

# علل اشتیاق به مصرف کالاهای قاچاق

اشاره:

پدیده قاچاق کالا از آنجا بروز می‌کند و گسترش می‌یابد که همواره تقاضایی برای کالاهای مذکور در بازار داخلی و خارجی وجود دارد و عوامل قاچاق با هدف کسب سود بیشتر از تجارت غیر قانونی، مبادرت به عرضه کالاهای غیر رسمی می‌کنند. وجود تقاضا برای کالاهای قاچاق از علل و عوامل متعددی سرچشمه می‌گیرد که شناسایی و بررسی دقیق آنها می‌تواند در تغییر روند تقاضا برای این‌گونه کالا و مبارزه جدی با آثار سوء اقتصادی قاچاق کالا، تأثیر بسزایی داشته باشد. اگر علل و عوامل ایجادکننده تقاضا برای کالاهای قاچاق به درستی شناسایی، ارزیابی و تحلیل نشود، چه بسا مبارزه از طریق نیروهای انتظامی با عوامل قاچاق حتی با صرف هزینه‌های کلان به توفیق منجر نگردد و همواره اشتیاق مصرف این‌گونه کالاها، انگیزه برای یافتن راه‌های تازه عرضه غیر قانونی کالاهای قاچاق را تقویت می‌کند.

در این گزارش تلاش شده است که از یک دریچه به علل اشتیاق به استفاده از کالاهای قاچاق و از دریچه دیگر به بررسی آثار سوء قاچاق کالا بر الگوی مصرف بپردازیم. با هم این گزارش را می‌خوانیم.

۱- زیبایی و نوآوری در طرح و رنگ تولیدات انسان موجودی تنوع طلب و زیبایی خواه می‌باشد و معمولاً به شکل و ظاهر اشیاء توجه دارد. هر اندازه که طراحی و رنگ آمیزی کالا بیشتر جلب توجه نماید، تقاضا برای آن تحت تأثیر قرار می‌گیرد. به همین جهت است که شرکت‌های بزرگ چندملیتی و فراملیتی در عصر تولید انبوه کالاها همواره به نوآوری و ابتکار در طراحی صنعتی توجه داشته و علاوه بر عرضه کالاهای جدید، در تغییر و اصلاح شکل کالاها با اهداف گوناگون کوشا بوده‌اند. برای مثال شرکت‌های بزرگ برای نفوذ در بازارها و حفظ میزان فروش خود با توجه به الگوی مسکن در جوامع گوناگون، لوازم منزل را در اندازه‌های مختلف عرضه می‌کنند. توجه این شرکت‌ها به تغییرات مستمر شکل ظاهری کالاها حتی بدون انجام تغییرات مؤثر در کیفیت و نحوه ساخت

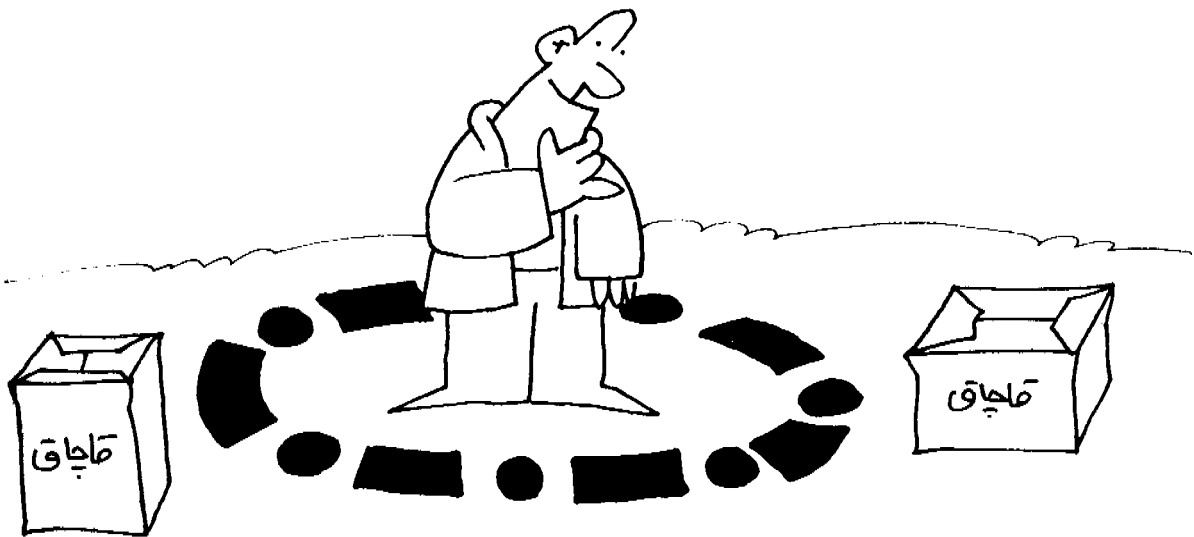
با این وجود دولت‌ها برای دستیابی به اهداف اقتصادی و اجتماعی و نیز پیاده کردن برنامه‌های خود، سیاست‌های بازرگانی را تدوین و حد و مرز ورود و خروج کالا و ارز از کشور را معین می‌کنند. در این رهگذر عوامل قاچاق سعی می‌کنند با دور زدن موانع قانونی به سودهای سرشار دسترسی پیدا نمایند.

بررسی علل اشتیاق به مصرف کالاهای قاچاق که انگیزه تجارت غیرقانونی را تقویت می‌کند، به کارشناسان کمک می‌کند که علت‌ها را به درستی شناسایی کنند و راه‌حل‌های منطقی برای دستیابی به هدف «مبارزه با قاچاق کالا» بیابند.

بررسی کارشناسان در مورد علل اشتیاق به استفاده از کالاهای قاچاق نشان می‌دهد که تقاضا برای این کالاها تحت تأثیر عوامل گوناگون وجود دارد که مهم‌ترین آنها بدین شرح می‌باشند:

بررسی‌های اقتصادی نشان می‌دهد که کشش تقاضا برای کالاهای مختلف، متفاوت می‌باشد. اما به هر حال تحت تأثیر عوامل گوناگون از جمله نیاز مصرف‌کنندگان، درآمد آنها و...، این کشش وجود دارد. تا زمانی که کشش تقاضا برای کالایی وجود داشته باشد، مصرف‌کنندگان درصدد ابتیاع آن برمی‌آیند و بنا به میزان کشش کالا، قیمت آن تحت تأثیر قرار می‌گیرد.

تقاضا برای کالاهای قاچاق در بازار داخلی و بازارهای خارجی همواره موجود هست و همین امر موجب می‌شود که عرضه کالا به طریق غیرقانونی در بازارها صورت بگیرد. هر اندازه که راه‌های قانونی و سهل برای عرضه کالا موجود باشد، انگیزه برای قاچاق آن کالا کمتر می‌شود و همواره ایجاد موانع مصنوعی در مسیر طبیعی عرضه کالاها، انگیزه را برای تجارت غیرقانونی آن باز می‌کند.



کالا، برای جلب نظر مشتریان و استمرار فروش خود، قابل تعمق می باشد. برای مثال چه بسا یک خودرو بدون انجام تغییرات کیفی عمده ای در چند سال با اندکی تغییر در شکل ظاهری به نام های گوناگونی (مدل...) به بازار عرضه شود. در عصر تولید انبوه، برای بقای شرکت های بزرگ افزایش تقاضا از اهمیت بسزایی برخوردار است و اگر آنها نتوانند همواره تقاضا برای تولیداتشان را تحریک کنند و افزایش دهند، موقعیت اقتصادی خود را در بازار از دست می دهند.

بنابراین تولیدکنندگان کالاها همواره به شکل ظاهری تولیدات و سلاقی مصرف کنندگان توجه دارند و تلاش می کنند که نظر مشتری را جلب نمایند. بررسی شکل ظاهری، رنگ آمیزی و به طور کلی طراحی تولیدات ایرانی (جز در مورد پوشاک و کفش) نشان می دهد که در این زمینه شرکت های تولیدکننده در ایران تلاش در خورتوجهی نداشته اند و بخش طراحی صنعتی از تحرک و پیشرفت قابل توجهی برخوردار نبوده است. لذا ضرورت دارد که در این رشته، نیروی انسانی خلاق و مبتکر آموزش دیده و پرورش یابند تا بتوانند تحولی شایسته در طراحی تولیدات

به وجود آورند و سلاقی و نظرات مشتریان داخلی و خارجی را در نظر بگیرند.

پیشرفت در این حیطه نه تنها به کاهش تقاضا برای کالاهای وارداتی (به ویژه کالاهای قاچاق که با ممنوعیت ورود تحت تأثیر سیاست های گوناگون به ویژه حمایت از تولیدات داخلی و صرفه جویی ارزی، روبه رو می باشند) کمک می کند، بلکه ضمن تأمین نظرات مصرف کنندگان داخلی، گامی در جهت توسعه صادرات غیرنفتی می باشد.

## ۲- کیفیت کالاها

برای بسیاری از مصرف کنندگان، موضوع کیفیت کالا، از اهمیت بسزایی برخوردار است. چنانچه کالاهای خارجی بدون پرداخت حقوق و عوارض گمرکی و با قیمت ارزان تر به بازار داخلی عرضه شود، مصرف کننده برای اکتیاف کالاهای مرغوب به خرید این گونه کالاها روی می آورد. البته بررسی کالاهای قاچاق وارداتی به ایران تا حدودی نشان می دهد که این کالاها فاقد خدمات پس از فروش (تعمیرات و تأمین لوازم و قطعات یدکی) می باشند و چه بسا مصرف کننده داخلی در اثر ناآگاهی یا بی توجهی نسبت به این مسایل، در اکتیاف این گونه کالاها

متضرر نیز بشود.

با این حال بحث کیفیت کالا از جایگاه خود برخوردار است و مصرف کننده برای اکتیاف جنس خوب، حتی حاضر به پرداخت مبالغ بیشتر (نسبت به تولیدات مشابه داخلی) می شود. با این وصف توجه و تأکید بر بهبود کیفیت تولیدات داخلی می تواند در کاهش تقاضا و اشتیاق به مصرف کالاهای خارجی مؤثر باشد. در این زمینه دقت در رعایت استانداردهای بین المللی در تولید کالاها و اطلاع رسانی دقیق و جامع نسبت به پیشرفت های تحصیل شده در این بخش، معرفی کالاهای مطابق با استانداردهای قابل قبول جهانی به مصرف کنندگان، از اهمیت بسزایی برخوردار است که مدیران بنگاه های تولیدی و مسؤولان نظارت بر کیفیت و استانداردها باید بدان توجه داشته باشند.

## ۳- تبلیغ

گسترش ارتباطات راه دور، وجود ماهواره های تلویزیونی، دسترسی سریع به اطلاعات مربوط به عرضه کالاهای جدید و نیز کیفیت آنها و...، سبب شده است که مصرف کنندگان به ویژه قشر نوجوان و جوان هر روز با کالاهای نو و خوش ظاهری آشنا شوند. به ویژه آنکه

رسانه‌ها و دستگاه‌های تبلیغاتی در انجام امور تبلیغاتی خود به انواع ابزار، تصاویر، رنگ و... توجه دارند تا بتوانند بیشتر و بهتر در مصرف‌کنندگان تأثیر گذارند و تقاضا برای کالای مورد معرفی، ایجاد نمایند.

انسان نیز موجودی تنوع طلب و زیبایی خواه است و به ویژه قشر جوان و نوجوان سهل تر تحت تأثیر تبلیغات پسرزرق و برق خارجی قرار می‌گیرند. در نتیجه تقاضا برای تولیدات

جدید بنگاه‌های اقتصادی تحت تأثیر تبلیغات وسیع آنها افزایش پیدا می‌کند. چنانچه مسؤولان و برنامه‌ریزان دولتی برای دستیابی به اهداف و برنامه‌های اقتصادی و اجتماعی ضروری جامعه، تنگناهایی را در واردات کالاها به ویژه کالاهای لوکس و غیرضروری ایجاد کنند که اگر چه منافع اقتصادی کوتاه و بلندمدت کشور را مدنظر دارند، انگیزه برای ورود قاچاق کالا تقویت می‌شود. وجود تقاضای مؤثر بالا برای این‌گونه کالاها در جامعه، خودبه‌خود منافع سرشاری را برای عوامل قاچاق به ارمغان می‌آورد و آنها را در انجام این کار که بنیان اقتصادی ملی را هدف قرار داده است مصمم تر می‌سازد.

در این شرایط صرف مبارزه با قاچاق از طریق نظارت بر مرزها و کنترل‌های انتظامی نمی‌تواند به‌طور مؤثر کارساز باشد. بلکه ضرورت دارد که ضمن ارتقاء کیفیت و بهبود شیوه‌های طراحی در تولیدات داخلی، فرهنگ مصرفی جامعه نیز به نفع استفاده از تولیدات داخلی متحول گردد. در این جا نقش و وظیفه دستگاه‌های اطلاع‌رسانی و رسانه‌های

جمعی در پیشبرد فرهنگ مصرف صحیح در جامعه بیش از پیش هویدا می‌شود. این دستگاه‌ها باید بتوانند الگوهای فرهنگی و مصرفی جامعه را تحریک نمایند و با تبلیغ مناسب ضمن آگاهی

**○ دولت برای دستیابی به اهداف اقتصادی و اجتماعی و پیاده‌سازی برنامه‌های فود، سیاست‌های بازرگانی را تدوین و مد و مرز ورود و خروج کالا از کشور را معین می‌کند، اما عوامل قاچاق کالا با دور زدن موانع قانونی به سودهای سرشار و درآمدهای بادآورده دست می‌یابند.**

دادن به مصرف‌کنندگان به ویژه کودکان، نوجوانان و جوانان و نیز والدین، ابزار تبلیغ مناسب تولیدات داخلی را نیز فراهم سازند. متأسفانه در ایران تبلیغ برای کالاها و تولیدات ملی نه تنها در بازار داخلی، بلکه در بازارهای خارجی برای محصولات صادراتی به درستی انجام نمی‌شود و تأثیر شگرفی بر مصرف‌کنندگان ندارد.

۴- معرفی فرهنگ مصرف در جامعه با گذشت نزدیک به بیست سال از پیروزی انقلاب اسلامی در ایران، هنوز الگوی مصرف صحیح مبتنی بر فرهنگ اسلامی - ایرانی در جامعه تدوین و معرفی نشده است. الگوی مصرف خانوارهای ایرانی هنوز تحت تأثیر فرهنگ تنوع طلب و تسلط جوی غربی است که بیش از همه جوانان را مخاطب قرار داده است.

اصلاح الگوی مصرف و معرفی الگوی صحیح مصرف در جامعه از اهمیت بسزایی برخوردار است که می‌تواند بر تقاضای کل تأثیر قابل توجهی داشته و آن را کاهش دهد. تأثیرگذاری بر

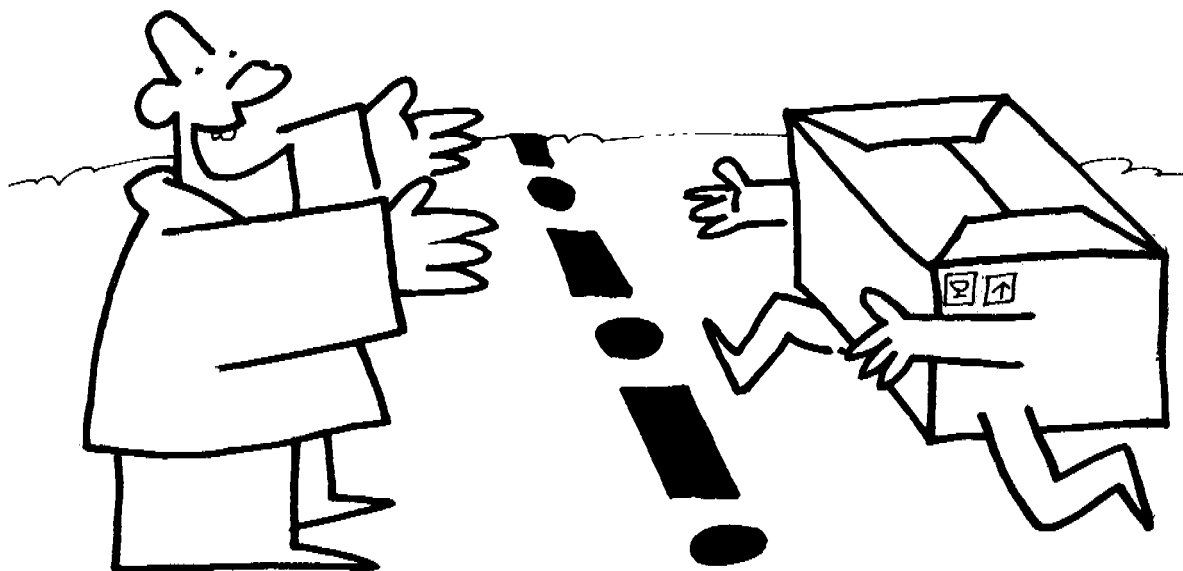
الگوی مصرف در جامعه، تقاضا برای کالاهای وارداتی را نیز شامل می‌گردد و می‌تواند در کاهش هزینه واردات و صرفه‌جویی ارزی، تخصیص صحیح منابع اقتصادی به فعالیت‌های مولد، افزایش تولید

ناخالص داخلی و دستیابی به رشد و توسعهٔ پویای اقتصادی، ایجاد فرصت‌های شغلی و... اثرات مثبتی به‌جا گذارد. بی‌توجهی بدین امر و بها ندادن به معرفی الگوی صحیح

مصرف موجب می‌شود که همواره بخشی از منابع از اقتصاد ملی خارج و مصرف واردات کالاهای غیرضروری که نقشی در رشد اقتصادی بلندمدت نیز نخواهد داشت، شود.

با این وصف توجه دولت به تدوین و معرفی الگوی صحیح مصرف، تهییج احساسات و غرور ملی در استفاده از تولیدات داخلی، جلب مشارکت مردم در پیشبرد اهداف اقتصادی و اجتماعی کشور از طریق صرفه‌جویی در مصرف و تأمین منابع موردنیاز سرمایه‌گذاری در طرح‌های اقتصادی از طریق افزایش پس‌انداز ملی، بسیار ضروری است.

با توجه به آنکه سالانه ۳ تا ۴ میلیارد دلار کار به‌صورت قاچاق وارد کشور می‌شود که به‌طور حمله دربرگیرنده کالاهای مصرفی و غیرضروری و قابل تولید در داخل می‌باشد، موجب می‌گردد که رقمی نزدیک به ۲۰ تا ۳۰ درصد هزینه واردات از ارقام موردنظر دولت فزونی یابد. این امر موجب می‌شود که توازن ارزی و تجاری در حد مطلوب و موردنظر تحقق پیدا کند و بخشی از منابع ارزی که برای سرمایه‌گذاری در



بیان این نکته که آیا در محیط خانه، مسؤول خانواده اجازه به بار آوردن سرانه ۲۳۰ دلار بدهی را به اعضای خانواده‌اش می‌دهد یا خیر، برای مردم ضروری است. مسلماً پاسخ بسیاری از اقشار مردم به این پرسش منفی است. کشور نیز خانواده‌ای بزرگتر می‌باشد که مسؤولان آن باید اعضای خانواده را با شرایط واقعی و موجود آشنا کنند و با جلب حمایت، همت و پشتکار آنها توازن لازم را برقرار سازند. در چنین شرایطی همان‌گونه که یک خانواده در فکر صرفه‌جویی در هزینه‌ها و یافتن راه‌های معقول و مناسب برای افزایش درآمد، خواهد بود، مسؤولان کشور نیز می‌بایست در معرفی الگوی صحیح مصرف و صرفه‌جویی ملی (بهره‌وری) و یافتن راه‌های افزایش درآمد ارزی کوشا باشند و با جلب مشارکت و حمایت مردم به اهداف ملی دست یابند.

بیش از پیش در معرفی الگوی صحیح مصرف، تصویرسازی آینده مبهم در اثر رشد مصرف کالاهای وارداتی و رکود صنایع داخلی و استمرار وضعیت کنونی مصرف در جامعه، کوشا باشند. مسلماً مخاطب این نوع اطلاع‌رسانی نه تنها والدین بلکه باید جوانان که آینده‌سازان کشور هستند، باشند.

ضعف در بیان و معرفی الگوهای زندگی همراه با رفاه و آسایش برای همه با پیروی از الگوی مصرف اسلام (صرفه‌جویی و قناعت، کمک به مستمندان و نیازمندان، عزت نفس و...) سبب شده است که بسیاری از اقشار جامعه هنوز اطلاعات درستی از یک الگوی واقع‌بینانه و صحیح مصرفی نداشته باشند و در عمل با افراط و تفریط در مخارج مواجه شوند.

برای کشوری که سرانه صادرات غیرنفتی آن حدود ۲۰ دلار است، تحمل هزینه سرانه واردات در حد ۲۵۰ دلار (۱۲/۵ برابر) کار ساده‌ای نیست و اگر نفت را از اقتصاد ملی و محاسبات ملی حذف نمایم، هر ایرانی سالانه رقمی در حدود ۲۳۰ دلار بدهی خارجی به وجود می‌آورد.

طرح‌های مولد اقتصادی بسیار ضروری و مهم است، از دسترس خارج شود.

کارشناسان عقیده دارند که در شرایط کنونی که اقتصاد کشور به شدت به صادرات نفت یا به عبارت دیگر فروش ثروت ملی وابسته است، اثرگذاری بر الگوی مصرف، صرفه‌جویی خانوارها، افزایش پس‌انداز و سرمایه‌گذاری ملی از اهمیت بسزایی برای تسریع و تداوم رشد اقتصادی برخوردار است. هر اندازه که مسؤولان و برنامه‌ریزان در تصحیح الگوی مصرف در جامعه مسامحه نمایند، روند توسعه صنعتی و اقتصادی کشور با توجه به محدودیت منابع اقتصادی و سرمایه‌گذاری با کندی بیشتر روبه‌رو خواهد شد. سرانجام چنین فرآیندی، افت شدید سطح زندگی مردم در بیست سال آینده (زمانی که ایران در جرگه کشورهای عمده صادرکننده نفت قرار ندارد) خواهد بود. زمانی که محدودیت درآمد ارزی و ملی کشور فقر و فشارهای فزاینده‌ای را به مردم و نسل آینده تحمیل خواهد کرد.

لذا برای رویارویی با چنین معضل بزرگی ضرورت دارد که دستگاه‌های اطلاع‌رسانی دولت، مبلغان و روحانیان،