

نقد و بررسی شاخص‌های جهانی شدن

دکتر مرتضی ایمانی راد
www.imanirad.net
و نوس میرزایی
vmirzaei@imi.ir

چکیده

در شرایط امروز، اقتصاد جهانی که با ادغام بیشتر فعالیتهای اقتصادی و ضعیف تر شدن مرزها روبه‌روست، جهانی شدن و آثار و عوارض آن به عنوان یک پدیده می‌برم. در سیاستگذاری توسعه ملی رخ نشان می‌دهد. به عبارت ساده‌تر ارائه تصویر توسعه کشور بدون ارتباط و هماهنگی با نظام جهانی، تقریباً غیرممکن به نظر می‌رسد. یعنی توسعه کشورهایی شبیه ایران راه خود را الزاماً از طریق اقتصاد جهانی پیدا و تعریف می‌کند. اگر این بحث درست باشد به طور مستمر باید فرآیند جهانی شدن اقتصاد ایران به عنوان ابزاری مهم در مسیریابی توسعه اقتصادی کشور مورد بازبینی، بررسی و رصد قرار گیرد. در این صورت لازم است که شاخصی در اختیار سیاستگذاران اقتصادی قرار گیرد که از آن راه بتوانند ضمن ارزیابی جایگاه جهانی شدن ایران، سیاست‌های لازم را برای تسهیل امر توسعه اعمال کنند. متأسفانه این شاخص در ایران وجود ندارد و طبق معمول بقیه کارها، نیز مجبوریم که از شاخصهای موجود در سطح بین الملل، هر چند که با شرایط ما سازگار نباشد، بهره برداری کنیم. اتفاقاً در این زمینه هم فعالیت بین المللی زیادی نشده است و شاخصهای موجود تکافوی نیازهای اطلاعاتی را نمی‌دهد. یکی از دلایل آن این است که کشورهای توسعه یافته جهان کمتر از کشورهای در حال توسعه به این شاخص نیاز دارند و به همین علت توسعه این شاخصها در نزد موسسات تحقیقاتی، از اهمیت زیادی برخوردار نیست. یکی از شاخصهای مطرح در جهان در این زمینه، شاخص جهانی شدن مجله سیاست خارجی است. این شاخص با وجود کاستی‌های مشخص از مطلوبیت زیادی در محافل سیاسی و مطبوعاتی جهان برخوردار است و برای محاسبه درجه جهانی شدن اقتصاد، معمولاً به این شاخص ارجاع می‌شود. در این مقاله این شاخص به گونه مختصر مورد بررسی، کنکاش و ارزیابی قرار می‌گیرد. همان گونه که اشاره خواهد شد، سطح جهانی شدن اقتصاد ایران در این شاخص محاسبه و آرایه شده است و بد نیست که مقایسه ای بین ایران و کشورهای همسان نیز از این نظر انجام شود.

درباره مجله سیاست خارجی

سیاست خارجی نخستین مجله دارنده لوح افتخار درحوزه‌های سیاست جهانی و اقتصاد است که در سال ۱۹۷۰ توسط ساموئل هانتینگتون (Samuel Huntington) و وارن دمیان منشل (Warren Manshel) شکل گرفت و در حال حاضر توسط خیریه صلح بین‌الملل کارنگی در واشنگتن دی‌سی منتشر می‌شود. ماموریت این مجله، به طور مختصر تفسیر این است که دنیا چگونه پیش می‌رود و چگونه فرایند جهانی شدن، کشورها، موسسات، فرهنگ‌ها و اساسا زندگی روزمره ما را شکل تازه‌ای می‌بخشد. این مجله به عنوان پیشرو در حوزه‌های یادشده، میان روزنامه‌نگاران، متفکران و متخصصان برای تجزیه و تحلیل مهمترین روندهای بین‌المللی و حوادث روز-فارغ از مسائل ایدئولوژیک و سیاست-با یکدیگر ارتباط برقرار می‌کند.

این مجله در سال‌های ۲۰۰۵ و ۲۰۰۶ نامزد دریافت National Magazine Award for General Excellence شد و در سال‌های ۲۰۰۳ و ۲۰۰۷ این جایزه را کسب کرد. خوانندگان این مجله، رهبران تاثیرگذار حوزه کسب و کار، حکومت و سایر حوزه‌های تخصصی در آمریکا و بیش از ۱۶۰ کشور در سراسر دنیا هستند. این مجله علاوه بر زبان انگلیسی، به زبانهای عربی، بلغاری، فرانسه، ژاپنی، پرتغالی، کره‌ای و اسپانیولی نیز منتشر می‌شود. گذشته از نشریه سیاست خارجی، موسسه ای.تی. کرنی (A.T.Kearney) هم در تولید این شاخص، مشارکت دارد. این موسسه یک نهاد جهانی مشاوره مدیریت استراتژیک است که به جهت مساعدت به مشتریان خود در زمینه کسب اطلاعاتی بادوام، از راه ترکیب منحصر به فرد دیدگاه‌های استراتژیک و چگونگی کار مشارکتی، مشهور است. این موسسه در سال ۱۹۲۶ به منظور تامین نیاز مشاوره مدیران تاسیس شد. امروزه این موسسه که بیشتر در صنایع مادر فعالیت می‌کند، مشتریانی جهانی دارد. دفاتر این موسسه در مراکز اصلی تجاری، در ۳۳ کشور دنیا دایر است.

معرفی شاخص، زیر شاخص ها و متغیرهای جهانی شدن نوامبر، دسامبر ۲۰۰۷

شاخص جهانی شدن، مطالعه سالیانه‌ای است که میزان ارتباطات جهانی پرجمعیت ترین ملل دنیا را ارزیابی می‌کند. از نظر این شاخص باوجود بی ثباتی‌های سیاسی و اقتصادی موجود، جهانی شدن به توسعه خود در سراسر دنیا ادامه می‌دهد اما سیر حرکت آن در میان ملل مختلف متفاوت است و هدف این شاخص این است که درجه جهانی شدن کشورهای مختلف جهان را با توجه به اوضاع سیاسی و اقتصادی آنها مورد ارزیابی قرار دهد. شاخص جهانی شدن ۷۲ کشور را، که نماینده ۸۷ درصد جمعیت جهان و ۹۷ درصد از تولید ناخالص داخلی سراسر دنیا هستند، بر اساس ۱۲ متغیر که به چهار حوزه تقسیم می‌شوند، رتبه بندی می‌کند. این چهار حوزه، عبارتند از: یکپارچگی اقتصادی، ارتباطات فردی، ارتباطات تکنولوژیک و تعهدات سیاسی. ویرایش ۲۰۰۷ شاخص جهانی شدن جامع ترین و فراگیرترین نسخه رتبه بندی تا به امروز است. شاخص سال ۲۰۰۷ از اطلاعات سال ۲۰۰۵ - آخرین سالی که اطلاعات آن موجود است - استفاده می‌کند.

هر یک از این حوزه ها با تعدادی متغیر مشخص شده اند که از این متغیرها برای اندازه گیری هر حوزه، استفاده شده است. این شاخص، یکپارچگی اقتصادی را با متغیرهای تجارت و سرمایه گذاری مستقیم خارجی به صورت کمی بیان می‌کند. ارتباطات فردی با ملاحظه توریسم و سفرهای خارجی، ترافیک تلفن های بین‌المللی و مبادلات پولی برون مرزی ترسیم می‌شود. ارتباطات تکنولوژیکی با شمارش تعداد کاربران اینترنت، تعداد میزبانان اینترنت و نیز تعداد سرورهای امن سنجیده می‌شود. تعهدات سیاسی با میزان عضویت در سازمان های بین‌المللی و تعداد معاهدات بین‌المللی (که هر کشور به امضا می‌رساند)، همچنین مشارکت های مالی و نیروی انسانی در ماموریت های حفاظت از صلح سازمان ملل و میزان مبادلات پولی دولت محاسبه می‌شود. مجموعه این حوزه ها و متغیرهای مرتبط

آن در جدول (۱) خلاصه شده است. علاوه بر رتبه بندی کشورهای مختلف در این شاخص، در سال ۲۰۰۷ ارتباط بین اندازه کشورها، ترافیک شبکه، رشد جمعیت شهری و میزان جهانی شدن آنها نیز مورد بررسی قرار گرفته است. پیش از ارایه نتایج این مطالعه به چند مورد یافته این موسسه، در این زمینه اشاره می‌شود.

- جهانی شدن برای کشورهای کوچک با بازارهای محلی کوچک و منابع طبیعی محدود ضروری تر است. ۷ کشور از ۱۰ کشور برتر دنیا از منظر جهانی شدن، جمعیتی کمتر از ۸ میلیون نفر دارند و ۸ کشور مساحتی کمتر از ایالت ایندیانا در ایالات متحده آمریکا دارند. اما کل تجارت بعنوان درصدی از تولید ناخالص داخلی برای کشورهایی مثل ایرلند و سنگاپور بیش از دو برابر آن برای اقتصادهای بزرگی مانند چین و هند است.

- کشورهای با رتبه جهانی بالاتر، دارای پهنای باند اینترنت بیشتری هستند. مثلا پهنای باند اینترنت در ایالات متحده بسیار بالاتر از سایر کشورها است، به طوری که جریان نقل و انتقال نامه های الکترونیکی میان آمریکای لاتین و اروپا از این کشور می‌گذرد.

- کشورهای با رتبه جهانی پایین تر تمایل به داشتن شهرهایی با سرعت رشد بالا دارند. میزان رشد جمعیت شهری کشورهای دارای رتبه پایین مثل نیجریه، بنگلادش و اندونزی از سایر کشورها بسیار بالاتر بوده و این امر به وضوح در شاخص نشان داده شده است.

متدولوژی شاخص جهانی شدن

شاخص جهانی شدن تغییرات در چهار حوزه کلیدی یکپارچگی جهانی (۴ شاخص عنوان شده در پیش) را با تجارت، سرمایه گذاری مستقیم خارجی، مسافرتها خارجی مردم، میزان تلفن های بین‌المللی، مصرف اینترنت و مشارکت در سازمانهای بین‌المللی، اندازه گیری و دنبال می‌کند. همان‌گونه که گفته شد ۷۲ کشوری که در شاخص جهانی شدن سال ۲۰۰۷ رتبه‌بندی شده‌اند، ۹۷ درصد رشد ناخالص داخلی و ۸۷ درصد جمعیت جهان را تشکیل می‌دهند. نواحی مهم دنیا، شامل:

کشورهای توسعه یافته و در حال توسعه، به منظور فراهم ساختن دیدگاهی جامع و تطبیقی از یکپارچگی جهانی، زیر پوشش قرار گرفتند.

برای محاسبه شاخص جهانی شدن، تمامی اطلاعات لازم برای متغیرهای یاد شده، برای ۷۲ کشور جمع آوری شده است و برای اینکه متغیرها از حالت مطلق خارج شده، و نسبی شوند (۱)، برای اکثر متغیرها، جریانهای ورودی و خروجی هر سال اضافه و حاصل جمع بر تولید اقتصادی کشور یا در صورت لزوم بر جمعیت، تقسیم شده است. دو شاخص تعهدات سیاسی به صورت اعداد مطلق باقی ماندند: عضویت در سازمانهای بین المللی و تعداد معاهدات مصوب.

مشارکت کشور در ماموریت های حفاظت از صلح به عنوان میانگین موزونی از مشارکت های مالی تقسیم بر GDP کشور، سنجیده شده و مشارکت های مردمی در این ماموریت ها بر جمعیت کشور تقسیم شده است. از این رو شاخص، مشارکتهای یک کشور را در ارتباط با ظرفیت آن کشور برای مشارکت - و نه میزان مطلق مشارکت آن کشور - به حساب می آورد. سپس داده های حاصله برای هر یک از متغیرهای ارائه شده، برحسب بالاترین نقطه داده در همان سال نرمال شدند، به این ترتیب که نسبت بالاترین نقطه داده با عدد یک و سایر نقاط داده به عنوان کسری از یک ارزشگذاری شدند.

سپس دامنه امتیازات نرمال شده برای هر متغیر در هر سال در ضریب مقیاس ضرب شد. برای سادگی کار، به سال پایه (سال ۱۹۹۸ در این مورد) امتیاز ۱۰۰ تخصیص داده شد. ضریب مقیاس متغیرهای داده شده برای هر یک از سالهای بعد، درصدی از میزان رشد یا نزول در نمره وزنی GDP - یا جمعیت - بالاترین نقطه داده، نسبت به ۱۰۰ است. با ضریب مقیاس، مقایسه بین کشورها در هر سال نگاه داشته شده و مقایسه بین تغییرات در متغیرهای فردی در طول زمان امکان پذیر شده است. سپس امتیاز متغیرهای کشور با هم جمع و به جهت میزان اهمیت در شاخص جهانی شدن، به سرمایه گذاری مستقیم خارجی، وزن سه برابر و به تجارت وزن دو برابر، داده شد.

متغیرهای تکنولوژیکی و سیاسی هرکدام به یک شاخص تبدیل شده اند و با وزنهای مساوی برای هر یک از متغیرهای تشکیل دهنده شان در محاسبه ها آمده اند.

امتیازهای شاخص جهانی شدن برای هر کشور و هر سال، از حاصل جمع تمام امتیازهای مقیاسها استخراج می شود.

ارائه نتایج

هنگ کنگ، اردن و استونی برای نخستین بار در سال ۲۰۰۷ در میان ۱۰ کشور برتر دنیا، از نظر میزان جهانی شدن قرار گرفتند. (جدول ۲)

برای سومین سال پی در پی سنگاپور در صدر فهرست به عنوان کشوری با بالاترین درجه جهانی شدن، قرار گرفت. هنگ کنگ با فاصله ای بسیار نزدیک پس از سنگاپور است، ضمن اینکه در ابعاد اقتصادی و ارتباطات فردی رتبه اول را داراست. برای نخستین بار از سال ۲۰۰۱ هلند در میان ۳ کشور برتر دنیا ایستاد. هلند با چهار درجه صعود، در رتبه سوم قرار گرفت و بعد از آن سوئیس، ایرلند و دانمارک قرار گرفتند. در این مدت ایالات متحده ۴ رتبه از دست داد

و در کل رتبه هفتم را به دست آورد؛ با وجود اینکه همچنان رتبه اول را در زیرشاخص تکنولوژی داراست. کانادا نهم شد و اردن و استونی - تازه واردان - رتبه های نهم و دهم را به خود اختصاص دادند.

هنگ کنگ که در رتبه دوم قرار دارد، دارای رتبه اول در حوزه های اقتصادی و ارتباطات فردی است. اتحاد هنگ کنگ و چین برای این کشور کمک کننده بود، زیرا چین باعث به وجود آمدن سهمی بزرگ و رو به افزایش از توریسم، سرمایه گذاری مستقیم خارجی و تجارت برای این کشور شد.

اردن که در رتبه نهم قرار دارد و امسال برای نخستین بار در رتبه بندی قرار گرفته است، در حوزه های اقتصادی، اجتماعی و سیاسی بین ۱۰ کشور اول است. اردن یکی از بالاترین سطوح مشارکت در فعالیتهای سازمان ملل را داراست.

استونی با تکیه بر تجارت و سرمایه گذاری، همچنین آزادی توریسم و مسافران خارجی، رتبه ۱۰ را به دست آورد. این کشور رتبه سوم در حوزه اقتصاد را پس از هنگ کنگ و سنگاپور به دست

حوزه های مطالعاتی	زیرشاخص ها	متغیرها
اقتصادی	یکپارچگی اقتصادی	تجارت
		سرمایه گذاری مستقیم خارجی
فردی	ارتباطات فردی	توریسم و سفرهای خارجی
		ترافیک تلفن های بین المللی
		مبادلات پولی برون مرزی
تکنولوژی	ارتباطات تکنولوژیکی	تعداد کاربران اینترنت
		تعداد میزبانان اینترنت
		سرورهای امن اینترنت
سیاسی	تعهدات سیاسی	عضویت در سازمان های بین المللی
		تعداد معاهدات بین المللی
		مشارکت های مالی و انسانی در ماموریت های حفاظت از صلح سازمان ملل
		مبادلات پولی دولت

جدول ۱: متغیرها و زیرشاخصهای حوزه های مطالعاتی مجله سیاست خارجی

آورده است.

ایالات متحده، امسال به رتبه هفتم سقوط کرد و در حوزه اقتصادی رتبه ۷۱ (که پس از آن الجزایر با رتبه ۷۲ قرار دارد) را کسب کرد. اما سطح بالای ارتباطات تکنولوژیک این کشور، مانع از خروج آن از میان ۱۰ کشور برتر دنیا شد.

ویتنام یکی دیگر از تازه واردان به رتبه بندی، مقام ۴۸ را به دست آورد و در متغیر تجارت دهم شد و این امر نشانگر پیشرفت این کشور به سوی آزادسازی اقتصادی است. بخش های صادراتی مثل منسوجات و پوشاک به رشد اقتصاد این کشور و اتصال آینده ویتنام به زنجیره تامین جهانی، کمک کرد.

چین با ۱۵ رتبه نزول به مقام ۶۶ در میان ۷۲ کشور منتخب رسید. بخشی از این تنزل به دلیل رشد تجاری پایین در مقایسه با سال پیش - این امر احتمالاً به دلیل تاکید بر رشد تقاضای داخلی به نسبت رشد صادرات است - و نیز نزول در حوزه سیاسی به جهت مشارکت ناچیز در برنامه های بین المللی است. با وجود افزایش صادرات خدمات و تجارت، هند دارای رتبه ۷۱ است. بلژیک یکی دیگر از تازه واردان است که رتبه ۱۵ را کسب کرده است. این کشور در ابعاد اقتصادی و اجتماعی جزو ۲۰ کشور برتر دنیا، قرار دارد.

ایران

همان گونه که گفته شد، ایران در میان ۷۲ کشور منتخب در سال ۲۰۰۷ آخرین رتبه را داراست. در سال ۲۰۰۶ نیز ایران در جایگاه آخر قرار داشت. (جدول ۳)

به دلیل عدم وجود ثبات سیاسی در ایران، این کشور قادر به جذب سرمایه گذار خارجی نیست، بنابراین از نظر سرمایه گذاری مستقیم خارجی، ایران آخرین رتبه را در میان ۷۲ کشور منتخب داراست (سال ۲۰۰۷).

اقتصاد ایران به دلیل تحریمهای ایالات متحده و عدم اطمینان سرمایه گذاران، حرکتی کند دارد. از نظر تجارت کلی (واردات و صادرات کالا و خدمات، اعتبارات و خدمات) رتبه ایران ۵۵ است. ایران از نظر تعداد معاهده های مصوب

بین المللی رتبه ۶۸ را دارد (سال ۲۰۰۵). تعداد سرورهای امن اینترنت، ایران دارای رتبه ۶۳ است (سال ۲۰۰۵). رتبه ایران از نظر تعداد میزبانان اینترنت ۵۸ است (سال ۲۰۰۶). سرانه سرورهای امن اینترنت ایران نیز پایین بوده، دارای رتبه ۶۳ در میان ۷۲ کشور جهان است.

رتبه ایران در حوزه های اقتصادی، فردی، تکنولوژیکی و سیاسی همچنین رتبه های مربوط به متغیرهای شاخص جهانی شدن (سال ۲۰۰۷) به شرح جدول ۲ است:

از نظر تعداد کاربران اینترنت ایران دارای رتبه ۲۵ در میان ۷۲ کشور جهان است (سال ۲۰۰۶). اعمال کنترل و محدودیت بر اینترنت، باعث شده است که رتبه ارتباطات

بین المللی ۶۶ است (سال ۲۰۰۵). از نظر تعداد کاربران اینترنت ایران دارای رتبه ۲۵ در میان ۷۲ کشور جهان است (سال ۲۰۰۶). اعمال کنترل و محدودیت بر اینترنت، باعث شده است که رتبه ارتباطات

جدول ۲: فهرست ۱۰ کشور برتر از دیدگاه شاخص جهانی شدن

رتبه سال ۲۰۰۶	رتبه سال ۲۰۰۷	نام کشور
۱	۱	سنگاپور
-	۲	هنگ کنگ
۷	۳	هلند
۲	۴	سوئیس
۴	۵	ایرلند
۵	۶	دانمارک
۳	۷	ایالات متحده
۶	۸	کانادا
-	۹	اردن
-	۱۰	استونی

جدول ۳: فهرست ۱۰ کشور آخر از دیدگاه شاخص جهانی شدن

رتبه سال ۲۰۰۶	رتبه سال ۲۰۰۷	نام کشور
۵۶	۶۳	پاکستان
۵۸	۶۴	بنگلادش
۵۷	۶۵	ترکیه
۵۱	۶۶	چین
۵۲	۶۷	برزیل
۵۹	۶۸	ونزوئلا
۶۰	۶۹	اندونزی
-	۷۰	الجزایر
۶۱	۷۱	هند
۶۲	۷۲	ایران

تکنولوژیکی ایران نیز، پایین باشد. از نظر تعداد سرورهای امن اینترنت، ایران دارای رتبه ۶۳ است (سال ۲۰۰۵). رتبه ایران از نظر تعداد میزبانان اینترنت ۵۸ است (سال ۲۰۰۶). سرانه سرورهای امن اینترنت ایران نیز پایین بوده، دارای رتبه ۶۳ در میان ۷۲ کشور جهان است.

رتبه ایران در حوزه های اقتصادی، فردی، تکنولوژیکی و سیاسی همچنین رتبه های مربوط به متغیرهای شاخص جهانی شدن (سال ۲۰۰۷) به شرح جدول ۲ است:

نتیجه گیری

نکته بسیار مهمی که در ارتباط با شاخصهای جهانی شدن وجود دارد، این است که کشورهای در حال رشد و کشورهای توسعه یافته را در یک کاسه

می‌ریزد و با آنها برخوردی مشابه دارد. آنچه مسلم است شاخصهای جهانی شدن، بسته به نوع ساختار اقتصادی و مرحله توسعه‌ای که هر یک از کشورها در آن قرار دارند، باید متفاوت باشد و به راحتی نمی‌توان کشورها را در یک شاخص، مورد ارزیابی قرار داد. در این شرایط از این شاخص به سختی می‌توان استنتاجات درست کرد. در نتیجه این شاخص سازی باید بومی شود تا از فشار و استانداردهای کشورهای مسلط و توسعه یافته، مبرا باشد. به همین دلیل استدلال اساسی این است که شاخصهای موجود جهانی شدن در ادبیات بین‌المللی (همانند مدل‌های KOF و Foreign Policy) قادر به حل مسئله جهانی شدن ایران نیستند، زیرا هم مرحله توسعه ایران با کشورهای مورد مطالعه را یکسان می‌گیرند و هم به دنبال اعمال استانداردهای کشورهای پیشرفته بر شاخص سازی به صورت بومی و مقایسه ایران با کشورهایی که دارای یک سطح

توسعه (از نظر تشخیص مرحله توسعه) باشند از اهمیت زیادی در تعیین سیاستهای توسعه از راه جهانی شدن اقتصاد برخوردار است.

بنابراین می‌توان نتیجه گرفت که یکی از مشکلات اساسی این مدلها، مقایسه تمام کشورهای جهان با یکدیگر است. این مقایسه از این نظر نامناسب است که کشورهای مختلف جهان هر یک در مرحله‌ای مشخص از توسعه قرار دارند. از طرف دیگر شاخص جهانی شدن نشریه سیاست خارجی، نه تنها از دیدگاه اقتصادی، بلکه تلاش دارد که جهانی شدن را از تمامی ابعاد محاسبه کند. به همین جهت از متغیرهای اقتصادی، سیاسی و فرهنگی هم استفاده کرده است و همین جا است که اشکال اساسی این شاخص خود را نشان می‌دهد. برای این منظور در شاخص سازی همه جانبه، جهانی شدن از دوازده متغیر استفاده شده است که بسیار کم و محدود است و بنابراین اعتبار شاخص را بسیار محدود می‌کند. مثلاً برای جهانی

شدن اقتصادی تنها از دو متغیر استفاده شده است که به هیچ وجه نمی‌تواند جهانی شدن را محاسبه کند. به عنوان مقایسه در ارزیابی باز بودن اقتصاد در مجمع جهانی اقتصاد در مطالعه رقابت پذیری و آن هم در حوزه اقتصاد از ۲۲ متغیر استفاده شده است. حال چگونه می‌توان با دو متغیر، میزان جهانی شدن اقتصاد را ارزیابی و محاسبه کرد؟ این مسئله در تمامی حوزه‌ها درست است و همین، اعتبار شاخص را به میزان قابل توجهی کاهش می‌دهد. البته کم بودن اعتبار شاخص به معنی نادرست بودن رتبه ایران نیست، چون ایران از نظر بسیاری متغیرهای اقتصادی و سیاسی بسته است و در مطالعات بین‌المللی نیز رتبه پایین آن تأیید شده است. تنها مشکل این است که از این شاخص نمی‌توان سرخطهای سیاستی برای پیشبرد جهانی شدن و توسعه استخراج کرد.

با توجه به مطالب گفته شده، تدوین و محاسبه یک شاخص مستقل برای ایران و مقایسه آن با کشورهای همسان بسیار ضروری است. این شاخص در جهان وجود ندارد و توسط سازمانهای بین‌المللی هم کوششی برای طراحی آن نشده است. با توجه به اینکه جهانی شدن ایران شرط لازم برای توسعه اش به شمار می‌آید ضروری است تا هر چه زودتر در این زمینه، کوششی فراگیر آغاز شود. (۱) اگر متغیرها به صورت مطلق در محاسبات وارد شوند، شاخص دارای انحراف می‌شود. مثلاً صادرات آلمان و آمریکا به میلیارد دلار با هم قابل مقایسه نیست. زیرا تعداد جمعیت و تولید ناخالص داخلی هر دو کشور متفاوت است. برای اینکه این اعداد نسبی شوند، آنها را بر یک متغیر مرتبط تقسیم می‌کنند. مثلاً در مورد صادرات اگر بر GDP تقسیم شود، نسبت صادرات به تولید به دست می‌آید که با آن می‌توان میزان صادرات نسبی دو کشور را با هم مقایسه کرد. □

منابع

- سایت اینترنتی مجله "سیاست خارجی" www.foreignpolicy.com
- سایت اینترنتی موسسه "ای.تی. کرنی" www.atkearney.com

- دکتر مرتضی ایمانی راد: عضو هیئت علمی سازمان مدیریت صنعتی
- ونوس میرزایی: کارشناس ارشد مدیریت اجرایی از سازمان مدیریت صنعتی

جدول ۴: جایگاه ایران از نظر شاخصهای جهانی شدن

ابعاد	رتبه
اقتصادی	۶۵
فردی	۷۲
تکنولوژیکی	۵۴
سیاسی	۷۰

زیرشاخص‌ها	متغیرها	رتبه
یکپارچگی اقتصادی	تجارت	۵۵
ارتباطات فردی	سرمایه گذاری مستقیم خارجی	۷۲
	ترافیک تلفن های بین المللی	۶۶
	توریسم و سفرهای خارجی	۵۶
	مبادلات پولی برون مرزی	۷۱
ارتباطات تکنولوژیکی	تعداد کاربران اینترنت	۵۲
	تعداد میزبانان اینترنت	۶۳
	سرورهای امن اینترنت	۶۳
تعهدات سیاسی	عضویت در سازمان های بین المللی	۶۶
	تعداد معاهدات بین المللی	۶۵
	مشارکت در ماموریت های حفاظت از صلح سازمان ملل	۶۸
	مبادلات پولی دولت	۷۰