

**موقعیت تجار و صاحبان صنایع
در ایران دوره پهلوی
زندگی و کارنامه محمدرحیم متقی ابروانی**

علی اصغر سعیدی

فریدون شیرین کام

فهرست مطالب

۱۱	پیشگفتار.....
۱۷	مقدمه.....
۲۳	فصل اول: موقعیت تجار از قاجار تا پهلوی.....
۲۸	خاستگاه جغرافیایی خاندان ایروانی.....
۴۱	فصل دوم: از کودکی تا ازدواج.....
۵۹	فصل سوم: تحصیل در کالج اصفهان.....
۷۷	فصل چهارم: تحصیل در دانشگاه تهران.....
۸۱	مجله آیین دانشجویان.....
۹۰	رحیم ایروانی و نویسندگی.....
۹۵	فصل پنجم: آغاز مکانیزه کردن صنعت کفش.....
۹۵	از خیابان خیام تا مهرآباد جنوبی.....
۱۰۱	نظام تولید کفش در مهرآباد جنوبی.....
۱۰۳	اولین پارک صنعتی ایران.....
۱۱۱	فصل ششم: توسعه شرکت‌های گروه صنعتی ملی (۱۳۵۷-۱۳۳۶).....
۱۳۱	سرمایه‌گذاری‌های جانبی.....
۱۳۲	تحقیق و توسعه در کفش ملی.....
۱۳۳	مرکز آموزش گروه صنعتی ملی.....
۱۳۵	محیط رقابتی و رقابتی اقتصادی.....
۱۳۹	پیامد توسعه: ادغام عمودی.....
۱۵۱	فصل هفتم: فورديسم ایرانی در گروه صنعتی ملی.....
۱۵۱	روابط کارگری و مدیریت ایروانی.....
۱۶۹	کاریزمای ایروانی.....
۱۷۵	ایروانی و شبکه روابط اجتماعی.....
۱۸۷	فصل هشتم: خانواده بزرگ کفش ملی.....

۱۹۴	بنگاه خانوادگی ایروانی
۲۰۵	فصل نهم: آگهی های کفش ملی
۲۱۰	آگهی های تجارتي در دهه ۱۳۴۰
۲۱۲	کفش ملی در آگهی های تجاری
۲۲۱	فصل دهم: از پاساژ استاندارد تا فروشگاه های کفش ملی
۲۲۱	ظهور فضاهای خرید مدرن
۲۲۴	توزیع کفش در ایران
۲۲۵	سیاست کفش ملی در مقابل بنکداران بازار
۲۲۸	توسعه فروشگاه های کفش ملی
۲۳۳	تأثیر پاساژ و فروشگاه بر فضاهای خرید مدرن در ایران
۲۵۹	فصل یازدهم: اعتبارات و منابع تامین مالی سرمایه گذاری
۲۶۰	نقش اعتبارات و نهادهای دولتی
۲۶۷	بانک های تخصصی: تامین کننده مالی سرمایه گذاری های بخش خصوصی
۲۸۱	فصل دوازدهم: مسئولیت اجتماعی کارآفرین
۲۸۱	فعالیت های غیراقتصادی ایروانی
۲۸۷	کانون مشاوره اقتصادی و مسئولیت اجتماعی
۲۹۵	فصل سیزدهم: ارتباط رحیم ایروانی با حوزه سیاست
۳۱۱	فصل چهاردهم: میراث ایروانی در صنعت مدرن کفش ایران
۳۱۹	عوامل موفقیت و میراث محمد رحیم متقی ایروانی
۳۲۹	گاهنامه زندگی رحیم ایروانی
۳۳۱	پیوست ها
۳۳۱	پیوست اول. شرکت های گروه صنعتی ملی
۳۶۵	پیوست دوم. اسناد و تصاویر
۴۰۷	منابع و ماخذ
۴۰۷	منابع فارسی
۴۱۱	منابع انگلیسی
۴۲۱	نمایه

فصل اول:

موقعیت تجار از قاجار تا پهلوی

در این فصل از یک‌سو خاستگاه تاریخی خاندان ابروانی، به مثابه خانواده‌ای تاجرپیشه مورد تحلیل قرار می‌گیرد و از سوی دیگر خاستگاه فعالیت‌های اقتصادی آن‌ها از نظر جغرافیایی شرح داده می‌شود. فهم حرکت سرمایه از تجارت به صنعت، بدون فهم پایگاه تجار و درک شم اقتصادی و روابط اجتماعی آن‌ها به‌ویژه بعد از انقلاب مشروطیت میسر نیست. از نظر دهخدا واژه «تاجر» را نمی‌توان برای هرکار بازرگانی به‌کار برد. همانند زبان‌های اروپایی عنوان تاجر برای کسانی به‌کار می‌رفت که تجارت را در مقیاس بزرگ انجام می‌داده‌اند.^۱ به بیان دیگر، تاجر در ایران بیشتر به عمده‌فروشان اطلاق می‌شد.

ویلهلم فلور معتقد است، در گذشته، تجار (به علت عدم تجانس فعالیت‌های خود) به عکس سایر پیشه‌وران در پی تشکیلات صنفی نبودند. اما، خرده‌فروشان مختلف جهت حل و فصل امور تشکیلاتی، اداری و مالی خود اصنافی را تشکیل می‌دادند. گرچه تجار تشکیلات منظمی نداشتند و به گروه‌های صنفی نیز تعلق نداشتند، به‌طور غیررسمی با یکدیگر همکاری می‌کردند.^۲ همچنین، در نیمه‌های قرن نوزدهم، تجار فرد بانفوذ و محترمی را با عنوان ملک‌التجار از میان خود انتخاب می‌کردند.^۳

تجار ایرانی (برخلاف تجار اروپایی تا قرون ۱۷ و ۱۸) به لحاظ شکل ظاهری از سایر تجار قابل شناسایی نبودند.^۴ گروه‌های مختلف تجار لباس‌های هم‌شکلی از جنس پارچه‌های پنبه‌ای می‌پوشیدند.^۵ همایون کاتوزیان، عدم

خودنمایی را به نبود امنیت نسبت داده است.^۶ تجار بزرگ از مالیات و خدمت سربازی معاف بودند.^۷ تجار به عنوان عمده‌فروشان که بیشتر در کار واردات و صادرات بودند از طریق اقشاری مانند دلان و بنکداران با سایر صنوف (خرده‌فروشان) رابطه برقرار می‌کردند؛^۸ همین امر آن‌ها را از سایر اقشار بازار متمایز می‌کرد.

در رده‌بندی گروه‌های اجتماعی در ایران تجار همیشه به عنوان یکی از طبقات برجسته اجتماعی در کنار زمامداران، اشراف، نظامیان و مقامات اداری قرار داشتند. تجار نسبت به دیگر طبقات اجتماعی از اعتبار و احترام بیشتری برخوردار بوده‌اند و عموماً ایشان را مردمی شریف و امین می‌دانستند. در کنار اعتماد عامه دسترسی به منابع مالی نیز یکی از وجوه اقتداری آن‌ها به شمار می‌رفت. همچنین، دسترسی به منابع فرهنگی بر قدرت جایگاه اجتماعی آن‌ها مؤثر بود. تجار از بقیه مردم، به استثنای علما و طبقه حاکمه، باسوادتر بودند. آن‌ها به دلیل ماهیت کسب و کارشان (صادرات و واردات)، از جمله طبقاتی به حساب می‌آمدند که با دنیای خارج بیشتر در تماس بودند. از این‌روی، به همراه نویسندگان و روشنفکران در جرگه واردکنندگان نوآوری‌ها، مبانی و اصول تجددخواهی به‌شمار می‌رفتند. به بیان دیگر، بخشی از ارتباطات ایران با کشورهای دیگر در قالب مراودات تجاری و بازرگانی این گروه، چه در چارچوب فعالان اتاق‌ها و نهادهای بازرگانی و چه به‌طور شخصی، صورت می‌گرفته است.^۹ بنابراین مانند سایر هم‌تایان خود در میان سایر ملل، نقش مهمی در نوگرایی در کشور و نهادینه کردن جایگاه ایران در تقسیم کار جهانی داشته‌اند. یکی از جنبه‌های همین نوگرایی در تربیت فرزندان تجار دیده می‌شد. آنان فرزندان‌شان را برای تحصیل به خارج اعزام و آن‌ها را به فراگیری زبان‌های غربی تشویق می‌کردند.^{۱۰} نقش تجار در تمامی تحولات یک صد ساله گذشته مورد تأکید قرار گرفته است و مناقشه بر سر این نقش تنها به تعیین میزان آن بر می‌گردد. گفتنی است که آن‌ها از بی‌قانونی و خودسری که

با ماهیت انباشت سرمایه در تضاد است رنج می‌بردند.^{۱۱} یکی دیگر از علل موفقیت تجار در عرصه اجتماع روابط آن‌ها با روحانیان و مجتهدین سرشناس بود. تجار و روحانیون، یگانه قدرت‌های مجزا و مستقل از حکومت بودند. ازدواج در این طبقه، مانند علماء، عمدتاً در میان خودشان صورت می‌گرفت. اکثر آنان در کارهای عام‌المنفعه، مانند ساختن مساجد، پل‌ها، بازارها، کاروانسراها و کمک به نیازمندان شرکت فعال داشتند. به‌طور مثال، حاج معین‌التجار بوشهری سال ۱۳۱۴ لوله‌کشی آب شرب مرقد امام علی (ع) را در شهر برعهده گرفت. درحالی‌که تا سال‌ها بعد تهران هنوز فاقد لوله‌کشی آب بود.^{۱۲} تجار معمولاً در کار خود سخت‌کوش نیز بودند. از خودنمایی و برخورد با مأموران و کارگزاران حکومتی پرهیز می‌کردند. در واقع، اکثر تجار بسیار معتدل و عاقلانه با آن‌ها رفتار می‌کردند.^{۱۳}

با گسترش تجارت در نیمه دوم سده نوزدهم و ایجاد صنایع جدید، نقش سرمایه‌داری سنتی در زندگی اقتصادی کشور بیشتر شد؛ اگرچه ساخت اقتصادی هنوز مبتنی بر مناسبات زمین‌داری (مالکین غایب از روستا) باقی مانده بود. توسعه شهرنشینی در این ایام رشد ده‌ها کارخانه، تجارتخانه و صرافی را در شهرهای اصفهان، کاشان، تبریز و مشهد به همراه داشت. شهرهای بزرگ، به‌ویژه تهران، به‌عنوان مراکز اقتصادی فعال و رو به رشد شناخته شدند. اکثر تجار از همین شهرها بر می‌خواستند. آن‌ها حوزه فعالیت‌های خود را از بازارهای شیراز، کاشان، یزد و دیگر شهرهای به بازارهای ملی می‌کشاندند.

تجار در اواخر دوره قاجار با موانع متعددی روبه‌رو بودند؛ در رأس آن‌ها بی‌قانونی و ناامنی قراردادهاست. فقدان نهادهای لازم برای رشد تجاری مستقل، اعطای امتیازات انحصاری به خارجی‌ان، عرصه را بر رشد آن‌ها تنگ می‌کرد. فساد حکومتی و شیوع بیماری‌های گسترده، مانند وبا، و فقدان هر گونه تحول و نوآوری از دیگر موانع گسترش فعالیت‌های آنان بود. همین مشکلات آن‌ها