



Type of Article: Research

Identifying factors affecting the smuggling of sporting goods in the country

Negar Salehi Mobarakeh¹, Soheila Zarinjoy Alvar^{2*}

Received: 2024/11/11

PP: 49-80

Accepted: 2024/01/07

Abstract

The main objective of the present study was to identify the factors affecting the smuggling of sports goods in the country. This study is a qualitative research that was conducted using the Delphi-Fuzzy approach. The statistical sample of the study consisted of 20 industry experts, including officials and high-level people in the administrative structure who are somehow related to smuggling of goods, and academic experts, including professors of sports management and economics, who were selected purposefully. The initial components of the study were identified by studying theoretical foundations and previous research and were provided to the panel of experts in the form of a questionnaire with a five-point Likert scale in three rounds. The analysis of the research data was examined using the Delphi-Fuzzy method and the final factors identified were divided into five categories: economic factors (7 components), cultural-social (6 components), political-managerial (10 components), marketing (10 components), and environmental-geographic factors (2 components). Based on the research findings, the most important factors affecting the smuggling of sporting goods were the high customs tariff, taxes and duties in the economic factors, the unemployment and deprivation of border areas in the cultural-social factors, the inappropriate administrative system of customs and taxes and problems in the goods clearance process in the managerial-political factors, the lack of up-to-date technology used in domestic production in the marketing factors, and the wide geographical borders in the environmental factors. In general, it can be said that smuggling of goods is a multidimensional phenomenon that is affected by various factors, so all factors must be considered to combat it.

Key Words: Smuggling, Sports goods, Delphi Fuzzy

Reference: Salehi Mobarakeh, N. & Zarinjoy alvar, S. (2025). Identifying factors affecting the smuggling of sporting goods in the country. *Strategic management attitude*, 2(4), 49-80.

¹ Assistant Professor of Sport Management , Department of Physical Education & Sport Science, Abadan Branch, Islamic Azad University, Abadan, Iran. negarsalehi.5927@yahoo.com

² Assistant Professor Department of Business Management, Abadan Branch, Islamic Azad University, Abadan, Iran. (Corresponding Author). dr.zarinjoy.s@gmail.com



نوع مقاله: پژوهشی

شناسایی عوامل مؤثر بر قاچاق کالای ورزشی در کشور

نگار صالحی مبارکه^۱، سهیلا زرین جوی الوار^{۲*}

پذیرش: ۱۴۰۳/۰۹/۱۸

صص: ۴۹-۸۰

دریافت: ۱۴۰۳/۰۷/۲۱

چکیده

هدف اصلی پژوهش کنونی، شناسایی و رتبه‌بندی عوامل مؤثر بر قاچاق کالای ورزشی در کشور است. این پژوهش از نوع پژوهش‌های کیفی است که با رویکرد دلفی فازی انجام شد. نمونه آماری پژوهش را ۲۰ نفر از خبرگان صنعت شامل مسئولان و افراد بالادستی در ساختار اداری که به‌نوعی با قاچاق کالا در ارتباطند و خبرگان دانشگاهی شامل استادان مدیریت ورزشی و بازرگانی، تشکیل دادند که به شیوه هدفمند انتخاب شدند. مؤلفه‌های اولیه پژوهش با مطالعه مبانی نظری و تحقیقات پیشین، شناسایی و در قالب پرسش‌نامه با طیف پنج‌تایی لیکرت در سه مرحله در اختیار گروه خبرگان قرار گرفت. داده‌های پژوهش، جمع‌آوری و پس از تحلیل عوامل شناسایی‌شده در پنج دسته عوامل اقتصادی (۷ مؤلفه)، فرهنگی-اجتماعی (۶ مؤلفه)، سیاسی-مدیریتی (۱۰ مؤلفه)، بازاریابی (۱۰ مؤلفه) و عوامل محیطی-جغرافیایی (۲ مؤلفه) تقسیم‌بندی شدند. بر اساس یافته‌های پژوهش، در عوامل اقتصادی، مؤلفه بالا بودن تعرفه گمرکی، مالیاتی و عوارض؛ در عامل فرهنگی-اجتماعی، مؤلفه بیکاری و محرومیت مناطق مرزی؛ در عامل مدیریتی-سیاسی، مؤلفه نظام اداری نامناسب گمرکی و مالیاتی و مشکلات فرایند ترخیص کالا؛ در عامل بازاریابی، روزآمد نبودن فناوری به‌کاررفته در تولیدات داخلی و در عامل محیطی، مؤلفه گستردگی مرزهای جغرافیایی، مهم‌ترین مؤلفه‌های مؤثر بر قاچاق کالای ورزشی بودند. به‌طور کلی می‌توان گفت: قاچاق کالا، پدیده‌ای چندبُعدی است که عوامل مختلفی بر آن تأثیر می‌گذارد، بنابراین برای مبارزه با آن باید تمام عوامل را مورد توجه قرار داد.

کلیدواژه‌ها: قاچاق، کالای ورزشی، دلفی فازی.

استناددهی (APA): صالحی مبارکه، نگار و زرین جوی الوار، سهیلا (۱۴۰۳). شناسایی عوامل مؤثر بر قاچاق کالای ورزشی در کشور. فصلنامه نگرش مدیریت راهبردی، ۲(۴)، ۸۰-۴۹.

^۱ استادیار، گروه تربیت بدنی و علوم ورزشی-مدیریت ورزشی، واحد آبادان، دانشگاه آزاد اسلامی، آبادان، ایران. negarsalehi.5927@yahoo.com
^۲ استادیار، گروه مدیریت بازرگانی، واحد آبادان، دانشگاه آزاد اسلامی، آبادان، ایران. (نویسنده مسئول). dr.zarinjoy.s@gmail.com



مقدمه

قاچاق کالا، پدیده‌ای است که به اشکال مختلف در بیشتر کشورها وجود داشته و میزان همه‌گیری آن بسته به عواملی چون موقعیت جغرافیایی کشور، وضعیت اقتصادی، فرهنگی و اجتماعی و ... متفاوت است و به‌نظر می‌رسد ریشه آن در محدودیت‌های تجاری و قانونی است که کشورها برای خود وضع کرده‌اند (صادقی، ۱۳۹۷). این پدیده، معضلی است که می‌تواند تهدیدکننده نظم، امنیت و اقتصاد کشور باشد و افزون بر ایجاد مشکلات اقتصادی از قبیل بیکاری، از بین بردن استاندارد کالایی، تضعیف تولید داخلی، اشتغال ناسالم و فساد، اهداف برنامه‌ریزی شده اقتصادی را نیز با مشکل مواجه کرده و موجب کاهش درآمد‌های دولت و به‌هم خوردن تعادل بین بخش‌های تولیدی، بازرگانی و عرضه کالا می‌شود (قلی‌زاده و همکاران، ۱۳۹۰؛ احمدی و همکاران، ۱۴۰۰) به‌طوری‌که به‌جرئت می‌توان از آن به‌عنوان بزرگ‌ترین معضل شکوفایی اقتصاد تولیدمحور نام برد (دهقانیان، ۱۳۹۷). بر اساس تعریف سازمان جهانی گمرک، «قاچاق، تخلف گمرکی است شامل جابه‌جایی کالا در طول مرز گمرکی به روش مخفیانه و به‌منظور فرار از نظارت گمرکی». در شرایط فعلی، تعریف قاچاق صرفاً ناظر بر مبادی ورودی و خروجی و مرزهای جغرافیایی نمی‌شود؛ بلکه نگهداری و توزیع و حمل کالای فاقد مجوز قانونی در داخل کشور نیز قاچاق به‌شمار می‌رود (کهنه‌پوشی و شایان، ۱۳۹۲). دلایل مختلفی برای بروز پدیده قاچاق کالا وجود دارد که بخشی از آن به رونق تجارت جهانی و مواجهه مصرف‌کنندگان با کالاهای خارجی مربوط است. این مواجهه موجب گرایش مصرف‌کننده به استفاده از کالاهای خارجی شده که می‌تواند با قیمت و کیفیت ادراک شده و سایر ارزش‌های مصرف‌کننده مرتبط باشد (حقیقی و حسین‌زاده، ۱۳۸۸ و آنت و همکاران، ۱۳۹۴). در صنعت ورزش نیز مواجهه مصرف‌کننده با محصولات ورزشی ویژند (برند)‌های روز دنیا که جدیدترین فناوری در طراحی و ساخت آن به‌کار رفته، تقاضا برای دسترسی به این محصولات را افزایش داده است. نتایج سازمان آمار جهانی در ارزیابی ده ویژند (برند) برتر پوشاک ورزشی جهان، نشان می‌دهد که ویژندهای ورزشی نایک با ۲۸/۰۳ میلیارد دلار، ویژند اچ‌اند.ام با ۱۸/۹۵ میلیارد دلار، زارا با ۱۷/۴۵ میلیارد دلار و آدیداس با ۱۴/۲۹ میلیارد دلار باارزش‌ترین ویژندهای پوشاک ورزشی جهان در سال ۲۰۱۸ بوده و فروش ویژند نایک در صنعت کفش ورزشی بیش از



۱۹/۸ میلیارد دلار در سال ۲۰۱۷ بود. این آمار نشان‌دهنده تقاضای بالا برای محصولات ورزشی و ویژگی‌های معتبر و فرصت‌های تجاری مناسب برای تولیدکنندگان محصولات ورزشی است (قبادی و همکاران، ۱۳۹۹). تقاضایی که در بازار داخلی کشور نیز وجود دارد، اما محدودیت‌های قانونی ورود پوشاک و کفش که از سال ۱۳۹۶ ابلاغ شد، ورود این محصولات به کشور را ممنوع می‌کند. با وجود این ممنوعیت، گشت‌وگذار در بازار محصولات ورزشی داخل کشور، نشان می‌دهد انواع محصولات ورزشی از ویژگی‌های مختلف در بازار وجود دارد، بدون آنکه مبادی رسمی و قانونی برای ورود آن به کشور وجود داشته باشد. اظهار نظر رئیس اتحادیه فروشندگان لوازم ورزشی تهران نیز این موضوع را تأیید می‌کند که بیشتر کالاهای ورزشی خارجی در بازار به صورت قاچاق وارد کشور شده است. فروشندگان لوازم ورزشی، ناکافی بودن تولیدات داخلی، کیفیت پایین، قیمت بالا و همچنین نبود تخصص و فناوری نوین برای تولید برخی از کالاهای ورزشی را دلیل گسترش قاچاق این کالاها می‌دانند (اکرمی، ۱۴۰۰).

همان‌طور که اشاره شد، ورود کالای قاچاق به داخل کشور، افزون‌بر تبعات اقتصادی فراوان، تولید داخلی را تضعیف و با از بین بردن فرصت‌های شغلی، بحران بیکاری را تشدید می‌کند؛ بنابراین ضروری است تا ابعاد مسئله به‌خوبی بررسی و عواملی که در بروز این پدیده نقش دارد، شناسایی شود تا بتوان دید بهتر و جامع‌تری به سیاست‌گذاران و مجریان مبارزه با قاچاق کالا داده و با تدوین راهبردهای مناسب، اقتصاد تولیدمحور را تقویت کرد. قاچاق کالای ورزشی که طیف وسیعی از کالا شامل انواع پوشاک و کفش ورزشی، عینک، توپ، مکمل‌های ورزشی و ... را دربرمی‌گیرد، می‌تواند تولید داخلی را در صنعت ورزش به‌شدت تضعیف کند. با وجود اهمیت این موضوع، بررسی سوابق پژوهش نشان داد که بررسی جامعی درباره علل بروز قاچاق کالای ورزشی در کشور انجام نشده و آمار و ارقام دقیقی نیز از حجم کالای ورزشی قاچاق اعلام نشده است. از آنجاکه بر اساس تحقیقات پیشین، قاچاق کالا، پدیده‌ای چندبُعدی است و مقابله با آن نیازمند آگاهی از تمام ابعاد و جنبه‌های آن است. پژوهش کنونی در نظر دارد به پرسش‌های زیر پاسخ دهد:

عوامل مؤثر بر قاچاق کالای ورزشی در کشور کدام است؟

رتبه‌بندی عوامل مؤثر بر قاچاق کالای ورزشی چگونه است؟



پیشینه و مبانی نظری

برخی از مطالعات انجام شده در زمینه قاچاق کالا در جدول ۱ ارائه شده است.

جدول ۱. خلاصه پژوهش‌های پیشین در زمینه قاچاق کالا

نام نویسنده	عنوان پژوهش	نتایج
احمدی و همکاران (۱۴۰۱)	شناسایی و اولویت‌بندی عوامل مؤثر بر قاچاق کالا در جمهوری اسلامی ایران با استفاده از روش دلفی فازی	عوامل حقوقی - قضایی، اقتصادی و انتظامی به ترتیب بر قاچاق کالا مؤثر است، اما عوامل اجتماعی - فرهنگی در این زمینه مؤثر نبود.
خداکرمی فرد (۱۴۰۱)	بررسی عوامل مؤثر بر قاچاق کالای سلامت‌محور و راه کارهای مبارزه با آن	عوامل ساختاری (قوانین و مقررات مالیاتی و گمرکی، انحصارات دولتی، محدودیت‌های صادرات و واردات)، فردی و رفتاری (روحیه خطرپذیری، قانون‌گریزی، تمایل به کسب درآمد بالا، رفاه فردی و اجتماعی) و عوامل زمینه‌ای (فقر و ناآگاهی، کنترل ناکافی مرزها، کمبود امکانات تولیدات داخلی و ...) در قاچاق کالای سلامت‌محور مؤثر است.
کوشا و جعفری (۱۴۰۱)	هوشمندسازی پیشگیری از قاچاق کالا، جلوه‌ها و چالش‌ها	رویکرد مناسبی به منظور ارتقای سطح شفافیت اطلاعات و مدیریت زنجیره تأمین اتخاذ شده است که نقش مؤثری در کاهش قاچاق کالا داشته، اما در عمل شاهد اجرای مناسب راهبردها و هماهنگی لازم بین اجزای مختلف نظام عدالت کیفری موجود نیستیم.
شـرفی و همکاران (۱۳۹۹)	تحلیلی بر قاچاق کالا و عوامل مؤثر بر آن در روستاهای مرزی سراوان	عوامل اقتصادی، امنیتی، اجتماعی و زیست محیطی به ترتیب مهمترین عوامل مؤثر در قاچاق کالا بودند.
قـادری و همکاران (۱۳۹۹)	کالا در ایران: آسیب‌شناسی سیاست‌گذاری و سازوکارهای حکمرانی	عدم توجه کافی به امر ریشه‌یابی قاچاق کالا توسط مقام تقنینی برای رفع یکباره قاچاق، بالا بودن تعرفه واردات کالا، عدم شفافیت در قوانین از مهمترین دلایل عدم موفقیت در مقابله با قاچاق بوده است.
بیاتی (۱۳۹۹)	راهبرد بازاریابی اجتماعی	می‌توان با تدوین اجرا و ارزیابی آمیخته بازاریابی

- در پیشگیری از قاچاق کالا
اجتماعی با خلق ارزش تمایلات رفتاری جامعه را
تغییر داده و از قاچاق پیشگیری کرد.
- عوامل اجتماعی- فرهنگی (مصرف‌گرایی و
تجمل‌گرایی)، اقتصادی (کیفیت پایین و قیمت
بالای تولید داخلی، ناتوانی رقابت ارزی و هزینه
بالای گمرک)، فیزیکی (عوامل جغرافیایی، گسترش
مرزها و کمبود نیروی انسانی) و عوامل سیاسی
(تضعیف تولید داخلی توسط دولت‌های رقیب، ایجاد
هرج و مرج اقتصادی در نتیجه قاچاق) در قاچاق کالا
مؤثر بود.
- تحلیل علل و عوامل جرم
قاچاق کالا و اصول حاکم
بر پیشگیری از آن
- صادقی
(۱۳۹۷)
- واردات قاچاق در ایران:
برآورد شاخص، بررسی
علل و آثار
- خندان
(۱۳۹۷)
- پیشگیری وضعی از جرم
قاچاق کالا و ارز با تأکید
بر نظارت و بازرسی بر
مجاری ورودی و خروجی
کشور
- طاهری
(۱۳۹۶)
- استفاده از اسناد الکترونیک، شناسه رهگیری و
بارنامه‌های گمرکی، شناسایی و اعتبارسنجی تجار و
نظارت فناورانه بر مبادی ورودی و خروجی کالا،
از جمله راه‌کارهای وضعی برای مبارزه با قاچاق
است.
- عوامل اقتصادی، سیاسی- امنیتی و اجتماعی -
فرهنگی در قاچاق اثرگذارند و تعرفه بالای گمرکی،
بیکاری و توسعه‌نیافتگی مناطق مرزی، خطرپذیری
پایین قاچاق، مناطق آزاد و بازارچه‌های مرزی و
یارانه به‌ترتیب بیشترین اثر را داشتند.
- راه‌کارهای مقابله با تبعات
امنیتی قاچاق کالا در
راستای تحقق اقتصاد
مقاومتی
- دشتبانی و
همکاران
(۱۳۹۵)
- ارزیابی مهمترین عوامل
مؤثر بر قاچاق کالا و
سوخت در مناطق مرزی
(نمونه موردی: دهستان
مرگور)
- امان‌پور و
فرهمند
(۱۳۹۳)

قاچاق

کلمه قاچاق از واژه ترکی قاچماق به معنای فرار و زیرکی گرفته شده و به مرور در زبان فارسی به مفهوم فرار از قوانین و مقررات متداول شده است (شکیبایی و رئیسی‌پور، ۱۳۸۶). اصطلاح قاچاق از نظر کنوانسیون بین‌المللی چنین است: «قاچاق به معنای



کلاهبرداری گمرکی شامل عبور مخفی کالا از هر مرز گمرکی است که فرد از پرداخت تمام یا بخشی از مالیات و عوارض مربوط به صادرات یا واردات یا اجرای آن طفره می‌رود. ممنوعیت‌ها و محدودیت‌های موضوع قانون گمرک را نادیده گرفته یا منافی را برخلاف قانون گمرک به‌دست آورد» (کشیتی، ۱۴۰۰). قاچاق از نظر ماهوی به دو شکل انجام می‌شود: از یک سو ممکن است عوامل تجاری غیرقانونی، کالایی را به صورت غیررسمی و مخفیانه بدون پرداخت حقوق گمرکی و رعایت ضوابط تجاری وارد کشور کرده یا از آن خارج نماید و از سوی دیگر عوامل تجاری قانونی، فعالیت تجاری قانونی خود را به‌عنوان پوششی برای انجام اعمال متقلبانه در تجارت، مانند دستکاری در اسناد تجاری قرار دهند که به آن شبه‌قاچاق گفته می‌شود (پژویان و مداح، ۱۳۸۵).

قاچاق کالا و علل آن

کلمه کالا در ماده ۲۹ قانون گمرکی سال ۱۳۵۰ و آیین‌نامه اجرایی آن اینچنین تعریف شده است: کالا به هر شی خارجی از وجود انسان که نیازهای انسان را برآورده کرده و توانایی مصرف یا مبادله را دارد، گفته می‌شود (کشیتی، ۱۴۰۰). قاچاق کالا را می‌توان به دو بخش تقسیم کرد: ۱. قاچاق در تولید کالا: در زمینه فعالیت‌هایی انجام می‌شود که به اخذ مجوزهای خاص نیاز دارد یا نیاز است عوارض یا مالیات خاصی پرداخت شود یا کالاهایی که ممنوعیت تولید دارند. ۲. قاچاق در تجارت کالا: در بخش تجارت داخلی درباره کالاهایی است که به مجوزهای خاص نیاز دارند یا نیاز است مالیات و عوارض خاصی پرداخت شود یا کالاهایی که ممنوع هستند. در بخش تجارت خارجی شامل واردات و صادرات کالا و خدمات است (ابراهیم‌زاده آسمین و عباسیان، ۱۳۸۹).

برخی از عوامل مؤثر در بروز قاچاق و فعالیت‌های غیرقانونی مرتبط با آن عبارت‌اند از:

- عوامل ساختاری: شامل همه عوامل غیرانسانی مانند: قوانین و مقررات، سیستم و روش‌ها، فناوری، سیاست‌ها، عدم هماهنگی بین دستگاه‌های دولتی، قوانین تجاری و ... است.
- عوامل رفتاری: به نیروی انسانی مربوط است که به قاچاق کالا مبادرت می‌کنند یا با این موضوع درگیرند و به دو بخش تقسیم می‌شود: ۱. قاچاقچیان که دارای روحیه قانون‌شکنی و قانون‌گریزی هستند و به کسب درآمد در زمان

کم تمایل دارند و از اثرات منفی قاچاق در اقتصاد ناآگاهانه و گروه دوم: کارکنان سازمان‌های مربوط هستند که نبود انگیزه کافی، عدم مسئولیت‌پذیری، عدم شایستگی مدیران و عدم ارتقای شغلی مناسب و ... زمینه‌ساز کم‌کاری این عوامل در مبارزه با قاچاق است.

- عوامل اقتصادی: این دسته عوامل، در شکل‌گیری پدیده قاچاق، اهمیت زیادی دارد. تورم، حجم دولت، شاخص اقتصاد آزاد، درآمد سرانه، بیکاری، بار مالیاتی و نرخ ارز رسمی، برخی از عوامل اقتصادی است که در بروز قاچاق مکتشدند (حیدرزاده، ۱۳۹۸).

روش تحقیق

تحقیق کنونی از نوع کیفی و از نظر هدف، کاربردی است که با رویکرد دلفی فازی انجام شد. برای شناسایی عوامل مؤثر بر قاچاق کالای ورزشی با مطالعه ادبیات و پیشینه پژوهش، مهمترین عوامل شناسایی و در قالب پرسش‌نامه دلفی فازی و در سه مرحله در اختیار اعضای گروه خبرگان قرار گرفت تا اجماع نظری بین اعضا درباره عوامل ایجاد شود. جامعه آماری پژوهش را خبرگان صنعت شامل مسئولان و افراد بالادستی در ساختار اداری و حاکمیتی که به‌نوعی با قاچاق کالا در ارتباط‌اند و خبرگان دانشگاهی شامل استادان مدیریت ورزشی و بازرگانی تشکیل داد. حجم نمونه بر اساس ادبیات دلفی که بین ۱۰ تا ۲۰ نفر پیشنهاد شده (حبیبی و همکاران، ۲۰۱۴)، ۲۰ نفر بود که به شیوه هدفمند انتخاب شدند. تعداد ۱۹ نفر از خبرگان در فرایند پژوهش شرکت کردند.

تکنیک دلفی فازی

دلفی فازی، روشی نظام‌مند برای جمع‌آوری و هماهنگی قضاوت‌های گروهی از متخصصان درباره موضوعی خاص است که مبتنی بر اصول محاسبات منطق فازی و نظام استنتاج فازی است. از آنجاکه در دلفی سنتی با همگرایی پایین نظرات خبرگان، هزینه بالای اجرا و احتمال حذف نظرات برخی از افراد مواجه هستیم، برای بهبود این معایب، مفهوم یکپارچه‌سازی روش دلفی سنتی با نظریه فازی در سال ۱۹۸۵ توسط موری و همکاران ارائه شد. گام‌های دلفی فازی عبارت‌اند از: ۱. شناسایی خبرگان و تشکیل گروه خبرگی دلفی، ۲. شناسایی طیف مناسب برای فازی‌سازی عبارات کلامی (جدول ۴)، ۳.



تجمیع فازی مقادیر فازی شده، ۴. فازی زدایی مقادیر، ۵. انتخاب شدت آستانه و غربال معیارها و ۶. دستیابی به توافق (حبیبی و همکاران، ۲۰۱۵).

جدول ۲. عبارات کلامی مورد استفاده در پژوهش

متغیرهای کلامی	(u, m, l) عدد فازی مثلثی)
خیلی زیاد	(۱، ۱، ۰/۷۵)
زیاد	(۱، ۰/۷۵، ۰/۵)
متوسط	(۰/۷۵، ۰/۵، ۰/۲۵)
کم	(۰/۵، ۰/۲۵، ۰)
خیلی کم	(۰/۲۵، ۰، ۰)

برای اجرای پژوهش، مبانی نظری و پیشینه به طور دقیق بررسی شده و عوامل مؤثر بر قاچاق کالا استخراج و بر اساس آن پرسش نامه در قالب مقیاس پنج تایی لیکرت، طراحی شد. پس از تشکیل گروه خبرگان و مکاتبه با آنها برای اعلام تمایل به همکاری و تبیین اهداف پژوهش، پرسش نامه مرحله اول توزیع شد. در پرسش نامه، افزون بر اطلاعات دموگرافیک و مؤلفه های استخراج شده از پیشینه تحقیق، بخشی برای اظهار نظر خبره درباره دسته بندی عوامل و مؤلفه ها و اضافه کردن مؤلفه های مهمی که در پرسش نامه به آن اشاره نشده بود، قرار داشت. پس از جمع آوری داده ها، مقیاس لیکرت به اعداد فازی تبدیل و فرایند فازی زدایی انجام شد و مؤلفه هایی که امتیاز لازم را کسب کردند، در فرایند پژوهش باقی مانده و به همراه مؤلفه های اضافه شده توسط خبرگان پرسش نامه مرحله دوم را تشکیل دادند. این فرایند تا مرحله سوم اجرا شد. میانگین نهایی به دست آمده، میزان شدت موافقت خبرگان را درباره عوامل نشان داد. عملیات تحلیل داده ها توسط نرم افزار اکسل انجام شد.

یافته های تحقیق

جدول ۳. اطلاعات نمونه آماری پژوهش

شغل	تحصیلات			جنسیت		فرآوری			
	کارشناس	هیئت علمی		مرد	زن				
اتحادیه لوازم ورزشی	مبارزه با قاچاق	مدیریت ورزشی	مدیریت بازرگانی	دکتری	کارشناسی ارشد	کارشناسی	مرد	زن	درصد
۲	۳	۸	۶	۱۴	۳	۲	۱۳	۶	فرآوری
۱۰/۵	۱۵/۸	۴۲/۱	۳۱/۶	۷۳/۷	۱۵/۸	۱۰/۵	۶۸/۴	۳۱/۶	درصد



نتایج تحلیل دلفی فازی

مرحله اول: تبدیل مقیاس لیکرت به اعداد فازی

جدول ۴. تبدیل طیف لیکرت به اعداد فازی

خبره دوم			خبره اول			مؤلفه‌ها	عوامل اصلی	
L	M	U	L	M	U			
۰.۵۰	۰.۷۵	۱	۰.۵۰	۰.۷۵	۱	مصرف‌گرایی	فرهنگی - اجتماعی	
۰.۵۰	۰.۷۵	۱	۰.۷۵	۱	۱	تجمل‌گرایی		
۰.۷۵	۱	۱	۰.۷۵	۱	۱	محرومیت و عدم توسعه مناطق مرزی		
۰.۷۵	۱	۱	۰.۷۵	۱	۱	فقر و بیکاری		
۰.۲۵	۰.۵۰	۰.۷۵	۰.۵۰	۰.۷۵	۱	فرهنگ تقابل ملت با دولت و قانون‌گریزی		
۰.۷۵	۱	۱	۰.۷۵	۱	۱	ذهنیت منفی نسبت به تولیدات داخلی		
۰.۵۰	۰.۷۵	۱	۰.۷۵	۱	۱	عدم آگاهی مردم از تبعات منفی قاچاق		
۰.۷۵	۱	۱	۰.۷۵	۱	۱	گسترده‌گی مرزهای جغرافیایی	جغرافیایی - محیطی	
۰.۵۰	۰.۷۵	۱	۰.۵۰	۰.۷۵	۱	عدم وجود موانع در مرزها		
۰.۵۰	۰.۷۵	۱	۰.۷۵	۱	۱	کمبود امکانات و نیروی انسانی در مرز	سیاسی - مدیریتی	
۰.۵۰	۰.۷۵	۱	۰.۷۵	۱	۱	تعدد همسایگان و ضعف آنها در کنترل قاچاق		
۰.۷۵	۱	۱	۰.۷۵	۱	۱	ضعف قوانین تجاری دولتی، گمرکی و مالیاتی		
۰.۵۰	۰.۷۵	۱	۰.۵۰	۰.۷۵	۱	اقتصاد دولتی		
۰.۵۰	۰.۷۵	۱	۰.۷۵	۱	۱	ضعف نظام مجازات به‌موقع		
۰.۷۵	۱	۱	۰.۷۵	۱	۱	نظام اداری نامناسب گمرکی و مالیاتی		
۰.۵۰	۰.۷۵	۱	۰.۵۰	۰.۷۵	۱	سیاست‌های نامناسب مقابله با تحریم اقتصادی		
۰.۵۰	۰.۷۵	۱	۰.۷۵	۱	۱	تشتت مراجع ذی‌ربط و ناهماهنگی بین آنها		
۰.۵۰	۰.۷۵	۱	۰.۷۵	۱	۱	انحصار امتیاز واردات و صادرات		
۰.۵۰	۰.۷۵	۱	۰.۷۵	۱	۱	ضعف سیستم نظارتی		
۰.۷۵	۱	۱	۰.۷۵	۱	۱	فساد اداری و ارتشا		
۰.۷۵	۱	۱	۰.۵۰	۰.۷۵	۱	سودآوری قاچاق در مقابل ریسک پایین آن		اقتصادی
۰.۷۵	۱	۱	۰.۷۵	۱	۱	بالا بودن تعرفه گمرکی، مالیاتی و عوارض و ...		
۰.۵۰	۰.۷۵	۱	۰.۵۰	۰.۷۵	۱	وجود نرخ ارزی متفاوت		



خبره دوم			خبره اول			مؤلفه‌ها	عوامل اصلی
L	M	U	L	M	U		
۰.۵۰	۰.۷۵	۱	۰.۷۵	۱	۱	پایین بودن سطح امنیت اقتصادی	
۰.۵۰	۰.۷۵	۱	۰.۷۵	۱	۱	ضعف در پرداخت یارانه‌های تولید	
۰.۲۵	۰.۵۰	۰.۷۵	۰.۷۵	۱	۱	عدم حمایت از تولیدکننده داخلی	
۰.۵۰	۰.۷۵	۱	۰.۷۵	۱	۱	نوسان ارز و اختلاف قیمت کالا در دو سوی مرز	
۰.۷۵	۱	۱	۰.۷۵	۱	۱	کیفیت پایین محصولات داخلی	بازاریابی
۰.۷۵	۱	۱	۰.۷۵	۱	۱	قیمت بالای کالای داخل در مقایسه با مشابه قاچاق	
۰.۵۰	۰.۷۵	۱	۰.۷۵	۱	۱	عدم تنوع در محصولات ورزشی داخلی	
۰.۲۵	۰.۵۰	۰.۷۵	۰.۷۵	۱	۱	بی‌توجهی تولیدکننده به نظام توزیع	
۰.۵۰	۰.۷۵	۱	۰.۷۵	۱	۱	عدم دسترسی تولیدکننده به مواد اولیه با کیفیت	
۰.۵۰	۰.۷۵	۱	۰.۷۵	۱	۱	عدم توجه تولیدکننده به شیوه‌های نوین ترویج	
۰.۵۰	۰.۷۵	۱	۰.۷۵	۱	۱	ناآشنایی تولیدکننده با راهبردهای بازاریابی نوین	
۰.۷۵	۱	۱	۰.۷۵	۱	۱	روزآمد نبودن فناوری در تولیدات ورزشی داخلی	
۰.۷۵	۱	۱	۰.۷۵	۱	۱	حجم پایین تولید و ناتوانی در تولید برخی از اقلام	
۰.۵۰	۰.۷۵	۱	۰.۷۵	۱	۱	ضعف تولیدکننده داخلی برای تحلیل بازار و پیاده‌سازی فرایند مدیریت ارتباط با مشتری	

در این مرحله، از منطق فازی برای تبدیل پاسخ خبرگان به اعداد فازی استفاده شد تا متغیرهای غیردقیق به شکل ریاضی درآمده و امکان تفسیر بهتر نتایج فراهم شود. عبارات زبانی به کاررفته در این پژوهش در جدول ۵ ارائه است. هر پاسخ دریافت‌شده از دلفی به ۳ عدد تبدیل می‌شود. برای نمونه اگر پاسخ سؤالی کم باشد، کمترین مقدار (L) صفر، منطقی‌ترین مقدار (M) ۰.۲۵، و بیشترین مقدار (U) ۰.۵ خواهد بود (فقیهی و همکاران، ۱۴۰۲). با توجه به طولانی بودن جداول، نتایج مربوط به تبدیل مقیاس لیکرت به اعداد فازی برای دو خبره در جدول ۴ ارائه شده است.



مرحله دوم: فازی‌زدایی اعداد

برای رتبه‌بندی مؤلفه‌ها، فرایند فازی‌زدایی انجام شد. ابتدا حد پایین نظرات، جمع و میانگین آن محاسبه شد. سپس منطقی‌ترین مقدار پاسخنامه‌های جمع‌آوری شده پس از جمع کردن بر تعداد خبرگان تقسیم شد. در مرحله سوم، میانگین بیشترین مقدار هر پاسخ‌دهنده محاسبه شد. در مرحله چهارم با استفاده از میانگین L ، M و U ، عملیات فازی‌زدایی انجام شد. میانگین فازی، کمترین مقدار با میانگین فازی منطقی‌ترین مقدار و میانگین فازی بیشترین مقدار، جمع و بر ۱ تقسیم شد.

جدول ۵. محاسبه میانگین دلفی فازی و فازی‌زدایی مؤلفه‌ها

عوامل اصلی	مؤلفه‌ها	Total Average			Average I, MU			دی‌فازی شده	نتیجه
		U	M	L	U	M	L		
فرهنگی - اجتماعی	مصرف‌گرایی	۰.۹۵	۰.۷۱	۰.۴۶	۱۸.۰۰	۱۳.۵۰	۸.۷۵	۰.۷۱	تأیید
	تجمل‌گرایی	۰.۹۱	۰.۶۷	۰.۴۲	۱۷.۲۵	۱۲.۷۵	۸.۰۰	۰.۶۷	رد
	محرومیت و عدم توسعه مناطق مرزی	۰.۹۹	۰.۸۹	۰.۶۴	۱۸.۷۵	۱۷.۰۰	۱۲.۲۵	۰.۸۴	تأیید
	فقر و بیکاری	۰.۹۷	۰.۸۸	۰.۶۳	۱۸.۵۰	۱۶.۷۵	۱۲.۰۰	۰.۸۳	تأیید
	فرهنگ قانون‌گریزی	۰.۷۸	۰.۵۳	۰.۲۹	۱۴.۲۵	۱۰.۰۰	۵.۵۰	۰.۵۳	رد
	ذهنیت منفی نسبت به تولیدات داخلی	۱.۰۰	۰.۸۲	۰.۵۷	۱۹.۰۰	۱۵.۵۰	۱۰.۷۵	۰.۷۹	تأیید
	عدم آگاهی مردم از تبعات منفی قاچاق	۰.۹۱	۰.۶۸	۰.۴۳	۱۷.۲۵	۱۳.۰۰	۸.۲۵	۰.۶۸	رد
	گسترده‌گی مرزهای جغرافیایی	۱.۰۰	۰.۸۷	۰.۶۲	۱۹.۰۰	۱۶.۵۰	۱۱.۷۵	۰.۸۳	تأیید
	عدم وجود موانع در مرزها	۰.۹۳	۰.۷۰	۰.۴۵	۱۷.۷۵	۱۳.۲۵	۸.۵۰	۰.۶۹	رد
محیطی - جغرافیایی	کمبود امکانات و نیروی انسانی در	۱.۰۰	۰.۸۳	۰.۵۸	۱۹.۰۰	۱۵.۷۵	۱۱.۰۰	۰.۸۰	تأیید



نتیجه	دی‌فازی شده	Total Average			Average 1, MU			مؤلفه‌ها	عوامل اصلی	
		U	M	L	U	M	L			
≥ 0.7	امتیاز نهایی							مرز		
تأیید	۰.۷۹	۰.۹۹	۰.۸۲	۰.۵۷	۱۸.۷۵	۱۵.۵۰	۱۰.۷۵	تعدد همسایگان و ضعف آنها در کنترل قاچاق	سیاسی - مدیریتی	
تأیید	۰.۸۲	۰.۹۹	۰.۸۷	۰.۶۲	۱۸.۷۵	۱۶.۵۰	۱۱.۷۵	ضعف قوانین تجاری دولتی، گمرکی و مالیاتی		
تأیید	۰.۷۶	۰.۹۷	۰.۷۸	۰.۵۳	۱۸.۵۰	۱۴.۷۵	۱۰.۰۰	اقتصاد دولتی		
تأیید	۰.۸۲	۰.۹۹	۰.۸۷	۰.۶۲	۱۸.۷۵	۱۶.۵۰	۱۱.۷۵	ضعف نظام مجازات مقابله با مجرمان		
تأیید	۰.۸۳	۰.۹۹	۰.۸۸	۰.۶۳	۱۸.۷۵	۱۶.۷۵	۱۲.۰۰	نظام اداری نامناسب گمرکی و ...		
تأیید	۰.۷۹	۰.۹۷	۰.۸۳	۰.۵۸	۱۸.۵۰	۱۵.۷۵	۱۱.۰۰	سیاست‌های نامناسب در مقابله با تحریم اقتصادی		
تأیید	۰.۷۱	۰.۹۵	۰.۷۱	۰.۴۶	۱۸.۰۰	۱۳.۵۰	۸.۷۵	تشتت مراجع ذی‌ربط و ناهماهنگی آنها		
تأیید	۰.۷۹	۰.۹۷	۰.۸۲	۰.۵۷	۱۸.۵۰	۱۵.۵۰	۱۰.۷۵	انحصار امتیاز واردات و صادرات		
تأیید	۰.۸۰	۰.۹۷	۰.۸۴	۰.۵۹	۱۸.۵۰	۱۶.۰۰	۱۱.۲۵	ضعف سیستم نظارتی		
تأیید	۰.۷۸	۰.۹۹	۰.۸۰	۰.۵۵	۱۸.۷۵	۱۶.۲۵	۱۰.۵۰	فساد اداری و ارتشا		
تأیید	۰.۸۰	۰.۹۹	۰.۸۳	۰.۵۸	۱۸.۷۵	۱۵.۷۵	۱۱.۰۰	سودآوری قاچاق در مقابل ریسک پایین		اقتصادی



نتیجه	دی‌فازی شده	Total Average			Average 1, MU			مؤلفه‌ها	عوامل اصلی
		U	M	L	U	M	L		
≥ 0.7	امتیاز نهایی								
تأیید	۰.۸۲	۰.۹۷	۰.۸۷	۰.۶۲	۱۸.۵۰	۱۶.۵۰	۱۱.۷۵	بالا بودن تعرفه گمرکی، مالیاتی و ...	
رد	۰.۶۶	۰.۸۹	۰.۶۷	۰.۴۲	۱۷.۰۰	۱۲.۷۵	۸.۰۰	وجود نرخ ارزی متفاوت	
تأیید	۰.۷۵	۰.۹۶	۰.۷۸	۰.۵۳	۱۸.۲۵	۱۴.۷۵	۱۰.۰۰	پایین بودن سطح امنیت اقتصادی	
تأیید	۰.۷۹	۰.۹۹	۰.۸۲	۰.۵۷	۱۸.۷۵	۱۵.۵۰	۱۰.۷۵	ضعف در پرداخت یارانه‌های تولید	
تأیید	۰.۷۸	۰.۹۷	۰.۸۰	۰.۵۵	۱۸.۵۰	۱۵.۲۵	۱۰.۵۰	عدم حمایت از تولیدکننده داخلی	
تأیید	۰.۷۶	۰.۹۵	۰.۷۹	۰.۵۴	۱۸.۰۰	۱۵.۰۰	۱۰.۲۵	نوسان ارز و اختلاف قیمت کالا در دو سوی مرز	
تأیید	۰.۸۰	۰.۹۹	۰.۸۳	۰.۵۸	۱۸.۷۵	۱۵.۷۵	۱۱.۰۰	کیفیت پایین محصولات داخلی	
تأیید	۰.۸۳	۰.۹۹	۰.۸۸	۰.۶۳	۱۸.۷۵	۱۶.۷۵	۱۲.۰۰	قیمت بالای کالای داخلی در مقایسه با مشابه قاچاق	
تأیید	۰.۷۶	۰.۹۶	۰.۷۹	۰.۵۴	۱۸.۲۵	۱۵.۰۰	۱۰.۲۵	عدم تنوع در محصولات داخلی	
تأیید	۰.۷۳	۰.۹۳	۰.۷۵	۰.۵۰	۱۷.۷۵	۱۴.۲۵	۹.۵۰	بی‌توجهی تولیدکننده به سیستم توزیع	

بازاریابی



نتیجه	دی‌فازی شده	Total Average			Average 1,MU			مؤلفه‌ها	عوامل اصلی
		U	M	L	U	M	L		
≥ 0.7	امتیاز نهایی								
تأیید	۰.۷۷	۰.۹۹	۰.۷۹	۰.۵۴	۱۸.۷۵	۱۵.۰۰	۱۰.۲۵	عدم دسترسی تولیدکننده به مواد اولیه با کیفیت	
تأیید	۰.۷۹	۰.۹۹	۰.۸۲	۰.۵۷	۱۸.۷۵	۱۵.۵۰	۱۰.۷۵	عدم توجه تولیدکننده به شیوه‌های نوین ترویج	
تأیید	۰.۸۱	۰.۹۹	۰.۸۴	۰.۵۹	۱۸.۷۵	۱۶.۰۰	۱۱.۲۵	ناآشنایی تولیدکننده با راهبردهای بازاریابی نوین	
تأیید	۰.۸۵	۰.۹۹	۰.۹۱	۰.۶۶	۱۸.۷۵	۱۷.۲۵	۱۲.۵۰	روزآمد نبودن فناوری تولیدات ورزشی داخلی و عدم تولید برخی از اقلام ورزشی	
تأیید	۰.۸۶	۰.۹۹	۰.۹۲	۰.۶۷	۱۸.۷۵	۱۷.۵۰	۱۲.۷۵	حجم پایین تولیدات داخلی و ناتوانی در تولید برخی اقلام	
تأیید	۰.۷۹	۰.۹۹	۰.۸۲	۰.۵۷	۱۸.۷۵	۱۵.۵۰	۱۰.۷۵	ضعف تولیدکننده داخلی برای تحلیل بازار و پیاده‌سازی فرایند مدیریت ارتباط با مشتری	



در این پژوهش حد آستانه پذیرش ۰/۷ بود (حبیبی و همکاران، ۲۰۱۵). چنانچه امتیاز نهایی حاصل از فازی‌زدایی متغیر، بالاتر از ۰/۷ باشد، آن متغیر به‌عنوان عامل مؤثر در قاچاق کالای ورزشی پذیرفته می‌شود. با توجه به نتایج جدول ۵، در مرحله اول دلفی فازی پنج مؤلفه (تجمل‌گرایی، فرهنگ قانون‌گریزی، ناآگاهی مردم از تبعات منفی قاچاق کالا، عدم وجود موانع در مرزها و وجود نرخ ارزی متفاوت) حذف و یک مؤلفه با عنوان «عدم تمایل سرمایه‌گذاران خارجی به سرمایه‌گذاری در حوزه ورزش کشور» به‌عنوان مؤلفه جدید در بخش اقتصادی مطرح شد.

مرحله سوم: تعیین قابلیت پذیرش یا رد مؤلفه‌های نهایی پژوهش پرسش‌نامه مرحله دوم با حذف مؤلفه‌هایی که امتیاز کمتر از ۰/۷ داشتند و اضافه کردن متغیر جدید پیشنهادی، طراحی و در اختیار گروه خبرگی قرار گرفت. پس از انجام مرحله دیفازی و حذف متغیرهایی که امتیاز کمتر از ۰/۷ داشتند، پرسش‌نامه مرحله سوم طراحی و در اختیار گروه خبرگی قرار گرفت. بر مبنای ادبیات مربوط به دلفی فازی، چنانچه اختلاف میانگین بین دو مرحله پی‌درپی دلفی فازی کمتر از ۰/۲ باشد، می‌توان مراحل دلفی را متوقف کرد (رنجبر جمال‌آبادی و همکاران، ۱۴۰۲).

جدول ۶. مقایسه اعداد قطعی و توافق یا عدم توافق مؤلفه‌ها

عوامل	مؤلفه‌ها	مرحله دوم			مرحله سوم			اختلاف مراحل	مختصم
		میانگین فازی			میانگین فازی				
		مقدار نهایی	مقدار نهایی	مقدار نهایی	L	M	U		
فرهنگی - اجتماعی	مصرف‌گرایی	۰/۹۷	۰/۷۸	۰/۵۳	۰/۹۷	۰/۸۰	۰/۵۵	۰/۰۲	توافق
	محرومیت و عدم توسعه مناطق مرزی	۱/۰۰	۰/۹۲	۰/۶۷	۱/۰۰	۰/۹۵	۰/۷۰	۰/۰۲	توافق



عوامل	مؤلفه‌ها	مرحله دوم			مرحله سوم			مختص	اجرای	
		میانگین فازی			میانگین فازی					
		مقدار	دیفازی	شیبه	L	M	U			مقدار
عوامل محیطی	فقر و بیکاری	۱.۰۰	۰.۹۱	۰.۶۶	۰.۸۶	۱.۰۰	۰.۹۹	۰.۷۴	۰.۹۱	۰.۰۵
	ذهنیت منفی نسبت به تولیدات داخلی	۱.۰۰	۰.۸۳	۰.۵۸	۰.۸۰	۱.۰۰	۱.۰۰	۰.۵۵	۰.۷۹	۰.۰۱
عوامل محیطی	گسترده‌گی مرزهای جغرافیایی	۱.۰۰	۰.۹۱	۰.۶۶	۰.۸۶	۱.۰۰	۰.۹۳	۰.۶۸	۰.۸۷	۰.۰۱
	کمبود امکانات در حفاظت از مرز	۱.۰۰	۰.۸۸	۰.۶۳	۰.۸۴	۱.۰۰	۱.۰۰	۰.۹۱	۰.۸۶	۰.۰۲
عوامل سیاسی - مدیریتی	تعدد همسایگان و ضعف در کنترل قاچاق	۰.۹۷	۰.۷۹	۰.۵۴	۰.۷۷	۰.۹۹	۰.۷۸	۰.۵۳	۰.۷۶	۰.۰۱
	نظام اداری نامناسب گمرکی و مالیاتی	۱.۰۰	۰.۸۸	۰.۶۳	۰.۸۴	۱.۰۰	۰.۹۲	۰.۶۷	۰.۸۶	۰.۰۲
	اقتصاد دولتی	۱.۰۰	۰.۸۷	۰.۶۲	۰.۸۳	۱.۰۰	۱.۰۰	۰.۸۸	۰.۸۴	۰.۰۱



نتیجه	اختلاف مراحل	مرحله سوم			مرحله دوم			مؤلفه‌ها	عوامل		
		دیفازی شده مقدار نهایی	میانگین فازی			دیفازی شده مقدار نهایی	میانگین فازی				
			L	M	U		L			M	U
تراقی	۰.۰۱	۰.۸۷	۰.۶۸	۰.۹۳	۱.۰۰	۰.۸۶	۰.۶۶	۰.۹۱	۱.۰۰	ضعف قوانین تجاری دولتی، گمرکی و مالیاتی	
تراقی	۰.۰۱	۰.۸۶	۰.۶۷	۰.۹۲	۱.۰۰	۰.۸۵	۰.۶۴	۰.۸۹	۱.۰۰	انحصار واردات و صادرات برای افراد خاص	
تراقی	۰.۰۲	۰.۸۵	۰.۶۴	۰.۸۹	۱.۰۰	۰.۸۲	۰.۶۱	۰.۸۶	۱.۰۰	تشتت مراجع ذی ربط و ناهماهنگی بین آنها	
تراقی	۰.۰۲	۰.۷۳	۰.۵۰	۰.۷۵	۰.۹۵	۰.۷۵	۰.۵۱	۰.۷۶	۰.۹۶	ضعف سیستم مجازات به موقع مجرمان	
تراقی	۰.۰۲	۰.۸۶	۰.۶۶	۰.۹۱	۱.۰۰	۰.۸۴	۰.۶۳	۰.۸۸	۱.۰۰	سیاست‌های نامناسب در مقابله با تحریم اقتصادی	
تراقی	۰.۰۲	۰.۸۲	۰.۶۱	۰.۸۶	۱.۰۰	۰.۸۵	۰.۶۴	۰.۸۹	۱.۰۰	ضعف سیستم نظارتی	
تراقی	۰.۰۲	۰.۸۳	۰.۶۲	۰.۸۸	۰.۹۹	۰.۸۶	۰.۶۶	۰.۹۱	۱.۰۰	فساد اداری و ارتشا	



عوامل	مؤلفه‌ها	مرحله دوم			مرحله سوم			اختلاف مراحل	تجزیه
		میانگین فازی			میانگین فازی				
		مقدار نهایی	مقدار شده	دیفازی شده	مقدار نهایی	مقدار شده	دیفازی شده		
بازاریابی	کیفیت پایین محصولات داخلی	۱.۰۰	۰.۹۵	۰.۷۰	۰.۸۸	۱.۰۰	۰.۹۷	۰.۷۲	تراقی
	قیمت بالای کالای داخلی در مقایسه با مشابه قاچاق	۱.۰۰	۰.۹۲	۰.۶۷	۰.۸۶	۱.۰۰	۰.۹۶	۰.۷۱	تراقی
	عدم تنوع در محصولات داخلی	۰.۹۹	۰.۸۸	۰.۶۳	۰.۸۳	۱.۰۰	۰.۸۶	۰.۶۱	تراقی
	حجم پایین تولید داخلی	۰.۹۷	۰.۷۸	۰.۵۳	۰.۷۶	۰.۹۹	۰.۸۳	۰.۵۸	تراقی
	عدم دسترسی تولیدکننده به مواد اولیه متنوع	۱.۰۰	۰.۸۹	۰.۶۴	۰.۸۵	۱.۰۰	۰.۸۸	۰.۶۲	تراقی
	عدم توجه تولیدکننده به شیوه‌های نوین ترویج	۱.۰۰	۰.۸۶	۰.۶۱	۰.۸۲	۱.۰۰	۰.۹۲	۰.۶۷	تراقی
	ناآشنایی تولیدکننده با راهبردهای بازاریابی نوین	۱.۰۰	۰.۸۶	۰.۶۱	۰.۸۲	۱.۰۰	۰.۹۳	۰.۶۸	تراقی



عوامل	مؤلفه‌ها	مرحله دوم			مرحله سوم			اختصاصی	اجرای مراحل	مختص
		میانگین فازی			میانگین فازی					
		مقدار	دیفازی	شبه	مقدار	دیفازی	شبه			
L	M	U	L	M	U					
روزآمد نبودن فناوری به کاررفته در تولیدات ورزشی داخلی و ناتوانی در تولید برخی از اقلام ورزشی	۱۰۰	۰.۹۳	۰.۶۸	۰.۸۷	۱.۰۰	۱.۰۰	۰.۷۵	۰.۹۲	۰.۰۵	
بی توجهی تولیدکننده به تنوع در سیستم توزیع	۱۰۰	۰.۸۷	۰.۶۲	۰.۸۳	۱.۰۰	۱.۰۰	۰.۸۹	۰.۸۵	۰.۰۲	
ضعف تولیدکننده داخلی برای تحلیل بازار و پیاده‌سازی فرایند مدیریت ارتباط با مشتری	۰.۹۹	۰.۸۰	۰.۵۵	۰.۷۸	۰.۹۹	۱.۰۰	۰.۸۶	۰.۸۲	۰.۰۴	

با توجه به نتایج جدول ۶، تمام مؤلفه‌ها توسط خبرگان تأیید شد (آستانه قابل قبول ۰/۷ بود). اختلاف میانگین مرحله دوم و سوم دلفی فازی در تمام مؤلفه‌ها کمتر از ۰/۲ بود و مؤلفه جدیدی نیز اضافه نشد. بنابراین فرایند دلفی در مرحله سوم پایان یافت.



جدول ۷. رتبه‌بندی مؤلفه‌های مربوط به هر شاخص

عوامل اصلی	مؤلفه‌ها	مرحله سوم				رتبه	میانگین فازی	فازی زدایی	مقدار نهایی
		میانگین فازی			U				
		L	M						
فرهنگی - اجتماعی	مصرف‌گرایی	۰.۹۷	۰.۸۰	۰.۵۵	۰.۷۸	۴	عقابت		
	محرومیت و عدم توسعه مناطق مرزی	۱.۰۰	۰.۹۵	۰.۷۰	۰.۸۸	۲	عقابت		
	فقر و بیکاری	۱.۰۰	۰.۹۹	۰.۷۴	۰.۹۱	۱	عقابت		
	ذهنیت منفی نسبت به تولیدات داخلی	۱.۰۰	۰.۸۰	۰.۵۵	۰.۷۹	۳	عقابت		
محیطی - جغرافیایی	گسترده‌گی مرزهای جغرافیایی	۱.۰۰	۰.۹۳	۰.۶۸	۰.۸۷	۱	عقابت		
	کمبود امکانات در حفاظت از مرز	۱.۰۰	۰.۹۱	۰.۶۶	۰.۸۶	۲	عقابت		
سیاسی - مدیریتی	تعدد همسایگان و ضعف آنها در کنترل قاچاق	۰.۹۹	۰.۷۸	۰.۵۳	۰.۷۶	۷	عقابت		



عوامل اصلی	مؤلفه‌ها	مرحله سوم				
		رتبه	فازی	میانگین فازی		
			مقدار نهایی	L	M	U
تفاهم	نظام اداری نامناسب گمرکی و مالیاتی	۲	۰.۸۶	۰.۶۷	۰.۹۲	۱.۰۰
تفاهم	اقتصاد دولتی	۴	۰.۸۴	۰.۶۳	۰.۸۸	۱.۰۰
تفاهم	ضعف قوانین تجاری دولتی، گمرکی و مالیاتی	۱	۰.۸۷	۰.۶۸	۰.۹۳	۱.۰۰
تفاهم	انحصار واردات و صادرات برای افراد خاص	۲	۰.۸۶	۰.۶۷	۰.۹۲	۱.۰۰
تفاهم	تشتت مراجع ذی ربط و ناهماهنگی بین آنها	۳	۰.۸۵	۰.۶۴	۰.۸۹	۱.۰۰
تفاهم	ضعف نظام مجازات متناسب و به موقع مجرمان	۸	۰.۷۳	۰.۵۰	۰.۷۵	۰.۹۵
تفاهم	سیاست‌های نامناسب در مقابله با تحریم اقتصادی	۲	۰.۸۶	۰.۶۶	۰.۹۱	۱.۰۰
تفاهم	ضعف سیستم نظارتی	۶	۰.۸۲	۰.۶۱	۰.۸۶	۱.۰۰



عوامل اصلی	مؤلفه‌ها	مرحله سوم				رتبه	مجموعه نمرات
		مقدار نهایی	میانگین فازی				
			فازی زدایی	L	M		
اقتصادی	فساد اداری و ارتشا	۰.۸۳	۰.۶۳	۰.۸۸	۰.۹۹	۵	تفاهت
	سودآوری قاچاق در مقابل ریسک پایین آن	۰.۸۷	۰.۶۸	۰.۹۳	۱.۰۰	۲	تفاهت
	بالا بودن تعرفه گمرکی، مالیاتی و عوارض	۰.۹۰	۰.۷۲	۰.۹۷	۱.۰۰	۱	تفاهت
	عدم تمایل سرمایه‌گذار خارجی در سرمایه‌گذاری داخلی	۰.۸۳	۰.۶۲	۰.۸۷	۱.۰۰	۵	تفاهت
	پایین بودن سطح امنیت اقتصادی	۰.۸۳	۰.۶۳	۰.۸۸	۰.۹۷	۵	تفاهت
	ضعف در پرداخت یارانه‌های تولید	۰.۸۵	۰.۶۴	۰.۸۹	۱.۰۰	۳	تفاهت
	عدم حمایت از تولیدکننده داخلی	۰.۸۴	۰.۶۳	۰.۸۸	۱.۰۰	۴	تفاهت
	نوسان ارز و اختلاف قیمت کالا در دو سوی مرز	۰.۸۱	۰.۵۹	۰.۸۴	۰.۹۹	۶	تفاهت



عوامل اصلی	مؤلفه‌ها	مرحله سوم				رتبه	مجموع ضریب
		میانگین فازی	فازی				
			مقدار نهایی	L	M		
بازاریابی	کیفیت پایین محصولات داخلی	۱.۰۰	۰.۹۷	۰.۷۲	۰.۹۰	۲	تفاهم
	قیمت بالای کالای داخلی در مقایسه با مشابه قاچاق شده	۱.۰۰	۰.۹۶	۰.۷۱	۰.۸۹	۲	تفاهم
	عدم تنوع در محصولات داخلی	۱.۰۰	۰.۸۶	۰.۶۱	۰.۸۲	۸	تفاهم
	حجم پایین تولید داخلی برای رفع نیاز بازار	۰.۹۹	۰.۸۳	۰.۵۸	۰.۸۰	۹	تفاهم
	عدم دسترسی تولیدکننده به مواد اولیه متنوع	۱.۰۰	۰.۸۸	۰.۶۳	۰.۸۴	۷	تفاهم
	عدم توجه تولیدکننده به شیوه‌های نوین ترویج	۱.۰۰	۰.۹۲	۰.۶۷	۰.۸۶	۵	تفاهم
	ناآشنایی تولیدکننده با راهبرهای بازاریابی نوین	۱.۰۰	۰.۹۳	۰.۶۸	۰.۸۷	۴	تفاهم
	روزآمد نبودن فناوری در تولیدات ورزشی داخلی	۱.۰۰	۱.۰۰	۰.۷۵	۰.۹۲	۱	تفاهم

عوامل اصلی	مؤلفه‌ها	مرحله سوم				
		رتبه	فازی زدایی	میانگین فازی		
				L	M	U
تفاهه	بی‌توجهی تولیدکننده به تنوع در سیستم توزیع	۶	۰.۸۵	۰.۶۴	۰.۸۹	۱.۰۰
تفاهه	ضعف تولیدکننده داخلی برای تحلیل بازار و پیاده‌سازی فرایند مدیریت ارتباط با مشتری	۸	۰.۸۲	۰.۶۱	۰.۸۶	۰.۹۹

نتیجه‌گیری و بحث

پژوهش کنونی با هدف شناسایی عوامل مؤثر بر قاچاق کالای ورزشی و اولویت‌بندی آنها با رویکرد دلفی فازی انجام شد. نتایج پژوهش نشان داد در مجموع ۳۳ مؤلفه در قالب پنج دسته عوامل فرهنگی - اجتماعی، سیاسی - مدیریتی، محیطی، اقتصادی و بازاریابی در بروز پدیده قاچاق مؤثرند. براساس یافته‌های پژوهش، فقر، بیکاری و توسعه‌نیافتگی در مناطق مرزی، بالاترین اهمیت را در بین عوامل فرهنگی - اجتماعی کسب کردند. مصرف‌گرایی و ذهنیت منفی نسبت به کالای داخلی، عامل شناسایی شده دیگر در این زمینه بود. این نتایج با یافته‌های آباد و همکاران (۲۰۲۱)، خداکرمی‌فرد (۱۴۰۱)، احمدی و همکاران (۱۴۰۰)، صادقی (۱۳۹۷) و کریم‌زاده (۱۳۹۵) همسو است. کریم‌زاده (۱۳۹۵) در پژوهش خود نشان می‌دهد برخی از ساکنان مهاجرت کرده مناطق مرزی سراوان به دلیل نبود کار به روستاها برگشته و به قاچاق کالا روی آورده‌اند. در تبیین این نتایج، می‌توان گفت توسعه‌نیافتگی و توزیع ناعادلانه امکانات شغلی و رفاهی و نرخ بالای بیکاری در مناطق مرزی باعث شده تا ساکنان این مناطق برای گذران زندگی، ناچار به مشاغل کاذب از جمله قاچاق کالا روی آورند. از طرفی به دلیل ذهنیت منفی مصرف‌کننده نسبت به تولیدات ورزشی داخلی، تقاضا برای دریافت محصولات خارجی وجود دارد (نمازی، ۱۳۹۸) و با ممنوعیت ورود برخی از کالاهای ورزشی، قاچاق این نوع کالاها رونق بیشتری گرفته است.



عوامل محیطی - جغرافیایی به ترتیب با مؤلفه‌های گستردگی مرزها و نبود امکانات و نیروی انسانی موردنیاز برای حفاظت از مرزها، عامل دیگری بود که توسط خبرگان تأیید شد. این نتایج در پژوهش احمدی و همکاران (۱۴۰۰) و صادقی (۱۳۹۷) با عنوان عوامل فیزیکی تأیید شد. عیسی‌آبادی و شاه‌قلعه (۱۳۹۲) نیز در پژوهش خود نشان دادند طولانی بودن مرزهای جغرافیایی با همسایگان و تنوع جغرافیایی آن و همچنین افزایش راه‌های ورود و خروج کالا از طرق رسمی و غیررسمی باعث افزایش قاچاق شده است. نتایج با یافته‌های شریف و همکاران (۱۳۹۲) ناهمسو بود. دلیل احتمالی ذکرشده توسط این پژوهشگران مبنی بر عدم تأثیر عوامل فیزیکی بر قاچاق کالا در بندر چابهار این بود که بیشتر کالاهای قاچاق که از طریق نواحی جنوبی صادر یا وارد می‌شوند، مبدأ و مقصدشان کشورهای عربی و به‌ویژه بندر دومی است که با خوزستان، بوشهر و هرمزگان فاصله کمتری دارد و قاچاق در این مناطق بیشتر انجام می‌شود.

عوامل سیاسی - مدیریتی، عامل مؤثر دیگر در قاچاق کالای ورزشی بود. ضعف در قوانین تجاری، مالیاتی و گمرکی و نظام اداری نامناسب، مهمترین و ضعف در نظام مجازات به‌موقع و متناسب با جرم قاچاق، کم‌اهمیت‌ترین مؤلفه‌های شناسایی شده در این بخش بودند. این نتایج با یافته‌های خداکرمی فرد (۱۴۰۱)، احمدی و همکاران (۱۴۰۰)، قادری و همکاران (۱۴۰۰) و شریف و همکاران (۱۳۹۲) همسو بود. شریف و همکاران (۱۳۹۲) معتقدند بروکراسی پیچیده و نامناسب اداری، گاهی حتی تجار خوشنام را درباره ورود غیرقانونی کالا، به وسوسه می‌اندازد. با توجه به یافته‌ها به نظر می‌رسد ضعف مدیریتی و قوانین سیاسی موجب شده تا بنگاه‌های تولیدی، توان رقابت با همتای خارجی خود را از دست داده و افراد برای فرار از پیچیدگی و طولانی بودن فرایند ترخیص کالا و جلوگیری از هزینه‌های زیاد، مبادی رسمی را دور زده و کالای موردنیاز بازار را به صورت قاچاق وارد کشور کنند. ستاد مرکزی مبارزه با قاچاق (۱۳۹۵) نیز در گزارش خود بر ضعف نظام‌های نظارتی، فساد اداری، سهولت تردد غیرقانونی مرزنشینان و پُر هزینه بودن کنترل مرزها به‌عنوان عوامل زمینه‌ساز قاچاق تأکید می‌کند.

یافته‌های دیگر پژوهش در بخش عوامل اقتصادی، نشان داد بالا بودن تعرفه‌های گمرکی، مالیاتی و عوارض، مهمترین و نوسان قیمت ارز و اختلاف قیمت کالا در دو سوی مرزها، کم‌اهمیت‌ترین مؤلفه‌های شناسایی شده در این بخش بود. این نتایج با



یافته‌های احمدی و همکاران (۱۴۰۰) و دشتبانی و همکاران (۱۳۹۵) همسو است. در تبیین این نتایج می‌توان گفت: تحریم‌های اقتصادی شدید در کنار تورم، عدم ثبات در قیمت‌ها، بی‌انضباطی‌های مالی و سیاست‌های اقتصادی دولت و عدم تحقق وعده‌های دولت مبنی بر حمایت از تولیدکننده داخلی موجب شده تا افراد و بعضاً برخی از تولیدی‌ها به جای تولید کالای داخلی به واردات کالای خارجی روی آورند که با توجه به ممنوعیت واردات پوشاک و کفش این واردات به شیوه قاچاق انجام می‌شود. همچنین هزینه‌بر بودن و طولانی بودن فرایند ترخیص کالا و مواد اولیه موردنیاز تولیدی‌ها در کنار موارد یادشده، قاچاق کالا را به پدیده‌ای سودآورتر با خطر اقتصادی کمتر، تبدیل کرده است.

عوامل مرتبط با بازاریابی نیز از نظر گروه خبرگان در قاچاق کالای ورزشی اثرگذار بود. روزآمد نبودن فناوری به‌کاررفته در تولیدات داخلی و ناتوانی در تولید برخی از اقلام ورزشی، مهمترین و حجم پایین تولیدات داخلی، کم‌اهمیت‌ترین مؤلفه‌های مرتبط با بازاریابی بودند. این نتایج با یافته‌های نمازی (۱۳۹۸) و شریف و همکاران (۱۳۹۲) همسو بود. این پژوهشگران کیفیت پایین، قیمت بالا و روش‌های نامناسب ترویج و توزیع محصولات را در قاچاق کالا و عدم تمایل به خرید محصولات ورزشی داخلی مؤثر دانستند. در تبیین این نتایج می‌توان گفت بخشی از مشکلات مربوط به قاچاق کالای ورزشی، ناشی از عدم توجه تولیدکننده‌های داخلی صنعت ورزش به عناصر آمیخته بازاریابی است. نادیده گرفتن هر یک از عناصر آمیخته بازاریابی و خواسته مشتری در آن بخش می‌تواند صدمات جبران‌ناپذیر و مصرف‌کننده را به سمت خرید کالاهای خارجی که عمدتاً به شکل قاچاق وارد کشور می‌شود، سوق دهد. از طرفی وجود تقاضا در بازار و فقدان تولید برخی از محصولات ورزشی، زمینه مناسبی برای قاچاق انواع محصولات ورزشی فراهم می‌کند و تا زمانی که تولیدکننده داخلی از پاسخگویی به این تقاضا ناتوان باشد، قاچاق کالای ورزشی نیز وجود دارد. از آنجاکه بسیاری از کالاهای ورزشی با فناوری خاص توسط ویژندهای معتبر دنیا مثل نایک، آدیداس و ... تولید شده و فناوری ساخت آن در کشور وجود ندارد، بهتر است واردات اینگونه محصولات آزاد شده یا تولیدکننده‌های داخلی به فناوری موردنیاز مجهز شوند. حضور نمایندگان ویژندهای خارجی در تولیدی‌های ورزشی به‌منظور پیاده‌سازی فناوری‌های جدید در تولیدات



داخلی، راهبردی است که می‌تواند موجب روزآمدسازی و ارتقا کیفیت محصولات داخلی تحت لیسانس ویژندهای معروف شود.

به‌طور کلی با توجه به نتایج پژوهش می‌توان گفت: قاچاق کالای ورزشی، پدیده‌ای است چندبُعدی که عوامل مختلفی در آن اثرگذار است و برای مبارزه با آن باید به مجموع این عوامل توجه کرد. با توجه به نتایج پژوهش، پیشنهاد می‌شود:

- قوانین تجاری دولتی، گمرکی، مالیاتی و ... اصلاح شود و فرایند اداری مربوط به اخذ مجوزهای تولیدی، ترخیص کالای گمرکی و ... اصلاح و کاهش یابد.
- کارگروه‌های تعیین سیاست‌های مربوط به واردات و صادرات و همچنین قاچاق کالا از خبرگان و کارشناسان صنعت ورزش استفاده کنند تا اطلاعات دقیق‌تری نسبت به کالاهای تخصصی کسب کرده، سپس درباره ممنوعیت واردات تصمیم‌گیری نمایند.
- سیاست‌های پولی مناسب و انضباط مالی دولت برای کنترل تورم اجرا شود و دولت به وعده‌های خود در قبال تولیدکنندگان ورزشی داخلی پایبند بوده و تسهیلات بانکی کم‌بهره و یارانه‌های لازم را به‌موقع تزریق کند.
- خطر قاچاق با افزایش جریمه‌ها و شدت عمل نیروهای مرزبانی بالا رود.
- تولیدکنندگان ورزشی از فناوری‌های جدید در تولیدات خود استفاده کرده و با ارتقاء کیفیت محصولات و به‌کارگیری روش‌های نوین بازاریابی و ویژندسازی، برای ویژند خود مزیت رقابتی پایدار ایجاد کنند.
- تولیدکنندگان داخلی با اخذ گواهی‌های استاندارد مربوط، پشتیبانی و حمایت از مسابقات و ورزشکاران ملی را پذیرفته و با استفاده از تکنیک‌های صحه‌گذاری و بازاریابی اجتماعی برای ویژند خود ارزش ایجاد کرده و حس اعتماد به ویژند را افزایش دهند. حضور فعال در نمایشگاه‌های بین‌المللی نیز در این زمینه مؤثر است.

منابع

ابراهیم‌زاده آسمین، حسین، و عباسیان، مجتبی (۱۳۸۹). بررسی عوامل و دلایل قاچاق در استان سیستان و بلوچستان و راه‌کارهای رفع آن. توسعه انسانی پلیس، دوره ۷، ش ۳۱، ۱۳۰-۱۰۹.

احمدی، محمدامین، عبدالملکی، حجت‌اله، جمور، محمد، همتی، حسن، و جمور، مهدی (۱۴۰۰). شناسایی و اولویت‌بندی عوامل مؤثر بر قاچاق کالا در جمهوری اسلامی ایران با استفاده از روش دلفی فازی. فصلنامه علمی مطالعات امنیت اقتصادی، ش ۱، پیاپی ۵، ۴۶-۲۹.

اکرمی، زهرا (۱۴۰۰). اکثر لوازم ورزشی خارجی در بازار قاچاق است. خبرگزاری دانشجویان ایران (ایسنا).

امان‌پور، سعید، و فرهنگ، قاسم (۱۳۹۳). ارزیابی مهمترین عوامل مؤثر بر قاچاق کالا و سوخت در مناطق مرزی (نمونه موردی: دهستان مرگور). پژوهش‌نامه مطالعات مرزی، ش ۴، ۲۲-۱.

آنت، زینب، سجادی، سیدنصرالله، و خبیری، محمد (۱۳۹۲). ارتباط ملی‌گرایی مصرفی با تجمل‌گرایی، پذیرش فرهنگی و تهدید ادراک‌شده اقتصادی در ارزیابی کالاهای ورزشی داخلی و خارجی. فصلنامه علمی پژوهش‌های کاربردی در مدیریت ورزشی، دوره ۲، ش ۱، ۲۴-۱۱.

بیاتی، پروانه (۱۳۹۹). راهبرد بازاریابی اجتماعی در پیشگیری از قاچاق کالا. فصلنامه رهیافت پیشگیری از جرم، دوره ۳، ش ۴، ۶۲-۳۷.

پژویان، جمشید، و مداح، مجید (۱۳۸۵). بررسی اقتصادی قاچاق در ایران. پژوهش‌نامه اقتصادی، دوره ۶، ش ۲۰، ۷۰-۴۳.

حیدرزاده، سحر (۱۳۹۸). بررسی رابطه بین قاچاق کالا و اشتغال در ایران. پایان‌نامه کارشناسی‌ارشد دانشگاه مازندران، ۲۶-۲۱.

خداکرمی‌فرد، زهرا (۱۴۰۱). بررسی عوامل مؤثر بر قاچاق کالای سلامت‌محور و راه‌کارهای مبارزه با آن. فصلنامه اقتصاد پنهان، ش ۲۸، ۹۱-۷۱.

خندان، عباس (۱۳۹۷). واردات قاچاق در ایران: برآورد شاخص، بررسی علل و آثار. فصلنامه پژوهش‌های رشد و توسعه پایدار (پژوهش‌های اقتصادی)، دوره ۱۸، ش ۲، ۱۸۰-۱۵۱.

دشتبانی، یاور، محمدکریمی یزدی، امیرحسین، و الریجانی، سعید (۱۳۹۵). راه‌کارهای مقابله با تبعات امنیتی قاچاق کالا در راستای تحقق اقتصاد مقاومتی. فصلنامه اقتصاد دفاع، ش ۲، ۱۳۵-۱۵۶.

دهقانیان، حمید (۱۳۹۷). نقش کالای قاچاق در گسترش فرهنگ مصرف و کم‌رنگ‌شدن ارزش‌های دینی و اخلاقی. فصلنامه اقتصاد پنهان، دوره ۳، ش ۱۱، ۱۵۷-۱۱۹.



رنجبر جمال‌آبادی، حمیدرضا، معین‌الدین، محمود، حیرانی، فروغ، و دهقان دهنوی، حسن (۱۴۰۳). تدوین ابزار سنجش دانش و مهارت مالی مدیران بیمارستان‌ها. مجله دانشگاه علوم پزشکی شهید صدوقی یزد، دوره ۳۲، ش ۳، ۷۶۴۴-۷۶۲۶.

ستاد مرکزی مبارزه با قاچاق کالا و ارز (۱۳۹۵ الف). آشنایی با مفهوم قاچاق کالا و پیامدهای آن (ویژه نخبگان فرهنگی، دینی، علمی و اجتماعی). چاپ دوم. تهران: معاونت فرهنگی و پژوهش ستاد مرکزی مبارزه با قاچاق کالا و ارز.

ستاد مرکزی مبارزه با قاچاق کالا و ارز (۱۳۹۵ ب). مسئله‌شناسی قاچاق کالا و ارز. چاپ چهارم. تهران: معاونت فرهنگی و پژوهش ستاد مرکزی کمیته مبارزه با قاچاق کالا و ارز.

شرفی، حجت‌اله، شکور، علی، و درازهی، یاسمین (۱۳۹۹). تحلیلی بر قاچاق کالا و عوامل مؤثر بر آن در روستاهای شهرستان مرزی سراوان. فصلنامه برنامه‌ریزی منطقه‌ای، ش ۳۷، ۷۶-۶۳.

شریف، مصطفی، اسلم حسین‌بر، محمد، و بخشنده، قاسم (۱۳۹۲). بررسی عوامل مؤثر بر قاچاق کالا در مرزهای دریایی استان سیستان و بلوچستان و راه‌حلهایی برای کاهش آن. اولین همایش الکترونیکی ملی چشم‌انداز اقتصاد ایران. اصفهان.

شکیبایی، علیرضا، و رئیس‌پور، علی (۱۳۸۶). بررسی روند تحولات اقتصاد سایه‌ای در ایران رویکرد DYMIMIC. فصلنامه پژوهش‌های اقتصادی، دوره ۷، ش ۳، ۱۷-۳۳.

صادقی، منوچهر (۱۳۹۷). تحلیل علل و عوامل جرم قاچاق کالا و اصول حاکم بر پیشگیری از آن. دومانهنامه اقتصاد پنهان، ش ۱۰ و ۱۱، ۲۰۲-۱۸۸.

طاهری، کلثوم (۱۳۹۶). پیشگیری وضعی از جرم قاچاق کالا و ارز با تأکید بر نظارت و بازرسی بر مجاری ورودی و خروجی کشور. پایان‌نامه کارشناسی‌ارشد دانشگاه آزاد اسلامی واحد بندرعباس.

عیسی‌آبادی، ابوالفضل، و شاه‌قلعه، صفی‌الله (۱۳۹۲). ژئوپلیتیک ایران و تأثیر آن بر قاچاق کالا. فصلنامه تحقیقات جغرافیایی. دوره ۲۸، ش ۲، ۴۹-۶۸.

فقیهی، اسماء، سرلک، محمدعلی، رسولی، رضا، و احمدی، سیدعلی‌اکبر (۱۴۰۲). شناسایی عوامل مؤثر بر وارونگی جو سازمانی با روش دلفی فازی، مورد مطالعه: سازمان صداوسیما جمهوری اسلامی ایران. مدیریت سازمان‌های دولتی. دوره ۱۱، ش ۲، ۱۷۸-۱۶۱.

قادری، ادریس، کیانی، داوود، و زیباکلام، مفرد (۱۴۰۰). اقتصاد قاچاق کالا در ایران: آسیب‌شناسی سیاست‌گذاری و سازوکارهای حکمرانی. فصلنامه سیاست جهانی، دوره ۹، ش ۱، ۱۹۷-۲۲۰.

قبادی، علی، شتاب بوشهری، ناهید، و خطیبی، امین (۱۳۹۹). ارائه مدل توسعه برند پوشاک ورزشی ایرانی. مطالعات راهبردی ورزش و جوانان. دوره ۱۹، ش ۴۷، ۲۴۵-۲۴۷.
قلی‌زاده، سیدابراهیم، علیپور، عباس، و ذوقی بارانی، کاظم (۱۳۹۰). علل و پیامدهای قاچاق کالا در ایران پس از انقلاب اسلامی. فصلنامه دانش انتظامی، سال ۱۲، ش ۴، ۱۴۲-۱۰۹.
کریم‌زاده، مجید (۱۳۹۵). بررسی عوامل مؤثر بر قاچاق کالا و تأثیر آن بر اقتصاد شهرستان مرزی سراوان. فصلنامه انتظام اجتماعی، دوره ۲، ش ۸، ۱۷-۳۲.

کشیتی، فریدون (۱۴۰۰). بررسی آسیب‌شناسی قضایی علل گسترش جرم قاچاق کالا و ارز در شهرستان بندرعباس و راه کارهای کاهش آن. پایان‌نامه کارشناسی ارشد دانشگاه آزاد اسلامی واحد بندرعباس.

کهنه‌پوشی، سیدهدای، و جلالیان، حمید (۱۳۹۲). تأثیر قاچاق کالا بر اقتصاد روستاهای مرزی؛ مورد: بخش خاو و میرآباد شهرستان مریوان. فصلنامه جغرافیا و توسعه. دوره ۲۷، ش ۳۲، ۶۱-۷۴.

کوشا، جعفر، و جعفری، سهیلا (۱۴۰۱). هوشمندسازی پیشگیری از قاچاق کالا، جلوه‌ها و چالش‌ها. فصلنامه دیدگاه‌های حقوق قضایی، دوره ۲۷، ش ۹۸، ۲۱۶-۱۹۳.
نمازی، مهداد (۱۳۹۸). تدوین مدل ترغیب ورزشکاران استان اردبیل به خرید کالاهای ورزشی تولید داخل (براساس نظریه داده‌بنیاد). رساله دکتری دانشگاه آزاد اسلامی واحد اردبیل، ۶-۷.

Abada, F. C., Manasseh, C. O., Nwakoby, I. C., Iroegbu, N. F., Okoh, J. I., Alio, F. C., & Asogwa, O. J (2021). Relationship between unemployment rate and shadow economy in Nigeria: A Tado Yamamoto Approach. International Journal of Financial Research, Vol.12, No. 3, P.P.271-283.

Habibi, A., Jahantigh, F. F., & Sarafrazi, A (2015). Fuzzy Delphi Technique for Forecasting and Screening Items. Asian Journal of Research in Business Economics and Management, Vol. 5, No. 2, P.P.130-143.

COPYRIGHTS

©2024 by the authors. Published by The National Defense University. This article is an open-access article distributed under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY 4.0) <https://creativecommons.org/licenses/by/4.0>

