

## **Bariery komercjalizacji patentów w Polsce.**

### **Komentarz wyników badania patentów przyznanych przez Urząd Patentowy RP podmiotom krajowym w latach 2019–2023.**

mgr inż. Adam Rosik

Bariery komercjalizacji IP w Polsce są na tyle różne w zależności od typu podmiotu właścicielskiego, że jedno uniwersalne rozwiązanie po prostu nie zadziała – potrzebne jest podejście szyte na miarę, osobno dla nauki i dla biznesu. Wyniki badania pilotażowego przedstawione w lipcowym materiale „Komercjalizacja patentów w Polsce. Badanie pilotażowe na przykładzie patentów przyznanych przez UPRP podmiotom krajowym w latach 2019–2023.” – bardzo wyraźnie pokazują tę różnorodność barier.

### **Diagnoza barier w sektorze naukowym**

Dane uzyskane w badaniu pokazują, że sektor naukowy boryka się przede wszystkim z problemami rynkowymi. Główną barierą komercjalizacji w szkolnictwie wyższym jest brak popytu na technologię (81% respondentów), a także niedostateczne zainteresowanie rynku/inwestorów (60% resp.). Innymi słowy – nawet jeśli uczelnia ma patent, to trudno jest jej znaleźć kogoś, kto naprawdę chce chronioną technologię wylencjonować, kupić lub finansować jej dalszy rozwój. Dobrą wiadomością jest to, że pozostałe wymieniane bariery – niewystarczające zasoby ludzkie, brak środków na komercjalizację oraz nieopłacalność ekonomiczna – są już mniej dominujące. Można zatem przyjąć, że część problemu z komercjalizacją da się rozwiązać poprzez lepsze łączenie uczelni z rynkiem i kapitałem.

W instytutach badawczych (Instytuty PAN, Sieci Łukasiewicz, itp.) obraz jest podobny, chociaż rozkład procentowy barier jest bardziej zrównoważony. Martwi fakt, że w tej grupie bariery popytowe są nadal bardzo mocno (45% resp.) obecne. Dla instytutów trudne jest nie tyle samo opracowanie rozwiązania, ile znalezienie partnerów i modeli działania, które pozwolą przekuć technologię chronioną patentem w przychody.

### **Diagnoza barier w sektorze przedsiębiorstw**

W sektorze przedsiębiorstw sytuacja wygląda inaczej – tu bariery są bardziej rozproszone, co automatycznie sugeruje bardziej zróżnicowane podejście do ich likwidacji. Dobrą wiadomością jest to, że w firmach produkcyjnych, budowlanych i infrastrukturalnych (o działalności klasyfikowanej w sekcjach A–F systemu PKD) brak popytu na technologię nie jest tak silną przeszkodą jak w sektorze nauki, gdyż tylko ok. 1/3 respondentów wskazuje ten problem. Niemal równie często pojawia się kategoria „inne” (23% resp.), a także zmiana strategii biznesowej (19% resp.), zmiana sytuacji zewnętrznej (17% resp.) oraz nieopłacalność ekonomiczna (16% resp.). Firmy patrzą szerzej niż podmioty naukowe: na opłacalność, ryzyko rynkowe i możliwe zmiany w otoczeniu. Chociaż to wciąż zestaw wyzwań, widać, że w przedsiębiorstwach decyzje o komercjalizacji są mocno związane z bieżącą sytuacją firmy i kalkulacją biznesową.

W przedsiębiorstwach usługowych (o działalności klasyfikowanej w sekcjach G–U systemu PKD) charakter barier komercjalizacji jest nieco inny. Tuż po braku popytu na technologię (31% resp.) najczęściej wymieniane jest niedostateczne zainteresowanie inwestorów (25% resp.) oraz brak środków finansowych (22% resp.). Inaczej mówiąc, firmy w tej grupie muszą jednocześnie mierzyć się z rynkiem, inwestorami i własnymi ograniczeniami finansowymi. Trudne jest więc zaprojektowanie jednego prostego instrumentu wsparcia, który rozwiąże wszystkie problemy, bo każda z tych barier może być „tą decydującą” w konkretnej organizacji.

## Wykorzystanie udzielonych patentów

Badanie pilotażowe ujawniło ponadto, że ogólny obraz losów polskich patentów – zarówno „naukowych”, jak „komercyjnych” – nie jest prosty. Spośród wszystkich patentów udzielonych w latach 2019–2023, tylko co czwarty został skomercjalizowany bezpośrednio, najczęściej samodzielnie zastosowany przez właściciela w bieżącej działalności gospodarczej. Wśród pozostałych nieskomercjalizowanych patentów, aż 86,2% to takie, gdzie z komercjalizacji ostatecznie zrezygnowano, mimo że ich okres aktywności sięga lat 2039–2043. Tak liczna część portfela (64,7% wszystkich patentów) pozostaje niestety poza rynkiem, co z pewnością znacząco obniża rating innowacyjności polskiej gospodarki. Pewnym pocieszeniem jest to, że około 9% patentów jest używane przez właścicieli „strategicznie” czyli do zaplanowanej, odroczonej komercjalizacji lub do blokowania konkurencji. Niestety nie zbadano, jaką część patentów, dla których nie wskazano formy komercjalizacji, stanowiły patenty skomercjalizowane na drodze licencjonowania, a nie sprzedaży. Wówczas przedstawiony obraz losów polskich patentów byłby kompletny, np. uzupełniony o współczynnik obrotu IP.

## Wnioski

Jakkolwiek wyniki pionierskiego badania dalszych losów przyznanych przez Urząd Patentowy RP patentów nie zaskoczą większości interesariuszy polskiego ekosystemu patentowego, wiarygodnie diagnozują przyczyny niskiej komercjalizacji IP w Polsce.

Z przedmiotowego badania jednoznacznie wynika, że bariery dla komercjalizacji patentów nie są jednym prostym „murem”, który wszyscy interesariusze napotykają w tym samym miejscu. A skoro tak, polityka wsparcia komercjalizacji IP nie może opierać się na jednym standardowym narzędziu – potrzebne są różne instrumenty dla uczelni i instytutów badawczych oraz inne dla firm produkcyjnych i usługowych. W polskich uczelniach i instytutach badawczych instrumenty te powinny adresować łatwiejszy dostęp do rynku, rozwój pośredników komercjalizacji, profesjonalizację zasobów kadrowych odpowiedzialnych za transfer technologii (nie tylko poprzez zbycie praw, lecz również przez różne formy licencjonowania) oraz mechanizmy skutecznej współpracy z inwestorami.

W przedsiębiorstwach – zarówno produkcyjnych, jak i usługowych, adekwatne narzędzia wsparcia powinny uwzględniać zróżnicowane ryzyka: od opłacalności ekonomicznej, przez zmiany strategii, po wpływ otoczenia makroekonomicznego.

Mówiąc krócej, w likwidacji barier komercjalizacji IP skuteczniejsze wydaje się podejście segmentacyjne, w którym narzędzia są projektowane w odniesieniu do dominujących konfiguracji barier w każdej grupie.