



قاچاق کالا: علل، چگونگی و  
کارکردهای آن از نگاه مردم

شهرام زعفرانلو<sup>۱</sup>  
پروژه‌سگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی  
پرتال جامع علوم انسانی

---

۱. رئیس اداره مطالعات فرهنگی و اجتماعی، معاونت فرهنگی و پژوهش ستاد مرکزی مبارزه با قاچاق کالا و ارز  
shahram.z@hotmail.com

## چکیده

مقاله حاضر به بررسی «قاچاق کالا، علل، چگونگی و کارکردهای آن از نگاه مردم» می‌پردازد و از جمله پژوهش‌های اجتماعی است که دارای ماهیت توصیفی و تحلیلی است. در اجرای این پژوهش از دو روش کتابخانه‌ای (اسنادی) و پیمایش اجتماعی استفاده شده و تلاش شده است تا پرسش علل، چگونگی و کارکردهای قاچاق کالا از نگاه جامعه را مورد ارزیابی قرار دهد. جامعه نمونه این پژوهش شامل کلیه ساکنان بالای ۱۶ سال در ۷ استان کشور شامل 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 کمتر مصرف‌کننده) می‌باشد. حجم نمونه تحقیق نفر ۷۲۳۰ می‌باشد.

اهم یافته‌های این پژوهش حاکی از این است که: اکثریت جامعه (۶۹ درصد) معتقدند کالاهای قاچاق در عین اینکه در کشور زیاد است؛ دارای مضرات و آثار تخریبی گوناگونی است این در حالی است که بخش زیادی از جامعه تأکید کرده‌اند انواع کالاهای خارجی که از طرق غیرقانونی به کشور وارد شده‌اند اعم از تلویزیون، گوشی موبایل، لوازم خانگی و داروهای کمیاب به وفور در بازارهای کشور موجود و به راحتی به فروش می‌رسند و این موضوع در استانهای پرمصرف (مثل تهران و اصفهان) در مقایسه با استانهای مبادی (مثل استانهای کردستان، آذربایجان غربی، هرمزگان و خراسان) و کم مصرف (مثل سمنان) بیشتر مشاهده می‌شود. اکثریت پاسخگویان این تحقیق (بیش از دو سوم) تأکید کرده‌اند قاچاق کالا پدیده‌ای است که در فرایند آن جریان‌ات، گروه‌ها و سازمان‌های متفاوت دخیل هستند و همگرایی، هم‌افزایی و پیوند بین جریان‌ها و باندهای سازمان‌یافته، شرکت‌های داخلی و برخی از چهره‌ها و نیروهای متنفذ در دستگاه‌های رسمی کشور، روند قاچاق را تسهیل می‌نمایند. البته پاسخگویان به این نکته نیز اذعان داشته‌اند که مبارزه با قاچاق کالا مستلزم عزم جدی مسئولین و به‌ویژه حضور و مشارکت مردم با مسئولین است تا بتوان با اتکاء به سرمایه‌های اجتماعی با این پدیده که دارای کارکردها و پیامدهای منفی گوناگونی است، مبارزه هوشمندانه‌ای داشت.



## ۱. بیان مسأله

تداوم امروزی پدیده قاجاق حاکی از آن است که یا جامعه از پدیده قاجاق، ابعاد، آثار، کارکردها، چگونگی و محصولات قاجاق بی اطلاع است و یا این که علی رغم اطلاع، برای خود نقش و مسئولیتی تصور نمی کند و آن را ناشی از خواست و یا سیاست کلان کشور و یا ضرورت های امروزی ارزیابی می کند. در حالت بدبینانه نیز احاد جامعه با انتساب این روندها به سیاست های کشور، خود را از ایفای نقش مسئولانه و متعهدانه رها کرده و طلبکارانه نهادهای مسئول را ناکارآمد و ناسالم ارزیابی می کنند.

بنابراین سؤال بنیادین این پژوهش این است که احاد جامعه ایران در سه منطقه متمایز، چه اجتماعی که در مبادی ورود قاجاق قرار دارند، چه اجتماعی که مصرف کننده کالای قاجاق هستند و چه اجتماعی که کم تر در معرض ورود و مصرف کالاهای قاجاق قرار دارند، چه پنداشتی از وضعیت قاجاق، روند، آثار، کارکرد، علل و چگونگی آن دارند، نقش سیاست های اجرایی و نهادهای مسئول در فرایند مدیریت قاجاق را چگونه ارزیابی می کنند و چه نقشی برای خود در روند مقابله با قاجاق قائل هستند؟

## ۲. اهمیت و ضرورت پژوهش

تبیین دقیق زمینه های فرهنگی، نگرشی و معرفتی تسهیل کننده قاجاق بنیان دقیقی است برای سیاست گذاری در سطوح متفاوت پیشگیرانه، کنترلی و مقابله ای. تأکید بر سیاست های پیشگیرانه به ویژه در عرصه پیشگیری فرهنگی - اجتماعی که مبتنی بر تغییر نگرش ها، ارتقاء سطح آگاهی های اجتماعی و تعمیق مقاومت درونزای اجتماعی است، از اولویت های راهبردی چشم انداز آینده است. هرگونه کم توجهی به این رویکردها، ضمن افزایش هزینه های نرم افزاری، مقاومت اجتماعی در برابر سیاست های کنترلی و قضایی را افزایش و انفعال بیش تری را بر نهادها و رویکردهای جاری تحمیل خواهد کرد.

### ۳. جامعه آماری

این پژوهش شامل کلیه ساکنان بالای ۱۶ سال در ۷ استان کشور شامل 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 کمتر مصرف‌کننده) می‌باشد. حجم نمونه تحقیق نفر ۷۲۳۰ می‌باشد.

### ۴. سؤالات پژوهش

سؤالات بنیادین این پژوهش عبارت است از:

۱. پنداشته‌ها و ادراک عمومی از قاچاق کالا در سطح کشور چیست؟
۲. مردم چه ادراکی از انواع، روند و چگونگی ورود و توزیع کالاهای قاچاق در کشور دارند؟
۳. از نگاه عمومی چه عوامل، علل و بازیگرانی در فرایند قاچاق کالا در کشور مداخله کرده و نقش‌آفرین هستند؟
۴. مردم عملکرد نهادها و سازمان‌های مسئول را در فرایند مدیریت قاچاق کالا چگونه ارزیابی می‌کنند؟
۵. از نگاه مردم رشد و گسترش پدیده قاچاق کالا چه آثار و عواقبی در عرصه‌های اقتصادی و اجتماعی در پی خواهد داشت؟
۶. نقش عوامل رسانه‌ای، تربیتی، آموزشی و... در فرایند مدیریت قاچاق کالا چگونه تعریف می‌شود؟
۷. چگونه می‌توان نقش مردم را در فرایند مدیریت بهینه قاچاق کالا را ارتقاء و ظرفیت‌های عمومی را در این زمینه به کار گرفت؟

### ۵. چارچوب نظری تحقیق

با اتخاذ رویکرد ترکیبی، جهت تبیین موضوع تحقیق از ترکیبی از نظریات نهادی،

اجتماعی، روان‌شناختی و اقتصادی بهره برده‌ایم.

بر مبنای رویکرد نهادگرا، آمیزه‌ای از هنجارهای غیررسمی، قوانین و ویژگی‌های اجرایی آنها، مجموعه انتخاب‌های، فراروی افراد را مشخص می‌کنند و به عملکرد اقتصادی منجر می‌شوند. قاچاق را می‌توان عدم رعایت قواعد بازی (محدودیت‌های رسمی) در فعالیت‌های تجارت خارجی تعریف کرد. برای بررسی و پیامدهای سیاسی، اجتماعی و فرهنگی قاچاق کالا باید نقش نهادها تصمیم‌گیرنده، مقننه، اجرایی و قضایی را در مبارزه با این نوع تجارت در نظر گرفت. (باکاک، ۱۳۸۱: ۵۵)

در نظریه فشار؛ مواردی مانند عدم توانایی محقق ساختن یک هدف مربوط به کسب موفقیت و نداشتن یک فرصت قانونی برای موفقیت به‌عنوان عوامل فشار هستند که فرد را وادار به استفاده از روش‌های غیرقانونی مانند قاچاق می‌کند.

عامل مهم کژرفتاری در مراتب پایین جامعه، میل به ارتقای اجتماعی و فقدان ضوابط لازم برای ارتقاء است. در این نظریه بیان شده است که رفتار بزهکارانه طبقه پایین به این علت است که شرایط اجتماعی آنها را از بدست آوردن موفقیت به‌طور مشروع ممانعت می‌کند و در حقیقت به‌عنوان عامل فشار و بازدارنده موفقیت است. شکست در دستیابی به منزلتی که طبقه بالا به آن دست پیدا می‌کنند، احساس سرخوردگی و ناکامی را در طبقه پایین بوجود می‌آورد که این عامل نوعی فرهنگ بزهکاری جمعی را به‌وجود می‌آورد که در آن نیل به موفقیت با ابزارهای غیرقانونی مشروع و پذیرفتنی است. (کوهن، ۱۳۸۱: ۷۳)

دروندمایه اصلی نظریه پیوند افتراقی در مفهوم یادگیری فرایند اعمال مجرمانه است. افراد احتمالاً زمانی منحرف می‌شوند که بیش‌تر با افرادی ارتباط داشته باشند که عقاید انحرافی دارند هر چقدر فرد تعامل بیش‌تری با افراد جنایتکار داشته باشد احتمال انحرافش بیش‌تر است. (همان، ۱۳۸۱: ۸۵)

نظریه کنترل اجتماعی بروز کج‌رفتاری‌هایی مانند قاچاق کالا را نتیجه تضعیف یا فقدان کنترل اجتماعی می‌داند. ضعیف یا گسستگی ابزارهای کنترلی و قیود اجتماعی

مانند: وابستگی به خانواده، بستگان، اجتماع و...، تعهد (وجدان)، درگیر و مشغول بودن به فعالیت‌های گوناگون روزانه و باورها (باور به نیکوکاری و حسن شهرت و...) فرد را مستعد اعمال مجرمانه می‌کند. (صدیق سروستانی، ۱۳۸۵: ۵۲-۵۱)

در نظریه تضاد عنصر اساسی و مورد تأکید قدرت است و اعتقاد بر آن است که قدرت وسیله‌ای برای کنترل دیگران است. پیش‌فرض نظریه این است که گروه‌های مختلف جامعه در جستجوی اهداف محدود و مشابه هستند و در رقابت برای آن‌ها، اعضای قدرتمند، گروه‌های ضعیف‌تر را مجرم قلمداد می‌کنند. در این نظریه جرم به‌عنوان نتیجه و بازتابی از تقسیم‌بندی‌های بنیادین طبقاتی موجود در جامعه است و تأکید اصلی بر قدرت و عدم مساوات موجود در جامعه است. بر اساس این نظریه از جمله گروه‌هایی که احتمال بزهکار شناخته شدنشان بیش‌تر است آن دسته از افرادی هستند که با پلیس درگیری آشکاری داشته‌اند. (ممتاز، ۱۳۸۱: ۹۱)

طبق نظریه انگ‌زنی به هر کس که از قانون و اخلاق مزبور تخلف کند، انگ کج رفتار می‌زنند اما انگ‌زدن دارای پیامدهایی است که شخص کج‌رفتار تمایل پیدا می‌کند که خود را کج‌رفتار بداند و باعث ادامه کنش قبلی او خواهد شد. (همان، ۱۰۷)

در نظریه قدرت اعتقاد بر آن است که نابرابری قدرت بر کیفیت فعالیت‌های انحراف‌آمیزی که احتمالاً توسط افراد صورت می‌پذیرند، تأثیر می‌گذارد. افراد فاقد قدرت به احتمال بیش‌تر، درگیر آن دسته از اعمال انحراف‌آمیزی می‌شوند که کم‌تر سودآور می‌باشند، نظیر سرقت مسلحانه. به دیگر سخن، قدرت -یا فقدان- تا اندازه زیادی نوع انحرافی که افراد احتمالاً مرتکب آن می‌شوند را تعیین می‌کند. افراد صاحب قدرت به احتمال زیاد از انگیزه نیرومندتری برای رفتار انحراف‌آمیز برخوردارند، فرصت‌های بیش‌تری برای انحراف در اختیار دارند، و در مقایسه با افراد فقیر و فاقد قدرت، در معرض نظارت ضعیف‌تری قرار دارند. (رفیع‌پور، ۱۳۷۸: ۱۷)

در نظریه محرومیت نسبی، 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 می‌دهند و وقتی این احساس به اعلی درجه خود برسد به احساس تضاد اجتماعی می‌انجامد و تعارضات شدیدی را در پی دارد. بر 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 عدم اعتماد را در آن‌ها پرورش می‌دهد. 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. (همان، ۳۶)

رویکرد پدیدارشناسی متوجه جرم و انجام رفتارهای ضد اجتماعی (مانند قاچاق کالا) است. پدیدارشناسان معتقدند که باید مجرم را به‌عنوان انسان دریافت و برای این شناخت باید ذهنیت مجرم مورد توجه قرار گیرد، لذا پدیدارشناسان کوشش می‌کنند شخصیت مجرم را بشناسند و در جرم‌شناسی آن را مورد استفاده قرار دهند. پدیدارشناسان مانند روانکاوان بهره‌برداری از فعالیت‌های ناخودآگاه را مورد توجه قرار می‌دهند و هدف پدیدارشناسان نفوذ در ذهنیت آدمی و شناختن رفتارهایی است که از آن‌ها سر می‌زند و در خصوص موضوع حاضر که به قاچاق کالا می‌پردازد، رویکرد پدیدارشناختی، روش مصاحبه را در خصوص شناخت علل، دلایل و تحقق چنین رفتاری را پیشنهاد می‌کند. (ستوده، ۱۳۷۸: ۳۸)

چرا مصرف کالاهای قاچاق در کشور رواج دارد؟ از میان نظریه‌ها و رویکردهای مورد اشاره، سه رویکرد نظری در باب مصرف می‌تواند مورد بررسی قرار گیرد. رویکرد اول مصرف انفعالی است که مصرف‌کننده را منفعل فرض می‌کند و مصرف را نوعی دستکاری از ناحیه صاحبان قدرت (تولیدکنندگان و وارد کنندگان) می‌پندارد.

از این دید مصرف‌گرایی در خدمت افزایش بیگانگی نیز هست. مصرف‌کنندگان مدرن از نظر جسمی بسیار منفعل و از نظر روحی بسیار مشغول‌اند. 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 همینطور تولیدکننده معانی اجتماعی است. افراد از طریق مصرف و مد نوعی فردگرایی جعلی ایجاد می‌کنند. به این معنا مصرف نوعی فعالیت مناسبی نیز هست.

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 ابداعی، مصرف تولیدی است. مصرف‌کننده در اینجا تولیدکننده است. بر اساس این رویکرد مصرف‌کننده با آگاهی از قاچاق بودن یک کالا، آن را مورد مصرف قرار می‌دهد. (باکاک، ۱۳۸۱: ۷۳)

فرض بنیادی در نظریه انتخاب عقلانی بر هزینه و فایده استوار است. 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.

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. (صادقی فسایی، ۱۳۹۰: ۶۴)

اما در پارادایم توسعه ناموزون، مسائل اجتماعی در جامعه انسانی ناشی از عملکرد نامطلوب نظام اجتماعی است. 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 متمرکز هر یک به دنبال ارضاء نیازهای خود پدیده قاچاق کالا را به وجود می‌آورند. قاچاق کالا نوعی انحراف و آسیب اجتماعی است.

متغیرها این تحقیق عبارتند از:

۱. تلقی از قاچاق (درک قاچاق)، ۲. فرایند قاچاق، ۳. ادراک از فاعلان، ۴. ارزیابی از



علل و چرایی قاچاق، ۵. پیامدهای قاچاق، ۶. دلایل تمایل به مصرف کالاهای قاچاق، ۷. ارزیابی از وضعیت مبارزه با قاچاق؛ ۸. ضرورت مبارزه با قاچاق و ۹. نقش مردم در مواجهه با کالاهای قاچاق.

### ۶. روش تحقیق

این پژوهش از حیث ماهیت توصیفی و تحلیلی است، چون که علاوه بر توصیف شرایط موجود به تفکیک در هر استان و مجموع استان‌های نمونه، به بررسی عوامل مؤثر و پیامدهای آن پرداخته می‌شود.

همچنین پژوهش حاضر از حیث اجرا بصورت مطالعه اکتشافی (کسب اطلاعات جدید و زمینه‌ای با استفاده از اسناد کتابخانه‌ای و تحقیقات پیشین) و پیمایشی می‌باشد. جامعه آماری مورد مطالعه در تحقیق شامل مردم بالای ۱۵ سال ۷ استان کشور هستند که در سه سطح قابل دسته‌بندی می‌باشند: ۱. استان‌های مبادی: شامل استان‌های کردستان، آذربایجان غربی، هرمزگان و خراسان رضوی، ۲. استان‌های پرمصرف: شامل استان‌های تهران و اصفهان و ۳. استان‌های کم مصرف در نمونه تحقیق شامل استان سمنان است.

### ۷. پاسخ به سؤالات پژوهش

#### ۱. پنداشته‌ها و ادراک عمومی از قاچاق کالا در سطح کشور چیست؟

۲۷ درصد از مصاحبه‌شوندگان هیچ اطلاعی در خصوص عوامل و زمینه‌های مؤثر بر ورود غیرقانونی کالاهای خارجی به کشور نداشته‌اند. عدم مرغوبیت کالا (که از جمله علل اقتصادی مؤثر بر قاچاق کالا می‌باشد) با ۱۳ درصد فراوانی از مجموع پاسخ‌ها، از دید پاسخگویان مؤثرترین عامل قاچاق کالا به کشور ارزیابی شده است.

ایرانیان، علل اقتصادی قاچاق را به نسبت سایر علل و زمینه‌ها، بیشتر مورد شناسایی قرار داده و اطلاعات نسبتاً بیشتری در این خصوص دارند.

## ۲. مردم چه ادراکی از انواع، روند و چگونگی ورود و توزیع کالاهای قاچاق در کشور دارند؟

ادراک و شناخت عمومی در خصوص انواع کالاهای قاچاق و روند ورود و توزیع این کالاها در کشور بسیار محدود است. جامعه ایران با معضل رو به رشد قاچاق کالا و همچنین تنوع کالاهای قاچاق (هم به لحاظ مبادی ورودی و هم خروجی) مواجه است. بخشی از جامعه نیز علت و عامل اصلی را با نشانه‌روی به طرف نهادها و مسئولان ذیصلاح آنها را در تداوم و تعمیق مسأله قاچاق کالا مقصر می‌دانند.

## ۳. از نگاه عمومی چه عوامل، علل و بازیگرانی در فرایند قاچاق کالا در کشور مداخله کرده و نقش‌آفرین هستند؟

دو عامل اقتصادی «سود کلان و زیاد» و «کسب درآمد زیاد و یک‌شبه» به ترتیب با میانگین رتبه‌ای ۷/۰۲ و ۶/۳۶ در جایگاه اول و دوم قرار دارند. بنابراین از نگاه مردم مهم‌ترین عوامل قاچاق را باید در منفعت‌جویی‌های مجرمانه‌ای جستجو کرد که جریانات و افراد سودجو از قاچاق جستجو می‌کنند. در کنار این دو عامل تمایل مردم برای خرید کالاهای خارجی با میانگین رتبه‌ای ۶/۲۷ در رتبه سوم و مسأله استمرار معاش بخشی از جامعه از طریق قاچاق که با میانگین رتبه‌ای ۶/۲۵ در جایگاه چهارم قرار گرفته است.

**عامل اقتصادی، هم در سطح کلان و هم در سطح خرد، در فرایند قاچاق به عنوان متغیری تأثیرگذار نقش‌آفرین است.** با توجه به اینکه مسأله فرهنگ و تمایل مردم به مصرف کالاهای خارجی که بخشی از سبک زندگی جامعه ایران را تشکیل می‌دهد از جایگاه سوم برخوردار است.

سهل‌انگاری در فرایندهای کنترلی در کنار عدم جدیت نهادها و دست‌اندرکاران مبارزه با قاچاق از جمله عوامل دیگری است که می‌توان آنها را در رتبه بعدی علل و

عوامل تداوم و تعمیق قاچاق کالا از نگاه مردم در نظر آورد. این نگرش صرفنظر از علل و چرایی آن می‌تواند حاکی از نوعی بدبینی و اختلال در روندهای مدیریت کنترلی کشور باشد.

مطابق نتایج، مهم‌ترین بازیگران و کنشگرانی که عمل آنها فرایند قاچاق را تسهیل می‌کند شامل «افراد با نفوذ» در سازمان‌ها و ادارات دولتی است. «تاجران کشورهای همسایه» از نظر رتبه در جایگاه دوم و «سهل‌انگاری، رفتارهای خلاف کارکنان» و برخی از ادارات مسئول در جایگاه سوم از نظر رتبه اثربخشی قرار دارند. رتبه سوم به نوعی تأکید بر همان عامل اول است که نقش افراد متنفذ در ادارات در فرایند قاچاق را برجسته می‌داند.

اکثریت مردم در رتبه‌بندی بین عوامل قاچاق چند نکته را به طور ناخودآگاه مورد تأکید قرار می‌دهند:

۱. پاسخگویان نقش بازیگران داخلی را در فرایند قاچاق برجسته‌تر از عوامل خارجی می‌دانند.
۲. مردم همکاری چند دسته از کنشگران و هماهنگی آنها در فرایند قاچاق را تأثیرگذار می‌دانند. گروه‌های اصلی و یا کنشگران اصلی از نگاه آنها شامل بازیگران فعال در نهادهای رسمی، تاجران داخلی، بازیگران منطقه‌ای و باندهای بین‌المللی است.
۳. نگاه مردم به قاچاق یک نگاه فرایندی است که کنشگران، نقش مکمل دارند و در هر مرحله با کمک و با مشارکت تعدادی از عواملان، قاچاق انجام و تکمیل می‌گردد. قاچاق امر سازمان‌یافته‌ای است.
۴. نگاه مردم به قاچاق و بازیگران امری کارکردی است. نگاه کارکردی به قاچاق، ایفای نقش توسط کنشگران متفاوت را از نگاه مردم تبیین کرده و آن را معنادار می‌نماید.

۴. مردم عملکرد نهادها و سازمان‌های مسئول را در فرایند مدیریت قاچاق کالا چگونه ارزیابی می‌کنند؟

۴۴ درصد پاسخگویان، مقابله مسئولین با ورود و خروج کالاها به شکل غیرقانونی را ضعیف ارزیابی کرده‌اند؛ ۲۴ درصد از آنان، نبود مبارزه جدی و قاطع را مهم‌ترین علت عدم تأثیرگذاری مبارزه با ورود کالاهای قاچاق بیان نموده‌اند.

مقایسه استان‌های سه گانه ۱ در خصوص ارزیابی آنها از نقش نهادها و سازمان‌های کشور در مبارزه با قاچاق کالا حاکی از این است پاسخگویان استان‌های پر مصرف (با میانگین نمره ۳۳،۱۴) بیشتر از پاسخگویان سایر استان‌ها (مبادی و کمتر مصرف کننده)، تأثیر نهادها و سازمان‌های کشور را در اطلاع‌رسانی به مردم برای مبارزه با قاچاق کالا موثر ارزیابی کرده‌اند.

۵. از نگاه مردم رشد و گسترش پدیده قاچاق کالا چه آثار و عواقبی در عرصه‌های اقتصادی و اجتماعی در پی خواهد داشت؟

افزایش فقر، کاهش اشتغال، کاهش تولید داخلی، افزایش انحصار و رانت خواری، جذب نقدینگی و مشکلات پولی، کاهش درآمدهای دولت، اختلال در آمارها و داده‌های اقتصادی، اختلال در سیاست‌های اقتصادی دولت، تضعیف امنیت سرمایه‌گذاری و... می‌باشد و آثاری چون تضعیف فرهنگ کار و تلاش در جامعه، تسهیل در فرایند تهاجم فرهنگی، غارت هویت فرهنگی، حاشیه‌نشینی، بی‌عدالتی، تبعیض، ناهنجاری‌های اجتماعی، سرخوردگی، نارضایتی از شرایط زندگی، بزهکاری و... از جمله عوارض اجتماعی پدیده قاچاق عنوان می‌گردد.

میانگین رتبه‌ای «لطمه خوردن اقتصاد و تولید ملی» که دارای رتبه اول است و



۱. استان‌های مبادی: شامل استان‌های کردستان، آذربایجان غربی، هرمزگان و خراسان رضوی، ۲. استان‌های پرمصرف شامل استان‌های تهران و اصفهان و ۳. استان‌های کم مصرف: شامل استان سمنان

میانگین رتبه‌ای «دلسردی و ناامیدی تولیدکنندگان داخلی» که دارای رتبه دوم می‌باشد، نشان‌دهنده مهم‌ترین عواقب قاچاق کالا از دید پاسخگویان بوده است، هرچند تمامی شاخص‌ها نیز میانگین بالایی را به نمایش گذاشته‌اند.

میزان آشنایی مردم در این خصوص در سطح بالایی است و اکثر مردم به پیامدهای مخرب قاچاق کالا واقف هستند. مردم سطح آگاهی خود از کالاهای قاچاق را بالا ارزیابی کرده‌اند، گرچه در عمل بسیاری از مردم از فرایند و چگونگی قاچاق کالا بی‌اطلاع هستند.

۶. نقش عوامل رسانه‌ای، تربیتی، آموزشی و... در فرایند مدیریت قاچاق کالا چگونه تعریف می‌شود؟

مردم تأثیر عوامل رسانه‌ای، تربیتی، آموزشی و... را در فرایند مدیریت قاچاق کالا در حد زیاد ارزیابی کرده‌اند. میانگین رتبه‌ای «ستاد مبارزه با قاچاق کالا و ارز»، نشان‌دهنده مؤثرترین نهاد در مدیریت قاچاق کالا می‌باشد.

۷. چگونه می‌توان نقش مردم در فرایند مدیریت بهینه قاچاق کالا را ارتقاء و ظرفیت‌های عمومی را در این زمینه به کار گرفت؟

از نگاه پاسخگویان اکنون تنها ۳۶ درصد مردم در این خصوص مشارکت می‌نمایند. حتی امکان تشخیص کالای قاچاق از غیر قاچاق نیز برای مردم چندان مشخص و ممکن نیست.

## ۸. نتیجه‌گیری و پیشنهادات

اهم مسائل در عرصه قاچاق کالا در یک برآیند کلی عبارتند از:

۱. مصرف کالاهای قاچاق توسط مردم، ۲. عدم شناخت و قدرت تشخیص کالای

قاچاق از غیرقاچاق، ۳. تعارض شناختی و ادراکی جامعه نسبت به کارکردهای قاچاق و مصرف کالاهای خارجی و قاچاق، ۴. مشارکت بخشی از مردم در فرایند قاچاق به دلایل گوناگون، ۵. بدبینی و ضعف احساس تعلق به کالاهای تولید داخلی به دلیل نازل بودن کیفیت، ۶. خوش بینی و ارزیابی مثبت از کالاهای خارجی و تمایل به مصرف آن، ۷. عدم حساسیت در بدنه جامعه نسبت به کالاهای قاچاق و عدم تأمل برای اطمینان از سلامت و قانونی بودن ورود و عرضه آن و ۸. ارزشی بودن مصرف کالاهای خارجی در بین مردم به عنوان الگویی از سبک زندگی بخشی از جامعه به طور طبیعی کارکردهای منفی دوگانه فوق نه تنها چشم انداز روشنی را برای تعدیل و کاهش قاچاق در کشور به نمایش نمی گذارد، بلکه شرایطی را پدید می آورد که بالقوه و بالفعل مستعد گسترش نرخ مصرف کالاهای قاچاق در جامعه است. بخشی از آنچه که تحت عنوان مسأله 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 می نماید رفتار مصرفی ناشی از ته نشین شدن این الگوها به عنوان فرهنگ و الگوی فرهنگی است که افراد را از درون به آن متمایل کرده و با انگیزه درونی به سوی مصرف آن گرایش دارند. شکل ارزشی گرفتن کالاهای خارجی، مصرف آن را اجتناب ناپذیر می نماید. تک تک این مسائل باید در قالب مسأله‌ای 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.

علل تأثیرگذار در مصرف کالای قاچاق در بدنه جامعه عبارتند از:

۱. قیمت: هر کالایی که با قیمتی ارزان تر ارائه شود که از نظر ظاهری نیز واجد جذابیت کافی باشد، انگیزش بیشتری برای جذب مشتریان داخلی دارد.

۲. ضعف سرمایه‌های اجتماعی نسبت به کالاهای داخلی: بخش زیادی از جامعه به کالاهای داخلی «اعتماد» ندارند، از مصرف آن «راضی» نیستند، شرکت‌های سازنده را «پاسخگو» ارزیابی نمی‌کنند
۳. مرغوبیت کالا: 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 نه تنها ناهنجار نیست، بلکه عاملی برای نمایش سبک زندگی مدرن است که مصرف آن انگیزش‌های طرف مقابل را جذب و آن را به تحسین و امی دارد و این موضوع در استانهای پرمصرف مثل تهران و اصفهان بیشتر از استانهای مبادی و کم مصرف است.
۵. فقدان اهمیت درباره ماهیت قانونی و یا غیرقانونی کالاهای وارد شده: بخش کثیری از مردم به هنگام خرید کالای مصرفی خود، هرگز این سؤال را از عرضه‌کننده نمی‌پرسند که آیا کالا واجد مختصات قانونی است یا خیر؟
۶. مبدل شدن کالاهای لوکس و وارداتی به عنوان بخشی از سبک زندگی مردم
۷. اجبار مصرفی: بخش‌هایی از جامعه به دلیل اجبار، کالاهای قاچاق را مصرف می‌کنند که در دو عرصه این اجبار بیشتر نمایان است، (۱) دارو؛ (۲) مواد و کالاهای آرایشی.
۸. ناشناخته بودن ماهیت کالاهای قاچاق
۹. مکانیزم جبران و تکمیل: بدبینی و بی‌اعتمادی مردم به کالاهای داخلی و شرکت‌های سازنده آنان که عموماً ناپاسخگو هستند، باعث گردیده به مرور این ذهنیت در جامعه پدید آید که مصرف کالاهای خارجی به صرفه‌تر است و برای جبران کاستی‌ها، ناپاسخگویی‌ها، کیفیت نازل، عدم ارائه خدمات پس از فروش، احساس استغنا شرکت‌های داخلی در مقابل جامعه و... مردم به سوی کالاهای خارجی متمایل می‌شوند.

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.

اهداف مدیریت افکار عمومی و سیاستگذاری اجتماعی عبارتند از:

۱. اصلاح ذهنیت عمومی نسبت به قاچاق، کالاهای خارجی و کیفیت و نحوه ورود آن به کشور و کارکردها و آثار آن در زندگی فردی و جمعی
۲. ایجاد انگیزش لازم در مردم برای مقاومت در مصرف کالاهای خارجی و مشارکت در فرایند ممانعت از ایجاد گرایش، عرضه و مصرف کالاهای قاچاق
۳. ایجاد گفتمان، رویکرد و اندیشه مشترک در سطح ساختارها و نهادهای فرهنگی، آموزشی، کنترلی و قضایی در خصوص قاچاق کالا، کارکردها و ضرورت‌های مقابله‌ای
۴. بسیج ظرفیت‌ها، منابع و سرمایه‌های اجتماعی برای فرهنگ‌سازی و ممانعت از تداوم و تسری عادت‌واره‌های تسهیل‌کننده مصرفی به‌ویژه در مصرف کالاهای قاچاق

## ۹. پیشنهادات و راهبردهای مدیریت افکار عمومی در قاچاق کالا

### ۱. راهبردهای فرهنگی و اجتماعی

#### الف) اقدامات لازم برای تواناسازی فرهنگی و معرفتی

۱. آگاهی‌بخشی و ارتقاء و ترویج فرهنگ مصرفی مبتنی بر آموزه‌ها، سنن و باورها، و هنجارهای فرهنگی.
۲. تعدیل و تغییر مؤلفه‌ها و شاخص‌های سبک زندگی نوپدید که مبتنی بر مصرف‌گرایی کاذب، لوکس‌گرایی و مصرف کالای خارجی به عنوان یک ارزش اجتماعی است.



۳. آموزش و آگاهی بخشی نسبت به ضرورت‌های اقتصادی و کارکردی مصرف کالاهای داخلی و نقش آن در استقلال، قوام و پایداری جامعه و حل مشکلات اقتصادی مبتلا به مردم.

۴. اصلاح ذهنیت‌های عمومی نسبت به کالاهای داخلی و ارتقاء سطح آگاهی‌های اجتماعی نسبت به کیفیت و مختصات فراورده‌های تولیدی کشور.

۵. تقویت روح ملی نسبت به مصرف داخلی و ایجاد انطباق ذهنی بین منافع فردی و منافع جمعی.

۶. ترویج نگاه آینده‌نگری در جامعه با هدف توجه به منافع، اهداف و ضرورت‌های بلندمدت کشور به جای منافع آنی و اکنون‌گرایی.

۷. الگوسازی نسبت به مصرف کالای تولید داخل و ترویج این الگوها در قالب فرهنگ عمومی و مصرفی جامعه.

۸. ترویج سبک زندگی اسلامی - ایرانی و تعدیل رفتارهای استفاده از کالاهای خارجی به عنوان ارزش و هنجار.

#### ب) تقویت سرمایه‌های اجتماعی

۱. ارتقاء سطح اعتماد عمومی نسبت به تولیدات و کالاهای داخلی و کیفیت و کارآمدی آن در تطبیق و مقایسه با کالاهای خارجی.

۲. ارتقاء تعهد و ایجاد احساس مسئولیت در مردم نسبت به مصرف کالاهای داخلی و دفاع از کالاهای تولید داخل در مقابل کالاهای خارجی

۳. تقویت امنیت روان‌شناختی جامعه ناشی از تأمین کیفیت تولید، تداوم و کارآمدی تولیدات داخلی و حذف تفکرات قالبی نسبت به کالاهای داخل

۴. برندسازی و معرفی و نهادینه‌سازی برندهایی که مصرف داخلی را تقویت و در مقابل کالاهای خارجی مقاومت نماید.

۵. ایجاد فضای مناسب برای حضور، ابراز نظر، نقد و ارائه پیشنهادات، تصمیم‌سازی و اجرای تصمیمات و سیاست‌های کشور در عرصه عمومی

۶. پویاسازی جریان‌ات و گروه‌های راهبردی برای اطلاع‌رسانی، تغییر نگرش‌ها و باورهای کلیشه‌ای جامعه با کمک سرمایه‌های فرهنگی و اجتماعی این گروه‌های راهبردی

### ج) تقویت سطح مشارکت‌های جمعی

۱. تعمیق و تقویت مقاومت عمومی مردم در برابر مصرف و خرید کالاهای خارجی
۲. مداخله و افزایش حساسیت عمومی برای معرفی کالاهای قاچاق و کانون‌های عرضه آن به یکدیگر و به مراجع کنترلی و قضایی
۳. تشکیل گروه‌های داوطلبانه و مشارکت آنها جهت آگاهی‌بخشی عمومی و بسیج ظرفیت‌های مردمی.
۴. سازماندهی و جذب منابع و همکاری مردم با نهادهای نظارت‌کننده، آموزشی، کنترلی و رسانه‌ای در خصوص پیشگیری و مقابله با عرضه کالاهای قاچاق و انتقال اطلاعات به این مراکز.
۵. فعال‌سازی نهادها و سازمان‌های مردمی موجود

### ۲. راهبردهای حمایتی

۱. گسترش پوشش بیمه‌ای و تأمین اجتماعی مرزنشینان و مناطق در معرض قاچاق کالا
۲. ارتقاء سطح تولید و اشتغال در مناطق آلوده با برنامه‌ریزی و سرمایه‌گذاری مناسب
۳. تسهیل فرایند سرمایه‌گذاری متناسب با الگوی راهبردی کشور در مناطق محروم،
۴. بهبود وضعیت معیشتی و رفاهی مناطق مرزنشین

### ۳. راهبردهای حقوقی - قضایی

۱. شناسایی و رفع خلأهای قانونی
۲. اصلاح قوانین و روزآمدسازی مقررات جاری
۳. تأکید و پافشاری به اجرای قوانین مبارزه با قاچاق در کشور

۴. اجرای دقیق و صحیح قانون مالیات بر ارزش افزوده
۵. صدور دستورالعمل‌های هماهنگ در زمینه مبارزه با قاچاق
۶. بالابردن ریسک قاچاق کالا و تشدید مجازات‌های کیفری

#### ۴. راهبردهای کنترلی و انتظامی

۱. بهره‌گیری از راهکارهای اطلاعاتی و نظارتی
۲. افزایش توان عملیاتی در مرزها
۳. کمک به برنامه انسداد مرز در غرب و شرق کشور
۴. ساماندهی اسکله‌ها
۵. ساماندهی ترافیک‌های دریایی
۶. ساماندهی انبارها و مراکز نگهداری
۷. تشدید مبارزه با کالاهای قاچاق در سطح عرضه
۸. راه‌اندازی سامانه تلفنی خاص و اعلام عمومی
۹. مقابله هوشمند با افراد و چهره‌های نفوذی در دستگاه‌های رسمی کشور
۱۰. مقابله هوشمند با جریان‌های فعال در عرصه مجازی
۱۱. شناسایی و مقابله با سرپل‌های تجاری
۱۲. آگاهی‌بخشی به جامعه از طریق رسانه‌ها
۱۳. کنترل و نظارت لازم و کافی بر فعالیت‌های مناطق آزاد تجاری و بازاچه‌های مرزی

## منابع

- باکاک، روبرت (۱۳۸۱). مصرف، مترجم: خسرو صبری، تهران: انتشارات شیرازه.
- رفیع پور، فرامرز (۱۳۷۸). آنومی یا آشفتگی اجتماعی، پژوهشی در زمینه پتانسیل آنومی در شهر تهران: چاپ اول تهران: انتشارات سروش.
- ستوده، هدایت‌اله (۱۳۷۸). آسیب‌شناسی اجتماعی، تهران: انتشارات آوای نور، چاپ پنجم.
- سخاوت، جعفر (۱۳۸۳). چکیده مباحث مطرح شده بر محور مصرف موادمخدر و اعتیاد، اعتیاد و قاچاق - مواد مخدر، تهران: نشر آگه، چاپ اول
- صادقی‌فسایی، سهیلا و ستار پروین (۱۳۹۰). جرم: برساخته ذهنیت، گفتمان و قدرت، فصلنامه پژوهش حقوق، سال ۱۳، شماره ۳۳، ۲۱۳-۲۳۴.
- صدیق‌سروستانی، رحمت‌اله (۱۳۸۵). آسیب‌شناسی اجتماعی، تهران: نشر سمت، چاپ دوم.
- کرم پور، رضا (۱۳۷۹). ارزیابی تحقیقات انجام گرفته در خصوص اعتیاد و مصرف مواد مخدر در ستاد مبارزه با مواد مخدر، ژرفای تربیت، سال دوم، شماره ۱۰، ۵.
- کوهن، بروس (۱۳۸۱). مبانی جامعه‌شناسی، مترجم: غلامعباس توسلی و رضا فاضل، تهران: انتشارات سمت.
- مقدسی، علیرضا (۱۳۸۰). بررسی ابعاد قاچاق کالا و ارائه راهکارهایی جهت هدایت آن به مسیرهای اقتصادی کشور، دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران مرکزی.
- ممتاز، فریده (۱۳۸۱). انحرافات اجتماعی، نظریه‌ها و دیدگاه‌ها، چاپ اول، تهران: شرکت سهامی انتشار.

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی  
پرتال جامع علوم انسانی