



## مدیریت هولدینگ‌های دارویی

دکتر بهزاد نجفی

.....  
دکتر داروساز

هرینه‌های نیروی انسانی و انرژی نیز از تفاوت‌های شاخص دیگر بین قیمت تمام شده دارو در ایران و کشورهای پیشرفته است. حاشیه سود ناویژه دارو در کشورهای پیشرفته خصوصاً برای داروهای جدید گاهاً تا ۹۰ - ۸۰ درصد قیمت فروش است. در حالی که در کشور ایران به طور متوسط این میزان کمتر از ۳۰ درصد قیمت ممحصول است. در مجموع به نظر می‌رسد کنترل قیمت دارو موجب عدم رشد متنابع صنایع داروسازی است و حاشیه هزینه‌های ضروری مانند تحقیق و توسعه، نوسازی و بازاریابی را به شدت تحت تأثیر قرار داده و نرخ رشد این

■ واقعیت‌های صنایع داروسازی ایران به گزارش نشریه بیزینیس مونیتور: قیمت تمام شده دارو در ایران مشتمل به مواد اولیه ۸۰ درصد حقوق و دستمزد استهلاک است. در حالی که در کشورهای پیشرفته بخش مواد اولیه کمتر از ۴۰ درصد است. از طرفی در ایران هزینه‌های بازاریابی، تحقیق و توسعه و استهلاک ماشین آلات و تجهیزات بخش بسیار کوچک از قیمت تمام شده است در حالی که در کشورهای پیشرفته بیش از ۱۵ درصد قیمت تمام شده مربوط به تحقیق و توسعه بین ۲۰ - ۱۵ درصد مربوط به استهلاک است.

صنعت را مهار کرده است. میزان مصرف دارو در کشور حدود یک میلیارد دلار می‌باشد که در صورت عدم وجود ارزش افزوده حاصل از تولید، این رقم به چند برابر بالغ می‌شود.

در حال حاضر سالانه بیش از ۶۰۰ میلیون دلار مواد اولیه و داروی تمام شده وارد کشور می‌شود و از نظر ارزش ریالی صنایع داروسازی حدود ۵۰ درصد داروی تمام شده مورد نیاز کشور را تولید و حدود ۵۰ درصد نیاز از خارج وارد می‌گردد این در شرایطی است که نسبت حجم داروی داخلی به کل مصرف حدود ۸۰ درصد است. (یعنی برای تأمین ۲۰ درصد داروی خارجی قریب به ۵۰ درصد بودجه داروی کشور مصرف می‌شود).

داروهای وارداتی عمدتاً داروهای جدید هستند که هنوز به ترکیب تولیدات داخلی نرسیده‌اند و برای این منظور خوشبختانه تکنولوژی فرمولاسیون و تجهیزات کشور به خوبی پاسخگویی تولید محصولات جدید است ولی زمان وصول پروانه تولید به دلایل پیچیدگی تولید داروی جدید گاهآتا ۲ سال به طول می‌انجامد که با افزایش فرایند تحقیق و توسعه و اصلاح نظام اداری می‌توان این دوره را به مراتب کوتاه‌تر کرده و صرفه‌جویی ارزی قابل توجهی ایجاد کرد.

ایجاد سرمایه‌گذاری مشترک در هر دو بخش ماده اولیه دارو و داروی تمام شده Joint Ventur با کمپانی‌های معتبر می‌تواند اعتبار این صنعت را هم در بازار داخلی و هم بازار خارجی افزایش بخشد هر چند سرمایه‌گذاران خارجی با طمع به بازار داخلی ممکن است پس از بسترسازی عمومی در داخل کشور راغب به این امر می‌شوند،

ولی مدیریت صحیح و هدفمند می‌تواند این حرکت را جهت‌بخشی در امر توسعه صادرات کند. ایجاد Brand برای تولید کنندگان داخلی بعد از انقلاب تحت نام ژنریک مشغول به تولید بوده‌اند نیز می‌تواند در توسعه کیفی و ارزش دارو کمک نماید. استفاده از Brand کمپانی پیشرفتنه نیز در صورت همکاری مشترک، سرمایه‌گذاری مشترک و یا خرید لیسانس تولید می‌تواند بازار هدف صادرات کشور را از محدوده عراق و افغانستان گسترش دهد. باید توجه داشت حرکت‌های مشابه ۷.زو استفاده از Brand خارجی در کشورهایی مانند چین با کشور ما، قیاس مع‌الفارق است چرا که کشور چین با اصلاح سیاست‌گذاری توسعه صادرات و همچنین زمینه‌سازی برای سرمایه‌گذاری خارجی توانسته است گام‌های اساسی را در جهت رشد و توسعه صنعتی خود بردارد و در واقع کمپانی‌های صاحب Brand معتبر با اتصال خود به شرایط رقابتی کشور چین خود را نجات داده‌اند و کشور چین نیز از این طریق از اعتبار Brand آن‌ها برخوردار شده است، اما در ایران به نظر می‌رسد، توجه به اصلاح مقررات، روابط تجاری و معطوف نمودن اهداف دولت در توسعه اقتصاد صنعتی را می‌توان گام اول برای ایجاد بسترهای مناسب در فراهم نمودن شرایط لازم برای این دو منظور دانست. به هر تقدیر بازار کشور ایران به عنوان عامل جذب برای کمپانی‌های خارجی کماکان صاحب ارزش است و جسته و گریخته کمپانی‌های علاقه‌مند به واگذاری Brand خود به کمپانی‌های ایرانی می‌باشند هر چند ضریب چانه‌زنی کمپانی داخلی محدود و عمدتاً داروهایی از مصرف قابل توجهی

اختصاصی قادر خواهد بود، بلا فاصله بعد از اتمام دوره حق انحصاری، محصول را تولید و به بازار عرضه کند. یکی دیگر از واقعیت‌های صنایع داروسازی، دخالت دولت در صنایع داروسازی است، دخالت دولت در تمام سطوح صنعت داروسازی، عدم رشد پیوسته مدیریت دولتی حاکم بر قوانین و دستورالعمل‌ها و تعویض مدیریت‌ها و عدم پایداری مسئولین، از اصلی‌ترین چالش‌های صنعت داروسازی کشور می‌باشد.

چالش بعدی قیمت‌گذاری غیراصولی و غیرعملی از طرف دولت است نحوه قیمت‌گذاری دارو و نظام قیمت‌گذاری، قیمت‌های پایین و به تبع آن کاهش سهمام داروسازی و کاهش حاشیه سود، منجر به کاهش بازدهی صنایع داروسازی گردیده است، به گونه‌ای که قیمت بسیاری از داروهای تولید داخل، با داروهای مشابه خارجی خود تفاوت فاحشی دارد و در این میان، شرکت‌های داروسازی خارجی آن‌قدر سود کسب می‌کنند که می‌توانند حدود ۴۰ درصد از فروش خود را صرف تبلیغات نموده و بخش اعظمی از آن را هم به تحقیق و توسعه اختصاص دهنند. پایین بودن سود کارخانه‌ها و در برخی موارد ضروری آن‌ها، برنامه نوسازی کارخانه، مدرن سازی ماشین‌های داروسازی و خصوصاً بهره‌گیری از تکنولوژی‌های جدید را با مشکل مواجه ساخته است.

- مشکلات صنایع داروسازی در ایران
- عدم نگاه استراتژیک به دارو (به عنوان یک کالای استراتژیکی)
- نظام قیمت‌گذاری (غیرقابلی و غیربازاری)

در داخل کشور برخوردار می‌باشند و هنوز به تولید داخلی نرسیده و بازار ایران در رقبابت بین چند کمپانی خارجی قرار دارد، از شناس اخذ لیسانس یکی از کمپانی‌های رقیب برخوردار است پس از آن حمایت تعریفهایی بازار فروش این محصول را برای کمپانی عرضه کننده لیسانس انحصاری کنند.

افزایش روزافزون و مداوم هزینه‌های بهداشتی و درمانی جامعه در سرتاسر جهان، بسیاری از کشورها را بر آن داشته است تا اندیشه به تصویب رساندن قوانینی باشند تا برای کاهش هزینه‌های بهداشت و درمان، تجویز داروهای ژنریک را ترویج کنند. در حالی که ارزش بازار فروش دارو در سال ۲۰۱۵ به ۱۶۰ میلیون دلار خواهد رسید اکنون زمان مناسبی است تا به صنایع ژنریک‌ساز با توجه به اتمام حق پتنت بسیاری از داروهای موجود، توجه داشته باشیم.

یک استراتژی همکاری، شریک شدن با شرکت‌های تولیدکننده داروهای اختصاصی است تا داروهای ژنریکی که تصویب می‌شوند را تولید و روانه بازار کنند. این داروها محصولاتی هستند که عموماً توسط شرکت‌های اختصاصی تولید شده و توسط شرکت‌های ژنریک، توزیع و فروش می‌شوند. این داروها می‌توانند تحت نام شرکت‌های اختصاصی به بازار عرضه شوند و یا توسط شرکت‌های ژنریک تابع، یا این که شرکت تولیدکننده داروهای اختصاصی این محصول را تحت لیسانس خود به شرکت دیگر برای عرضه به بازار اهدا کند تا از این طریق حق امتیاز خود را نیز داشته باشد. تحت چنین موافقنامه‌هایی، یک شرکت ژنریک یا یک شرکت ژنریک تابع

- عدم وجود سند استراتژی صنعت دارو
- پایین بودن سهم هزینه دارویی در کل هزینه سلامت
- **پیشنهادات برای بهبود وضع صنایع داروسازی در ایران**
  - آزادسازی و اصلاح تدریجی نظام قیمت و منطقی کردن آن
  - اصلاح نظام یارانه دارو و هدفمند نمودن آن
  - منطقی کردن نقش دولت در صنعت دارو و هدفمند نمودن آن
  - منطقی کردن نقش دولت در صنعت دارو، نظارت به جای مالکیت
  - تأسیس صندوق حمایت از صنایع داروسازی
  - خصوصی‌سازی
  - توسعه بخش خصوصی
  - مقررات‌زدایی
  - جدی گرفتن برنامه ملی دارو (NDP)
  - تدوین یک برنامه تعریف‌های مناسب برای حمایت منطقی از صنایع داروسازی داخلی و افزایش توان رقابتی صنایع داروسازی داخلی برای WTO
  - توسعه تکنولوژی بومی و سرمایه‌گذاری‌های مشترک داخلی - خارجی
  - اصلاح نظام حقوقی و قوانین کشور جهت جذب شرکت‌های بین‌المللی
  - تدوین استراتژی صنعت دارو
  - افزایش سودآوری صنعت به منظور
- سیاست تثبیت قیمت دارو
- عدم تعادل در بازار دارو (مازاد عرضه)
- هدفمند نبودن نظام یارانه‌ای
- حضور کم‌رنگ بخش خصوصی (نهایتاً ۲۰ درصد)
- دولتی بودن صنعت دارو و دخالت دولت در تمام سطوح آن
- کوچک بودن مقیاس صنعت داروی ایران
- صادرات ناجیز
- قلت سرمایه‌گذاری‌های داخلی و خارجی
- قلت انگیزه‌های اقتصادی بخش خصوصی
- محدودیت در دسترسی به تکنولوژی‌های پیشرفته
- مستهلک بودن برخی از تأسیسات و ماشین‌آلات
- نامشخص بودن حقوق مالکیت معنوی
- به رسمیت شناخته نشدن هزینه‌های R&D در هزینه‌های تمام شده
- قراردادهای یک جانبه خرید دانش فنی از شرکت‌های خارجی
- مصرف بالای دارو در جامعه
- تصور پایین بودن کیفیت داروهای ایرانی در ذهن مصرف‌کننده
- فرهنگ مصرف داروهای خارجی
- قاچاق دارو
- عدم امکان معرفی محصولات دارویی به پژوهشکاران
- ارتباط نامناسب و غیرموثر دانشگاه‌ها و صنعت دارو
- عدم وجود قوانین بر ورود به WTO

دوره‌های نخست فعالیت، محصولی را تولید می‌کنند که مورد علاقه بازار است. اما به مرور زمان و به دلیل تنوع در تقاضا و ضرورت نوآوری، محصولات تولید شده توسط آنان دیگر از رونق گذشته برخوردار نمی‌شود. ناکامی آنان در عرصه رقابت با سایر محصولات که به دلیل عدم بهره‌گیری از امکانات، ارتقای کیفیت محصول و مطالعه برای تولید مطلوب‌تر صورت می‌پذیرد، فرآیند تداوم فعالیت را برای آنان با دشواری رو به رو می‌سازد. در واقع واحدهای R&D در موسسات اقتصادی بزرگ، این مشکل را برای آن‌ها به نوعی مرتفع می‌سازد و چون این موسسات در عرصه رقابت قادر به تامین هزینه‌های لازم برای این نوع واحدها در مجموع خود نیستند، مجبور به خروج از بازار و در نهایت تعطیلی می‌شوند.

از دیگر عوامل موثر در حوزه درونی بر فعالیت بنگاه‌های کوچک و متوسط، عدم برخورداری از مهارت‌های مدیریت واحدهای اقتصادی است. این موسسات که عموماً از سوی متخصصین و کارآفرینان (افراد فنی) تاسیس می‌شوند قادر به مدیریت منابع و هدایت جریان هزینه نیستند. مدیریت بر واحدهای اقتصادی یکی از حوزه‌های تخصصی در علوم مدیریت است که مهارتی علمی مبتنی بر داده‌های بازار بومی را طلب می‌کند. هر بنگاه اقتصادی تمام توان خود را صرف تولید برای عرضه می‌کند، اگر واحدهای امکان عرضه را از دست بدده، مطمئناً فرآیند تولید به تبعیت از آن کند و در نهایت متوقف می‌شود.

عدم تعریف متناسب از بنگاه‌های کوچک و متوسط در ایران موجب شده که مدیریت و فرآیند

- افزایش رقابت‌پذیری و تحقیق و توسعه
- تقویت دانش محور بودن صنعت دارو و افزایش R&D
- تقویت ارتباط صنعت و دانشگاه و بهاء دادن به تحقیقات
- تدوین قوانین و مقررات حفظ دستاوردهای علمی
- افزایش هزینه R&D
- نوسازی تجهیزات و ماشین آلات
- فرهنگ‌سازی، تبلیغات و اطلاع‌رسانی موثر در خصوص مصرف منطقی و همچنین کیفیت داروهای ایرانی
- ارتقای کیفیت مواد اولیه
- توسعه فعالیت‌های بازاریابی برای صادرات، خصوصاً در منطقه
- تشکیل هولдинگ‌های بزرگ
- تدوین و اجرای قوانین ضدامپینگ
- تدوین برنامه میارزه با قاچاق دارو
- ارتقای صنعت دارویی کشور به سطح کشورهای نوظهور
- تقویت محیط کسب و کار
- اصلاح قوانین کار، مقررات تأمین اجتماعی، گمرکات و ...
- از بازاریابی، مدیریت، افزایش سرمایه، ارتقای فن‌آوری و ... دارند. که محدودیت‌های ساختاری آنان از موانع اصلی برای رفع این نیازها محسوب می‌شود.
- دومین عاملی که این موسسات را با دشواری رو به رو می‌کند در اختیار نداشتن امکانات لازم برای توسعه محصولات است. این موسسات عموماً در



دارای اهمیت حیاتی می‌باشند. شرکت‌های کوچک و متوسط عامل نوآوری بوده و در بسط روش‌های نوین تولید و مدیریت نقش به سزایی دارند. آن‌ها از یک سو ایجادکننده نوآوری و از دیگر سو به کار گیرنده نوآوری می‌باشند. کاربردی ساختن نوآوری‌های فنی و عملی نقش محوری در توسعه اقتصادی ملی ایفا می‌نماید.

به گفته پاول رومر، اقتصاددانان معروف آمریکایی، نوآوری موتور رشد اقتصادی جامعه صنعتی محسوب می‌شود. حتی در کشورهای صنعتی که در آن‌ها تمرکز صنعت و سرمایه بسیار پیشرفت‌هست، همواره بر نقش شرکت‌های کوچک و متوسط تاکید می‌شود. البته موضوع مهم این است که صنایع کوچک و متوسط باید در هر کشوری تعریف شده باشد و این مساله در هر کشور بسته به تعداد کارکنان آن فرق می‌کند که با این حال بعضی از کارخانجات داروسازی ما کوچک و بعضی از آن‌ها متوسط و بالآخره برخی از آن‌ها به عنوان صنایع بزرگ به حساب می‌آیند.

مؤسسات و بنگاه‌های اقتصادی کوچک و متوسط به طور ساختاری با پدیده محدودیت منابع اعم از انسانی و مادی روبرو هستند. محدودیت منابع مسایل خاصی را برای آن‌ها ایجاد می‌کند. که بر جسته‌ترین آن‌ها، کم توانی برای تولید و ناهمانگی با افت و خیزهای بازار است. در عین حال، این بنگاه‌ها به دلیل محدودیت در منابع انسانی امکان جذب نیروهای تخصصی در همه بخش‌ها به ویژه حوزه‌های اداری و اقتصادی را ندارند. این ویژگی ساختاری موجب شده تا سهم این نوسان در تولید ثروت کاهش یافته و منابع

فعالیت یک کارگاه یا بنگاه اقتصادی کوچک و متوسط به دلیل محدودیت نیروی انسانی به خوبی جا نیافتد.

مدیریت مؤسسات کوچک و متوسط با مدیریت ذکر شده به سبک کانون‌های اقتصادی واسطه‌گری و با تحت مدیریت فرد فرد کارآفرین و متخصص، در چالش‌های بزرگی گرفتار می‌آید که دور نشدن از آن‌ها الزامی اساسی برای تداوم فعالیت محسوب می‌شود. نداشتن توان ریسک شاید برجسته‌ترین تصویر مدیریت در کانون‌های سنتی است که در بنگاه‌های کوچک و متوسط ایران نیز نقش گرفته است. لذا مدیریت در این بنگاه‌ها نیازمند مدرن شدن است، اما مدرنیته بدون عقلانیت نمی‌تواند در عرصه زندگی

### ■ مدیریت بر هولدینگ‌های دارویی

صنعت دارو به عنوان یکی از صنایع استراتژیک که نقش مهمی در سلامت و امنیت جامعه ایفا می‌کند. همواره مورد توجه اقتصاددانان و سیاستگذاران بوده است. صنعت داروسازی ایران در طی چند دهه گذشته شرایط مختلف و پرونوسانی را طی کرده است. ما در حال گذر از مرحله ژنریک به ژنریک - برنده و به دنبال آن ثبتیت برنده در صنایع و بازار دارویی ایران هستیم. با وجود این این صنعت هم یکی از صنایع مهم و استراتژیک کشور به حساب می‌آید. شرکت‌های کوچک و متوسط ستون فقرات اقتصاد محسوب می‌شوند. بخش قابل توجهی از محصول ناخالص داخلی کشورها از طریق این بنگاه‌ها ایجاد می‌شود. به ویژه برای کشورهای در حال توسعه، این بنگاه‌ها

ایجاد سیستم نظام کیفیت به منظور نظارت مداوم و ارتقای سطح کیفی تولیدات در این مؤسسات. رفع مشکلات مربوط به ثبت این بنگاهها و ارایه مشاوره‌های مداوم در حین تأسیس و پس از آن. امید است با نگاهی نو، بنگاههای کوچک و متوسط در کشور بیشتر و به صورتی واقع‌بینانه مورد توجه قرار گرفته و این ظرفیت بالقوه دریچه‌ای تازه به سوی توسعه و پیشرفت و به ویژه رفع بیکاری، ایجاد درآمد و کاهش فقر فراهم آورد.

به اعتقاد کارشناسان توجه کنونی نسبت به صنایع کوچک و متوسط نباید اقتضاد کشور را از نیاز به صنایع بزرگ دچار غفلت سازد. صنایع بزرگ علی‌رغم هزینه اولیه تولید پایینی هستند و در نتیجه کالاهای تولید شده در این صنایع با قیمت ارزانی راهی بازار می‌شوند و قدرت رقابت جهانی آن‌ها را تا حد زیادی افزایش می‌دهد. در مقابل هزینه تولید در صنایع کوچک بالاست و آن‌ها نمی‌توانند محصولات خود را در بازارهای جهانی عرضه کنند که یکی از راههای توجه بیان مساله اتحاد چندین شرکت کوچک یا خردباری سهام آن‌ها توسط شرکت‌های مادر و بزرگ است که این مساله امروز در صنایع داروسازی دنیا مرسوم است.

اجتماعی – اقتصادی سهم خود را جست‌وجو کند. بهره‌گیری از روش‌های مدرن در مدیریت و سودآوری مبتنی بر تکنیک، بنگاههای کوچک و متوسط را از رشد قابل توجهی برخوردار می‌کند. امروزه فاصله عمیق میان صنایع بزرگ و کوچک موجب حذف بنگاههای کوچک و متوسط از دایره فعالیت تولیدی گشته است. به رغم کاربر بودن این صنایع و ظرفیت‌های بالقوه‌ای همچون تعلق

درگیر با آن‌ها به نوعی زایل شوند. از سوی دیگر، بنگاههای کوچک و متوسط در واقع حاصل اندیشه نو و تازه‌ای برای تولید هستند که معمولاً از سوی افراد کارآفرین که از تخصص‌های خاصی برخوردار می‌باشند. فعال می‌شوند. این مؤسسات دارای ابعاد گسترده در تولید و ارتقای محصول هستند اما برای تداوم کار نیاز به مجموعه‌ای همگن دارند.

### ■ جهت شکوفایی بنگاههای کوچک و متوسط به چند راهکار می‌توان اشاره کرد.

ایجاد امکانات حمایتی دولت در قالب واگذاری بخش‌هایی از مسؤولیت‌های تولیدی اقتصادی به این مؤسسات، تصویب قوانین بیمه‌ای و مالیاتی مخصوص و ارایه وام‌های کم بهره، ایجاد بازارهای فروش منطقه‌ای، تقویت فضاهای صادراتی در قالب برگزاری نمایشگاه‌های داخلی و خارجی.

ایجاد شرکت‌های مشاور بنگاههای کوچک و متوسط از سوی متخصصین و استادان دانشگاه.

ایجاد مؤسسات مادر تخصصی از درون خود این بنگاهها با تقویت شبکه ارتباطی، فارغ از کارکردهای تراست‌ها و کارتل‌هایی که با برخورداری از رانت دولتی قادر به بهره‌گیری از این امکانات هستند، در قالب شرکت‌های توسعه و پیشرفت برای ارایه خدمات جانبی به این بنگاهها.

ایجاد تسهیلات برای عرضه سهام این مؤسسات در بازار سرمایه و بورس.

ایجاد خوش‌های صنعتی در قالب پیوندهای مشترک با صنایع بزرگ به منظور تفکیک وظایف، بخشی کردن مسؤولیت‌ها، بهره‌گیری از ظرفیت کامل، کاهش هزینه‌ها و غیره.

حاکمیت، از دیگر چالش‌های آنان محسوب می‌شود. اعتماد اجتماعی خریداران نسبت به تولیدات این مؤسسه‌سات به دلیل عدم وابستگی به علائم تجاری آشنا به ذهن یا دارای هویت دراز مدت، مانع جذب محصولات آن‌ها به بازار می‌شود. متقاضیان عموماً با بهره‌گیری از آموزه‌های رسانه‌ها در تبلیغ و سهم گسترده شرکت‌ها در بازار محصولات، میزان تعلق خود را طبقه‌بندی می‌کنند و عموماً برنده این میدان رقابت، شرکت‌های بزرگ دارای علائم تجاری خاص هستند.

بنابراین جنبه ارزآوری صنایع کوچک در مقایسه با صنایع بزرگ اندک است. در مجموع به نظر می‌رسد توجه متعادل به صنایع کوچک برای رفع مشکل بیکاری و به صنایع بزرگ جهت ارزآوری در کنار هم بتواند فضای اقتصادی مناسب برای رشد و توسعه کشور به ارمغان آورد.

با این وجود بایستی یادآوری کرد، در شرایط پیچیده امروز جهان کسب و کار عواملی نظیر رقابت و جهانی شدن ناپایداری محیط‌های بازار، کاهش تصدی دولت‌ها رشد طبیعی شرکت‌ها و بنگاه‌ها و تلاش آنان برای کسب سهم بیشتری از بازار و نیز امکان ورود به فعالیت‌های جدید و سودآفرین موجب شده است که مقوله‌ای ادغام و گروهی شدن بنگاه‌ها در قالب شرکت‌های مارد (هولدینگ‌ها) نه تنها در کشورهای توسعه یافته بلکه در ممالک در حال توسعه نیز متداول و رایج شود.

سازمان‌های توانمند به منظور استفاده بهینه از توانمندی‌های بنگاه‌ها، افزایش کارایی مدیریت، انعطاف‌پذیری در مقابل رقابت، کاهش هزینه، ارزش آفرینی، بهره‌گیری از مزیت‌های نسبی

بنگاهداران به فعالیت اقتصادی مورد نظر، کم هزینه بودن، افزایش ثروت اجتماعی ... و سهم این بنگاه‌ها در فرآیند تولیدی کشور کمرنگ است. محدودیت این شرکت‌ها از موانع اصلی برای مقاومت در برابر نوسانات بازار است، به ویژه آن که این محدودیت‌ها تنها در حوزه سرمایه و مالی نیست که فعالیت آن‌ها را با دشواری رو به رو می‌کند، بلکه آنان به دلایل متعددی از جمله در اختیار نداشتن امکانات ابزارداری، نیاز به بازگشت سرمایه به منظور چرخش تولید و غیره، با مشکلات جدی رو به رو هستند. پیوند مشترک مؤسسه‌سات کوچک و پر بازده با صنایع بزرگ می‌تواند فرصتی چشم‌گیر برای تداوم فعالیت آن‌ها و کاهش هزینه‌ها و بهبود وضعیت طرف دیگر این پیوند را فراهم آورد. خرید محصول، ابزارداری، ارایه نتایج تحقیق و توسعه، واگذاری بخشی از وظایف واحدهای درگیر در شرکت‌های بزرگ و ... بخشی از خدمات متقابلی است که این نوع مؤسسه‌سات می‌توانند از آن برخوردار شوند.

از سوی دیگر، کمرنگ کردن فرهنگ کار جمعی در ایران که در پیوند با عامل اول نیز قابل طرح است، یکی دیگر از مشکلات بیرونی مؤسسه‌سات کوچک و متوسط کشورمان می‌باشد. شرکت‌های کوچک و متوسط در پررنگ شدن کار جمعی موثرند، اما فقدان شبکه‌های ارتباطی میان این مؤسسه‌سات و عدم بهره‌گیری آنان از توان تخصصی یکدیگر که ناشی از آموزه‌های گسترده نیافتنه فرهنگ کار جمعی است، دشواری‌ها را افزون و ادامه حیات را با اختلال همراه نموده است.

هم‌چنین پایین بودن ضربیت اعتماد عمومی نسبت به فعالیت این مؤسسه‌سات در بخش اجتماعی و

در ایران فعالیت می‌کند و پرونده حقوقی برایشان تشکیل می‌شود این مساله به شرکت مادر سرایت نکند. برای همین به ایجاد شرکت‌های محلی اقدام می‌کنند و به این ترتیب با روش‌هایی خودشان را از پیامدهای حقوقی این توسعه جغرافیایی خصوصاً در کشورهای خارجی مصون کنند. نکته دیگری که باید اضافه شود انعطاف‌پذیری است که صنایع داروسازی لازم است در مقابل رقابت داشته باشند. تا بتوانند به سرعت از یک فعالیت خارج شوند یا یک فعالیت را به فعالیت خودشان اضافه کنند این نکته هم الزاماً ایجاب می‌کند که ساختار آن‌ها طوری باشد که به راحتی خارج شوند. دیده شده است شرکت‌هایی که به این شکل عمل نکردند در خروج از فعالیت‌های خود مشکل داشتند. هولдинگ‌ها می‌توانند هم‌افزایی ایجاد کنند. هولдинگ‌ها از عمدۀ هزینه‌های سنگین تحقیقات برمی‌آیند در صورتی که در کارخانجات داروسازی کوچک به دلیل هزینه بالای تحقیق و توسعه این کار مقدور نیست. به این مساله موضوع اشتراک‌گذاران منابع نیز اضافه می‌شود. فرضاً مراکز تحقیقاتی را متمرکز می‌کنند. و هزینه‌ها را کاهش می‌دهند. و با اشتراک منابع تحقیقاتی و به خصوص سطوحی از تخصص که کمیاب و گران‌بها است به بهره‌وری کل گروه اضافه می‌کنند. یک شرکت اگر بخواهد از نظر فعالیت متنوع شود بهترین راه این است که خرد و کوچک شود و به صورت یک گروه اداره شود که به‌طور طبیعی یک شرکت هولдинگ نیز در اختیار خواهد داشت. البته هولдинگ‌ها در جهان<sup>۴</sup> نوع هستند: نوع اول هولдинگ‌هایی که از تجربه یک شرکت بزرگ

در کشورها و نیز مصون سازی سرمایه‌گذاری فعالیت‌های خود را به صورت هولдинگ در می‌آورند تا به این ترتیب ضمن چیزه شدن بر مشکلات خود و تداوم حیات، به رقابت در سطوح بالاتر و فعالیت در عرصه‌ی جهانی پردازند. البته معادل دقیق فارسی برای HOLDING پیدا نشده است و ما از روی ناچاری به آن شرکت مادر می‌گوییم که نزدیک معنی به این کلمه است و هولдинگ عبارت است از شرکت مادری که اداره شرکت‌های دیگر را در اختیار داشته باشد. بر این اساس حتی مالکیت آن هم کمرنگ است. پس هولдинگ شرکت‌هایی هستند که اداره شرکت‌های دیگر را در اختیار دارند. حالا این امر ممکن است ناشی از مالکیت، قانون و یا ماموریت دولتی باشد. در بازار واقعی سرمایه، میزان بازدهی، تنها عامل تعیین‌کننده نیست. اگر این مساله بود ادبیات مدیریت به طرف این می‌رفت که در رده‌بندی به جای میزان فروش بیشتر، پربازده‌ترین شرکت‌ها را شناسایی کند. و همه هجوم ببرند و سهام آن را خریداری کنند. علت این است که در بازار سرمایه، چندین پارامتر دیگر تعیین‌کننده است:

**۱** – ریسک، سرمایه‌گذارانی که ریسک‌های متفاوتی را می‌پذیرند، قطعاً بازده متفاوتی را باید انتظار داشته باشند.

**۲** – قابلیت نقش‌شوندگی سرمایه.

**۳** – دوره به بازدهی رسیدن سرمایه‌گذاری‌ها.

**۴** – فرکانس دریافت سود.

یکی از علتهای تشکیل و ایجاد هولдинگ‌ها، به خصوص برای سرمایه‌گذاری خارجی مسایل حقوقی است. چون هولдинگ‌ها می‌خواستند برای مثال اگر



مهم است این است که یک شرکت سرمایه‌گذاری ماهیتاً و از نظر حقوقی با تشکیل یک شرکت هولدینگ متفاوت است، شرکت سرمایه‌گذاری نهادی است که سود آفرینی را در خرید و فروش سهام پی می‌گیرد اما هولدینگ نهادی است که میزان سهامش در شرکت‌ها به او مسؤولیت اداره بنگاه و سودآفرینی را از طریق بنگاهداری منتقل می‌کند.

پس بایستی گفت که افراد و سازمان‌ها در ۳ قالب زیر در بازار حضور می‌یابند.

### - ۱ - شرکت‌های بزرگ ۲ - هولدینگ‌ها ۳ - شرکت‌های سرمایه‌گذاری.

در یک قالب معقول، بازدهی بازار اولیه سرمایه، خیلی بیشتر از بازار ثانوی سرمایه است و به تبع پذیرش اصل مدیریت حرفة‌ای تغییر مدیر هم اجتناب‌ناپذیر است. و مدیریت بر شرکت‌های مادر (هولدینگ‌ها) یکی از بحث‌های مهم و پیچیده مدیریت است که هم راه کارهای حقوقی خود را می‌طلبند.

در دنیای امروز، غالب محصولات به لحاظ فرآیند تولید و ساختار، از فناوری‌های مختلف و متنوعی استفاده می‌کنند. برای پوشش و مدیریت این فناوری‌ها، ساختار هولدینگ را به خود می‌گیرند. شرکت‌های چند ملیتی نیز برای بهره‌گیری از مزیت‌های نسبی در کشورهای مختلف به نوعی از ساختار هولدینگ استفاده می‌کنند. (رجوع شود به کتاب شرکت‌های چند ملیتی داروسازی و حقوق مصرف کنندگان نوشته نگارنده ۱۳۸۵.)

مصنون سازی سرمایه‌گذاری‌ها از طریق ایجاد

که کماکان خود آن شرکت امر عرضه محصول نهایی را بر عهده دارد به وجود آمده‌اند. (مثل ایران خودرو) نوع دوم هولدینگ‌های محصولی که همه شرکت‌های آن یک نوع محصول تولید می‌کنند (مثل شرکت‌های داروسازی که همه‌اشان فقط دارو تولید می‌کنند). نوع سوم، هولدینگ‌های زنجیره‌ای تامین (مثل هولدینگ‌های نفتی که از اکتشاف تا پخش را در قالب شرکت‌های مختلف دنبال می‌کنند). نوع چهارم هولدینگ مختلف است (مثل بعضی از کارخانجات داروسازی که هم مواد اولیه شیمیایی و هم دارو و هم لوازم بهداشتی و آرایشی تولید می‌کنند).

پس اصطلاح علمی هولدینگ‌ها به تکمیل زنجیره ارزش در شرکت‌های تابعه دلالت دارد. اگر یک هولدینگ بتواند شرکت‌های تابعه را بهتر از حالت مستقل آن‌ها اداره کند، ارزش آفرینی کرده است. و این همان مزیت رقابتی در شرکت‌های بزرگ است. بهره‌گیری از مزایای شرکت کوچک و امتیازات شرکت بزرگ مساله رقابت و جهانی شدن، رشد طبیعی شرکت‌ها و کاهش تصدی دولت‌ها از علل اصلی ایجاد هولدینگ‌ها محسوب می‌شوند. شرکت‌های سرمایه‌گذاری علاقه و تعهدی برای حفظ سهام خود در شرکت‌های وابسته ندارند اما شرکت‌های هولدینگ به فکر مدیریت شرکت‌های جدید خود هستند و اهداف دیگری را دنبال می‌کنند. شرکت‌های هولدینگ دو نوع استراتژی دارند: اول این که چه شرکتی داشته باشند (مثلاً در صنایع داروسازی آیا فقط تهیه کننده مواد اولیه دارویی باشند یا محصول نهایی) دوم این که چگونه شرکت‌های تابعه را مدیریت کنند. آن‌چه برای ما

باشد. و به مساله هولدینگ‌ها ارتباطی ندارد. بحث هولدینگ‌ها زمانی پیش می‌آید که بیش از یک شرکت اعم از تنوع در فعالیت یا تعداد مشابه مطرح باشد. در مورد بنگاه‌ها آخرین حرف دنیا این است که بزرگ شدن مهم نیست بلکه سریع تر رشد کردن مهم است. و برای شرکت‌های داروسازی بهترین راه حل این است که به جای عمق دادن به خود به فعالیت‌هایشان تنوع دهد و افقی توسعه پیدا کنند.

یکی از چالش‌های آینده، نقش دولت در توسعه هولدینگ‌ها است. علاوه بر نداشتن قانون نگرش و بینش سیاست‌گذاران نیز در این مورد مهم است و نکته مهم دیگر فقدان سازمان توانمند با سازکارهای مناسب برای مدیریت هولدینگ‌هاست در نظام مدیریتی هولدینگ‌های دارویی، کنترل و نظارت حقوقی، اقتصادی و مالی و حسابرسی بر این سیستم‌ها توأمًا بایستی به کار گرفته شده و اعمال گردد.

صنعتی شدن مترادف با توسعه تکنولوژی است و نه کارخانه داشتن در حالی که در ایران ما فقط کارخانه داریم که اشتباہ است و ما بر ساختار کوچک و کارآمد تاکید داریم. اما ارتقای سطح کنترل هولدینگ‌ها بر شرکت‌ها از کنترل مالی به کنترل برنامه استراتژیک را ضروری می‌دانیم که خود ضرورت کارآمدی هولدینگ‌هاست و همان‌طوری که گفته شد یکی از چالش‌های بزرگ مدیریت هولدینگ‌ها، ارتباط با شرکت‌های زیر مجموعه است و طبیعی است که تضاد منافع ایجاد می‌شود. قانون تجارت ما از قدیمی‌ترین قانون‌های تجارت دنیاست و ضعف قانون تجارت و نارسایی آن و

تنوع در فعالیت‌های تجاری محقق می‌شود مدیریت شرکت‌ها را به سمت ایجاد و شکل‌گیری ساختار هولدینگ سوق می‌دهد.

نقش و مسؤولیت هر یک از شرکت‌های تحت پوشش هولدینگ‌ها (از جمله هولدینگ دارویی) در ۲ سرفصل کلی خلاصه می‌شود.

**۱ - حداکثر کردن ثروت واحد تجاری از طریق افزایش و سودآوری**

**۲ - تحقق جریان وجود نقد مورد انتظار گروه از شرکت.**

البته لازم به یادآوری است که در تشکیل هولدینگ دارویی همه این قوانین و مسائل از نقطه نظر تجاری و اقتصادی و فروش دارو برسی می‌شود و مساله درمان و مسائل بالینی و غیره جدا از مساله فوق‌الذکر است.

همان‌طوری که ذکر شد یکی از علت‌های ایجاد هولدینگ به خصوص برای سرمایه‌گذاران خارجی مسائل حقوقی است تا با ایجاد شرکت‌های محلی، خود را از پیامدهای حقوقی توسعه چرافیابی خصوصاً در کشورهای خارجی مصون نگاه دارند. هنگامی که شرکت‌ها از شرکت مادر تفکیک می‌شوند و به صورت تخصصی اداره می‌شوند کارآبی مدیریت شرکت‌های زیر مجموعه افزایش می‌یابد. پس به طور خلاصه می‌توان گفت که مرحله اصلی در شکل‌گیری شرکت‌ها مجموعه استراتژی‌هایی است که به رشد شرکت‌ها منجر می‌شوند. هیچ‌گاه دولت و دستگاه‌های ما برنامه‌هایی تدوین نکرده‌اند که رشد چگونه مدیریت شود. خرید و ادغام در صنایع داروسازی، یک استراتژی است و برای همه بنگاه‌ها حتی کوچک هم می‌تواند مطرح

بر سیاست عمومی و سیاست بازار را بر این بخش ممکن است تا سال‌ها نتوان به طور کامل ارزیابی کرد. ماهیت غیرقطعی فرآیند تحقیق و توسعه حکم می‌کند که در بسیاری از پروژه‌های تولید داروهای جدید سرمایه‌گذاری شود که منجر به ساخت داروهای مجاز به فروش نمی‌شوند. فرآیند تحقیق و توسعه طولانی مدت است و بنابراین دانستن این که مخارج در کدام مرحله از تولید صرف می‌شوند اهمیت دارد. نظر به این که فرآیند تحقیق و توسعه اغلب به مدت یک دهه یا بیشتر طول می‌کشد، و فرآیند تولید داروهای جدید اغلب دچار تغییر می‌گردد، مشکل می‌توان هزینه تولید را از طریق داده‌های سالیانه استخراج کرد.

آزمون‌های بالینی به طور معمول سه مرحله متوالی موفق را طی می‌کنند. در مرحله ا، تعداد اندکی از داوطلبان که عموماً سالم هستند مورد آزمون قرار می‌گیرند تا دوز بی‌خطر دارو مشخص شود و اطلاعاتی در مورد جذب، توزیع، آثار متابولیک، دفع سمیت ماده شیمیایی جمع‌آوری شود. در ایالات متحده برای آن که یک شرکت تولیدکننده شروع به انجام آزمون بالینی دارو کند، لازم است ابتدا درخواستی برای داروی تحقیقاتی جدید به اداره نظارت بر غذا و دارو FDA تسليم کند. آزمون‌های انسانی می‌تواند برای اولین بار در خارج از ایالات متحده انجام شود و اغلب هم همین اتفاق می‌افتد.

کارآزمایی‌های مرحله II بر روی افراد مبتلا به بیماری مورد نظر انجام می‌شود و هدف آن‌ها جمع‌آوری شواهد مربوط به بی‌خطری و داده‌های ابتدایی در مورد اثربخشی است. تعداد افراد مورد

نداشتن نظام و پایه حقوقی یک چالش محسوب می‌شود و آشتایی مدیران هولدینگ‌های دارویی با کلیات حقوق تجارت بین‌الملل و حقوق اقتصادی ضروری و لازم است. و نیز برای این که هولدینگ‌ها وظایف و ماموریت‌های اصلی خودشان را ایفا کنند باید نیروی انسانی واجد شرایط در حد لازم در اختیار داشته باشد. وجود اختلاف بین هولدینگ‌ها و سهامداران کوچک می‌تواند مشکل‌ساز بوده باشد. که باستی در تشکیل هولدینگ‌ها این مساله را مد نظر گرفت. با توجه به سرعت رشد بخش بنگاهی کشور در بخش عمومی و خصوصی، استفاده از تکنولوژی‌های روز و ضرورت رقابت در صحنه جهانی، در آینده مشکل مدیریت بنگاه‌ها از جمله صنایع داروسازی تشید خواهد شد.

کمبود نیروی متخصص، عدم برخورداری از فرهنگ کار گروهی و نداشتن برنامه‌ریزی استراتژیک، از دیگر چالش‌های هولدینگ‌ها محسوب می‌شود. فرآیند انتخاب و هدایت مدیران در هولدینگ‌های ما نظاممند نیست و این در شرایطی است که تمام فرآیندهای دیگر تحت شعاع این مساله قرار دارند.

### ■ بالا بودن هزینه تحقیق و توسعه در صنایع داروسازی به عنوان یکی از دلایل مهم ادغام و تشکیل هولدینگ‌های دارویی

در صنایع داروسازی مبتنی بر تحقیقات، تصمیم‌گیری‌های بخش تحقیق و توسعه دارای ابعاد و شاخه‌های مختلفی است که طی کردن هر یک از آن‌ها مخصوصاً صرف زیادی خواهد بود. و این در حالی است که تأثیر تغییرات حاکم

نظر قرار گیرد. شواهد نشان می‌دهد که با فرض یکسان بودن میزان کلی موفقیت بالینی، شرکت‌ها با گذشت زمان قابلیت بیشتری در جلوگیری از موارد شکست بالینی یا اقتصادی در مراحل اولیه فرآیند تولید پیدا کرده‌اند.

### ■ وضعیت مالیات در شرکت‌های داروسازی یا هولдинگ‌های دارویی

به لحاظ تئوری، در شرایط بهینه، وضع مالیات باید شامل استهلاک همه انواع سرمایه‌های نامحسوس بررسی در نرخ‌های اقتصادی متناسب باشد، با این حال، پس‌اندازهای مالیاتی نسبت به حالت بهینه فرضی را باید در زمینه مالیات بر درآمد ختنی سرمایه‌گذاری کرد. اگر سرمایه‌های نامحسوس به جای آن که خرج شوند، مستهلك شده باشند، در آن صورت ارزش فعلی مالیات بر درآمد افزایش خواهد یافت. برای ثابت نگه داشتن درآمدها، نرخ مالیاتی را باید کاهش داد، اگر همه صنایع از نظر میزان در شرایط جایگزین سرمایه نامحسوس که مصرف می‌کنند یکسان بودند، در آن صورت بار مالیاتی تفاوت چندانی نمی‌کرد یعنی فارغ از هر گونه آثار القاء شده بر توزیع سرمایه‌های محسوس و نامحسوس یا کار و سرمایه در شرکت‌های مختلف. البته صنعت داروسازی به احتمال قریب به یقین از نظر سرمایه‌گذاری با سرمایه‌های نامحسوس بالاتر از میانگین قرار دارد. اگر حالت بهینه با صرف هزینه منطقی قابل دستیابی باشد. در آن صورت، پس‌اندازهای مالیاتی صنایع داروسازی، معادل تفاوت ارزش فعلی بار مالیاتی آن و مثلاً تفاوت بین وضعیت جاری و وضعیت بهینه با نرخ مالیاتی

مطالعه در این مرحله بیشتر از مرحله ۱ است و ممکن است به صدها نفر برسد.

آخرین مرحله آزمون بالینی از تایید مرحله III است، این مرحله معمولاً شامل تعدادی کارآزمایی با مقیاس بزرگ است که به منظور نشان دادن دقیق اثربخشی و بر ملا ساختن عوارض جانبی که شیوع کمتری دارند ترتیب داده می‌شوند. تعداد افراد مورد مطالعه در کارآزمایی‌های مرحله III می‌تواند مجموعاً بیش از هزاران نفر باشد. وقتی تولیدکنندگان دارو به این نتیجه می‌رسند که به شواهد کافی برای تایید بی‌خطری و اثربخشی دست یافته‌اند، برای اخذ مجوز فروش نتایج این آزمون‌ها را در قالب درخواست نامه‌ای به مراجع قانونی تسلیم می‌کنند. در برخی موارد درمانی، آزمون ابتدا بر روی بیمارانی انجام می‌شود که بیماری یا حالتی که قرار است توسط ماده شیمیایی جدید درمان شوند، مبتلا هستند. در مورد تحقیقات سرطان و ایدز همیشه به این صورت است. با این توضیح، در صنایع داروسازی اکثر کارآزمایی بالینی یا صورت نمی‌گیرد یا اگر هم باشد به آن معنای خاص خود نمی‌باشد لذا لازم است اکثر کارخانجات داروسازی یا حداقل شرکت‌های داروسازی مادر (هولдинگ) بتوانند از عهده این آزمایشات بالینی و با انعقاد قرارداد با دانشکده‌های داروسازی و پزشکی خصوصاً متخصصین داروسازی بالینی این کار صورت بگیرد.

از آن‌جا که تولید دارو فرایند بسیار طولانی است، کل هزینه تولید دارو بستگی زیادی به زمان لازم برای سرمایه‌گذاری تا بازگشت سرمایه دارد. که این موضوع باید در تشکیل هولдинگ‌های دارویی مد



شرکت‌های داروسازی تأثیر منفی بگذارد. پس به طور خلاصه می‌توان گفت که تحلیل‌گران صنعتی که اخیراً اثرات علم ژنومیک و سایر فناوری‌های نوین بر فرآیند تحقیق و توسعه را بررسی کرده‌اند معتقدند هر چه شرکت‌های داروسازی بیش‌تر به رویکردهای جدید می‌پردازند، هزینه‌های تحقیق توسعه احتمالاً در کوتاه مدت افزایش چشمگیری خواهد یافت دلیل عدمه این است که فناوری‌های تازه ممکن است بسیاری از اهداف جدید را نیز فراهم آورند که در حال حاضر به خوبی شناخته نشده باشند. البته آنان اذعان دارند که در نهایت مبنای دانش علمی به اندازه‌ای گسترده خواهد شد که شیوه‌های بالا بردن کارایی کشف خواهند شد. تحلیل هزینه‌های تحقیق و توسعه بخش خصوصی یک ورودی بسیار اساسی برای مطالعات دارایی جهت‌گیری‌های مربوط به سیاست‌گذاری به شمار می‌رود. به عنوان مثال از برآورد هزینه تحقیق و توسعه می‌توان در مطالعاتی که هدف آن‌ها اندازه‌گیری سودآوری به اعتبار گذشته تولید داروهای جدید در یک دوره زمانی معین است استفاده کرد. با توجه اخیر رسانه‌ها به مقولات بهره‌وری و توسعه و مشکلاتی که در تأمین اعتبار تحقیق و توسعه بسیاری از شرکت‌های پیشگام وجود دارد، این امر یک موضوع روز به شمار می‌آید. واقعیت آن است که نتایج مطالعات قبلی ما در تحلیل‌های انجام شده در مورد میزان بازگشت سرمایه تحقیق و توسعه داروسازی موردن استفاده محققین قرار گرفته است. این مطالعات که موضوع آن‌ها سودآوری تولید داروهای جدید بوده است، نتوانسته‌اند شواهدی از سود افزوده

جاری نخواهد بود، بلکه رقمی پایین‌تر خواهد شد که بستگی به آن دارد که صنعت داروسازی از نظر سرمایه‌گذاری با سرمایه‌های نامحسوس تا چه حد بالاتر از میانگین عمل می‌کند. تفاوت مزیت بالقوه مالیاتی از نظر وضع مالیات بر درآمد شرکت، زمان‌بندی پرداخت مالیات است. تحقیق و توسعه یک سرمایه‌گذاری است، اما شرکت‌ها مجاز هستند هزینه‌های تحقیق و توسعه به جز هزینه نصب و تجهیزات، در قالب مخارج جاری در عوض استهلاک سرمایه‌گذاری انجام شده در طول زمان، گزارش کنند تا مشمول تخفیف از مالیات گردند.

با این حال هزینه داروهای جدید موضوعی است که برای مدت‌های طولانی علاقه زیادی را معطوف خود ساخته است. این علاقه اخیراً به چندین دلیل شدت یافته است. از یک سو شرکت‌ها در مدت زمانی که صرفه‌جویی و کاهش مخارج، بر بازار فشار می‌آورند بیش از هر زمان به ارتقای بهره‌وری می‌اندیشند و از سوی دیگر منتقدین، اظهارنامه‌های صنایع را در مورد سطح هزینه‌های تحقیق و توسعه و تأثیری که مخارج تحقیق و توسعه بیش از تأیید دارو، در زمانی که باید تصمیم‌گیری در مورد قیمت‌گذاری انجام شود، هزینه‌های نامعلومی هستند. بنابراین نباید در یک بازار نظارت نشده بر قیمت‌گذاری تأثیر بگذارند. با وجود این، از آن‌جا که هزینه‌های بالای تحقیق و توسعه گذشته، پیشگویی‌کننده هزینه‌های بالای تحقیق و توسعه هستند. احتمال اعمال نظارت‌های شدید بر قیمت‌ها می‌تواند انگیزه نوآوری را تا حد چشمگیری کاهش دهد و بر روند تولید دارو در

مطالعات قبلی انجام شده در مورد سودآوری سازگاری دارد.

(یعنی میزان بازگشت داخلی سرمایه به هزینه سرمایه صنعت داروسازی صنعت داروسازی نزدیک است).

داده‌های مربوط به هزینه‌های تحقیق و توسعه هم‌چنین می‌توانند در تحلیل آثار تغییر سیاست‌ها بر بازگشت سرمایه بخش تحقیق و توسعه که شامل نظام حفاظت از مالکیت معنویت زمان تولید دارو، یا زمان تأیید شدن به کار روند و از این طریق برایجاد انگیزه نوآوری در بخش خصوصی تأثیر گذارند.

چشمگیر و پایدار بیابند. میزان بازگشت داخلی سرمایه برآورده شده بسیار نزدیک به هزینه سرمایه می‌باشد. برآورد نسبتاً بالای هزینه‌های تحقیق و توسعه در این مطالعه سوالی را در ذهن نسبت به تجربه سودآوری اخیر صنایع داروسازی ایجاد می‌کند. با وجود این، گرابوفکی و ورنون رشد قابل ملاحظه‌ای را در فروش محصولات دارویی در دهه ۱۹۹۰ مشاهده کردند. نتایج یک مطالعه جدید در مورد سودآوری صنایع داروسازی که در آن از برخی نتایج این مطالعه و داده‌های جدی فروش شرکت‌ها استفاده شده از نظر کیفی با پیامدهای

