

Komercjalizacja patentów w Polsce

Badanie pilotażowe na przykładzie patentów przyznanych przez UPRP podmiotom krajowym w latach 2019-2023

1. Wprowadzenie

Urząd Patentowy Rzeczypospolitej Polskiej zainicjował i zamówił pionierskie badanie losów patentów krajowych udzielonych w latach 2019–2023. Koncepcję badania przygotował prof. Mariusz-Jan Radło ze Szkoły Głównej Handlowej w Warszawie, a jego realizację powierzono Głównemu Urzędowi Statystycznemu. Dane zebrano bezpośrednio od zgłaszających rozwiązania chronione patentami, a następnie – dzięki pracy zespołu metodologiczno-ekonometrycznego statystyki publicznej – uogólniono wyniki na całą badaną populację patentów. Dzięki temu powstał unikalny w skali międzynarodowej obraz tego, które polskie patenty rzeczywiście pracują na rynku, które pozostają niewykorzystane i co blokuje ich komercjalizację.

2. Metryka badania

Badanie obejmowało patenty udzielone podmiotom krajowym przez Urząd Patentowy RP w latach 2019-2023. Doboru podmiotów dokonano według kryterium pierwszego zgłaszającego, co pozwoliło uniknąć dublowania formularzy przypisanych do tych samych patentów. Po zweryfikowaniu przez wykonawcę bazy patentów przekazanej przez UPRP pod względem aktywności ekonomicznej, wg aktualnych danych GUS, przygotowano operat badawczy obejmujący 11 526 patentów przypisanych do 2527 podmiotów. Aby uniknąć przeciążenia części respondentów zastosowano warstwowanie. Tym samym dla jednostek posiadających powyżej 5 patentów zostało przeprowadzone losowanie próby, natomiast jednostki, które miały do 5 patentów włącznie objęto badaniem pełnym. Ostatecznie po losowaniu próba zawierała 4018 patentów w ramach wspomnianych 2527 podmiotów. W toku badania zebrano dane dla 1588 patentów (wypełnione formularze) od 843 podmiotów, co stanowi kompletność na poziomie 39,5%. Uogólnianie wyników dokonano zgodnie z zasadami stosowanymi w GUS. Badanie zrealizował Urząd Statystyczny w Szczecinie na zamówienie Urzędu Patentowego RP, według koncepcji badawczej prof. Mariusza-Jana Radło z SGH.

3. Wyniki badania komercjalizacji patentów

Mariusz-Jan Radło, Szkoła Główna Handlowa w Warszawie

Michał Gołacki, Urząd Patentowy Rzeczypospolitej Polskiej

2.1 Najważniejsze ustalenia

Udzielenie patentu nie oznacza automatycznie wejścia chronionej nim technologii na rynek. Spośród **11 526 patentów udzielonych przez UPRP w latach 2019–2023** komercjalizacji podlegało **2 868 patentów**, czyli **24,9%** badanej populacji. Oznacza to, że co czwarty patent został włączony w ścieżkę wykorzystania gospodarczego. Jednocześnie aż **8 658 patentów**, czyli **75,1%** ogółu patentów, nie podlegało komercjalizacji, a 7,3% ogółu patentów przewidzianych jest do komercjalizacji w przyszłości. To najważniejszy sygnał płynący z badania: polski system innowacji wytwarza znaczący zasób chronionych rozwiązań, ale większość tego potencjału nie przekłada się bezpośrednio na wdrożenia, przychody ani zastosowania rynkowe.

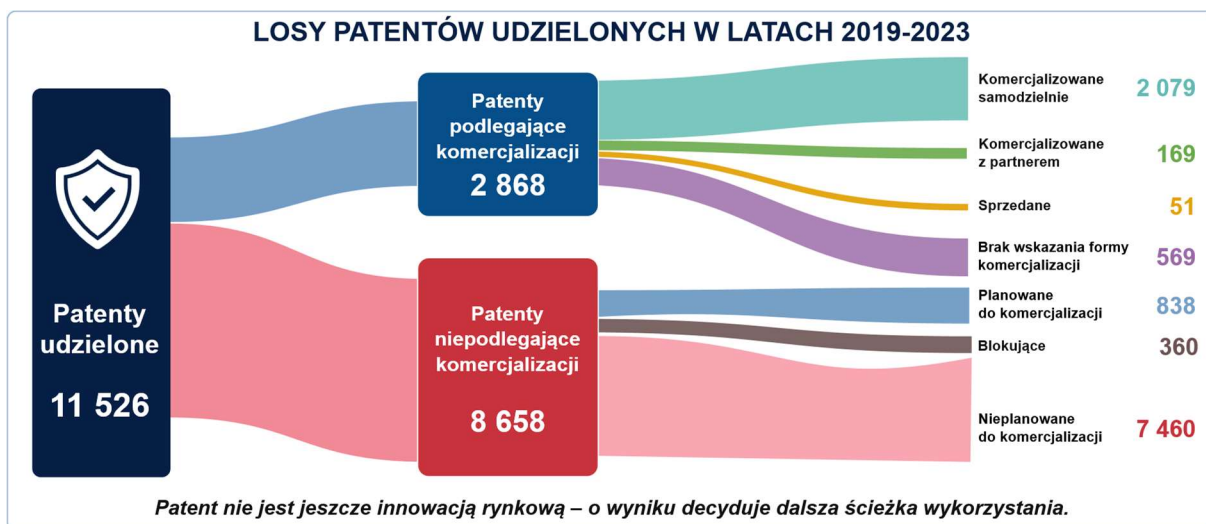


Warto jednak podkreślić, że opatentowane rozwiązania, które trafiają na rynek, mogą generować istotną wartość ekonomiczną. Szacowane przychody z komercjalizacji patentów wyniosły **3,93 mld zł**. Pokazuje to, że problemem nie jest brak potencjału gospodarczego patentów, lecz ograniczona skala ich rzeczywistego wykorzystania. Dlatego główne pytanie wynikające z badania nie brzmi wyłącznie: **ile patentów udzielono?** Kluczowe jest pytanie: **które patenty pracują na rynku, jakie przynoszą efekty i dlaczego większość z nich nie przechodzi ścieżki komercjalizacji?** To właśnie ta różnica między patentem jako prawem wyłącznym ochronnym a patentem jako źródłem wartości rynkowej stanowi punkt wyjścia do interpretacji wyników badania.

2.2 Losy patentów po udzieleniu ochrony

Po rozbiciu ogólnych wyników na dalsze ścieżki widać, że komercjalizacja patentów ma w Polsce przede wszystkim charakter **samodzielnego wykorzystania przez właściciela**. To najczęściej wybierana droga — znacznie częstsza, niż współpraca w korzystaniu z opatentowanego rozwiązania czy sprzedaż praw. Oznacza to, że transfer patentów poza organizację właściciela pozostaje ograniczony, a rynek obrotu technologiami i prawami patentowymi jest słabo rozwinięty.

Wśród nieskomercjalizowanych patentów najliczniejszą kategorię stanowią rozwiązania, w przypadku których ostatecznie zrezygnowano z komercjalizacji. Stanowią one 86,2% patentów nieskomercjalizowanych i 64,7% patentów ogółem. To ważny sygnał interpretacyjny: wiele patentów może nie wchodzić na rynek nie dlatego, że komercjalizacja się nie udała, lecz dlatego, że w pewnym momencie przestawała być rozważana jako realna ścieżka wykorzystania. Część patentów pozostaje w fazie planowania przyszłej komercjalizacji, a część to patenty blokujące możliwość ich wykorzystanie przez konkurencję.



Ten obraz pokazuje, że los patentu po udzieleniu ochrony może być bardzo różny: może być on przedmiotem samodzielnego wdrożenia, współpracy, sprzedaży, pozostawiania w rezerwie, planowania przyszłego wykorzystania albo pełnienia funkcji ochronno-strategicznej. Dlatego analiza wykorzystania patentów w innowacyjnej działalności podmiotów krajowych wymaga wzięcia pod uwagę nie tylko samego faktu ich udzielenia, lecz także konkretnej **ścieżki dalszego wykorzystania**.

3.3 Kto patentuje, a kto zarabia na patentach?

Dalsze wyniki badania unaoczniają jeden z najmocniejszych kontrastów całego badania. **Sektor nauki generuje zdecydowaną większość analizowanych patentów – 7 852 (68,1%), ale odpowiada tylko za 44,5 mln zł przychodów z komercjalizacji, czyli 1,1% wszystkich przychodów. W tym sektorze komercjalizacji podlegało 17,8% patentów.**

Po stronie biznesu obraz jest odwrotny. **Sektor przedsiębiorstw generuje mniej patentów – 3 674 (31,9%) - ale znacznie częściej są one wdrażane na rynek: komercjalizacji podlegało 40% patentów, a przychody z ich wykorzystania wyniosły 3,88 mld zł, czyli 98,9% wszystkich przychodów z komercjalizacji.**



Najważniejszy wniosek: **patenty są silnie obecne w sektorze nauki, ale ich wartość rynkowa ujawnia się przede wszystkim w przedsiębiorstwach.** To nie oznacza, że patenty wygenerowane w sektorze nauki mają mniejsze znaczenie. Oznacza to raczej, że sama ochrona paten-

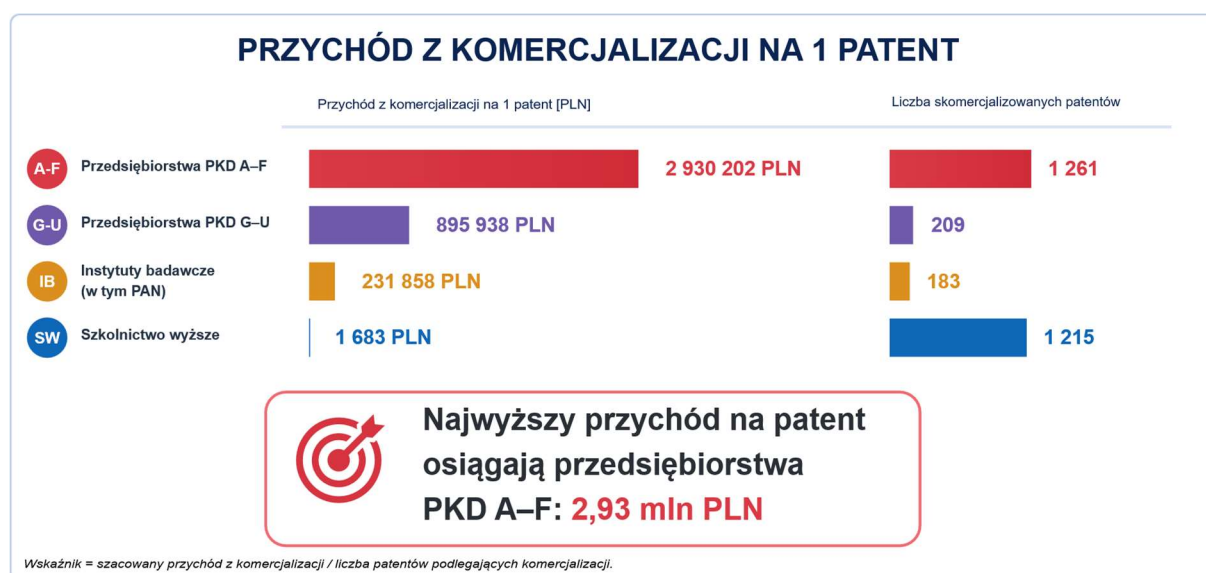
towa nie wystarcza. Potrzebne są zdolności wdrożeniowe, dostęp do rynku, finansowanie, partnerzy biznesowi i modele komercjalizacji, które pozwalają przekształcić wynalazek w produkt, proces lub usługę.

3.4 Nie każdy skomercjalizowany patent pracuje tak samo

Najwyższy przychód z komercjalizacji na jeden patent osiągają **przedsiębiorstwa z sekcji PKD A–F**, czyli przede wszystkim podmioty produkcyjne, infrastrukturalne i budowlane. W ich przypadku jeden skomercjalizowany patent przynosi średnio około **2,93 mln zł** przychodów. To zdecydowanie najwyższy wynik wśród wszystkich rodzajów podmiotów.

Dużo niżej znajdują się **przedsiębiorstwa usługowe z sekcji PKD G–U**, gdzie przychód na jeden patent wynosi około **896 tys. zł**, oraz **instytuty badawcze wraz z instytutami PAN**, gdzie jest to łącznie około **232 tys. zł**. Najniższy wynik osiąga **szkolnictwo wyższe** — około **1,7 tys. zł na patent**, mimo że liczba patentów objętych komercjalizacją jest zbliżona do tych komercjalizowanych przez przedsiębiorstwa.

To potwierdza poprzednio wskazany wniosek: **sama liczba skomercjalizowanych patentów w danym sektorze lub podmiocie nie wystarcza do oceny ich efektów gospodarczych**. Większe znaczenie ma to, czy patent jest powiązany z produktem, procesem, klientem, skalą działalności i modelem biznesowym. Dlatego największą wartość generują patenty wykorzystywane bezpośrednio w działalności przedsiębiorstw, zwłaszcza produkcyjnych.



3.5 Bariery komercjalizacji: rynek, inwestorzy i zasoby

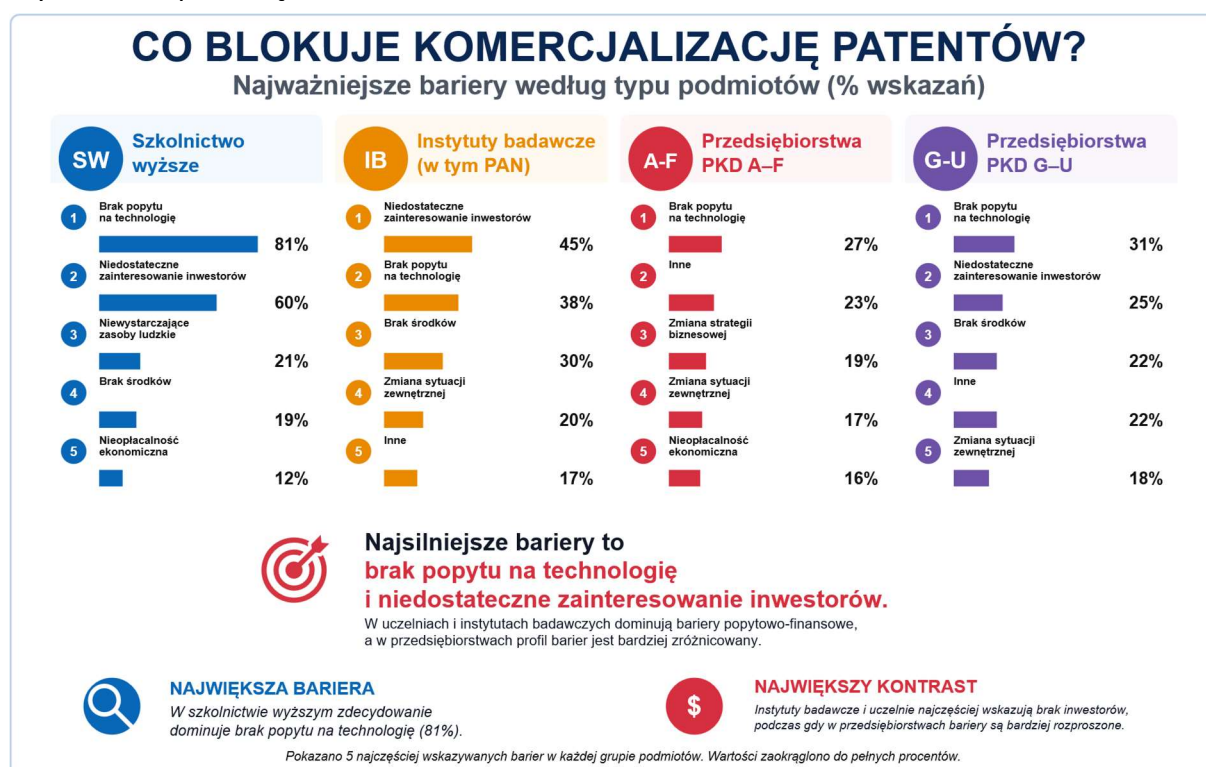
Wyniki badania pokazują, że komercjalizacji patentów nie blokuje jeden uniwersalny czynnik, lecz zestaw barier, których znaczenie różni się w zależności od typu podmiotu. Najczęściej pojawiającymi się problemami są **brak popytu na technologię** oraz **niedostateczne zainteresowanie inwestorów**. Oznacza to, że jednym z kluczowych wyzwań jest luka między chronionym rozwiązaniem technologicznym a realnym zapotrzebowaniem rynku, finansowaniem i zdolnością do wdrożenia.

W sektorze nauki koncentracja wskazań jest szczególnie wysoka. W **szkolnictwie wyższym** zdecydowanie dominuje **brak popytu na technologię**, wskazywany przez **81%** respondentów oraz **niedostateczne zainteresowanie inwestorów** — **60%**. Pozostałe bariery mają już znacznie mniejsze znaczenie. Podobny, choć nieco mniej jednostronny obraz widać w **instytutach badawczych**, gdzie także najczęściej wskazywano brak zainteresowania inwestorów i brak po-

pytu. Warto też zauważyć, że w przypadku sektora nauki dość wysoki odsetek wskazań w porównaniu z sektorem przedsiębiorstw dotyczył braku środków na komercjalizację, a w przypadku samych uczelni jeszcze niewystarczających zasobów kadrowych.

W przedsiębiorstwach profil barier jest bardziej zróżnicowany. Zarówno w firmach produkcyjnych, budowlanych i infrastrukturalnych, jak i w usługach, brak popytu pozostaje ważną barierą, ale nie dominuje tak silnie jak w sektorze nauki. Przedsiębiorstwa częściej wskazują również **zmianę strategii biznesowej**, **zmianę sytuacji zewnętrznej**, **nieopłacalność ekonomiczną**, ale też **brak środków**, **problemy techniczne** oraz tak zwane inne czynniki. Pokazuje to, że w biznesie decyzje o komercjalizacji są silniej powiązane z bieżącą kalkulacją ekonomiczną, ryzykiem rynkowym i zmianami otoczenia.

Najważniejszy wniosek: **w sektorze nauki bariery komercjalizacji są silnie skoncentrowane wokół problemów popytowo-inwestorskich i organizacyjnych, natomiast w przedsiębiorstwach są bardziej rozproszone i wynikają z szerszego zestawu ryzyk rynkowych, finansowych, strategicznych i operacyjnych.** To sugeruje, że polityka wspierania komercjalizacji powinna być różnicowana — inne instrumenty są potrzebne uczelniom i instytutom badawczym, a inne przedsiębiorstwom.



3.6 Konkluzje

Wyniki badania prowadzą do kilku zasadniczych wniosków dla oceny polskiego systemu innowacji. Po pierwsze, **sam fakt udzielenia patentu nie oznacza jeszcze jego gospodarczego wykorzystania**. Patent jest ważnym narzędziem ochrony własności intelektualnej i sygnałem potencjału technologicznego, ale dopiero jego komercjalizacja pokazuje, czy rozwiązanie rzeczywiście trafia do praktyki gospodarczej i staje się źródłem dochodów jego właściciela.

Po drugie, istnieje wyraźna luka między **zasobem patentów** a ich **wykorzystaniem rynkowym**. Tylko część patentów wchodzi na ścieżkę komercjalizacji, a wiele z nich nie jest nawet planowanych do wdrożenia. Oznacza to, że wyzwaniem nie jest wyłącznie zwiększanie liczby patentów, lecz przede wszystkim budowanie mechanizmów, które pozwalają przekształcać chronione rozwiązania w produkty, procesy, usługi i przychody.

Po trzecie, istnieje silna asymetria między sektorem nauki a przedsiębiorstwami. **Sektor nauki jest odpowiedzialny za dużą część patentów, ale generuje niewielką część przychodów z komercjalizacji.** Z kolei przedsiębiorstwa mają mniej patentów, lecz znacznie częściej potrafią przełożyć je na efekty rynkowe. Wskazuje to na znaczenie zdolności wdrożeniowych, dostępu do klientów, zasobów finansowych, kompetencji biznesowych i modeli komercjalizacji.

Po czwarte, samo wejście patentu na ścieżkę komercjalizacji nie gwarantuje wysokich efektów ekonomicznych. Przychody z patentów są silnie zróżnicowane między typami podmiotów. Największą wartość generują patenty powiązane bezpośrednio z działalnością przedsiębiorstw, zwłaszcza produkcyjnych, gdzie technologia może być osadzona w produkcji, procesie, skali działania i modelu biznesowym.

Po piąte, bariery komercjalizacji mają różny charakter w sektorze nauki i w przedsiębiorstwach. W nauce są one silnie skoncentrowane wokół braku popytu na technologię, niedostatecznego zainteresowania inwestorów i ograniczonych zasobów wdrożeniowych. W przedsiębiorstwach profil barier jest bardziej zróżnicowany i obejmuje także opłacalność ekonomiczną, zmiany strategii, sytuację zewnętrzną oraz ryzyka operacyjne.

Najważniejsza konkluzja brzmi: **polityka innowacyjna nie powinna koncentrować się wyłącznie na zwiększaniu liczby patentów. Powinna w większym stopniu wspierać przejście od patentu do rynku.** Oznacza to potrzebę wzmacniania mechanizmów transferu technologii, współpracy nauki z biznesem, finansowania wdrożeń, wyceny własności intelektualnej oraz kompetencji komercjalizacyjnych po stronie właścicieli patentów.

Wyniki badania pokazują więc, że prawdziwą miarą innowacyjności nie jest sama liczba chronionych rozwiązań, lecz zdolność do ich skutecznej komercjalizacji. Polska posiada znaczący zasób patentów, ale kluczowym wyzwaniem pozostaje to, aby większa część tego potencjału zaczęła realnie pracować na rynku.

Pełne wyniki badania zostaną przedstawione w raporcie: Radło, M.-J., Gołacki, M. (2026), *Komercjalizacja patentów w Polsce. Badanie pilotażowe na przykładzie patentów krajowych przyznanych w latach 2019–2023*, Urząd Patentowy Rzeczypospolitej Polskiej, Oficyna Wydawnicza Szkoły Głównej Handlowej w Warszawie, Warszawa.

Raport zostanie zaprezentowany podczas konferencji Urzędu Patentowego RP „Uwolnić wartość IP: finansowanie, wycena, komercjalizacja”, która odbędzie się 1-2 grudnia 2026 roku w Szkole Głównej Handlowej w Warszawie.