKA,**  
dyrektorka zarządzająca Pionem  
Wealth Management BNP  
Paribas Bank Polska

# Zarządzanie majątkiem fundacji rodzinnej

Zapewniamy szerokie wsparcie m.in.:

- obsługę biura maklerskiego
- negocjowanie kursów walut
- rozwiązania inwestycyjne
- opiekę dedykowanego doradcy Wealth Management

Pozwól nam zadbać o Ciebie, Twoich bliskich  
i Twój majątek

[www.bnpparibas.pl/wealthmanagement](http://www.bnpparibas.pl/wealthmanagement)



**BNP PARIBAS**  
**WEALTH MANAGEMENT**

**Bank  
zmieniającego się  
świata**

BNP Paribas Wealth Management jest marką, pod którą BNP Paribas Bank Polska S.A. świadczy usługi w zakresie bankowości prywatnej. Bank BNP Paribas otrzymał tytuł Best International Private Bank – Poland (najlepszej bankowości prywatnej w Polsce) w międzynarodowym konkursie Global Private Banking Innovation Awards 2024, którego wyniki ogłoszono 5.06.2024 r. Więcej na stronie: [www.thedigitalbanker.com/global-private-banking-innovation-awards-2024](http://www.thedigitalbanker.com/global-private-banking-innovation-awards-2024). Materiał nie stanowi oferty w rozumieniu art. 66 Kodeksu cywilnego. BNP Paribas Bank Polska S.A. z siedzibą w Warszawie przy ul. Kasprzaka 2, 01-211 Warszawa, zarejestrowany w rejestrze przedsiębiorców Krajowego Rejestru Sądowego przez Sąd Rejonowy dla m.st. Warszawy w Warszawie, XIII Wydział Gospodarczy Krajowego Rejestru Sądowego pod nr. KRS 0000011571, posiadający NIP 526-10-08-546 oraz kapitał zakładowy w wysokości 147 799 870 zł w całości wpłacony.



▼  
**Z POKOLENIA  
 NA POKOLENIE**  
 Rodzina Ptaszków  
 prowadzi  
 działalność  
 gospodarczą od  
 czasów II RP. Kilka  
 lat temu rodzinną  
 firmę przejęło nowe  
 pokolenie

## SUKCESJA to proces wieloetapowy

Proces sukcesji warto zacząć jak najszybciej, gdy sukcesorzy nie są jeszcze gotowi do przejęcia sterów, a rodzice znajdują się w sile wieku – radzi Agnieszka Ptaszek-Kwolek, przedstawicielka piątego pokolenia przedsiębiorców z Lubelszczyzny, członkini zarządu JMP Flowers



**FORBES:** Pani rodzina chlubi się wyjątkowo długimi tradycjami przedsiębiorczości. Jakie wartości, które wyniosła pani z domu, okazały się najważniejsze w rozwoju biznesu?

**AGNIESZKA PTASZEK-KWOLEK, członkini zarządu JMP Flowers:** W naszej rodzinie zajmujemy się biznesem co najmniej od pięciu pokoleń, kiedy prapradziadek, wcześniej pracujący jako agronom w gospodarstwie Zamojskich w Maciejowicach, założył własny młyn.

Tata otworzył firmę w 1977 r., ale wcześniej jego rodzice też już mieli szklarnie, a babcia w latach 70. i 80. jeździła do Chin handlować tekstyliami. Wychowywałam się w duchu tradycji i kultywowania heroizmu przodków. Wartości rodzinne, które zawarliśmy w konstytucji firmy, przygotowując się do sukcesji, to pracowitość, gospodarność, skuteczność, ciągły rozwój, merytokracja oraz ład i harmonia. Co ciekawe, kiedy później zrobiliśmy warsztaty dla liderów w naszej firmie i poprosiliśmy ich o wskazanie wartości, to odpowiedzi były prawie takie same. To znaczy, że jesteśmy autentyczni i umiemy te wartości przekazać.

### Czy od początku myślenia o swojej karierze wiedziała pani, że chce zaangażować się w firmę rodziców?

Od dzieciństwa kręciłam się po gospodarstwie, ale nastolatką byłam bardzo zbuntowaną, a mój ojciec ma silną osobowość. Chciałam się wybić na niepodległość. Wydaje mi się jednak, że od początku chciałam być z firmą związana. Miałam pomysł, by najpierw popracować gdzie indziej, zdobyć doświadczenie i umiejętności i wtedy wrócić do firmy jako partner do biznesu. Ten plan w dużej mierze się powiódł, pracowałam w austriacko-niemieckiej firmie consultingowej, ale trudno było to łączyć ze studiami. Tata sprytnie wykorzystał ten moment i zaproponował mi pracę dyrektora zarządzającego w naszej spółce córce w Lublinie, która wtedy miała nieruchomości i sklepy odzieżowe. Miałam tam większą elastyczność, a także dużą autonomię. Już w wieku osiemnastu lat dostałam od rodziców udziały w firmie i zawsze byłam wtajemniczona w bieżącą sytuację.

### To jak wygląda bieżąca sytuacja firmy?

Jako producenci kwiatów i roślin jesteśmy jedną z największych firm ogrodniczych poza Holandią. Zatrudniamy około 400 osób. Mamy 18 ha szklarni, w tym 11 ha zajmuje uprawa storczyków, 6 ha to są róże, a reszta anturium na kwiat cięty i rośliny doniczkowe. Rocznie produkujemy ok. 5,5 mln storczyków i 10–15 mln róż. Sama produkcja, przy której pracuje 300 osób, jest już dość skomplikowana, a do tego mamy własną logistykę do obsługi gospodarstwa, jak również oddzielną spółkę gazową, która produkuje energię na nasze potrzeby. Ważną rolę odgrywa oczywiście dział sprzedaży, na który składają się dwie mniej więcej równorzędne części. Pierwszą jest kanał tradycyjny, czyli sieć 10 własnych hurtowni w całej Polsce oraz spółka w Austrii, natomiast drugą kanał nowoczesny, czyli sprzedaż do hipermarketów, marketów budowlanych oraz eksport do 18 państw Europy.

### Wspomniała pani o sukcesji. Kto kieruje firmą?

Razem z braćmi jesteśmy trzyosobowym zarządem, w którym nie ma prezesa. Jeden z braci odpowiada za kwestie operacyjne, czyli produkcję, logistykę itd., drugi brat odpowiada za finanse i inwestycje, a ja zajmuję się sprzedażą. Rodzice są już na emeryturze, ale wciąż są zaangażowani w firmę, bo zasiadają w radzie nadzorczej. Wszyscy jesteśmy współwłaścicielami firmy, ale rodzice nadal mają większość udziałów.

### Jak wyglądał proces sukcesji?

Był bardzo ciekawy i wieloetapowy. Zaczęło się od brata, który obronił dyplomy w SGH i londyńskiej LSE wokół tematu sukcesji i przekonał nas, by się tym zająć. Na początku podjęliśmy współpracę z psychologiem i coachem, który usiadł z nami do stołu i pomógł przekonać rodziców, że nie jesteśmy już małymi dziećmi, tylko chcemy zostać partnerami biznesowymi. Musieliśmy nauczyć się rozmawiać

i wzajemnie słuchać. Pamiętam, że mieliśmy taką pluszową zabawkę i mówić mogła tylko ta osoba, która ją trzymała w ręku. Brzmi to śmiesznie, ale bez tego nie byliśmy w stanie się nie przekrzykiwać. Przeszliśmy szereg warsztatów o zarządzaniu, delegowaniu, prowadzeniu spotkań. Po tej pierwszej fazie sukcesji przysłała druga, czyli praca bezpośrednio na dokumentach. Wtedy wypracowaliśmy wizję, misję i wartości firmy, a także stworzyliśmy konstytucję rodzinną. Na tym etapie pojawiło się wiele pytań, na które trzeba było znaleźć odpowiedzi, np. o zasady dziedziczenia oraz czy

osoby spoza rodziny mogą dołączyć do organizacji. To był najtrudniejszy moment, pełen burzliwych dyskusji i emocji. Zdarzało się, że ktoś wyszedł i trzasnął drzwiami. Pomogło nam to, że narzuciliśmy sobie stały rytm spotkań i nie zrażaliśmy się. Podpisaliśmy umowę, w której były też określone kolejne kroki dotyczące spraw majątkowych, ale ostatnie trzy lata, kiedy musieliśmy zlikwidować spółkę w Rosji, która generowała 20 proc. obrotów, i zmierzyć się ze wzrostem cen gazu, były bardzo angażujące i tematy sukcesyjne trochę odeszły na bok. Oceniam, że jesteśmy tak w 80 proc. drogi do celu.

### Jakich rad udzieliłaby pani innym firmom przymierzającym się do sukcesji?

Zacząć jak najszybciej, czyli na etapie, gdy sukcesorzy nie są jeszcze gotowi do przejścia sterów, a rodzice są w sile wieku. Ten proces trwa, to jest maraton, a nie sprint, więc trzeba dać sobie na to czas. Ponadto warto otoczyć się merytorycznymi ekspertami, którzy pomogą przez ten proces przejść. I jeszcze dodałabym, żeby pamiętać, że to, co się ustali, nie musi być wyryte w kamieniu. Do tych ustaleń można i należy wracać, bo to normalne, że nie wszystko uda się od razu zrobić bezbłędnie.

### Powiedziała pani, że od dziecka biegała po gospodarstwie. Chce pani powtórzyć ten model wychowania i włączyć swoje dzieci do pracy w firmie?

Moje najstarsze dziecko ma siedem lat, więc temat sukcesji jest dość odległy, ale oczywiście zadaję sobie pytanie, jakiej przyszłości chcę dla swoich dzieci. Na pewno zależy mi na tym, by były szczęśliwe i same dokonały tego wyboru. Jeśli będą chciały włączyć się w firmę, będziemy je wspierać. Natomiast zgodnie z naszą konstytucją muszą mieć do tego odpowiednie wykształcenie, odbyć praktyki poza firmą oraz przejść wszystkie szczeble w firmie. Także nie jest to podane na tacy. Poza tym mój mąż jest lekarzem, jego tata wykładowcą akademickim, więc mają dużo wzorów i opcji do wyboru. Choć na razie moi synowie są na tym etapie, że wszyscy chcą zostać piłkarzami. **F**

ROZMAWIAŁ JAN BOLANOWSKI



# W FIRMIE RODZINNEJ pasja to klucz do sukcesu

Polskie produkty są bardzo dobrze postrzegane za granicą. Pod względem standardów jesteśmy traktowani jako Europa Zachodnia, tylko że z naturalnym środowiskiem – mówi Łukasz Kazberuk z firmy Kasol, właściciel marki Leśne Skarby



## GRZYBY I OWOCE LEŚNE

to jedne z nielicznych produktów w 100 proc. naturalnych, podkreśla Łukasz Kazberuk



**FORBES:** Historia państwa firmy zaczęła się w sposób nieoczywisty, bo od pizzerii w Białymstoku.

**ŁUKASZ KAZBERUK, dyrektor sprzedaży Kasol, prezes Ogólnopolskiej Izby Przetwórców i Eksporterów Runa Leśnego:** W tym roku obchodzimy 40-lecie istnienia firmy, więc kiedy tata zakładał pizzerię, w czasach PRL-u, była czymś wyjątkowym. To był pierwszy taki lokal w mieście i ustawiały się do niego kolejki. Handel

grzybami leśnymi zaczął się kilka lat później, gdy pojawiły się możliwości zakładania spółek przez osoby prywatne. Pizzeria działała do połowy lat 90., a teraz na jej miejscu stoi hotel. W restauracji hotelowej mamy studio kulinarne, w którym opracowujemy smaki naszych produktów. Powtarzam pracownikom, że właściwie jesteśmy dużą restauracją. Czerpiemy z tej rodzinnej tradycji.

**No dobrze, ale dlaczego grzyby i runo leśne?**

Końcówka lat 80. To był czas, gdy próbowano handlować wszystkim. Położenie Białegostoku w zagłębiu



leśnym, wśród Puszczy Knyszyńskiej, Augustowskiej, Piskiej i Białowieskiej, a także w pobliżu państw takich jak Białoruś i Litwa spowodowało, że był duży dostęp tego surowca. Jednocześnie pojawiło się zainteresowanie ze strony firm z państw zachodnich, z Niemiec, Francji czy Szwajcarii. Od tego się zaczęło.

### Co było potem?

Na początku lat 90. powstał zakład przetwórstwa runa leśnego oraz marka Leśne Skarby. Gdybym miał wymieniać rzeczy, za które jestem wdzięczny rodzicom, pewnie nie starczyłoby tego wywiadu, ale ta marka jest na pewno jedną z tych rzeczy. Ona doskonale komponuje się z naszymi produktami i po prostu leśnej nazwy nie dałoby się wymyślić. Grzyby i owoce leśne to jedne z nielicznych produktów w 100 proc. naturalnych. Stąd też wynika ich wartość i wyjątkowy, ekskluzywny charakter. Ktoś te leśne skarby musi przecież znaleźć w lesie, a następnie własnoręcznie zebrać – to wielka sztuka.

### Kiedy pan na dobre włączył się w działalność rodzinnej firmy?

Zarówno ja, jak i mój brat pracowaliśmy w firmie w każdej wakacje, od najmłodszych lat, kiedy tylko było to dopuszczone kodeksem pracy. Wykonywaliśmy najprostsze prace, jak mycie i sortowanie grzybów czy pomoc przy remontach. Ta wakacyjna praca dała mi dwie rzeczy, po pierwsze nauczyła mnie szacunku do pracy i do pieniędzy. Choć pieniędzy w domu nie brakowało, to rodzice nauczyli mnie, że biorą się one z pracy. Po drugie poznałem wtedy dobrze nasze produkty i to, jak działa firma od środka. Później na studiach w Warszawie zacząłem pracować jako przedstawiciel handlowy, bo stolica jest jednym z ważnych dla nas rynków, mieści się tam wiele hurtowni, jak również restauracji. Później zostałem dyrektorem produkcji, a aktualnie odpowiadam za całość działalności operacyjnej w firmie, czyli za zakupy, sprzedaż, planowanie i realizację produkcji.

### W jaki sposób dzielicie się w rodzinie zarządzaniem firmą, kto ma jakie stanowisko?

Cała firma wciąż jest jednoosobową działalnością gospodarczą mojego taty i działa nieprzerwanie na tym samym NIP-ie od 1984 r. Zatrudniamy około 150 pracowników, we trójkę podejmując kluczowe decyzje dotyczące strategii firmy. Ja jestem dyrektorem handlowym, a brat dyrektorem produkcji. Tata oficjalnie jest dyrektorem finansowym, ale wszyscy mówimy do niego „szefie”. On ma największe doświadczenie i przy tym jest niesamowitym wizjonerem. Ma umiejętność zauważania

50

PROC.

**OBROTÓW  
FIRMY KASOL**  
stanowi  
eksport polskich  
grzybów  
i owoców leśnych  
za granicę

tendencji i potrzeb klientów dwa kroki wcześniej, niż dostrzeże to rynek. To jest unikatowe.

### Na jakim etapie znajduje się proces sukcesji w państwa firmie?

Na razie to są głównie plany. Rozmawiamy o tym od kilku lat i rozważamy aktualnie dwa rozwiązania. Jednym z pomysłów jest założenie fundacji rodzinnej, która dobrze wpisuje się w nasze podejście do firmy Kasol jako do projektu wielopokoleniowego. Fundacja dobrze zabezpiecza majątek firmy, a nie poszczególnych osób. Nie wykluczamy również przekształcenia w spółkę. Myślę, że to się sfinalizuje w najbliższej przyszłości, bo mamy ambitne plany inwestycyjne. Chcielibyśmy już ich dokonać jako ta nowa ukonstytuowana forma działalności.

### Wzrost mocy produkcyjnych wiąże się z planami ekspansji. Na rynek polski czy na eksport?

Od kilku lat mniej więcej 50 proc. naszej sprzedaży stanowi eksport, a drugie 50 proc. rynek krajowy. Na pewno potencjał eksportowy jest większy, bo możemy trafiać na wiele rynków, ale też wymaga dużego wkładu pracy. Rynek krajowy też rośnie, bo społeczeństwo jest bogatsze, częściej jadamy w restauracjach, a jednocześnie mamy mniej czasu, by samodzielnie zbierać grzyby. Nie mówiąc już o popycie związanym ze świętami Bożego Narodzenia.

### Japończykom udało się przekonać świat do jedzenia grzybów shitake i mun. Mamy szansę powtórzyć ten sukces z podgrzybkami i kurkami?

Polskie produkty są bardzo dobrze postrzegane za granicą. Pod względem standardów jesteśmy traktowani jako Europa Zachodnia, tylko że z naturalnym środowiskiem. To jest bardzo dobry moment na eksport polskiej żywności. Natomiast co do promocji, to grzyby leśne są także składnikiem takich kuchni jak włoska i francuska. Dzięki Włochom polskie prawdziwki trafiają na stoły całego świata. Z kolei w Niemczech i Francji królują nasze kurki. Polska kuchnia na razie nie jest takim powszechnym towarem eksportowym, z uwagi na swój nie do końca dietetyczny charakter. Z drugiej strony pierogi stały się międzynarodowym hitem. A wiadomo, że pierogi są również z grzybami.

### Co by pan doradził osobom, które myślą o założeniu firmy rodzinnej?

Najważniejsze to czuć to, co się robi, i mieć do tego pasję. Kiedy pracuje się dla kogoś, to łatwiej się zdystansować i rozgraniczyć kwestie związane z życiem zawodowym i prywatnym. W firmie rodzinnej jest się w pracy 24 godziny na dobę. Drugą rzeczą jest profesjonalne podejście i zaangażowanie. Kiedy połączy się pasję i profesjonalizm, to wcześniej czy później przyjdzie sukces. **F**

ROZMAWIAŁ JAN BOLANOWSKI

**PROF. PIOTR BUSZMAN**

Pasją do medycyny zainspirował go ojciec, również profesor kardiologii. Dziś wspólnie opracowują nowe innowacyjne technologie medyczne i wprowadzają je na rynek



## Chcemy otworzyć RYNEK MEDTECH

Przedsiębiorczość nie może być decydująca, jeżeli chodzi o praktykę lekarską. Jest jednak niezbędna, gdy mówimy o sprawnym systemie ochrony zdrowia oraz wdrażaniu nowych technologii i terapii – przekonuje prof. dr n. med. Piotr Buszman, kardiolog i twórca medycznych innowacji



**FORBES:** W rodzinach lekarskich często zdarza się, że dzieci idą w ślady rodziców, ale chyba rzadko korzysta się przy tym z fundacji rodzinnej. Rozpatruje pan swoją karierę w kategorii sukcesji?

**Prof. dr n. med. PIOTR BUSZMAN:** Nasza historia nie jest tak jednoznaczna, jak klasyczna sukcesja w firmie. Natomiast na pewno możemy mówić o przejęciu wartości i wspólnej realizacji wielu często dość złożonych przedsięwzięć. Fundacja rodzinna jest tą instytucją, która to dobrze scala i pozwala wspólnie z tatą realizo-

wać różne projekty inwestycyjne. Profesor senior bez wątpienia zaraził mnie pasją do kardiologii inwazyjnej, a także do wprowadzania innowacji w medycynie, więc w tym sensie czuję się sukcesorem.

**Czy przy wprowadzaniu innowacji medycznych ważniejsze jest doświadczenie czy otwartość na to, co nowe?**

Obie rzeczy są bardzo istotne, zwłaszcza w medycynie. Dlatego niezwykle ważne jest, by do tej pracy podchodzić interdyscyplinarnie. Natomiast uważam, że mało która dziedzina potrafi tak zmotywować do pracy i innowacji jak medycyna właśnie. Tutaj motywacją jest przypadek kliniczny, czyli mówiąc najprościej – pacjent, u którego





chcemy osiągnąć lepsze efekty leczenia. Szukamy wtedy różnych pomysłów, w czym oprócz wiedzy medycznej przydaje się także orientacja w naukach podstawowych czy inżynierii. Odpowiedzią może być dziedzina, w której działamy, czyli przestrzeń medtechowa, tzn. wprowadzanie nowych urządzeń i wyrobów medycznych, które rozwiązują problemy kliniczne. Ale również problemy te można rozwiązywać metodą naukową, poprzez stawianie i weryfikowanie hipotez i poszerzanie wiedzy medycznej.

### **Pan na polu nauki ma wybitne osiągnięcia. Jest pan jednym z najmłodszych profesorów kardiologii w Polsce. Jakich rad udzieliłby pan młodemu lekarzom?**

Rzeczywiście jestem jednym z niewielu profesorów przed czterdziestką, ale nie traktuję tego jak wyścig, bo nie o to chodzi. Ten tytuł stanowi uhonorowanie tej pasji i dążenia do odkrywania nowych rozwiązań. Jeśli mamy cel i nad jego osiągnięciem pracujemy w sposób systematyczny, to niejako po drodze spełniamy kryteria uzyskania stopni naukowych. Młodemu lekarzom radziłbym możliwie wcześniej zastanowić się nad tym, co ich najbardziej interesuje, a potem zacząć nad tym konsekwentnie pracować.

### **Trudno połączyć pracę naukową z praktyką lekarską?**

Jest to trudne, zwłaszcza ze względów czasowych. Wymaga to poukładania i planowania spraw, ale również pracy w dobrych jednostkach. Zachęcam do poukładania rytmu pracy, a przede wszystkim do nauki przedsiębiorczości, bez której nie będzie sukcesu i rozwoju w medycynie.

### **Zawód lekarza kojarzy się ze służbą, nie z biznesem. Na czym polega dobrze rozumiana przedsiębiorczość w medycynie?**

To oczywiste, że musimy być przede wszystkim lekarzem i kierować się kodeksem etyki, wiedzą i dobrem pacjenta. Przedsiębiorczość nie powinna wpływać na praktykę lekarską, jest jednak niezbędna, gdy mówimy o sprawnym i dobrze zmotywowanym na leczenie chorego systemie ochrony zdrowia. Również, a może przede wszystkim, przy wdrożeniach technologii i wprowadzaniu nowych rozwiązań. Tego nie da się zrobić bez zaplecza biznesowego, bez zakładania spółek, bez wsparcia inwestorów czy domów maklerskich. Na każdy pomysł trzeba zebrać środki, z których trzeba się rozliczyć, i na koniec przekonać inwestorów, którzy niewiele mają z medycyną wspólnego.

**Sukces  
przedsięwzięcia  
w branży  
medtech  
jest przede  
wszystkim  
sukcesem  
dla pacjentów,  
bo powstało  
jakieś nowe,  
lepsze  
rozwiązanie  
ich problemów**



**PROF. PIOTR BUSZMAN**

kardiolog  
i twórca medycznych  
innowacji



**13,8**

**MLD USD**

**WEDŁUG PAIH  
nawet tyle może  
być wart rynek  
medtech  
w Polsce**

nego. Sukces przedsięwzięcia w branży medtech jest przede wszystkim sukcesem dla pacjentów, bo powstało jakieś nowe, lepsze rozwiązanie ich problemów. Uważam, że połączenie medycyny i biznesu rodzi naprawdę dobre owoce.

### **Jakie działania biznesowe pan prowadzi?**

Zarówno w Centrum Badawczo-Rozwojowym AHP, jak i w fundacji rodzinnej uczestniczymy w przedsięwzięciach wdrożenia nowych technologii z zakresu medtech w szeroko pojętej medycynie sercowo-naczyniowej. Prowadzimy badania nad technologiami, rozwijamy je, inkubujemy, a następnie szukamy źródła komercjalizacji. Obecnie pracujemy nad kilkoma rozwiązaniami, takimi jak pierwszy polski stent bioresorbowalny nowej generacji, nowa polska zastawka polimerowa czy nad nowym laboratorium przyszłości oceniającym nowe technologie. Część tych rozwiązań komercjalizujemy na zasadzie start-upu, na klasycznej ścieżce fundraisingu, a także grantów polskich i europejskich.

### **Do czego w takim startupowym działaniu przydaje się fundacja rodzinna?**

Fundacja rodzinna to rozwiązanie, które zapewnia ochronę i dobre zarządzanie majątkiem, a także pomaga zaplanować sukcesję. Dla nas jest to także dobry wehikuł do inwestowania, zarówno czynnego, jak i biernego.

### **Jakie cele stawiacie sobie w fundacji?**

Chcemy rozwinąć rynek medtechu, który zwłaszcza w zakresie kardiologii ma w Polsce duży potencjał. Tradycje wywodzą się jeszcze od czasów prof. Zbigniewa Religi, powstawało wiele różnych innowacji, ale niestety w momencie, gdy przychodziło do wdrożenia czy komercjalizacji, gdzieś to się gubiło. My chcemy ten rynek promować i zwiększać zainteresowanie inwestorów. Dostrzegam, że mamy problem ze sprzężeniem pomiędzy naukowcami a światem biznesu i z tego powodu wciąż brakuje nam sukcesów na polu kapitalizacji medtechowej, a cały rynek znajduje się na początkowym etapie rozwoju. W tej branży na zyski trzeba czekać dłużej w porównaniu z inwestycjami w IT czy nieruchomości, ale na koniec dnia zyski potrafią być bardzo duże, a satysfakcja z rozwiązania problemu medycznego ogromna. Musimy zaadresować obawy inwestorów. Myślę, że jeden czy dwa sukcesy komercyjne otworzyłyby zupełnie nowe możliwości. Głęboko wierzę, że nasz start-up będzie właśnie tym sukcesem. **F**