

SUBJECT:

Year () Month () Date ()

تعریف مدیریت: فرآیندی از منابع انسانی و مادی از طریق برنامه‌ریزی، سازماندهی، بسیج منابع و امکانات، هدایت و کنترل منابع مادی و انسانی برای دستیابی به اهداف سازمانی.
- عنصر انجام کار توسط دیگران

انواع برنامه‌ریزی: برنامه‌ریزی بلندمدت - میان‌مدت - کوتاه‌مدت - استراتژیک
لحاظاً: ۱- ۵ سال به بالا - ۲- ۱ تا ۵ سال - ۳- ۱ سال یا کمتر - راهبردی

سطوح مدیریت: ۱- مدیر عامل - ۲- مدیر عاملی - ۳- مدیر عاملی

تعریف مهارت: مهارت قابلیت است که با اطمینان معین و بدون حداقل انرژی یا زحمات خاصی به نتیجه برسد

مهارت‌ها: ۱- مهارت فنی - ۲- مهارت انسانی - ۳- مهارت ادراکایی

مهارت از ۲ بخش ذاتی (هفت) و تجربی (فنی) تشکیل شده است

تعریف کسب و کار: در واژه نامه آلفورد به معنای خرید و فروش و تجارت آمده است

در واقع به هر تکیلاتی که (حقیقی یا حقوقی) باشد و هدف آن کسب سود و منفعت باشد

ویژگی‌های کسب و کار: ۱- فروش یا انتقال کالا - ۲- نیاز به معاملات - ۳- انگیزه منفعت - ۴- ریسک
و خدمات برای کسب ارزش

اصولاً مفهوم کسب و کار در حوزه بازاریابی حقوقی مطرح می‌شود و با واسطه‌های آن به حوزه دولتی می‌گردد

STAEDTLER

SUBJECT:

Year () Month () Date ()

مفاهیم درسی: ۱- مطالبی که جزوه نگاری دولتی میخواند ندارد
۲- برخی مفاهیم ۳- خوانی است
۳- مطالبی که باید آن را با مساعیل دولتی مطالعه کرد

اهداف کسب و کار: ۱- اهداف اقتصادی ۲- اهداف اجتماعی
در حوزه نگاری صنعتی و خدماتی

انواع کسب و کار: ۱- خانگی ۲- روستایی ۳- خانوارگی ۴- کوچک ۵- انفرادی
فعالیتی که در محل سکونت
شخص یا شرکت
در زمینه ها
مکانی که در آن
کار می کنند
مکانی که در آن
کار می کنند
مکانی که در آن
کار می کنند

فعالیت های کسب و کار: ۱- خدماتی ۲- بازرگانی ۳- تولیدی

شاخص های ارزیابی سازگاری: ۱- اثر بخشی ۲- کارایی ۳- بهره وری ۴- نوآوری
۵- قابلیت اطمینان ۶- کیفیت زندگی ۷- کیفیت

تعریف بهره وری: نسبت میان میزان تولید و مصرف
(نسبت میان میزان تولید و مصرف)
بهره وری که نه تنها است به کارگیری عقلانی به کار و زندگی است

بهره وری: کارایی + اثر بخشی
استفاده بهینه از منابع
منابع در رسیدن به اهداف

بهره وری = $\frac{\text{تولید}}{\text{مصرف}}$
STAEOTLER

۲- تحریر نشان بارداشت که بدست زان فقط مالک کام جا زان خور در تانده موقوف باشد

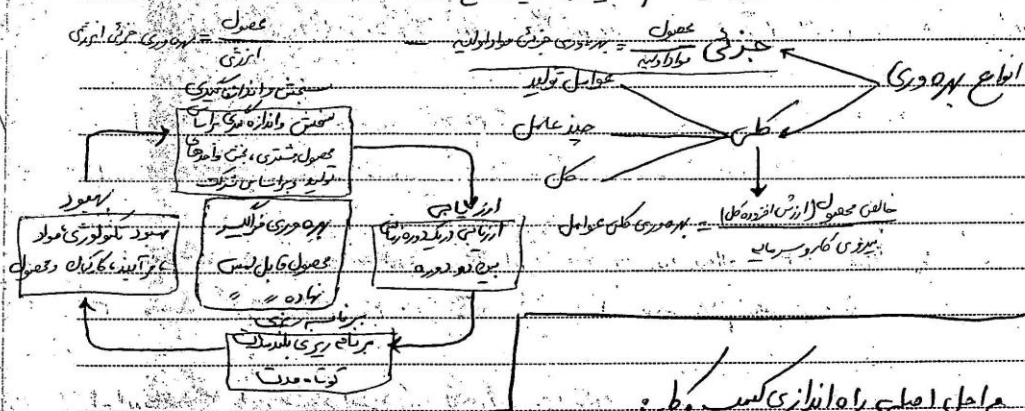
۳. میزان دکا زندان با دستمزد روزی برابر کرده و به آن اعتبار داشته باشند.

۵- ان شاء الله تعالی در این سال تمام ضایع و فتنه‌ها را سب و طرد و از سر بردارد.

7- نتایج حاصل از نتایج های روشی برای تصمیمات مدیریت داشته باشد

تاریخچه دوری به مشورۃ افتخاره از ۲۰۰۰ قریه قبل - ۲- اول سال ۱۷۷۷ توسط کوشش مطهری شد

۳. داشته نوشتن آرام اسمیه گفته و گفته مطهره



مراحل اصلی راه اندازی کسب و کار:

۱- اشیاء طبیعی ۲- اشکال منظمی ۳- راه اندازی ۴- حالات و روشها ۵- عوامل انسانی

همه علم حاصله به بهر منافی تفاوت و بی وجود و مطالب است.

۱۰. ادره عبارتست از پشمار خلا مانده و اندک گاری با انگشتان

نومردی شیراز و رضا احمدی است

تظام ملات

منابع تولید این های جدید : الف) منابع طبیعی سازمانی (ک) کالاهای خدمات و محصولات

مُؤَدِّدُ الدُّعَايِ مُحَمَّدُ بْنُ عَبْدِ اللَّهِ بْنِ مُحَمَّدٍ

[illegible]

STAEDTLER

بسم الله الرحمن الرحيم

۱. پژوهشی سازمان

۱- مطالعه و تحقیق ۲- مشاهده ۳- آزمایش ۴- پرسش ۵- فرضیه ۶- نتیجه گیری ۷- تعمیم ۸- کاربرد ۹- ارزشیابی ۱۰- نتیجه گیری

دلائل: ۱- غیر واقعی و غیر معقول لوکل ایرس ۲- تفاوت دهنی میان ایرس نسبت ایرس بر کار ۳- آسیر به بیاضی برخی افراد از نظر ۴- عادت وضع موجود ۵- اعتماد ضرر حاصل ایرس به ایرس

۱- ایده پردازی برای شروع کسب و کاره لازم است و این کافی نیست

۳- اینه کسر و طرعی تواند اراعی باشد ورا آنکه برای حل مسائل مایه شود و فایده کار بهی سوره باشد

آئینہ سرکاری گروہی : آئینہ کا آئینہ و عمارت سرکاری راہ کے اعجاز گروہی (سورگوشی) فیسوہ لہار (سورگوشی)

دورنمای مائید طوفان فکری، شش کلاه تفکر و... از ابراهیم دینعلی (کاهن ناپیچکی ایده‌های فکری - مائید بیست‌هفت
در هفته شدت ایده خوب) - فرم‌های ایده‌های نو

ایده پردازی گروهی غیر حضوری، و گسترش افق دید و خردیابی مبتنی بر دانش و اطلاعات و ابزار طراحی و روش تکنیکال بررسی ایده ها و افق

مراحل راه اندازی و اداره کسب و کار: ۱- ایده پردازی ۲- امکان سنجی ۳- راه اندازی ۴- هدف ۵- طرح
۲- تعریف امکان سنجی: فرایندی است که طی آن قابلیت پیاده سازی ایده کسب و کار بررسی و بررسی راه اندازی و تعریف امکان سنجی
۱- ایده پردازی کسب و کار قابلیت اجرایی دارد یا نه. امکان سنجی دارای اهداف و تعداد و فرایند می باشد.

اهداف امکان سنجی و هدف اصلی کمال: ارزشی امکان پردازی ایده کسب و کار برای تأمین نیازهای
کمال قابلیت اجرا و امکان دور کردن امکان سنجی هدف
اهداف جزئی: بیانگر اهداف کوچک و درازمدتی هدف کلی و جزئی آن است.

اهداف جزئی: ۱- ارزشیابی ساختار ظاهری ایده ۲- محاسبه وضعیت نقاط قوت و ضعف کسب و کار پیش از
۳- محاسبه فرصت ها و تهدیدهای کسب و کار پیش از

اعداد امکان سنجی: ۱- از منظر فنی ۲- از منظر مالی ۳- از منظر بازاریابی ۴- از منظر اقتصادی

۱- بعد فنی: ۱- مشخصات فنی طرح و محصول ۲- نوع فناوری مورد نیاز و روش تولید ۳- نیروی انسانی و تجهیزات

۲- مکانی: ۱- جغرافیا ۲- آب و هوا ۳- دسترسی به مواد اولیه ۴- دسترسی به بازار ۵- دسترسی به نیروی انسانی ۶- دسترسی به خدمات

۳- بعد بازاریابی: ۱- بررسی وضعیت رقبا ۲- بررسی استراتژی و برنامه رقبا ۳- استراتژی و برنامه بازاریابی

۴- بعد مالی: ۱- هزینه های طرح ۲- درآمدهای طرح ۳- تحلیل نقطه سر به سر ۴- محدودیت های مالی

۵- بعد اقتصادی: ۱- شاخص های مالی ۲- شاخص های فنی

۶- بعد اجتماعی: ۱- بررسی عرضه و تقاضا ۲- تحلیل حساسیت عرضه و تقاضا ۳- محدودیت های اجتماعی

۷- بعد فرهنگی: ۱- بررسی عرضه و تقاضا ۲- تحلیل حساسیت عرضه و تقاضا ۳- محدودیت های فرهنگی

۸- بعد سیاسی: ۱- بررسی عرضه و تقاضا ۲- تحلیل حساسیت عرضه و تقاضا ۳- محدودیت های سیاسی

۹- بعد زیست محیطی: ۱- بررسی عرضه و تقاضا ۲- تحلیل حساسیت عرضه و تقاضا ۳- محدودیت های زیست محیطی

۱۰- بعد حقوقی: ۱- بررسی عرضه و تقاضا ۲- تحلیل حساسیت عرضه و تقاضا ۳- محدودیت های حقوقی

۱۱- بعد اخلاقی: ۱- بررسی عرضه و تقاضا ۲- تحلیل حساسیت عرضه و تقاضا ۳- محدودیت های اخلاقی

۱۲- بعد امنیتی: ۱- بررسی عرضه و تقاضا ۲- تحلیل حساسیت عرضه و تقاضا ۳- محدودیت های امنیتی

۱۳- بعد سلامت: ۱- بررسی عرضه و تقاضا ۲- تحلیل حساسیت عرضه و تقاضا ۳- محدودیت های سلامت

۱۴- بعد زیبایی: ۱- بررسی عرضه و تقاضا ۲- تحلیل حساسیت عرضه و تقاضا ۳- محدودیت های زیبایی

۱۵- بعد سبک زندگی: ۱- بررسی عرضه و تقاضا ۲- تحلیل حساسیت عرضه و تقاضا ۳- محدودیت های سبک زندگی

۱۶- بعد ارزشی: ۱- بررسی عرضه و تقاضا ۲- تحلیل حساسیت عرضه و تقاضا ۳- محدودیت های ارزشی

۱۷- بعد معنوی: ۱- بررسی عرضه و تقاضا ۲- تحلیل حساسیت عرضه و تقاضا ۳- محدودیت های معنوی

۱۸- بعد فلسفی: ۱- بررسی عرضه و تقاضا ۲- تحلیل حساسیت عرضه و تقاضا ۳- محدودیت های فلسفی

۱۹- بعد تاریخی: ۱- بررسی عرضه و تقاضا ۲- تحلیل حساسیت عرضه و تقاضا ۳- محدودیت های تاریخی

۲۰- بعد آینده: ۱- بررسی عرضه و تقاضا ۲- تحلیل حساسیت عرضه و تقاضا ۳- محدودیت های آینده

۲۱- بعد خلاقیت: ۱- بررسی عرضه و تقاضا ۲- تحلیل حساسیت عرضه و تقاضا ۳- محدودیت های خلاقیت

۲۲- بعد نوآوری: ۱- بررسی عرضه و تقاضا ۲- تحلیل حساسیت عرضه و تقاضا ۳- محدودیت های نوآوری

۲۳- بعد تغییر: ۱- بررسی عرضه و تقاضا ۲- تحلیل حساسیت عرضه و تقاضا ۳- محدودیت های تغییر

۲۴- بعد تحول: ۱- بررسی عرضه و تقاضا ۲- تحلیل حساسیت عرضه و تقاضا ۳- محدودیت های تحول

۲۵- بعد توسعه: ۱- بررسی عرضه و تقاضا ۲- تحلیل حساسیت عرضه و تقاضا ۳- محدودیت های توسعه

۲۶- بعد پیشرفت: ۱- بررسی عرضه و تقاضا ۲- تحلیل حساسیت عرضه و تقاضا ۳- محدودیت های پیشرفت

۲۷- بعد رفاه: ۱- بررسی عرضه و تقاضا ۲- تحلیل حساسیت عرضه و تقاضا ۳- محدودیت های رفاه

۲۸- بعد سعادت: ۱- بررسی عرضه و تقاضا ۲- تحلیل حساسیت عرضه و تقاضا ۳- محدودیت های سعادت



مهم: نقطه شروع مکالمات امکان سنجی کدام یک از ابعاد است.

ماتریس: نوع محصول - وضعیت استقرار - وضعیت مالی طرح و مشخصات فنی آن متفاوت است
و این تداخلی ما را اثرگذارترین عامل می باشد

طرح کسب و کار چیست - P نهایی ملاتر که خراب است - کسب و کار اشتباهی را پیش می‌گیرد - ضمن سرعت موجود - نویسنده، نیازها، انتظارات

و بنا برین بنی، منزه را شرح می دهد و از برای جوامع ← امامانی است که بعد از امکان پیغمبر الهی می شود

تغافل و نهی طرح اسکان سفی و طرح کس و کار (۱) اسکان سفی برای بررسی ایده و کس و کار جهت افزایش گردشگری

(۲) اولی کلمه نگر ردیفی غزلکر (۳) اولی بولار با تخلص ادهی خانم سوره (۴) دومین بیت منضم سطر و ایامی ادهی سلطان حسن خرمابله

(۵) همدردی و مهربانی روحی همدردی و تقاضا (۶) اولی قبل از طرح کسب کار روحی بعد از اتمام کار

حرف تہ کے کلمات: ا۔ مضمیٰ و مشورۃ و عری و نوال و غایت و شرم و روضہ پاک و کمالی برای نیکی نامک افروز

۲- یک عدد سطر و یک عدد ستون را از آن که حرف می‌آید بوسیله ناله و تپانچه و طبل و غیره از خیال آن فرد (مرد) بردارند

۳۰ عنوان مآخذ و منابعی رایج فقهیه را در شش فصل ثالث با اتمت مستعمله، دفعات غایب و سایر موارد و مسائل

۱۰۰ معارف الهی، نبوی و وحیانی واقع که وظایف را انجام می‌دهد. این امور و

افزای طرح کس و کار: ۱- اهداف کلی ۲- مشخصات محلی طرح و کار ۳- روش و وسایل کار

۱- تحلیل استراتژی بازار ۲- تحلیل مالی ۳- تحلیل مالی ۴- تحلیل مالی

مزارای طبرم کسب و کار : ۱. تجارت - ۲. صنعت - ۳. ماسال و ماسال

۲- نیز به‌های روابطی را برای ما مشخص می‌کند ۳- برای ارائه مطالبی خاص و سرآمد (بکلام) و سبب آگاهی و شکوفایی (نورانی)

۲- امکان طرح سازی آسب و کار در واحدهای تخصصی را فراهم می‌سازد

* (۱) امامانی و مدرسی که با ائمه هدی به حق و حقیقت از روی اعطای ائمه با اسم ۹

١- مرسلة بالبريد ٢- مرسلة بالبريد ٣- مرسلة بالبريد

مرکز امدادی

۴- مدیریت نیروی انسانی ۵- مدیریت حقوق و دستمزد

۸- مدیریت تحقیق و توسعه - مدیریت بازاریابی - مدیریت مالی - مدیریت نیروی انسانی - مدیریت تولید و عملیات

در طرح کسب و کار به چه مواردی پرداخته می‌شود؟ تبیین فرصت و تهدید - ارزش‌های بنیادی - چشم انداز و اهداف راهبرد - بازار - توصیف مالی - فراآورده‌ها و خدمات - تولید و عملیات - نیروی انسانی و ساختار مورد نیاز کسب و کار

ویژگی‌های مدل کسب و کار مطلوب: ایجاد مزیت رقابتی ماندگار - ایجاد ثروت برای صاحبان کسب و کار - ایجاد ارزش برای مشتری

فرآیند تهیه کسب و کار:

- ۱- شناسایی منابع تهیه طرح (کتابها، اسناد علمی، افراد صاحب نظر، شرکت‌های فعال در عرصه راه اندازی کسب و کار)
- ۲- برآورد هزینه‌ها و درآمدها
- ۳- برآورد وضعیت بازار
- ۴- برآوردهای ساختاری، مالی و فنی
- ۵- تجزیه و تحلیل
- ۶- تهیه سند طرح کسب و کار

برای راه اندازی و مدیریت کسب و کار بایستی به چه حوزه‌هایی از مدیریت احاطه داشته باشیم؟

- ۱- مدیریت بازاریابی
- ۲- مدیریت مالی
- ۳- مدیریت تولید و عملیات
- ۴- مدیریت نیروی انسانی
- ۵- مدیریت تحقیق و توسعه
- ۶- مدیریت راهبردی

برخی اصطلاحات کلیدی در بازاریابی

نیاز انسانی، خواسته‌ها، تقاضا، کالاها، فایده، بازار، بازاریابی، کیفیت، مزایای رقابتی، مشتری، مصرف کننده، صنعت، آمیخته بازاریابی: محصول، قیمت، توزیع، ترفیع

برخی اصطلاحات کلیدی در بازاریابی

- مبادله - معامله - سهم بازار
- اهداف بازاریابی
- عقلایی و منطقی کردن مصرف
- حد اکثر ساندن رضایت مشتری جامعه و اشخاص
- حد اکثر ساندن حق انتخاب مصرف کننده
- کیفیت زندگی
- عبارتی و معیارهای تقسیم بازار:
- تقسیم جغرافیایی
- تقسیم جمعیتی
- تقسیم روانی
- تقسیم رفتاری

فرآیند بازاریابی :

تجزیه و تحلیل وضعیت بازار

↓
تعیین و به روز رسانی استراتژی های بازاریابی

↓
تعیین ترکیب مناسب از کمیته بازاریابی

↓
اجرای برنامه های بازاریابی

هدف از تجزیه و تحلیل بازار : تعیین نقاط قوت و ضعف، فرصت ها و تهدید های بازار است که بر اساس آن استراتژی های بازاریابی تنظیم می شود.

فرآیند تحقیقات بازاریابی :

۱- تعیین شکل و اهداف تحقیق

۲- تهیه طرح تحقیق مستقل بر (روش، نوع داده ها (اولیه، ثانویه یا ترکیبی)، ابزار تحقیق (مشاهده، پرسشنامه و ...)

۳- جمع آوری اطلاعات

۴- تجزیه و تحلیل اطلاعات

۵- جمع بندی و نتیجه گیری.

سه رکن اصلی استراتژی (راهبرد)

- الان کجا هستیم

- کجا می خواهیم برویم

- برای رسیدن به هدف چگونه می خواهیم عمل کنیم

بررسی محیط بازاریابی :

۱- محیط جمعیت شناختی

۲- محیط اقتصادی

۳- محیط طبیعی

۴- محیط تکنولوژیک

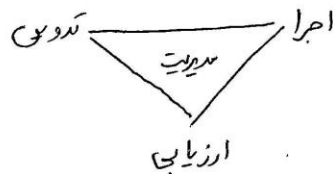
۵- محیط سیاسی

۶- محیط اجتماعی

سطوح استراتژی :

۱- لایه سازمان ۲- لایه کسب و کار ۳- لایه وظیفه ای

تعامل بخش های سه گانه مدیریت استراتژی



مولد سود بر روی در حوزه های استراتژی می تواند وجود داشته باشد.

۱- شناسایی و ارزیابی منابع

۲- تعیین مخرجات هدف

۳- شناسایی هزینه ها

۴- برآورد هزینه ها

۵- قیمت گذاری

۶- استراتژی های قیمت گذاری

اهمیت شناسایی و ارزیابی منابع :

- ۱- نگاه : برای ماندن در محیط رقابتی بازار، تخصیص مناسب منابع به بخشهای با اولویت کسب و کار لازم می باشد.
 - ۲- رقابت : تخصیص مناسب منابع برای موفقیت کسب و کار در رقابت با رقبا بسیار اثرگذار است.
 - ۳- رشد : توجه به منابع سازمان در تعیین سطح رشد سازمان نقش تعیین کننده ای دارد.
 - ۴- گسترش راهبردی : نگاه به استراتژی سازمان در تعیین نوع ترکیب منابع مهم و تأثیرگذار است.
- دسته بندی منابع : در دسته بندی منابع معیارها متفاوت بوده و طالب نامی ندارند و بنا به وضعیت، موفقیت و دسته بندی باید انجام شود.

- ۱- شناسایی و کسب منابع
- ۲- آماده سازی منابع
- ۳- کنار بستن بهینه ی منابع
- ۴- جایگزینی منابع

- دلائل طی تقسیم بندی بازار :
- طبقه بندی بازار به قسمتهای کوچکتر
 - طبقه بندی اهداف
 - میزان هدف : فراگیند شناسایی بخشهایی از بازار یا دسته یان را که محل تمرکز اقدامات کسب و کار می باشد.
 - تمرکز اقدامات کسب و کار و هدفمند بودن منابع
 - امکان رصد عکس العمل های دسته یان هدف به محمول
 - امکان برقراری ارتباط همبسته با دسته یان و افزایش وفاداری آنها

- ملاحظات تقسیم بازار :
- قابلیت افزایش سود و بازده سرمایه گذاری
 - انواع تقسیم بازار
 - رقابت نیازهای خریداران
 - بر اساس متغیرهای جغرافیایی
 - تفاوت نیازهای خریداران
 - متغیرهای جمعیت شناسی
 - امکان فعالیت کسب و کار
 - متغیرها و عوامل روان شناسی
 - عوامل رفتاری

- تقسیم بندی دسته یان :
- دسته یان موقت
 - دسته یان گاه گاهی
 - دسته یان دائم
 - دسته یان وفادار
 - طوفانی بودن مدت وفاداری به شرکت
 - ارائه ایده های جدید
 - هزینه به نسبت محصولات جدید به واسطه ی تجربه خوب قبلی
 - عامل تبلیغ دهان به دهان
 - کمترین قیمت فروش حساسیت نشان می دهد
 - هزینه ی کمتر برای تبلیغات مستقیم

تعریف هزینه : مجموعی پرداختیهایی که یک واحد تولیدی برای سرمایه، زمین، کار و مدیریت لحاظ می شود.

مبالغی که برای کسب درآمد به خرج گرفته می شود.

لازمه ی کسب درآمد در کسب و کار تحمل هزینه است ولی هر تحمل هزینه ای منجر به موفقیت در کسب و کار نیست.

ملاحظات دسته بندی هزینه ها :

- حوزه ی وظیفه ای هزینه

- حوزه ی هدف دسته بندی

- ماهیت هزینه ها

قیمت گذاری

تعریف : عبارت است از میزان ارزشی که مشتری بابت استفاده از محصولات و خدمات، برای آن کامل اند.

مراحل قیمت گذاری :

- تعیین هدف دقیق قیمت گذاری .
- برآورد تقاضا .
- برآورد هزینه
- تجزیه و تحلیل هزینه های، قیمت ها و محصولات شرکت های رقیب .
- انتخاب روش قیمت گذاری .
- تعیین قیمت نهایی

برخی از روش های قیمت گذاری

- قیمت گذاری بر مبنای افزودن بهای تمام شده .
- " " " " بازدهی مورد انتظار .
- " " " " ارزش مورد تصور .
- " " " " نرخ راجع
- " " " " پیشنهاد های فروشنده

روند یا سه قیمت گذاری (به ترتیب) :

استراتژی کسب و کار - استراتژی بازاریابی - استراتژی قیمت گذاری - روش قیمت گذاری

تعریف مدیریت منابع انسانی : توان جذب و کار کردن با نیروی انسانی و هدایت آنان آنها در راستای منافع سازمان

مراحل : ارزیابی کارکنان → چیران → بکارگیری → آموزش → استخدام → جذب

جذب : حرکت خودخواسته کسب و کار برای انتخاب افراد با تخصص مورد نیاز است - عوامل مؤثر در جذب انسانی

استخدام : برای ورود افراد به کسب و کار به شرط داشتن حداقل شرایط

عوامل مؤثر در تعیین تعداد نیروی مورد نیاز

عوامل مبتنی بر راهبردهای آتی سازمان

- ۱- تعیین تعداد نیروی مورد نیاز کسب و کار
- ۲- تعیین شرح شغل و شرایط احراز آن
- ۳- انتخاب منابع کارمندیابی
- ۴- آزمون، مصاحبه، ارزیابی و انتخاب نهایی

تعریف فراکنند : مجموعه اقداماتی که دلایلی آنها را عوامل مشخص بوده و نبود و مکرر تکرار می شود.

اجزای سیستم : ۱- ورودی ۲- فراکنند ۳- خروجی ۴- بازخورد

وظائف مدیر مالی :- ۱۔ پیش بینی مالیات نقدی ۔

٢- تأمين منابع مالي

۳- اداره ی مریان منابع مالی داخلی

وظائف مدیر مالی بعد از سودآوری:

۱- کتال هزینہ ۲- قیمت کتالری ۳- پیس پی سود ۴- اندازہ گیری بازدهی سود زنا

منابع تأمین سرمایه : ۱- سرمایه‌ی نزدیکان ۲- سرمایه‌ی افراد علاقمند ۳- تقویت‌کنندگان و مشتریان

۴- بانکهای تجاری ۵- سرمایه گذاران معامله خرد ۶- موسسات وام دهنده

۷- موسسات مالی و تخصصی ۸- عرضه سهام ۹- کمک‌های دولتی

واژه‌های مهم در مدیریت مالی:

حسابداری دلار این ها = بهی که بهی ها سرمایه درآمد هزینه

سور زیاں

استراتژی بهبود درسی؛

۱- افزایش ستانه هادی عن ثابت الله داشتن یا کاهش داده ها.

۲. کاهنم داده ها در عین نهایت نگه داشتن با افزایش ستاده ها.

۳- امراض ستانده‌ها بیش از امراض داده‌ها.

افزائیں پورہ وری مار چہار حکم و می توان سُنائی کرد.

* کاهن زمان * کاهن هنرین * افراس کفیت * افراس کیت

ملکهای اندازه گیری برهه وی:

عوامل اساسی بهبودی و

۱- الگوهای مدیریت کسب و کار

۲۔ فرهنگ پره وری

۳- نیروی انسانی

۴۔ سیمتھا وروشا۔

۵- تجهيزات و مفارقات

۱- اندازه گیری بهره وری از طریق ارزش افزوده

۲- " " " " شافعیان و اهل سنت

۳- " ~ " ~ " تحلیلاً و سنجش دادیم که

[illegible]