

تاریخ دریافت: ۱۳۹۶/۷/۴

تاریخ پذیرش: ۱۳۹۶/۹/۲۳

چکیده

زمینه و هدف: قاچاق بخشی از اقتصاد غیر رسمی است که به دلیل ماهیت پنهان خود در آمارهای رسمی ثبت نمی شود و از سوی عوامل تجارت غیر قانونی انجام می شود. به همین دلیل باعث پنهان ماندن بخشی از عملکرد اقتصاد کشور خواهد شد، این واقعیت منجر به مشکلاتی در کارکرد سیاست های تخصیصی و توزیعی دولت شده و مشکلات جدی را در این زمینه ایجاد خواهد کرد. این پدیده ابتدا به عنوان یک ناهنجاری اقتصادی مطرح ولی به لحاظ ضرورت مقابله کیفری با آن، به عنوان بزهکاری در قوانین کشورها با دیده جرم بررسی می شود و این جرم در حقوق کیفری ایران دارای قوانین خاص خود می باشد و قانون مجازات اسلامی در ایران، قاچاق را جرم مشمول تعزیرات حکومتی می داند. اما قاچاق کالا دارای عوامل اجتماعی نیز می باشد.

روش: در این تحقیق با مراجعه به کتابخانه های دانشگاه ها و سازمان های مرتبط ابتدا مدارک نظری گردآوری شده و سپس پیشینه ادبیات موضوع را بررسی و از دیدگاه های مختلف اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی تجزیه و تحلیل صورت گرفته و تئوری ها سنتی و کلاسیک در زمینه مصرف لوازم آرایشی بهداشتی در بخش کتابخانه ای مورد بررسی قرار گرفته است.

نتیجه: ورود کالاها از مجاری غیر قانونی و غیررسمی به رغم مخاطراتی که در بر دارد صورت می گیرد. مصرف لوازم آرایشی بهداشتی نیز در کشور ایران بسیار بالا است و با وجود احتمال انتقال آلودگی و خطرات ناشی از وسایل آرایشی بهداشتی تقلبی که به صورت غیر رسمی وارد کشورمان می شود نرخ مصرف همچنان سیر صعودی را طی می کند که این نیز نشات گرفته از مسایل اجتماعی و فرهنگی می باشد. سودآوری سوداگران برای وارد کردن این محصولات به صورت غیر قانونی به حدی است که این کار را از نقطه نظر اقتصادی توجیه می کند.

واژه های کلیدی: قاچاق، محصولات آرایشی بهداشتی، عوامل اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی

مقدمه

قاچاق در اصطلاح به عمل خرید و فروش اشیاء و لوازم ممنوع و یا آزاد در جامعه، از طریق غیر قانونی گفته می شود. از نظر قانونی نیز قاچاق عمدتاً این مفهوم را در بردارد. در مجموعه قوانین و مقررات تعزیرات حکومتی آمده است: ((قاچاق عبارت است از وارد یا صادر کردن کالا بر خلاف قوانین و مقررات جاری و یا اقدامی که بر طبق قانون در حکم قاچاق محسوب شده است.)) (فصلنامه دانش انتظامی، ۱۳۷۹، ص ۴)

۱- عضو هیئت علمی و استاد یار پیام نور بوشهر ، aarbaby@yahoo.com

۲- دانشجوی کارشناسی ارشد جرم شناسی دانشگاه آزاد واحد بوشهر

صادرات و واردات کالاهای قاچاق به دلیل این که گاه توسط افراد بدون تخصص صورت می گیرد باعث ضربه زدن به بازار خارجی این گونه کالاها می شود. (عبدالمحمدی، ۱۳۸۴، ص ۴)

در کشور ما متأسفانه از دید عوام قاچاق معنای واقعی خود را از دست داده و به درستی شناخته نشده است. در اذهان عمومی قاچاقچی را فردی می شناسند که مواد مخدر را وارد کشور نماید و قاچاق لوازم آرایشی، دارویی و بهداشتی امر طبیعی نمایان شده است و به عنوان یکی از مشاغل، افراد جامعه به آن مبادرت می ورزند و مانند بسیاری از مشاغل کاذب دیگر در کشورمان مرتبه ای به خود اختصاص داده است.

کشور ما یکی از رکورد داران مصرف لوازم آرایشی در جهان نامیده می شود، بخش عمده ای از این مواد، قاچاق، تقلبی و غیر استاندارد هستند. برخی آمارها نشان می دهد که بیش از ۶۲۰۰ فرآورده آرایشی بهداشتی با مارک های معروف وارد کشور می شود.

در شرایطی که در ایران روند مصرف این محصولات رو به افزایش است، متأسفانه به دلیل ضعف صنایع در این بخش، بخشی از مصرف به سوی محصولات خارجی سوق یافته است و در این میان، بسیاری از کالاهای عرضه شده ضمن این که از مجاری غیر رسمی (قاچاق) در شبکه های توزیع قرار گرفته اند، به دلیل تقلبی بودن، مخاطرات بهداشتی را بر سلامت جامعه تحمیل می کنند که خود بار هزینه ای را در پیش گیری و مقابله با قاچاق در جامعه دو چندان می کند. (اقتصاد پنهان، ۱۳۸۷، ص ۴۰)

امروزه استفاده از لوازم آرایشی در ایران منحصر به سن و سال و قشر خاصی نمی باشد و اکثر دختران و زنان استفاده از آن را جزء لاینفک زندگی خود می دانند و این تمایل بی رویه کشورمان را به سومین مصرف کننده لوازم آرایشی بهداشتی در خاور میانه و هفتمین وارد کننده در جهان تبدیل کرده و بررسی ها نشان می دهد که سن مصرف این لوازم در جوانان کاهش یافته و به طرف نوجوانان کم سن و سال سوق داده شده است. (خبرگزاری امید، ۱۳۸۷). همچنین ورود کالاهای غیر ضروری و غیر موثر بر فشرده گی رقابت صنایع ملی در بازار داخلی اثر منفی دارد. (مقدسی، ۱۳۸۰، ص ۹)

قاچاق لوازم آرایشی بهداشتی در کشور ایران به معضلی بزرگ و حاد تبدیل شده است. عدم رواج فرهنگ صحیح در خاورمیانه و کشورهای توسعه نیافته و در حال توسعه مصرف این گونه لوازم را رواج داده است به طوری که بخش عظیمی از اقتصاد این کشورها را تحت الشعاع خود قرار داده است. (اقتصاد پنهان، ۱۳۸۷، ص ۳۸)

با توجه به مطالب فوق الذکر روند مصرف این محصولات در کشورمان افزایشی بوده و همچنین به دلیل فقدان شرایط مساعد برای تولید داخلی، منحنی مصرف محصولات خارجی نیز روند افزایشی را طی می کند. بسیاری از محصولات خارجی نیز به طریق غیر رسمی (قاچاق) وارد شبکه های پخش کشورمان شده است.

این امر باعث وارد شدن صدمات غیر قابل جبرانی خواهد شد که علاوه بر سلطه اقتصادی و فرهنگی، مشکلات بهداشتی و مخاطرات سلامت جامعه را در بر خواهد داشت. در این تحقیق سعی بر آن است که علل مصرف زیاد و همچنین اقدام به ورود غیر قانونی این محصولات، مورد بررسی و تجزیه و تحلیل قرار گیرد.

روش تحقیق :

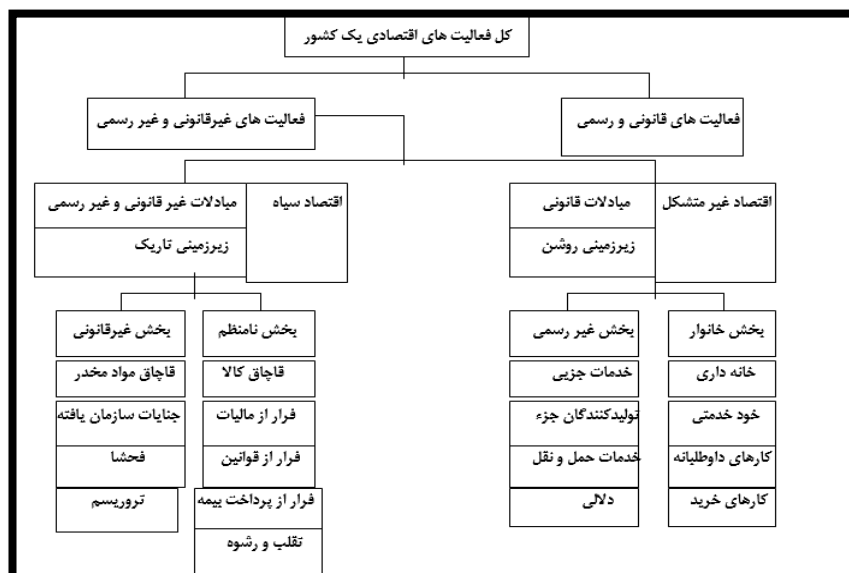
در این تحقیق با مراجعه به کتابخانه های دانشگاه ها و سازمان های مرتبط ابتدا مدارک نظری گردآوری شده و سپس پیشینه ادبیات موضوع را بررسی و از دیدگاه های مختلف اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی تجزیه و تحلیل صورت گرفته و تئوری ها سنتی و کلاسیک در زمینه مصرف لوازم آرایشی بهداشتی در بخش کتابخانه ای مورد بررسی قرار گرفته است. همچنین به صورت

عملی با مراجعه به سازمان آمار، سازمان برنامه و بودجه (برنامه ریزی و نظارت بر ریاست جمهوری)، وزارت بهداشت، آمارها و اطلاعات موجود که متأسفانه در زمینه قاچاق لوازم آرایشی بهداشتی داده‌ها در دسترس نمی‌باشد، بررسی صورت گرفته است.

اهداف تحقیق :

هدف اصلی از این بررسی شناخت عوامل ایجاد رواج فرهنگ غلط و مصرف بی‌رویه این محصولات و علل ایجاد عمل قاچاق این محصولات بوده و همچنین پیامدهای مختلف فرهنگی، اقتصادی، سیاسی و اجتماعی بررسی و روش‌های ایجاد انگیزه و حمایت از تولیدکنندگان داخلی و راه‌های شناخت ورود کالا به صورت غیرقانونی مشخص شده تا بتوانیم از زیان‌های اقتصادی، اجتماعی، بهداشتی و فرهنگی معضل قاچاق این محصولات جلوگیری نماییم.

۱- عوامل اقتصادی و تاثیر گذار بر قاچاق کالا



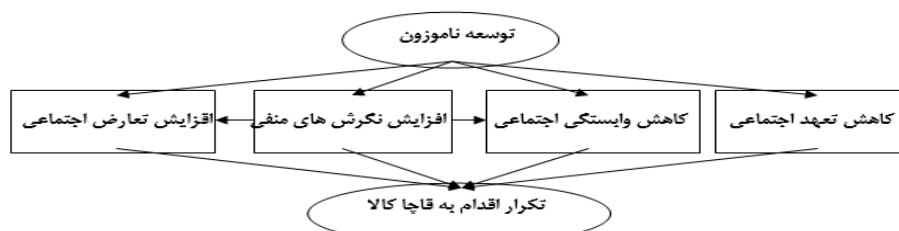
نمودار ۱ - جایگاه قاچاق کالا در اقتصاد زیر زمینی (اسفندیاری و جمال منش، ۱۳۸۱)

بر اساس جدول فوق بخش اقتصاد سیاه که فعالیت‌های مبادلات غیرقانونی و غیررسمی و زیرزمینی تاریک را شامل می‌شود، انحصار گرایان اقتصادی فارغ از محدودیت‌های دولتی و برخوردار از ارتباطات غیررسمی و تمهیدات قانونی به امر قاچاق تشویق می‌نمایند که از مسیرهای غیررسمی و اسکله‌های غیرمجاز، کالاهای قاچاق را به کشور وارد کنند. (صحراییان، ۱۳۸۴،

۲- عوامل اجتماعی و فرهنگی موثر بر قاچاق کالا

عوامل اجتماعی مانند وابستگی اجتماعی قاچاقچیان و نگرش های منفی قاچاقچیان تحت تاثیر توسعه نظام اجتماعی یک کشور قرار دارد و اقدام به قاچاق کالا توسط قاچاقچیان با افزایش نگرش های منفی کاهش وابستگی اجتماعی، کاهش تعهد اجتماعی و افزایش ارزشی آن مرتبط می باشد.

نموداری که ملاحظه می نمایید، عوامل اجتماعی موثر بر قاچاق کالا را نشان می دهد.



نمودار ۳- عوامل اجتماعی موثر بر قاچاق کالا (اربابی، ۱۳۸۸)

۳- مصرف مواد و لوازم آرایشی بهداشتی در ایران

همانطور که اشاره کردیم مصرف این محصولات از نیازهای غریزی بشر می باشد، انسان زیبایی و پاکیزگی را دوست دارد، اگر این نیاز بشر به طور صحیح و منطقی جواب داده شود به طور یقین جنبه مثبت خواهد داشت. اگر جامعه ای از نظر فرهنگی و اجتماعی زیر ساخت درستی داشته باشد، اگر مسئولین امر با این نیاز بشر به طور صحیح برخورد نمایند و ... ده ها اگر و شاید و دیگر.

با مشاهده ارقام مصرف این مواد و طریقه ورود آن ها به کشور چه به صورت رسمی و غیر رسمی (قاچاق) پی می بریم میزان افزایش تقاضا برای مصرف در کشور ایران منجر به رونق بازار این محصولات گشته است و با توجه به شرایط خاص تولید در کشور که در ادامه به آن ها اشاره خواهیم کرد، میل به تولیدات داخلی پایین آمده و منجر به ورود این محصولات از خارج گشته است. آیا کشورهای غربی که خود تولید کننده اصلی این مواد می باشند، بازار مصرف این مواد را ندارند ؟ و چرا مصرف این مواد در کشورهای در حال توسعه فزونی گرفته است. کشورهای غربی خو نیز مصرف کننده هستند اما مصرف صحیح و متعادل، آن ها با توجه به شرایط اجتماعی و فرهنگی جوامع خود و بدون فشارهای محیطی و حکومتی آزاد به انتخاب مصرف می باشند و فرهنگ دیگری آن ها را تحت سیطره خود قرار نداده است که بتواند از آن طریق هویت آن ها را عوض نماید. متأسفانه در کشور ایران با توجه به قدمت فرهنگی و زیرساخت های دینی و مذهبی، تهاجم فرهنگی از سوی غرب هویت ملی و ارزش های انسانی را به زیر سلطه خود برده است. این جایگاه برای آن ها به راحتی حاصل نشده است و متأسفانه فرهنگ غرب جایگزین فرهنگ اصیل کشورمان شده است. در این میان نقش تبلیغات در گسترش این فرهنگ بسیار موثر بوده است و افزایش میزان مصرف، نوع مصرف و ... را به خواسته خود به کشورمان القا نموده اند. تا زمانی که میزان مصرف در حد بسیار بالایی باشد و الگوی مصرف نیز رنگ و بوی فرهنگ غربی داشته باشد، نمی توان از ورود این محصولات به صورت غیر قانونی و قاچاق جلوگیری به عمل آورد.

به گزارش از ستاد مبارزه با قاچاق کالا و ارز : تنها از یکی از فرآورده های آرایشی در هر ثانیه ۲۲ عدد در کشور به فروش می رسد. بر اساس آخرین آمار سن آرایش در کشور کاهش یافته و در میان نوجوانان گسترش یافته است . همچنین لوازم آرایشی ویژه از زنان به سمت مردان تمایل پیدا کرده است . بنابر این گزارش بیش از ۶ هزار و ۲۰۰ فرآورده آرایشی و بهداشتی با مارک های معروف وارد کشور می شود و ایران پس از عربستان از رکورد داران مصرف محصولات آرایشی محسوب

می شود. گفتنی است بنابر اعلام گمرک سال گذشته نزدیک به ۹۰ میلیون دلار انواع محصولات آرایشی و بهداشتی وارد کشور شده است که نسبت به سال پیش از آن ۵۶ درصد افزایش نشان می دهد. (ستاد مبارزه با قاچاق کالا و ارز، ۱۳۸۸)

در گذشته تنها محصول بهداشتی در دسترس، صابون های معمولی شست و شوی، خمیر دندان و چند نوع محصول آرایشی ساده بود. اما امروزه بازار تبلیغات غرب انواع لوسیون ها و معجون های عرضه شده در داروخانه ها و ... که حاوی انواع مواد شیمیایی و سمی نظیر نگهدارنده ها، رنگ، مواد ضد میکروب و پاک کننده ها هستند با شعارهایی بسیار زیبا ارائه گشته است و بر خلاف تبلیغات تجاری آن ها، این محصولات بر سلامت انسان، محیط زیست، آب و ... تاثیرات غیر قابل جبرانی می گذارد. بسیاری از مواد رنگی و افزودنی در محصولات آرایشی به دلیل افزودن فلزاتی سنگین مثل سرب با بروز بیماری های عصبی نیز ارتباط مستقیم پیدا می کند. پوست بدن دارای منافذی است که بسیاری از این مواد به تدریج وارد جریان خون شده و انسان را دچار مرگ تدریجی می نماید. پس باید این آگاهی ها از طریق آموزش به وسیله ارتباطات جمعی به شهروندان داده شود که با مصرف صحیح، سلامت انسان، محیط زیست و منابع طبیعی را به خطر نیاندازیم.

امروزه امکان انتقال عوامل بیماری زا توسط لوازم آرایشی یکی از مسایل بهداشتی مورد توجه جامعه است که به علت استفاده گسترده و استاندارد نبودن برخی لوازم آرایشی احتمال انتقال آلودگی و خطرات ناشی از ایجاد عفونت توسط باکتری های مختلف دور از انتظار نیست. (قزوینی، صفدری، ۱۳۸۶، ص ۱۵۹) تماس مستقیم وسایل آرایشی غیراستاندارد و آلوده به باکتری ممکن است معضلات جبران ناپذیری برای شخص مصرف کننده ایجاد نماید. (مورس، ۶۸-۱۹۶۷، ص ۲۷۷)

این مسئله به خصوص در مورد لوازم آرایشی که در اطراف چشم استفاده می شود با اهمیت تر است. (ویلسون، ۱۹۷۷، ص ۱۱۲) از جمله مواد آرایشی مورد استفاده در لبه پلک و بر روی مژه ها، خط چشم و ریمل است که نقش ریمل و خط چشم در عفونت های باکتریایی چشمی حائز اهمیت است. (ویلسون، ۱۹۷۵، ص ۴۶) در صورت بی توجهی مصرف کننده نسبت به نگهداری صحیح، ممکن است آلودگی در لوازم آرایشی ایجاد گردد که در اثر استفاده مجدد باعث انتقال باکتری به چشم خواهد شد.

مشخص شده است که بیش از ۲۸/۹ درصد ریمل ها و ۵/۵ درصد خط چشم ها حتی قبل از مصرف دارای آلودگی بودند. گونه های مختلف باسیلوس ها و استافیلوکوک های کواگولاز منفی بیشترین باکتری های جدا شده از نمونه های قبل از مصرف بوده اند. در این مطالعه هیچ گونه باکتری گرم منفی از نمونه ها جدا نشد. میزان آلودگی در نمونه های استفاده شده نسبتاً زیاد بوده و به خصوص تفاوت معنی داری با میزان آلودگی نمونه ها قبل از مصرف دارد.

بین سطح تحصیلات و وضعیت اجتماعی مصرف کنندگان و میزان آلودگی نیز ارتباط معنی داری وجود داشت، به نحوی که حدود ۸۶ درصد نمونه های مورد استفاده افراد با سطح تحصیلات کارشناسی پس از مصرف نیز فاقد آلودگی بود، در صورتی که این میزان در کاربران دیپلم و زیر دیپلم به ترتیب ۵۰ و ۳۵ درصد بود. بر این اساس کسانی که از سطح تحصیلات کمتری برخوردار بودند، میزان آلودگی لوازم آرایش آن ها در طی مصرف به مراتب بیشتر بود. در این مطالعه ارتباط معنی داری بین سن افراد مصرف کننده و میزان آلودگی وجود نداشت. هم چنین بین خانه دار بودن و شاغل بودن مصرف کنندگان و میزان آلودگی ارتباط معنی داری مشاهده نشد. (قزوینی، صفدری، ۱۳۸۶، ص ۱۶۱)

۴- نقش تبلیغات در گسترش فرهنگ مصرف ایرانی و جلوگیری از ورود محصولات آرایشی بهداشتی به صورت

غیر قانونی (قاچاق)

رسانه ملی در یک کشور می تواند نقش بسیار موثری را در رواج فرهنگ مصرف محصولات تولیدات داخلی اجرا نماید. یکی از مشکلاتی که برای تبلیغات محصولات داخلی وجود دارد هزینه بالا در تبلیغات است. به نقل از بختیار علم بیگی، دبیر انجمن

صنایع آرایشی بهداشتی و شوینده : هزینه تبلیغات در ایران بستگی به عوامل مختلفی مانند زمان پخش دارد، اما در مجموع هزینه تبلیغاتی تلویزیونی در ایران بیش از ۱۰ برابر هزینه تبلیغات در کانال های خارجی و ماهواره ای است. اگر نگاهی گذرا به شبکه های تصویری جهان بیندازیم یکی از بخش هایی که بیشترین تبلیغات روی آن انجام می شود محصولات آرایشی و بهداشتی هستند. این جاست که می توان فهمید، تبلیغات شرکت های بزرگ جهان به ویژه در کشورهای جهان سوم تا چه اندازه موثر بوده است. درحالی که در کشورهای اروپایی و آمریکا به دلیل فرهنگ عمومی جامعه فروش محصولات آرایشی و بهداشتی در حد طبیعی قرار داشته و حتی بعضا با کاهش روبرو می شود، اما در کشورهای در حال توسعه و به ویژه منطقه خاورمیانه و کشورهای اسلامی رشد فروش شرکت های آرایشی طی سال های اخیر خیره کننده بوده است. روند رو به رشد مصرف محصولات و مواد آرایشی در حالی در کشورمان همچنان ادامه دارد که در کنار آن اعمالی مانند جراحی پلاستیک، جراحی بینی، اعمال زیبایی و غیره نیز رشد چشمگیری پیدا کرده است. (هم صدا، ۱۳۸۷)

با بررسی های انجام گرفته و نظرات مسئولین نهاد های دولتی متوجه شدیم که نقش تبلیغات در میزان و الگوی مصرف، تأثیر بسزایی دارد و تا زمانی که میزان مصرف در حد بسیار بالایی باشد و الگوی مصرف نیز گرایش به مصرف خارجی داشته باشد، نمی توان از ورود این محصولات به صورت غیر قانونی و قاچاق جلوگیری به عمل آورد.

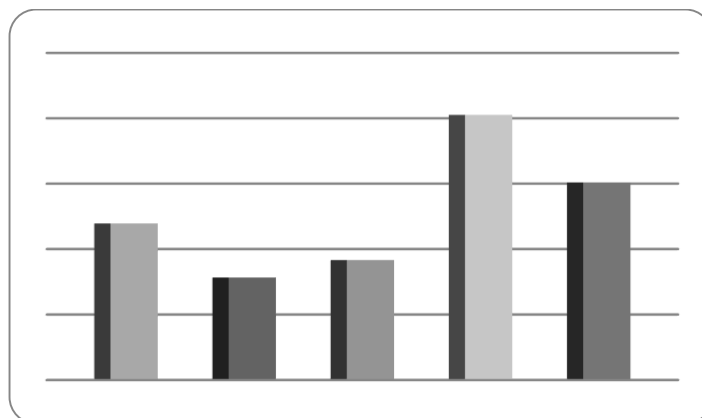
۵- بررسی علل و پیامدهای قاچاق لوازم آرایشی بهداشتی

واردات کالا را می توان یک فعالیت اقتصادی تصور کرد که عوامل تجاری به انگیزه سود و منفعت اقتصادی در آن مشارکت می نمایند. بدیهی است هر عامل تحدید کننده جریان واردات، شرایط مناسب اقتصادی را از وارد کنندگان سلب می نماید و با افزایش هزینه واردات و بنابراین کاهش سود ناشی از واردات شرایط سود آوری را برای عوامل تجاری قانون گریز جهت مشارکت در بازار غیر رسمی واردات یا قاچاق کالا فراهم می نماید.

از این منظر، علل قاچاق را در عوامل تحدید کننده شرایط مناسب جهت واردات رسمی و فراهم کننده شرایط مطلوب جهت واردات غیر رسمی باید جستجو نمود. (مداح، ۱۳۸۷، ص ۳۰۹) این عوامل را با اتکاء به دیدگاه های نظری و مطالعات تجربی انجام شده در زمینه قاچاق لوازم آرایشی بهداشتی به صورت زیر می توان استنتاج نمود :

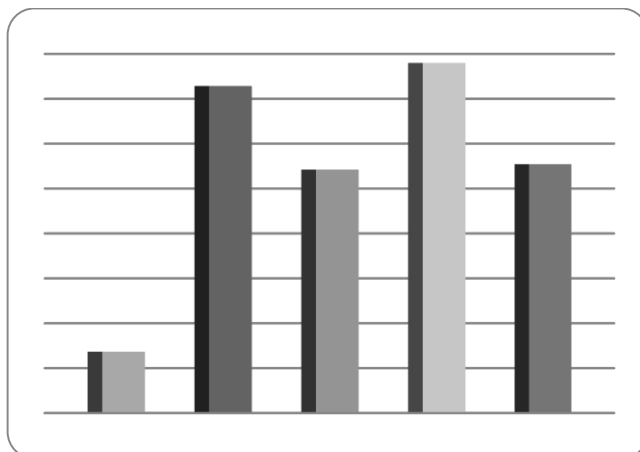
تهاجم فرهنگی ، مالیات بر واردات ، بالا بودن نرخ تولیدات داخلی ، مقررات زاید ، ریسک قاچاق

نمودار ۴- تعداد کشفیات لوازم آرایشی بهداشتی نیروی انتظامی از سال ۱۳۹۳ تا ۱۳۹۵



(منبع : معاونت آمار و اطلاعات ستاد مرکزی مبارزه با قاچاق کالا و ارز)

نمودار ۵- ارزش ریالی کشفیات لوازم آرایشی بهداشتی نیروی انتظامی از سال ۱۳۹۳ تا ۱۳۹۵



(منبع : معاونت آمار و اطلاعات ستاد مرکزی مبارزه با قاچاق کالا و ارز)

بیشترین تعداد کشفیات نیروی انتظامی در استان بوشهر در دوره های آماری مربوط به سال ۱۳۹۵ به تعداد ۲۰۲۵۹۴۱۴ و بالاترین ارزش ریالی کشفیات این محصولات نیز در همین سال و به ارزش ۷۷۹۷۳۲۶۷۰۰۰۰ ریال بوده است. کمترین تعداد کشفیات مربوط به سال ۱۳۹۵ و به تعداد ۷۸۲۸۶۶۸ و پایین ترین ارزش ریالی کشفیات در سال های آماری مربوط به سال ۱۳۹۵ به میزان ۱۳۶۵۴۵۱۰۱۷۰۳ ریال بوده است. نکته قابل توجه در آمارهای فوق، این است که با توجه به این که سال ۱۳۸۶ کمترین تعداد کشفیات را داشته است اما سال ۱۳۹۵، پایین ترین ارزش را به خود اختصاص داده است و این نشان می دهد که علی رغم ازدیاد تعداد اجناس قاچاق در این سال، اما ارزش ریالی آن ها به شدت کاهش یافته است. تولیدکنندگان با توجه به این ریسک یا در فرآیند تولید شرکت نمی کنند یا در صورت ورود آگاهانه، بازگشت سرمایه بالاتری را در زمان کوتاه تر طلب می کند، دولت هم در برنامه ریزی تولیدی با همین مشکل روبه رو است. (وطن پور، ۱۳۸۷، ص ۷)

نتیجه گیری و پیشنهادات :

در این قسمت با توجه به بررسی های انجام شده در زمینه های اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی قاچاق محصولات آرایشی بهداشتی، راهکارهایی در زمینه های فوق ارائه خواهد شد. کالاهای آرایشی بهداشتی قاچاق هم به دلیل کم حجم بودن و هم ریسک پایین آن ها به شکل انبوه تقریباً بازار کشور را به تصرف درآورده است و تولید داخلی را به خطر انداخته است و مصرف این مواد قاچاقی علاوه بر رکود صنعت مشابه داخلی، سلامت جامعه را نیز دچار خطر کرده است. بر اساس سخنان مدیر عامل تعاونی تولید کنندگان مواد آرایشی و شوینده بهداشتی در ۱۳۹۵/۶/۱، لوازم آرایشی قاچاق ۸ برابر قیمت اصلی و بدون نظارت بهداشتی به فروش می رسد و ۸۵ درصد بازار مصرف لوازم آرایشی بهداشتی شهرهای کلان در اختیار اجناس وارداتی و عمدتاً قاچاق است که اکثر این اقلام از کنترل وزارت بهداشت هم عبور نکرده است و ۵۰ تا ۹۰ درصد محصولات موجود قاچاق، تقلبی هستند، که این آمارها از وضعیت ناامید کننده تولیدات لوازم آرایشی بهداشتی داخلی خبر می دهد.

اقتصاد و صنایع وابسته به زیبایی امروزه کاملاً جایگاه خود را در کشورهای پیشرفته باز کرده و غول های صنایع آرایشی و بهداشتی جهان نیز با توجه به نیاز مشتریان خود و سلیقه آنها روز به روز محصولات جدیدی را روانه بازار می کنند. آنچه مسلم است واردات این محصولات از کشورهای اروپایی و آسیایی به تقاضا مصرف کننده بستگی دارد. در ایران معروف ترین لوازم آرایشی بهداشتی بویژه عطریات و مواد خوشبو کننده متعلق به کشور فرانسه است و سایر لوازم مرغوب و نا مرغوب موجود در بازارهای کشور متعلق به چین، ژاپن، کره، انگلستان، سوریه و ترکیه است. در واقع در فضایی که صنایع داخلی توان چندانی برای رقابت با غول های صنعتی جهان ندارند باید انتظار داشت که بازار داخلی تمام و کمال در خدمت محصولات خارجی و وارداتی قرار بگیرد. در این زمینه می توان پیشنهادهایی را ارائه داد :

- ✓ حمایت دولت از تولیدات داخلی و تقویت انگیزه تولیدکنندگان داخلی
 - ✓ فراهم نمودن بسترهای مناسب و کارآمد برای افزایش ظرفیت اشتغال زایی اقتصادی کشور
 - ✓ تشویق به استفاده از تکنولوژی در بین تولیدکنندگان داخلی و تولید متناسب با میل مصرف کنندگان
 - ✓ جلوگیری از رانت خواری و فساد اداری
 - ✓ اجرای ضوابط فنی و بهداشتی اداره کل نظارت بر مواد آرایشی بهداشتی
 - ✓ برنامه ریزی صحیح و مدون برای نوجوانان و جوانان در گذراندن اوقات فراغت
 - ✓ استفاده از روش های آموزش مسایل دینی و مذهبی در جذب جوانان
 - ✓ آگاه نمودن والدین در برخورد رفتاری با نوجوانان و جوانان
 - ✓ رواج فرهنگ صحیح در میزان و الگوی مصرف مناسب بین مردم
 - ✓ ایجاد رقابت سالم بین تولیدکنندگان داخلی و خارجی
 - ✓ معرفی مضرات پیروی از الگوی مصرف غربی و معرفی مصرف صحیح این محصولات در داخل این کشورها
 - ✓ آگاه نمودن مردم از مضرات محصولات ناسالم بهداشتی و آرایشی غیراستاندارد
 - ✓ ایجاد انگیزه پژوهش در زمینه مصرف لوازم آرایشی بهداشتی غیر مجاز و پیامدهای مصرف آن
- این امر نیاز به پشتکار و عزم استوار همه اقشار جامعه دارد و امید داریم این تحقیق گامی کوچک در جهت بررسی قاچاق مواد آرایشی بهداشتی باشد و این بررسی ها به صورت ریشه ای ادامه یابد و در جهت ریشه کن کردن این معضل کوشا باشیم.

منابع

الف) فارسی

- ۱- اسفندیاری، علی اصغر، جمال منش، آرش، پاییز ۱۳۸۱، اقتصاد زیر زمینی و تاثیر آن بر اقتصاد ملی، پژوهشکده اقتصادی وزارت اقتصاد، سال دوم، شماره ۳
- ۲- اقتصاد پنهان، بهمن و اسفند ۱۳۸۷، دوماهنامه پژوهشی تحلیلی ستاد مبارزه با قاچاق کالا و ارز، شماره پنجم
- ۳- عبدالحمیدی، امیر، ۱۳۸۴، مطالعه و بررسی عوامل اجتماعی موثر بر قاچاق کالا در ایران، پایان نامه کارشناسی ارشد جامعه شناسی، دانشگاه آزاد، واحد علوم و تحقیقات
- ۴- فصلنامه دانش انتظامی، تابستان و پاییز ۱۳۷۹، شماره ۲ و ۳
- ۵- مداح، مجید، ۱۳۸۴، بررسی اقتصادی قاچاق در ایران، پایان نامه دکتری دانشگاه علامه طباطبایی
- ۶- مداح، مجید، ۱۳۸۷، علل و پیامدهای اقتصادی قاچاق کالا در ایران و راه های رویارویی با آن، فصلنامه اطلاعات سیاسی اقتصادی، شماره ۲۵۴-۲۵۳
- ۷- مقدسی، علیرضا، ۱۳۸۰، بررسی ابعاد قاچاق کالا و ارائه راهکارهایی جهت هدایت آن به مسیرهای اقتصادی کشور، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد تهران مرکزی
- ۶- وطن پور، علیرضا، فروردین و اردیبهشت ۱۳۸۷، قاچاق کالا و تاثیر آن بر اقتصاد ملی، فصلنامه بررسی های بازرگانی، شماره ۲۸
- ۱۶- ویلسون، ۱۹۷۵، ص ۴۶

ب) غیر فارسی

- 1- Avant , Deborah (2007). NGO , corporation and security Transformation in Africa. international relations , vol . 21 (2) , 143 – 146.
- 2- Frumhling , H , (2007). the impact of international models of policing in latin America :the case of community policing .police practice and research ,volume 8 , issue 2 .
- 3- Hughes , G , Michael Rowe .(2007) . neighborhood policing and community safety : researching the instabilities of the local governance of crime , disorder and searity in contempory uk . criminology and criminal justice , vol . 7 .
- 4- International center for the prevention of crime (icpc)(1995) .urban policies and crime prevention , paper presented to de ninth UN congress for the prevention of crime , cairo.
- 5- Kaarianen , jaha , t ,(2007). trust in the police in European countries ,europian countries , europian society of criminology ,vol , 4 , 409-434 .
- 6- Kelling G (1987). “acquiring a taste for order : the community and police . ” crime & delinquency .
- 7- Nsibambi , Apolo (1991). resistance councils and committees :a case study from makere in H . B . Hansen and m . Twaddle , changing Uganda , eastern African studies . kampala .

8- Scott , J , D (2002). assessing the relation ship between police – community co production justice , vol . 18 . no 2 .

9- Smith . k . (1998). participation without power : subterfuge or development , in community development journal , vol 33. No 3 . july .

10- Terpstra , j , (2008). police, local government , and citizen as participants in local security networks . police practice and research , volume 9 , issue 3 , july .

11- Vanderschueren, farnaz. (٢٠٠٧). from violence to justice and security in cities. environment and urbanization , vol 8 , no 1 , april .

12- Vejnovic , D , Velibor , l , (2005) , community policing in a changing world . a case study of bsnia and Herzegovina , police practice and research , volume 6 , issue 4 .

13- Vitra , sirpa , (2008) , soft power and public participation in policing , the annual metting of the American society of criminology , royal York . Toronto.

14- Vourch , c . & M marcus (1993) . security and democracy , paper for the European forum for urban safety . no 3