

تبیین نظری قاچاق کالای ورودی و مدیریت آن در کشورها

دکتر ابراهیم رومینا* - استادیار جغرافیای سیاسی، دانشگاه تربیت مدرس

تاریخ دریافت: ۱۳۹۲/۷/۱۰

تاریخ پذیرش: ۱۳۹۲/۱۰/۵

چکیده

ورود و یا خروج کالا در نماد غیرقانونی آن یعنی قاچاق، چالش اساسی کشورهای مبتلا به بوده و تأثیرات ژرفی را بر تولید و تجارت قانونی، سرمایه‌گذاری و اشتغال دارد و توسعه ملی را با رکورد مواجه می‌نماید. پدیده قاچاق، جایجایی کالا یا خدمات به صورت غیرقانونی از یک مکان به مکان دیگر و یا ورود و خروج آن از مرزهای یک کشور است.

مسئله این پژوهش این است که چرا قاچاق کالا در یک واحد سیاسی - فضایی (کشور) شکل می‌گیرد و راه‌کارهای مدیریت آن چیست؟

نتایج تحقیق نشان می‌دهد هر زمان نیازهای شهروندان ساکن یک فضای جغرافیایی از طریق مبادی رسمی و قانونی برطرف نگردد، عاملان قاچاق اقدام به نقل و انتقال کالا از مبادی غیررسمی و به صورت غیرقانونی می‌نمایند. ریشه قاچاق در این پژوهش ناظر بر ساختار اقتصادی کشور، اختلاف توسعه اختلاف قیمت کالا در مبدأ و مقصد و نیازهای فضایی در کشورهای مقصد کالا است. مراحل و فرایندهای قاچاق کالا از مبدأ تا مقصد شامل تولیدکننده، خریدار، قاچاقچی، عاملان و فاعلان، مباشران و هماهنگ‌کنندگان در مقصد، ابزار و لوازم حرکت کالا، بازار خرید، خریدار کالا در مقصد است. چهار مؤلفه سیاسی، اقتصادی، فرهنگی و اجتماعی و نیز فضایی از عوامل توسعه‌دهنده قاچاق کالای ورودی می‌باشند. مدیریت پدیده قاچاق با اتکاء سه مرحله ریشه قاچاق، مراحل و فرایندهای قاچاق کالا از مبدأ به مقصد و نیز مؤلفه‌های توسعه‌دهنده آن مورد ملاحظه قرار گیرد.

این تحقیق از نوع بنیادی و نظری بوده و در شناخت ریشه‌های شکل‌گیری، چرخه تولید، توزیع و مصرف، عوامل تأثیرگذار بر توسعه آن و در نهایت الگوی نظری مدیریت آن در کشورها است. منابع مورد استفاده نیز به روش کتابخانه‌ای و اسنادی گردآوری شده است.

واژه‌های کلیدی: قاچاق، قاچاق کالای ورودی، مدیریت قاچاق.

* E-mail: e.roumina@modares.ac.ir

۱- مقدمه

توسعه بازرگانی از آغاز قرن یازدهم میلادی به بعد، تکامل اقتصاد پولی را در اروپا شتاب بخشید. اساس رشد و توسعه بازرگانی تحول و دگرگونی در شیوه تولید بود که به صورت بطئی در برخی از کشورهای این منطقه از جهان شکل گرفت. گذر از تولید ساده به سرمایه‌ای دارای دو ویژگی زیر بود:

- تبدیل نیروی کار به کالا؛

- تبدیل وسایل تولید به سرمایه (Mandel, 1980: 111-129).

دو عامل فوق‌بستر افزایش تولید و شکاف توسعه را بین واحدهای جغرافیایی شکل داد. از این‌رو خودبستگی فضاهای سنتی دچار تغییر بنیادین گردید و دوگانگی بین فضاهای تولیدکننده بر فضاهای مصرف‌کننده به وجود آمد. در کشورهایی که بدین شکل دچار تغییر بنیادین در مایحتاج خود شدند، «نیاز» به عنوان عامل اساسی و خواست جامعه مطرح است. هرچه تکنولوژی تولید توسعه یافت، بر میزان وابستگی فضاهای جاذبه (کم فشار) به فضاهای صادره (پرفشار) افزوده شد. در کشورهای در حال توسعه نیز قاچاق به عنوان معضل اساسی این کشورها است. به عنوان نمونه این پدیده در اواخر دهه ۹۰ مسائلی را برای کشورهای آسیایی نیز به وجود آورده است (Calvani, 2002: 2).

پدیده قاچاق کالا با اهداف مختلف در طول تاریخ در فضاهای بین سکونت‌گاهی وجود داشته است. به عنوان نمونه سابقه قاچاق خروجی در انگلستان به سال ۱۲۷۵ م. برمی‌گردد که دولت عوارضی را بر پشم و پوست‌های صادراتی در بنادر این کشور وضع کرد (Hipper, 2003: 5 & Williams, 1959: 5-13). پنهان کردن کالا و یا انتقال آن به مکانهایی دور از دسترس ماموران دولتی توسط ساکنان محلی نیز شیوه‌ای بوده است که در اغلب کشورهای جهان رواج داشته است. لذا قاچاق در اشکال گوناگون آن دارای سابقه تاریخی است. به عنوان مثال در سال ۱۹۰۷ میلادی تئودور روزولت رئیس جمهور ایالات متحده دستور ایجاد دیواری در مرز آمریکا و مکزیک را داد تا مانع قاچاق بین دو کشور شود. این دیوار موجب کاهش قاچاق از مکزیک به این کشور شد (Spangle, 2008: 3-4; Haddal & Kim & Garcia,)

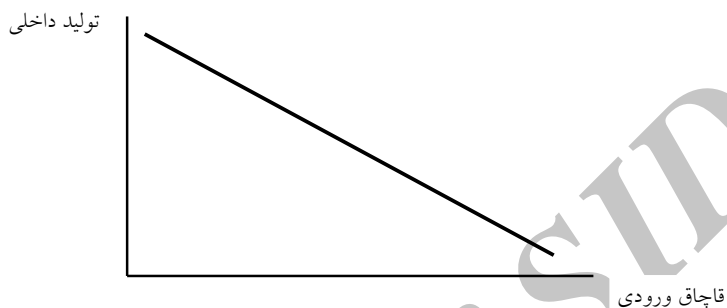
17: (2009).

ریشه لغوی واژه قاچاق به زبان آلمانی یا هلندی برمی‌گردد. قاچاق در زبان آلمانی برابر با Schmuggeln و در زبان هلندی Smokkelen است که به معنای حمل و نقل غیرقانونی کالا است. واژه دیگری که در زبان انگلیسی معادل قاچاق مورد استفاده قرار گرفته است، اصطلاح Contrebande بوده که در قرون وسطی در زبان فرانسه رایج بوده و در سال ۱۵۲۹م وارد زبان انگلیسی شده و مورد کاربرد قرار گرفت. این واژه به حرکت پنهان این پدیده در فضای جغرافیایی اطلاق می‌گردد (<http://www.etymonline.com/index.php>).

رشد و گسترش آمارهای مربوط به قاچاق کالا در سطح جهان موجب گردید تا مباحث نظری مرتبط با این پدیده نیز از سوی صاحب‌نظران و متخصصان ارائه گردد. غالب تئوری‌های و نظریه‌های قاچاق از سوی متخصصان رشته‌های اقتصاد ارائه گردیده که تئوری‌های تعرفه‌ای و از جمله تئوری بهاگواتی و همکاران وی (Bhagwati & Hansen, 1971: 1) پدیده قاچاق را به‌عنوان موضوع مورد مطالعه در علم اقتصاد تقلیل می‌دهد از این‌رو قاچاق را یک پدیده کاملاً اقتصادی و در حیطه مطالعه این علم می‌دانند. مباحث مربوط به عرضه، تقاضا، میزان تعرفه واردات و صادرات، رفاه اجتماعی، متغیرهای تأثیرگذار و یا توسعه‌دهنده در قاچاق کالا می‌باشند که در حیطه علم اقتصاد قابل بررسی و مطالعه می‌باشند. لیکن منشاء شکل‌گیری قاچاق، نیازهای موجود در فضای کششی، سطح تولید کالا در کشور، ساختار نظام سیاسی، ساختار اقتصادی متأثر از نظام سیاسی، ساختار اقتصادی کشورهای منطقه‌ای و جهانی، سیاست اقتصادی کشورهای منطقه‌ای و جهانی، متغیرهای تأثیرگذار بین‌المللی همچون تحریم یک واحد سیاسی، خودتحریمی یک واحد سیاسی و بسیاری از متغیرهای دیگر در حوزه مطالعات دیگر علوم مرتبط قرار دارند.

از آنجا که عوامل متعددی در برآوردن نیازهای فضایی نقش‌آفرین بوده و سطوح ملی بویژه در فضاهای جاذبه توان تأمین آن را نداشته و از سوی دیگر امکان ورود آن از مبادی رسمی تحت تأثیر عوامل متعدد فراهم نمی‌گردد، لذا کالای مورد نیاز شهروندان از مبادی غیررسمی و به‌صورت قاچاق تأمین می‌گردد. به‌عبارتی نیاز فضایی محرک اصلی حرکت کالا در فضای

جغرافیایی است که با افزایش تولید داخلی روند آن کاهش می‌یابد (شکل ۱).



شکل شماره ۱: رابطه قاچاق ورودی و تولید داخلی در کشورها

۲- پیشینه تحقیق

تحقیقات بنیادی در زمینه قاچاق کالا در سطح جهانی اندک است. لیکن در زیر به برخی از موارد مورد مطالعه در این زمینه اشاره شده است. این موارد به‌جزء تئوری بهاگواتی و همکاران وی، عموماً مصداقی بوده و وارد مباحث نظری در این زمینه نشده‌اند.

- میاخیل کونولی، جان دورس و ماریوس کورتز در مقاله‌ای به‌عنوان «مساله حمل‌ونقل: قاچاق و رفاه در پاراگونه» آثار قاچاق کالا بر تخصیص منابع و رفاه را در این کشور و مقایسه آن با کشورهای همجوار یعنی برزیل و آرژانتین مورد بررسی قرار گرفته است و جنبه‌های پنهان و آشکار این مساله را در ارتباط با قاچاق کالا و رابطه آن با رفاه مورد تجزیه و تحلیل قرار داده‌اند (Connolly & Deveraus & Cortes, 1995: 975-985).

- توماس لی مایوکس، برنارد فورتین و پیره فرچته در مقاله‌ای «اثر مالیات‌ها بر عرضه نیروی کالا در اقتصاد زیرزمینی» را مورد بررسی قرار داده‌اند. این مقاله با بررسی اقتصاد زیرزمینی در شهر کویک کانادا نشان می‌دهد که قاچاق کالا، بازار مربوط به آنرا از بخش منظم به بخش غیررسمی و زیرزمینی منحرف کرده است (Lemieux & Fortin & Frechete, 1994: 231-254).

- استنفان درکون و لوکسگد آیالو در مقاله «قاچاق و واکنش عرضه قهوه در اتیوپی» به بررسی پدیده قاچاق کالا در دهه ۱۹۸۰ در این کشور پرداخته و تأثیرات آنرا بر اقتصاد ملی مورد مطالعه قرار داده‌اند (Stefen & Lulseged, 1995: 1795-1813).

- رابرت گروز در مقاله‌ای با عنوان «بازار سیاه ارز در کلمبیا» به بررسی توسعه بازار سیاه ارز در این کشور پرداخته است و رابطه آن را با قاچاق ماری‌جوانا و کوکائین و کسب درآمد حاصل از آن و تأثیراتی که این درآمد بر اقتصاد ارزی کشور دارد مورد مطالعه قرار داده است (Grosse, 1992: 1193-1207).

- آلوک ری در مقاله «قاچاق کالا، اهداف و واردات و ساختار بهینه مالیات»، مهمترین راه‌کار مقابله با قاچاق کالا را مالیات بر کالاهای وارداتی از سوی کشورهای واردکننده در مبادی ورودی می‌داند (Ray, 1987: 509-514).

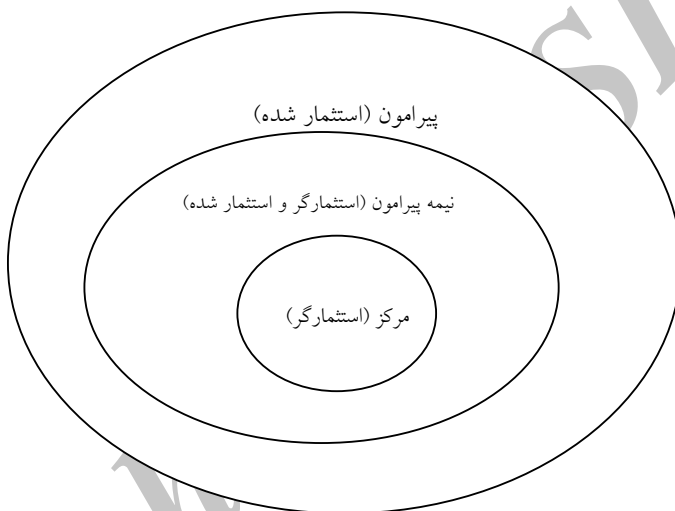
- پژوهشکده اقتصاد دانشگاه تربیت مدرس در پروژه تحقیقاتی با عنوان «بررسی آثار اقتصادی قاچاق کالا در اقتصاد ملی»، تأثیراتی این پدیده بر بخش‌های مختلف اقتصادی در ایران را دارد مورد مطالعه قرار داده و در انتها روش‌های مختلف برآورد میزان قاچاق را در کشور ارائه کرده است (Tarbiat Modares University Research Institute for Economy, 2000).

- مصیب پهلوانی و رضا روشن در مقاله‌ای تحت عنوان «بررسی عوامل ساختاری، رفتاری و زمینه‌ای قاچاق کالا در استان سیستان و بلوچستان» به بررسی عوامل مؤثر بر قاچاق کالا در سه دسته مورد اشاره پرداخته‌اند و یا استفاده مدل تصمیم‌گیری SWOT مدیریت پدیده قاچاق در این استان را مورد تحلیل قرار داده‌اند (Pahlavani & Roshan, 2008).

۳- ریشه شکل‌گیری قاچاق در کشورها

بنیادهای شکل‌گیری قاچاق در کشور به‌عواملی اشاره دارد که در بوجود آمدن و شکل‌گیری آن تأثیر گذارند. به‌عبارتی این عوامل شکل‌دهنده قاچاق در فضاهای جغرافیایی بوده و عوامل و دیگر بر مبنای این بسترها قرار می‌گیرند.

۱-۳- ساختار اقتصادی کشورها: ساختار اقتصادی کشورهای جهان در مدل والرشتاین به سه بخش مرکز، نیمه پیرامون و پیرامون تقسیم می‌گردد (شکل شماره ۲). از حیث روابط تولید، مرکز شامل کشورهای استثمارگر و پیرامون شامل کشورهای استثمار شده هستند. بخش نیمه پیرامون نیز شامل کشورهایی است که دو نقش بهره‌کشی نسبت به پیرامون و بهره‌دهی نسبت به مرکز را ایفا می‌کنند (Taylor, 1994:19).



شکل شماره ۲: مدل والرشتاین در ارتباط با ساختار اقتصادی کشورهای جهان (Taylor, 1994: 95)

(44)

این ساختار در قالب رویکرد وابستگی، سیستم جهانی تقسیم کار بین‌المللی، و توزیع نابرابر قدرت اقتصادی، اجتماعی و سیاسی شهرت یافته است (Johnston, Gregory & Smith, 1994: 95). در تبیین‌های مزبور، بخش مرکزی شامل کشورهای غنی و قدرت تراز اول جهانی محسوب می‌شوند و کشورهای حاشیه یا پیرامون که توسط کشورهای بخش مرکزی استثمار می‌شوند، تولیدکننده منابع اولیه کشاورزی و مواد معدنی هستند. کشورهای بخش نیمه پیرامون نیز بطور همزمان مشخصات کشورهای بخش مرکزی و پیرامونی هر دو را دارند. بر مبنای الگوی فوق ساختار اقتصادی کشورها با توجه به موارد زیر رابطه معناداری با قاچاق و

گسترش و تداوم آن دارد.

۲-۳- تفاوت در سطح توسعه: تفاوت کشورهای توسعه یافته و کشورهای در حال توسعه در اختلاف شاخص‌های اقتصادی، اجتماعی، علمی و فرهنگ است. این شاخص‌ها در کشورهای توسعه یافته بسیار بالاتر از کشورهای در حال توسعه است (Sullivan & Sheffrin, 2003: 471). کشورهای توسعه یافته، صادرکننده و کشورهای در حال توسعه در موقعیت دریافت کننده کالا و خدمات هستند. کشورهای دریافت کننده در بسیاری از زمینه‌ها دارای فقر هستند اما این کشورها عموماً منابع دیگری برای استفاده کشورهای توسعه یافته را دارند (Sachs, 2005: 5-8).

۳-۳- تفاوت در ارزش کالا در مبدا و مقصد: کالاهای تولید شده در مکانها از ارزش متفاوتی برخوردارند. بین بازار محصولات تولیدی و بازار کالاهای مصرفی از نظر ارزش کالا چه به صورت واقعی و چه به صورت غیر واقعی تفاوت وجود دارد (Kotler & others, 2006: 12-13). این تفاوت در ارزش، به صورت طبیعی بسترساز جریان کالا بین دو فضا است. چنانچه جریان کالا از مبادی قانونی صورت نگیرد و دولتها مانع این حرکت و جابجایی گردند پدیده قاچاق بر مبنای ارزش کالا بین دو فضای مبدا و مقصد شکل می‌گیرد.

۴-۳- مزیت اقتصادی: فلسفه دادوستد بین فضاهای جغرافیایی بر مبنای ظرفیت‌ها آن فضاها در تولید کالا و خدمات استوار است. از این رو هر یک از فضاهای جغرافیایی از استعداد و ظرفیتی در تولید کالا برخوردار هستند که ممکن است برای تولید کالای خاص هزینه کمتری را نسبت به دیگر فضاهای جغرافیایی بپردازند. تفاوت در هزینه فرصت افراد و مزیت نسبی کالا، اشکال مبادله را به وجود می‌آورد (Baumol & Binder, 2009: 50-51). در این حالت به دلیل موانع متعدد در ورود کالا به کشوری که فاقد مزیت اقتصادی مورد اشاره است، کالا به صورت قاچاق وارد کشور مزبور می‌شود.

۵-۳- نیازهای فضایی در مقصد: نیاز پایه حرکت و تکاپو جهت یافتن است. نیاز شهروندان یک فضای جغرافیایی نیز می‌تواند شکل دهنده پدیده قاچاق کالا گردد. رفع نیازهای شهروندان

از طریق واردات کالا و خدمات از مرزهای قانونی کشورها مرتفع می‌شود (Joshi, 2009: 3-4).

۴- مراحل و فرایند قاچاق از مبدأ به مقصد

۴-۱- تولیدکننده محصول: تولیدکننده محصول موسسه یا افرادی هستند که با استفاده از منابع و امکانات، کالاها و خدمات مورد نیاز جوامع بشری را تهیه می‌کنند (Kalpakjian & Schmid, 2005: 23). انگیزه تولیدکنندگان از تولید و عرضه کالا و خدمات مورد نیاز مردم، کسب سود است. بنابراین با در نیاز گرفتن نیاز شهروندان سعی در تولید کالای کرده و با استفاده از سیستم‌های تجاری و شبکه‌های توزیع کالا، وارد بازارهای هدف می‌کنند.

۴-۲- خریدار در مبدأ: کالای تولید شده در یک فضای جغرافیایی، به وسیله خریداران آن کالا که عمدتاً از بازرگانان و تجار مربوطه هستند جهت انتقال به بازار مصرف خریداری می‌گردد (Reizenstein, 2004: Customer). خریدار در فرایند انتقال کالا بین مبدأ و مقصد نقش اساسی را دارد. خریدار از نیازهای فضاهای جغرافیایی آگاهی کامل داشته و بر مبنای این نیازها اقدام به خرید کالا با در نظر گرفتن کمیت و کیفیت محصول می‌کند.

۴-۳- قاچاقچی: نقش اساسی در قاچاق بر عهده قاچاقچی است. قاچاقچی نیازها را در فضاهای جغرافیایی شناسایی کرده و مسیرهای عبور آن را نیز تشخیص می‌دهد و با تخمین کمترین ریسک اقدام به برنامه‌ریزی جهت عبور کالا از مرزها به صورت غیرقانونی می‌کند. عموماً قاچاقچی در صحنه قاچاق رویت نمی‌شود ولی هسته تصمیم‌گیری و نقش‌آفرینی و جهت‌دهی به کالای قاچاق را بر عهده دارد.

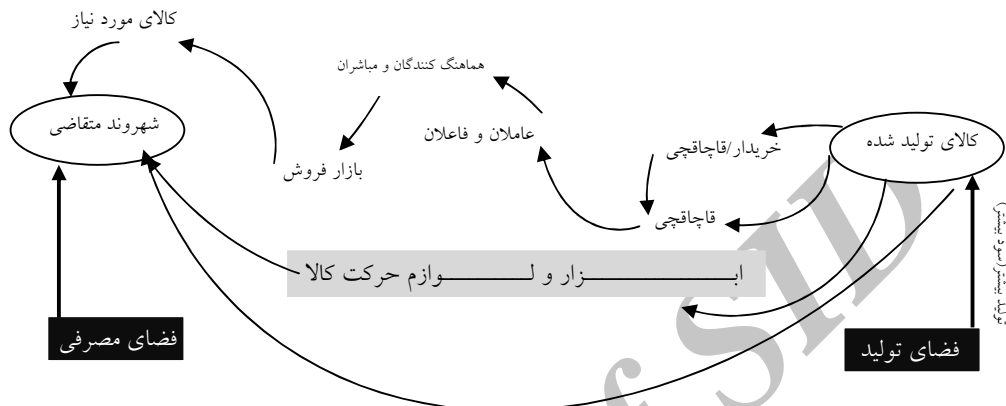
۴-۴- عاملان و فاعلان قاچاق: نقش عاملان و فاعلان قاچاق، عبور و رساندن کالای قاچاق بر مبنای برنامه‌ریزی انجام شده توسط قاچاقچی است. عاملان و فعالان این شبکه امور مربوط به عبور کالا را از مرزهای کشورها به صورت غیرقانونی بر عهده دارند. آنچه در فرایند قاچاق کالا نمود آشکارتری دارد عاملان و فاعلان قاچاق هستند که به اشتباه به عنوان قاچاقچی نامیده می‌شوند.

۵-۴- **مبشران و هماهنگ‌کنندگان در واحد مقصد:** در ساختارهای شبکه‌ای قاچاق، علاوه بر قاچاقچی، به دلیل شکل غیرقانونی و تداوم آن، شبکه مبشران و هماهنگ‌کنندگان در واحد مقصد نیز وجود دارند تا کالای قاچاق را در سازوکاری قانونی و مشروع وارد بازار فروش نمایند. با اتکاء به این شبکه، کالا قاچاق پس از ورود به داخل کشورها، شکل غیرقانونی خود را از دست داده و به‌عنوان کالایی مشروع و قانونی در بازار فروش عرضه می‌گردد.

۶-۴- **ابزار و لوازم حرکت کالا:** کالای قاچاق از مبدأ با اتکا بر وسایل و ابزارهای مناسب به مقصد منتقل می‌گردد. ابزارهای و لوازم حرکت کالای قاچاق طیف متنوعی را شامل می‌شود که متناسب با مقتضیات جغرافیایی مورد کاربری و استفاده قرار می‌گیرند. در دریا تا سواحل، شناورها و لوازم جانبی آن مورد استفاده قرار می‌گیرند. در خشکی لوازم و ابزارها به دلیل تنوع جغرافیایی از طیف گسترده‌تری برخوردارند. انواع لوازم موتوری تا انواع حیوانات و حتی انسان در حرکت کالا به‌طور غیرقانونی مشارکت دارند.

۷-۴- **بازار فروش:** بازار فروش کالا محل عرضه کالا است که شهروندان با مراجعه به آن مکان اقدام به تهیه نیازمندیهای خود می‌نمایند. بازار فروش یا بازار عرضه کالا این امکان را فراهم می‌آورد تا کالاهای قاچاق در آن عرضه شود. انواع کالای قاچاق در این مکان در اختیار مصرف‌کنندگان قرار می‌گیرد.

۸-۴- **شهروندان متقاضی:** تمام مراحل بالا در فرایند تولید و حرکت کالا جهت در اختیار نهادن کالای قاچاق به شهروندان است. شهروندان بر مبنای نیاز خود و با ارائه پول اقدام به تهیه کالای مورد نیاز خود می‌نمایند.



شکل شماره ۳: فرایند فاجاق از مبدأ تا مقصد

در شکل شماره ۳ رابطه تعداد افراد یا مشارکت کنندگان در فرایند فاجاق از مبدأ به مقصد شکلی صعودی و رو به افزایش دارد. یعنی فرایندی صعودی را طی می‌کند و در مقصد، با تقاضای مشتری کالا تکمیل می‌گردد. به عبارتی تمام تلاش و کوشش این شبکه جهت برآورد نیاز شهروندان یا ساکنان فضای جغرافیایی است که جریان پول و سرمایه روند معکوس فاجاق را طی می‌کند. یعنی به ازاء ورود کالا، خروج سرمایه از فضای نیازمند به سوی فضای ثروتمند در جریان خواهد بود.

۵- متغیرها و زمینه‌های توسعه‌دهنده فاجاق

متغیرهای و زمینه‌های توسعه‌دهنده فاجاق شامل مؤلفه‌هایی می‌گردد که در توسعه این پدیده در فضاهای جغرافیایی نقش آفرین است. این متغیرها اگرچه ریشه فاجاق محسوب نمی‌شوند لیکن با کارکرد نامناسب خود شرایط اپیدمیکی و فراگیر شدن آنرا به وجود می‌آورند. هر یک از زمینه‌های توسعه‌دهنده فاجاق عبارتند از:

۱-۵- زمینه‌های اقتصادی توسعه دهنده قاچاق

- **مزیت اقتصادی کالای وارداتی (مزیت نسبی):** اصل مزیت نسبی عبارت است از اینکه تخصصی شدن تولید و ارائه کالاها و خدمات در کشورهایی که در آن بهترین هستند این امکان را فراهم می‌کند که با مبادله مازاد آن به دیگر کشورها نیازهای دیگر خود را که در آن تخصص نداشته یا تولید آن کالا در کشور مزبور مقرون به صرفه نیست از خارج تأمین نمایند (O'Sullivan & Sheffrin, 2003: 444). این رویکرد در صورتی که همه کشورها از چنین ظرفیتی برخوردار باشند مناسب خواهد بود. لیکن این رویه برای کشورهای صنعتی که اغلب تولید کننده بسیاری از کالاها هستند یک برتری مطلق را نیز به همراه داشته است. به عبارتی واردات کالا یا خدمات به یک رویه مرسوم در کشورهای در حال توسعه شده است که این کشورها به جزء بخش تولیدات خام فاقد مزیت تولیدی هستند. یعنی در موقعیت مصرف کننده کالا و خدمات محسوب می‌گردند.

- **موانع تعرفه‌ای:** نرخ تعرفه واردات به مجموع پولی گفته می‌شود که در مبادی رسمی توسط دولت در هنگام ورود یا خروج یک کالا اخذ می‌شود (Taussig, 1911: 422-427). این تعرفه به قیمت نهایی فروش یک کالا در بازار اضافه می‌شود. هر اندازه میزان تعرفه کالا بیشتر باشد کالا با مبلغ بالاتری در دسترس مشتری قرار خواهد گرفت. از سوی دیگر مصرف کننده در جستجوی مسیره‌های جهت پرداخت بهای کمتری جهت تأمین کالای مورد نیاز خود است. در چنین شرایطی گرایش به ورود آن از مبادی غیررسمی و به صورت قاچاق بیشتر خواهد شد.

- **بالا بودن کیفیت کالای خارجی نسبت به کالای داخلی:** در کشورهای در حال توسعه معمولاً کالاهای تولید داخلی نسبت به کالاهای خارجی از کیفیت پایین تری برخوردار است. در واقع شاخص کیفیت عامل تعیین کننده‌ای در جلب مشتری محسوب می‌گردد. این جذابیت بویژه برای طبقات متوسط به بالا شاخص تأثیرگذاری محسوب می‌گردد. اگرچه ممکن است مشتری برای یک کالای تولید خارجی هزینه بیشتری را پرداخت نماید، اما با توجه دیگر شاخص‌های کیفی آن همچون طول عمر، کارکرد کالا، دوام و زیبایی، مصرف انرژی و غیره،

پرداخت هزینه بیشتر برای کالای خارجی را بر کالای داخلی ترجیح می‌دهد. در صورتی که که کالای خارجی از اعتبار (برند) را داشته باشد از دید مشتری از مزیت برتری برخوردار است.

- **فقدان ساخت کالای مورد نیاز در داخل:** هر یک از کشورها عموماً در تولید کالای خاصی برجستگی دارند. از سوی دیگر کشورهای توسعه یافته عموماً بخشی از کالاهای مورد نیاز خود را در داخل تولید کرده و بخشی اعظمی از آنرا جهت صادرات تولید می‌کنند. کشورهایی که از فاقد چنین ظرفیتی در تولید کالاهای اساسی و مورد نیاز خود هستند به ناچار می‌بایست جهت رفع نیازمندیهای خود به کشورهای دیگر متوسل شوند. لذا عدم ساخت کالای مورد نیاز در داخل یک کشور خود عاملی در جهت شکل‌گیری و توسعه قاچاق به‌شمار می‌رود.

- **بیکاری بویژه در مناطق مرزی:** پدیده مرز در هر کشور تأثیر عمیقی بر چگونگی فعالیتهای اقتصادی، روابط و مبادلات مرزی مرزنشینان و نقش برجسته‌ای در شکل‌دهی مناسبات اقتصادی میان دولتها به‌عهده دارند. به‌طور کلی مرزهای باز و کنترل نشده باعث به‌هم‌ریختگی ارکان اقتصادی کشور می‌گردد (Rahmatirad, 1995: 10). مناطق مرزی به‌دلیل تماس با محیطهای گوناگون داخلی و خارجی از ویژگیهای خاصی برخوردار است. یکی از این ویژگیها این است که فعالیتهای اقتصادی در آنها محدود است (Prescott, 1979: 62). فعالیت اقتصادی محدود رشد بیکاری جمیعت ساکن در این مناطق را در پی دارد. این مساله باعث می‌گردد مرز که عموماً ماهیت فعالیت اقتصادی در آن بر مبنای دادوستد و تجارت خرد استوار است، در صورت ایجاد موانع از سوی دولت، ساکنان آن اقدام به قاچاق کالا نمایند.

۲-۵- زمینه‌های سیاسی

- **تحریم اقتصادی:** تحریم فعالیتی است که به وسیله یک یا چند بازیگر بین‌المللی (مجری تحریم)، علیه یک یا چند کشور دیگر (هدف تحریم)، به‌منظور مجازات و محروم ساختن از انجام برخی مبادلات یا وادار ساختن آنها به پذیرش هنجارهایی معین و مهم (از دید مجریان تحریم) اعمال می‌شود (Elliott, Hufbauer & Oegg, 2008). تحریمهای اقتصادی اقدام منفی محسوب می‌گردند که درصدد تأثیرگذاری بر رفتار کشور مورد تحریم از طریق تهدید و

در صورت ضرورت، تحمیل مجازات به منظور عدم رعایت قانون می‌باشد (Zahrani, 1997: 9-2). از آنجا که تحریم‌ها معمولاً مسیرهای قانونی فعالیت‌های تجاری و دادوستد تحریم شونده را هدف قرار می‌دهد، قاچاق کالا مسیر و راهکار برون‌ررفتی جهت تأمین نیازهای کشور مزبور خواهد بود. در چنین شرایطی ممکن است کشور تحریم شونده از اقدام قاچاچیان کالا به انحاء مختلف حمایت نموده و یا مشوق چنین مسیری جهت تأمین نیازهای داخلی باشد.

- **انزوای ژئوپلیتیکی:** انزوای ژئوپلیتیکی عبارتست از کاهش یا قطع ارتباط یک کشور با سایر کشورهای سیستم جهانی و منطقه‌ای در ابعاد مختلف سیاسی، اقتصادی، اجتماعی، ارتباطی، فرهنگی و غیره. انزوای ژئوپلیتیکی موجودیت سیستم سیاسی کشور، ثبات سیاسی، آرامش اجتماعی، امنیت ملی و بالاخره موجودیت کشور را تهدید می‌کند (Hafeznia, 2006: 127-131). انزوای ژئوپلیتیکی ممکن است از نوع خودانگیخته، اجباری و یا ترکیبی از هر دو باشد که نتیجه آن کاهش روابط سیستم با سایر سیستمها است. از آنجا که سیستم‌های سیاسی قادر به تأمین نیازهای شهروندان در چنین شرایطی نیستند لذا گرایش به تأمین نیازها از مبادی غیررسمی افزایش می‌یابد.

- **ضعف و ناتوانی حکومت مرکزی:** پدیده قاچاق تابع ضعف حکومت مرکزی در هر کشور است. این ضعف در دو سطح ملی و بین‌المللی قابل تحلیل است. حکومت‌های ضعیف در سطح داخلی از یک سو قادر به تأمین نیازهای شهروندان از مسیر تولید نمی‌باشند و از سوی دیگر کنترلی بر فعالیت‌های اقتصادی و سامان بخشیدن بدانها نیستند. در سطح بین‌المللی نیز فاقد توانایی کافی جهت مدیریت حوزه تجاری هستند.

- **دخالت دولت در عرضه و تقاضا:** دخالت دولتهای در عرضه و تقاضا عامل مهمی در گرایش به قاچاق توسط باندهای این حرفه است. شبکه‌های قاچاق با توجه به نفوذ در سیستم‌های اداری- سیاسی کشورها و آگاهی از تصمیمات دولتی در ارتباط با افزایش یا کاهش عرضه کالاها و خدمات اقدام به ورود کالا متناسب با تصمیمات و دخالت دولت در عرضه و تقاضا دارند. یعنی تصمیمات دولت در افزایش و کاهش عرضه و تقاضا، شبکه قاچاق را به کنش عملکردی وا داشته و این شبکه اقدام به تنظیم بازار از مبادی غیررسمی می‌کند.

- **کسب درآمد دولت:** ممکن است دولت‌ها جهت کسب درآمد در توسعه قاچاق تأثیرگذار باشند. کسب درآمد دولت از محل قاچاق با دو شیوه انجام می‌گیرد: ۱- دخالت مستقیم در قاچاق (این شیوه با عدم پرداخت گمرکی همراه بوده و یا در ورود و خروج کالا از گمرک محاسبه نمی‌گردد و ۲- کنترل بازار واردات و یا صادرات کالا. کنترل بازار واردات یا صادرات کالا زمینه‌ساز گرایش به قاچاق را از سوی شبکه قاچاق فراهم می‌کند.

- **مدیریت نامنسجم:** مدیریت نامنسجم اشاره به سازوکارهای دارد که در دو سطح می‌تواند مورد تحلیل قرار گیرد: ۱- مدیریت نامنسجم در ورود و خروج کالا به داخل یا خارج از یک کشور و ۲- مدیریت نامنسجم در مقابله با قاچاق و ورود سازمانها و نهادهای مختلف. هر دوی این بخش‌ها در گسترش و توسعه قاچاق نقش آفرین هستند.

۳-۵- زمینه‌های اجتماعی و فرهنگی

زمینه‌های فرهنگی و اجتماعی یک جامعه از باورها، گرایش‌ها، بینش‌ها، ارزشها، معیارها و عقاید مختلف در طول زمان شکل گرفته و تحت تأثیر وقایع، روندها و تجربیات تاریخی از نسلی به نسل دیگر منتقل می‌شود. در قالب سازوکارها، نهادها، رفتارها، ساختارها و کنشهای شهروندان برای نیل به هدفهای اجتماعی بروز و شکل می‌گیرد (Kazemi, 2003: 34).

بخشی مهمی از گرایش شهروندان یک کشور به مصرف کالای خارجی، ترکیب مجموعه تمایلات و ارزش‌های فرهنگی آن جامعه است. زمینه‌های فرهنگی و اجتماعی بینش و گرایش شهروندان یک جامعه را نسبت به برتری کالای خارجی سوق می‌دهد. این احساس برتری کالای خارجی ناشی از یک روند تاریخی مصرف کالا در بین شهروندان این کشورها است که به مرور زمان این مصرف تبدیل به فرهنگ غالب برتری کالا تولید شده خارجی می‌گردد. این برتری جاذبه شهروندان را نسبت به مصرف کالای مزبور برانگیخته و با استقبال بیشتری مواجه می‌گردند. برخی از زمینه‌های فرهنگی و اجتماعی مصرف کالای خارجی در بین شهروندان یک کشور عبارتند از:

-بی‌اعتمادی شهروندان نسبت به دولت: اعتماد شهروندان به دولت و نظام سیاسی حاکم یکی از منابع تقویت آن به‌شمار می‌روند و در عملکرد مناسب نظام سیاسی در عرصه‌های اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی نقش اساسی دارد (Kelman, 1998: 7-12). در این ارتباط دولت‌های رفاه با مزایای زیادی که برای شهروندان ایجاد می‌کنند در اعتماد شهروندان نسبت به خود موفق‌تر هستند (Giddenz, 1997: 820). اعتماد شهروندان نسبت به حکومت، زمینه پذیرش امر و نهی دولت را برای شهروندان قابل قبول‌تر می‌نمایند. لیکن بی‌اعتمادی شهروندان زمینه سرپیچی شهروندان را موجب می‌گردد. از اینرو تشویق و ترغیب شهروندان از سوی دولت برای استفاده از کالای داخلی و یا کالاهایی که از مجاری رسمی وارد کشور می‌شوند مورد پذیرش عام قرار نخواهد گرفت.

-بی‌اعتمادی شهروندان نسبت به کالای تولید داخل: یکی دیگر از زمینه‌های اجتماعی و فرهنگی گسترش قاچاق، بی‌اعتمادی شهروندان نسبت به کالایی است که در داخل کشور تولید می‌شود. اگرچه ممکن است شهروندان نسبت به نظام سیاسی اعتماد داشته باشند لیکن نسبت به کالایی که کشور مزبور تولید می‌کند اعتماد ندارند. به‌عبارت دیگر کالای تولید شده در داخل آن کشور نتوانسته است اعتماد شهروندان آنرا جلب نماید. لذا شهروندان به مصرف کالای خارجی گرایش پیدا خواهند کرد. وابستگی مستقیم و غیرمستقیم بازار مصرف به خارج از نظر الگوهای مصرفی، فرهنگ و وابستگی در بین شهروندان را شکل می‌دهد (Azimi, 2006: 101) و این مسأله منشأ بسیاری از کنش‌ها و واکنش‌های اجتماعی - سیاسی جامعه شده و مستقیماً اثرات منفی بر تولید و بر سیاست‌گذاری اقتصادی دارد.

-ناسیونالیسم و فرهنگ مصرف‌گرایی: ناسیونالیسم نوعی آگاهی جمعی است که پدیدآورنده حس وفاداری، شور، و دلبستگی افراد به عناصر تشکیل‌دهنده ملت (نژاد، زبان، سنت‌ها و عادات‌ها، ارزش‌های اجتماعی، اخلاقی و فرهنگ) است (Encyclopedia Britannica, 2009). پیروی از باورها و ارزش‌ها و عادات فرهنگی تا زمانی که باعث رضایت مردم گردند، ادامه می‌یابد. و در صورت عدم رضایت، تغییر می‌کنند. ناسیونالیسم فراگیر در بین شهروندان یک کشور بستر مصرف و دلبستگی و تعلق به کالای داخلی را نیز افزایش می‌دهد. به‌عبارت

دیگر هر اندازه ملی‌گرایی در بین شهروندان یک کشور قوی‌تر باشد، شهروندان آن کشور تولیدات داخلی را نیز به‌عنوان یک ارزش و افتخار ملی مورد توجه قرار می‌دهند. از اینرو ملی‌گرایی و تبلیغ آن از سوی دولت و یا تقویت آن از سوی نهادهای فرهنگی - سیاسی نقش‌آفرین در مصرف کالای داخلی بین شهروندان یک کشور تأثیرگذار است و شهروندان، کالای خارجی بخصوص از نوع قاچاق آنرا به دیده افتخار نمی‌نگرند.

۴-۵- زمینه‌های فضایی

زمینه‌های جغرافیایی (فضایی) شامل عوامل و مواردی است که شبکه قاچاق یا قاچاقچی غیرشبکه‌ای از آنها جهت ورود کالا به بازار مصرف کشور مقصد بهره می‌برد. این عوامل نسبت به عوامل و زمینه‌های پیش‌گفته استاتیک و پایدار بوده و جزء خصیصه‌های ذاتی مقتصد و یا مسیر ورود قاچاق است. مرزها، توپوگرافی سرزمین، موقعیت معبری، ساختهای سیاسی - فضایی همجوار با اقتصاد متکی و سست از جمله این موارد هستند که در زیر به برخی از آنها اشاره شده است.

- **مرزهای سیاسی:** مرز مهمترین عامل تشخیص و جدایی یک کشور از دیگر کشورها است. به‌عبارت دیگر عامل جدایی یک واحد سیاسی از واحد سیاسی دیگر است (Newman, 2006: 2-4). مرزها محل ورود کالا به کشورهای مقصد به‌شمار می‌روند. یعنی پدیده‌هایی هستند که کالا و خدمات از این خطوط طبیعی یا اعتباری وارد کشور مقصد شده و بازار این کشورها را هدف قرار می‌دهد. مرزهای خشکی و دریایی به انحاء مختلفی مورد استفاده قاچاقچیان حرفه‌ای و غیرحرفه‌ای قرار می‌گیرد. نوع وسایل موتوری یا حیوانی و انسانی که جهت ورود کالا به شکل قاچاق مورد استفاده قرار می‌گیرد حیطه گسترده‌ای را شامل می‌شود. به‌عنوان مثال در ورود کالا از مرزهای آبی، شناورهای متنوع مورد استفاده قرار می‌گیرد و در مرزهای خشکی نیز وسایل موتوری، حیوان و انسان در ورود کالا مورد کاربری قرار می‌گیرند. نوع وسایل موتوری نیز در هر فضای جغرافیایی تابع توپوگرافی زمین است.

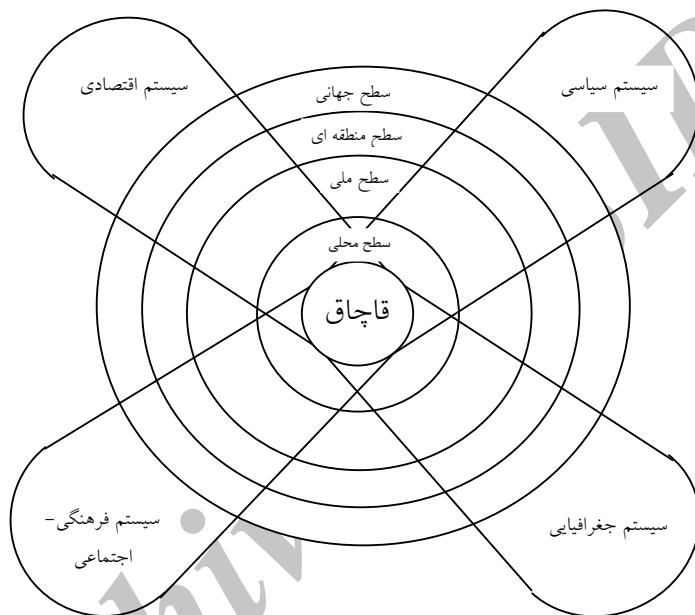
- وجود پدیده‌های جغرافیایی پنهان‌ساز: توپوگرافی زمین، خورها، رودخانه‌ها، ارتفاعات و کویرها و غیره که مرتبط با شکل و ساختار زمین‌شناسی هستند به انحاء مختلف در تسهیل قاچاق مؤثرند و عموماً شبکه‌های قاچاق از این بسترها جهت امنیت خود و کالای قاچاق استفاده می‌کند.

- معبر بودن واحد سیاسی: کشورهای که به‌عنوان معبر ورود کالا برای دیگر کشورها محسوب می‌گردند خود در معرض ورود کالای قاچاق قرار می‌گیرند. ترانزیت گمرکی روشی جهت انتقال کالای گمرک نشده از یک مبدأ به مقصد محسوب می‌گردد. ترانزیت گمرکی که شامل انواعی همچون ترانزیت بین‌المللی، ترانزیت خارجی، ترانزیت داخلی و غیره است (Haghshenas, 2002) جهت قاچاق مورد استفاده شبکه مورد نظر قرار می‌گیرد.

- کشورهای همجوار با اقتصاد ضعیف: واحدهای سیاسی که در همجواری کشورهای با ویژگی‌های اقتصادی ضعیف قرار گرفته باشند همواره در معرض قاچاق قرار دارند. ایالات متحد آمریکا و مکزیک نمونه‌ای از این کشورها است که بخشی از مطالعات مربوط به قاچاق را به خود اختصاص داده است. شهروندان و یا شبکه‌های قاچاق در کشورهای ضعیف جهت استفاده از ظرفیت‌های بازار مصرف در کشور مقصد، اقدام به ورود کالا یا خدمات می‌کنند. همچنین کشورهایی که از ساختار سیاسی ناپایدار برخوردارند نیز در این دسته قرار می‌گیرند. این کشورها یا خود بازار مصرف کالا شده و یا معبری جهت ورود کالا به کشور مقصد محسوب می‌گردند. نمونه بازر چنین شرایطی را در کشورهای خاورمیانه از جمله عراق و افغانستان می‌توان شاهد بود که جهت ورود کالا به ایران به‌عنوان بازار مصرف مورد کاربری شبکه‌های قاچاق قرار گرفته‌اند.

بطور کلی عوامل مؤثر بر توسعه و گسترش قاچاق کالای ورودی را می‌توان در شکل شماره ۴ نشان داد. در این شکل هر یک از مؤلفه‌های اشاره شده تابع شرایط و مقتضیات متبلا، ممکن است نسبت به سایر مؤلفه‌های از وزن بیشتری برخوردار باشند. همچنین هر یک از مؤلفه‌های مورد اشاره از چهار سطح جهانی، منطقه‌ای، ملی و محلی به یک اندازه متاثر نبوده و سطوح مزبور تأثیرات متفاوتی را بر مؤلفه‌های سیاسی، اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی و

فضایی مرتبط با قاچاق کالا دارند. از این رو چارچوب مورد اشاره، حالت دورانی دارد که تابع تأثیرگذاری سطوح مختلف ممکن است فربه و یا ضعیف گردد.



شکل شماره ۴: چارچوب فن وار عوامل مؤثر در توسعه قاچاق در یک مکان

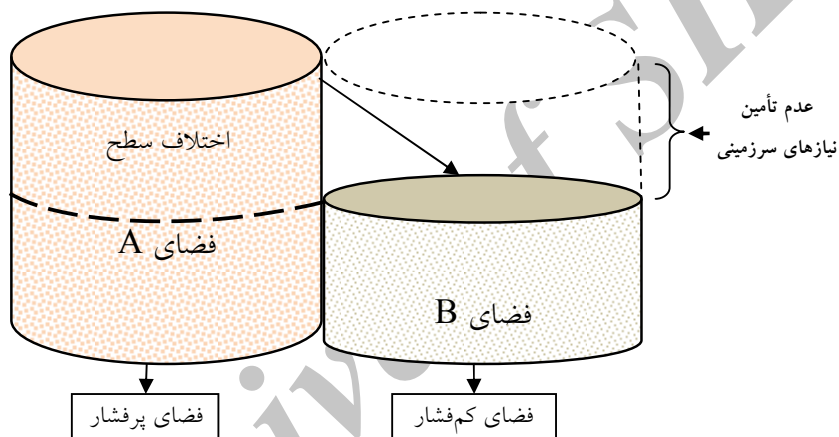
۶- تجزیه و تحلیل و نتیجه گیری

کره زمین سیستمی است که هر یک از واحدهای سیاسی آن دارای ظرفیت‌های تولیدی متفاوتی است که با دیگر اعضا سیستم جهانی تولیدات خود را مبادله می‌کند. جریان شکل گرفته تا زمانی که به سطح تعادل برسد ادامه می‌یابد. از آنجا که اختلاف کشورها در زمینه‌های مختلف پایدار بوده و تعادل ناممکن، لذا جریان مبادلات بین آنها پایدار و همیشگی است.

کالا در مکانی از سیستم جهانی تولید و در مکان دیگری مصرف خواهد شد. مکانهای تولیدی، دارای اختلاف سطح با مکانهای مصرف‌کننده‌اند. در صورتی که کشورهای اخیر در

مسیر ورود قانونی جریان کالا مانع ایجاد نمایند، کالا از مسیرهای غیرقانونی وارد آن فضا خواهد شد تا پاسخگوی نیازهای شهروندان باشد.

واردات کالا یعنی خلأ موجود در فضای مورد نیاز. یعنی پتانسیل جذب در فضایی که دارای کشش لازم در زمینه مربوطه است. شدت جریان در فضای کششی نشان‌دهنده وجود نیاز مورد نظر از یک‌سو و ناتوانی در بارور کردن آن از سوی دیگر است (شکل ۵).



شکل شماره ۵: اختلاف سطح در فضای پر فشار و فضای کم فشار

در اغلب کشورهای مبتلابه قاچاق کالا، نرخ تعرفه به‌عنوان عامل اساسی این مسأله مورد تحلیل قرار می‌گیرد. در صورتی که نرخ تعرفه به‌عنوان یکی از عوامل گسترش‌دهنده یا کاهش‌دهنده به شکلی مقطعی عمل کرده و عامل اساسی قاچاق را باید در نیاز شهروندان دانست. محرک جریان شکل‌گرفته پول است که جهت حرکت آن معکوس جریان کالا عمل می‌کند و مکانهایی که نیازمند کالا هستند در قبال دریافت کالا پول خود به مکانهای تولیدکننده کالا گسیل می‌دارند. قاچاق کالا به سه صورت در مکان مورد نیاز متوقف می‌گردد:

- عدم وجود پول در فضای مورد نیاز جهت دریافت کالا؛

- توسعه و گسترش تولید داخلی؛

- مقرون به صرفه نبودن کالای قاچاق در مقابل کالای ورودی از مسیرهای قانونی.

هر یک از دیگر اشکال مقابله با ورودی قاچاق کالا مقطعی بوده و راهکار آن در سه شکل فوق‌الذکر است. از سوی دیگر به دلیل وجود همیشگی پول در فضاهای جغرافیایی، دو شکل اخیر می‌بایست مورد توجه قرار گیرد. از آنجا که قاچاق کالای ورودی یک جریان شکل‌گرفته است که بخشی از سرمایه کشورها را به خارج از مرزهای آنها منتقل می‌نماید، ریشه‌های شکل‌گیری قاچاق، فرایند انتقال کالا از مبدأ به مقصد و در نهایت زمینه‌های توسعه‌دهنده و گسترش دهنده این پدیده به شکل سیستمی مورد تحلیل قرار گیرد که در جدول شماره ۱ آورده شده است.

Archive of SID

جدول شماره ۱: راهکارهای مدیریتی قاچاق کالا متأثر از ریشه‌های فرایند شکل‌گیری و عوامل توسعه‌دهنده

راهکار مدیریتی	متغیرهای تأثیرگذار	بستر، فرایند و عوامل توسعه‌دهنده	
اصلاح ساختار اقتصادی کشور	← ساختار اقتصادی کشور	ریشه شکل‌گیری قاچاق در کشورها	
تولید	← تفاوت در سطح توسعه		
	← تفاوت در ارزش کالا بین مبدا و مقصد		
	← نیازهای فضایی در مقصد		
افزایش کیفیت تولید داخلی و حمایت‌های نهادی از کالای ورودی قانونی	← مزیت اقتصادی	مراحل و فرایند قاچاق از مبدأ به مقصد	
جذب سرمایه‌گذار خارجی	← تولیدکننده محصول		
ایجاد بستر مناسب تجارت	← خریدار در مبدا		
اشتغال	← قاچاقچی		
	← عاملان و فاعلان قاچاق		
تغییر کارکرد در جهت منابع ملی	← مباحثان و هماهنگ‌کنندگان در واحد مقصد		
تقویت بازار جهت ارائه کالای داخلی یا کالای وارد شده از مبادی رسمی	← ابواب و لوازم حرکت کالا		
رفع نیاز شهروندان از سوی دولت با روشهای قانونی	← بازار فروش		
تخصیص گرایبی تولید داخلی	← شهروند متقاضی		متغیرها و زمینه‌های توسعه‌دهنده قاچاق
کاهش تعرفه ورودی با شیب ملایم	← مزیت نسبی		
افزایش کیفیت تولید داخلی و حمایت‌های نهادی از کالای ورودی قانونی	← موانع تعرفه‌ای		
ورود کالای مورد نیاز شهروندان + تولید	← کیفیت کالای خارجی		
اشتغال + تولید	← فقدان ساخت کالا در داخل		
سیاست خارجی فعال + هماهنگی با سیاست جهانی	← بیکاری مناطق مرزی		
همکاری منطقه‌ای و جهانی	← تحریم اقتصادی		
مشارکت شهروندان	← انزوای ژئوپلیتیک		
ثبات بازار مصرف + جلوگیری از تصمیمات مقطعی	← ضعف و ناتوانی حکومت مرکزی		
چشم‌پوشی دولت از دوآمدهای مقطعی واردات	← دخالت دولت در عرضه و تقاضا		
انسجام نهادی و سازمانی	← کسب درآمد دولت		
مشارکت شهروندان + تقویت قدرت ملی	← مدیریت نامنجم		
افزایش کیفیت تولیدات داخلی	← بی‌اعتمادی نسبت به دولت		
ملی‌گرایی تولید و مصرف	← بی‌اعتمادی نسبت کالای داخلی		
کنترل مرزی با مشارکت ساکنان + تجارت معکوس	← ناسیونالیسم بی‌رقم		
فرصت موجود + توسعه تجارت منطقه‌ای	← مرزهای سیاسی		
	← پدیده‌های جغرافیایی پنهان‌ساز		
	← موقعیت معبری		
	← کشورهای همجوار با اقتصاد ضعیف		

۷- قدردانی

این تحقیق با حمایت‌های مادی و معنوی دانشگاه تربیت مدرس و نیز راهنمایی جناب آقای دکتر محمدرضا حافظ‌نیا انجام شده است که از نهاد مربوطه و نیز استاد گرانقدر تقدیر و تشکر می‌نمایم.

References

1. Azimi Arani, Hossein (2006); Underdevelopment circuits, Tehran: Ney Publications[in Persian].
2. Baumol, William J. and Alan S. Binder (2009); Economics: Principles and Policy, USA: Holt Rinehart & Winston.
3. Bhagwati, Jagdish and Hansen, Bent (1971); A Theoretical Analysis of Smuggling. Massachusetts institute of technology, N, 75.
4. Calvani, Sandro (2002); Addressing the challenge to security from drug trafficking and its social and economic aspects. at the OSCE – Thailand Conference on the Human Dimension of Security, Bangkok, 20 – 21 June.
5. Connolly, Michael & John Deveraus & Mariluz Cortes (1995); the Transshipment Problem: Smuggling and Welfare in Paraguay, World Development, N. 23(6), Pp 975-985.
6. Dercon, Stefan & Ayalew, Lulseged (1995); Smuggling and supply response: Coffee in Ethiopia, World Development, Vol. 23, Issue 10, pp. 1795–1813.
7. Elliott, Kimberly Ann; Hufbauer, Gary Clyde; Oegg, Barbara (2008); Sanctions, The Concise Encyclopedia of Economics, 2nd ed, Library of Economics and Liberty.
8. Encyclopedia Britannica (2009); Nationalism, In <http://www.britannica.com/EBchecked/topic/405644>.
9. Giddenz, Anthony (1997); Sociology, Translated by: Manouchehr Saboori. Tehran: Ney Publications[in Persian].
10. Grosse, Robert (1992); Colombias Black Market in Foreign Exchange, World development, Vol. 20, No.8, pp 1193-1207.
11. Haddal, C.C. & Kim, Y & Garcia, M.J (2009); Border Security: Barriers Along the U.S. International Border, Congressional Research Service.
12. Haghshenas, Mohammad Ali (2002), Farhanghe Hezare. Tehran: Moaser Publications[in Persian].
13. Hipper, Kenneth (2003); Smugglers All: Centuries of Norfolk Smuggling, London: Larks Press.
14. <http://www.etymonline.com/index.php>.
15. Johnston, R.J & Gregory & Derek, Smith, M (1994); The Dictionary of Human Geography, U.K: Blackwell.
16. Joshi, Rakesh Mohan (2009); International Business, New York: Oxford University Press.
17. Kalpakjian, Serope & Steven Schmid (2005); Manufacturing, Engineering & Technology, Prentice Hall.

18. Kelman (1998); Foundations of Social Theory, Translated by: Manouchehr Saboori. Tehran: Ney Publications[in Persian].
19. Kotler, P. and others (2006); Marketing, 7th Ed, Pearson Education Australia: Prentice Hall.
20. Lemieux, Thomas & Fortin, Bernard & Frechete, Pierre (1994); The effect of taxes on labor supply in the underground economy, The American Economic Review.
21. Mandel, Ernest (1980), Economics, Translated by: Houshang Vaziri. Tehran: Kharazmi Publications[in Persian].
22. Mumbai: The Maharashtra Electricity Regulatory Commission (2009); Tariff Booklet, Web. 14 Jul 2011. In http://bestundertaking.com/pdf/Tariff_Schedule.pdf.
23. Newman, D (2000); The lines that continue to separate us: Borders in our borderless world. Progress in Human Geography, Vol 30. No: 2. 1-19.
24. O'Sullivan, Arthur; Sheffrin, Steven M (2003); [January 2002], Economics: Principles in Action, The Wall Street Journal: Classroom Edition (2nd ed), Upper Saddle River, New Jersey 07458: Pearson Prentice Hall: Addison Wesley Longman.
25. Pahlavani, Moseyeb & Roshan, Reza (2008); Investigation of structural, behavioral and contextual factors of smuggling in Sistan and Baluchestan Province. Tehran [in Persian].
26. Prescott, J.R (1979); Recent trends in political geography, Translated by: Dorreh Mirheaidar, Tehran: tehran University Press [in Persian].
27. Rahmatirad (1995) Border, Passport and Foreigners. Tehran: NAJA[in Persian].
28. Ray, Alok (1987); Smuggling, Import Objectives, and Optimum Tax Structure. the Quarterly Journal of Economics, Vol. 92 (3), Pp. 509-514.
29. Reizenstein, Richard C (2004); Customer in encyclopedia of health care management, Sage Reference.
30. Sachs, Jeffrey (2005); the End of Poverty, New York: The Penguin Press.
31. Sullivan, Arthur; Steven M. Sheffrin (2003); Economics: Principles in Action, Upper Saddle River, New Jersey: Pearson Prentice Hall.
32. Taylor, Peter J (1994); Political Geography, England: Longman Scientific & Technical.
33. Taussig, F. W (1911); Tariff, Encyclopedia Britannica 26, 11th ed, in <http://www.britannica.com/search?query=tariff>.
34. Tarbiat Modares University Research Institute for Economy (2000) [in Persian].
35. Williams, N.J (1959); Contraband Cargoes: Seven Centuries of Smuggling. London: Longman.