



در اسفندماه ۱۳۷۳ نخستین فروشگاه زنجیره ای ایجاد شده پس از انقلاب با حضور مقام ها و مسئولان بلند پایه سیاسی کشور گشایش یافت. در مراسم افتتاحیه این فروشگاه که با سرمایه گذاری شرکت شهروند - متعلق به شهرداری تهران - راه اندازی شده است، علاوه بر مسئولان شهرداری، آقای هاشمی رفسنجانی نیز حضور داشت. حضور بالاترین مقام اجرایی کشور در مراسم افتتاح یک فروشگاه و پس از آن، حضور بلندپایگان سیاسی در مراسم افتتاح سایر فروشگاه هایی از این دست، حاکی از انتظارات بالا و اهمیتی است که تأسیس این مراکز برای مسئولان اجرایی کشور دارد. آقای هاشمی در مراسم بهره برداری از نخستین فروشگاه زنجیره ای رفاه، ایجاد آن ها را «حرکتی اساسی و ضروری» خواند که «جای آن در نظام توزیع کشور خالی بود»<sup>۱</sup>. افتتاح دیگر فروشگاه های رفاه و شهروند در فاصله ای کوتاه، از مصمم بودن دولت در پیروی از برنامه اعلام شده ساخت یک هزار فروشگاه زنجیره ای در سطح کشور، حکایت دارد.

نطق آقای هاشمی در روز افتتاحیه و نیز عکس العمل های شدیدی که نسبت به تأسیس اولین فروشگاه زنجیره ای نشان داده شد، آشکار ساخت که تأثیر این مراکز فروش بر شبکه توزیع کشور مهم ترین جنبه اجتماعی تأسیس آنها خواهد بود. در واقع، از همان ابتدای نیمه دوم سال ۷۳ که بحث ایجاد فروشگاه های زنجیره ای به مطبوعات کشیده شد، شاهد واکنش های شدیدی نسبت به این برنامه بودیم. واکنش های منفی که ابتدا به صورت شک در مورد لزوم تأسیس این مراکز فروش و نقش مثبت

آنها در پایین آوردن قیمت کالاهاى مصرفى آغاز گشت و به ارزیابى‌هاى سیاسى از هدفى که این فروشگاه‌ها دنبال مى‌کنند، کشیده شد.

در مخالفت با لزوم تأسیس فروشگاه‌هاى زنجیره‌ای به استدلال‌هاى مختلفی برخورد مى‌کنیم: یکى استدلال کسانى است که تأسیس این مراکز فروش را مترادف با از بین رفتن کسبه خرده‌پا مى‌دانند و دیگر گفته کسانى که دخالت دولت در شبکه توزیع را به حال کشور مفید نمى‌دانند و سرانجام حرف کسانى که در لزوم تأسیس آنها و تأثیرشان بر ثبات و پایین نگاه داشتن قیمت‌ها شک دارند.

مجموعه‌ای از این استدلال‌ها را مى‌توان در اطلاعیه‌ای که پیش از گشایش اولین فروشگاه از طرف مهم‌ترین ذینفع در مسئله، یعنی جامعه انجمن‌هاى اسلامى بازار و اصناف تهران منتشر شد، مشاهده کرد. جامعه انجمن‌هاى اسلامى بازار و اصناف تهران ضمن ابراز نگرانی از هزینه‌هاى ایجاد این فروشگاه‌ها، این عمل را مغایر با «وظیفه دولت که ساماندهی وضعیت توزیع با کمترین هزینه» است، ارزیابى و یادآور شد که «مسئله اجرای طرح مورد نظر در اولین مرحله خود و در کوتاه مدت ... باعث از بین رفتن تعداد زیادى از کسبه خرده‌پا و جزء که با سرمایه اندک و ناچیزی مخارج خانواده خود و احتمالاً یک یا دو خانواده کارکنان خود را با اشتغال به مشاغل کوچک خدماتی و یا تولیدی تأمین مى‌کنند مى‌گردد و بالطبع این افراد نیز از حداقل شغل و امنیت اقتصادى که برخوردار هستند، محروم شده و قاعدتاً برای ارتزاق خود باید به واسطه‌گرى و دلالتی بپردازند»<sup>۲</sup>. در عین حال، اطلاعیه مزبور یادآور این مسئله شد که «هدف از ایجاد فروشگاه‌هاى زنجیره‌ای در اواسط دهه چهل و اوایل پنجاه، اضمحلال سیستم سنتى توزیع بوده است. همین یادآوری نشان مى‌داد که بحث فقط بر سر دفاع از فروشندگان «جزء و خرده‌پا» نیست و مقایسه برنامه نامبرده با برنامه‌هاى حکومت پیشین، از وجود نگرانی شدید نزد صاحبان شبکه سنتى توزیع حکایت مى‌کرد.

در پاسخ به مشکلی که ایجاد فروشگاه‌هاى زنجیره‌ای مى‌تواند برای فروشندگان خرده‌پا ایجاد کند، موافقین تأسیس یادآور شدند که «خود این طرح مى‌تواند انگیزه مشارکت اصناف را به عنوان سرمایه‌گذاران عمده فروشگاه‌ها فراهم سازد»<sup>۳</sup>. دیگران گفتند که «انتظار مى‌رود با ایجاد فروشگاه‌هاى زنجیره‌ای جدید، حداقل یک میلیون نفر به جمعیت سهامدار کشور اضافه گردد و از این طریق فرهنگ سهامداری نیز در کشور به سرعت رشد کند»<sup>۴</sup>. پیش از آنکه استدلال‌ها بیشتر جنبه سیاسى پیدا کند، مخالفان سعی کردند جوانب مختلف اقتصادى موضوع را که به نظرشان منفى بود یادآور شوند. موحى ساوجى، نماینده مردم تهران در مجلس چهارم بر این نظر بود که با توجه به این مسئله که «فروشگاه‌هاى زنجیره‌ای [مى‌بایست] ۲۰٪ سود به سرمایه‌گذاران پرداخت کنند... لذا ناچار خواهند شد اجناس خود را حداقل با ۵۰٪ سود... بفروشند... بنابراین... در توزیع کالا به صورت ارزان توفیقى نخواهند داشت»<sup>۵</sup>. رئیس اتحادیه بانکداران مواد غذایی بر این عقیده بود که «سرمایه‌گذاری کلان دولت در این زمینه... تورم را در جامعه افزایش خواهد داد»<sup>۶</sup>. در مقابل این

انتقادهای، موافقان تأسیس که عمدتاً از مجریان دولت بودند استدلال کردند که «ستاد تنظیم بازار با بررسی‌های انجام شده، به این نتیجه رسیده است که یکی از دلایل گرانفروشی، نبود شبکه مناسب توزیع است و این فروشگاه‌ها این مشکل را برطرف می‌سازند و مردم با قیمت مناسب و مطمئن‌تری خرید خواهند کرد»<sup>۷</sup>. وزیر دادگستری نیز به جمع موافقان تأسیس پیوست و یادآور شد: «کنترل و نظارت در بخش تولید و توزیع خرده‌فروشی به خوبی انجام می‌شود و مشکل عمده در بخش کنترل واسطه‌ها و شبکه‌های کلان توزیع است. بنابراین اگر شبکه توزیع سامان یابد، نابسامانی در کمبود و افزایش سریع قیمت‌ها برطرف خواهد شد؛ و ایجاد فروشگاه‌های زنجیره‌ای یکی از قدم‌های مهم در این زمینه محسوب می‌شود»<sup>۸</sup>.

با توجه به اینکه استدلال‌های فنی مخالفان بی‌حاصل می‌نمود و نیز با توجه به اینکه علیرغم مخالفت‌های آشکار بسیاری از نمایندگان مجلس و نیز منتقدین، شهرداری و دولت به فعالیت خود برای تأسیس این مراکز ادامه می‌دادند، لحن مخالفان بیش از پیش سیاسی شد. گفته شد که «یکی از مواردی که احتمال بروز آن می‌رود، اعطای امتیازات و انحصارات خاص به برخی افراد یا دستگاه‌ها برای ایجاد فروشگاه‌های جدید زنجیره‌ای است»<sup>۹</sup>. جامعه اصناف، از بین رفتن «کسبه جزء و خرده‌پا که همواره پشتیبانی خود را از هر نظر نسبت به نظام جمهوری اسلامی در مقاطع مختلف به اثبات رسانیده‌اند»<sup>۱۰</sup> را به نفع حکومت نمی‌دانست. اما روشن‌ترین انتقاد از جانب اسدالله بادامچیان مطرح شد و آشکار ساخت که برنامه تأسیس فروشگاه‌های زنجیره‌ای دارای مخالفان واقعاً جدی و پروپاقرص در میان نیروهای فعال اجتماعی-اقتصادی کشور است. بادامچیان، برنامه تأسیس فروشگاه‌های زنجیره‌ای را «بار سنگینی به دوش دولت» دانست و یادآور شد که این برنامه «با سیاست کلی دولت



کریمه آقای هاشمی و برنامه پنجساله دوم که کم کردن حجم دولت و گسترش مشارکت مردمی است، به کلی مغایرت دارد. آنجا که جامعه انجمن های اسلامی بازار و اصناف تهران تنها به اشاره ای در مورد مشابهت این برنامه دولت با دولت پیش از انقلاب اکتفا کرده بود، اسدالله بادامچیان به روشنی به این مقایسه دست زد: «سابقه تأسیس این نوع فروشگاه ها به دوران قبل از پیروزی انقلاب برمی گردد که با انگیزه های مختلف تأسیس شده اند. اولین آنها فروشگاه فردوسی بود که در سال ۱۳۳۶ ایجاد گردید و من به خوبی یادم هست که در آن زمان می گفتند رژیم طاغوت برای انتقام گیری از بازار که حامیان جدی نهضت ملی شدن صنعت نفت بودند، آن را راه انداخته است و شایع کرده بودند که به زودی اثری از بازار و بازاری نخواهد ماند تا جرأت کند طولانی ترین مقاومت را پس از کودتای ۲۸ مرداد انگلیسی آمریکایی داشته باشد. البته واقعیت این بود که طاغوت می خواست اهرمی در مقابل بازار ملی - اسلامی داشته باشد و اگر بتواند این پایگاه مبارزه ضد استعماری را تضعیف کند»<sup>۱۱</sup>.

نوشته بادامچیان بدون پاسخ نماند و کسانی که به نام در مقام پاسخ گویی برآمدند، سعی کردند در عین رعایت جوانب احتیاط یادآور شوند که «چون ساختار اساسی شبکه توزیع در جامعه ما سنتی است، ما در پیش از انقلاب نیز تجربه ای محدود در مورد فروشگاه های بزرگ و زنجیره ای داشتیم. در واقع گسترش فروشگاه های بزرگ با بازار سنتی تعارضی ذاتی دارد. زیرا در صورت وجود این فروشگاه ها، بخش سنتی دیگر نمی تواند مانند گذشته فعالیت داشته باشد و طبیعی است باید تا حدودی جمع و جور حرکت کند»<sup>۱۲</sup>. اما پاسخ ها همیشه تا به این حد راعی جوانب سیاسی مسئله نبودند و **همشهری** در روز دوشنبه ۱۰ دی ۱۳۷۳ گزارشی را با عنوان «فروپاشی شبکه سنتی توزیع» منتشر کرد که با خواندن آن روشن می شود که نگرانی بازار و بازاریان و عکس العمل شدیدشان بی جهت نبوده است. گزارشگر **همشهری** می نویسد: «هم اینک در بخش توزیع که بیمارگونه ترین زیرمجموعه بخش خدمات به شمار می رود آشوبی بیاست. شماری از کارگزاران این بخش برای آن که روند سامان گیری بازار را هر چه بیشتر مخدوش سازند، بر ضریب قیمت ها می افزایند و با احتکار کالاهای اساسی می کوشند قدرت اقتصادی خود را فراتر از میزان نقدینگی خود نشان دهند. در همین حال برخی از اندیشه پردازان بازار، با طرح شعار سطحی «دولت تاجر خوبی نیست» سعی آنکه بگویند کدام دولت تاجر خوبی نیست - برآند که از پی ریزی فروشگاه های زنجیره ای پیشگیری کنند. آنها استدلال می آورند که دولت بهتر است هزینه های سنگین تأسیس این هزار فروشگاه را به کارهایی اساسی تر اختصاص دهد و بگذارد غارتگرانی که در کسوت «کاسب» پیشه ظاهر شده اند، هر چه می خواهند انجام دهند...»<sup>۱۳</sup>. گزارشگر **همشهری** سپس با اطمینان از لزوم پیگیری سیاست تأسیس فروشگاه ها و توجه مسلم مردم به آنها می افزاید «گرایش مردم به فروشگاه ها و سوپرمارکت های بزرگ که همه کالاهای مصرفی آنان را یک جا عرضه می کنند و از اتلاف وقت و سرگشتگی شهروندان می کاهند، ریشه در نابسامانی های شبکه سنتی دارد؛ شبکه ای که از هم اینک، زمزمه فروپاشی آن به گوش

می‌آید.<sup>۱۴</sup>

در واقع با توجه به نیازهای کشور، شدت واکنش جامعه اصناف و گروه‌های نزدیک به آن در قبال فروشگاه‌های زنجیره‌ای قابل درک نیست. در واقع نیز نگاهی به ارقام مربوط به خرده‌فروشی در ایران با مقایسه با سایر کشورهای جهان، حاکی از این امر است که این بخش از مدار توزیع کالا در ایران از پراکندگی بالایی برخوردار است. تراکم واحدهای خرده‌فروشی در ژاپن به ازای هر هزار نفر ۱۴/۵ مغازه، آمریکا ۸/۵، آلمان ۶/۶ و انگلستان ۶/۲ مغازه می‌باشد. این در حالی است که در ایران که از تکنولوژی پایین‌تر و تولید کمتری برخوردار است، تراکم واحدهای صنفی به بالای ۲۰ واحد برای هر هزار نفر بالغ می‌شود.<sup>۱۵</sup> با توجه به مشکلات ناشی از پخش مواد مصرفی و بخصوص غذایی به واحدهای کوچک صنفی، روشن است که قیمت اجناس با پراکندگی واحدهای فروش رابطه مستقیم دارد. علاوه بر این، پراکندگی این واحدها کار نظارت بر قیمت‌ها و کیفیت اجناس را بسیار مشکل می‌کند. این پراکندگی زمینه مساعدی است برای احتکار، بی‌ثباتی در عرضه کالا و در نتیجه تورم فزاینده.

در فاصله سی سال آینده، شبکه شهری کشور علاوه بر تک شهرهای کوچک و بزرگ، دارای چندین کلان‌شهر و منطقه شهری بسیار پر جمعیت خواهد بود. جمعیت منطقه شهری تهران بالغ بر ۱۵ میلیون نفر و مشهد ۶ میلیون نفر خواهد شد. همین ارقام در مورد اصفهان، شیراز و قم به ترتیب معادل ۴ و ۳ و ۲/۵ میلیون نفر خواهد بود.<sup>۱۶</sup> این گستردگی روزافزون با توجه به ارقام ارائه شده در مورد پراکندگی خرده‌فروشی در ایران، دورنمای ناخوشایندی از وضعیت شهرنشینی را در آینده ترسیم می‌کند.



ارقام فوق تأسیس مراکز فروشی همچون فروشگاه‌های زنجیره‌ای را که با هدف «حذف واسطه‌های متعدد، جلوگیری از توسعه بی‌رویه واحدهای تجاری، بهبود نسبی ترافیک شهری، حذف مسافرت‌های درون شهری غیر ضروری، امکان ارائه کالا و خدمات در طول شبانه‌روز، کاهش گردش نقدینگی در بین مردم با استفاده از کارت اعتباری، یکسان شدن قیمت‌ها، صرفه‌جویی در وقت و کاهش آلودگی هوا و...»<sup>۱۷</sup> تأسیس شدند، موجه می‌سازد.

با توجه به ارقام فوق، نیاز کشور به شبکه مدرن فروش کالا قابل چشم‌پوشی نیست. ولی پرسش اساسی این است که چرا مخالفان تا به این حد در مقابل یک چنین برنامه‌ای از خود حساسیت نشان دادند؟ دلیل این امر مطمئناً این نبود که آنها حرف دولت مبنی بر «تحول در بافت کالبدی و سیمای شهر...» بویژه درباره مسائلی همچون ترافیک<sup>۱۸</sup> را نمی‌پذیرفتند و یا اینکه ادعای استفاده از اهرم فروشگاه‌های زنجیره‌ای را «برای شکل دادن به برنامه‌ها و سیاست تقسیمات شهری»<sup>۱۹</sup>، گراف می‌شمردند. بلکه به این دلیل بود که تأسیس فروشگاه‌های زنجیره‌ای را ابزاری برای دخالت وسیع دولت در امر توزیع کالا و در نتیجه از کف دادن اقتدار اقتصادی و سیاسی خود می‌بینند. ارزیابی‌ای که همانطور که دیدیم و با توجه به موضع‌گیری‌ها و سخنان عوامل اجرایی کشور دور از واقع نیز نبود. وزیر اقتصاد و دارایی علناً اعلام نمود که «در طول برنامه پنجساله اول دولت در شبکه توزیع دخالت نداشت و حال که تولیدات به ثمر رسیده است در برنامه دوم، شبکه توزیع اصلاح می‌شود...» و در راستای همین سیاست، کالاها از تولید تا فروشگاه‌ها بدون حضور واسطه‌ها و با ۲۰ تا ۳۰٪ پایین‌تر از قیمت عرضه شده در سایر مغازه‌ها و بازار به دست مردم خواهد رسید<sup>۲۰</sup>. رئیس بانک مرکزی حتی نقشی کلیدی تر برای این فروشگاه‌ها قابل بود و آنها را «نمونه‌ای از ابزار پولی دولت...» که در بازار سرمایه کشور به کار گرفته خواهد شد<sup>۲۱</sup> به شمار آورد. و سرانجام اهمیت سیاسی به دست آوردن یک چنین اهرمی بدین صورت بازگو شد: «دولت برای آنکه بتواند بین بخش‌های تعاونی، دولتی و خصوصی تعادل برقرار کند، نیاز به ابزار قوی دارد. یکی از ابزارهای دولت به عنوان نظام، بخش دولتی قوی برای توزیع است که در حال حاضر نیز همین طرح ایجاد هزار فروشگاه زنجیره‌ای را در دست اجرا دارد. بدین ترتیب اگر فروشگاه‌های بزرگ نیز خواستند حالت نیمه انحصاری پیدا کنند یا حتی اختلالات سیاسی ایجاد کنند، دولت می‌تواند با شبکه سالم خودش بازار را تعدیل کند»<sup>۲۲</sup>.

بدین ترتیب آشکار شد که برنامه تأسیس فروشگاه‌های زنجیره‌ای که برآمده از نیاز جامعه مدرن شهری بود برای دولت به منزله اهرمی اساسی جهت کنترل شبکه توزیع و قیمت‌ها یعنی یکی از مهمترین عوامل تضمین آرامش اجتماعی به حساب می‌آمد. دولت رفته رفته به نقش خود مبنی بر حفاظت از آرامش اجتماعی پی برده بود و نمی‌توانست اجازه دهد که یک گروه بتواند با حفظ انحصار خود بر توزیع کالا، اسباب ناامنی اقتصادی و در نتیجه سیاسی را در جامعه به دست آورد و بدین ترتیب حرف خود را در لحظات حساس به کرسی بنشاند. شبکه سنتی توزیع آماده از کف دادن این انحصار و

## فروشگاه‌ها برای دولت به منزله اهرمی جهت کنترل توزیع و

اقتدار سیاسی ناشی از آن، نبود. هم از این روست عکس‌العملش شدید و تند او.

با این همه دولت به کار خود ادامه داد و برنامه تأسیس فروشگاه‌های زنجیره‌ای بدون وقفه پی گرفته شد. در عین حال به دلیل جلب امکانات مالی وسیع‌تر و همچنین به احتمال قوی برای مقابله با استدلال کسانی که ایجاد این فروشگاه‌ها را خارج شدن انحصار توزیع از دست گروهی و به دست گرفتن آن توسط دولت می‌شمردند، تغییری در برنامه اولیه پیش آمد و نزدیک به زمان بهره‌برداری از فروشگاه شهرداری تهران در پارکینگ بیهقی بود که مسئله ایجاد فروشگاه‌های زنجیره‌ای جدای از شهرداری تهران و با مشارکت مردمی مطرح شد.<sup>۲۳</sup> بدین ترتیب، وظیفه تأسیس و اداره امور فروشگاه‌های زنجیره‌ای تابع دو شرکت شد، یکی شهروند و دیگری رفاه. سهام شرکت شهروند که تابع قانون تجارت است به شهرداری تهران تعلق دارد و به همین دلیل شرکت سهامی خاص است. اما فروشگاه‌های رفاه به صورت سهامی عام که فقط ۳۵٪ آن مستقیماً و یا به طور غیر مستقیم دولتی است، تأسیس گشتند. بدین ترتیب امکان غیر دولتی شدن این فروشگاه‌ها میسر شد. من بعد، عموم مردم و از جمله صاحبان شبکه سنتی توزیع کالا در کشور می‌توانستند با خرید سهام شرکت رفاه در اداره آن سهیم گردند. این موقعیت جدید می‌توانست از نگرانی متولیان شبکه سنتی توزیع بکاهد. در واقع با توجه به امکانات مالی این بخش از جامعه، آنان می‌توانستند به آسانی به سهامداران اصلی این شرکت‌ها تبدیل شوند، هر چند که با حفظ «حق اداره» این فروشگاه‌ها به مدت ۵ سال، برای خویش، دولت همچنان متولی اصلی این فروشگاه‌ها باقی ماند.

با عمومی کردن مالکیت فروشگاه‌های رفاه، دولت مهمترین حربه مخالفت بازار را خنثی کرد، در عین حال با حفظ مدیریت خود به مدت ۵ سال همچنان اقتدار خویش را بر این شرکت حفظ کرد. با توجه به پیشینه شرکت‌هایی که تأسیس و اداره آنها مدتی بر عهده دولت است، این نگرانی باقی ماند که سایه دولت حتی پس از گذشت ۵ سال نیز بر سر این فروشگاه‌ها سنگینی کند و فروشگاه‌های رفاه پس از گذشت این مدت نیز همچنان به منزله اهرمی در دست دولت باقی بماند. اهرمی برای شکستن انحصار توزیع کالا و در نتیجه کنترل قیمت‌ها. بدین ترتیب و با توجه به اینکه واگذاری اکثر سهام شرکت رفاه به مردم آخرین قدمی بود که دولت در جهت رضایت مخالفان برداشت، برای این افراد مسلم شد که برای حفاظت انحصار خویش بر شبکه توزیع کالا راه دیگری را باید پیش گیرند. راهی که با نزدیک شدن انتخابات پنجمین دوره مجلس شورای اسلامی به نظر میسر می‌آمد. حال که دولت همچون رقیب مصمم بازار در زمینه توزیع کالا قدم علم کرده بود، راهی جز آن باقی نمی‌ماند که برای عقب راندن دولت، حریف خود دولت را در دست گیرد. گروه اکثریت مجلس پنجم که پیش از این نیز پشتیبانی خود را از صاحبان شبکه سنتی توزیع کالا در کشور نشان داده بود، با تجربه فروشگاه‌های رفاه در لزوم به دست گرفتن انحصار قدرت سیاسی مصمم تر گشت. از این رو می‌توان حدس زد که با پیروزی این جناح در انتخابات مجلس پنجم، آتیه فروشگاه‌های زنجیره‌ای متزلزل خواهد شد؛ مگر

آنکه بپذیریم که ضرورت اجتماعی بر ارادهٔ سیاسی غلبه خواهد کرد.

\*\*\*\*\*

برنامهٔ تأسیس فروشگاه‌های زنجیره‌ای، یعنی مدرن کردن شبکهٔ توزیع کشور ضرورتی بود که برای انجام آن دولت خود رأساً قدم پیش گذاشت. در عین حال روشن بود که این برنامه ابزار سیاسی ای خواهد بود در دست گروهی که بتواند ادارهٔ این فروشگاه‌ها را در اختیار بگیرد. دولت می‌توانست با واگذاری تمامی سهام این شرکت به مردم و تعیین سقفی برای خرید سهام، این شرکت را به ابزاری مردمی برای کنترل قیمت‌ها تبدیل کند. اگر چه دولت در پی فشار توزیع‌کنندگان سنتی از برنامهٔ اولیهٔ خود تا حدی عقب نشست، اما از مردمی کردن کامل این برنامه نیز سر باز زد. توزیع‌کنندگان سنتی نیز می‌توانستند با مشارکت وسیع در این برنامهٔ مدرن و ضروری برای کشور، هم در وضعیت سنتی خویش تغییر دهند و هم از نگرانی‌های خود بکاهند و منفعت خویش را در سرمایه‌گذاری در شبکهٔ مدرن توزیع جستجو کنند. منفعتی که از گردش سریع سرمایه با سود نازل حاصل می‌شود و نه از طریق سودی کلان به واسطهٔ کمبود ناپهنگام کالا. ولی در این رودرروی هر یک از طرفین ترجیح دادند مشکل را نه از طریق مردمی بلکه از بالا یعنی از طریق قدرت دولتی، به نفع خویش حل کنند.

مکتوب

#### یادداشت‌ها

- ۱- رسالت، شنبه ۱۳ اسفند ۱۳۷۳.
- ۲- اطلاعیهٔ جامعهٔ انجمن‌های اسلامی بازار و اصناف تهران، به نقل از رسالت، اول دی ۱۳۷۳
- ۳- محمدعلی اکباتانی، رسالت، ۸ آذر ۷۳ (مقالهٔ وارده)
- ۴- مصاحبه با رجایی سلماسی، رسالت، ۱۹ دی ۷۳
- ۵- مصاحبه با موحدی ساوجی، رسالت، ۱۹ آذر ۷۳
- ۶- مصاحبه با قائم‌مقامی، رسالت، ۲۴ دی ۷۳
- ۷- مصاحبه با غلامرضا فروزش، وزیر جهاد سازندگی، همشهری، ۱۳ اسفند ۷۳.
- ۸- مصاحبه با آقای شوشتری، وزیر دادگستری، همشهری، ۱۳ اسفند ۷۳.
- ۹- عباس درویش توانگر، سرمقالهٔ رسالت، ۸ دی ۷۳
- ۱۰- اطلاعیهٔ جامعهٔ ...، رسالت، ۷۳/۱۰/۱
- ۱۱- اسدالله بادامچیان، رسالت، ۲۸ آذر ۷۳
- ۱۲- مهدی طالب، همشهری، ۱۰ بهمن ۱۳۷۳
- ۱۳- «فروپاشی شبکهٔ سنتی توزیع»، همشهری ۱۰ بهمن ۱۳۷۳



۱۴- همان

۱۵- عباس درویش توانگر، رسالت، ۷ دی ۷۳

۱۶- ابوالفتح سیانلو، «الگوی توسعه و نظام شهری»، کتاب توسعه، شماره ۸، ص ۲۵

۱۷- پروشور تبلیغاتی شرکت شهروند.

۱۸- دکتر عدالت طلب، «فروشگاه‌های زنجیره‌ای؛ شهر خانه تکانی می‌کند و نونوار می‌شود»، همشهری،

۱۷ اسفند ۷۳.

۱۹- همان

۲۰- مصاحبه با مرتضی محمدخان، وزیر اقتصاد و دارایی، همشهری، ۱۳ اسفند ۷۳.

۲۱- مصاحبه با محسن نوربخش، رئیس کل بانک مرکزی، همشهری، ۱۳ دی ۷۳.

۲۲- مهدی طالب، «وقتی گرانی گریبان همه را می‌گیرد»، همشهری، ۱۲ بهمن ۷۳.

۲۳- مصاحبه اختصاصی با خانم شاهپوری، مدیر روابط عمومی شرکت شهروند، تیر ۷۵.

۲۴- مصاحبه با آقای آیتی، مدیر وقت شرکت شهروند، رسالت ۱۸ اسفند ۷۳.

گفتاور ۲۷



پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی  
پرتال جامع علوم انسانی



پروژه کتاب علوم انسانی و مطالعات فرهنگی  
رتال جامع علوم انسانی