جایگاه تحقیق و توسعه در صنایع بهداشتی و آرایشی ایران؛ از قافله پیشرفت جا نمانیم

written by پیمان صفردوست | ۱۴۰۱/۰۵/۲۷



“دروازه‌های بازار بهداشتی و آرایشی را نمی‌توان تا همیشه بسته نگاه داشت و اگر امروز با ابزار تحقیق و توسعه برای ورود به این بازارها آماده نباشیم، غول‌های بهداشتی و آرایشی دنیا ما را خواهند بلعید”

یکی از شاخص‌های کلیدی که نشان می‌دهد یک شرکت چقدر از نوآوری حمایت می‌کند میزان هزینه‌ای است که برای **تحقیق و توسعه** (R&D) می‌کند. امروز غول‌های بزرگ فناوری در همه زمینه‌ها ازجمله صنایع بهداشتی و آرایشی بین‌المللی نمونه‌هایی عالی از شرکت‌های بزرگی هستند که موفقیتشان را مدیون نوآوری هستند. چراکه مدت‌هاست این شرکت‌ها با درک اهمیت توسعه دانش و فناوری‌های جدید، سرمایه‌گذاری گسترده‌ای در بخش تحقیق و توسعه خود انجام داده‌اند. افزایش فعالیت‌های تحقیق و توسعه این شرکت‌ها، موجب تولید فناوری‌های جدید، افزایش بهره‌وری و درنهایت تولید ثروت از دانش و **رشد اقتصادی** می‌شود.

این شرکت‌ها به تحقیق و توسعه به‌عنوان یک بخش جداگانه از هدفگذاری‌های بلندمدت خود در مسیر توسعه نگاه نمی‌کنند، بلکه آن را قابلیت و ظرفیت بزرگی می‌بینند که می‌توان با تغذیه از پایگاه دانش آن، محصولات جدید و پیشرویی تولید کرد که درنهایت موجب ثروت‌آفرینی بیشتر برای آن مجموعه می‌شود. در این زمینه گسترش روزافزون برندهای معتبر جهانی در **صنایع بهداشتی و آرایشی** دلیل این مدعاست. نکته مهم دیگری که باید به آن توجه داشته باشیم این است که سرمایه‌گذاری و افزایش فعالیت‌های تحقیق و توسعه بنگاه‌های تجاری در حوزه‌های مختلفی ازجمله صنایع دارویی، بهداشتی و آرایشی، یکی از گام‌های بزرگ و موثری است که می‌تواند نقش بسیار پررنگی در «دانش‌بنیان شدن صنایع بزرگ» داشته باشد. در واقع این بنگاه‌ها سرمایه‌گذاری در این حوزه‌ها را به‌واقع سرمایه‌گذاری می‌بینند و نه هزینه‌ای که صرف هیچ می‌شود و از دست آنها خارج خواهد شد.

ریشه‌های تحقیق و توسعه در دنیا

برای اینکه بدانیم در صنعت گسترده‌ای مانند آرایشی و بهداشتی، از تحقیق و توسعه چه می‌خواهیم لازم است که در ابتدا بدانیم به چه نوع فعالیت‌هایی تحقیق و توسعه می‌گویند. سال ۱۹۶۳ میلادی **سازمان همکاری و توسعه اقتصادی اروپا** (OECD) برای اولین بار دستورالعملی به نام راهنمای «فراسکاتی» را با هدف شناسایی و ارزیابی تحقیق و توسعه در جهان منتشر کرد. براساس این دستورالعمل تحقیق و توسعه عبارت است از «انجام هرگونه کار خلاق به طریقی نظام‌مند به‌منظور انباشت دانش ازجمله دانش

بشری، فرهنگی و اجتماعی و استفاده از این انباشت دانش برای طرح کاربردهای جدید». درواقع می‌توان گفت تفاوت اصلی تحقیق و توسعه از دیگر فعالیت‌های مشابه که ماهیتی علمی و فناورانه دارند، وجود میزان قابل‌توجهی عنصر نوآوری، حل مسائل و عدم قطعیت علمی و یا فنی در آن است.

بهبود و توسعه فناوری؛ هسته اصلی رشد اقتصادی



از اوایل دهه ۸۰ میلادی اقتصاددانان نشان دادند که تحقیق و توسعه سبب رشد اقتصادی جوامع می‌شود و این موضوع در مدل‌های اقتصادی ارائه شده کاملا مشهود است که نشان می‌دهند بهبود و توسعه فناوری هسته اصلی رشد اقتصادی است. بر اساس مدل‌های اقتصادی ذکر شده رشد اقتصادی حاصل از تحقیق و توسعه از مسیر افزایش **سرمایه‌گذاری تحقیق و توسعه** و افزایش نیروی انسانی متخصص به دست می‌آید چراکه تحقیق و توسعه پایگاه اصلی نوآوری و تغییرات فنی در فرآیند تولید است، ازاین‌رو نقش بسزایی را در توسعه فناوری و افزایش ظرفیت‌های تولیدی دارد. لذا رشد اقتصادی پایدار عمدتا توسط تحولات دانش و فناوری و سرمایه انسانی محقق می‌شود که فعالیت‌های تحقیق و توسعه از منابع اصلی و عمده ایجاد تحولات دانش و فناوری است. ازاین‌رو اغلب کشورها برای تداوم رشد اقتصادی اقدام به گسترش فعالیت‌های تحقیق و توسعه می‌کنند.

چرا صنایع بهداشتی و آرایشی باید به تحقیق و توسعه بپردازند

آمار و بررسی‌ها نشان می‌دهد که بهبود و توسعه تکنولوژی در کشورها در حوزه صنایع مختلف، بیشتر توسط شرکت‌های تجاری و واحدهای تحقیق و توسعه مستقر در این شرکت‌ها، انجام می‌گیرد.

در رابطه با نقش و اهمیت تحقیق و توسعه در شرکت‌های تجاری پژوهش‌ها و مطالعات تجربی بسیاری توسط اقتصاددانان صورت گرفته است که نتایج این مطالعات نشان می‌دهد بار بهبود و توسعه تکنولوژی و پیشرفت در حوزه‌های مختلف بیشتر بر دوش واحدهای تحقیق و توسعه بوده است و نوآوری‌هایی که در زمان کوتاهی فراگیر شده‌اند خاصی کار همین واحدهای تحقیق و توسعه بوده است. سرمایه‌گذاری در فعالیت‌های تحقیق و توسعه توسط کمپانی‌های بزرگ لوازم بهداشتی و آرایشی در تولید کالای مورد پسند، ارائه خدمات جدید و ارتقای ارزش‌افزوده تولیدات این کمپانی‌ها اثرگذار بوده است و موجب رشد بهره‌وری و رقابت‌پذیری این بنگاه‌های اقتصادی در سطح جهان می‌شود.

در این میان انجام تحقیق و توسعه در بخش **کسب‌وکار** (شرکت‌های تجاری و دانش‌بنیان) اهمیت بالایی دارد. در کشورهای توسعه‌یافته‌تر، شرکت‌های تجاری در مقایسه با بخش‌های دیگر انجام‌دهنده تحقیق و توسعه (بخش دولت، آموزش عالی و غیرانتفاعی خصوصی) بیشترین سهم در هزینه‌کرد برای تحقیق و توسعه را دارند و این موضوع نشان از اهمیت حیاتی تحقیق و توسعه در به دست آوردن سهم بازار دارد.

بر اساس گزارش‌های سازمان همکاری‌های اقتصادی و توسعه (OECD) در سال ۲۰۱۷ میلادی بخش شرکت‌های تجاری بیش از ۷۰ درصد از کل هزینه‌کرد تحقیق و توسعه در کشورهای عضو OECD را به خود اختصاص داده‌اند.

GDP و تحقیق و توسعه

شاخص **تولید ناخالص داخلی** (GDP) نشان‌دهنده رشد اقتصادی یک کشور است و نسبت هزینه‌کرد ناخالص داخلی تحقیق و توسعه (GERD) به تولید ناخالص داخلی شاخص مهمی به نام شدت تحقیق و توسعه است که نشان‌دهنده جایگاه و اهمیت موضوع تحقیق و توسعه در اقتصاد کشورها است و برای مقایسه میزان سرمایه‌گذاری کشورها در تحقیق و توسعه استفاده می‌شود.

روند رقابتی تحقیق و توسعه در جهان

آمارها و داده‌های بانک جهانی، در مورد روند میزان شدت تحقیق و توسعه در جهان نشان می‌دهد طی سال‌های ۱۹۹۶ تا ۲۰۱۸ میلادی میزان شدت تحقیق و توسعه به‌ویژه از سال ۲۰۰۴ تا به امروز، همواره روندی رو به رشد داشته است. این داده‌ها نشان می‌دهد که مجموع سرمایه‌گذاری کشورها در فعالیت‌های تحقیق و توسعه همواره در حال افزایش است به عبارتی این کشورها، به‌واسطه افزایش شدید رقابت در سطح جهانی بیش از گذشته بر اهمیت تحقیق و توسعه پی برده‌اند و بر آن تاکید دارند. بنابراین باور این کمپانی‌های تجاری بر این است که برای یافتن سهم مطلوب از بازارهای جهانی باید به شکل مناسبی در تحقیق و توسعه سرمایه‌گذاری کرد. در این خصوص اگر سری به آمارهای ارائه شده در خصوص اقدامات کمپانی‌های **محصولات آرایشی و بهداشتی** در جهان بیندازیم، درخواهیم یافت که این شرکت‌ها تحقیق و توسعه را نه به‌عنوان یک واحد فرمایشی در چارت اداری، که به شکل قلب تپنده مجموعه در حال رشد خود می‌بینند و برای هرچه بهتر شدن فعالیت‌های آن سرمایه‌گذاری می‌کنند.

تحقیق و توسعه در ایران

جدا از موضوع شرکت‌های فعال در حوزه بهداشتی و آرایشی در ایران که آمار و اطلاعات روشنی درباره هزینه‌کرد آنها در راستای تحقیق و توسعه وجود ندارد، شاخص شدت تحقیق و توسعه و درصد هزینه‌کرد ناخالص داخلی تحقیق و توسعه و مقایسه وضعیت **تحقیق و توسعه در ایران** با سایر کشورها، نشان‌دهنده وضعیت نامطلوب تحقیق و توسعه در کشور است. کشوری که سال‌هاست می‌کوشد در رقابت با کمپانی‌های بین‌المللی، سهم اندکی از بازار جهانی را نصیب خود کند.

بر اساس آمار نهادهای بین‌المللی مانند یونسکو و سازمان همکاری و توسعه اقتصادی اروپا (OECD)، سهم تحقیق و توسعه بخش خصوصی از کل هزینه‌های تحقیق و توسعه در کشورهای ترکیه، امارات، کره جنوبی و فلسطین اشغالی به ترتیب ۶۰.۴۴، ۶۱.۹۳، ۸۰.۳۰ و ۸۸.۲۶ درصد است. این در حالی است که میزان مشارکت بخش خصوصی تحقیق و توسعه کشور ۲۵.۱۲ درصد از کل هزینه‌کرد تحقیق و توسعه کشور است که این نشان از ضعف ساختار تحقیقاتی در بدنه بنگاه‌های تولیدی و تجاری کشور و فاصله قابل‌ملاحظه تحقیق و توسعه بنگاه‌های تجاری ایران با دیگر کشورها است. بر اساس نمودارهای مرتبط شدت تحقیق و توسعه در کشورهای ترکیه، امارات و کره جنوبی ترتیب به حدود ۱.۲، ۱.۶ و ۶ برابر شدت تحقیق و توسعه در ایران است.

نیازهای تحقیق و توسعه در ایران

تحقیق و توسعه یک واحد که به‌صورت آنی به وجود آمده باشد نیست و نمی‌توان انتظار داشت بدون برنامه‌ریزی و هدفگذاری به نتایج مثبت چندانی برسد. برای اینکه شرکت‌ها

به سرمایه‌گذاری در تحقیق و توسعه و حرکت در این راستا تشویق شوند علاوه بر تقویت زیرساخت‌های قانونی توسط دولت‌ها، باید ابزارهای سیاستی مختلفی نیز در حوزه‌های مالی و غیرمالی، منابع انسانی، اطلاعاتی و تجهیزات، مورداستفاده قرار گیرند.

حمایت‌های دولتی لازمه حرکت کشور در مسیر بهبود وضعیت تحقیق و توسعه در ایران است. نکته مهم این است که نمی‌توان انتظار داشت صرفا بستر اقتصادی و اجتماعی، شرکت‌های تجاری را به سمت انجام تحقیق و توسعه سوق دهد، یعنی مداخله دولت از طریق ابزارهای سیاستی برای ترغیب و تسهیل تحقیق و توسعه در بخش شرکت‌های تجاری لازم است، چراکه سرمایه‌گذاران معمولا نگران بازدهی سریع و مطمئن سرمایه‌گذاری خود هستند و عدم قطعیت و ریسک بالای سرمایه‌گذاری در بخش تحقیق و توسعه، نواقص بازار و اینکه تحقیق و توسعه از برخی از مشخصه‌های کالای عمومی برخوردار است، بسیاری از سرمایه‌گذاران را از سرمایه‌گذاری در این حوزه دور می‌کند. به عبارتی برای اینکه شرکت‌ها به سرمایه‌گذاری در تحقیق و توسعه تشویق شوند یا موانع تحقیق و توسعه از پیش پای آنها برداشته شود، علاوه بر تقویت زیرساخت‌های قانونی توسط دولت‌ها، باید ابزارهای سیاستی مختلفی نیز در حوزه‌های مالی و غیرمالی، منابع انسانی، اطلاعاتی و تجهیزات، مورداستفاده قرار گیرند. بخش عمده‌ای از ابزارهای حمایت از تحقیق و توسعه ماهیت مالی دارند که در این میان کاربست سیاست‌هایی نظیر مشوق‌های مالیاتی به دلیل هوشمندی و نظام‌مند بودن بسیار متداول و فراگیر است.

نظام مشوق مالیاتی تحقیق و توسعه بنگاهی باید به‌گونه‌ای طراحی شود که دارای چینش مناسب حمایتی و مؤثر در تمام مراحل تحقیق و توسعه و رسیدن به تجاری‌سازی آن باشد. به عبارتی به‌کارگیری مشوق‌های مالیاتی جدید همچون اعتبار مالیاتی تحقیق و توسعه که هزینه‌کردهای تحقیق و توسعه شرکت‌های تجاری را موردحمایت قرار می‌دهد تا ریسک انجام تحقیق و توسعه برای شرکت‌ها کاهش پیدا کند. این **مشوق مالیاتی** جدید می‌تواند در کنار مشوق مالیاتی درآمد محور همچون معافیت درآمدی از فروش محصولات دانش‌بنیان، تاثیر شگرفی در افزایش هزینه‌کرد تحقیق و توسعه بنگاهی و در نتیجه آن رشد اقتصادی کشور و تحقق اقتصاد دانش‌بنیان داشته باشد.

ضرورت ارتقای سهم هزینه‌کرد تحقیق و توسعه از تولید ناخالص داخلی

در ایران نیز در سالیان اخیر اهمیت تحقیق و توسعه به‌خوبی درک شده است و طبق برنامه‌های پنجم و ششم توسعه، سهم هزینه‌کرد تحقیق و توسعه کشور می‌بایست تا سال ۱۴۰۴ به حداقل ۴ درصد از تولید ناخالص داخلی ارتقاء یابد. در این راستا حمایت‌های گوناگونی از فعالیت‌های تحقیق و توسعه در کشور در حال انجام است که ازجمله این حمایت‌ها می‌توان به مشوق مالیاتی در نظر گرفته‌شده در ماده ۳ قانون حمایت از شرکت‌ها و مؤسسات دانش‌بنیان اشاره نمود که براساس آن درآمد حاصل از فروش **محصولات دانش‌بنیان** معاف از مالیات خواهد بود. اما مشوق مالیاتی تنها برندگان مسیر تحقیق و توسعه که به مرحله فروش و درآمد رسیده‌اند را موردحمایت قرار می‌دهد و توجه کمی به عدم قطعیت و ریسک قابل‌توجهی که در انجام پروژه‌های تحقیق و توسعه و نرسیدن به محصول نهایی شرکت‌های دانش‌بنیان با آن‌ها مواجه هستند، دارد.

با این حال علی‌رغم هدف‌گذاری در افزایش هزینه‌کرد تحقیق و توسعه کشور و اقداماتی حمایتی که در این زمینه صورت گرفته است؛ طبق آخرین آمار تحقیق و توسعه ارائه شده از مرکز آمار ایران، سهم تحقیق و توسعه کشور از تولید ناخالص داخلی به ۰.۸ درصد در سال ۲۰۱۷ (۱۳۹۶) رسیده است. از این میزان سهم تحقیق و توسعه در بخش خصوصی (شرکت‌های تجاری و دانش‌بنیان) ۲۵ درصد است که در مقابل سهم تحقیق و توسعه شرکت‌های تجاری کشورهای توسعه‌یافته بسیار پایین است و این نشان از ضعف ساختار تحقیقاتی در بدنه بنگاه‌های تولیدی و تجاری کشور است. بدون شک سهم صنایع بهداشتی و آرایشی در این موضوع نمی‌تواند عدد و رقمی چندان فراتر از این باشد و باید پذیرفت که حرکت در جهت تحقیق و توسعه اگرچه حمایت‌های کلانمی فراوانی را به همراه دارد ولی هیچ‌گاه

در عمل چونان که باید و شاید نبوده است.

صنایع بهداشتی و آرایشی در کجای این معادله‌اند؟

حقیقت این است که در سال‌های اخیر فعالان حوزه صنایع بهداشتی و آرایشی تلاش کرده‌اند تا در بازارهای فرامرزی، حرف‌هایی برای گفتن در تولید این فرآورده‌ها داشته باشند اما به دلایل مختلف هنوز در این زمینه موفق نبوده‌اند. اگرچه دلایل فراوانی را می‌توان برای این ناکامی‌ها برشمرد بدون یکی از دلایل عمده این موضوع، بها ندادن به تحقیق و توسعه است.

در این زمینه باید گفت با توجه به جایگاه تحقیق و توسعه شرکت‌های تجاری کشور در بین سایر کشورها و شرایط تحریمی اقتصاد ایران و نیاز مبرم کشور به انجام تحقیق و توسعه در صنایع برای مقاوم‌سازی اقتصاد کشور و تقویت پایه‌های اقتصاد دانش‌بنیان و توجه به محدودیت‌های بودجه بخش دولتی جهت سرمایه‌گذاری مستقیم در تحقیق و توسعه بنگاه‌های تجاری، باید اقدامات و برنامه‌ریزی‌های لازم به‌منظور حمایت‌های هدفمندتر از فعالیت‌های تحقیق و توسعه در بخش خصوصی، به‌طور خاص در رابطه با مشوق‌های مالیاتی تحقیق و توسعه صورت پذیرد. زیرا درهرحال دروازه‌های بازار را نمی‌توان تا همیشه بسته نگاه داشت و اگر امروز برای ورود به این بازارها آماده نباشیم، سیاست‌های غول‌های بهداشتی و آرایشی دنیا ما را خواهند بلعید و مجالی برای عرض‌اندام به شرکت‌های داخلی فعال در این حوزه نخواهند داد.

گردآوری و تالیف: پیمان صفردوست