

تأثیر اصول نوین بازرگانی بر کاهش قاچاق کالا

عبدالجواد خلیلی^۱ javad.khalili@gmail.com

تاریخ دریافت: ۱۳۹۹/۰۱/۱۵

تاریخ پذیرش: ۱۳۹۹/۰۲/۲۵

چکیده

با توجه به نام گذاری سال به نام جهش تولید، مسئله‌ی قاچاق کالا در کشور به عنوان یک چالش جدی حائز اهمیت است. رواج قاچاق و تأثیر سوء آن به عنوان یک عامل بازدارنده‌ی توسعه، موجب اختلال در اجرای برنامه‌های اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی دولت شده، در نهایت باعث رکورد اقتصادی و از بین رفتن امنیت اجتماعی می‌گردد. هدف پژوهش حاضر تأثیر اصول نوین بازرگانی بر کاهش قاچاق کالا در ادارات گمرک استان‌های فارس و هرمزگان بوده است. این تحقیق توصیفی و پیمایشی و از نظر هدف کاربردی است. در این پژوهش با استفاده از دو پرسشنامه اصول نوین بازرگانی از حاجی پور و همکاران (۱۳۹۴) و پرسشنامه محقق ساخته قاچاق کالا، به جمع‌آوری اطلاعات از کارشناسان و مدیران ادارات گمرک استان‌های فارس و هرمزگان بصورت تمام شمار (۳۵ نفر) اقدام شده است. ضریب آلفای کرونباخ به ترتیب ۰/۸۹ و ۰/۸۲ محاسبه و روایی پرسشنامه‌ها نیز توسط متخصصین امر مورد تأیید قرار گرفت. برای بررسی نرمال بودن داده‌ها از آزمون‌های کولموگروف اسمیرنوف و بررسی مفروضات از آزمون رگرسیون چندگانه استفاده شده است.

یافته‌ها نشان داد که هر دو مقیاس اصول نوین بازرگانی و قاچاق کالا از توزیع نرمال برخوردار بوده و با توجه به مقدار بدست آمده همبستگی بین آن‌ها معنی‌دار بوده است. همچنین نتایج نشان داده است که بین اصول نوین بازرگانی و ابعاد آن و کاهش قاچاق کالا در ادارات گمرک استان‌های فارس و هرمزگان تأثیر مثبت و معنی‌داری وجود دارد.

واژگان کلیدی: اصول نوین بازرگانی، قاچاق کالا، گمرک، استان‌های فارس و هرمزگان.

۱. عضو هیئت علمی دانشگاه آزاد اسلامی واحد لامرد

۱- مقدمه و بیان مسأله

لازمه توسعه اقتصادی کشورها، امنیت اقتصادی است. از جمله مواردی که امنیت اقتصادی یک کشور را به خطر می‌اندازد، قاچاق کالا است. قاچاق کالا از جمله پدیده‌های پیچیده اقتصادی و اجتماعی است که به نوعی شاخه‌ای از اقتصاد پنهان شمرده می‌شود. (اصلانی و محمدیان، ۱۳۹۶). مسئله قاچاق در کشور ما علاوه بر آثار سوء اقتصادی به عنوان یک چالش اقتصادی و اجتماعی در حوزه‌های منطقه‌ای، ملی و بین‌المللی حائز اهمیت می‌نماید، به طوری که رواج و تاثیر سوء آن به عنوان یک عامل بازدارنده‌ی توسعه موجب اختلال در اعمال و اجرای برنامه‌های اقتصادی اجتماعی و فرهنگی دولت شده و در نهایت باعث کاهش رشد و رکود اقتصادی و از بین رفتن امنیت اجتماعی نیز می‌شود. هر چند پدیده قاچاق کالا کم و بیش تمام کشورهای دنیا را درگیر کرده است، ولی وسعت و عمق آن در کشورهای در حال توسعه بیشتر از کشورهای توسعه یافته است. در برخی از کشورهای در حال توسعه قاچاق کالا بخش مهمی از فعالیت‌های اقتصادی جامعه را در بر می‌گیرد. بر این اساس، اقتصادهایی که با فراوانی بالا و تعدد قاچاق روبه‌رو هستند با بیماری و ناکارآمدی در کنترل مناسبات تولیدی و توزیعی خود مواجه می‌اشند (پورعیسی، ۱۳۹۴).

تحولات عظیم حمل و نقل و ارتباطات به این پدیده کمک شایان توجهی کرده است. معضل قاچاق کالا نه فقط سیستم اقتصادی یک کشور را متأثر می‌سازد و گاه ضربات سنگینی به آن وارد می‌آورد؛ بلکه تأثیرات فراوانی بر پیکره فرهنگی - اجتماعی یک جامعه دارد. افزایش بیکاری و مشکلات ناشی از آن، تغییرات الگوی مصرف و حتی در برخی موارد سیستم ارزشی اجتماع از مواردی است که می‌توان به وضوح تأثیر این پدیده را بر آن‌ها مشاهده کرد (شرفی و همکاران، ۱۳۹۹).

مهم‌ترین آسیب قاچاق کالا، مربوط به نظام اطلاعات اقتصادی کشورهاست و امکان برنامه‌ریزی برای رسیدن به بلند مدت را از بین می‌برد. از سوی دیگر، باعث کاهش درآمدهای دولت و به هم خوردن تعادل میان بخش‌های تولیدی، بازرگانی و عرضه کالا می‌شود. به عبارت دیگر، درک فرآیند توسعه اقتصادی یک کشور و برنامه‌ریزی به منظور ارتقای سطح توسعه یافتگی آن منوط به شناخت عملکرد عمومی اقتصاد و کیفیت چنین

شناختی وابستگی تمام و کمال به وضعیت نظام اطلاعات اقتصادی و کارآمدی آن دارد. علاوه بر بخش اقتصاد رسمی کشور، بخشی از عملکرد عمومی اقتصاد کشور به عمد از دید مأموران و واحدهای جمع‌آوری آمار و اطلاعات، پنهان نگه داشته می‌شود. اصطلاحاً این بخش از عملکرد عمومی اقتصاد یک کشور را «اقتصاد سیاه» می‌نامند. به هر اندازه، ای فعالیت‌ها در یک کشور گسترده تر باشد، شناخت، سیاستگذاری صحیح و نظارت بر اجرای سیاست‌ها را دشوارتر ساخته و عامل اخلاص در روند اقتصادی جامعه بوده و با ظهور آن ضمن به هم‌ریختگی اقتصادی، ناهنجاری‌های سیاسی، اجتماعی و فرهنگی به وجود می‌آید. (ابراهیم‌زاده و همکاران، ۱۳۹۱).

با این وجود، عوامل دیگری از جمله تحریم‌ها و تورم شدید همراه با رکود اقتصادی، صنایع موجود در کشور را با چالش‌هایی از قبیل کاهش سرمایه گذاری تولیدی، کاهش بهره‌وری، فرسایش ماشین‌آلات، انحصار دولتی، افزایش هزینه‌های تولید و ... مواجه کرده‌اند که در نهایت تولید با کیفیت بالای کالاهای ایرانی از رده خارج می‌شود. بدین ترتیب راه قاچاق کالاهای مشابه خارجی هموار می‌شود (اسماعیل‌پور و رنجبر، ۲۰۱۶).

در کل گسترش پدیده قاچاق کالا، حاصل عوامل و مولفه‌های متعددی است این عوامل را می‌توان در چهار دسته عامل اصلی شامل عوامل اقتصادی، (مثل بیکاری، بازارچه‌های مرزی و مشکلات این بازارچه‌ها، مناطق آزاد تجاری و صنعتی، پول شویی و تطهیر درآمدهای ناشی از جرم، مالیات گریزی و فرار از پرداخت مالیات، عدم حمایت از تولید کنندگان داخلی، بوجود آمدن اقتصاد زیرزمینی، تسهیل قاچاق و ...) عوامل فرهنگی و اجتماعی (مثل افزایش استفاده از کالاهای خارجی و پیدایش چنین فرهنگی، افزایش تقاضا برای کالاهای قاچاق، تبلیغات)، عوامل سیاسی و امنیتی مثل ضعف نیروی انتظامی، وضعیت جغرافیایی کشور ایران، خطر پایین جرم قاچاق کالا، گستردگی مرزهای خاکی و دریایی، تحریم‌ها و ...) عوامل اجرایی و مقرراتی (مثل ضعف قوانین، فقدان قانون جامع و مانع، فقدان سیاست کیفری و سیاست جنایی برای مبارزه با جرم قاچاق کالا) دسته بندی نمود. (قاسمی و یآوری، ۱۳۹۱).

در گذشته به علت نبود وسایل حمل و نقل، نبود جاده‌ها، عدم وسایل ارتباطی و امکانات رفاهی، قاچاق به کندی صورت می‌گرفت ولی امروزه قاچاق رواج گسترده‌ای یافته است.

قاچاق کالا امروزه در تمام نقاط کشور رواج دارد (تمدن، ۱۳۹۰). اما باید توجه داشت که عمده‌ی کالاهای وارداتی از مسیرهای خشکی و آبی وارد کشور می‌شوند. یعنی ورود یا صدور هر کالای مشمول قاچاق، مستلزم گذر از مرز است. از این رو ساکنان نواحی مرزی و شهرها و سکونتگاه‌های حاشیه مرزها در مقدم ورود و صدور کالاهای قاچاق و در صف اول تأثیرپذیری از این پدیده قرار دارند. (فصیحی، ۱۳۹۱). به دلایل خاص جغرافیایی (طولانی بودن مرزها، تراکم جمعیتی پایین، صعب‌العبور بودن و نظایر آن) تقریباً در تمام مرزهای کشور قاچاق کالا وجود دارد (خضرزاده و همکاران، ۱۳۸۹). قاچاق یک پدیده چند وجهی است که بی‌گمان عامل‌های زیادی می‌تواند در چرایی آن نقش داشته باشد. این عوامل دارای میزان اثرگذاری و جنبه‌های گوناگون هستند، از این رو دسته‌بندی‌های گوناگونی می‌توان برای آن‌ها ارائه نمود. بطور کلی دو عامل نیاز قاچاقچیان به درآمدهای قاچاق و آزمندی آنان در رخدادهای قاچاق نقش دارد. می‌توان گفت که عامل نیاز ریشه اصلی قاچاق در سطح خرد است که موضوع آن بیشتر مرزنشینانی هستند که؛ شرایط اجتماعی و اقتصادی آن‌ها را به سمت قاچاق کالا می‌کشاند. این دسته از افراد در خدمت دسته‌های دیگر قرار می‌گیرند که آزمندی آن‌ها را به سمت قاچاق می‌شاند نه نیاز. بررسی‌های سایر محققان نشان می‌دهد عوامل و شرایط محیطی نیز در شکل‌گیری فرصت‌های سودجویانه مانند تجارت غیرقانونی، اثر دارند. از این روی و با توجه به موارد پیش گفته، هدف از این پژوهش واکاوی تاثیر اصول نوین بازرگانی بر کاهش قاچاق کالا به ویژه در ادارات گمرک استان‌های فارس و هرمزگان انتخاب شده است.

۲- مبانی نظری و پیشینه تحقیق

استان هرمزگان با داشتن ۹۰۰ کیلومتر مرز و در جوار آب‌های بین‌المللی خلیج فارس و دریای عمان، یکی از مهم‌ترین مراکز ورود و خروج کالای قاچاق در کشور محسوب می‌شود. موضوع قاچاق کالا و گستردگی آن در استان هرمزگان و بخش‌هایی از استان فارس به گونه‌ای است که بخش وسیعی از توان نیروی انتظامی صرف مبارزه و توقیف آن‌ها می‌گردد. بالطبع، توان زیادی از دستگاه قضایی و گمرک نیز صرف این‌گونه مسائل می‌شود. این مسئله به طور کلی موجب گسترش اقتصاد پنهان و ناسالم، کند شدن روند توسعه استان، اشتغال کاذب و ناپایدار نیروی در سن فعالیت و تولید می‌شود. همچنین

گسترش قاچاق کالا در مرزهای دریایی استان هرمزگان پیامدهای امنیتی برای استان هرمزگان و بخش‌هایی از استان فارس به همراه داشته است.

عوامل بسیاری در قاچاق کالا موثر است که شناسایی این عوامل کمک شایانی به دولت و اقتصاد و در نتیجه موفقیت گمرک می‌کند. قاچاق کالا اثرات نامطلوبی بر کارکرد سیاست‌های تجاری و اقتصادی دارد. از این رو برای حمایت واقعی از اقتصاد کشور، مبارزه با قاچاق کالا ضرورت پیدا می‌کند. در استان‌های هرمزگان و فارس به علت نزدیکی به مرز آب‌های بین‌المللی خلیج فارس و دریای عمان قاچاق افزایش یافته و بسیاری از مردم به این شغل روی آورده اند. از آنجایی که قاچاق کالا باعث به وجود آمدن اقتصاد زیرزمینی و اقتصاد سیاه در کشور می‌شود و مانع مهمی در تحول و توسعه بهینه و پایدار کشور محسوب می‌شود و در آن حجم زیادی از فعالیت‌های درآمدزا به صورت زیر زمینی و پنهان به حیات خود ادامه می‌دهند که با تحمیل هزینه‌ها به بخش دولتی و جامعه، باعث بروز مشکلات فراوان اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و امنیتی در سطح جامعه می‌گردند.

در پژوهشی با عنوان بررسی عوامل موثر بر قاچاق کالا و تاثیر آن بر اقتصاد شهرستان مرزی سراوان که توسط کریم‌زاده (۱۳۹۷) انجام شد. مهمترین نتایج پژوهش نشان داد: عوامل جغرافیایی، اقتصادی، فرهنگی - اجتماعی و عوامل اجرایی - مدیریتی در گسترش و گرایش به قاچاق کالا در شهرستان تاثیرگذار بوده و به ترتیب از نظر شهروندان عوامل اقتصادی دارای بالاترین و عوامل فرهنگی - اجتماعی دارای کمترین تاثیر بر گسترش قاچاق کالا هستند.

یوسفوند (۱۳۹۶) در پژوهشی مروری، با عنوان پیشگیری اجتماعی از قاچاق کالا و ارز با رویکرد قانون مبارزه با قاچاق کالا و ارز نشان داد قاچاق معضلی است که خسارت‌های اقتصادی و فرهنگی گسترده‌ای به کشور وارد کرده و ملتی را از درآمدهای مشروع و قانونی چشمگیر محروم ساخته است. قاچاق جرمی عرضی است و جرم‌انگاری آن سابقه چندانی ندارد. ولی از حیث سابقه قانونگذاری آن عمری به درازای عمر قانونگذاری ایران دارد.

مسعودی و میرزایی (۱۳۹۲) در پژوهشی به بررسی عوامل موثر بر قاچاق کالا در استان‌های مرزی (مورد مطالعه: استان کردستان) پرداختند، نتایج نشان داد که از نظر هر دو گروه کارشناسان و قاچاقچیان، نرخ بالای بیکاری، در آمد کم و فقر مردم منطقه، از

عوامل اساسی افزایش قاچاق کالا در بخش زمینه‌ای هستند. در بخش عوامل ساختاری، اخذ تعرفه و سود گمرکی بالا بر کالاهای وارداتی مهمترین عامل شناخته شد و در بخش عوامل فردی، فقدان انگیزه کاری کارمندان و مسئولین مبارزه با قاچاق کالا که تاحدی ناشی از میزان دستمزد پایین آن‌ها و روابط خشک محیط کاری است، مهمترین عامل می باشد.

حسینیان و همکاران (۱۳۸۸) در پژوهشی با عنوان عوامل سازمانی موثر بر عملکرد کارکنان مبارزه با قاچاق کالای فرماندهی انتظامی استان هرمزگان، با نظرسنجی از ۴۰۰ نفر از کارکنان مبارزه با قاچاق کالای فرماندهی انتظامی استان هرمزگان به این نتیجه رسید که پنج متغیر ساختار سازمانی، امکانات و تجهیزات سازمانی، حمایت سازمانی، مهارت شغلی، سبک رهبری آمرانه با عملکرد کارکنان مبارزه با قاچاق کالا رابطه معناداری وجود دارد.

محسنی تبریزی و همکاران (۱۳۸۷) در تحقیقی با عنوان عوامل موثر بر قاچاق اسلحه و مشروبات الکلی از مرز پیرانشهر که بر روی ۱۲۴ سرپرست خانوار و ۳۰ نفر از فرماندهان و افسران ارشد نیروی انتظامی منطقه پیرانشهر انجام گرفت، به این نتیجه رسیدند که باورها و ارزش‌های فرهنگی، آنومی اجتماعی و SES به عنوان عوامل تاثیرگذار بر انگیزش و تمایل به قاچاق مطرح هستند.

فرزانگان (۲۰۱۵) در مقاله‌ای با عنوان «تجارت غیرقانونی در اقتصاد ایران: شواهدی از مدل ساختاری»، به یک توزیع تجربی با استفاده از تکنیک‌های مدل‌سازی معادلات ساختاری و آزمون آمارهای تجارت خارجی در مورد ایران پرداخته شده است

در پژوهشی دیگر گیلسپی (۲۰۱۶) در مقاله‌ای با عنوان «قاچاق و شرکت‌های جهانی»، نقش شرکت‌های جهانی را در قاچاق بین‌المللی مورد آزمون قرار داده و نتایج آن را به تصویر کشیده شده است.

تامورا (۲۰۱۴) در مقاله‌ای با عنوان قاچاق مهاجران یک مدل تحلیلی از موضوع قاچاق مهاجران ارائه شده و به انگیزه‌های مهاجرت و عرضه و تقاضای قاچاق و غیره پرداخته شده است.

نتایج پژوهش‌های فوق نشان از خلاء بزرگ بخش صادرات و واردات و مشکلات

ساختاری و اجتماعی-سیاسی وسیع در این بخش است. بخش صادرات ایران به علت عدم وجود یک سیستم بازاریابی و بازرگانی مناسب و کارا نتوانسته است به خوبی توسعه یابد. به طوری که در اغلب موارد کالا و خدمات صادراتی ما با وجود برخورداری از کیفیت مطلوب و حتی فراتر از استانداردهای جهانی به دلیل نبود یک سیستم مناسب تبلیغاتی و اطلاع رسانی در بخش مبادلات خارجی جایگاه شایسته خود را در بازارهای جهانی به دست نیاورده است، در اغلب موارد بازرگانان به جای افزایش صادرات، زمینه را برای افزایش واردات مهیا کرده اند. زیرا صادرکنندگان به جای تبلیغ در مورد کالای صادراتی خود از طریق روش های علمی در بازارهای هدف، کالاهای ساخت آن کشور را در دامن کشور تبلیغ نموده اند و باعث افزایش مصرف این کالاها شده اند. از طرف دیگر به علت ورود افراد ناآشنا و دلالتان در امر صادرات، سهم صادرات ما را در برخی از بازارهای جهانی کاهش داده است. البته عدم اطلاع دقیق تولیدکنندگان کشور از شرایط و اوضاع بازارهای جهانی نیز مزید بر علت شده تا سهم از این بازارها کاهش یابد و زمینه بروز قاچاق فراهم شود (مبئی و همکاران، ۱۳۹۵). گسترش برنامه بازاریابی صادرات و واردات، محتاج اتخاذ تصمیماتی در رابطه با چگونگی نقش آن در رشد سازمان، وسعت و ماهیت تولیدات مختلف و بازارهای خارج، اهداف مشخص عملکرد صادراتی و سطح تعهد مدیریت در مقایسه با ریسک صادرات است. مقیاس خوبی یک برنامه، به کیفیت اطلاعات اساسی جمع آوری شده و کیفیت تجزیه و تحلیل بعمل آمده در حین انجام فرآیند برنامه ریزی بستگی دارد. در این فرآیند مهم است که از مشارکت تمامی سطوح مدیریت برخوردار گردیده و به آن تفهیم شود که جهت حصول به موفقیت، باید کل سازمان خود را ملزم به تحقق اهداف تجاری نمایند. یک برنامه نوین بازرگانی باید موارد ذیل، شامل: مسئولیت اجتماعی، تصویر سازمان و اعتماد را مورد توجه قرار دهد. این برنامه باید به تشریح اقدامات لازم، آن هم با جزئیات کافی بپردازد که این امر متضمن تعیین اهداف، تهیه بودجه و برنامه زمان بندی شده فعالیتها و نیز تعیین مسئولیتهای مربوط به اجرای آن است (حسن پور و صادقی، ۱۳۸۴).

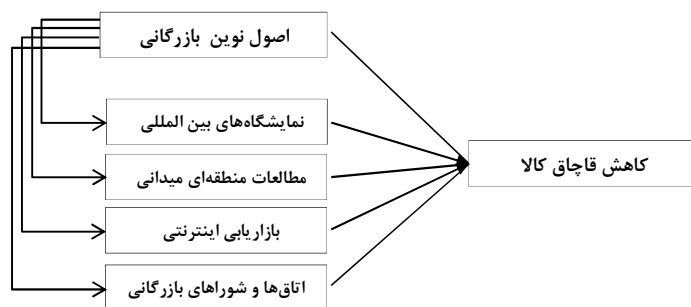
لذا با توجه به مبانی نظری و پیشینه، این تحقیق به بررسی تأثیر اصول نوین بازرگانی بر کاهش قاچاق کالا در ادارات گمرک استان های فارس و هرمزگان پرداخته است و تلاش شده تا راهکارهایی به منظور کاهش قاچاق کالا متناسب با شیوه های نوین بازاریابی

و بازرگانی ارائه داده شود.

۳- مدل مفهومی تحقیق

مدل مفهومی تحقیق که ارتباط مولفه های اصول نوین بازرگانی از حاجی پور و همکاران (۱۳۹۴) و قاچاق کالا را نشان می دهد به شرح ذیل می باشد:

شکل (۱) مدل مفهومی پژوهش



منبع: مطالعات محقق

۴- فرضیه ها:

- ۱- نمایشگاه های بین المللی بر کاهش قاچاق کالا تاثیر معنی داری دارد.
- ۲- مطالعات منطقه ای میدانی بر کاهش قاچاق کالا تاثیر معنی داری دارد.
- ۳- بازرگانی اینترنتی بر کاهش قاچاق کالا تاثیر معنی داری دارد.
- ۴- اتاق ها و شوراهای بازرگانی مشترک بر کاهش قاچاق کالا تاثیر معنی داری دارد.

۵- روش تحقیق

پژوهش حاضر در قلمرو پژوهش های «توصیفی»^۱ از نوع «همبستگی»^۲ است. پژوهش توصیفی با روا بین متغیرها، آزمودن فرضیه ها، پروراندن مفاهیم و قوای کلی،

1. Descriptive Research

2. Corelational Research

اصول و یا نظریه‌هایی که دارای روائی جهان شمول است، سروکار دارد. جامعه آماری پژوهش حاضر، شامل کلیه مدیران و کارکنان ادارات گمرک استان های فارس و هرمزگان بوده است. با توجه به تعداد افراد جامعه آماری (۳۵ نفر) جهت تعیین حجم نمونه به روش سرشماری تمامی اعضای جامعه به عنوان نمونه انتخاب و بررسی شدند. برای گردآوری داده ها با توجه به ماهیت پژوهش های کمی از ابزار پرسشنامه استفاده شد. برای سنجش ابعاد اصول نوین بازرگانی از پرسشنامه استاندارد (حاجی پور و همکاران، ۱۳۹۴) که شامل ابعاد نمایشگاه‌های بین المللی، مطالعات منطقه‌ای، بازاریابی اینترنتی و اتاق‌ها و شوراهای بازرگانی مشترک بوده، بهره گرفته شده است. همچنین برای سنجش کاهش قاچاق کالا از پرسشنامه محقق ساخته استفاده شده است. طیف پاسخگویی هر دو پرسشنامه طیف ۵ گزینه ای لیکرت بود. برای سنجش روایی از روایی محتوایی و روایی صوری با استفاده از نظرات اساتید راهنما و مشاور استفاده شد.

برای بررسی پایایی نیز از پایایی ضریب آلفای کرونباخ استفاده شد که به تفکیک پرسشنامه‌ها و ابعاد، در جدول شماره ۱ گزارش شده است.

برای تجزیه و تحلیل داده‌ها نیز در سطح آمار توصیفی از میانگین و انحراف استاندارد، و برای استنباط داده‌ها نیز پس از ارزیابی نرمال بودن داده با استفاده از آزمون کولموگروف اسمیرنوف از آزمون های همبستگی پیرسون و رگرسیون چندگانه استفاده شد.

جدول شماره ۱: مقادیر آلفای ابعاد پرسشنامه‌ها

مقدار آلفا	ابعاد	متغیر
.۸۷۸	نمایشگاه‌های بین‌المللی	اصول نوین بازرگانی .۸۹۱
.۹۱۵	مطالعات منطقه‌ای	
.۸۹۸	بازاریابی اینترنتی	
.۹۰۰	اتاق‌های و شوراهای بازرگانی مشترک	
.۸۲۱	کاهش قاچاق کالا

منبع: یافته‌های تحقیق

۶- یافته‌ها

ابتدا به منظور بررسی وضعیت جمعیت شناختی اعضای نمونه، ویژگی‌های جنسیت، سن و تحصیلات افراد در جدول شماره ۲ ذکر شده است. با توجه به نتایج مشخص می‌شود، که تمامی اعضای نمونه مرد بوده‌اند، همچنین بیشترین فاصله سنی ۳۱ سال به بالا بوده‌اند (۳۴ نفر). همچنین ۲۳ نفر تحصیلات فوق لیسانس به بالا داشته‌اند که بیشترین فراوانی تحصیلات اعضای نمونه می‌باشد. سایر مقادیر در جدول شماره ۲ مشخص شده است.

جدول شماره ۲: فراوانی اعضای نمونه

عنوان	متغیر	فراوانی	درصد
جنسیت	مرد	۳۵	۱۰۰
	زن	۰	۰
سن	۲۰ تا ۳۰ ساله	۱	۲/۹
	۳۱ تا ۳۵ ساله	۱۷	۴۸/۶
	۳۶ سال به بالا	۱۷	۴۸/۶
تحصیلات	فوق دیپلم و پایین‌تر	۱	۲/۹
	لیسانس	۱۱	۳۱/۴
	فوق لیسانس	۲۳	۶۵/۷

منبع: یافته‌های منبع تحقیقته‌های تحقیق

در ادامه قبل از تحلیل فرضیه‌ها به بررسی وضعیت متغیرهای پژوهش و نیز وضعیت نرمال بودن آن‌ها با استفاده از آزمون کولموگراف اسمیرنوف پرداخته شد.

جدول شماره ۳: نتایج آزمون کولموگروف - اسمیرنوف

مؤلفه‌ها	فراوانی	میانگین	انحراف معیار	مقدار آماره‌ی Z	سطح معناداری
اصول نوین بازرگانی	۳۵	۳/۳۰۱	۰/۳۷۱۸	۱/۳۷۶	۰/۰۶۵
نمایشگاه‌های بین‌المللی	۳۵	۳/۳۱۶	۰/۶۰۱۶	۱/۷۰۴	۰/۰۵۶
مطالعات منطقه‌ای	۳۵	۳/۲۱۷	۰/۵۹۱۷	۱/۹۲۴	۰/۰۵۱
بازاریابی اینترنتی	۳۵	۳/۳۷۰	۰/۶۰۵۴	۲/۲۱۱	۰/۰۵۱
اتاق‌های و شوراهای بازرگانی مشترک	۳۵	۳/۳۰۲	۰/۵۸۶۶	۲/۶۴۶	۰/۰۵۰
کاهش قاچاق کالا	۳۵	۳/۳۴۳	۰/۳۸۰۲	۱/۱۲۱	۰/۱۶۲

منبع: یافته‌های تحقیق منبع: یافته‌های تحقیق

با توجه نتایج مشخص می‌شود، که میانگین متغیرهای پژوهش با توجه به طیف ۵ گزینه‌ای لیکرت نزدیک میانگین (متوسط) می‌باشند. همچنین از آنجا که مقدار سطح معناداری به دست‌آمده برای کلیه متغیرهای پژوهش، عددی بزرگ‌تر از ۰,۰۵ می‌باشد، می‌توانیم متغیرهای پژوهش را نرمال فرض کنیم. و از آزمون‌های پارامتریک استفاده شود. برای ارزیابی فرضیه‌های پژوهش از آزمون رگرسیون چندگانه مدل اینتر استفاده شد. در این مدل ابعاد اصول نوین بازرگانی به عنوان متغیر مستقل در نظر گرفته شدند و تأثیر آن بر کاهش قاچاق کالا بررسی شد. در جدول شماره ۴ مقادیر همبستگی چند گانه و مجموع مجذورات دو متغیر گزارش شده است.

جدول شماره ۴: آزمون مجموع مجذورات و مقدار f

مدل	مجموع مجذورات	درجات آزادی	میانگین مجذورات	F	sig	R ²
رگرسیون	۳۸/۷۲۸	۴	۹/۶۸	۶/۰۹۹	۰/۰۰۰	۰/۲۹۲
باقی مانده	۴۷/۶۲۱	۳۰	۱/۵۸۷			
مقدار کل	۸۶/۳۴۹	۳۴				

منبع: یافته‌های تحقیق منبع: یافته‌های تحقیق

جدول شماره ۵: ضرایب رگرسیون اصول نوین بازرگانی بر کاهش قاچاق کالا

Sig.	t	ضرایب غیر استاندارد		ابعاد
		Beta	Std B	
۰,۰۰۰	۶,۰۴۸	۰,۳۰۲	۰/۰۸۲	نمایشگاه‌های بین المللی
۰,۰۰۸	۴,۴۶۰	۰,۲۱۳	۰/۰۶۷	مطالعات منطقه ای
۰,۰۰۴	۲,۷۷۷	۰,۱۶۹	۰/۰۵۴	بازرگانی اینترنتی
۰,۰۰۴	۲,۱۶۸	۰,۱۶۱	۰/۰۶۶	اتاق‌ها و شوراهای بازرگانی مشترک

منبع: یافته‌های بافتنه‌های تحقیق

با توجه به مقدار R^2 مشخص می‌شود که ۲۹ صدم ($R^2 = ۰/۲۹۲$) از واریانس کاهش قاچاق کالا توسط ابعاد اصول نوین بازرگانی قابل تبیین است. همچنین در این جدول مقادیر مجذورات رگرسیون ارائه شده است که مشاهده می‌شود مقدار F این جدول در سطح $p < ۰/۰۵$ برای اصول نوین بازرگانی معنی‌دار می‌باشد. در جدول شماره ۵ مشخص می‌شود که اگر چه اصول نوین بازرگانی تبیین معنی‌داری از کاهش قاچاق کالا ارائه می‌دهند اما در صورت بررسی سهم هر کدام از این ابعاد مشخص می‌شود که بعد نمایشگاه‌های بین المللی توانسته در سطح $p < ۰/۰۵$ بیشترین تاثیر را بر کاهش قاچاق کالا داشته باشد سایر ابعاد نیز تبیین معنی‌داری از کاهش قاچاق کالا داشته‌اند.

لذا فرضیه‌های پژوهش تایید می‌شوند. در جدول شماره ۶ نتایج فرضیه‌ها به تفکیک گزارش شده است.

جدول شماره ۶: نتایج فرضیه‌های پژوهش

ردیف	فرضیه	Beta	t	نتیجه	
				تایید	رد
۱	نمایشگاه‌های بین المللی بر کاهش قاچاق کالا تاثیر معنی‌داری دارد.	۰,۳۰۲	۶,۰۴۸	*	
۲	مطالعات منطقه ای میدانی بر کاهش قاچاق کالا تاثیر معنی‌داری دارد.	۰,۲۱۳	۴,۴۶۰	*	
۳	بازرگانی اینترنتی بر کاهش قاچاق کالا تاثیر معنی‌داری دارد.	۰,۱۶۹	۲,۷۷۷	*	
۴	اتاق‌ها و شوراهای بازرگانی مشترک بر کاهش قاچاق کالا تاثیر معنی‌داری دارد.	۰,۱۶۱	۲,۱۶۸	*	

منبع: یافته‌های بافتنه‌های تحقیق

۷- بحث و نتیجه‌گیری

هدف از پژوهش حاضر بررسی تاثیر اصول نوین بازرگانی بر کاهش قاچاق کالا (مطالعه موردی ادارات گمرک استان های فارس و هرمزگان) بود. نتایج به دست آمده نشان داد با توجه به مقدار همبستگی چندگانه ۲۹ صدم از واریانس کاهش قاچاق کالا توسط ابعاد اصول نوین بازرگانی قابل تبیین است. همچنین در صورت بررسی سهم هر کدام از این ابعاد مشخص می‌شود که بعد نمایشگاه‌های بین‌المللی توانسته بیشترین تاثیر را بر کاهش قاچاق کالا داشته باشد. سایر ابعاد نیز تبیین معنی داری از کاهش قاچاق کالا داشته‌اند. لذا فرضیه‌های پژوهش تایید می‌شوند. نتایج به دست‌آمده با پژوهش‌های کریم زاده (۱۳۹۷)، مسعودی و میرزایی (۱۳۹۲)، حسینیان و همکاران (۱۳۸۸)، محسنی تبریزی و همکاران (۱۳۸۷)، گلیسپی (۲۰۱۶)، فرزنانگان (۲۰۱۵) و تامورا (۲۰۱۴) همسو است.

با بررسی اقلام کالاهای قاچاق کشف شده، روشن می‌شود که قاچاق در کشور، کالاهای متفاوتی را در بر می‌گیرد و به راه‌های گوناگونی به داخل وارد، یا خارج می‌شود. بنابراین از آنجا که قاچاق پدیده‌ای چند وجهی است، مقابله با آن نیز باید به صورت‌های مختلف صورت گیرد. به عبارتی مقابله با قاچاق هر یک از کالاها نیازمند استراتژی خاص خود است؛ مثلاً برای مقابله با قاچاق کالاهایی چون لوازم خانگی... می‌توان گفت که ایجاد تسهیلات در واردات این کالاها به روش‌های قانونی می‌تواند کارساز باشد؛ اما برای مقابله با قاچاق کالاهای ممنوع‌التجاره (مشروبات الکلی، قاچاق سوخت...) این سیاست‌ها معنایی نخواهد داشت و تنها راه مبارزه با آن با روش‌های فرهنگی و اجتماعی می‌باشد.

در یک نتیجه‌گیری کلی می‌توان گفت که مقابله با قاچاق کالا و ارز در کشور نیازمند مطالعه و بررسی دو گروه است: قاچاقچیان سطح خرد و مصرف کنندگان. اگر بتوان قاچاق در سطح خرد را مهار کرد، مقابله با قاچاق در سطح کلان به دلیل محدود بودن آن بسیار آسان تر خواهد بود. نبود امکانات اشتغال در بخش‌های رسمی و فقر در مناطق مرزنشین باعث گرایش افراد به قاچاق کالا (در سطح خرد) می‌شود؛ از طرفی گسترش و ادامه یافتن قاچاق کالا و ارز در دراز مدت خود باعث افزایش بیکاری و در نتیجه گسترش فقر خواهد شد. ریشه این تسلسل در آن است که قاچاق کالا و ارز برای تعداد محدودی ایجاد درآمدهای کلان می‌کند و برای اکثریت افراد فقط کارکرد امرار معاش را دارد. اشتغال

پایدار تنها از مسیر تولید امکان پذیر است. و ورود به عرصه قاچاق، اشتغال کاذب و ناپایدار
۱ که هرگز به توسعه مناطق منجر نمی‌شود.

از آنجا که سرمایه‌های بدست آمده از طریق قاچاق، هر چند کلان نیز باشد، در خدمت
ولید و سرمایه گذاری در بخش‌های کشاورزی و صنعت قرار نمی‌گیرد، در نتیجه به
کاهش بیکاری و فقر منجر نخواهد شد. چرا که این سرمایه‌ها نقشی در ایجاد اشتغال
ندارند و منجر به ایجاد اشتغال کاذب و موقتی و زودگذر و بالا بردن نرخ رشد بیکاری
می‌شود.

طبیعت منزوی و غیرحاصل‌خیز مناطق مرزی به خصوص در عرصه‌های کوهستانی و
بیابانی ایران، پیوسته به دلیل فقدان رفاه و نبود انگیزه‌های لازم برای زندگی، زمینه‌ساز
مشکلات سیاسی اقتصادی و امنیتی برای دولت بوده است. ناتوانی در لید، نبود اشتغال و
بیکاری، نازل بودن درآمد و عدم دسترسی به نیازهای اولیه عمده‌ترین مشخصه اقتصادی-
اجتماعی این مناطق است که زمینه را برای گسترش قاچاق فراهم می‌آورد.

۸- پیشنهادها

به منظور کاربست نتایج پژوهش و در راستای اصول نوین بازرگانی و تاثیر آن بر
کاهش قاچاق کالاهای پیشنهادی کاربردی زیر ارائه می‌گردد:

۱- تأکید بر کاهش نقش تصدی‌گری دولت در مناطق مرزی و واگذاری آن به نهادهای
مردمی محلی.

۲- اصلاح ساختار قانونی و مقررات گمرکی بازارچه‌های مرزی با هدف رونق و توسعه‌ی
تجارت رسمی و قانونی برای مرز نمان.

۳- محور قرار دادن توسعه مناطق مرزی بر اساس منابع طبیعی اعم از آب، خاک،
پوشش گیاهی و معادن منطقه با استفاده از نیروی انسانی و دانش بومی و تقویت آن
از طریق آموزش حرفه‌ای و ترویج؛

۴- برنامه‌ریزی برای ایجاد صنایع کوچک و متوسط در منطقه، با توجه به فراوانی
نیروی جوان در مناطق.

۵- تقویت و تجهیز خدمات و زیرساخت‌های منطقه‌ای از قبیل راه‌های ارتباطی، انتقال انرژی و ...

۶- ایجاد شورای نظارت بر قاچاق کالا که مسئول کنترل در صادرات کالا از ایران به همراه برنامه ریزی منظم و علمی

۷- ایجاد شبکه‌های توزیع مناسب (کنترل صادرات کالا به این کشور از نظر کمیت، کیفیت و زمان تحویل. به نظر در این خصوص گمرکات و اداره تحقیقات و استاندارد می‌تواند نقش به‌سزایی ایفا نماید).

۸- رسمیت بخشیدن به تجارت کالا از طریق ایجاد بازارچه‌های مرزی فعال که در آن روستاییان منطقه در اولویت ارائه کالاها و خدمات قرار گیرند؛

۹- برنامه ریزی مناسب و قابل اجرا برای گسترش گردشگری در این مناطق با توجه به توان‌های گردشگری آن‌ها در زمینه اکوتوریسم و توریسم تجاری که موجب ایجاد اشتغال برای ساکنین روستایی و در نهایت افزایش درآمد آنان می‌شود.

۹- منابع

۹-۱- منابع فارسی

- ابراهیم‌زاده، سین، عباسیان، مجتبی و ایرندگان، یونس. (۱۳۹۱). نگاهی به قاچاق کالا و تأثیر آن بر امنیت اجتماعی و اقتصادی در استان سیستان و بلوچستان. مجموعه مقالات همایش ملی شهرهای مرزی و امنیت چالش‌ها و راهبردها، دانشگاه سیستان و بلوچستان.

- اصلانی، امیر و محمدیان، محمودی. (۱۳۹۶). قاچاق کالا در ایران و ارائه مدلی مفهومی بر اساس علل و پیامدهای آن، دومین کنفرانس بین‌المللی پژوهش در مدیریت و مهندسی صنایع، تهران، ایران.

- بمبئی، زهرا، علی‌آبادی آزاد، امیر محمود و حسینی، حمید. (۱۳۹۵). بررسی تأثیر بکارگیری اصول نوین بازاریابی بر افزایش میزان صادرات ایران (مطالعه موردی اتاق بازرگانی ایران)، دومین کنفرانس بین‌المللی ایده‌های نوین در اقتصاد، مدیریت و

حسابداری، سنگاپور.

- پورعیسی، حمید. (۱۳۹۴). آسیب شناسی مبارزه با قاچاق کالا و ارز در سطح عرضه، نخستین کنگره بین المللی حقوق ایران، تهران، مرکز همایش‌های توسعه ایران.
- تمدن، مرتضی. (۱۳۹۰). مجموعه سخنرانی‌های همایش تخصصی راهبردهای نوین، در مبارزه با قاچاق کالا، ستاد مرکزی مبارزه با قاچاق کالا و ارز.
- حاجی‌پور، عبدالحمید، هاشم‌نیا، شهرام و خداکریمی شریف آباد، مریم. (۱۳۹۴). استراتژی‌های بازاریابی بین الملل و راهکارهایی جهت توسعه صادرات، دومین کنفرانس بین المللی ابزار و تکنیکهای مدیریت، تهران، موسسه اطلاع رسانی نارکیش.
- حسن پور، یوسف و صادقی، سیف‌الله. (۱۳۸۴). چارچوبی پیشنهادی جهت تقویت مبادلات تجاری ایران با کشورهای عضو سازمان کنفرانس اسلامی؛ پژوهشنامه بازرگانی، شماره ۳۵؛ ۴۹-۶۴.
- حسینیان، شهامت، مجیدی، عبدالله و رضایی، رجبعلی مختار. (۱۳۸۸). عوامل سازمانی موثر بر عملکرد کارکنان مبارزه با قاچاق کالای فرماندهی انتظامی استان هرمزگان، فصلنامه علمی پژوهش‌های مدیریت انتظامی، دوره ۴، شماره ۱، ص ۵۲-۷۲.
- خضرزاده، ا. عد. سلیمانی، منصور و رضویان، محمد تقی. (۱۳۸۹). بررسی قاچاق کالا از مرزهای دریایی جنوب ایران. نشریه تحقیقات کاربردی علوم جغرافیایی، جلد ۱۵، شماره ۱۸.
- شرفی، حجت‌اله، شکور، علی و درازهی، یاسمین. (۱۳۹۹). تحلیلی بر قاچاق کالا و عوامل مؤثر بر آن در روستاهای شهرستان مرزی سراوان، فصلنامه علمی برنامه ریزی منطقه ای، سال ۱۰، شماره پیاپی ۳۷، بهار ۱۳۹۹.
- فصیحی، حبیب‌الله. (۱۳۹۱). نقش مبارزه با قاچاق کالا و ارز در راستای تحقق اقتصاد مقاومتی، دوماهنامه اقتصاد پنهان، شماره ۱۳، پاییز و زمستان ۱۳۹۱.
- قاسمی، محمد و علیرضا یآوری. (۱۳۹۱). پدیده قاچاق کالا و تأثیر آن بر امنیت شهرهای مرزی، همایش ملی شهرهای مرزی و امنیت، چالش‌ها و رهیافتها، زاهدان، دانشگاه سیستان و بلوچستان.

- کریم زاده، مجید. (۱۳۹۷). بررسی عوامل مؤثر بر قاچاق کالا و تأثیر آن بر اقتصاد شهرستان مرزی سراوان، فصلنامه انتظام اجتماعی، سال هشتم، شماره دوم.
- محسنی تیریزی، علیرضا، نایب پور، محمد و فریدمهر، رحیم. (۱۳۸۷). عوامل موثر بر قاچاق اسلحه و مشروبات الکلی از مرز پیرانشهر، فصلنامه علمی پژوهش های مدیریت انتظامی، دوره ۳، شماره ۲، ص ۱۸۱-۱۹۱
- مسعودی، عباس و میرزایی، محمد. (۱۳۹۲). در پژوهشی به بررسی عوامل موثر بر قاچاق کالا در استان های مرزی (مورد مطالعه: استان کردستان)، پژوهش های مطالعات مرزی، سال دوم، شماره اول.
- یوسف وند، محمد. (۱۳۹۶). پیشگیری اجتماعی از قاچاق کالا و ارز با رویکرد قانون مبارزه با قاچاق کالا و ارز، دومین کنفرانس ملی حقوق، الهیات و علوم سیاسی، شیراز، مرکز توسعه آموزشهای نوین ایران.

۲-۹- منابع لاتین:

- Esmailpour, M. Ranjbar. M(2016)Identifying and ranking the factors affecting commodity smuggling in coastal areas of bushehr province, Serials Publications, 13(1), 2016: 195209-.
- Farzanegan, Mohammad Reza, (2015) Illegal trade in the Iranian economy: Evidence from a structural model. European Journal of Political Economy, 25, 489-507.
- Gillespie, Kate, (2016) Smuggling and the global firm. Journal of International Management, 9, 317-333
- Tamura, Y, (2014) Migrant smuggling. Journal of Public Economics, 94, 540-548.