

فصلنامه علمی «پژوهش انحرافات و مسائل اجتماعی»

شماره چهارم، تابستان ۱۴۰۱: ۱۸۷-۱۵۷

تاریخ دریافت: ۱۴۰۱/۰۶/۱۹

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۱/۰۸/۲۵

نوع مقاله: پژوهشی

بررسی قاچاق کالا به عنوان یکی از مسائل اجتماعی در کشور^۱

رضا صفری شالی*

چکیده

مقاله حاضر به بررسی یکی از مهم‌ترین مسائل اجتماعی کشور با عنوان «قاچاق کالا در کشور» می‌پردازد. این پژوهش به لحاظ روش دارای ماهیت پیمایشی و از نوع توصیفی و تحلیلی است. جامعه آماری شامل کلیه ساکنان بالای شانزده سال در استان‌های کردستان، آذربایجان غربی، هرمزگان و خراسان رضوی (به عنوان استان‌های مبادی و مرزی)، استان‌های تهران و اصفهان (به عنوان استان‌های پرمصرف) و استان سمنان (به عنوان استان کم‌مصرف) است. حجم نمونه تحقیق، ۷۲۳۰ نفر است. اهم یافته‌های پژوهش این است که اکثریت جامعه (۶۹ درصد) معتقدند که کالاهای قاچاق در کشور زیاد است و مضرات و آثار تخریبی گوناگونی دارد. این در حالی است که بخش زیادی از جامعه تأکید کرده‌اند که انواع کالاهای خارجی که از طرق غیر قانونی به کشور وارد شده‌اند، به راحتی در بازار رسمی به فروش می‌رسند و دلیل اصلی آن به خاطر بدبینی و ضعف احساس تعلق به کالاهای تولید داخلی به علت نازل بودن کیفیت آنها و از طرف دیگر خوش‌بینی و ارزیابی مثبت از کالاهای خارجی و تمایل به مصرف آنها به‌مثابه نوعی «سبک زندگی مدرن» است. البته این موضوع در استان‌های پرمصرف در مقایسه با استان‌های مبادی و کم‌مصرف، بیشتر مشاهده می‌شود. بیش از دو سوم

۱. این مقاله حاصل پژوهشی با عنوان «بررسی جامعه شناختی قاچاق کالا، علل، چگونگی و کارکردهای آن از نگاه

مردم» می‌باشد که با حمایت مالی ستاد ملی مبارزه با قاچاق کالا و ارز انجام گرفته است.

reza_safaryshali@khu.ac.ir

* دانشیار گروه جامعه‌شناسی، دانشگاه خوارزمی، ایران



پاسخگویان این تحقیق تأکید کرده‌اند که قاچاق کالا، پدیده‌ای است که در فرایند آن، جریان‌ها، گروه‌ها و سازمان‌های متفاوت دخیل هستند و هم‌گرایی، هم‌افزایی و پیوند میان جریان‌ها و باندهای سازمان‌یافته و برخی از چهره‌ها و نیروهای متنفذ در دستگاه‌های رسمی کشور، روند قاچاق را تسهیل می‌نماید.

واژه‌های کلیدی: قاچاق، کالاهای غیر قانونی و قاچاق، ادراک عمومی، بازار و مسئله اجتماعی.

مقدمه

قاچاق^۱، واژه‌ای ترکی است که از کلمه «قاچماق» مشتق شده و از لحاظ لغوی به معنای «کاری که پنهانی و با تردستی انجام شود»، «روده» یا «برده» است. در لغت‌نامه دهخدا، این کلمه، «آنچه ورود آن به کشور و یا معامله آن از طرف دولت ممنوع است» معنا شده است (دهخدا، ۱۳۷۱: ۱۸). معنای اصطلاحی این کلمه، مأخوذ از همین معانی لغوی است. در همین راستا کنوانسیون بین‌المللی کمک‌های متقابل اداری برای پیشگیری، تجسس و مقابله با جرایم گمرکی مصوب ژوئن ۱۹۷۷، در مقام تعریف قاچاق مقرر می‌دارد: «اصطلاح قاچاق عبارت از تقلب گمرکی است که شامل گذراندن مخفیانه کالا به هر طریقی از مرزهای گمرکی می‌باشد» (مؤسسه تدبیر اقتصاد، ۱۳۸۱: ۶). طبق تعریف سازمانی جهانی گمرک^۲، «قاچاق، تخلف گمرکی است، شامل جابه‌جایی کالا در طول مرز گمرکی به روش مخفیانه و به منظور فرار از نظارت گمرکی»^(۱).

پدیده قاچاق به عنوان یک آسیب و تهدید جدی در مسیر شکوفایی اقتصادی و سیاسی و فرهنگی اغلب کشورها مطرح است. اما این مسئله در کشور ما به دلیل شرایط خاص جغرافیایی برای ورود و خروج کالا (طول مرز آبی جنوب (۱۸۸۰ کیلومتر)، مرز خاکی (۱۷۱۶ کیلومتری) در شرق و (۱۸۲۴ کیلومتر) در غرب کشور) و نیز نبود شرایط باثبات در برخی کشورهای همسایه، بسیار بحث‌انگیز است. در کنار این عوامل، نباید این مهم مورد غفلت واقع شود که قاچاق از جمله پدیده‌هایی است که در بستر ناسالم اقتصادی، ضعف و افول نفوذ نظارت‌کننده اجتماعی، شیوع نابسامانی‌های اخلاقی در ساختارهای بروکراتیک و رشد مفاسد اداری در سازمان‌های نظارت‌کننده، امکان وقوع، تعمیق و تداوم دارد. در این میان نقش مردم هم از نظر ممانعت از ورود به فرایند قاچاق و هم پرهیز از مصرف کالاهای قاچاق و حمایت از تولید و محصولات داخلی و تعمیق زیرساخت‌های اقتصادی، اهمیت مضاعفی دارد. اساساً قاچاق در بستر فرهنگ مصرفی، الگوی مدیریت اجتماعی، نظامات اخلاقی و به‌ویژه ساختار هنجاری و رویکردی و نظام گفتمانی جامعه، امکان وقوع و تداوم دارد. بنابراین گفتمان مسلط بر جامعه در عرصه

1. Smuggling/Contrebande
2. WCO

عمومی و ساختار و بنیان‌های معرفتی، ارزشی و کنش‌های برآمده از آن، در شکل‌گیری و تداوم پدیده قاجاق، نقش اساسی دارد. نوع انگیزش‌ها و واکنش‌های اجتماعی، برآمده از ذهنیت‌ها و الگوهایی نظری است که بر ساختار افکار عمومی جامعه تسلط دارد و اجزای جامعه، کنش‌های خود را بر مبنای آن تنظیم می‌نمایند. مقاومت جامعه و دفاع و هوشیاری آنان در مقابل متغیرهای اختلال‌آفرین و مغایر با منافع بلندمدت و آگاهی آنان از نقش و مسئولیت بنیادین خود در روند تعمیق نظم و روند به‌گشت و توسعه اقتصادی- اجتماعی موجب خواهد شد که خود را صرفاً کنشگری منفعل ارزیابی نکرده، بلکه به عنوان یک بازیگر هوشمند، متعهد و فعال، روندهای اجتماعی جامعه را زیر نظر دارد و در موقع مقتضی، ایفای نقش نماید.

پدیده قاجاق در صورتی که با عدم استقبال اجتماعی و یا مقاومت جمعی مواجه می‌گردید، قطعاً نمی‌توانست تداوم یابد و تعمیق گردد. از این‌رو تداوم امروزین آن نشان می‌دهد که یا جامعه از پدیده قاجاق، ابعاد، آثار، کارکردها، چگونگی و محصولات قاجاق بی‌اطلاع است و یا اینکه علی‌رغم اطلاع، برای خود نقش و مسئولیتی تصور نمی‌کند و آن را ناشی از خواست و یا سیاست کلان کشور و یا ضرورت‌های امروزین ارزیابی می‌کند. در حالت بدبینانه نیز آحاد جامعه با انتساب این روندها به سیاست‌های کشور، خود را از ایفای نقش مسئولانه و متعهدانه رها نموده و طلبکارانه، نهادهای مسئول را ناکارآمد و ناسالم ارزیابی می‌کنند.

جامعه ایران، جامعه‌ای متعهد و مسئول است، اما نوع واکنش امروزین آنها در مصرف کالاهای قاجاق می‌تواند بسیار تأمل‌برانگیز باشد. اساساً هر نوع سیاست تعدیلی و کنترلی بدون مشارکت مردم، احتمال موفقیت زیاد نخواهد داشت؛ به این دلیل که نتوانسته است ظرفیت‌های عمومی را در پیشبرد و تحقق اهداف مربوطه بسیج کرده، با استعانت از آن، مقابله با روندهای قاجاق را تسهیل و توسعه بخشد. آگاهی از ارزیابی عمومی و نقشی که جامعه برای خود قائل است، در کنار برآورد و نوع پنداشتی که اجزای جامعه از روندها، علل و کارکردهای قاجاق در کشور دارد، گام نخستین است که باید در فرایند سیاست‌گذاری اجتماعی و راهبردی در قبال این پدیده برداشته شود.

بنابراین سؤالات بنیادین پژوهش حاضر به شکل زیر مطرح می‌گردد:

۱. از نگاه عمومی، چه عوامل و بازیگرانی در فرایند قاجاق کالا در کشور مداخله

می‌کنند و نقش‌آفرین هستند؟

۲. مردم، عملکرد نهادها و سازمان‌های مسئول را در فرایند مدیریت قاچاق کالا،

چگونه ارزیابی می‌نمایند؟

۳. از نگاه مردم، رشد و گسترش پدیده قاچاق کالا، چه آثار و عواقبی در

عرصه‌های اقتصادی و اجتماعی در پی خواهد داشت؟

۴. چگونه می‌توان نقش مردم را در فرایند مدیریت بهینه قاچاق کالا ارتقا بخشید

و ظرفیت‌های عمومی را در این زمینه به کار گرفت؟

ضرورت انجام پرداختن به موضوع

بی‌شک تطبیق نتایج و آگاهی از تفاوت‌های نگرشی و ذهنیت‌های اجتماعی در اجتماعاتی که مبادی قاچاق هستند، با کانون‌ها و مراکز مصرف کالاهای قاچاق و همچنین مناطقی که کمتر در معرض قاچاق قرار دارند، امکان سیاست‌گذاری واقع‌بینانه‌تری را متناسب با چالش‌ها و ضرورت‌های راهبردی و مسائل هر منطقه فراهم می‌آورد و از رویکردها و سیاست‌های تعمیمی در مدیریت قاچاق، ممانعت خواهد کرد.

تبیین دقیق زمینه‌های فرهنگی، نگرشی و معرفتی تسهیل‌کننده قاچاق، بنیان دقیقی است برای سیاست‌گذاری در سطوح متفاوت پیشگیرانه، کنترلی و مقابله‌ای. تأکید بر سیاست‌های پیشگیرانه به‌ویژه در عرصه پیشگیری فرهنگی - اجتماعی که مبتنی بر تغییر نگرش‌ها، ارتقای سطح آگاهی‌های اجتماعی و تعمیق مقاومت درون‌زای اجتماعی است، از اولویت‌های راهبردی چشم‌انداز آینده است. هرگونه کم‌توجهی به این رویکرد، ضمن افزایش هزینه‌های نرم‌افزاری، مقاومت اجتماعی در برابر سیاست‌های کنترلی و قضایی را افزایش داده، انفعال بیشتری را بر نهادها و رویکردهای جاری تحمیل خواهد کرد.

این در حالی است که پیشبرد سیاست‌ها و تحقق اهداف مبارزه با قاچاق، آنگاه که با مشارکت و همکاری اجتماعی، بسیج ظرفیت‌های عمومی و سرمایه‌های جمعی همراه باشد، ضمن اینکه هزینه‌های اجرایی را کاهش خواهد داد، جامعه خود منادی سیاست‌های عمومی بوده، فضای روانی و اجتماعی‌ای پدید خواهد آمد که فشار هنجاری بیشتری را برای ممانعت از ورود به فرایندهای قاچاق ایجاد خواهد کرد. آگاهی از

آمادگی‌های عمومی برای مشارکت در این فرایند، مقدمه اصلی موفقیت این نوع سیاست‌گذاری راهبردی است.

افزایش سطح آگاهی و شناخت نهادها و سازمان‌های مسئول از واقعیت‌های اجتماعی، آنها را به سوی واقع‌بینی بیشتر و انتخاب سیاست‌های هوشمندانه هدایت می‌کند و از ذهنیت‌پردازی‌هایی که نتیجه آن، تأکید بر الگوهای ناکارآمد است، پیشگیری خواهد کرد. نهادهای مسئول می‌باید همواره در معرض ارزیابی عمومی و نظام افکار عمومی در برابر پدیدارهای آسیب‌شناختی قرار گیرد و بیش از هر عاملی به اصلاح ذهنیت‌های اجتماعی و بهره‌گیری از منابع اجتماعی اتکا یابد.

نتایج این پژوهش می‌تواند در اختیار مراکز سیاست‌گذار و تصمیم‌گیر (از جمله ستاد مبارزه با قاچاق کالا و ارز) و مراکز پژوهشی و دانشگاهی قرار گیرد، تا با تحلیل و تطبیق داده‌ها، آن را مورد مطالعه پژوهشی کامل‌تری قرار دهند و بدین طریق زیرساخت‌های علمی غنی‌تر و کارآمدتری را هم در حوزه نظری و هم در حوزه کاربردی ارائه دهند.

پیشینه تجربی

قاچاق، یکی از موضوعات جدی مورد بحث در زمینه‌های مختلف اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی، امنیتی و... است که به دلیل آثار و پیامدهای سوء در زمینه‌های متعدد، تحقیقات و مقاله‌هایی درباره آن صورت گرفته است. در ادامه به بررسی برخی از مهم‌ترین یافته‌های تحقیقات تجربی درباره علل و پیامدهای قاچاق با توجه به موضوع پژوهش پرداخته می‌شود:

شاطریان و همکاران (۱۳۹۲) در پژوهشی با عنوان «تأثیر وضعیت اجتماعی-اقتصادی مرزنشینان بر قاچاق کالا (مطالعه موردی: استان‌های سیستان و بلوچستان، بوشهر و کردستان)» متذکر شده‌اند که توسعه بدون برنامه و یک‌سویه در پهنه سرزمین، بسیاری از ظرفیت‌های کشور را بدون استفاده گذاشته، مشکلات بسیاری (از جمله زمینه رشد قاچاق کالا) را در سطوح مختلف به وجود آورده و موجب افزایش نابرابری‌های فضایی، اجتماعی و اقتصادی در سطح کشور شده است.

کهنه‌پوشی و شایان (۱۳۹۲) در پژوهشی با عنوان «تأثیر قاچاق کالا بر اقتصاد

روستاهای مرزی (بخش خاو و میرآباد شهرستان مریوان)» تصریح نموده‌اند که بیکاری و ضعف فعالیت‌های اقتصادی در منطقه مورد مطالعه، مهم‌ترین دلایل گرایش روستاییان به قاچاق کالا شناسایی شده است.

شریف و همکاران (۱۳۹۲) در پژوهش «بررسی عوامل مؤثر بر قاچاق کالا در مرزهای دریایی استان سیستان و بلوچستان» عنوان نموده‌اند که عوامل مربوط به صنعت و تولیدات داخلی، عوامل مالی و اختلاف قیمت‌ها و عوامل قانونی و حقوقی بر گسترش قاچاق کالا تأثیر دارند.

موسایی و احمدزاده (۱۳۸۹) در تحقیق «بررسی رابطه بین آموزش اجتماعی و ارتکاب به قاچاق کالا (مطالعه استان هرمزگان)» بیان کرده‌اند که آموزش درون خانواده‌ها و گروه همسالان به عنوان عاملی تأثیرگذار در قاچاق کالا و عوامل دیگری از جمله حس ثروت‌طلبی افراد در گرایش به قاچاق تأثیرگذار بود.

عبدالمحمدی (۱۳۸۸) در پژوهش «مطالعه و بررسی عوامل اجتماعی مؤثر بر قاچاق کالا در ایران» آورده است که یکی از مشکلات جوامع کنونی، توسعه ناموزون بخش‌های اقتصادی، مناطق جغرافیایی، شهری و روستایی و سایر ساختارهای فرهنگی، اجتماعی و سیاسی این جوامع و در نتیجه عدم تأمین نیازها و خواست‌های بخش عمده‌ای از جامعه است. حسینیان و همکاران (۱۳۸۸) در مقاله‌ای با عنوان «عوامل سازمانی مؤثر بر عملکرد کارکنان مبارزه با قاچاق کالای فرماندهی انتظامی استان هرمزگان» مدعی شده که بین پنج متغیر «ساختار سازمانی، امکانات و تجهیزات سازمانی، حمایت سازمانی، مهارت شغلی، سبک رهبری آمرانه» با عملکرد کارکنان مبارزه با قاچاق کالا، رابطه معناداری وجود دارد.

معنایی (۱۳۸۳) در پژوهشی که به بررسی عوامل مؤثر بر گرایش زنان به کار واسطه‌گری و قاچاق کالا و پیامدهای اجتماعی - فرهنگی آن پرداخته است، نشان می‌دهد که عوامل فقر اقتصادی، بی‌سوادی و کم‌سوادی، سودآوری این کار، تشویق و تحریک دیگران، ضعف مبانی اعتقادی، کمبود اجناس، بالا بودن تقاضای جامعه، ضعف کنترل مأموران و آغاز فعالیت مناطق آزاد از عوامل مؤثر در گرایش زنان به کار واسطه‌گری و قاچاق کالا قلمداد می‌گردند.

امین‌صارمی و جورکش (۱۳۷۹) در پژوهشی با عنوان «تیین قاچاق کالا از منظر جامعه‌شناسی» تصریح نموده‌اند که سیاست‌های پولی و مالی، امنیت، رکود اقتصادی، سطح اشتغال و بیکاری، تولید، قوانین و مقررات از عواملی است که بر میزان و ارزش قاچاق کالا در یک کشور نقش دارد و برای مبارزه با این پدیده نیز باید ساختارهای سیاسی، اجتماعی و اقتصادی به کار گرفته شود. شکوفایی تولید و صنعت، افزایش کیفیت محصولات، کاهش هزینه‌های تولید، افزایش سرمایه‌گذاری، اصلاح سازوکارهای اقتصادی و کاهش نرخ بیکاری، از مقوله‌هایی به شمار می‌رود که می‌تواند در کاهش یا رفع قاچاق کالا به کشور مؤثر واقع شود.

سبحانی‌نژاد و افشار (۱۳۸۸)، عمده‌ترین علل ظهور پدیده قاچاق و علل ناکارآمدی مقابله با آن را فرار از پرداخت عوارض گمرکی، پولشویی، بیکاری، سوءمدیریت و انحصارها، مصرف کالاهای خارجی، تبلیغات و فساد اداری و بوروکراسی عنوان نموده‌اند. سلطانی (۱۳۷۴) در پژوهش «تجزیه و تحلیل علل عمده گرایش مصرف‌کنندگان تهرانی به کالاهای خارجی» نشان می‌دهد که کاهش تدریجی کیفیت محصولات داخلی، اثبات منزلت اجتماعی، چشم و هم‌چشمی، وجود ذهنیتی منفی در میان مصرف‌کنندگان نسبت به محصولات داخلی و برخی مشکلات ساختاری و ریشه‌ای دیگر می‌تواند در گرایش مصرف‌کنندگان کالاهای خارجی مؤثر باشد.

در کنار تحقیقات تجربی داخلی که ذکر آن رفت، مطالعات خارجی مرتبط با موضوع مقاله حاضر نیز مطمح نظر قرار گرفته است. مطالعات و بررسی‌هایی که عمدتاً به موازات رشد مطالعات تجربی در زمینه تجارت غیر قانونی و پدیده قاچاق طی سال‌های ۱۹۶۰ و پس از آن مورد توجه نظریه‌پردازان تجارت بین‌الملل قرار گرفته است.

نتایج تحقیقات بهاگواتی و هانسن^۱ (۱۹۷۳) درباره اثرات قاچاق کالا نشان می‌دهد که در حالت عدم هم‌زمانی قاچاق و تجارت قانونی، قاچاق کالا به کاهش رفاه عمومی منجر می‌شود و حالت بی‌نظمی و عدم توازن اجتماعی را به وجود می‌آورد.

فری و هانمان^۲ (۱۹۸۴) در پژوهشی درباره قاچاق کالا، بار تحمیلی بخش دولتی بر افراد (شامل بار مالیاتی و بار قانون‌گذاری یا اعمال محدودیت‌های قانونی)، بیکاری و

1. Bhagwati and Hansen
2. Frey and Hannemann

سطح توسعه‌یافتگی پایین‌تر را عوامل پیدایش معضل قاچاق برمی‌شمارند و به این فهرست، بداخلاقی مالیاتی را نیز می‌افزایند.

تنزی^۱ (۱۹۹۹)، مالیات‌ها و محدودیت‌های خاص در هر کشور (مالیات بر درآمد در آمریکا، مالیات‌های تأمین اجتماعی در اروپا، مالیات بر تجارت خارجی در کشورهای در حال توسعه) را در گسترش پدیده قاچاق کالا، مؤثر می‌داند.

شنایدر^۲ (۲۰۰۰) در بررسی عوامل مؤثر بر اقتصاد سایه‌ای در هجده کشور صنعتی غرب به بار مالیاتی مستقیم و غیر مستقیم و مقررات دولتی به عنوان علل اقتصادی اشاره می‌کند و قاچاق را راهی برای فرار از مالیات ذکر می‌کند.

اوا گواردزینسک و متگورزات چاکویچ^۳ (۲۰۲۲) در مقاله پژوهشی با عنوان «قاچاق گمرکی کالاهای ناقض حقوق مالکیت معنوی در اتحادیه اروپا» بیان داشته‌اند که «قاچاق»، پدیده‌ای است که از آغاز توسعه تجارت بشریت بوده است و به دلایل متعدد از جمله مورد قبول بودن مصرف‌کنندگان و سودآوری برای واسطه‌ها، نمی‌توان آن را حذف کرد، اما می‌توان مقیاس آن را محدود کرد.

یمینگ شینا^۴ و همکاران (۲۰۲۱) در مقاله‌ای با عنوان «منع شبکه‌های قاچاق کالای قاچاق، پول و پولشویی وابسته به یکدیگر»، بر مشکل ممنوعیت شبکه‌های قاچاق کالای قاچاق، پول و پولشویی (ICSML) وابسته به یک سازمان جنایی فراملی (TCO) متمرکز شده‌اند. در این مقاله تصریح شده که چهار وابستگی متقابل در بین این شبکه‌ها وجود دارد: جریان پول از شبکه قاچاق کالای فیزیکی به شبکه پول، حمایت پولی از جریان شبکه پول به شبکه قاچاق، جریان پول از شبکه پول به شبکه پولشویی و انگیزه‌های جریان شبکه پولشویی به شبکه‌های فیزیکی و پولی. در این میان هدف TCO از قاچاق کالا، به حداکثر رساندن تعادل (وزن‌دار) بین سود و مقیاس تجارت قاچاق کالا است که به جیب مرتکبان این عمل خواهد رفت.

میرزایی و همکاران (۲۰۲۱) در مقاله‌ای با عنوان «یکی از مشکلات بازرندگی

1. Vito Tanzi

2. Schneider

3. Ewa Gwardzinsk & Matgorzata Chackiewicz

4. YemingShena

شبکه‌ای در یک محیط نامشخص تحت شرایط عدم تقارن اطلاعات: کاربرد برای قاچاق کالا» به بررسی ممانعت از شبکه قاچاق در قالب یک فعالیت شبکه‌ای پرداختند که در آن سازمان‌دهی فعالیت‌های پلیس به منظور منع موفقیت‌آمیز مجرمان در قاچاق کالا صورت می‌گیرد. این کار با پرداختن به اطلاعات نامتقارن، شرایط نامشخص و وجود کالاهای متفاوت و با چندین منبع (منشأ) و مقصد به مشکلات شبکه‌ای منجر می‌شود. عدم تقارن اطلاعاتی به طور واقع‌بینانه به دلیل اطلاعات ناقص بازدارنده (پلیس) و شناخت محیطی و اطلاعات قاچاقچیان درباره عملکرد یکدیگر رخ می‌دهد که از شرایط دنیای واقعی اقتباس شده است.

دورفمن آدریانا^۱ (۲۰۱۷) در مقاله‌ای با عنوان «کالاهای سیاسی و مدیریت حاکمیت: قاچاق سیگار از مرزهای جنوبی برزیل» به این نتیجه رسیده که تولید و تجارت دخانیات و قاچاق سیگار از طریق مأمورانی که از مرز برای ایجاد بازار قانونی و در نتیجه افزایش ارزش تجاری دخانیات ملی استفاده می‌کنند، به هم مرتبط است و قاچاق سیگار از طریق مبادی رسمی، شبکه‌ها و مکان‌ها را به گونه‌ای ترکیب می‌کند که در اقتصاد قانونی و سرزمین‌های ملی ادغام شده‌اند (ر.ک: قادری و دیگران، ۱۴۰۰).

تالاریکو^۲ و زامپارینی^۳ (۲۰۱۷) در مطالعه‌ای به بررسی علل بروز قاچاق کالا در حمل و نقل و تجارت دریایی و بین‌المللی و نیز بررسی تأثیر شرایط جغرافیایی بر بروز این قاچاق در کشور ایتالیا طی دوره زمانی ۲۰۰۴-۲۰۱۴ پرداخته‌اند. یافته‌های این مطالعه بیانگر این است که قاچاق کالا به مرور زمان و در شبکه تدارکات و لجستیک حمل‌ونقل دریایی و با هدف کسب سود و به صورت پنهانی در این کشور شکل گرفته است (ر.ک: احمدی و دیگران، ۱۴۰۰).

در مجموع درباره علل قاچاق، با مرور تجربه‌های قبلی به مواردی مانند: ضعف نهادهای سیاسی و اجتماعی، بروکراسی اداری شدید، فساد و ضعف سیستم حقوقی، آزادی اقتصادی به دلیل محدود کردن فرصت‌های سودجویانه، مالیات‌ها (مانند مالیات بر تجارت خارجی، مالیات تأمین اجتماعی و...) و اعمال محدودیت‌های قانونی، سطح

1. Dorfman Adriana
2. Talarico
3. Zamparini

توسعه‌یافتگی پایین، حاشیه سود نرخ ارز، تفاوت قیمت تولیدات داخل و خارج، موانع تجاری، فرار از کاغذبازی، جهانی شدن و انقلاب تکنولوژی و ارتباطات، کاهش مرزها در بین ملل مطرح شده است. از جمله پیامدهای ذکرشده درباره قاچاق می‌توان به مواردی مانند: کاهش رفاه، افزایش سطوح نابرابری احساس ناامنی برای سرمایه‌گذاری سالم، اثر منفی بر وضعیت مالی دولت، کسری بودجه دولت، افزایش تورم داخلی، کاهش ارزش پول ملی، کاهش سطح خدمات رفاهی، افزایش هزینه‌های سلامتی و بهداشتی اشاره نمود.

چارچوب نظری

در مقاله حاضر، تأکید بر شناخت وضعیت، علل و پیامدهای قاچاق کالا در کشور است. از این‌رو گستردگی پدیده قاچاق و تنوع بیش از حد عللی که در پیدایش و شکل‌گیری آن در جامعه نقش دارند، باعث شد که هیچ کدام از نظریه‌ها به تنهایی نتواند این پدیده را تبیین نماید. از این‌رو با اتخاذ رویکرد ترکیبی، جهت تبیین موضوع تحقیق از ترکیبی از نظریه‌های روان‌شناسی اجتماعی، نهادی، اجتماعی و اقتصادی بهره برده‌ایم. در حوزه روان‌شناسی اجتماعی، «نظریه محرومیت نسبی» از جمله نظریه‌هایی است که با رویکردی روان‌شناختی - اجتماعی به مسئله جرم و انحرافات اجتماعی (قاچاق کالا) می‌پردازد. جان کلام نظریه این است که انسان‌ها عموماً به مقایسه خود با دیگران می‌پردازند و در این رابطه، وقتی احساس فقر و بی‌عدالتی می‌کنند، واکنش‌های شدید عاطفی (مانند تعویض شغل، کارشکنی و...) بروز می‌دهد و وقتی این احساس به‌عالی درجه خود برسد، به احساس تضاد اجتماعی می‌انجامد و تعارضات شدیدی را در پی دارد. طبق نظر آنها، افراد طبقات پایین ممکن است هنگام مقایسه شرایط زندگی خود با افراد ثروتمند، احساس محرومیت نمایند. این احساس محرومیت منجر به احساس بی‌عدالتی و نارضایتی گردیده و در نتیجه شانس پیشرفت آنها از طریق معیارهای مشروع مسدود می‌گردد و احساس ناتوانی را به وجود می‌آورد که رفتار کجروانه (مانند انجام قاچاق کالا) را به دنبال خواهد داشت (ر.ک: گار، ۱۳۷۷).

بر مبنای رویکرد نهادگرا، آمیزه‌ای از هنجارهای غیر رسمی، قوانین و ویژگی‌های اجرایی آنها، مجموعه انتخاب‌های فراروی افراد را مشخص می‌کند و به عملکرد اقتصادی

منجر می‌شود. بر اساس نظریه یادشده، قاچاق را می‌توان رعایت نکردن قواعد بازی (محدودیت‌های رسمی) در فعالیتهای تجارت خارجی تعریف کرد. بر اساس این رویکرد، برای بررسی و پیامدهای سیاسی، اجتماعی و فرهنگی قاچاق کالا باید نقش نهادهای تصمیم‌گیرنده (مقننه، اجرایی و قضایی) را در مبارزه با این نوع تجارت در نظر گرفت.

در ادامه برای توجیه اینکه چرا مصرف کالاهای قاچاق در کشور رواج دارد، سه رویکرد نظری در باب مصرف می‌تواند بررسی شود. رویکرد اول، مصرف انفعالی است که مصرف‌کننده را منفعل فرض می‌کند و مصرف را نوعی دستکاری از ناحیه صاحبان قدرت (تولیدکنندگان و واردکنندگان) می‌پندارد. در تفکر مارکسیستی، مصرف‌گرایی، معنای زندگی را در خرید اشیاء و تجارب از پیش بسته‌بندی شده جست‌وجو می‌کند. ایدئولوژی مصرف‌گرایی هم در خدمت مشروع کردن سرمایه‌داری و هم در کار برانگیختن مردم، چه در خیال و چه در واقعیت، برای مصرف‌کننده شدن است. از این دید، مصرف‌گرایی در خدمت افزایش بیگانگی نیز هست. مصرف در اینجا تا حد زیادی تحت تأثیر تولیدات است و تولید تا اندازه زیادی، ماهیت مصرف را هم تعیین می‌کند. از این دید، مصرف‌کنندگان مدرن از نظر جسمی، بسیار منفعل و از نظر روحی، بسیار مشغولند. مردم چیزی را مصرف می‌کنند که از طریق تبلیغات به آنها القا می‌شود. بر اساس این رویکرد، مصرف‌کننده ایرانی در مصرف کالاهای قاچاق از خود اراده‌ای ندارد. اما در رویکرد مصرف ارتباطی، نگاه به مصرف به عنوان رسانه‌ای برای برقراری ارتباط فرض می‌شود. مصرف در این دید، نوعی هم‌چشمی، رقابت و ایجاد ارتباط فرض می‌شود. مصرف همچنین تولیدکننده معانی اجتماعی است. شیوه خاص مصرف کردن، راهی برای بیان خود در رابطه با دیگران است. افراد از طریق مصرف و مد، نوعی فردگرایی جعلی ایجاد می‌کنند. در این رویکرد، کالاها همانند زبان، حامل معنا و پیام هستند، با این تفاوت که آنها، رسانه‌هایی غیر کلامی‌اند. عمل مصرف، تولید ارتباط می‌کند. به این معنا مصرف، نوعی فعالیت مناسبی نیز هست. بر اساس این رویکرد، مصرف‌کننده ایرانی به خاطر رقابت و هم‌چشمی با دیگران ممکن است کالاهای قاچاق مصرف کند.

در رویکرد سوم که به مصرف ابداعی معروف است، مصرف خود نوعی تولید ثانویه فرض می‌شود. مصرف‌کننده با کردار مصرف، دست به ابداعاتی می‌زند که در نتیجه آن، اراده قدرت به زیر کشیده می‌شود. مصرف کالا می‌تواند معنای اجتماعی در پی داشته

باشد که جامعه‌شناسی به تفسیر آنها می‌پردازد. مصرف ابداعی، مصرف تولیدی است. مصرف‌کننده در اینجا تولیدکننده است. کالاها ناتمام تولید می‌شوند؛ این مصرف‌کننده‌ها هستند که کالاها را تکمیل می‌کنند. بر اساس این رویکرد، مصرف‌کننده با آگاهی از قاچاق بودن یک کالا، آن را مصرف می‌کند (صفری شالی، ۱۳۹۳: ۵۴).

در انتها نظریه انتخاب عقلانی و توسعه ناموزون می‌تواند مورد توجه قرار گیرد که رویکردی اقتصادی جهت تبیین موضوع دارند. فرض بنیادی در نظریه انتخاب عقلانی، بر هزینه و فایده استوار است. در این نظریه، اعتقاد بر آن است که فرد زمانی دست به خلاف می‌زند که سود مورد انتظار آن، بیشتر از سودی باشد که فرد می‌توانست با صرف زمان و هزینه برای سایر فعالیت‌های بدیل داشته باشد. در واقع فرد ابتدا فعالیت قانونی و جنایی را با هم مقایسه کرده، سپس با مقایسه سود مورد انتظار از هر یک، آن فعالیت را که سود بیشتری به همراه دارد، برمی‌گزیند. طبق این نظریه، جرم انتخابی است که تحت تأثیر هزینه‌ها و فایده‌های آن قرار دارد. یعنی جرم برحسب عقلانیت خود، اگر هزینه‌ها (مانند تنبیه و مجازات) بر فایده‌های آن بچربد، کاهش می‌یابد، به‌ویژه اگر هزینه‌های جرم، مشخص و بلافصل باشد. برعکس، در صورت برتری فایده‌های جرم بر هزینه‌های آن، جرم افزایش خواهد یافت.

اما در پارادایم توسعه ناموزون، مسائل اجتماعی در جامعه انسانی ناشی از عملکرد نامطلوب نظام اجتماعی است. به عبارت دیگر مسائل اجتماعی در جامعه انسانی، ناشی از روابط اجتماعی ناعادلانه‌ای است که از ترکیب ناموزون عناصر بنیادین نظام اجتماعی و عوامل بیرونی پدید می‌آید. قاچاق کالا نیز یکی از پیامدهای شوم توسعه ناموزون و روابط اجتماعی ناعادلانه است که در ساخت اجتماعی ناموزون یعنی همان اختلاف شدید طبقاتی و منطقه‌ای متبلور شده و دو گروه غنی و فقیر متمدن، هر یک به دنبال ارضای نیازهای خود، پدیده قاچاق کالا را به وجود می‌آورند.

با توجه به نظریه‌های مورد بررسی می‌توان گفت که قاچاق کالا، نوعی انحراف و آسیب اجتماعی است که انواع عوامل کلان و خرد در بروز و شیوع آن تأثیرگذار است. فراهم بودن شرایط ساختاری و سازمانی برای قاچاق و وجود مجرم بانگیزه، باعث بروز انواع انحرافات اجتماعی مانند قاچاق خواهد شد.

با مبنا قرار دادن نظریه‌های یادشده با توجه به دلایل و شناخت علل و بازیگران در شیوع قاچاق کالا و ارز، نیاز است که به بررسی متغیرهای زیر به لحاظ جامعه‌شناختی در جامعه آماری مورد مطالعه بپردازیم: تلقی از قاچاق (درک قاچاق)، فرایند قاچاق، ادراک از فاعلان، ارزیابی از علل و چرایی قاچاق، پیامدهای قاچاق، دلایل تمایل به مصرف کالاهای قاچاق، ارزیابی از وضعیت مبارزه با قاچاق، ضرورت مبارزه با قاچاق و نقش مردم در مواجهه با کالاهای قاچاق.

روش تحقیق

مقاله پیش رو از حیث ماهیت، توصیفی و تحلیلی است و از حیث اجرا، به صورت مطالعه کتابخانه‌ای و میدانی (پیمایشی) به صورت توأمان است. جامعه آماری مورد مطالعه در تحقیق شامل مردم شانزده سال و بالاتر هفت استان کشور است که در سه سطح قابل دسته‌بندی است:

- ۱- استان‌های مبادی: شامل استان‌های کردستان، آذربایجان غربی، هرمزگان و خراسان رضوی
 - ۲- استان‌های پرمصرف: شامل استان‌های تهران و اصفهان
 - ۳- استان‌های کم‌مصرف: در نمونه تحقیق شامل استان سمنان
- برای انتخاب حجم نمونه در بین افراد جامعه آماری از فرمول عمومی کوکران استفاده شد.

$$N = \frac{N.t^2 . p . q}{N . d^2 + t^2 . p . q}$$

با توجه به پیش آزمون اولیه، میزان احتمال وجود کالای قاچاق در کشور حدود ۸۰ درصد بود. از این‌رو احتمال وجود صفت (وجود قاچاق) را ۰/۸ و عدم وجود صفت (نبود قاچاق) را ۰/۲ قرار دادیم.

$$n = \frac{19538466 \times (1/96)^2 \times (0/8) \times (0/2)}{19538466 \times (0/01)^2 + (1/96)^2 \times (0/8) \times (0/2)} = \frac{120009435}{1945.461} = 6144 \approx 7200$$

بدین ترتیب طبق فرمول کوکران، تعداد ۶۱۴۴ نفر به عنوان حجم نمونه به دست آمد. ولی برای دقت و تعمیم‌دهی بیشتر، از ۷۲۰۰ نفر نظرسنجی به عمل آمد. درباره شیوه نمونه‌گیری باید گفت که با استفاده از شیوه‌های نمونه‌گیری چندمرحله‌ای (خوشه‌ای، مطبق، سهمیه‌ای و تصادفی و...) از تمامی شهرستان‌ها و بخش‌ها با استفاده از اصل نسبت، حجم نمونه هر یک از مناطق مشخص شد و افراد نمونه با در نظر گرفتن معیارهای نمونه‌گیری در داخل هر شهر (برحسب منطقه، حوزه، بلوک و خانوار) انتخاب شدند. در این مطالعه، برای تعیین میزان اعتبار ابزار اندازه‌گیری، از اعتبار صوری^۱ استفاده شد؛ بدین صورت که از مشاوره و مصاحبه با کارشناسان و صاحب‌نظران آگاه به موضوع بهره گرفته شد و برای تعیین میزان قابلیت اعتماد و هم‌سازی درونی گویه‌ها جهت سنجش مفاهیم، بعد از تکمیل سی پرسشنامه به عنوان پیش‌آزمون^۲ از ضریب آلفای کرونباخ استفاده گردید. ضریب پایایی کل ابزار تحقیق (به میزان ۰/۷۹) نشان‌دهنده همبستگی درونی بین متغیرها برای سنجش مفاهیم مورد نظر است.

یافته‌های تحقیق

در این بخش ابتدا به سیمای آماری و مشخصات عمومی پاسخگویان پرداخته خواهد شد و در ادامه با توجه به یافته‌ها به پرسش‌های پژوهش پاسخ خواهیم داد.

1. FaceValidity
2. Pre-test

جدول ۱- توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب مشخصات فردی

مشخصات فردی	موارد	تعداد پاسخگویان		شاخص آماری	
		درصد	فراوانی	میانگین	انحراف معیار
جنس	زن	۴۴.۸	۳۲۳۸	-	-
	مرد	۵۵.۲	۳۹۹۲		
سن	۱۵-۲۵ سال	۲۳.۱	۱۶۷۱	۳۵.۰۴	۱۲.۱۵
	۲۶-۳۵ سال	۳۷.۸	۲۷۳۱		
	۳۶-۴۵ سال	۲۱.۳	۱۵۴۳		
	۴۶-۵۵ سال	۱۰.۵	۷۶۰		
	۵۶ سال به بالا	۷.۳	۵۲۵		
وضعیت تأهل	مجرد	۲۸.۹	۲۰۸۹	-	-
	متأهل	۶۴.۶	۴۶۷۳		
	همسر فوت کرده یا مطلقه	۲.۸	۲۰۲		
	بی جواب	۳.۷	۲۶۶		
تحصیلات	بی سواد	۳	۲۱۴	۱۲.۵۴	۳.۹۷
	کمتر از دیپلم	۱۷.۳	۱۲۵۰		
	دیپلم و کاردانی	۳۹.۸	۲۸۷۷		
	کارشناسی	۲۳.۷	۱۷۱۷		
	کارشناسی ارشد و بالاتر	۶	۴۳۲		
	بی جواب	۱۰.۲	۷۴۰		
	جمع پاسخگویان	۱۰۰	۷۲۳۰		

پاسخ به پرسش‌های پژوهش

بررسی عوامل و بازیگران در فرایند قاچاق کالا

از نگاه پاسخگویان، مجموعه عوامل و علل اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی، حقوقی، انتظامی، سازمانی و جغرافیایی در فرایند قاچاق کالا در کشور مؤثر و نقش‌آفرین هستند.

نتایج حاصل از آزمون فریدمن ($\text{Chi-square} = 2150.878$) که در سطح خطای کوچک‌تر از ۰.۰۱ معنی‌داری است، نشان می‌دهد که از میان عوامل متفاوت، دو عامل اقتصادی «سود کلان و زیاد» و «کسب درآمد زیاد و یک‌شبه» به ترتیب با میانگین رتبه‌های ۷/۰۲ و ۶/۳۶ در جایگاه اول و دوم قرار دارند. بنابراین از نگاه مردم، مهم‌ترین عوامل قاچاق را باید در منفعت‌جویی‌های مجرمانه‌ای جست‌وجو کرد که جریان‌ها و افراد سودجو از قاچاق جست‌وجو می‌کنند. در کنار این دو عامل، تمایل مردم برای خرید کالاهای خارجی با میانگین رتبه‌ای ۶/۲۷ در رتبه سوم و مسئله امرار معاش بخشی از جامعه از طریق قاچاق که با میانگین رتبه‌ای ۶/۲۵ در جایگاه چهارم قرار گرفته است نیز بیانگر این واقعیت است که از نگاه مردم، تنها سودجویان کلان و سازمان‌یافته نیستند که با نگرش اقتصادی به مسئله قاچاق دامن می‌زنند، بلکه بخشی از جامعه نیز از این طریق، معیشت خود را تأمین می‌کند. این امر بیانگر تأکید مجدد جامعه به عنصر اقتصاد در فرایند قاچاق است. بنابراین عامل اقتصادی هم در سطح کلان و هم در سطح خرد، در فرایند قاچاق به عنوان متغیری تأثیرگذار، نقش‌آفرین است.

با توجه به اینکه مسئله فرهنگ و تمایل مردم به مصرف کالاهای خارجی که بخشی از سبک زندگی جامعه ایران را تشکیل می‌دهد، با میانگین رتبه‌ای ۶/۲۷ در جایگاه سوم قرار گرفته است، بنابراین واقعیتی که در ذهنیت عمومی جریان دارد این است که تقاضای عمومی برای کالاهای قاچاق را که با ته‌نشست فرهنگی همراه است و در سبک زندگی بخش قابل توجهی از مردم نفوذ کرده، باید عاملی مهم و تأثیرگذار در فرایند تسهیل و تداوم پدیده قاچاق در نظر گرفت. سهل‌انگاری در فرایندهای کنترلی به‌ویژه در مرزها و مبادی ورودی کشور در کنار عدم جدیت نهادها و دست‌اندرکاران مبارزه با قاچاق، از جمله عوامل دیگری است که می‌توان آنها را در رتبه بعدی عوامل تداوم و تعمیق قاچاق کالا از نگاه مردم قلمداد نمود. این نگرش، صرف‌نظر از علل و چرایی آن می‌تواند بیانگر نوعی بدبینی و اختلال در روندهای مدیریت کنترلی کشور باشد. مجموع این نتایج بیانگر این واقعیت است که هرچند مردم، اطلاع روشن و دقیقی از علل و عوامل رشد و تداوم قاچاق کالا ندارند، بر عواملی تأکید می‌کنند که با واقعیت تعارض ندارد و بخشی از واقعیت‌های موجود در ذهنیت عمومی را بازنمایی و انعکاس می‌نماید.

جدول ۲- مقایسه و اولویت‌بندی عوامل و چرایی قاچاق کالا

رتبه	میانگین رتبه‌ای (Mean rank)	عوامل
۱	۷.۰۲	سود کلان و زیاد
۲	۶.۳۶	کسب درآمد زیاد و یک‌شبه
۳	۶.۲۷	تمایل مردم برای خرید کالاهای خارجی
۴	۶.۲۵	امرار معاش از این راه
۵	۶.۰۵	عادی شدن ورود و خروج کالاها و اجناس از راه غیر قانونی
۶	۵.۹۹	سهل‌انگاری و ضعف در کنترل مرزها، گمرک و فرودگاه‌های کشور
۷	۵.۸۹	ارزان‌تر بودن کالاهای قاچاق نسبت به کالاهای ساخت داخل
۸	۵.۷۲	اعتقاد به شغل بودن ورود و خروج کالا
۹	۵.۷۲	جدی نبودن مسئولان برای مقابله با کالای قاچاق
۱۰	۵.۴۴	قبول نداشتن قانون مربوط به ورود و خروج کالاها و وسایل خارجی به داخل کشور
۱۱	۵.۱۵	بی‌اطلاعی برخی از افراد از قانون و مقررات مربوط به صادرات و واردات

Chi-Square = ۲۱۵۰.۸۷۸

df = ۱۰

Sig = ۰.۰۰۱

با توجه به آنکه در این تحقیق به منظور سنجش نظر مردم درباره بازیگران و گروه‌های مختلف در فرایند قاچاق، هشت گروه مطرح شده است، از این‌رو در ذیل، ضمن مقایسه آنها به کمک آزمون فریدمن، به اولویت‌بندی این عوامل بر اساس میزان تأثیرگذاری پرداخته شده است.

نتایج حاصل از آزمون فریدمن ($\text{Chi-square} = 198.391$) که در سطح خطای کوچک‌تر از ۰.۰۱ معنی‌داری است، بیانگر آن است که از دید پاسخگویان، بین افراد و گروه‌های تأثیرگذار در فرایند قاچاق کالا، تفاوت معناداری وجود دارد. مطالعه و بررسی

میانگین رتبه‌ای، گویای این واقعیت است که علی‌رغم اتفاق نظر نسبی پاسخگویان درباره مداخله، مشارکت و اثربخشی تمامی هشت گروه معرفی شده می‌توان تفاوت‌های رتبه‌ای را در بین آنها مشاهده کرد.

مطابق نتایج، مهم‌ترین کنشگرانی که عمل آنها، فرایند قاچاق را تسهیل می‌کند شامل «افراد بانفوذ» در سازمان‌ها و اداره‌های دولتی است. کسب میانگین رتبه‌ای ۴/۶۱ هرچند فاصله زیادی با دیگر عوامل و بازیگران ندارد، گویای این واقعیت است که این نوع افراد با ایفای نقش و ممانعت از اجرای قانون و یا ایجاد تسهیل در فرایندهای قاچاق، مهم‌ترین تأثیر را در فرایند قاچاق کالا دارند. «تاجران کشورهای همسایه» از نظر رتبه در جایگاه دوم و «سهل‌انگاری و رفتارهای خلاف برخی از کارکنان اداره‌های مسئول» در جایگاه سوم از نظر اثربخشی قرار دارد. رتبه سوم به نوعی تأکید بر همان عامل اول است که نقش افراد متنفذ در اداره‌ها در فرایند قاچاق را برجسته می‌دانست. اما با نگاهی دقیق‌تر می‌توان تأکید کرد که اکثریت مردم در رتبه‌بندی بین عوامل قاچاق، بر چند نکته به طور ناخودآگاه تأکید می‌کنند که عبارتند از:

- اکثریت پاسخگویان، نقش بازیگران داخلی را در فرایند قاچاق، برجسته‌تر از عوامل خارجی می‌دانند.
- مردم، فرایند قاچاق را در ذهنیت خود به گونه‌ای سامان داده‌اند که همکاری چند دسته از کنشگران و هماهنگی آنها در فرایند قاچاق، تأثیرگذار است. گروه‌های اصلی و یا کنشگران اصلی از نگاه آنها شامل بازیگران فعال در نهادهای رسمی، تاجران داخلی، بازیگران منطقه‌ای و باندهای بین‌المللی می‌شود.
- نگاه مردم به قاچاق، نگاهی فرایندی است که کنشگران، نقش مکمل دارند و در هر مرحله با کمک و مشارکت تعدادی از عواملان، قاچاق انجام و تکمیل می‌گردد.
- چندگانه دانستن بازیگران و عاملان قاچاق از نگاه مردم، حاکی از این ذهنیت است که قاچاق، امر سازمان‌یافته‌ای است و کنشگران متفاوت در هر مرحله‌ای با برنامه‌ریزی و پیش‌بینی دقیق، رفع موانع و محدودیت‌ها و تمهید مقدمات و ضرورت‌های لازم، اهداف خود را به پیش می‌برند.
- نگاه مردم به قاچاق و بازیگران، امری کارکردی است که هر کنشگر با ایفای

نقش‌های خاص در یک ساختار هماهنگ، کارکرد مورد انتظار را تحقق می‌بخشند. نگاه کارکردی به قاچاق، ایفای نقش توسط کنشگران متفاوت را از نگاه مردم تبیین کرده، آن را معنادار می‌نماید.

جدول ۳- مقایسه و اولویت‌بندی افراد و گروه‌های مختلف در فرایند قاچاق

رتبه	میانگین رتبه‌ای (Mean rank)	گروه‌ها
۱	۴.۶۱	افراد بانفوذ در سازمان‌ها و اداره‌های دولتی
۲	۴.۶۰	تاجران کشورهای همسایه
۳	۴.۵۸	سهل‌انگاری و یا خلاف‌کاری برخی از کارکنان اداره‌ها و سازمان‌های داخلی
۴	۴.۴۹	برخی از مغازه‌داران و تاجران در شهرهای نزدیک مرز
۵	۴.۴۹	گروهی از مردم معمولی نزدیک مرز که برای امرار معاش خودشان، کالاها را خارج از گمرک به کشور وارد می‌کنند.
۶	۴.۴۵	باندهای بین‌المللی در سطح دنیا که به کارهای غیر قانونی مشغول هستند.
۷	۴.۳۵	شرکت‌های تجاری که در سطح داخل و خارج از کشور فعال هستند.
۸	۴.۲۷	تاجران عمده ایرانی

Chi-Square = ۱۹۸.۳۹۱

df = ۷

Sig = ۰.۰۰۱

بررسی ارزیابی مردم از عملکرد نهادها و سازمان‌های مسئول

عموم مردم هرچند بر تلاش‌های مسئولان و نهادها به منظور مبارزه با پدیده قاچاق صحنه می‌گذارند، همچنان این باور را نیز دارند که این میزان تلاش، برنامه‌ریزی و سیاست‌گذاری، کافی نبوده، حلال مشکلات نیست؛ زیرا ۴۴ درصد پاسخگویان، مقابله مسئولان با ورود و خروج کالاها به شکل غیر قانونی را ضعیف ارزیابی کرده‌اند و ۲۴ درصد از آنان، نبود مبارزه جدی و قاطع را مهم‌ترین علت مؤثر نبودن مبارزه با ورود کالاها را بیان نموده‌اند.

جدول ۴- آزمون t تک نمونه برای بررسی عملکرد نهادها و سازمان‌های مسئول در فرایند مدیریت قاچاق کالا^(۳)

متغیر	میانگین (۴-۲۰)	انحراف استاندارد	میانگین مفروض	T	درجه آزادی (df)	سطح معناداری (sig)
عملکرد نهادهای مسئول	۱۱.۶۴	۳.۹۷	۱۲	-۷.۴۹۷	۷۲۲۹	۰.۰۰۱

با توجه به نتایج حاصل از آزمون بالا ($t = -7.497$, $P < 0.01$) می‌توان گفت که مردم، عملکرد نهادها و سازمان‌های مسئول را در فرایند مدیریت قاچاق کالا در حد ضعیفی ارزیابی کرده‌اند؛ زیرا میانگین شاخص (۱۱.۶۴) کمتر از میانگین مفروض (۱۲) است و این تفاوت میانگین نیز معنی‌دار است.

مقایسه استان‌های مبادی، پرمصرف و کم‌مصرف در ارزیابی آنها از نقش سازمان‌های کشور در مبارزه با قاچاق کالا بیانگر این است که پاسخگویان استان‌های پرمصرف (با میانگین نمره ۳۳.۱۴) بیشتر از پاسخگویان سایر استان‌ها (مبادی و کم‌مصرف)، تأثیر نهادها و سازمان‌های کشور را در اطلاع‌رسانی به مردم برای مبارزه با قاچاق کالا، مؤثر ارزیابی کرده‌اند.

جدول ۵- توزیع نسبی پاسخگویان برحسب ارزیابی از نهادها و سازمان‌های کشور در مبارزه با قاچاق کالا

کل	استان			موارد	
	کم‌مصرف	پرمصرف	مبادی		
۱۱۸۸	۱۷۴	۴۲۷	۵۸۷	تعداد	کم
۱۶.۴	۲۹	۱۵.۲	۱۵.۳	درصد	
۱۴۵۱	۱۲۰	۴۶۶	۸۶۵	تعداد	متوسط
۲۰.۱	۲۰	۱۶.۶	۲۲.۶	درصد	
۴۳۲۴	۲۸۱	۱۸۳۵	۲۲۰۸	تعداد	زیاد
۵۹.۸	۴۶.۸	۶۵.۵	۵۷.۷	درصد	
۲۶۷	۲۵	۷۲	۱۷۰	تعداد	نمی‌دانم
۳.۷	۴.۲	۲.۶	۴.۴	درصد	
۷۲۳۰	۶۰۰	۲۸۰۰	۳۸۳۰	تعداد	جمع
۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	درصد	
M=۳۱.۹۳ SD=۸.۳۶	M=۳۰.۴۵ SD=۹.۰۹	M=۳۳.۱۴ SD=۸.۰۱	M=۳۱.۲۸ SD=۸.۳۸	شاخص‌های آماری (۹-۴۵)	

بررسی آثار و عواقب رشد و گسترش پدیده قاچاق کالا

برای سنجش نظر مردم درباره آثار و پیامدهای قاچاق کالا در عرصه‌های اقتصادی و اجتماعی، هجده پیامد مطرح شد که در ادامه، ضمن مقایسه آنها به کمک آزمون فریدمن، به اولویت‌بندی این عوامل بر اساس میزان اهمیت پرداخته شده است. نتایج حاصل از آزمون فریدمن ($\text{Chi-square} = 2917.568$) که در سطح خطای کوچک‌تر از ۰.۰۱ معنی‌داری است، نشان می‌دهد که میانگین رتبه‌ای عامل «لطمه خوردن اقتصاد و تولید ملی» که برابر ۱۰.۷۶ است و میانگین رتبه‌ای «دل‌سردی و ناامیدی تولیدکنندگان داخلی» که برابر با ۱۰.۴۶ بوده است، نشان‌دهنده مهم‌ترین عواقب قاچاق کالا از دید پاسخگویان بوده است؛ هرچند تمامی شاخص‌ها، میانگین بالایی را به نمایش گذاشته‌اند.

مقایسه استان‌های سه‌گانه (پرمصرف، کم‌مصرف و مبادی) در میزان آشنایی با پیامدهای منفی قاچاق کالا بیانگر آن است که پاسخگویان در استان‌های مصرف‌کننده مثل تهران و اصفهان که مصرف‌کنندگان اصلی کالای قاچاق هستند، ارزیابی منفی‌تری از پیامدها و عواقب قاچاق در فرایندهای اقتصادی- اجتماعی کشور نسبت به استان‌هایی که مبادی و کم‌مصرف هستند، داشته‌اند.

جدول ۶- مقایسه و اولویت‌بندی پیامدهای قاچاق کالا

رتبه	میانگین رتبه‌ای (Mean rank)	گروه‌ها
۱	۱۰.۷۶	لطمه خوردن اقتصاد و تولید ملی
۲	۱۰.۴۱	دل‌سردی و ناامیدی تولیدکنندگان داخلی
۳	۱۰.۱۳	رشد دلال‌بازی در کشور
۴	۱۰.۱۲	خارج شدن سرمایه به خارج از کشور برای وارد کردن کالاهای خارجی
۵	۱۰.۰۴	چندنرخی شدن کالاها و ایجاد بازار سیاه
۶	۹.۸۷	بی‌اعتمادی مردم به کالاهای داخلی و گرایش به کالاهای خارجی
۷	۹.۸۳	ایجاد شغل‌های کاذب و غیر قانونی
۸	۹.۷۳	وابستگی کشور به کالاها و وسایل خارجی
۹	۹.۶۵	بیکاری
۱۰	۹.۵۳	شیوع انواع بیماری‌ها در کشور
۱۱	۹.۴۹	کاهش درآمد کشور به دلیل نپرداختن عوارض و گمرک
۱۲	۹.۳۶	عقب‌ماندگی کشور
۱۳	۹.۰۹	بی‌نظمی و به‌هم‌ریختگی در کشور
۱۴	۸.۹۸	خرید و فروش کالاهای غیر قانونی توسط تعداد بیشتری از مردم
۱۵	۸.۸۴	عادی شدن کارهای خلاف و غیر قانونی برای افرادی که مشغول به این کار هستند.
۱۶	۸.۷۱	تغییر اخلاق و رسوم کشور و یا تحت تأثیر فرهنگ خارجی قرار گرفتن
۱۷	۸.۵۶	عادی شدن خوردن مال حرام و انجام کارهای غیر شرعی
۱۸	۷.۹۰	عادی شدن ورود و خروج غیر قانونی کالاها

Chi-Square = ۲۹۱۷.۵۶۸

df = ۱۷

Sig = .۰۰۰۱

بررسی نقش مردم در فرایند مدیریت بهینه قاچاق کالا

از نگاه پاسخگویان اکنون تنها ۳۶٪ مردم در این باره مشارکت می‌نمایند. در صورتی که بخشی از افراد جامعه، اطلاعات کافی و مناسب درباره ابعاد و مناسبات ورود پدیده قاچاق کالا نداشته، بر زمینه‌ها و پیامدهای آن اشراف ندارند. این شرایط نیازمند فعالیت آموزشی، اطلاع‌رسانی و فرهنگ‌سازی است. مشارکت مردم در امر مبارزه با کالاهای قاچاق تا حد زیادی می‌تواند مؤثر و مفید باشد. البته میزان آگاهی و اطلاعات مردم درباره کالاهای قاچاق و تبعات آن بر اقتصاد و فرهنگ و... بسیار کم است و حتی امکان تشخیص کالای قاچاق از غیر قاچاق نیز برای مردم چندان مشخص و ممکن نیست. از این رو لازم است که در این زمینه، اطلاع‌رسانی و فرهنگ‌سازی اصولی صورت پذیرد. حتی در برنامه‌های درسی مدارس نیز باید این موضوعات گنجانیده شده، کودک و نوجوان و جوان ما با این پدیده و آثار و تبعات آن آشنا شود. همچنین لازم است که از پتانسیل‌های رسانه ملی با توجه به فراگیر بودن آن در کشور استفاده کرد. در صورت تحقق این امر، مردم با نخریدن کالاهای مشکوک به قاچاق، حمایت از تولیدات داخلی با خرید محصولات ساخت داخل، معرفی قاچاق‌کنندگان کالا به مراجع ذی‌صلاح و... در امر مبارزه با قاچاق مشارکت می‌نمایند.

بحث و نتیجه‌گیری

یافته‌ها بیانگر آن است که اهم مسائل در عرصه قاچاق کالا در یک برآیند کلی عبارتند از:

- مصرف گسترده کالاهای قاچاق توسط مردم
- عدم شناخت و قدرت تشخیص کالای قاچاق از غیر قاچاق در کشور
- تعارض شناختی و ادراکی جامعه نسبت به کارکردهای قاچاق و مصرف کالاهای خارجی و قاچاق
- مشارکت بخشی از مردم در فرایند قاچاق به دلایل گوناگون
- بدبینی و ضعف احساس تعلق به کالاهای تولید داخلی به دلیل نازل بودن کیفیت

- خوش‌بینی و ارزیابی مثبت از کالاهای خارجی و تمایل به مصرف آن
- عدم حساسیت در بدنه جامعه نسبت به کالاهای قاچاق و عدم تأمل برای اطمینان از سلامت و قانونی بودن ورود و عرضه آن

این مسائل از جمله عوامل و بنیان‌های زیرساختی‌ای است که هم فرایند قاچاق در کشور و مصرف کالاهای قاچاق توسط بدنه جامعه را تسهیل می‌کند و هم یکی از ارکان اصلی مقابله با قاچاق را که خود مردم هستند، از مدار مقابله خارج می‌سازد. به طور طبیعی کارکردهای منفی دوگانه یادشده نه تنها چشم‌انداز روشنی را برای تعدیل و کاهش قاچاق در کشور به نمایش نمی‌گذارد، بلکه شرایطی را پدید می‌آورد که بالقوه و بالفعل مستعد گسترش نرخ مصرف کالاهای قاچاق در جامعه است. مدیریت پدیده قاچاق، واجد ابعاد گوناگونی است که در جای خود به آن اشاره خواهد شد، اما نقش مردم و جامعه در این فرایند، بسیار بنیادین است و بدون حضور، آگاهی، مشارکت، نقش‌پذیری و مسئولیت‌پذیری آحاد جامعه که هم در عرصه عمومی حضور دارند و هم در صفوف متفاوت اشتغال دارند، مهندسی این پدیدار اگر نگوئیم غیر ممکن، بسیار سخت خواهد بود.

بخشی از آنچه با عنوان مسئله از آن یاد شد، مبدل به الگوی رفتاری، گرایش، عادات و آداب، عادت‌واره و منش اجتماعی شده است که در «میدان اجتماعی»، روند هنجاری یافته و آحاد جامعه، آن را به عنوان بخشی از فرهنگ عمومی حمل کرده و به آن تمایل یافته‌اند. آنچه مبارزه با این پدیده را مشکل می‌نماید، رفتار مصرفی ناشی از ته‌نشین شدن این الگوها به عنوان فرهنگ و الگوی فرهنگی است که افراد را از درون به آن متمایل کرده و آنها با انگیزه درونی به سوی مصرف آن گرایش دارند. شکل ارزشی گرفتن کالاهای خارجی، مصرف آن را اجتناب‌ناپذیر می‌نماید، زیرا مردم تابع ارزش‌هایی هستند که در جامعه به‌ویژه اقشار و طبقات هنجارفرست، آن را ترویج و در سبک زندگی خود، آن را تجسم و تجلی می‌بخشند. مدیریت این پدیدارها در گام نخستین مستلزم فرهنگ‌سازی نوینی است که باید در الگوی هماهنگ توسط سازمان‌ها و ساختارهای فرهنگی، آموزشی، رسانه‌ای و مذهبی و در قالبی نگرشی و گفتمانی واحد و با نقش‌های تعریف‌شده به اجرا درآید. به تعبیر دیگر تک‌تک این مسائل باید در قالب مسئله‌ای راهبردی که زیرساختی

فرهنگی، اجتماعی، اقتصادی و... یافته است، تعریف و با استعانت از الگوی حل مسائل اجتماعی که مستلزم «سیاست اجتماعی» است، مدیریت شود.

شایان ذکر است که در این راستا اقدامات، استراتژی‌ها و رویکردهای غیر علمی، گسسته، ناهماهنگ، مشکل‌گرا و قالبی، نه تنها معطوف به نتیجه نخواهد بود، بلکه زمینه‌های تعمیق آن به دلیل بی‌بهرگی از اصول علمی و مدیریت اجتماعی، محکوم به شکست است. اما درباره علل و عوامل تأثیرگذار بر رفتار مصرفی مردم در حوزه قاچاق کالا، با مطالعه، دقت نظر و تحلیل رویکردها، گرایش‌ها و نظریات عمومی که در این مقاله به طور جزئی به آن پرداخته شد، می‌توان عوامل گوناگونی را به عنوان علل تأثیرگذار در مصرف کالای قاچاق در بدنه جامعه مورد اشاره و تأکید قرار داد. برخی از این عوامل و علل در عناوین ذیل قابل ذکر است:

۱. قیمت: کماکان برای مردم و اکثریت جامعه، مسئله قیمت، متغیری تعیین‌کننده است و هر کالایی که با قیمتی، ارزان‌تر ارائه شود که از نظر ظاهری نیز واجد جذابیت کافی باشد، انگیزش بیشتری برای جذب مشتریان داخلی دارد.
۲. ضعف سرمایه‌های اجتماعی نسبت به تولیدکنندگان کالاهای داخلی: بخش زیادی از جامعه به کالاهای داخلی «اعتماد» ندارند، از مصرف آن «راضی» نیستند، شرکت‌های سازنده را «پاسخگو» ارزیابی نمی‌کنند و ...
۳. مرغوبیت کالا: در ذهنیت عمومی، کالاهای داخلی نامرغوب و کالاهای خارجی مرغوب است؛ یعنی کالاهای خارجی از اعتماد و رضامندی بیشتری در بدنه جامعه برخوردار شده است.
۴. هنجاری شدن مصرف کالای قاچاق: مصرف بسیاری از کالاهای خارجی در بین اقشار اجتماعی به‌ویژه اقشار مرفه و یا دارای نگرش‌های نوگرایانه، نه تنها نابهنجار نیست، بلکه عاملی برای نمایش سبک زندگی مدرن است که مصرف آن، انگیزش‌های طرف مقابل را جذب و آن را به تحسین وامی‌دارد و این موضوع در استان‌های پرمصرف مثل تهران، بیشتر از استان‌های مبادی و کم‌مصرف است.

۵. فقدان اهمیت درباره ماهیت قانونی و یا غیر قانونی کالاهای واردشده: بخش کثیری از مردم هنگام خرید کالای مصرفی خود، هرگز این سؤال را از عرضه کننده نمی پرسند که آیا کالا واجد مختصات قانونی است یا خیر؟ و اساساً به این موضوع فکر نمی کنند و اعتنایی به آن ندارند.
 ۶. مبدل شدن کالاهای لوکس و وارداتی به عنوان بخشی از سبک زندگی مردم: مصرف این کالاها در وسایل زندگی، وسایل آرایش، وسایل ساختمانی و... به عنوان بخشی از مصرف قابل قبول جامعه مبدل شده که مردم خود، داشتن آن را ارجحیت داده و ارزشی می دانند.
 ۷. اجبار مصرفی: بخش هایی از جامعه به دلیل اجبار، کالاهای قاچاق را مصرف می کنند که در دو عرصه، این اجبار بیشتر نمایان است: دارو، مواد و کالاهای آرایشی. نمونه داخلی این کالاها یا اساساً وجود ندارد و یا فاقد کیفیت بوده، نمی تواند انتظارات مصرف کننده را پاسخگو باشد. نیاز به این کالاها، مصرف آن را اجتنابناپذیر می نماید.
 ۸. ناشناخته بودن ماهیت کالاهای قاچاق: در بازار ایران، کالاهای قانونی و غیر قانونی آنچنان ممزوج گردیده و آزادانه به فروش می رسد که مصرف کننده هرگز نمی تواند ادراک و شناخت دقیقی از ماهیت آن پیدا کند. بنابراین می توان گفت که مصرف کننده ایرانی در معرض انواع کالاها قرار می گیرد که از ماهیت آن بی اطلاع است و نه تخصص و نه دانش مناسب برای تشخیص آن دارد و در سکوت دستگاه های ناظر، مجبور به مصرف آن است.
 ۹. مکانیزم جبران و تکمیل: بدبینی و بی اعتمادی مردم به کالاهای داخلی و شرکت های سازنده آنها که عموماً پاسخگو نیستند، باعث شده که به مرور این ذهنیت در جامعه پدید آید که مصرف کالاهای خارجی به صرفه تر است و برای جبران کاستی ها، ناپاسخگویی ها، کیفیت نازل، عدم ارائه خدمات پس از فروش، احساس استغنائی شرکت های داخلی در مقابل جامعه و... مردم به سوی کالاهای خارجی متمایل می شوند.
- آنچه از نتایج این پژوهش قابل ادراک است، همین عواملی است که به آنها اشاره شد، اما قطعاً نمی توان تأکید کرد که تک تک این عوامل تأثیرگذار است و دارای ضریب

اثربخشی واحد و هم‌اندازه‌ای است. حتی ممکن است عوامل دیگری نیز در این فرایند تأثیرگذار باشد که در حوزه‌های اقتصادی، حقوقی، کنترلی و حتی سیاسی باید به آنها اشاره و تک‌تک این عوامل استخراج شده، مورد بازکاوی و موشکافی قرار گیرد. اما آنچه در بدنه جامعه، فرایند مصرف کالاهای قاچاق را تسهیل می‌نماید، همین ذهنیت‌های اجتماعی، فرهنگ عمومی، الگوهای رفتاری و عادت‌واره‌هایی است که در سبک زندگی امروز بخش‌هایی از جامعه ایران ته‌نشین شده است و آنها را به سوی رفتارهای خاص سوق می‌دهد.

در حوزه سیاست‌گذاری اجتماعی، مدیریت این عناصر و مسائل فرهنگی، گام نخستین در این پدیده به شمار می‌رود که باید با طراحی علمی و مدیریت دقیق و ایجاد زیرساخت‌های مناسب راهبردی، آموزشی، اجتماعی و... طراحی و اجرا شود.

البته نکته حائز اهمیت آن است که در عرصه مدیریت افکار عمومی و سیاست‌گذاری اجتماعی می‌باید اهدافی چند مدنظر قرار گیرد؛ از جمله: اصلاح ذهنیت عمومی نسبت به قاچاق، کالاهای خارجی و کیفیت و نحوه ورود آن به کشور و آثار آن در زندگی فردی و جمعی؛ ایجاد انگیزش لازم در مردم برای مقاومت در مصرف کالاهای خارجی قاچاق و مشارکت در فرایند ممانعت از ایجاد گرایش، عرضه و مصرف کالاهای قاچاق؛ ایجاد گفتمان، رویکرد و اندیشه مشترک در سطح ساختارها و نهادهای فرهنگی، آموزشی، کنترلی و قضایی درباره قاچاق کالا، کارکردها و ضرورت‌های مقابله‌ای؛ بسیج ظرفیت‌ها، منابع و سرمایه‌های اجتماعی برای فرهنگ‌سازی و ممانعت از تداوم و تسری عادت‌واره‌های تسهیل‌کننده مصرفی به‌ویژه در مصرف کالاهای قاچاق و...

به طور قطع پیشبرد این اهداف که تماماً ابعاد نرم‌افزاری آن بسیار برجسته است، نیازمند برنامه‌ریزی هوشمندانه، تخصصی و واقع‌بینانه است که مشارکت و مداخله تمامی نهادها را اقتضا می‌نماید و بیش از پیش نیازمند عزم ملی، مدیریت واحد، نظارت دقیق و هوشمندانه و ارزیابی علمی دارد. دستیابی به این مهم تنها در ابعاد ساختاری قابل تأکید نیست، بلکه ابعاد نظری، گفتمانی، علمی و تخصصی و به‌طور کلی ابعاد نرم‌افزاری آن، بسیار مؤثرتر و حساس‌تر است که باید از طریق مطالعه‌های دقیق به‌ویژه مطالعه ابعاد فرهنگی، ارزیابی و برآورد از فرصت‌ها، منابع و سرمایه‌های اجتماعی این کار

عملی گردد. طراحی و اجرای پژوهش‌های راهبردی، اجتماعی و فرهنگی از مقدمات پیشبرد الگوی دقیقی است که در این عرصه ضرورت دارد.

پی‌نوشت

۱. در شرایط فعلی، تعریف قاچاق صرفاً ناظر به مبادی ورودی و خروجی و مرزهای جغرافیایی نمی‌گردد؛ بلکه نگهداری و توزیع و حمل کالای فاقد مجوز قانونی در داخل کشور نیز قاچاق محسوب می‌شود.
۲. لازم به توضیح است که برای سنجش متغیر یادشده از چهار سؤال در قالب طیف پنج‌گزینه‌ای لیکرت استفاده شده است که دامنه نمره‌ها بین ۴ تا ۲۰ است. در ضمن مقدار متوسط مفروض برای هر گویه ۳ است که میانگین مفروض چهار گویه، ۱۲ است.

منابع

- احمدی، محمدمبین و دیگران (۱۴۰۰) «شناسایی و اولویت‌بندی عوامل مؤثر بر قاچاق کالا در جمهوری اسلامی ایران با استفاده از روش دلفی فازی»، فصلنامه علمی مطالعات امنیت اقتصادی، سال دوم، شماره ۱ (پیاپی ۵)، صص ۲۹-۴۶.
- امین صارمی، نوذر و رضا جورکش (۱۳۷۹) «تبیین قاچاق کالا از منظر جامعه‌شناختی»، دانش انتظامی، شماره ۲ و ۳، تابستان و پاییز، صص ۴۱-۵۷.
- حسینیان، شهامت و دیگران (۱۳۸۸) «عوامل سازمانی مؤثر بر عملکرد کارکنان مبارزه با قاچاق کالای فرماندهی انتظامی استان هرمزگان»، فصلنامه مطالعات مدیریت انتظامی، سال چهارم، شماره ۱، بهار، صص ۵۲-۷۲.
- دهخدا، علی‌اکبر (۱۳۷۱) فرهنگ لغات دهخدا، جلد ۲۷، تهران، امیرکبیر.
- سبحانی‌نژاد، مهدی و عبدالله افشار (۱۳۸۸) علل ناکارآمدی مقابله با قاچاق، معرفت، شماره ۱۴۶، بهمن، صص ۳۲-۴۵.
- سلطانی، ابراهیم (۱۳۷۴) تجزیه و تحلیل علل عمده گرایش مصرف‌کنندگان تهرانی به کالاهای خارجی، پایان‌نامه کارشناسی‌ارشد مدیریت بازاریابی، استاد راهنما داور ونوس، دانشگاه تربیت مدرس، دانشکده علوم انسانی.
- شاطریان، محسن و دیگران (۱۳۹۲) «تأثیر وضعیت اجتماعی-اقتصادی مرزنشینان بر قاچاق کالا (مطالعه موردی: استان‌های سیستان و بلوچستان، بوشهر و کردستان)»، فصلنامه پژوهش‌های جغرافیای انسانی، دوره چهل‌وپنجم، شماره ۲، تابستان، صص ۱۵۷-۱۷۸.
- شریف، مصطفی و دیگران (۱۳۹۲) «بررسی عوامل مؤثر بر قاچاق کالا در مرزهای دریایی استان سیستان و بلوچستان و راه‌حلهایی برای کاهش آن»، اولین همایش الکترونیکی چشم‌انداز اقتصاد ایران، با رویکرد حمایت از تولید ملی، ۲۸ آذر ۱۳۹۲.
- صفری شالی، رضا (۱۳۹۳) قاچاق کالا، علل، چگونگی و کارکردهای آن از نگاه مردم، معاونت فرهنگی و پژوهش ستاد مرکزی مبارزه با قاچاق کالا و ارز.
- عبدالمحمدی، امیر (۱۳۸۸) «مطالعه و بررسی عوامل اجتماعی مؤثر بر قاچاق کالا در ایران»، پژوهش‌نامه نظم و امنیت اجتماعی، شماره ۷، صص ۱۷۹-۲۰۷.
- قادری، ادريس و دیگران (۱۴۰۰) «تحلیل کیفی عوامل ارتکاب قاچاق کالا در شهرهای مرزی استان آذربایجان غربی»، فصلنامه علوم و فنون مرزی، دوره دهم، شماره ۳، صص ۱۵۳-۱۸۳.
- کهنه‌پوشی، سید هادی و حمید شایان (۱۳۹۲) «بررسی تأثیرات اقتصادی قاچاق کالا بر شهرهای مرزی مطالعه موردی شهر مریوان»، تحقیقات کاربردی علوم جغرافیایی (علوم جغرافیایی)، دوره

صدوسیزدهم، شماره ۲۹، صص ۵۱-۷۳.

گار، تدرابرت (۱۳۷۷) چرا انسان‌ها شورش می‌کنند، ترجمه علی مرشدی‌زاده، تهران، پژوهشکده مطالعات راهبردی.

معنایی، معصومه (۱۳۸۳) بررسی عوامل مؤثر بر گرایش زنان به کار واسطه‌گری و قاچاق کالا و پیامدهای اجتماعی، استانداری هرمزگان، کمیسیون امور بانوان.

موسایی، میثم و مریم احمدزاده (۱۳۸۹) «بررسی رابطه بین آموزش اجتماعی و ارتکاب به قاچاق کالا (مطالعه موردی: استان هرمزگان)»، مجله بررسی‌های بازرگانی، شماره ۴۳، مهر و آبان، صص ۶۹-۷۷.

مؤسسه تحقیقات تدبیر اقتصاد (۱۳۸۱) قاچاق، تهران، مؤسسه تحقیقات تدبیر اقتصاد.

Bhagwati, J, and Hansen, B, A (1973) Theoretical Analysis of Smuggling, Quarterly Journal of Economics, Vol.87.

Ewa Gwardzińska & Małgorzata Chackiewicz (2022) "Customs smuggling of goods infringing the intellectual property rights in the European Union", journal of security and security and sustainability ISSUES ISSN 2029-7017 print/ISSN 2029-7025 online 2022 Volume 12 <http://doi.org/10.47459/jssi.2022.12.13>

Frey, B. S. and Weck-Hannemann, H, (1984) The hidden economy as an unobserved variable, European Economic Review, Vol 26/1.

Mirzaei, Mahdiah, S.M.J. Mirzapour Al-e-hashem & Mohsen Akbarpour Shirazi, (2021) "A maximum-flow network interdiction problem in an uncertain environment under information asymmetry condition: Application to smuggling goods", (September 2021) Computers & Industrial Engineering 162(1):107708.

Schneider, F. Enste, D, (2000) Shadow economies: size, causes, and consequences, The Journal of Economic Literature Vol 38.

Tanzi, Vito (1999) Uses and Abuses of Estimates of the Underground Economy, The Economic Journal, Vol 109, 1999, pp: 338-347.

Yeming Shen, Thomas C. Sharkey, Boleslaw K. Szymanski & William Wallace, (2021) "Interdicting interdependent contraband smuggling, money and money laundering networks", Socio-Economic Planning Sciences, Volume 78, December 2021, 101068.