



در نخستین کنفرانس کیفیت و تجارت جهانی مطرح شد

## نظام تجاری چندجانبه



کشور ما، به دلایل گوناگون از جمله درآمد‌های آسان یاب نفتی، چالش‌های رقابتی را به جسد نمی‌گیرند. اما واقعیتها سرسخت‌اند و با گذر زمان ما ناگزیر به پذیرفتن آنها البته با هزینه‌های گزاف خواهیم بود.

مفهوم رقابت از لحاظ اقتصادی ناظر بر ویژگی بازارها است. بازار رقابتی بازاری است که در آن آزادی انتخاب برای تولیدکنندگان و مصرف‌کنندگان وجود دارد. تولیدکنندگان رقابتی برای بقا و بهتر کردن وضع خود ناگزیرند در هزینه‌ها صرفه‌جویی کرده و کیفیت کالاهای خود را با قیمت‌های رقابتی نسبت به دیگر تولیدکنندگان بهبود بخشند. استفاده بهینه از منابع، سیستم کارآمد اطلاع‌رسانی و خلاقیت و ورزیدگی، نتیجه عملی شکل گرفتن بازارهای رقابتی و در نهایت رفاه و آسایش عموم مصرف‌کنندگان است. علت فراگیر شدن بازارهای رقابتی در سراسر جهان همین موضوع است.

دکتر غنی نژاد در ادامه سخنان خود چنین ادامه داد:

فراگیر شدن جهانی رقابت موجب به هم پیوستگی بازارهای محلی و وابستگی متقابل اقتصادهای ملی می‌گردد. به عقیده برخی نویسندگان دولت مدار و انزوای طلب، این فرایند از دو جهت منافع ملی کشورهای در حال توسعه را مورد تهدید قرار می‌دهد. یکی از جهت فروپاشیدن اقتصادهای محلی که توان رقابت در سطح جهانی را ندارند و دیگری از این لحاظ که استقلال اقتصادی و در نتیجه استقلال سیاسی با وابستگی به بازارهای جهانی عملاً ممکن است متزلزل گردد. بساتوجه و

داشتند، مقالاتی با هدف ارتقای دانش مدیریت کشور و ایجاد فضایی مناسب جهت تعاملی موفق و مثبت با فرایند جهانی شدن تجارت و اقتصاد کشورمان، ارائه شد.

با هم خلاصه‌ای از برخی از مقالات ارائه شده در این کنفرانس را می‌خوانیم.

### رقابت، واقعیتی اجتناب‌ناپذیر

رکن اصلی جهانی شدن اقتصادی، آزادی تجارت و در نتیجه رقابتی شدن اقتصادهای ملی و نهایتاً حرکت این دو به سوی ادغام در بازارهای متشکل جهانی است. مقصد نهایی فرایند جهانی شدن از لحاظ نظری، محو ناگزیر مرزهای اقتصادی است.

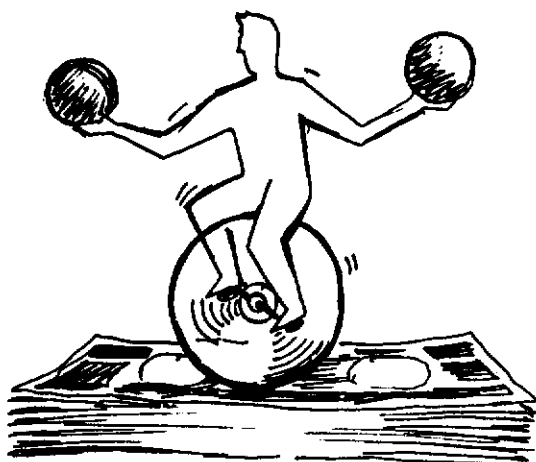
این مطلب را آقای دکتر موسی غنی نژاد طی ارائه مقاله خود مطرح کرد. وی افزود، گرچه ممکن است تا رسیدن به مقصد نهایی راه درازی در پیش باشد و از حالا نتوان سازوکار یک بازار جهانی بدون حدود مرز ملی را تصور نمود اما در هر صورت قرائن و شواهد حاکی از فروریختن دیوارهای حایل اقتصادهای ملی است. در این شرایط رقابت دیگر یک تهدید یا فرصت بالقوه نیست بلکه واقعیتی اجتناب‌ناپذیر است که حتی شدیدترین سیاست‌های حمایتی را از طریق پدیده‌ای به نام قاچاق کالا به چالش می‌طلبد. جوامعی که توانسته‌اند اقتصادهای ملی خود را با شرایط جدید رقابتی سازگار کنند و سهمی در این بازی جهانی به عهده گیرند، به نحو چشم‌گیری از پدیده جهانی شدن و رقابت اقتصادی سود برده‌اند. مورد چینی نمونه بارزی از این سازگاری و تجربه موفق ناشی از آن است. اما هستند کشورهایی که هنوز همانند

از آغاز حرکت سازمانها به سوی رعایت استانداردهای مدیریت کیفیت تنها یک دهه می‌گذرد اما طی این مدت اهمیت جایگاه کیفیت، مشتری‌مداری، جهانی شدن و بهره‌وری، فضای مدیریتی سازمانها را متأثر ساخته و پرداختن به نگرشی جامع و توسعه یافته تر تحت عنوان مدیریت کیفیت فراگیر را امری ضروری نموده است.

سازمانهایی که فاقد بینش سیستمی و روشهای اجرایی مبتنی بر نیازمندی‌های مشتری هستند، قادر نخواهند بود در بلندمدت به بهبود مستمر و شبکه همکاری پایدار، پویایی و رقابت‌پذیری و نیز مشارکت جامع کارکنان دست یابند. از طرفی فرایند جهانی شدن به ویژه در حوزه اقتصاد، تجارت و صنعت هرروز ابعاد گسترده‌تر و تازه‌تری می‌یابد و عرصه رقابت به کارزاری که هر روز عده‌ای در آن شکست می‌خورند و میدان مبارزه و رقابت را ترک می‌کنند، تبدیل شده است.

به منظور بررسی نقش (TQM) در بهره‌وری سازمانها به ویژه بهره‌وری تولید در کشورمان و نیز مطالعه چگونگی توانمندسازی سازمانها از نظر توسعه نیروهای انسانی خود و در نهایت بررسی جایگاه TQM در استراتژی رقابت جهانی، کنفرانس مدیریت کیفیت فراگیر و تجارت جهانی در محل همایش همایش بین‌المللی رازی با همکاری سازمان مدیریت و برنامه‌ریزی، موسسه استاندارد و تحقیقات صنعتی، موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی و شرکت TQT برگزار شد.

در این کنفرانس که بسیاری از مدیران ارشد و میانی سازمانهای دولتی و خصوصی حضور



تمسک به چنین ملاحظاتی است که سیاستهای حمایتی از طریق ایجاد موانع تعرفه ای و غیرتعرفه ای و دادن امتیازات انحصاری و یارانه ای به تولیدکنندگان ملی تداوم می یابد. اما برخلاف آنچه که نویسندگان انزوا گرا مدعی هستند اینگونه سیاستها در عمل هیچ گاه به تقویت اقتصادهای ملی و استقلال و خودکفایی منتهی نمی شود. مزوری کردن اقتصادهای ملی به بهانه حمایت، خودکفایی یا استقلال، آنها را از بهره جستن از پیشرفتهای تکنولوژیکی و مدیریتی محروم می کند. نتیجه اینگونه سیاستها عقب ماندگی روز افزون و فاصله گرفتن با استانداردهای بهره وری در سطح جهانی خواهد بود. به این ترتیب، با تضعیف توان اقتصاد ملی نه تنها استقلال و خودکفایی حاصل نمی شود بلکه با افزایش فاصله با جهان پیشرفته، خطر آسیب پذیری و وابستگی بیشتر می گردد.

### بهره گیری از استانداردهای جهانی

دکتر محمدعلی شفیعا نیز در پانل نخست این کنفرانس به رفتارهای متفاوت گروههای مختلف در جهت توسعه اشاره کرد و سخنان خود را این گونه آغاز کرد:

در زنجیر تغییر و تحول که طی سالها توام با تکامل فرهنگ بشری نهادینه شده است گروههای مختلف در لایه های متفاوتی از هم متمایز شده اند. برخی را توسعه یافته و عده ای را در حال توسعه و جمعی را عقب افتاده نامیده اند. عده ای به کمیت ها توجه داشته، جمعی به کیفیت، گروهی به گونه گونی ها و برخی به نوآوری ها و شناخت هر چه بیشتر بسین پدیده ها وزن جدی تر داده و در قالب جهان های ۱-۲-۳-۴ طبقه بندی شده اند. با طرح استاندارد برای برقراری ارتباط بین این لایه های مختلف ضرورت ایجاد زبان مشترک مطرح شده است. در مسیر حرکت دریافته اند که دست یابی به ارزشهای جدید بدون گذر از قبلی ها میسر نشده است. عده ای به جای کسب سود مبادرت به کاستن هزینه ها برای دستیابی به سود بیشتر کرده اند. برخی با تمرکز بر بهره وری تلاشها، هردو مولفه پیشین را هدف قرار داده اند. جمعی با حرکت به سمت مشارکت و ایجاد هم افزایی علاوه بر

دست یابی به هدفهای چندگانه پیشین امکان ایجاد فضای برنده - برنده را نیز پدید آورده اند. وی افزود: فردی که با حصول درخواستهای خویش در یک کالا و خدمات به رضایت دست می یابد (استاندارد ایزو ۹۰۰۳) برای دستیابی به خشنودی نیاز به کسب اطمینان از فرایندی که منجر به خدمات یا فراورده شده (ایزو ۹۰۰۲) داشت.

برای اینکه فراتر از خشنودی به مرحله ای از وفاداری نسبت به ارائه دهنده کالا یا خدمات برسد نیاز به ایجاد اطمینان از نحوه اندیشیدن (ایزو ۹۰۰۱) داشت. چنین زنجیره تکاملی از انتظارات استانداردهای تضمین کیفیت سری ۹۰۰۰ سازمان بین المللی استاندارد را رقم زد که در مرحله فراگیری و جهانی شدن به دلیل عدم اشراف و وقوف جامع بر موضوع از سوی برخی از اقشار در نقاط مختلف دنیا با آنان با سهل انگاری و تردید و سوءظن برخورد شد، ولی به تدریج نقش ارتقا دهنده الزامی خویش را با شفاف شدن ثمرات به جای نهاده بازی نمودند. به فراخور گسترده تر شدن شناخت از منافع جمعی، استانداردهای جوایگویی خواست جمعی نیز توسعه یافت. نظامهای استاندارد تجارت جهانی مثل TQM و نیز حرکت به سوی هم افزایی حاصل از تجارت در مقیاس جهانی WTO نمونه های مشهودی از این فرایند تکاملی بشر تلقی می شوند که متعاقب ضرورت ایجاد اطمینان در دیگران برای همکاری مشترک، تحقق یافته اند. و امروز باید سعی بر این باشد تا به استناد شواهد حاصل از رویارویی اقشار مختلف با چالشهایی که برای گذر به لایه ای

دیگر مواجه شده اند، زمینه هایی برای الگو برداری کشور در جهت تعامل مطلوب تر با گستره عظیمی از جهانیان ترسیم گردد.

### تجلی استانداردهای TQM

دکتر شفیعا در ادامه مقاله خود رویکرد مدیریت کیفیت فراگیر را چنین بیان کرد: تی کیو ام رویکردی است مدیریتی نسبت به عملکردهای سازمان که تمرکز بر کیفیت مبتنی بر مشارکت کلیه اعضای خویش از طریق جلب رضایت آنان و نیز منافع رساندن به تمامی اعضای جامعه دارد. در آن تأمین کننده، شریک تلقی شده، کارکنان به عنوان دارایی ها و مشتری به عنوان راهنمای هدایت کسب و کار هر نهادی که بخواهد تی کیو ام را به خدمت بگیرد. باید عنایت داشت که این ابزار مدیریتی نیست بلکه نظیر سایر برنامه های تغییر، باید طراحی شده، زمان بندی و مدیریت گردد. تطبیق نوع روش یکی از کارهای مهم مدیریت ارشد است و درجه موفقیت آن بستگی به آگاهی و فهم ریزه کاری از روش خواهد داشت. اگر به نحو مطلوبی پیاده نشود ابزار موفق نخواهد بود.

در پیاده سازی تی کیو ام اصولی چون عنایت به مشتری، رهبری، مشارکت مردمی، رویکرد فرایندمداری، رویکرد سیستمی به مدیریت، بهبود مستمر، رویکرد مالی و حسابداری در تصمیم گیریها، رابطه متقابل برنده با تأمین کنندگان، مرکز فکر - سرار می گیرند.

نهادهایی که موفق به حرکت در مسیر این

**با تضعیف توان اقتصاد ملی، نه تنها استقلال و خودکفایی حاصل نمی شود بلکه با افزایش فاصله با جهان پیشرفته، خطر آسیب پذیری و وابستگی بیشتر می گردد.**

**منزوی کردن اقتصادهای ملی به بهانه حمایت، خودکفایی یا استقلال، آنها را از بهره جستن از پیشرفتهای تکنولوژیکی و مدیریتی محروم می سازد.**

الگوبرداری علمی در کشور قرار گیرد. در کشور چین پروژه هایی با سرمایه گذاری خارجی در حوزه های نفت و گاز حمل و نقل ریلی و هوایی، جاده سازی، تصفیه آب و تسهیلات دفع زباله، در قدمهای اول به عنوان راهکارهای مجاز برای تسریع در جهت گیری به سمت جهانی شدن انتخاب و اجرا شده اند.

وی در پایان افزود: نظامهای استاندارد کیفی و تطابق محصول و خدمات جهانی، منتهی به توافق نامه های تجارت جهانی مبتنی بر ارزشهای کیفی در ارتقای سطح جامعه بشری بسیار موثرند. استفاده از آنان در سطح ملی برای برقراری ارتباط با جامعه جهانی، می تواند علاوه بر اینکه تهدیدی بر از دست دادن بازارهای داخلی تلقی نشود بلکه فرصت بهبود کیفیت تولید و عرضه خدمات را برای ایران سبب شوند و زمینه ساز نشر ارزشهای انقلابی ایران نیز به شمار آید. پیوستن به توافق نامه های جهانی فرصت بهره گیری حُرکتهای جمعی در تحقق کیفیت فراگیر را برای جامعه به ارمغان خواهد آورد. برای این مهم الگوبرداشتن از کشورهایی که خود را به تدریج در مسیر مطابقت قرار داده و از نظریات اقبال جامعه در مطابقت قوانین جاری جامعه با موارد سازمان تجارت جهانی استفاده می کنند، توصیه می شود.

**بناهای تجاری - مجازی**

امروز در بازارهای جهانی، تنها راه موفقیت، رهایی از استراتژی ها و ساختارهای کهنه و توجه به تمهیداتی است که علاوه بر انعطاف پذیری، قابل تطبیق و حساس نسبت به تغییرات باشد. این مطلب از سوی خانم زهرا آقاجانی، کارشناس ارشد اقتصاد مطرح شد. وی گفت: در اقتصاد جدید هر کس و هر کاری که تحرک نداشته باشد و نتواند در مواجهه با سرمایه گذاران کم حوصله، مشتریان پرتوقع و رقبای غیرقابل پیش بینی، تولیدات جدیدی عرضه نماید و مهارتهای تازه ای را توسعه بخشد، محکوم به نابودی است. فضای جدید بر روابط بازاریابی نوین، فضایی است که در آن بناهای تجاری مجازی به عنوان پدیده هایی جدید نقش مهمی ایفا می نمایند. براساس این مفهوم، اساس ایجاد بناهای تجاری مشتتتری گرای و قابلیت انعطاف سریع در

پیشنهاد براساس الگوبرداری از همراهان دکتر شفیعاً در بخش دیگری از سخنان خود گفت: ایران نه تنها باید برای موفقیت در ارزشهای وجودی و حرکات خویش به جهان، تطابق با مقررات توافق شده جهانی را تسریع کند، بلکه باید مبادرت به ایجاد فضای تخصصی ضروری برای تحقق این مهم کند. فضایی حقوقی که این مقررات در آن پیاده می شوند نیز باید بهبود یابند. چون مراکز وضع ضوابط عده ای به مناسبت ساختار حکومتی در گذر زمان شکل گرفته اند، از ابتدایی ترین معضلات روی در روی، ایجاد همگونی میان این نهادها است. بهبود در ساختار قانونگذاری جامعه به صورتی منسجم و یکپارچه در زمره اقدامات ضروری برای ایجاد تعامل برنده - برنده با جامعه جهانی خواهد بود. برای این منظور ارزشهای همسوی با تی کیو ام باید به خدمت گرفته شوند.

تجربه کشورهایی که طی سالهای اخیر در مسیر مطابقت با الزامات WTO قدم برداشته اند نشان می دهد که امکان حرکت تطابقی تدریجی نیز می تواند راهکاری برای پیوستن به این جرگه تلقی شود. مثلاً در چین که در ۱۱ دسامبر ۱۹۹۹ به جامعه جهانی پیوسته است اقدامات همگون سازی تدریجی با خواستها را شروع و در مورد سرمایه گذاری های خارجی، دسته بندی ضوابط چهارگانه مرسوم (تشویقی، مجاز، محدود و ممنوع) را انجام داده است و به صورت تدریجی به سوی همگونی با جامعه بین الملل پیش می رود. این روند دسته بندی می تواند مورد

رویکرد مدیریتی می شوند از بلوغ سازمانی نسبتاً مطلوبی برخوردار بوده و در اندیشه تعالی سازمان خویش می باشند.

ابزارهای مدیریتی گوناگونی برای دستیابی به اصول محوری TQM در گذر زمان تدبیر شده اند همچون الگوگیری پوکا یوکه و جلوگیری از بروز خطاها، ایزو ۹۰۰۰، کایزن، توسعه نقش کیفی و بازار مهندسی فرایند، که هر یک زمینه ساز موفقیت جلب رضایت مشتری اند. برای گردآوری تحلیل و نمایش اطلاعات ضرور برای حرکت به سوی خشنودی مشتری و انعکاس نتایج بررسیهای کیفی، ابزارهایی مثل نمونه برداری میله ای نمودار جریان و نمودارهای کلوچه ای به خدمت گرفته شده اند.

از آنجا که قوانین جاری مملکت اجازه پیاده سازی و حاکم شدن بی چون و چرا و مستقیم مقررات TQM را در کشور نمی دهد، بررسی جزئیات انتقال چنین مقرراتی باید همسو با قوانین داخلی به صورتی برنامه ریزی شده شکل گیرد. این امر بیانگر به عهده گرفتن وظیفه خطیری است که اجرای آن طیف وسیع کمیسیون های تخصصی قانونگذاری و وزارتخانه های چندجانبه را طلب می کند. توجه به کشورهایی که قبلاً خود را با این چارچوبها مطابقت داده اند، گویای این امر است که ممکن است در ایران نیز چندین هزار ضابطه و مقررات ناچار به همسان سازی و ایجاد تغییر باشند. ترکیه نیز در همسایگی ما با سرعت در جهت همگون سازی گام برداشته است.

مقابل خواسته های وی به منظور کسب سهم قابل توجهی از بازار است. بنابراین در این نوع نگاهها توجه به سیستم مدیریت کیفیت و نقش آن در برآوردن نیاز، از اهمیت بالایی برخوردار است. با توجه به نوع رفتار و سازماندهی بنگاههای مجازی آنچه رسیدن به کیفیت را اندکی با تردید روبرو می سازد عدم کارایی سیستمها، نظامها و استانداردهای تدوین شده برای نظام سنتی تجارت و قوانین حاکم بر تجارت سنتی می باشد. در این میان پرواضح است که وجود سیستم مدیریت کیفیت در بنگاههای همکار فعال در مجموعه باعث شده است تا بنگاه تجاری مجازی، به تنهایی متضمن کیفیت نباشد و همسویی هر کدام از این نظامها با هدف نهایی بنگاه مجازی، شرطی انکارناپذیر در جهت نیل به مقاصد کیفیتی می باشد.

### اقتصاد نوین برای تجارت و رقابت

در بخش دیگری از برابری این کنفرانس آقای دکتر سیدشمس الدین حسینی، رقابت‌مندی ایران در اقتصاد جهانی را مورد بررسی قرار داد. وی در آغاز سخنان خود، گفت: در چشم انداز بیست ساله، ایران کشوری توسعه یافته با جایگاه اول اقتصادی، علمی و فناوری در سطح منطقه (آسیای جنوب غربی) توصیف شده است. کشوری که با ویژگی هایی چون برخورداری از دانایی، تشکیل سرمایه اجتماعی و جنبش نرم افزاری، رشد پرشتاب و مستمر اقتصادی را تحقق بخشیده و با ارتقای نسبی درآمد سرانه، از رفاه برخوردار است. این نگاه در سیاستهای کلی برنامه چهارم توسعه نیز دنبال شده است، از جمله در بخش امور اقتصادی علاوه بر رشد پیوسته، با ثبات و پرشتاب، بر فراهم کردن زمینه های لازم برای تحقق رقابت پذیری (رقابت‌مندی) در سطح بازارهای داخلی و خارجی و ایجاد سازوکار و بازارهای مناسب برای صادرات غیر نفتی تصریح شده است. تلاش برای دستیابی به اقتصاد متنوع، متکی به دانایی، سرمایه انسانی و فناوریهای نوین از دیگر سیاستهای کلی اقتصادی برنامه چهارم است.

بی تردید آنچه که در چشم انداز بیست ساله ایران و به تبع آن سیاستهای کلی برنامه چهارم توسعه هدف قرار گرفته، آرمانهایی مبتنی بر رویکرد آینده نگری هستند و این در

حالی است که ارزیابی شاخصهای اقتصادی وضع موجود ایران حکایت از شکاف آن با اقتصادهای پیشرفته و در عین حال تصویر مطلوب چشم انداز دارد. در این شرایط دسترسی به اهدافی چون جایگاه برتر اقتصادی، افزایش سهم ایران در تجارت جهانی و رقابت‌مندی اقتصاد، مستلزم درک شرایط محیطی اقتصاد نوین و توجه به الزامات آن است زیرا برنامه ریزی برای رشد و توسعه در اقتصاد نوین، بدون شناخت این محیط و منابع جدید رشد و توسعه به مقصود نمی انجامد کمالینکه بدون شناخت شرایط تجارت نوین، رقابت‌مندی ممکن نیست.

### رقابت‌مندی ایران در اقتصاد جهانی

اگرچه شاخص رقابت‌مندی رشد (GCI) برای ایران محاسبه و ارزیابی نشده است اما با توجه به نماگرهایی چون درآمد سرانه و سهم ایران در تجارت جهانی که از رتبه‌ای آنها از مولفه های اصلی رقابت‌مندی است، می توان به وضعیت رقابت‌مندی ایران پی برد، شناخت تنگناهای رقابت‌مندی اقتصاد ایران نیز حایز اهمیت است، زیرا در ارزیابی جایگاه اقتصادی ایران، توجه به قدرت توضیح دهندگی نظریه مزیت نسبی در مقایسه با مزیت رقابتی (رقابت‌مندی) برای برنامه ریزی و برداشت سیاستی، بسیار مفید است.

کشور ایران در سال ۲۰۰۲، بر حسب معیار برابری قدرت خرید، حدود ۳۷۵ میلیارد دلار درآمد (تولید ناخالص داخلی) داشته است که سهم آن از کل تولید ناخالص داخلی جهان (۴۳۷۵۰ میلیارد دلار)، ۰/۸۶ درصد و رتبه آن (از بین ۲۰۳ کشور مورد بررسی)، ۲۲ بوده است. تولید ناخالص داخلی سرانه کشور بر حسب (PPP) در همین سال ۵۴۸۶ دلار بوده است که با فاصله از متوسط دنیا (۷۸۰۸ دلار) در رتبه ۹۸ دنیا (در بین ۲۰۶ کشور بررسی) قرار دارد (چنانچه درآمد ملی سرانه بر حسب دلار اندازه گیری شود این عدد به ۱۷۲۰ دلار و رتبه ایران به ۱۱۴ نزول می کند).

سهم ایران از تجارت (صادرات کالایی) جهان نیز در سال ۲۰۰۲، ۰/۳۹ درصد بوده است و ایران با حدود ۲۵ میلیارد دلار از ۶۴۰۰ میلیارد دلار صادرات دنیا در بین ۲۰۸ کشور در رتبه ۴۴ قرار دارد. نکته حایز اهمیت این است

که بالغ بر ۸۱ درصد صادرات ایران را نفت و فرآورده های نفتی تشکیل داده است. به لحاظ واردات نیز سهم ایران ۰/۳۴ درصد و با حدود ۲۲ میلیارد دلار (از ۶۳۹۰ میلیارد دلار واردات جهانی) در رده ۴۳ قرار دارد.

توجه به دو نماگر تورم و بیکاری هم در ارزیابی جایگاه ایران در اقتصاد جهانی و رقابت‌مندی بین المللی حائز اهمیت است. نرخ تورم ایران در سال ۲۰۰۲ بالغ بر ۱۵ درصد بوده است و در بین ۲۱۹ کشوری که نرخ تورم آنها ارایه شده، ایران در ردیف ۱۶ قرار دارد و به عبارتی ایران از ۲۰۳ کشور تورم بالاتری داشته است، متوسط نرخ تورم جهان در این سال حدود ۶/۳ درصد بوده است. نرخ بیکاری ایران نیز در آن سال ۱۲/۸ درصد بوده است که از متوسط نرخ بیکاری جهان (۹/۶۴ درصد) بالاتر است. ایران در بین ۱۸۴ کشور که نرخ بیکاری آنها گزارش شده است در رتبه ۶۵ قرار گرفته و وضعیت حدود ۱۲۰ کشور از این لحاظ از ایران بهتر است.

در مجموع ایران (در سال ۲۰۰۱) بر حسب شاخص توسعه انسانی (HDI) در گروه با توسعه متوسط قرار گرفته است و با شاخص ۰/۷۱۹ و فاصله زیاد از کشور اول (نروژ با ۰/۹۴۴) در رتبه ۱۰۶ جهان قرار دارد. دکتر حسینی افزود:

شواهد آماری نشان می دهند که برخلاف مواهب طبیعی و نسبت عوامل، ایران به لحاظ نماگرهای اقتصاد دانش با شکاف جدی مواجه است و لذا پایین بودن جایگاه ایران در اقتصاد و تجارت جهانی را باید در پایین بودن مولفه های اقتصاد دانش جست وجو کرد. این امر سبب رقابت جهان، به سهم و جایگاهی متناسب با دارایی های طبیعی خود دست یابد.

افول جایگاه ایران در عرصه اقتصاد جهانی به پایین بودن نماگرهای فوق و در نتیجه افت مولفه هایی چون بهره وری عوامل (بهره وری کل عوامل تولید در اقتصاد ایران در پایه ۱۰۰ از ۸۴/۳۳ در سال ۱۳۵۷ به ۸۱/۶۶ در سال ۱۳۸۱ کاهش یافته است)، کیفیت تولیدات و در نهایت درآمد سرانه و رفاه ارتباط می یابد پس توضیح شکاف توسعه ایران در اقتصاد جهانی و فاصله آن از رقابت‌مندی بین المللی در قالب نظریه های جدید اقتصادی ممکن می شود. □