

فصلنامه پژوهش‌های دانش انتظامی، سال بیست‌و‌چهارم، شماره ۲، تابستان ۱۴۰۱

صص ۱۱۵-۸۳

راهبردهای مقابله با قاچاق کالا و ارز در فضای مجازی^۱

ابوالفضل پورمنافی^۲، ابراهیم قربانی^۳، اکرم عاملی^۴

تاریخ دریافت: ۱۴۰۰/۰۶/۲۳ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۰/۱۰/۰۳

چکیده

زمینه و هدف: با گسترش روند خرید و فروش‌های در فضای مجازی، مبارزه با قاچاق کالا و ارز در این فضا، وارد مراحل پیچیده‌تری شده است. تحقیق حاضر با هدف ارائه راهبردهای مقابله با قاچاق کالا و ارز در فضای مجازی انجام شد. **روش:** این پژوهش در چارچوب رویکرد کیفی و روش تحقیق داده‌بنیاد/شترابوس و کوربین انجام شد. مشارکت‌کنندگان، ۱۷ نفر از خبرگان دارای دانش مرتبط با موضوع بوده که با استفاده از روش نمونه‌گیری گلوله برفی و تا زمان رسیدن به اشباع نظری، حاضر به مشارکت در پژوهش شدند. ابزار مورد استفاده مصاحبه نیمه‌ساختاریافته بود. جهت تحلیل داده‌ها از نرم‌افزار MAXQDA استفاده شده است.

یافته‌ها: ضعف در تدوین و اجرای قوانین و مقررات، کمبود نظارت بر کیفیت و قیمت کالاهای عرضه شده و ضعف مدیریت به‌عنوان عوامل علی؛ فقر و بیکاری، استفاده از روش‌های متنوع تبلیغ، امکان دسترسی راحت مشتریان به خدمات موجود، امکان اختفاء هویت قاچاقچیان مجازی، هزینه ناچیز راه‌اندازی فروشگاه‌های مجازی و هزینه ناچیز اداره فروشگاه مجازی و تأمین کالای قاچاق به‌عنوان عوامل زمینه‌ای و در نهایت نداشتن سواد رسانه‌ای و تخصص و ضعف در مقابله با متخلفان مجازی به‌عنوان عوامل مداخله‌گر تأثیر بسزایی در قاچاق کالا و ارز در فضای مجازی دارند.

نتیجه‌گیری: نشان داد پیامدها معطوف به تأثیر منفی بر تولید داخل و بی‌ثباتی اقتصادی و امنیتی و اختلال در الگوی مصرف جامعه بوده و راهبردهای مواجهه‌ای با پیامدها نیز می‌توانند در قالب قانون‌گذاری و فرهنگ‌سازی مناسب، آگاه‌سازی کاربران، توانمندسازی منابع انسانی، نظارت و سامان‌دهی فروشگاه‌های مجازی و تقویت تولیدات داخلی و حمایت از واردات و صادرات قانونی مطرح شوند.

کلیدواژه‌ها: قاچاق، کالا و ارز، فضای مجازی، راهبردهای مقابله

۱. این اثر مستخرج از طرح پژوهشی مستقل با همین عنوان و حمایت مالی گروه علمی کشف جرائم دانشگاه علوم انتظامی امین می‌باشد.

۲. استادیار اطلاعات و امنیت داخل، گروه اطلاعات، دانشکده علوم و فنون اطلاعات و آگاهی، دانشگاه علوم انتظامی امین، رایانامه a.pourmanafi@gmail.com

۳. مدرس فضای مجازی، گروه مبارزه با مواد مخدر، دانشکده علوم و فنون اطلاعات و آگاهی، دانشگاه علوم انتظامی امین (نویسنده مسئول)، رایانامه ebrahim.ghorbani66@gmail.com

۴. استادیار صنایع و تجهیزات نظامی، گروه صنایع و تجهیزات نظامی، پژوهشکده صنعت، پژوهشگاه علوم انتظامی و مطالعات امنیت اجتماعی ناجا ameliakram90@gmail.com

مقدمه

قاچاق کالا و ارز یک رفتار ضداجتماعی است که می‌تواند آسیب‌ها و پیامدهای بسیاری از جمله؛ کاهش اشتغال ملی و لطمه به تولیدات داخلی، تضعیف امنیت سرمایه‌گذاری، کاهش درآمدهای دولتی، افزایش فقر، کم‌رنگ شدن سیاست‌های تجاری، تغییر الگوی مصرف، ایجاد فاصله از سبک زندگی بومی، تهدید سلامتی و حقوق جامعه، افزایش فساد اداری، کاهش اعتماد عمومی به دولت‌ها، نفوذپذیری مرزها، تضعیف اقتدار دولتی، تهدیدهای انتظامی و امنیتی را برای جامعه و امنیت عمومی کشورها به خصوص کشورهای خاورمیانه به دنبال داشته باشد و توان و ظرفیت‌های کشورها برای رشد و توسعه را در همه زمینه‌ها دچار اختلال کرده و آنها را از رسیدن به اهداف توسعه‌ای خود باز می‌دارد (بیابانی و موسوی، ۱۳۸۹، ۴۹). بنابراین می‌توان گفت که قاچاق کالا و ارز یک پدیده چند وجهی در وجوه اجتماعی، فرهنگی، امنیتی و به ویژه اقتصادی است که باعث خروج کشورها از مسیر سالم اقتصادی شده و موجبات شکل‌گیری اقتصاد زیرزمینی، کاهش تولید ناخالص ملی، افزایش بیکاری، کاهش سرمایه‌گذاری و از طرفی سبب تغییر الگوی مصرف و نابودی هویت ملی می‌شود (گلی و ابراهیم نقدی، ۱۳۹۴، ۲۴). کشور ایران نیز از این معضل و مصیبت، مصون نمانده و به‌ویژه در سالیان اخیر به‌طور گسترده‌ای به آن مبتلا شده است. از این‌رو مبارزه با قاچاق کالا و ارز به‌عنوان یکی از شیوه‌های مهم و ابزارهای شاخص برای اصلاح نقاط ضعف اقتصادی به‌شمار می‌رود (قربانی و پورمنافی، ۱۴۰۰، ۳). در همین راستا مقام معظم رهبری (مدظله العالی)، گسترش پدیده قاچاق و تأثیر مخرب آن در امر تولید و تجارت قانونی و سرمایه‌گذاری و اشتغال را خطر جدی و بزرگی می‌داند و با صدور فرمانی خطاب به رئیس‌جمهور وقت تأکید می‌نمایند که با جدیت تمام باید با آن مبارزه کرد و بر همه دستگاه‌هایی که به نحوی می‌توانند در این امر دخیل باشند، واجب است که سهم خود را در این مبارزه ایفا کنند (فرامین مقام معظم رهبری (مدظله العالی)، در زمینه مبارزه با قاچاق کالا و ارز خطاب به رئیس‌جمهور وقت، ۱۳۸۱/۴/۱۲).

مقام معظم رهبری (مدظله العالی)، همچنین در پیام نوروزی خود در سال ۱۳۹۵ و در دیدار با کارگران، دوباره بر ضرورت مبارزه و مقابله قاطع و همه‌جانبه با این پدیده شوم تأکید کرده و به تمامی مسئولان ابلاغ و اتمام حجت کردند که باید قاچاق کالا و ارز در ایران از میان برود؛ زیرا علاوه بر آثار مخرب اقتصادی که در کشور برجای می‌گذارد، به‌عنوان یک چالش اجتماعی نیز بسیار حائز اهمیت است (بیانات مقام معظم رهبری (مدظله العالی)، در دیدار با کارگران به مناسبت هفته‌ی کارگر، ۱۳۹۵/۲/۸). از طرفی دیگر فضای مجازی و کاردهای آن دامنه ابعاد قاچاق کالا و ارز و بی‌ثباتی در اقتصاد را گسترش داده و هزینه‌های مصرفی را بیشتر کرده است. در همین زمینه مقام معظم رهبری (مدظله العالی)، تأمین امنیت را لازمه تحرک و رونق اقتصادی خواندند و خاطرنشان کردند، پشت پرده برخی از این موارد صرفاً سودطلبی نیست، بلکه فکر، نقشه و مقاصد سوئی در این قضایا وجود دارد که نیروی انتظامی باید با مراقبت کامل، با آنها برخورد کند. ایشان فرمودند فضای مجازی امروز در زندگی مردم گسترش زیادی پیدا کرده است و در عین منافع و امکانات، خطرات بزرگی را نیز در زمینه امنیت اقتصادی تحمیل مردم نموده است. ایشان ناامن شدن فضای مجازی را موجب ضرر و زیان به مردم دانسته و بر وظیفه نیروی انتظامی در تأمین امنیت فضای مجازی تأکید کردند (بیانات و فرمایشات مقام معظم رهبری (مدظله العالی)، در دیدار با فرماندهان ناجا، ۱۳۹۴/۲/۰۶). در حال حاضر برخی بهره‌برداران فضای مجازی تا جایی پیش رفته‌اند که هر ساله منجر به وقوع هزاران جرم در زمینه‌های گوناگون از جمله گسترش قاچاق کالا و ارز و جرائم مالی و بی‌ثباتی بازار و فساد اقتصادی شده و دارائی‌های این مرز و بوم را وارد معاملات نامشروع و غیرقانونی کرده و در نهایت موجبات تسهیل در دستیابی به پول‌های کثیف را فراهم می‌آورند. گذشته از بسیاری از جرائم و بزه‌ها که از طریق کارکردهای فضای مجازی به وقوع می‌پیوندند، نقش فضای مجازی در ایجاد

التهابات و نوسانات قیمتی در بازار ارز و کالا نیز غیر قابل انکار می‌باشد (قربانی، ۱۳۹۶، ۱۵۴).

اما علیرغم تمام مبارزاتی که در دهه اخیر به منظور مقابله با قاچاق کالا و ارز صورت گرفته و هزینه‌های بسیار سرسام‌آوری که در بخش اقتصادی کشور به هدر رفته و تبعات سوء سیاسی و امنیتی که برای نظام در پی داشته است؛ جمهوری اسلامی ایران با معضل و پدیده شوم قاچاق کالا و ارز روبرو بوده و بی‌وقفه در حال مبارزه است. در این میان فضای مجازی با کارکردهای نوین خود به بستری امن برای مبادله کالا و ارز غیر قانونی تبدیل شده است. نیروی انتظامی جمهوری اسلامی ایران نیز به‌عنوان یکی از مهم‌ترین سازمان‌های مبارزه‌کننده بر اساس تولیتی که در برقراری نظم و امنیت اقتصادی در کشور عهده‌دار است، بالطبع وظیفه مهمی در اجرای فرمایشات مقام معظم رهبری (مدظله العالی)، در پیشگیری و مبارزه با قاچاق کالا و ارز بر عهده دارد و یکی از اصلی‌ترین عناصر مقابله‌ای با این معضل و پدیده شوم مقابله با آن در فضای مجازی می‌باشد که در چند سال گذشته امنیت اقتصادی کشور را با مشکلات طولانی روبرو کرده است (پناهی و قربانی، ۱۴۰۰، ۳). در واقع نیروی انتظامی جمهوری اسلامی ایران از طریق تسلط بر این فضا می‌تواند به چشم‌انداز وسیعی دست یافته و با مراقبت، همراه با هوشمندی، احاطه کاملی بر عملکرد سوژه‌ها و اهداف در این فضا داشته باشد. همچنین منابع مولد قدرت ملی اعم از کارگزاران، ساختار یا موضوعات داخلی و خارجی را رصد کرده و در نتیجه به تفوق کاملی از گذشته، حال و آینده دست یابد و قادر باشد تا ضمن هدایت منابع، منافع خود را نیز در جهت پیشگیری و مقابله با تهدیدات و آسیب‌های مرتبط با آن تأمین کند. بر این اساس مبارزه با قاچاق کالا و ارز در بستر فضای مجازی می‌تواند شامل فرایندی باشد که قابلیت تسلط و برتری هوشمندانه را در کنترل پدیده‌ها با نفوذ در عمق فضای مجازی زمینه ثبات و ارتقاء سطح امنیت پایدار کشور را فراهم کند. به هر حال با توجه به وظایف، رسالت، اهداف

و مأموریت‌های ناجا و همچنین عضویت در ستاد مرکزی مبارزه با قاچاق کالا و ارز، به نظر می‌رسد که نیروی انتظامی جمهوری اسلامی ایران با استفاده بجا و بهره‌گیری صحیح از امکانات موجود بتواند نقش بسیار پررنگ و مهمی را در مبارزه با این پدیده شوم در فضای مجازی ایفاء کرده و انتظار مقام معظم رهبری (مدظله العالی)، در حمایت از کالای ایرانی که با نامگذاری آن در سال ۱۳۹۷ با عنوان حمایت از کالای ایرانی و مبارزه جدی با قاچاق، در سال ۱۳۹۸ با عنوان رونق تولید، در سال ۱۳۹۹ با عنوان جهش تولید و در سال ۱۴۰۰ با عنوان تولید؛ پشتیبانی‌ها، مانع‌زدایی‌ها صورت گرفته را برآورده سازد. از این‌رو در شرایط بی‌ثباتی اقتصادی موجود که بخشی از آن به واسطه نقش و جایگاه فضای مجازی می‌باشد، شناخت عوامل موثر بر قاچاق کالا و ارز در فضای مجازی، پیامدهای ناشی از آن و ارائه راهبردهای مقابله‌ای ضروری است. بنابراین مسأله اصلی این پژوهش پاسخ به این سوال است که راهبردهای مقابله با قاچاق کالا و ارز در فضای مجازی کدامند؟

پیشینه و مبانی نظری

پناهی و قربانی (۱۴۰۰)، در طرحی پژوهشی به پیامدهای انتظامی-امنیتی بی‌ثباتی اقتصادی ناشی از فضای مجازی و راهبردهای مقابله با آن پرداختند. نتایج نشان داد پیامدهای انتظامی امنیتی، معطوف به شکل‌گیری تجمعات، احتکار و کم‌فروشی، بهره‌برداری از موقعیت‌های آشفته، کاهش اشراف دستگاه‌های مجری، تغییر در میزان احساس امنیت، تأثیر منفی بر تولید داخل، رشد جرائم نوپدید و تغییر سبک‌های زندگی بوده و راهبردهای مواجهه با پیامدها می‌توانند در قالب استراتژی‌های کنترل و نظارت بر فضای مجازی و مقابله با پیامدهای ناشی از استفاده ناصحیح از فضای مجازی مطرح شوند.

قهرمانی، قربانی و احمد پور (۱۳۹۸)، نسبت به ارائه الگوی توانمندسازی منابع انسانی به منظور مقابله با قاچاق کالا در فضای مجازی پرداختند. مطالعه حاضر منجر به شناسایی چهار بُعد موثر در توانمندسازی منابع انسانی به منظور مقابله با قاچاق کالا در فضای

مجازی گردید. همچنین، پنج شاخص برای هر بُعد از الگوی تحقیق احصاء و اثربخشی هر یک از ابعاد و شاخص‌های تحقیق از دید پاسخگویان مثبت ارزیابی گردید. الگوی نهایی توانمندسازی منابع انسانی به منظور مقابله با قاچاق کالا در فضای مجازی توسط سازمان‌های مسئول در استان آذربایجان غربی، ارائه شد.

پورعیسی و عابدی (۱۳۹۶)، به بررسی علل گسترش قاچاق کالا و ارز به سمت فضای مجازی و اهمیت ساماندهی و نظارت بر فروشگاه‌های اینترنتی پرداختند. نتایج نشان داد که باید فضای مجازی را در امتداد فضای واقعی دانست. بیشتر متولیان امر، مقابله با این پدیده را در گرو هماهنگی و تعامل بیشتر دستگاه‌های دخیل در مبارزه با قاچاق کالا و ارز می‌دانند.

قربانی (۱۳۹۶)، به شناسایی و رتبه‌بندی عوامل موثر در کوچ قاچاقچیان کالا و مخلان اقتصاد، از فضای حقیقی به فضای سایبری با استفاده از تکنیک AHP پرداخته است. نتایج نشان داد؛ ۱- گریز از پرداخت حق و حقوق دولت، ۲- سودآوری بیش از حد، ۳- سوء استفاده از محدودیت‌های قانونی، ۴- جذب و نگهداشت آسان مشتریان، ۵- افزایش روزافزون کاربران مجازی، در گرایش قاچاقچیان و فروشندگان کالای قاچاق به استفاده از ظرفیت‌های فضای مجازی تاثیر گذار بوده است و منجر به بروز بی‌ثباتی در اقتصاد شده است.

قربانی، جوانمرد و ابراهیمی (۱۳۹۶)، در پژوهشی به بررسی نقش فضای مجازی در افزایش ورود کالای قاچاق و اخلال در نظام اقتصادی پرداختند. نتایج تحقیق نشان داد تبلیغ و بازاریابی گسترده در فضای مجازی به عنوان مهم‌ترین عامل در افزایش ورود کالای قاچاق به داخل استان و اخلال در نظام اقتصادی بوده است.

با توجه به این‌که تمامی تحقیقات پیشین به نوعی ارتباط قاچاق کالا و ایجاد ناامنی از طریق فضای مجازی را با بهره‌گیری از روش‌های کمی مورد بررسی قرار داده‌اند،

تحقیق حاضر با رویکرد کیفی به ارائه راهبردهای مقابله با قاچاق کالا و ارز در فضای مجازی پرداخته است، دارای نوآوری می‌باشد.

قاچاق: از دید صاحب‌نظران تقسیم‌بندی‌های فراوانی از قاچاق وجود دارد که قاچاق کالا در کنار قاچاق‌های ارز، مواد مخدر، خدمت، اشخاص و... از مهم‌ترین و گسترده‌ترین انواع قاچاق به شمار می‌رود. قاچاق عبارت است از نقل و انتقال مخفیانه کالا از خارج به داخل یا از داخل به خارج از کشور بدون پرداخت عوارض گمرکی و سود بازرگانی و بدون توجه به مقررات مربوط در تعریفی دیگر قاچاق عبارت است از وارد کردن کالا به کشور یا صادر کردن آن، بدون رعایت تشریفات قانونی، به نحوی که منجر به فرار از پرداخت مالیات‌ها و عوارض مقرر دولت و یا فرار از نظارت‌های قانونی شود (قربانی و پورمنافی، ۱۴۰۰، ۱۱). در واژه‌شناسی حقوق در باب قاچاق چنین آمده است، حمل و نقل هر گونه کالای ممنوعه، مواد مخدر و روانگردان‌ها از نقطه‌ای به نقطه‌ای خواه هر دو نقطه مزبور در داخله کشور باشد (قاچاق داخلی) خواه یک نقطه در داخله و یک نقطه در خارجه باشد (که آن را قاچاق خارجی گویند) بر خلاف مقررات مربوط به حمل و نقل به طوری که این عمل ناقص ممنوعیت یا محدودیتی باشد که قانوناً مقرر شده است (خواه عمل مزبور ناقض امتیازی یا انحصاری باشد خواه نباشد) (جعفری لنگرودی، ۱۳۷۶، ۱۹). در این مقاله منظور از قاچاق، ورود، خروج و ترانزیت هر نوع کالای غیرمجاز و ارز غیرقانونی است. برخی از حقوق‌دانان قاچاق را در سه دسته تقسیم کرده‌اند، ابتدا قاچاق محض بدین معنا که قانون‌گذار فعل مجرمانه‌ای را به صورت روشن قاچاق دانسته و برای آن مجازات تعیین کرده است مانند اسلحه و مهمات. دوم اعمال در حکم قاچاق که غیرمستقیم قاچاق تلقی شده‌اند مانند وارد کردن لباس‌هایی که استفاده از آن‌ها در ملاء عام خلاف شرع است و سوم قاچاق ناشی از تخلفات گمرکی به مفهوم تخلف از ضوابط گمرک، نظیر اظهار خلاف واقع درباره مشخصات کالای وارداتی از سوی صاحب کالا. بعضی از محققان دیگر قاچاق را به سه

نوع کلی اقتصادی نظیر کالاهای صنعتی، فرهنگی مانند آثار باستانی و انسانی مثل کودکان و تعداد دیگری از آن‌ها قاچاق را بر اساس ورود به کشور یا خروج از آن به دو نوع وارداتی و صادراتی تقسیم کرده‌اند؛ در قاچاق کالاهای وارداتی اجناس بدون رعایت مقررات اقتصادی وارد کشور می‌شوند مثل لوازم لوکس و در مقابل کالاهایی که به صورت عمده از یارانه‌های دولتی برخوردارند به علت تفاوت قیمت داخلی و خارجی یا فرار از پرداخت حقوق گمرگی به آن سوی مرزها قاچاق می‌شوند مانند فرآورده‌های نفتی (مصطفی‌زاده، ۱۳۹۳، ۴۴).

کالای قاچاق: کالای اقتصادی که مورد قاچاق قرار می‌گیرد را کالای قاچاق می‌نامند. شخص یا اشخاصی که مبادرت به انجام قاچاق می‌کنند را قاچاقچی یا سوداگر می‌گویند. هنگامی که قیمت یک کالا در یک کشور با اجرای طرح‌های دستوری و با تمهیدات خاص کاهش می‌یابد، در نتیجه سوءاستفاده کنندگان به دنبال تهیه آن کالای ارزان قیمت برای قاچاق آن به بیرون از مرزها هستند. انواع کالای قاچاق را می‌توان به شکل زیر دسته‌بندی کرد. کالاهای مجاز مشروط، کالاهایی که ورود و صدور آن مقید به انجام شرط باشد. کالاهای ممنوع، کالاهای ممنوع نیز به دو نوع تقسیم می‌شوند،

الف، کالاهایی که در قانون ممنوع شده‌اند مانند مواد مخدر.

ب، کالاهایی که از طرف هیأت دولت بر اساس اقتضای زمان و مشکلات اقتصادی ورود یا خروج آنها از کشور برای مدت کوتاهی ممنوع می‌شود (اسفندیاری و جمال منش، ۱۳۸۱، ۱۵)

ارز قاچاق: ارز پول رایج خارجی شامل از اسکناس، مسکوکات، حواله‌های ارزی و سایر اسناد مکتوب یا الکترونیکی است. ارز در مبادلات بانکی و اقتصادی کاربرد دارد. قاچاق ارز شامل موارد ذیل می‌شود (ذوالفقار طلب، ۱۳۹۶، ۳۱۲)،

هر معامله ارزی که یک طرف معامله دارای مجوز از بانک مرکزی نباشد مصداق قاچاق ارز می‌باشد. معامله ارزی شامل خرید، فروش و حواله توسط اشخاصی غیر از صرافی، موسسه مالی و اعتباری و بانک می‌باشد.

وارد کردن و یا خارج کردن ارز بدون رعایت کردن تشریفات قانونی و یا از مسیرهای غیرمجاز.

معامله فردایی ارز که توسط صرافی یا ... انجام گیرد. معامله فردایی به معامله‌ای گفته می‌شود که تحویل ارز و ریال به روزهای آینده موکول می‌شود اما منجر به تحویل ارز نمی‌شود و یا قصد طرفین تنها تسویه تفاوت قیمت ارز است.

اگر کارگزاری عملیات ارزی را با اشخاصی در خارج از کشور که مجوز لازم را ندارند مصداق قاچاق ارز می‌باشد. کارگزار شخصی است که ما به ازای ارز معامله شده را در کشور دریافت می‌کند.

عرضه کردن، حمل و یا نگهداری ارزی که فاکتور معتبر و یا مجوز لازم را ندارد، مصداق قاچاق ارز می‌باشد.

فضای مجازی: سال‌های زیادی از شروع بحث فضای مجازی گذشته و جغرافیای سیاسی جهان را متحول ساخته است؛ ولی به دلیل بدیع بودن موضوع و شاید غیرقابل لمس بودن آن، در مورد حتی معنای ابتدایی‌ترین اصطلاحات مانند فضای مجازی، جنگ مجازی، حمله مجازی و غیره انسجام خاصی وجود ندارد. تا کنون تعاریف بسیاری از اینترنت و فضای مجازی توسط دانشمندان و محققان این حوزه ارائه شده است. کوک^۱ (۲۰۱۳) فضای مجازی را مجموعه‌ای از ارتباطات درونی انسان‌ها از طریق رایانه و وسائل مخابراتی بدون در نظر گرفتن جغرافیای فیزیکی معرفی می‌کند. آدورجان^۲ (۲۰۱۵) معتقد است فضای مجازی انقلابی عظیم در دنیای ارتباطات است که مرز جغرافیایی نمی‌شناسد و تعریف فضای مجازی به دلیل سیال بودن آن دشوار است.

1 Cook

2 Adorjan

از نظر کاستلنز^۱ (۲۰۱۱) فضای مجازی به عنوان یکی از ویژگی‌های زندگی مدرن تعریف شده است که همانند هر پدیده‌ای که منافع و اثرات مثبتی بر زندگی بشر دارد، دارای جنبه‌های منفی و ویرانگری نیز هست (مک‌کوایل^۲، ۲۰۰۵، ۱۱).

فضای مجازی و ارتباط آن با قاچاق کالا و ارز: فضای مجازی با دامن زدن به مبادلات کالاهای خارجی و ارز و قاچاق و حمایت نکردن از تولیدات داخلی منجر به شکل‌گیری اقتصاد زیرزمینی یا اقتصاد سیاه می‌شود و از آنجا که فعالیت‌ها در بازار غیر رسمی انجام می‌شود و در حساب‌های ملی ثبت نمی‌شود، بنابراین تولید یا درآمد ناخالص ملی به دلیل نبود آمار و اطلاعات لازم کمتر از مقدار واقعی آن برآورد می‌شود و از آنجا که در اقتصاد زیرزمینی فرار مالیاتی افزایش می‌یابد در مجموع درآمدهای دولت کاهش می‌یابد. آثار تخریبی مبادلات کالاهای قاچاق متوجه صنایعی است که آنها را به رقابت در بازار داخل فرا می‌خواند و رفته رفته به رکود می‌کشاند. از این رو با معاملات زیرزمینی ارز و تنوع و حجم چشم‌گیر کالاهای ممنوعه در کشور وزن و سهم آنها در اقتصاد غیرقابل انکار است. کاهش درآمدهای دولت از محل عوارض گمرکی و کاهش منابع ارزی حاصل از صادرات رسمی نیز از پیامدهای قاچاق می‌باشد. بنابراین، پدیده قاچاق کالا باعث می‌شود درآمد دولت به سه طریق کاهش می‌یابد؛ ۱- گسترش اقتصاد زیرزمینی و فرار مالیاتی، ۲- کاهش تعرفه‌ها و عوارض گمرکی، ۳- کاهش درآمدهای ارزی. بر همین اساس، منابع هنگفتی از درآمد دولت که باید صرف حمایت از تولیدکنندگان داخلی و سرمایه‌گذاری مواد در کشور شود به جیب قاچاقچیان می‌رود. کاهش حمایت دولت از صنایع و تولیدات داخلی به دلیل کاهش منابع درآمدی دولت سبب ورشکستگی تولیدکنندگان و تعطیلی بنگاه‌ها می‌شود. هزینه تولید کالا در داخل کشور بالاست به گونه‌ای که توان رقابت با محصولات خارجی را از بین می‌برد و سبب از بین رفتن فرصت‌های شغلی در کشور می‌شود. از آنجا که با کاهش

1 Castells

2 McQuail

درآمد دولت کسری بودجه نیز افزایش می‌یابد، بنابراین سرمایه‌گذاری در فعالیتهای عمرانی و زیربنایی نیز کاهش یافته و با کاهش منابع درآمدهای لازم جهت سرمایه‌گذاری مواد و کاهش سرمایه‌گذاری توسعه و پژوهش به منظور ارتقای کیفیت کالاهای داخلی کمتر از قبل می‌شود و اشتغال نیز کاهش می‌یابد. در بخش درآمدهای ارزی نیز صدور غیر قانونی کالا منجر به خروج سرمایه از کشور و برنگشتن ارز به دست آمده به نظام پولی و بانکی کشور می‌شود و در نتیجه کمبود درآمدهای ارزی، توان پرداخت‌های خارجی به هم می‌خورد (پورمنافی و طالبیان، ۱۳۹۸، ۱۸). فروشندگان کالاهای قاچاق و ارز در فضای مجازی به تاجرانی شبیه‌اند که نه مالیات می‌پردازند و نه عوارض. در واقع توزیع ناعادلانه درآمدها نیز از پیامدهای پدیده قاچاق است. با توجه به حاشیه سود بالا در قاچاق کالا و ارز در توزیع درآمدها و ثروت در جامعه به هم خورده و قاچاقچیان از طریق کسب آن بخش از درآمدهایی که دولت باید از واردات رسمی کسب می‌کرد توزیع درآمد را ناهمگون‌تر می‌کند. زیرا دولت می‌توانست این درآمدها را به صورت هزینه عمومی، هزینه‌های اجتماعی و اعطای یارانه بین عموم مردم توزیع کند. از همین رو فعالیت فروشندگان کالاهای قاچاق در فضای مجازی، موجب انحراف سیاست‌های اقتصادی و بازرگانی دولت می‌شود (پورمنافی و طالبیان، ۱۳۹۸، ۲۰).

روش

این پژوهش در چارچوب رویکرد کیفی و با به‌کارگیری روش تحقیق داده‌بنیاد و از بین رویکردهای مختلف نظریه‌ی داده‌بنیاد، از رویکرد/شترانس و کوربین برای دستیابی به دیدگاه‌های مشارکت‌کنندگان در مورد عوامل علی، زمینه‌ای، مداخله‌گر، پیامدها و راهبردهای قاچاق کالا و ارز در فضای مجازی، استفاده شد. با توجه به این که تحقیق حاضر به دنبال شناسایی عوامل موثر بر قاچاق کالا و ارز در فضای مجازی بود، ۱۷ نفر از خبرگان پلیس آگاهی ناجا، فتا ناجا، پاوا ناجا، پلیس امنیت اقتصادی، مدیران و اجا، اساتید دانشگاه علوم انتظامی امین و اساتید پژوهشگاه علوم انتظامی و مطالعات

امنیت اجتماعی ناجا و مرکز مطالعات راهبردی ناجا، با استفاده از روش نمونه‌گیری گلوله‌برفی تا زمان رسیدن به اشباع نظری مورد استفاده قرار گرفتند و سعی شد افرادی وارد نمونه شوند که قادر به ارائه اطلاعات مورد نظر محقق در زمینه تحقیق هستند. برای جمع‌آوری اطلاعات این پژوهش از دو روش اسنادی و میدانی استفاده شده است که برای جمع‌آوری اطلاعات بخش نظری از روش توصیفی کتابخانه‌ای و به منظور تدوین، پخش و جمع‌آوری نتایج پرسش‌نامه نیمه‌ساختار یافته تحقیق در بخش کیفی، از روش میدانی استفاده شده است. در بخش کیفی با بهره‌گیری از پرسش‌نامه نیمه‌ساختاریافته و مصاحبه عمیق با جامعه مورد نظر، نسبت به احصاء عوامل مؤثر بر قاچاق کالا و ارز در فضای مجازی اقدام شد. مصاحبه عمیق با طرح پرسش‌هایی بین ۴۰ تا ۶۰ دقیقه انجام شد. در مصاحبه‌های انفرادی با مصاحبه‌شوندگان، برای بررسی مقدماتی ۳ سؤال مصاحبه استفاده شد. ضمن این که سؤال‌های فرعی دیگری نیز در کنار هر سؤال برای درک تجارب شرکت‌کنندگان در حین مصاحبه مطرح می‌شد. پژوهش‌گر در فرایند نمونه‌گیری از شرکت‌کنندگان، داده‌ها را مورد تحلیل قرار داد تا مواردی که ناقص بوده با دریافت اطلاعات جدید از شرکت‌کننده جدید کامل شد. بعد از انجام ۱۷ مصاحبه، عوامل اصلی و فرعی در مصاحبه‌های قبلی تکرار می‌شد و پژوهش‌گر به اشباع رسید. همزمان با جمع‌آوری داده‌ها، تحلیل آنها نیز انجام گرفت؛ به این صورت که داده‌های خام طی سه مرحله کدگذاری باز، کدگذاری محوری و کدگذاری انتخابی تحلیل شد و در نهایت نتایج کدگذاری‌ها در قالب پارادایمی، مرکب از عوامل زمینه‌ای، عوامل علی، عوامل مداخله‌گر، راهبرد و پیامد، حول مقوله مرکزی تشکیل شد. در تحقیق حاضر به جهت تحلیل داده‌ها از نرم افزار MAXQDA ویرایش ۱۰ استفاده شد.

یافته‌ها

پیاده‌سازی مصاحبه‌ها و استخراج کدها، پس از انجام مصاحبه عمیق و دریافت نظرات و پاسخ مشارکت‌کنندگان، فاکتورهای مهم و اثرگذار در قالب کدهای مربوطه استخراج شد. در جدول ۱ و پس از ۳ مرحله انجام کدگذاری و بدون در نظر گرفتن رویکرد سیستماتیک نظریه داده بنیاد/اشتراوس و کوربین، ابتدا تحلیل مضامین، مقوله‌ها و زیرمقوله‌های موثر بر قاچاق کالا و ارز در فضای مجازی تبیین شده و در قسمت‌های بعدی رویکرد مربوطه مورد استفاده قرار گرفت. جدول شماره ۱ مضامین، مقوله‌ها و زیرمقوله‌های شناسایی شده بر اساس نظرات مشارکت‌کنندگان که عوامل موثر بر قاچاق کالا و ارز در فضای مجازی را تبیین می‌نماید، ارائه شده است.

جدول ۱. مضامین، مقوله‌ها و زیرمقوله‌های موثر بر قاچاق کالا و ارز در فضای مجازی

کمبود قوانین جامع و کلان جهت برخورد با فروشگاه‌های مجازی کالا و تبادل ارز کمبود قوانین مربوط به کسب و کار و خرید و فروش کالا و ارز در شبکه‌های اجتماعی وجود نواقص و ابهامات مقرراتی و حقوقی مرتبط با گسترش اینترنت و کسب و کارهای مجازی	ضعف در قوانین و مقررات جاری جهت برخورد با متخلفان در فضای مجازی	ضعف
کمبود زیرساخت‌های لازم برای اجرای قوانین سوء استفاده از محدودیت‌ها و ضعف‌های قوانین موجود	ضعف در اجرای قوانین و مقررات موجود	اساسی در برخورد با فروشگاه‌های مجازی
نبود مهارت کافی متخصصان داخلی برای کنترل فضای مجازی نبود اراده و تشکیلات منسجم برای مبارزه و کنترل قاچاق کالا و ارز؛ ناهماهنگی در بین سازمان‌های ذی نقش در مبارزه با قاچاق کالا و ارز؛	نبود تخصص و ضعف در مقابله با متخلفین مجازی	مجازی

<p>محدودیت و نبود وضعیت آمادگی در زیرساخت‌های حیاتی و حساس کشور در مقابل تهاجم سایبری و نفوذ شبکه‌های اجتماعی (پدافند غیرعامل فضای مجازی کشور)</p> <p>نبود ساز و کار مناسب جهت کنترل تبلیغات مجازی</p> <p>کمبود شبکه ملی اطلاعات و توسعه بخش خصوصی و رقابت پذیری آن در بستر شبکه ملی اطلاعات</p> <p>نداشتن برنامه‌ریزی، کنترل و برخورد هدفمند و هوشمندانه با هرگونه ابزارهای مجرمانه و مسدودسازی آنها در حوزه فضای مجازی و شبکه‌های اجتماعی</p>		
<p>کمبود زیر ساختهای لازم برای نظارت بر کالا و ارز در فضای مجازی</p> <p>کمبود نظارت بر کیفیت کالاهای عرضه شده و اضالت ارزها در فضای مجازی</p> <p>امکان فروش انواع کالاهای قاچاق مرتبط با سلامتی بدون مجوز</p> <p>امکان تبلیغات و معرفی کالاهای لوکس و هرگونه کالای غیرمجاز</p> <p>وسیع بودن حیطه کاری فروشگاه‌های مجازی و امکان عرضه انواع کالا و ارز بدون محدودیت</p> <p>ارائه اطلاعات فریبنده درباره کیفیت محصولات</p>	<p>کمبود نظارت بر کیفیت و قیمت کالاهای عرضه شده</p>	<p>مشکلات نظارتی و مدیریتی</p>
<p>سوء مدیریت و تصمیم گیری‌های غیر کارشناسی بی‌ثبات در تصمیم گیری‌ها و سیاست‌های اقتصادی و تصمیمات شتاب‌زده و تغییر مداوم مقررات و قوانین</p> <p>ضعف در مدیریت فضای مجازی</p>	<p>ضعف مدیریت</p>	
<p>امکان راه‌اندازی فروشگاه مجازی با هزینه اندک (یک خط اینترنت و یک کامپیوتر یا گوشی همراه)</p> <p>پرداخت نکردن هزینه جهت اجاره ملک تجاری</p>	<p>هزینه ناچیز راه‌اندازی فروشگاه‌های مجازی</p>	<p>سود سازی کلان</p>

<p>هزینه بسیار پایین تراکنش‌های اینترنتی در ایران هزینه پایین تبلیغات نسبت به بازاریابی سنتی تحویل بدون دردسر کالا و ارز به مشتری با استفاده از بسترهای موجود گریز از پرداخت هزینه‌های سرباری بکارگیر نگرفتن نیروی انسانی پرداخت نکردن هزینه‌های واسط پرداخت نکردن مالیات و سهم دولت پرداخت نکردن حق گمرک پرداخت نکردن مالیات بر ارزش افزوده پرداخت نکردن حق دارایی پایین بودن ریسک</p>	<p>هزینه ناچیز اداره فروشگاه مجازی و تأمین کالای قاچاق</p>	
<p>امکان تبلیغ کالا و ارز در شبکه‌های اجتماعی مختلف امکان بازاریابی گسترده از طریق برقراری ارتباطات شبکه‌ای امکان انجام تبلیغات هدفمند از طریق ایمیل، پیامک و صفحات مجازی استفاده از تیزرهای تبلیغاتی ارائه نظرات و مشاوره‌های به‌ظاهر کارشناسی در خصوص کالا و ارز قاچاق راه‌اندازی کانال‌های تبلیغاتی یک‌طرفه در شبکه‌های اجتماعی طراحی محیط جذاب برای جذب مشتریان کالا و ارز ایجاد انجمن‌ها و تالارهای مباحثه برای بررسی و مقایسه آسان کالاهای گوناگون، تبادل نظر و تحقیق جذب مشتری</p>	<p>استفاده از روش‌های متنوع تبلیغ</p>	<p>جذابیت فضای مجازی و امکان بازاریابی گسترده</p>

<p>بهره‌گیری از شبکه‌های اجتماعی اینستاگرام، تلگرام و غیره دسترسی راحت و آسان خریداران به اینترنت امکان جذب مشتری از سراسر کشور دسترسی و امکان خرید ۲۴ ساعته به فروشگاه‌های مجازی استقبال گسترده کاربران ایرانی به‌ویژه جوانان از فروشگاه‌های مجازی به ویژه در زمان همه‌گیری بیماری کرونا دعوت به انجام خریدهای اینترنتی در دوران همه‌گیری کرونا سادگی پرداخت‌های اینترنتی</p>	<p>امکان دسترسی راحت مشتریان به خدمات موجود</p>	
<p>نبود محل تجاری مشخص فعالین کالا و ارزش جعل هویت و استفاده از هویت مجهول و ناشناس امکان کوچ از یک کانال یا یک برنامه کاربردی به کانال یا برنامه کاربردی دیگر در صورت ایجاد محدودیت استفاده از هویت افراد مشهور و ساخت پروفایل‌های جعلی برای تبلیغ</p>	<p>امکان اختفاء هویت قاچاقچیان مجازی</p>	
<p>نبود شغل مناسب به ویژه در شهرهای مرزی محدود شدن عرضه کالاهای قاچاق و ارزش در فروشگاه‌های سطح شهر بالا بودن هزینه تولید در اقتصاد رسمی</p>	<p>فقر و بیکاری</p>	<p>شرایط نامساعد اقتصادی</p>
<p>ضعف در فرهنگ‌سازی استفاده از رسانه آگاهی ضعیف شهروندان از معتبر بودن سایت‌هایی که در فضای مجازی مبادرت به کارهای اقتصادی می‌کنند کمبود نیروی انسانی و بالا بودن هزینه‌های منابع انسانی؛</p>	<p>فقدان سواد رسانه‌ای</p>	<p>ضعف دانش فردی و عمومی</p>

رشد نامتوازن فکری افراد جامعه در جهت استفاده از فضای دیجیتال و مجازی الگوی آموزشی نامناسب استفاده از فضای مجازی		
--	--	--

در ادامه نتایج بدست آمده، مطابق با رویکرد سیستماتیک نظریه داده بنیاد/شتر اوس و کوربین تحلیل و به تبیین نتایج حاصل از اهداف تحقیق پرداخته شد.

شناسایی عوامل علی موثر بر قاچاق کالا و ارز در فضای مجازی

عوامل علی، مقوله‌هایی مربوط به شرایطی هستند که بر مقوله محوری تأثیر می‌گذارند. این سؤال مطرح شد که شرایط علی مؤثر بر قاچاق کالا و ارز در فضای مجازی کدامند؟ در ادامه مقوله‌های ضعف در قوانین و مقررات جاری جهت برخورد با متخلفان در فضای مجازی، ضعف در اجرای قوانین و مقررات موجود، کمبود نظارت بر کیفیت و قیمت کالاهای عرضه شده و ضعف مدیریت شناسایی که به طور کامل و در جدول ۲ ارائه شده است.

جدول ۲. عوامل علی موثر بر قاچاق کالا و ارز در فضای مجازی

مضامین	مقوله‌ها	زیر مقوله‌ها
عوامل علی	ضعف در قوانین و مقررات جاری جهت برخورد با متخلفان در فضای مجازی	ضعف قوانین جامع و کلان جهت برخورد با فروشگاه‌های مجازی کالا و تبادل ارز ضعف قوانین موجود در رابطه با کسب و کار و خرید و فروش کالا و ارز در شبکه‌های اجتماعی وجود نواقص و ابهامات مقرراتی و حقوقی مرتبط با گسترش اینترنت و کسب و کارهای مجازی
	ضعف در اجرای	کمبود زیرساخت‌های لازم برای اجرای قوانین

<p>سوء استفاده از محدودیت‌ها و ضعف‌های قوانین موجود</p>	<p>قوانین و مقررات موجود</p>		
<p>کمبود زیر ساخت‌های لازم برای نظارت بر کالا و ارزش در فضای مجازی کمبود نظارت بر کیفیت کالاهای عرضه شده و اصالت ارزشها در فضای مجازی امکان فروش انواع کالاهای قاچاق مرتبط با سلامتی بدون مجوز امکان تبلیغات و معرفی کالاهای لوکس و هرگونه کالای غیرمجاز وسیع بودن حیطه کاری فروشگاه‌های مجازی و امکان عرضه انواع کالا و ارزش بدون محدودیت ارائه اطلاعات فریبنده درباره کیفیت محصولات</p>	<p>ضعف نظارت بر کیفیت و قیمت کالاهای عرضه شده</p>	<p>مشکلات نظارتی و مدیریتی</p>	
<p>سوء مدیریت و تصمیم‌گیری‌های غیر کارشناسی بی‌ثبات در تصمیم‌گیری‌ها و سیاست‌های اقتصادی و تصمیمات خلق‌الساعه و تغییر مداوم مقررات و قوانین ضعف در مدیریت فضای مجازی</p>	<p>ضعف مدیریت</p>		

شناسایی عوامل زمینه‌ای مؤثر بر قاچاق کالا و ارزش در فضای مجازی

عوامل زمینه‌ای، شرایط ویژه‌ای هستند که پدیده در آن قرار دارد. محققان پس از تحلیل داده‌های کیفی به مقولاتی دست یافتند که بستر و زمینه‌ی قاچاق کالا و ارزش در فضای مجازی را فراهم می‌کنند. بنابراین فقر و بیکاری، استفاده از روش‌های متنوع تبلیغ، امکان دسترسی راحت مشتریان به خدمات موجود، امکان اختفاء هویت قاچاقچیان مجازی، هزینه ناچیز راه اندازی فروشگاه‌های مجازی و هزینه ناچیز اداره فروشگاه مجازی و تأمین کالای قاچاق به عنوان عوامل زمینه‌ای مؤثر بر قاچاق کالا و

ارز در فضای مجازی شناسایی که در ادامه به طور کامل و در جدول ۳ ارائه شده است که همه عوامل زمینه‌ساز کدها بیرون کشیده شده‌اند.

جدول ۳. عوامل زمینه‌ای مؤثر بر قاچاق کالا و ارز در فضای مجازی

مضامین	مقوله‌ها	زیر مقوله‌ها
عوامل زمینه‌ای	شرایط نامساعد اقتصادی	نبود شغل مناسب به ویژه در شهرهای مرزی محدود شدن عرضه کالاهای قاچاق و ارز در فروشگاه‌های سطح شهر بالا بودن هزینه تولید در اقتصاد رسمی
	جذابیت فضای مجازی و امکان بازاریابی گسترده	امکان تبلیغ کالا و ارز در شبکه‌های اجتماعی مختلف امکان بازاریابی گسترده از طریق برقراری ارتباطات شبکه‌ای امکان انجام تبلیغات هدفمند از طریق ایمیل، پیامک و صفحات مجازی استفاده از تیزرهای تبلیغاتی ارائه نظرات و مشاوره‌های به‌ظاهر کارشناسی در خصوص کالا و ارز قاچاق راه‌اندازی کانال‌های تبلیغاتی یک‌طرفه در شبکه‌های اجتماعی طراحی محیط جذاب برای جذب مشتریان کالا و ارز ایجاد انجمن‌ها و تالارهای مباحثه برای بررسی و مقایسه آسان کالاهای گوناگون، تبادل نظر و تحقیق جذب مشتری
	امکان دسترسی راحت مشتریان به خدمات موجود	بهره‌گیری از شبکه‌های اجتماعی اینستاگرام، تلگرام و غیره دسترسی راحت و آسان خریداران به اینترنت امکان جذب مشتری از سراسر کشور دسترسی و امکان خرید ۲۴ ساعته به فروشگاه‌های مجازی استقبال گسترده کاربران ایرانی به‌ویژه جوانان از فروشگاه‌های مجازی به‌ویژه در زمان همه‌گیری بیماری کرونا دعوت به انجام خریدهای اینترنتی در دوران همه‌گیری کرونا سادگی پرداخت‌های اینترنتی

<p>نبود محل تجاری مشخص فعالین کالا و ارز جعل هویت و استفاده از هویت مجهول و ناشناس امکان کوچ از یک کانال یا یک برنامه کاربردی به کانال یا برنامه کاربردی دیگر در صورت ایجاد محدودیت استفاده از هویت افراد مشهور و ساخت پروفایل‌های جعلی برای تبلیغ</p>	<p>امکان اختفاء هویت قاچاقچیان مجازی</p>		
<p>امکان راه‌اندازی فروشگاه مجازی با هزینه اندک (یک خط اینترنت و یک کامپیوتر یا گوشی همراه) نبود هزینه برای اجاره ملک تجاری</p>	<p>هزینه ناچیز راه‌اندازی فروشگاه‌های مجازی</p>		
<p>هزینه بسیار پایین تراکنش‌های اینترنتی در ایران هزینه پایین تبلیغات نسبت به بازاریابی سنتی تحویل بدون دردسر کالا و ارز به مشتری با استفاده از بسترهای موجود گریز از پرداخت هزینه‌های سرباری بکارگیری نکردن نیروی انسانی پرداخت نکردن هزینه‌های واسط پرداخت نکردن مالیات و سهم دولت پرداخت نکردن حق گمرک پرداخت نکردن مالیات بر ارزش افزوده پرداخت نکردن حق دارایی پایین بودن ریسک</p>	<p>هزینه ناچیز اداره فروشگاه مجازی و تأمین کالای قاچاق</p>	<p>سود سازی کلان</p>	

شناسایی عوامل مداخله‌گر موثر بر قاچاق کالا و ارز در فضای مجازی

عوامل مداخله‌گر، عواملی هستند که به جرح و تعدیل شرایط علی می‌انجامد. مقولات اصلی که به‌عنوان عوامل مداخله‌گر موثر بر قاچاق کالا و ارز در فضای مجازی

شناسایی شده‌اند، عبارتند از، نداشتن سواد رسانه‌ای و تخصص و ضعف در مقابله با متخلفین مجازی که در ادامه به‌طور کامل و در جدول ۴ ارائه شده است.

جدول ۴. عوامل مداخله‌گر مؤثر بر قاچاق کالا و ارز در فضای مجازی

مضامین	مقوله‌ها	زیرمقوله‌ها
عوامل مداخله‌گر	ضعف دانش فردی و عمومی	ضعف در فرهنگ سازی استفاده از رسانه آگاهی ضعیف شهروندان از معتبر بودن سایت‌هایی که در فضای مجازی مبادرت به کارهای اقتصادی می‌کنند کمبود نیروی انسانی و بالا بودن هزینه‌های منابع انسانی؛ رشد نا کافی فکری افراد جامعه در جهت استفاده از فضای دیجیتال و مجازی الگوی آموزشی نامناسب استفاده از فضای مجازی
	ضعف اساسی در برخورد با فروشگاه‌های مجازی	نداشتن مهارت کافی متخصصان داخلی برای کنترل فضای مجازی نبود اراده و تشکیلات منسجم برای مبارزه و کنترل قاچاق کالا و ارز؛ ناهماهنگی در بین سازمان‌های ذی نقش در مبارزه با قاچاق کالا و ارز؛ محدودیت و نبود وضعیت آمادگی در زیرساخت‌های حیاتی و حساس کشور در مقابل تهاجم سایبری و نفوذ شبکه‌های اجتماعی (پدافند غیرعامل فضای مجازی کشور) نبود ساز و کار مناسب جهت کنترل تبلیغات مجازی وجود داشتن شبکه ملی اطلاعات و عدم توسعه بخش خصوصی و رقابت پذیری آن در بستر شبکه ملی اطلاعات نداشتن برنامه ریزی، کنترل و برخورد هدفمند و هوشمندانه با هر گونه ابزارهای مجرمانه و مسدودسازی آنها در حوزه فضای مجازی و شبکه‌های اجتماعی

شناسایی پیامدهای قاچاق کالا و ارز در فضای مجازی

پیامدها، بیانگر تبعات حاصل از عوامل شناسایی شده در قسمت قبل هستند. قاچاق کالا و ارز در فضای مجازی پیامدها و تبعات مختلفی دارد. در این مجال پیامدهای معطوف به تأثیر منفی بر تولید داخل، توسعه کسب و کار فروشندگان کالا و ارز قاچاق، افزایش روزافزون مشتریان کالا و ارز قاچاق، سوء استفاده از محدودیتهای قانونی و نظارتی، بی-ثباتی اقتصادی و امنیتی و اختلال در الگوی مصرف جامعه مطرح است. زیرمقولات روایت مشارکت کنندگان از این پیامدها در جدول ۵ ارائه شده است.

جدول ۵. پیامدهای قاچاق کالا و ارز در فضای مجازی

<p>توسعه و گسترش کالا و ارز قاچاق و لوازم خارجی به صورت سازمان یافته در بستر فضای سایبر</p> <p>عدم توان رقابت واحدهای تولیدی داخل با شرکتهای خارجی و تعطیلی یا تقلیل و تعدیل آنها</p> <p>افت کیفیت کالاهای تولید داخل به دلیل تورم و گرانی قیمت مواد اولیه، حمل و نقل، مالیات، دستمزدها و ... که و باعث افزایش قیمت تمام شده می‌گردد و نارضایتی مردم را در پی خواهد داشت.</p> <p>افزایش قاچاق کالاهای خارجی بی کیفیت از مرزها به داخل کشور که اولاً توان خرید آن وجود ندارد، ثانیاً نارضایتی و اعتراض مصرف کننده و تولید کننده داخلی را در پی دارد.</p> <p>توسعه و گسترش تولیدات سخت افزاری و نرم افزاری وارداتی به جای صنعت بومی و بیکاری دانش آموختگان این رشته‌ها</p> <p>یورش مردم به سمت خرید یک کالای هدف و برهم زدن توازن بازار آن کالا پس از تبلیغات گسترده در فضای مجازی</p>	<p>تأثیر منفی بر تولید داخل</p>	<p>پیامدها</p>
<p>گرایش افراد سودجو به راه اندازی فروشگاههای مجازی کالا و ارز کوچ قاچاقچیان کالا و ارز از فضای حقیقی به فضای مجازی</p> <p>سودآوری بیش از حد برای فروشندگان و انباشت پولهای نامشروع</p>	<p>توسعه</p>	

<p>افزایش پولشویی پاسخگو نبود به مشتریان در صورت نارضایتی</p>	<p>کسب و کار فروشندهگان کالا و ارز قاچاق</p>	
<p>جذب و نگهداشت آسان مشتریان در فضای مجازی خرید کالای بی‌شناسنامه و بدون کیفیت عدم بهره‌مندی از خدمات پس از فروش و ایجاد نارضایتی ارتقاء میل نهایی به مصرف کالاهای وارداتی</p>	<p>افزایش روزافزون مشتریان کالا و ارز قاچاق</p>	
<p>عدم امکان برخورد با سوءاستفاده کنندگان از محدودیت‌های قانونی در زمینه فروش کالا و ارز قاچاق در فضای مجازی</p>	<p>سوء استفاده از محدودیت‌های قانونی و نظارتی</p>	
<p>کاهش انگیزه برای تولید و ایجاد اشتغال و آسیب پذیری اقتصاد ملی کاهش تولیدات داخلی و عدم توان رقابت با کالاهای خارجی محقق نشدن درآمدهای دولت از محل مالیات و سود بازرگانی برهم خوردن تعادل اقتصادی در حوزه ارز و کالا و حوزه اجتماعی و درآمدی و ایجاد فاصله طبقاتی با کسب سود فراوان از راه فروش کالاهای قاچاق کاهش تقاضا برای کالاهای داخلی افزایش بحران‌های اجتماعی کندتر شدن توسعه مناطق مرزی تضعیف امنیت سرمایه گذاری</p>	<p>بی‌ثباتی اقتصادی و امنیتی</p>	
<p>گسترش و رواج مصرف کالاهای خارجی مصرف کالاهای مغایر با اصول و ارزش‌های جامعه</p>	<p>اختلال در</p>	

تجمل‌گرایی و کمرنگ شدن ارزش‌های دینی	الگوی مصرف
تغییر نگرش‌ها و ارزش‌ها	جامعه

راهبردهای مقابله با قاچاق کالا و ارز در فضای مجازی

راهبردهای مواجهه‌ای و مقابله‌ای با پیامدهای قاچاق کالا و ارز در فضای مجازی، در قالب قانون‌گذاری مناسب در حوزه قاچاق کالا و ارز در فضای مجازی، فرهنگ‌سازی فعالیت در بستر مجازی، آگاه‌سازی کاربران فضای مجازی، توانمندسازی منابع انسانی متولی مبارزه با قاچاق کالا، نظارت و سامان‌دهی فروشگاه‌های مجازی و تقویت تولیدات داخلی و حمایت از واردات و صادرات قانونی بوده است که در ادامه به‌طور کامل و در جدول ۶ ارائه شده است.

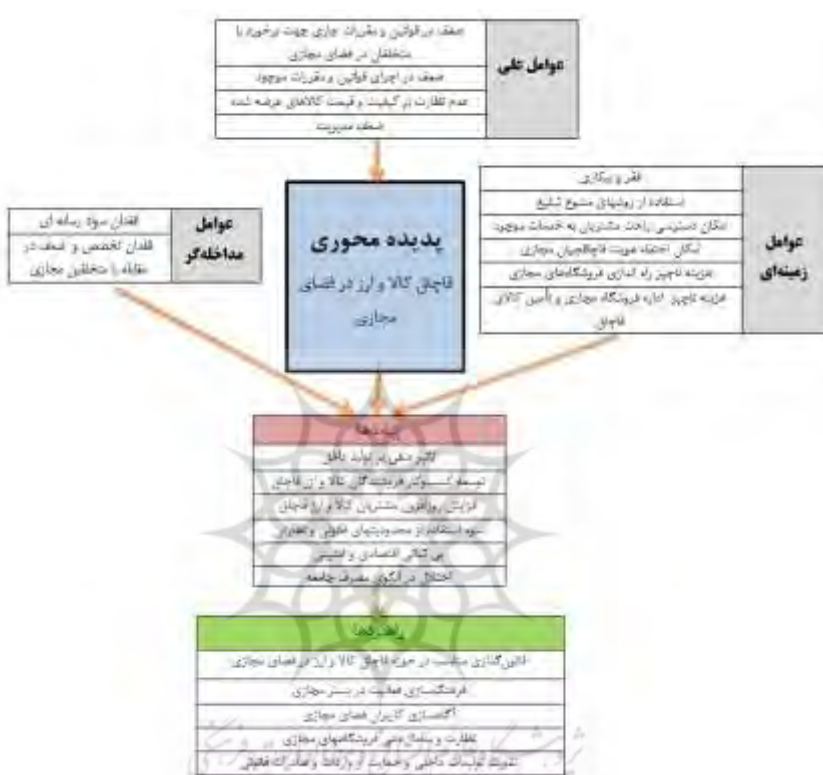
جدول ۶. راهبردهای مقابله با قاچاق کالا و ارز در فضای مجازی

تدوین موارد قانونی و نظام مند در رابطه با فعالیت فروشگاه‌های مجازی الزام به دریافت نماد الکترونیک برای سایت‌های عرضه‌کننده کالا و ارز اصلاح قوانین مربوط به فروشگاه‌های مجازی برخورد قاطع مراجع قضایی با جرایم مربوط به فروش کالا و ارز قاچاق در فضای مجازی تشدید مجازات‌های بازدارنده تصویب قوانین لازم برای نظارت بر فروش کالا و ارز در صفحات شخصی شبکه‌های اجتماعی	قانون‌گذاری مناسب در حوزه قاچاق کالا و ارز در فضای مجازی	راهبردها
جلب مشارکت اجتماعی برای مقابله با ارز و کالای قاچاق حساس‌سازی افکار عمومی در جهت شکل‌گیری اتفاق نظر در بین مردم برای مبارزه با کالا و ارز قاچاق ایجاد عزم ملی برای عدم خرید کالای قاچاق و ارز از فضای مجازی ارتقاء کیفیت تولیدات داخلی	فرهنگ‌سازی فعالیت در بستر مجازی	
استفاده از ظرفیت فضای مجازی جهت آگاه‌سازی و برجسته‌سازی موضوع قاچاق کالا تهیه و تدوین محتوای آموزشی در ارتباط با مضرات قاچاق کالا و ارز	آگاه‌سازی کاربران فضای مجازی	

<p>آگاه‌سازی از طریق ارائه گزارش‌های خبری، فیلم‌ها و تیزرهای تبلیغاتی آگاه‌سازی از طریق پیامک، ایمیل و ایجاد محتوا در فضای مجازی</p>		
<p>ارتقاء حمایت‌های سازمانی از افراد متولی مبارزه با قاچاق ارتقاء مهارت‌های ارتباطی و سواد رسانه‌ای تقویت آموزه‌های دفاع و مقابله مجازی دسترسی به ابزارهای سخت‌افزاری و نرم‌افزاری لازم جهت ایجاد شفافیت در خرید و فروش کالا در فضای مجازی</p>	<p>توانمندسازی منابع انسانی متولی مبارزه با قاچاق کالا</p>	
<p>نظارت بر تبلیغ و فروش کالا و ارز در فروشگاه‌های مجازی و صفحات شخصی نظارت بر شرکت پست و اتحادیه پیک‌های حمل کالا رصد تراکنش‌های بانکی صاحبان فروشگاه‌های مجازی صدور شناسنامه و کد رهگیری برای کالاهای عرضه شده در فضای مجازی</p>	<p>نظارت و سامان‌دهی فروشگاه‌های مجازی</p>	
<p>ایجاد اشتغال پایدار برای جوانان بر پایه تولید کاهش قیمت‌های کالاهای داخلی از طریق پایین آوردن هزینه‌های تولید افزایش سرمایه‌گذاری در مناطق مستعد افزایش تنوع و کیفیت محصولات داخلی حمایت از واردات قانونی</p>	<p>تقویت تولیدات داخلی و حمایت از واردات و صادرات قانونی</p>	

ترسیم مدل

با توجه به نتایج بدست آمده و در تبیین نتایج اصلی تحقیق می‌توان پیامدهای قاچاق کالا و ارز در فضای مجازی و راهبردهای مقابله با آن را به شرح ذیل و در قالب مدل پارادایمی مربوطه ترسیم نمود. شکل شماره ۱، مدل پارادایمیک راهبردهای قاچاق کالا و ارز در فضای مجازی را به تصویر کشیده است.



شکل ۱. مدل پارادایمیک قاچاق کالا و ارز در فضای مجازی

بحث و نتیجه گیری

تحقیق حاضر با هدف راهبردهای مقابله با قاچاق کالا و ارز در فضای مجازی انجام شد. پژوهش حاضر از نوع کیفی و در زمره تحقیقات کاربردی بود. مشارکت کنندگان این تحقیق شامل خبرگان پلیس آگاهی ناجا، فتا ناجا، پاوا ناجا، پلیس امنیت اقتصادی، مدیران واجا، اساتید دانشگاه علوم انتظامی امین و اساتید پژوهشگاه علوم انتظامی و مطالعات امنیت اجتماعی ناجا و مرکز مطالعات راهبردی ناجا بودند که حاضر به انجام مصاحبه و مشارکت در پژوهش شدند. پس از انجام مصاحبه عمیق و دریافت نظرات و پاسخ مصاحبه‌شوندگان، عوامل مهم و اثرگذار در قالب کدهای مربوطه استخراج شد. در کدگذاری به عمل آمده که در ۳ مرحله کدگذاری باز، محوری و انتخابی اجرا شد، مضامین، مقوله‌ها و زیرمقوله‌های مؤثر بر قاچاق کالا و ارز در فضای مجازی استخراج شد. در ادامه نتایج به دست آمده، مطابق با رویکرد روش مند نظریه داده بنیاد/اشرافوس و کوربین تحلیل شد. در تبیین نتایج حاصل از اهداف تحقیق، عوامل علی، مداخله‌گر و زمینه‌ای و همچنین راهبردها و پیامدها، مشخص شدند و به سوالات تحقیق پاسخ داده شد. در ابتدا این سؤال مطرح شد که عوامل علی قاچاق کالا و ارز در فضای مجازی کدامند؟ در پاسخ به این سؤال، مقوله‌های ضعف در قوانین و مقررات جاری جهت برخورد با متخلفان در فضای مجازی، ضعف در اجرای قوانین و مقررات موجود، کمبود نظارت بر کیفیت و قیمت کالاهای عرضه شده و ضعف مدیریت شناسایی شد. در پاسخ به سؤال دوم و این که عوامل زمینه‌ای مؤثر بر قاچاق کالا و ارز در فضای مجازی کدامند؟ محققین پس از تحلیل داده‌های کیفی به مقولاتی دست یافتند که بستر و زمینه‌ی قاچاق کالا و ارز از طریق فضای مجازی فراهم می‌نماید. این مقولات عبارت بودند از فقر و بیکاری، استفاده از روش‌های متنوع تبلیغ، امکان دسترسی راحت مشتریان به خدمات موجود، امکان اختفاء هویت قاچاقچیان مجازی، هزینه ناچیز راه‌اندازی فروشگاه‌های مجازی و هزینه ناچیز اداره فروشگاه مجازی و تأمین کالای قاچاق. در

ادامه و در پاسخ به سوال سوم و اینکه عوامل مداخله‌گر ناشی از فضای مجازی در قاچاق کالا و ارز کدامند؟ مقولات اصلی که به‌عنوان عوامل مداخله‌گر شناسایی شدند، عبارت بودند از نداشتن سواد رسانه‌ای و نبود تخصص و ضعف در مقابله با متخلفین مجازی. نتایج تحقیق در پاسخ به این سوال که پیامدهای قاچاق کالا و ارز در فضای مجازی کدامند و راهبردهای مقابله با پیامدهای مربوطه چیست، نشان داد که پیامدها معطوف به تأثیر منفی بر تولید داخل، توسعه کسب و کار فروشندگان کالا و ازرقاچاق، افزایش روزافزون مشتریان کالا و ارز قاچاق، سوء استفاده از محدودیت‌های قانونی و نظارتی، بی‌ثباتی اقتصادی و امنیتی و اختلال در الگوی مصرف جامعه بوده و راهبردهای مواجهه-ای با پیامدها نیز می‌توانند در قالب قانون‌گذاری مناسب در حوزه قاچاق کالا و ارز در فضای مجازی، فرهنگ‌سازی فعالیت در بستر مجازی، آگاه‌سازی کاربران فضای مجازی، توانمندسازی منابع انسانی متولی مبارزه با قاچاق کالا، نظارت و سامان‌دهی فروشگاه‌های مجازی و تقویت تولیدات داخلی و حمایت از واردات و صادرات قانونی مطرح شوند. در مقایسه نتایج تحقیق حاضر با سایر تحقیقات، می‌توان این‌گونه نتیجه گرفت که یافته‌های این تحقیق با نتایج حاصل از پژوهش و تحقیقات پناهی و قربانی (۱۳۹۹) که تأثیر کارکردهای فضای مجازی را بر تولید داخل منفی عنوان نموده‌اند و همچنین رشد جرائم نوپدید را شناسایی کرده‌اند، هم‌سو باشد. این تحقیق از حیث شناسایی راهبردهای مواجهه‌ای با شاخصه‌ی کنترل و نظارت بر فضای مجازی با نتایج پناهی و قربانی هم‌سو است. یافته‌های قهرمانی و همکاران (۱۳۹۸) نیز که به توانمندسازی منابع انسانی به منظور مقابله با قاچاق کالا در فضای مجازی اشاره کرده‌اند، هم‌راستای نتایج تحقیق حاضر است. نتایج تحقیق قربانی (۱۳۹۶) نیز نشان داد که گرایش قاچاقچیان و فروشندگان کالای قاچاق به استفاده از ظرفیت‌های فضای مجازی بیشتر شده و منجر به بروز بی‌ثباتی در اقتصاد شد که می‌تواند نتایج حاصل از تحقیق حاضر را نیز تأیید نماید. همچنین نتایج تحقیق پورعیسی و عابدی و قربانی و همکاران (۱۳۹۶) که نشان داد تبلیغ

و بازاریابی گسترده در فضای مجازی به عنوان مهم‌ترین عامل در افزایش ورود کالای قاچاق و اخلال در نظام اقتصادی بوده، هم‌راستای تحقیق حاضر است. راهکارهای مبارزه با قاچاق کالا و ارز بسیار است ولی آنچه در تحقیق و پژوهش حاضر مطرح است، ارائه راهکارهای مربوطه جهت برون رفت از بحران ناشی از فضای مجازی است. در ادامه مواردی که می‌توانند به نوعی بی‌ثباتی اقتصادی ناشی از فضای مجازی را چاراه‌اندیشی نمایند، پیشنهاد شده است.

تدوین قوانین مناسب و دارای ضمانت اجرایی برای سر و سامان دادن به کسب و کارهای مجازی.

تدوین الگوی مدیریتی صیانت اقتصادی از فضای مجازی
افزایش سطح آگاهی جامعه نسبت به موضوع فضای مجازی و تهدیدهای ناشی از آن.

رصد و پایش و نظارت مستمر بر فناوری اطلاعات و فعالیت‌های اقتصادی توسط پلیس و ارگان‌های دخیل بر فعالیت‌های مربوطه.

راه‌اندازی، توسعه و استفاده از شبکه ملی اطلاعات به منظور کاهش تهدیدات. تمرکز بیش از پیش بر روی بزهکاران و مجرمین پرخطر با استفاده از متخصصان پیشگیری و مقابله با جرایم سایبری.
توجه ویژه به مقوله تولید داخل و ارتقا کیفیت کالاهای تولیدی.

استفاده بیش از پیش از محدودسازها و اقدامات سالب دسترسی به فروشگاه‌های مجازی ارائه کننده کالای قاچاق.

سپاسگزاری

نویسندگان بر خود لازم می‌دانند مراتب تشکر صمیمانه خود را از گروه کشف علمی جرائم دانشگاه علوم انتظامی امین به جهت حمایت مالی و سایر مشارکت کنندگان در تحقیق حاضر که محققین را در انجام و ارتقای کیفی این پژوهش یاری دادند، اعلام کنند.

منابع

۱. خامنه‌ای، حضرت آیت اله سید علی. (۱۳۹۵/۲/۸). بیانات در دیدار با کارگران به مناسبت هفته‌ی کارگر.
<https://farsi.khamenei.ir/speech-content?id=32920>
۲. خامنه‌ای، حضرت آیت اله سید علی. (۱۳۸۱/۴/۱۲). فرامین در زمینه مبارزه با قاچاق کالا و ارزش خطاب به رئیس جمهور وقت. epe.ir/News/1063
۳. خامنه‌ای، حضرت آیت اله سید علی. (۱۳۹۴/۲/۰۶). بیانات و فرمایشات در دیدار با فرماندهان ناجا.
<https://farsi.khamenei.ir/speech-content?id=29531>
۴. اسفندیاری، علی اصغر؛ جمال منش، آرش. (۱۳۸۱). اقتصاد زیرزمینی و تاثیر آن بر اقتصاد ملی. پژوهشنامه اقتصادی، ۲(۶)، ۱۳-۴۸. بازیابی از:
https://joer.atu.ac.ir/article_3183.html
۵. بیابانی، غلامحسین؛ احمد موسوی، سید. (۱۳۸۹). قاچاق کالا و اثرات آن بر اقتصاد. فصلنامه علمی کارآگاه، ۳(۱۱)، ۶۸-۸۳.
http://det.jrl.police.ir/article_10607.html
۶. پناهی، حمید؛ قربانی، ابراهیم. (۱۴۰۰). پیامدهای انتظامی - امنیتی بی ثباتی اقتصادی ناشی از فضای مجازی و راهبردهای مقابله با آن [پروژه تحقیقاتی، دانشگاه علوم انتظامی امین ناجا].
۷. پورعیسی، حمید؛ عابدی تهرانی، طاهره. (۱۳۹۶). بررسی علل گسترش قاچاق کالا و ارزش به سمت فضای مجازی و اهمیت ساماندهی و نظارت بر فروشگاه‌های اینترنتی، مجله دادرسی، ۱۲۲ (۵)، ۲۷-۳۱.
۸. پورمنافی، ابوالفضل؛ طالبیان، حسین. (۱۳۹۸). اشراف اطلاعاتی و مبارزه با قاچاق کالا و ارزش، دانشگاه علوم انتظامی امین.
<https://www.magiran.com/paper/1755660>
۹. جعفری لنگرودی، محمد جعفر. (۱۳۷۶). ترمینولوژی حقوق، انتشارات گنج دانش.
۱۰. ذوالفقارطلب، مصطفی. (۱۳۹۶). قاچاق کالا و ارزش از منظر منابع عقلی استنباط احکام در اصول فقه. مطالعات تقریبی مذاهب اسلامی (فروغ وحدت)، ۱۳(۴۸)، ۴۰-۵۶.

http://foroughevahdat.mazaheb.ac.ir/article_68634.html

۱۱. قربانی، ابراهیم. (۱۳۹۶). شناسایی و رتبه‌بندی عوامل موثر در کوچ قاچاقچیان کالا

از فضای حقیقی به فضای سایبری با استفاده از تکنیک AHP. کارگاه، ۱۰(۴۰).

http://det.jrl.police.ir/article_10753.ht ۱۵۲-۱۶۸.

۱۲. قربانی، ابراهیم؛ پورمنافی، ابوالفضل. (۱۴۰۰). مبارزه با قاچاق کالا و ارز در فضای

مجازی. انتشارات دانشگاه علوم انتظامی امین.

۱۳. قربانی، ابراهیم؛ جوانمرد، محمد؛ ابراهیمی، علی. (۱۳۹۶). بررسی نقش فضای

مجازی در افزایش ورود کالای قاچاق از مرزها. فصلنامه علوم و فنون مرزی،

۸(۲۲)، ۳۱-۵۶. http://journals.police.ir/article_18510.html

۱۴. قهرمانی، مسعود؛ قربانی، ابراهیم؛ احمدپور، متین. (۱۳۹۸). ارائه الگوی توانمندسازی

منابع انسانی به منظور مقابله با قاچاق کالا در فضای مجازی. فصلنامه علمی منابع

انسانی نَاجَاجَ، ۱۰(۵۸)، ۴۷-۷۲.

http://phr.jrl.police.ir/article_94223.html

۱۵. گلی، رضا؛ نقدی، ابراهیم. (۱۳۹۴). محشای قانون مبارزه با قاچاق کالا و ارز،

انتشارات راه دانشگاه.

۱۶. مصطفی‌زاده، لیلیا. (۱۳۹۳). بررسی جرم شناختی عوامل مؤثر بر قاچاق کالا در مرز

بازرگان [پایان‌نامه کارشناسی ارشد، پردیس بین‌المللی دانشگاه ارس].

17. Adorjan, M. (2015). *Drugs on the dark net, how cryptomarkets are transforming the global trade in illicit drugs*, British Journal of Criminology, 55 (4), 835-836.

<https://academic.oup.com/bjc/articleabstract/55/4/835/548697?redirectedFrom=fulltext>.

18. Castells, M. (2011). *The internet galaxy, Reflections on the internet, business and society*. New York. Oxford university press. <https://oxford.universitypressscholarship.com/view/10.1093>

19. McQuail, D. (2005). *McQuail's mass communication theory. 5th edition*. Sage publications. London.

20. Stephanie H. Cook. (2013). *Online Network Influences on Emerging Adults' Alcohol and Drug Use*. Youth

Adolesc42(11)، 1674–1686 .

<https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC3620906>

