

مجموعه گزارش‌های "با ما بخوانید"

شماره ۷: سرمایه‌گذاری نامشهود ۲۰۲۶

موتور پنهان رقابت‌پذیری در اقتصاد جهانی و مسیر پیش روی بنگاه‌های ایرانی

❖ مقدمه

در اقتصاد امروز، ارزش‌آفرینی بنگاه‌ها بیش از گذشته از دارایی‌های فیزیکی مانند زمین، ساختمان و ماشین‌آلات فاصله گرفته و به دارایی‌هایی متکی شده است که دیده نمی‌شوند اما قدرت رقابت، رشد و سودآوری شرکت را شکل می‌دهند؛ از دانش فنی و تحقیق و توسعه گرفته تا نرم‌افزار، داده، برند، طراحی، مدل کسب‌وکار، شبکه فروش و توانمندی نیروی انسانی. این دارایی‌ها در مجموع «سرمایه‌های نامشهود» نام دارند. گزارش سال ۲۰۲۶ سازمان جهانی مالکیت فکری نشان می‌دهد سرمایه‌گذاری نامشهود به یکی از مهم‌ترین موتورهای خلق ارزش در اقتصاد جهانی تبدیل شده است؛ تحولی که برای ایران نیز پرسش تبدیل دانش، فناوری، داده و برند به ارزش اقتصادی پایدار را برجسته می‌کند.

❖ سرمایه‌گذاری نامشهود چیست و چه اجزایی دارد؟

سرمایه‌گذاری نامشهود به هزینه‌هایی گفته می‌شود که بنگاه یا اقتصاد برای ایجاد ظرفیت‌های دانشی، فناوریانه، سازمانی و اعتباری ماندگار انجام می‌دهد؛ دارایی‌هایی که شکل فیزیکی ندارند، اما می‌توانند در سال‌های آینده درآمد، بهره‌وری و قدرت رقابت ایجاد کنند. برخلاف کارخانه، ساختمان یا ماشین‌آلات، این نوع سرمایه‌گذاری غالباً در ترازنامه شرکت‌ها به‌طور کامل دیده نمی‌شود؛ در حالی که در بسیاری از کسب‌وکارهای موفق، بخش عمده ارزش شرکت از همین دارایی‌ها ناشی می‌شود. مهم‌ترین اجزای آن عبارت‌اند از:

- ✓ تحقیق و توسعه و دانش فنی
- ✓ نرم‌افزار، پایگاه‌های داده و هوش مصنوعی
- ✓ برند، بازاریابی و اعتبار تجاری
- ✓ طراحی محصول، طراحی صنعتی و حقوق مالکیت فکری
- ✓ سرمایه سازمانی؛ مانند فرایندها، مدل کسب‌وکار، شبکه توزیع و زنجیره تأمین

✓ آموزش کارکنان و توسعه مهارت‌های تخصصی

❖ چرا سرمایه‌گذاری نامشهود برای بنگاه سودآور است؟

سرمایه‌گذاری در دانش فنی، داده، نرم‌افزار، برند و مهارت کارکنان، به بنگاه امکان می‌دهد بهره‌وری را افزایش دهد، محصولی متمایز عرضه کند و از رقابت صرفاً قیمتی فاصله بگیرد. نتیجه این فرایند، حاشیه سود و قدرت قیمت‌گذاری بیشتر، وفاداری مشتری و امکان حضور پایدارتر در بازارهای صادراتی است.

❖ سرمایه‌گذاری نامشهود چه جایگاهی در اقتصاد امروز جهان دارد؟

سرمایه‌گذاری نامشهود دیگر یک فعالیت جانبی یا محدود به شرکت‌های فناوری نیست، بلکه به یکی از مهم‌ترین منابع خلق ارزش در اقتصاد جهانی تبدیل شده است. گزارش «سرمایه‌گذاری نامشهود جهان ۲۰۲۶» سازمان جهانی مالکیت فکری، ۲۹ اقتصاد را بررسی کرده است؛ اقتصادهایی که در مجموع ۵۷ درصد تولید ناخالص داخلی جهان را تشکیل می‌دهند. در همین ۲۹ اقتصاد، حجم سرمایه‌گذاری نامشهود در سال ۲۰۲۵ از ۱۰ تریلیون دلار فراتر رفته است.

رشد نیز نشان می‌دهد که ساختار سرمایه‌گذاری در جهان در حال تغییر است. سرمایه‌گذاری نامشهود در فاصله ۲۰۰۸ تا ۲۰۲۵ به‌طور متوسط سالانه ۳/۵ درصد رشد کرده؛ در حالی که رشد سرمایه‌گذاری در دارایی‌های مشهود، مانند تجهیزات، ماشین‌آلات و ساختمان‌های غیرمسکونی، تنها ۰/۹۸ درصد بوده است. به عبارت دیگر، رشد سرمایه‌گذاری نامشهود در این دوره ۳/۶ برابر سرمایه‌گذاری مشهود بوده است.

در سال ۲۰۲۵، سهم سرمایه‌گذاری نامشهود از تولید ناخالص داخلی اقتصادهای مورد بررسی به ۱۲/۸ درصد رسید؛ رقمی که از سهم ۱۱/۸ درصدی سرمایه‌گذاری مشهود نیز بالاتر است. این تغییر بیانگر آن است که مزیت رقابتی کشورها و بنگاه‌ها بیش از گذشته به توان آن‌ها در تولید دانش، توسعه فناوری، بهره‌گیری از داده، ساخت برند و سازمان‌دهی مؤثر فعالیت‌های اقتصادی وابسته شده است.

❖ کدام کشورها در سرمایه‌گذاری نامشهود پیشرو هستند؟

برای شناخت کشورهای پیشرو، تنها توجه به حجم کل سرمایه‌گذاری کافی نیست؛ جدول زیر جایگاه کشورها را از سه منظر اندازه سرمایه‌گذاری، شدت آن نسبت به اقتصاد و سرعت رشد اخیر مقایسه می‌کند.

جدول ۱. کشورهای پیشرو در سرمایه‌گذاری نامشهود بر پایه حجم، شدت و رشد

معیار	کشورهای پیشرو	دلالت اصلی
حجم کل سرمایه‌گذاری نامشهود	آمریکا، ژاپن، آلمان	اقتصادهای بزرگ با شرکت‌های فناوری، صنعتی و برندهای جهانی
شدت سرمایه‌گذاری نسبت به GDP	سوئد ۱۷.۴٪، آمریکا ۱۵.۶٪، فرانسه ۱۵.۲٪	نقش پررنگ دانش، فناوری، طراحی و برند در ساختار اقتصاد
رشد سریع اخیر	هند، ژاپن، فیلیپین	حرکت شتابان برخی اقتصادهای آسیایی به سمت اقتصاد دانش‌بنیان

آمریکا با نزدیک به ۵ تریلیون دلار سرمایه‌گذاری نامشهود در سال ۲۰۲۵، بزرگ‌ترین سرمایه‌گذار جهان در این حوزه است؛ رقمی که تقریباً شش برابر ژاپن و نزدیک به نیمی از کل سرمایه‌گذاری ثبت‌شده در اقتصادهای نمونه را شامل می‌شود. مزیت آمریکا تنها به تحقیق و توسعه محدود نیست؛ بلکه در ترکیب هم‌زمان نرم‌افزار، داده، هوش مصنوعی، سرمایه خطرپذیر، برندهای جهانی و دانشگاه‌های پیوندخورده با صنعت شکل گرفته است. در مقابل، سوئد نمونه کشوری است که با وجود اندازه اقتصادی کوچک‌تر، بالاترین شدت سرمایه‌گذاری نامشهود را دارد. تجربه آن نشان می‌دهد پیشروی در این حوزه الزاماً به بزرگی اقتصاد وابسته نیست؛ بلکه به کیفیت نهادها، مهارت نیروی انسانی، نوآوری بنگاه‌ها و توان تجاری‌سازی دانش وابسته است. هند و فیلیپین نیز نشان می‌دهند که اقتصادهای در حال توسعه می‌توانند هم‌زمان با سرمایه‌گذاری در زیرساخت‌های فیزیکی، مسیر سرمایه‌گذاری در نرم‌افزار، خدمات دیجیتال، برند و توانمندی‌های دانشی را نیز دنبال کنند.

❖ ایران و بنگاه‌های ایرانی در سرمایه‌گذاری نامشهود کجا قرار دارند؟

ایران در آمار جهانی سرمایه‌گذاری نامشهود WIPO-LBS حضور ندارد؛ بنابراین هنوز نمی‌توان حجم کل سرمایه‌گذاری نامشهود کشور یا سهم آن از تولید ناخالص داخلی را با کشورهایمانند آمریکا، سوئد یا هند مقایسه کرد. با این حال، شاخص جهانی نوآوری ۲۰۲۵ نشان می‌دهد ایران از نظر خلق برخی دارایی‌های نامشهود، ظرفیت قابل‌توجهی دارد. ایران در میان ۱۳۹ کشور رتبه ۷۰ را کسب کرده و در تولید خروجی‌های نوآورانه، عملکردی بهتر از ورودی‌های نوآوری دارد. رتبه ایران در ثبت علائم تجاری نسبت به GDP، دوم جهان و در هزینه‌کرد نرم‌افزار نسبت به GDP، پنجم جهان^۱ است. همچنین، تعداد ثبت اختراع داخلی ایران در سال ۲۰۲۳ حدود ۸/۵

^۱ منبع رتبه‌های ایران در علائم تجاری، هزینه‌کرد نرم‌افزار و ثبت اختراع: شاخص جهانی نوآوری ۲۰۲۵، سازمان جهانی مالکیت فکری: WIPO. LBS Global INTAN-Invest Database, July ۲۰۲۶

هزار مورد گزارش شده است. در نتیجه، مسئله اصلی ایران نه صرفاً خلق دانش، بلکه تبدیل آن به دارایی قابل ارزش گذاری، محصول، برند و درآمد پایدار است.

❖ چرا سرمایه گذاری نامشهود هنوز در بسیاری از بنگاه های ایرانی شکل نگرفته است؟

بخش بزرگی از بنگاه های ایرانی هنوز عمده سرمایه گذاری خود را بر دارایی های مشهود، مانند زمین، ساختمان، ماشین آلات و تجهیزات متمرکز کرده اند. هزینه هایی مانند آموزش کارکنان، توسعه نرم افزار، طراحی محصول، تحقیق و توسعه، بازاریابی، توسعه برند و مدیریت داده، در بسیاری از شرکت ها نه به عنوان سرمایه گذاری بلندمدت، بلکه به عنوان هزینه جاری تلقی می شوند. در نتیجه، حتی زمانی که چنین دارایی هایی ایجاد می شوند، در نظام مالی، مدیریتی و اعتباری بنگاه جایگاه روشنی پیدا نمی کنند و کمتر به مزیت رقابتی پایدار تبدیل می شوند. سرمایه گذاری نامشهود در شرکت های دانش بنیان، صنایع دارویی، فناوری اطلاعات، تجهیزات پزشکی و بخشی از شرکت های بزرگ صادراتی، بیش از سایر حوزه ها قابل مشاهده است. با این حال، در بخش بزرگی از صنایع تولیدی، معدن، کشاورزی و خدمات سنتی، توسعه ظرفیت های فیزیکی همچنان بر سرمایه گذاری در دانش، داده، طراحی، برند و مدل کسب و کار غلبه دارد. بنابراین، مسئله ایران صرفاً کمبود ظرفیت علمی یا فناوری نیست؛ بلکه ضعف در تبدیل این ظرفیت ها به محصول، بازار، برند و درآمد پایدار است.

مهم ترین موانع گسترش سرمایه گذاری نامشهود در بنگاه های ایرانی عبارت اند از:

- ✓ نگاه هزینه ای به تحقیق و توسعه، آموزش، داده و برند؛
- ✓ دشواری تأمین مالی دارایی هایی که وثیقه فیزیکی ندارند؛
- ✓ ضعف در ارزش گذاری، ثبت و افشای دارایی های نامشهود؛
- ✓ فاصله میان دانشگاه، مراکز پژوهشی و نیازهای واقعی صنعت؛
- ✓ ضعف در تجاری سازی، توسعه بازار و برندهای صادراتی؛
- ✓ نااطمینانی های اقتصادی و مقرراتی که افق سرمایه گذاری بلندمدت را کوتاه می کند.

❖ مسیر عملی افزایش سرمایه گذاری نامشهود در ایران؛ از بنگاه تا سیاست گذاری

سرمایه گذاری نامشهود در ایران نباید به شرکت های دانش بنیان یا صنایع دیجیتال محدود بماند. بنگاه های فعال در حوزه هایی مانند فرش، فولاد، دارو، محصولات غذایی، کشاورزی و تجهیزات صنعتی نیز می توانند با سرمایه گذاری در طراحی، استاندارد، داده، فناوری فرایند، برند و شبکه فروش، سهم بیشتری از ارزش محصول را

در داخل کشور حفظ کنند و از رقابت صرفاً قیمتی فاصله بگیرند. مسئله اصلی، افزایش هزینه به‌تنهایی نیست؛ بلکه تبدیل دانش، داده، برند و توان نیروی انسانی به دارایی‌هایی است که فروش، بهره‌وری و حضور در بازارهای جدید را تقویت کنند. سه اقدام فوری برای بنگاه‌های ایرانی عبارتند از:

۱. شناسایی و حفاظت از دارایی‌های نامشهود: هر بنگاه باید فهرستی از دانش فنی، نرم‌افزارها، داده‌ها، برندها، طرح‌ها، مجوزها، کارکنان کلیدی و روابط تجاری خود تهیه کند. برای هر مورد نیز لازم است مالک، ارزش اقتصادی، ریسک از دست‌رفتن و برنامه توسعه مشخص شود. ثبت علامت تجاری، طرح صنعتی و اختراع و نیز حفاظت قراردادی از دانش فنی، بخشی از این اقدام است.

۲. اختصاص بودجه مستمر برای تحقیق و توسعه و تحول دیجیتال: بنگاه باید بخشی مشخص از منابع خود را به بهبود محصول، فرایند تولید، نرم‌افزارهای مدیریتی، داده‌های مشتری و بازار، اتوماسیون و هوش مصنوعی اختصاص دهد. این بودجه الزاماً نباید بزرگ باشد، اما باید مستمر، قابل اندازه‌گیری و متصل به مسئله‌ای واقعی در کیفیت، هزینه، تولید یا بازار باشد.

۳. توسعه برند و بازار: حرکت از فروش محصول بدون تمایز به سمت محصول دارای برند، کیفیت پایدار، طراحی مناسب، بسته‌بندی حرفه‌ای، بازاریابی و خدمات پس از فروش، مهم‌ترین مسیر افزایش قدرت قیمت‌گذاری و حضور در بازارهای صادراتی است. بنگاه‌هایی که برند و رابطه مستقیم با مشتری ایجاد می‌کنند، سهم بیشتری از ارزش نهایی محصول را به دست می‌آورند.

در مرحله بعد، بنگاه‌ها باید آموزش و حفظ نیروهای کلیدی، ثبت دانش سازمانی، بازطراحی کانال فروش و همکاری با شرکای تخصصی را در برنامه خود قرار دهند. این اقدامات به بنگاه کمک می‌کند تا سرمایه‌گذاری نامشهود از یک هزینه پراکنده به بخشی از راهبرد رشد و رقابت‌پذیری آن تبدیل شود.

❖ نقش سیاست‌گذار و نهادهای اقتصادی

نهادهای عمومی و اقتصادی نیز باید سرمایه‌گذاری نامشهود را از یک «هزینه قابل حذف» به یک «دارایی مولد» تبدیل کنند. سه اولویت در این زمینه عبارت‌اند از:

- ✓ ایجاد سازوکارهای روشن برای ثبت، ارزش‌گذاری و افشای دارایی‌های نامشهود در بنگاه‌ها؛
- ✓ توسعه اعتبار مالیاتی تحقیق و توسعه، سرمایه خطرپذیر و ابزارهای تأمین مالی که صرفاً به وثیقه ملکی متکی نباشند؛
- ✓ تقویت پیوند دانشگاه و صنعت، تجاری‌سازی دانش و حمایت از توسعه برندهای ایرانی در بازارهای منطقه‌ای و صادراتی.