

نقش هولدینگ دارویی در توسعه سرمایه‌گذاری خارجی



دکتر بهزاد نجفی

کارشناس امور دارویی

■ مقدمه

قراردادهای سرمایه‌گذاری خارجی یکی از روش‌های عمده جذب فناوری به شمار می‌آیند. بررسی‌ها نشان می‌دهد، که جز در صورت خرید مستقیم فناوری خارجی و حقوق مالکیت معنوی راجع به آن، شرکت‌ها یا دولت‌های سرمایه‌گذاری ترجیح می‌دهند تا با سرمایه‌گذاری در کشورهای در حال توسعه، به سود بیشتر، کنترل منابع اقتصادی و نفوذ سیاسی دست یابند. از طرفی برای کشورهای در حال توسعه، جمع میان سرمایه و فناوری خارجی در ضمن یک قرار داد، فرصت خوبی برای پیشرفت محسوب می‌گردد. به شرط آن که انتخاب روش انتقال فناوری با توجه دقیق به نیازها، شرایط و آینده اقتصادی کشور انجام گیرد.

همان‌طور که می‌دانیم هلدینگ‌ها عبارت از شرکت‌های مادری هستند که اداره شرکت‌های دیگر را در اختیار داشته باشند. حال این مساله ممکن است ناشی از مالکیت، قانون و یا غیره باشد. از نظر تاریخی سابقه ادغام شرکت‌ها برای تشکیل شرکت مادر یا PARENT به سال 1833 بر می‌گردد. که بعدها در قرن نوزدهم این شرکت‌ها توسعه یافتند و لقب CORPORATION گرفتند و سعی کردند که بین شرکت‌های تابعه‌اشان ارتباط مستمر برقرار کنند و با توجه به رشد شرکت‌های کوچک و بزرگ و پیچیدگی مساله مدیریت این شرکت‌ها و تجارت بین‌المللی، هولدینگ‌ها هم رشد کرده و روز بروز بیشتر شدند. با توجه به رشد روز افزون و ترقی هولدینگ‌ها و نیاز به

هیات مدیره عضو داشته باشند. اگر سهام به میزان کافی هم نداشته باشند مهم نیست و داشتن سهام آن‌ها نیز اغلب به خاطر نظارت است. پس علاقه و تعهدی برای ماندن در آن شرکت و یا نگهداری سهام ندارند. اما شرکت‌های هولدینگ این گونه نیستند و اگر شرکت‌های جدیدی هم خریداری کنند می‌خواهند آن‌ها را نگهدارند و به فکر مدیریت آن هستند و اهداف دیگری را دنبال می‌کنند.

■ تفاوت شرکت‌های هولدینگ با سازمان‌های بزرگ

سازمان‌های بزرگ در دنیای رقابت برای فعالیت باید استراتژی‌های رقابت داشته باشند این که چه محصولی را تولید کنند، به چه قیمتی عرضه کنند و چگونه با رقبا مبارزه کنند یعنی به دنبال کسب و کارند. اما شرکت‌های هولدینگ دو نوع استراتژی دارند. اول این که چه شرکتی را داشته باشند که این مساله نیز خیلی شبیه شرکت‌های سرمایه‌گذاری است یعنی به دنبال کسب و کار و کارآفرینی و تولید هستند. دوم این که چگونه شرکت‌های تابعه را مدیریت کنند و در واقع تفاوت سازمان‌ها یا شرکت‌های معمولی با هولدینگ‌ها در همین جاست که سود هولدینگ عمدتاً از شرکت‌های تابعه ناشی می‌شود. البته هولدینگ می‌تواند خودش از خرید و فروش سهام شرکت‌ها سود داشته باشد. بخشی از ترس کنونی دولتمردان کشورهای در حال توسعه حضور شرکت‌های چند ملیتی در آن کشورها است. این تصور وجود دارد که حضور شرکت‌های چند ملیتی، علاوه بر تضعیف حاکمیت ملی، امکان تولید برند داخلی را از بین می‌برد. حضور شرکت‌های چند

ارتباط با کشورهای خارجی برای مسایلی از قبیل سرمایه‌گذاری و توسعه و صادرات محصولات و انجام تحقیقات و پژوهش در شرکت‌ها یا واحدهای تابعه، نیاز به سرمایه‌گذاری خارجی احساس می‌شود که در این مقاله به انواع روش‌های سرمایه‌گذاری اشاره می‌شود و در بعضی از موارد نیز مسایل و مشکلات حقوقی نیز پرداخته خواهد شد. نتیجه این سرمایه‌گذاری‌های مستقیم و غیر مستقیم و غیره باید برای کشورها ایجاد کسب و کار و کارآفرینی و همچنین انتقال فناوری و صادرات محصولات باشد. البته لازم به یادآوری است که حدود ۷۵ درصد از سرمایه‌گذاری خارجی در سطح جهان توسط شرکت‌های بزرگ بین‌المللی و شرکت‌های چند ملیتی صورت می‌گیرد و آگاهی از شناخت مدیریت و اقتصاد سیاسی بین‌المللی و حقوق فراملیتی برای جذب این گونه سرمایه‌گذاری‌ها در کشور برای مدیران شرکت‌ها و هلدینگ ضروری است.

قبل از پرداختن به اصل موضوع بایستی تفاوت هولدینگ‌ها با شرکت‌های سرمایه‌گذاری و سازمان‌ها بیان شود.

■ تفاوت شرکت‌های سرمایه‌گذاری با هولدینگ‌ها

شرکت‌های سرمایه‌گذاری علاقه و تعهدی برای حفظ سهام خود در شرکت‌های وابسته ندارند. ممکن است سیاست آن‌ها اقتضا کند که سهام خود را در این شرکت‌ها بفروشند و معمولاً درصد سهام مالکیت آن‌ها نیز پایین است اصولاً شرکت‌های سرمایه‌گذاری به دنبال مدیریت نیستند البته ممکن است سهام آن‌ها به میزانی باشد که در

ملیتی در کشورهای در حال توسعه که به صورت سرمایه‌گذاری در آن کشورها صورت می‌گیرد موجب می‌شود که عملاً آن کشورها به بازارها و شیوه‌ی تولید این شرکت‌ها دسترسی پیدا کنند و نیز بخشی از تولید هم در کشورهای در حال توسعه صورت گیرد. این مهم زمانی صورت می‌گیرد که اولاً شرایط سیاسی و اقتصادی کشورهای در حال توسعه، از جمله ایران، امکان حضور شرکت‌های فراملیتی را فراهم کند. به بیان دیگر شرکت‌های چند ملیتی زمانی براساس مزیت‌های اقتصادی یک کشور، آن را به‌عنوان انتخاب اقتصادی بر می‌گزینند که ریسک سیاسی و اقتصادی آن در حداقل ممکن باشد. به دلیل ریسک بسیاری از کشورها حاضر به سرمایه‌گذاری نیستند. اگر این معضل برطرف شود، انتخاب اقتصادی، شرکت‌های خارجی را برای سرمایه‌گذاری به ایران بیاورد، باید مزیت زمینه‌ساز این حضور نگه داشته شود و بسط یابد. اگر نمی‌توانیم خود را با این شرایط سازگار کنیم نباید مقابل را محکوم کنیم. نباید از حضور شرکت‌های خارجی ترسید بلکه باید به مزایای این حضور که عبارتند از استفاده از تکنولوژی روز، برخورداری از مدیریت نوین و بازگشایی بازارهای جدید توجه کرد.

اگر امکان حفظ این مزایا را داشته باشیم می‌توانیم آثار مثبت آن را به سایر بخش‌ها تسری دهیم. اگر نتوانیم، سهم خود را از دست می‌دهیم. ترس از نتوانستن دال بر ضعف هماهنگی با جهان پیشرفته در حال توسعه است.

با این توضیح و نیز با عنایت به این که در هنگام ورود به سازمان تجارت جهانی، اکثر کارخانجات

فعلی ما در شرایط کنونی و با این وضع موجود، از گردونه رقابت خارج خواهند شد و اکنون که بازار دارویی ما برای بسیاری از شرکت‌های چند ملیتی و معظم داروسازی جهان، بکر است و شرایط از نظر سرمایه‌گذاری مهیا است، باید از هم اکنون به فکر چاره‌جویی باشیم، با عنایت به سوابق ۲۵ ساله ما در ژنریک سازی انتظار در آینده این است که ما به‌صورت ژنریک ساز بوده باشیم چون هیچ‌کدام از کارخانجات داروسازی ما به آن معنای خاص خود عملیات تحقیق و توسعه را انجام نمی‌دهند تا یک برند برای خود داشته باشند و نیز با این وجود اکثر ژنریک سازان برتر جهان مثل کشورهای اروپایی، هند و چین در مرزهای ما صف کشیده‌اند تا در صورت مجوز سرمایه‌گذاری در ایران و کاهش و یا از بین رفتن تعرفه‌ها و یارانه‌ها از طریق ورود ایران به WTO به کارخانجات داروسازی ما و بازار دارویی ایران دست یابند. درست است که ما از نظر تکنولوژی مربوط به ساخت دارو حدود ۲۰ - ۳۰ سال از جهان عقب هستیم ولی وجود سیستم نرم‌افزار داروسازی از جمله منابع انسانی و وجود داروسازان سطح بالا این امید را در ایران ایجاد می‌کند که بتوانیم از عهده این مشکلات برآییم.

حمایت فزاینده از حقوق مالکیت صنعتی تا حد زیادی باعث تلاش شرکت‌های کشورهای در حال توسعه برای انعقاد قرار دادهای سرمایه‌گذاری مشترک و سایر ترتیبات همکاری جهت انتقال فناوری براساس شرایط تجاری می‌شود.

شواهد روز افزونی در دست است که نشان می‌دهد حمایت از حق مالکیت صنعتی در کشورهای میزبان

و کسب درآمد با نوآوری و تولید انبوه محصولات شبیه هم شده‌اند.

هنوز هستند شرکت‌هایی که بر محصول خاصی تکیه زده و بیش از ۳۰ درصد فروش خود را از طریق یک محصول کسب می‌کنند. علاوه بر بقا شرکت‌های بزرگ برای کسب موفقیت باید فعالیت‌های خلاقانه را که منجر به کشف داروهای جدید می‌گردد نیز در دستور کار خود داشته باشند.

شرکت‌های داروسازی تلاش می‌کنند که خلاقیت را در فعالیت‌های خود افزایش دهند و به خط تولید منحصر به فردی که با کمترین وقت و هزینه داروهای سالم و موثر را تولید کند دست یابند.

با تولید موازی یک نام تجاری با سابقه بین‌المللی با کاهش هزینه تولید می‌تواند بعضی از نام‌های تجاری موجود در بازار را حذف کند.

علاوه بر این، صنعت داروسازی در حال تجزیه تاثیر محدودیت‌ها و موانع ایجاد شده توسط دولت برای سود شرکت‌ها از طریق کنترل درخواست مشتریان در نقاط مختلف جهان است. سه مدل تجاری مشخص تعریف شده که عبارتند از:

- ادغام شرکت‌ها
 - سرمایه‌گذاری مشترک
 - تمرکز بر تحقیق و توسعه و فروش
- با توجه به این که در ایران هنوز قانون کپی رایت یا مالکیت معنوی رعایت نمی‌شود به همین دلیل شرکت‌های ایران می‌توانند، داروهای شرکت‌های خارجی را با نام تجاری که هنوز حق پتنت آن‌ها تمام نشده را در ایران تولید کنند و آن‌ها نیز

عامل مهمی در تصمیم‌گیری‌های شرکت‌های کشورهای توسعه یافته برای سرمایه‌گذاری در کشورهای در حال توسعه است و یقیناً نقش عمده‌ای در تصمیم‌گیری در خصوص سرمایه‌گذاری در صنایع شیمیایی و دارویی، که از این حیث حساس‌ترند، ایفا می‌کند.

در محصولات دیگری نیز که به سادگی قابل تقلید هستند عامل حمایت از مالکیت صنعتی متغیر عمده‌ای به شمار می‌آید. در هر حال، تشویق سرمایه‌گذاری خارجی، تضمین حقوق مالکیت صنعتی برای انتقال فناوری می‌تواند به توسعه صادرات کالاهای صنعتی حاصل از سرمایه‌گذاری هم از جهت تنوع و هم از لحاظ گشایش بازارهای خارجی منجر شود.

ثانیاً حمایت فزاینده از حقوق مالکیت صنعتی، شرکای خارجی قرار دادهای سرمایه‌گذاری مشترک را تشویق خواهد کرد تا فعالیت‌های تحقیق و توسعه گسترده‌تری در کشورهای در حال توسعه میزبان به عهده بگیرند.

در حال حاضر این شرکت‌ها اغلب فعالیت‌های تحقیقاتی را در کشورهای خود انجام می‌دهند. این تحول، شرکای محلی را قادر خواهد ساخت تا حدود زیادی بر محتوا و اولویت‌های کار تحقیق تاثیر بگذارند.

این جریان تشویق تحقیق و توسعه داخلی در اثر سرمایه‌گذاری خارجی، به نوبه خود می‌تواند کشور را از لحاظ تولید ابداعات جدید کمک کرده، به توان رقابت آن در بازارهای صادراتی بیفزاید.

در ۲۰ سال گذشته، شرکت‌های پیش‌رو در صنعت داروسازی در بسیاری از زمینه‌های درمانی

نمی‌توانند از این کارخانجات شکایت کنند لذا بهترین راه این است که شرکت‌های خارجی با این شرکت‌ها قرار داد چندین ساله تولید تجاری که محصول را شروع کنند و دولت ایران نیز بایستی آن‌را به رسمیت شناخته و از حقوق آنان دفاع کنند.

■ سیر تکاملی شرکت‌های بین‌المللی

□ مرحله داخلی

در این مرحله، کلیه فعالیت‌های شرکت، در داخل کشور متمرکز است. گرچه گسترده بازار شرکت به داخل کشور محدود می‌شود و تشکیلات تولید و بازاریابی آن در داخل قرار دارد، مدیران شرکت با آگاهی‌هایی که نسبت به محیط جهانی دارند به تدریج اندیشه گسترش فعالیت‌های خود را به خارج از مرزهای ملی در سر می‌پرورانند و فعالیت‌های خود را با ایجاد واحدی موسوم به صادرات آغاز می‌کنند.

□ مرحله بین‌المللی

در این مرحله شرکت موضع رقابتی اتخاذ می‌کند دامنه رقابت را از مرز کشور فراتر می‌کشد و رقابت با کشورهای دیگر را در برنامه کار خود قرار می‌دهد. یک واحد امور بین‌المللی در شرکت ایجاد می‌شود با استخدام تعدادی متخصص فروش، خدمات و انبار داری، امور برون مرزی شرکت انجام می‌شود در خارج از کشور نیز نمایندگی‌هایی در کشورهای مناسب ایجاد می‌گردد تا علاوه بر تامین منابع مورد نیاز شرکت با حداقل هزینه، برای محصولات شرکت نیز بازار فروش به‌وجود آورند.

□ مرحله چند ملیتی

در مرحله سوم، شرکت عملاً به ایجاد شعبی در کشورهای دیگر اقدام و از این طریق، بیش از یک سوم از درآمد فروش خود را تحصیل می‌کند. قلمرو فعالیت شرکت، وسیع‌تر می‌شود، نوعی انفجار رخ می‌دهد و واحدهای تابعه شرکت در سراسر دنیا گسترش می‌یابد. ساختار شرکت در ابعاد بین‌المللی بر مبنای نوع محصول، وظیفه و ناحیه جغرافیایی شکل می‌گیرد و واحدهای تابعه می‌کوشند تا منابع مورد نیاز شرکت مادر را با پایین‌ترین هزینه ممکن تامین کنند.

□ مرحله جهانی

در این مرحله، راهبرد شرکت، بعد جهانی می‌گیرد و نمایندگی‌های آن به‌صورت یکپارچه در سطح جهانی عمل می‌کنند، به‌صورتی که از محدوده کشور خاص فراتر رفته و به شرکت بدون مرز تبدیل می‌شوند. سراسر دنیا به‌صورت تامین‌کننده منابع مورد نیاز با حداقل هزینه و هم‌چنین بازار بالقوه این شرکت جهانی خواهد شد. به‌علت وسعت قلمرو و پراکندگی واحدها در سراسر جهان، شرکت ساختاری پیچیده و ماتریسی خواهد داشت.

■ هولدینگ‌ها و انتقال فناوری از طریق

سرمايه‌گذاري خارجي

انتقال فناوری شامل کالاهای سرمایه‌ای کسب مجوزهای راجع به حقوق مالکیت معنوی و انتقال دانش فنی است. مورد اخیر در مباحث انتقال فناوری دارای اهمیت بیشتری می‌باشد زیرا مشتمل بر دستیابی به مهارت‌ها، فنون و توان سازمانی است.

ناشی از به‌کارگیری فناوری، بیشتر به شرایطی که در قرار داد انتقال می‌گنجانند، امتیازاتی که از انتقال دهنده دریافت می‌کند و شهرتی که می‌تواند با موفقیت علامت تجاری خود در صادرات دارو به دست آورد، توجه دارد.

کشورهای میزبان، اغلب سرمایه‌گذاری را به عنوان سرآغاز بسیاری از منابع به شمار می‌آوردند. یکی از مهمترین آن‌ها انتقال فناوری جدید و توانایی داشتن بازاری است که قابلیت رقابت با بازارهای مطرح دنیا را داشته باشد.

انتقال فناوری فرایندی است که در آن فناوری تخصص، دانش فنی یا تسهیلات پیشرفته از یک فرد، موسسه یا سازمان به فرد یا موسسه یا سازمان دیگری منتقل می‌شود. فناوری جدید برای کشور دریافت‌کننده، اغلب پیچیده است و به همین خاطر باید آموزش نیروی انسانی، مونتاژ قطعات راه‌اندازی واحدهای تولیدی و حتی در بعضی از موارد تغییر نظام و صادرات را به آثار انتقال فناوری اضافه کرد.

یکی از مباحث مطرح در انتقال فناوری، موضوع حقوق مالکیت معنوی ناشی از حق اختراع، دانش فنی و کالاهای سرمایه است. بررسی نقش مقررات TRIPS در تسریع یا کندی انتقال فناوری نشان می‌دهد که نظریات موجود در این زمینه بر حسب این‌که نظریه‌پرداز به کشور صادر کننده فناوری یا واردکننده آن تعلق داشته باشد، متفاوتند. عده‌ای بر این عقیده‌اند که موافقت‌نامه تریپس فضایی امن البته ضروری ایجاد کرده که در چارچوب آن طرفین می‌توانند آزادانه به نقل و انتقال فناوری بپردازند. لذا باید مدعی شد که انتقال بین‌المللی

از آن جهت که سطح آگاهی انتقال دهنده از فناوری مورد انتقال، از انتقال گیرنده بیشتر است طبعاً مساله همکاری‌های بعدی از حیث تربیت کارشناس و ارایه خدمات فنی مطرح می‌گردد. این تفاوت آگاهی، در تدوین غیر منصفانه قرارداد از یک سو و تفسیر آن به سود دولت یا شرکت انتقال گیرنده از سوی دیگر، موثر خواهد بود. حتی در صورت برابری سطح آگاهی دو طرف معامله از فناوری اطلاعات خاص، ارزشی که هر کدام از ایشان برای آن فناوری قائلند و انتظاراتی که دارند با همدیگر متفاوت خواهد بود.

انتقال فناوری نباید آن‌چنان هزینه‌بر باشد که قیمت محصول داخلی را از استانداردهای بین‌المللی افزون‌تر گرداند. هزینه انتقال تکنولوژی از جمله به فاصله فنی و یا ویژگی‌های منحصر به فرد فنون جدید، ما به تفاوتی که طرف انتقال دهنده دریافت می‌دارد، سطح مهارت‌های فنی و خدمات پس از انتقال بستگی دارد. به‌علاوه، تفاوت سطح تکنولوژی کشور انتقال دهنده با انتقال گیرنده در قیمت فناوری جدید موثر است، به‌گونه‌ای که هر چه تفاوت بیشتر باشد، هزینه انتقال افزون‌تر خواهد بود.

انتقال دهنده، اغلب پس از دستیابی به فناوری پیشرفته‌تر، فنون قبلی را واگذار می‌نماید و یا زمانی به این کار دست می‌بازد که هزینه‌های بهره‌برداری از آن فناوری به دلیل بالا بودن قیمت آموزش، مواد اولیه، نیروی انسانی و ... زیاد شده و در عین حال وجود فناوری‌های بهتر، ارزان‌تر و پیشرفته‌تر نزد رقیب، دست یافتن به آن فنون را ایجاب نماید. انتقال گیرنده، برای صدور محصول

فناوری به‌نحو چشمگیری با وجود موافق‌نامه‌های بین‌المللی و منطقه‌ای ناظر به حقوق مالکیت معنوی افزایش یافته است. عده‌ای دیگر معتقدند که مقررات تریپس در عمل به وسیله‌ای برای تامین منافع آن دسته از دولت‌ها و شرکت‌هایی که در تولید و انتقال فناوری سرآمد هستند تبدیل شده است. به‌گونه‌ای که با انحصار خود نهایت سو استفاده را به‌عمل می‌آورند. از این‌رو کشورهای در حال توسعه این مقررات را ترویج انتقال نا کارآمد و ناکافی می‌دانند.

شرکت‌های فراملی به‌عنوان حاکمان عرصه سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی از عوامل عمده انتقال فناوری نیز به‌شمار می‌آیند. این شرکت‌ها اغلب تمام چرخه را خود بر عهده می‌گیرند که در اصطلاح نوآوری نامیده می‌شود. نوآوری به مفهوم همه فرایندی است که در آن تحقیقات و اختراعات تبدیل به نوعی فناوری می‌شود که با استفاده از آن می‌توان به تولید محصولات جدید یا پیشرفت در چرخه تولید قدیمی دست یافت. بنابراین نوآوری شامل تحقیقات فناوری توسعه چرخه شروع تولیدات طراحی و بازاریابی و تحقیقات بازار می‌شود. در واقع ارتباط این عوامل با همدیگر نظام نوآوری را تشکیل می‌دهد.

در نگاه شرکت‌های فراملی، صرف اختراع کافی نیست، بلکه باید کالای سرمایه‌ای متناسب با دانش فنی تولید شده و سرانجام ترکیب این دو به همراه مهارت‌های فنی و نیروی انسانی کاردان، محصول نهایی را به‌عنوان فرآورده دانش وارد بازار نماید. شرکت‌ها در برخی موارد طراحی بازار و حتی فروش و خدمات پس از آن را نیز بر عهده می‌گیرند. البته

انجام تمام مراحل نوآوری بیشتر بستگی به نوع انتقال فناوری از سوی شرکت‌های فراملی دارد. در صورتی که شرکت، شعبه‌ای در کشور مقصد ایجاد کرده و فناوری مورد استفاده خویش را در اختیار آن گذاشته باشد، بازاریابی و مدیریت بازار از عوامل تضمین‌کننده سود محسوب می‌شود. در این حالت، شرکت حقوق مالکیت مربوط به دانش فنی و کارخانه‌های ایجاد شده را برای خود محفوظ می‌دارد و در صورت برچیده شدن شعبه به هر دلیل آن‌ها را به مرکز اصلی شرکت عودت می‌دهد، مگر این‌که توافق مغایری با دولت میزبان به‌عمل آید. مزایای شیوه از جمله به روز بودن فناوری و روز آمد شدن آن از سوی شرکت مادر و عیب آن در وابستگی اقتصادی، تولید و تبلیغ علامت و کالای تجاری متعلق به شرکت خارجی کشور و عدم انتقال واقعی دانش فنی در اکثر موارد است.

درون سپاری فناوری از سوی شرکت‌های فراملی در قالب سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی انجام می‌گیرد و بررسی‌ها نشان می‌دهد که بخش عمده‌ای از انتقال فناوری در سطح جهان انجام می‌شود. میزان درون‌سپاری با هزینه‌های تولید و توزیع کالا در کشور میزبان ارتباط مستقیمی دارد. لذا، فضای کشورهای جهان سوم یا در حال توسعه از حیث بازار مصرف مناسب و نیروی کار ارزان مقتضی این نوع از سرمایه‌گذاری می‌باشد. اگر چه امکان دارد که شرکت فراملی، با درج نام یا علامت تجاری دولت مقصد یا شرکت طرف قرارداد یا پشتیبان، در گوشه‌ای از کالای تولیدی خود یا ارائه خدمات پس از فروش موافقت نماید، اما تملک و کنترل شرکت و فراملی بر تمام تجهیزات

در کشورهای پیشرفته برای تضمین سرمایه خود نرم‌افزار، سخت‌افزار و حتی نیروی انسانی را به‌عنوان مهمترین سرمایه، به کشورهای خواهان توسعه سوق دهند. دوم این‌که، با لحاظ نکته نخست مشخص می‌گردد که به‌خصوص در صورت ناآگاه بودن نمایندگان دولت میزبان به هنگام انعقاد قرارداد، شرکت‌های سرمایه‌گذاری از انتقال فناوری به‌عنوان «طریق» برای منافع خود و نه «موضوع» مطلوب برای توسعه کشور میزبان استفاده می‌کنند. بسیاری از کشورهای خارجی که خواهان توسعه صنایع خود با کمک سرمایه‌گذاران خصوصی خارجی هستند، قوانینی را به تصویب رسانده‌اند که امتیازات خاصی را به صاحبان علائق خارجی می‌دهد که آماده انتقال تکنولوژی از طریق ایجاد صنعتی در کشور مورد نظر، چه به تنهایی و چه با همکاری صاحبان صنعت داخلی هستند.

مزایای سرمایه‌گذاری که قوانین ملی معمولاً مقرر می‌دارند، مشروط به شرایط متعدد و اغلب، با موارد زیر مرتبط هستند:

■ مقررات کنترل مبادله ارز

سرمایه‌گذار مجاز می‌گردد که منافع داخلی را انتقال دهد و سرمایه‌ای را که صرف سرمایه‌گذاری کرده و هر گونه سرمایه و منافع سرمایه‌ای را که تحصیل کرده، به کشورش منتقل کند.

■ مقررات گمرکی

ورود آزادانه یا ورود با نرخ‌های تقلیل یافته برای ماشین آلات مورد نیاز تاسیس یا توسعه

و چرخه تولید، دست نخورده می‌ماند. برعکس، برون‌سپاری انتقال فناوری، از سوی شرکت فراملی امکان دارد به روش مختلفی انجام پذیرد. ایجاد اتحادیه سرمایه‌گذاری مشترک واگذاری امتیاز، فروش کالاهای سرمایه، اعطای مجوز مساعدت فنی، انعقاد قرارداد برای ساخت کارخانه یا تهیه وسایل مورد نیاز، از جمله این روش‌ها هستند.

توان عظیم مالی و مدیریتی شرکت‌های فراملی، آن‌ها را به ابر قدرت‌های اقتصادی دست نیافتنی بدل کرده است، این شرکت‌ها، عمده‌ترین موسسات انتقال فناوری در سطح بین‌المللی هستند که از طریق ارائه خدمات، سرمایه‌گذاری در تولیدات محلی، آموزش کارمندان و تربیت کارکنان‌های محلی، پیشنهاد و ارائه خدمات فنی و به عرضه‌کنندگان محصول و معرفی اصول علمی در تحقیقات علوم وابسته، توسعه و مهندسی کار این امر را محقق می‌سازند.

تقریباً در تمام موارد سرمایه‌گذاری خارجی به‌طور مستقیم یا غیر مستقیم با انتقال موقت یا دائم فناوری به کشور میزبان همراه است. این تحقیقات خود بر تنوع قراردادهای مستقل انتقال فناوری دلالت دارد. شیوه‌های انتقال فناوری در قالب سرمایه‌گذاری خارجی از هر شکل آن که باشد از دو روند عمومی تبعیت می‌کند، نخست این‌که در اکثر موارد هدف از انتقال فناوری، صیانت از منافع شخص سرمایه‌گذار و نه خدمت به دولت میزبان است.

بازدهی اقتصادی بالای سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی باعث شده تا شرکت‌های صنعتی و تجاری

صنعتی جدید و همچنین گاهی برای ورود کالاهای تولید شده مجاز می‌گردد.

■ معافیت از مالیات

در تحت این موضوع، معافیت از مالیات ملی یا محلی، عوارض تمیر و مالیات‌های مشابه یا نرخ‌های ترجیحی نسبت به موارد مذکور قرار می‌گیرد. چنان معافیتی به‌طور عادی محدود به مدت مشخص «در حال فعالیت» است.

■ مشارکت انتفاعی (جوینت‌ونچر) یا ایجاد اتحادیه سرمایه‌گذاری مشترک به‌عنوان یکی از راه‌های سرمایه‌گذاری خارجی در صنایع دارویی

تاکنون برای اصلاح جوینت‌ونچر (Joint Venture) معادل دقیقی در زبان فارسی ارائه نشده است و کلیه معادل‌های پیشنهادی از قبیل شرکت مشترک، شرکت مختلط سرمایه‌گذاری مشترک و غیره، فاقد دقت کافی است؛ زیرا جوینت‌ونچر همواره به‌شکل شرکت نیست و سرمایه‌گذاری نیز یکی از فعالیت‌های ناشی از آن است. جوینت‌ونچر دو شکل عمده دارد. قراردادی و شرکتی؛ و از آن‌جا که شکل شرکتی معمول‌تر است، معادل فارسی شرکت مشترک برای آن ارائه شده است بی آن‌که به این دوگانگی توجه شده باشد. به هر حال با توجه به ماهیت حقوقی جوینت‌ونچر، یعنی مشارکت (Partnership) بودن آن و قصد انتفاعی که در جوینت‌ونچر موجود است اصطلاح مشارکت انتفاعی از سوی مترجمان برای آن پیشنهاد می‌شود. اتحادیه سرمایه‌گذاری

مشترک (J.V) بدین مفهوم است که «اشخاص حقوق خصوصی یا عمومی، در صورت تمایل می‌توانند با توسل به آن، در شرایط مساوی در انجام طرحی مشارکت نمایند»، تشکیل اتحادیه سرمایه‌گذاری مشترک در سطح فراملی، ارتباط آن به بحث سرمایه‌گذاری خارجی و انتقال فناوری را میسر می‌سازد. اتحادیه‌ها به دو نوع عمده تقسیم می‌شوند که عبارت است از اتحاد در قالب شرکت و اتحاد قراردادی. در نوع نخست، مطابق با توافق یا اطراف اتحادیه سرمایه‌گذاری مشترک، شخصیت حقوقی جداگانه‌ای پدید می‌آید و نوع زمانی به کار گرفته می‌شود که اتحاد در قالب شرکت ضروری نبوده یا به هر دلیل میسر نباشد.

ایجاد اتحادیه سرمایه‌گذاری مشترک میان یک یا چند شرکت خصوصی یا دولتی سرمایه‌گذار و شخص یا اشخاص مشابه در کشور میزبان، با موضوع سرمایه‌گذاری، تبادل دانش فنی، اجرای طرح‌های مشترک اقتصادی - صنعتی در کشور میزبان ... و نقطه شروع مناسبی برای همکاری و مشارکت متقابل در زمینه سرمایه‌گذاری منجر به انتقال فناوری محسوب می‌گردد. به دلیل فقر یا ضعف فنی طرف سرمایه‌پذیر (میزبان) اتحادیه سرمایه‌گذاری مشترک، متحد خارجی عملاً تکنولوژی و دانش فنی خود را به‌عنوان آورده به شرکت ارائه می‌دهد و از این طریق امکان دریافت و جذب فناوری خارجی فراهم می‌آید.

با وجود مسائلی که از منظر حقوقی در مورد ماهیت، ماهیت، شکل، مدیریت، سرمایه، ساختار بازرسی، تعهدات و تابعیت اتحادیه‌های تجاری صنعتی و سرمایه‌گذاری بین‌المللی وجود دارد

کشورمان روش مناسب با توجه به نوع صنعت و کارآیی آن انتخاب شود. بررسی مختصر روش‌های مختلف جذب فناوری خارجی که با سرمایه‌گذاری همراه هستند مبین این حقیقت است که هر کدام از روش‌ها مزایا و معایب خاص خود را دارند و تشخیص روش مناسب با حداقل معایب اقتصادی اجتماعی و زیست محیطی امری است که تنها باید آن را به متخصصان و دست‌اندرکاران واقعی امر سرمایه‌گذاری و انتقال فناوری سپرد.

قبل از تحسین یک روش و نکوهش دیگر شیوه‌ها باید موانع حقوقی موجود و جایگاه صنعت مربوط در نظام اقتصادی کشور را سنجید. در غیر این صورت شیوه‌هایی که برگزیده می‌شوند نه تنها موجب انتقال فناوری نمی‌شود بلکه وابستگی دایم به شرکت‌های خارجی را در امر مدیریت فناوری وارداتی بازاریابی و فروش محصول تولیدی موجب خواهد گردید. در میان شیوه‌هایی که مورد بررسی قرار گرفت تشکیل اتحادیه سرمایه‌گذاری مشترک و قرارداد افسست از بهترین روش‌های انتقال فناوری به کشورمان محسوب می‌شوند که به ندرت مورد استفاده قرار گرفته‌اند. صحت این ادعا از جمله به دلایل زیر تقویت می‌شود:

■ درگیر شدن طرف ایرانی اتحادیه سرمایه‌گذاری مشترک یا طرف قرارداد افسست در امر صادرات واردات تولید محصول و اخذ مجوزها و پروانه‌های لازم را بر عهده می‌گیرد.

■ تا زمانی که اصول مانع قانون اساسی مورد بازنگری قرار نگرفته‌اند این دو روش می‌تواند از تعارض ورود طرف خارجی در اقتصاد داخلی با منافع کلان اقتصاد ملی جلوگیری نماید.

این نهادها به‌طور فزاینده‌ای به کار گرفته می‌شوند و حتی گزارش‌ها بر رغبت شرکت‌های فراملی به تشکیل اتحادیه سرمایه‌گذاری مشترک در کشورهای در حال توسعه، دلالت دارند.

الزام طرف خارجی به سرمایه‌گذاری فنی و متعهد ساختن ایشان به آموزش فنی نیروی انسانی کشور میزبان، مداخله مستقیم و درگیری علمی مدیران، کارشناسان و متخصصان میزبان در سراسر فرآیند مطالعات مقدماتی، طراحی تولید و مدیریت، صدور و فروش محصول اتحادیه سرمایه‌گذاری مشترک، از جمله عواملی هستند که امکان حداکثر بازدهی اقتصادی و انتقال فناوری به کشور میزبان را فراهم می‌سازند. بدیهی است که تحمیل این الزامات و کارکردها به اتحادیه سرمایه‌گذاری و یا گنجانیدن این شروط در قالب قرارداد میسر می‌گردد. بی‌توجهی به آینده به‌هنگام توافق و سعی در فشار به اتحادیه سرمایه‌گذاری مشترک از طریق قوانین و مقررات متروک داخلی سرقت اسرار و فناوری خارجی و تقلب در اجرای قراردادهای انتقال دانش یا مهارت فنی، تنها موجبات بدبینی طرف خارجی و توسل ایشان به تضمین‌های حقوقی را در پی دارد لازم به یادآوری است سرمایه‌گذاری از طریق جوینت‌ونچر یکی از بهترین شیوه‌های سرمایه‌گذاری خارجی در صنایع داروسازی می‌باشد که با استفاده از لوگل آن شرکت می‌توان به بازارهای جهانی راه یافت.

در انتخاب شیوه جذب خارجی باید این نکته مهم مورد توجه قرار گیرد که نیازها و ضرورت‌های کشورهای مختلف با هم تفاوت دارند و باید با مطالعه دقیق در شرایط و اوضاع و احوال اقتصادی