



محیط سیاسی و قانونی

جامعه توزیع می‌کند. این دیدگاه رویهم رفته طرفدار و مدافع آزادی کامل فعالیتهای اقتصادی است.

گروه دیگری از علمای مکتب کلاسیک معتقدند که آزاد گذاشتن مکانیزم‌های بازار لزوماً همواره خیر عمومی و رفاه اجتماعی جامعه را به حداکثر نمی‌رساند، بلکه در پاره‌ای موارد ممکن است با این اهداف در تضاد هم باشد. بنابراین لازم است که دولت در بازار دخالت نموده و دستیابی به یک نتیجه مطلوب اجتماعی را تضمین کند. بزعم این گروه، یکی از وظایف دولت آن است که از طریق وضع قوانین و مقررات و نظارت بر فعالیتهای اقتصادی، بخش خصوصی را در مسیر اهداف بهروزی جامعه هدایت نماید.^{۴۰}

در هر حال درجه و شدت نظارت دولت بر عملکرد بخش خصوصی، در همه کشورها یکسان نیست. بارزترین نمونه تضاد در میزان نظارت دولت، به نظام اقتصادی کمونیسم و سرمایه‌داری مربوط می‌شود، که از برنامه‌ریزی متمرکز و نظارت شدید در اولی تا آزادی

محیط سیاسی و قانونی از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است. دولتها نه تنها به فعالیتهای بازرگانی خط می‌دهند بلکه برای بازرگانی، انگیزه فعالیت نیز بوجود می‌آورند و حتی گاهی در یک فعالیت اقتصادی مشارکت هم می‌کنند.

امروزه نقش دولتها در اقتصاد، به مراتب با اهمیت‌تر از حدی است که آدام اسمیت^{۳۹} در نظر داشته، مبانی نظری اقتصاد کلاسیک یا مکتب سنتی که اسمیت بنیانگذار آن بود، بر این محور قرار دارد که دولت باید از دخالت در فعالیتهای اقتصادی جامعه اجتناب نموده و این امور را به عهده مکانیزم بازار واگذار نماید. پیروان مکتب سنتی بر این عقیده‌اند که در اقتصاد بازار، عرضه و تقاضا به مشابه یک «دست نامرئی» عمل کرده، منابع و عوامل تولید را به بهترین وجهی به سوی تولید هدایت می‌نماید. از سوی دیگر بازده فرآیند تولید را نیز به صورت بالنسبه عادلانه‌ای در

مجموعه‌ای که به نام «دولت» شناخته می‌شود، یکی از مهمترین نهادهای جامعه است. عملکرد دولت یا بخش عمومی و بخش خصوصی، اثرات متقابلی در یکدیگر دارند. نقش مداخله‌ای دولت در بخش خصوصی، یعنی نقشی که دولت در تنظیم امور این بخش دارد، از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است.

کلیه فعالیتهای مؤسسات بازرگانی، از هنگام تشکیل و ثبت یک شرکت تا مرحله انحلال آن، در چهارچوب قوانین و مقرراتی انجام می‌گیرد که به وسیله نهادهای سیاسی و اداری وضع گردیده است. از سوی دیگر مؤسسات بازرگانی در سطوح مختلف تقسیمات سیاسی کشور مانند بخش، شهرستان و استان و شهرداریها مرتباً با سازمانها و نهادهای دولتی ارتباط و سروکار دارند.^{۳۸}

در حال حاضر با توجه به میزان دخالت دولتها در امور بازرگانی و وضع محدودیتهای ممنوعیها از طریق قوانین و مقررات، بررسی

نسبی و سیاستهای ارشادی در دومی متفاوت است. لیکن حتی در کشورهایی که از یک نظام اقتصادی ظاهراً واحد، مثلاً سرمایه‌داری تبعیت می‌نمایند نیز، نظارت دولت درجات مختلفی دارد. در تاریخ اقتصادی بعضی کشورهای پیشرفته صنعتی مانند آمریکا و انگلستان، دوره‌های متعددی از وضع مقررات، آزادسازی و سپس برقراری مجدد مقررات را می‌توان مشاهده نمود. در سالهای اخیر نیز موج جدیدی از مقررات زدایی و واگذاری بعضی از فعالیتهای اقتصادی دولت به بخش خصوصی در کشورهای پیشرفته و همچنین جهان سوم آغاز شده است. این نهضت در کشورهای اروپای شرقی به عنوان قسمتی از برنامه‌های «گذار از اقتصاد کمونیستی به اقتصاد بازار» تلقی شده است. در ایران نیز «خصوصی سازی» در سالهای اخیر مطرح گردیده و به عنوان بخشی از برنامه وسیع کاهش نقش دولت و تشویق مشارکت بخش خصوصی در امور اقتصادی مورد توجه می‌باشد. لیکن مشاهده می‌شود که این امر متأسفانه بدون برنامه‌ریزی دقیق و فراهم آوردن زمینه و بستر لازم و به صورتی کاملاً شتابزده در شرف انجام است و به صورت نوعی شانه خالی کردن زودرس دولت از مسئولیتهای جاری خود تلقی می‌گردد و با توجه به پیچیدگی فرآیند انجام این امر به نظر می‌رسد چنانچه این طرح با تعمق و مطالعه همه جانبه به مورد اجرا گذاشته نشود نمی‌توان به موفقیت آن امیدوار بود.

با توجه به مطالب فوق ملاحظه می‌شود که مؤسسات بازرگانی باید همواره سیاستها و فعالیتهای خود را با شرایط و جو سیاسی، قانونی حاکم بر جامعه منطبق نمایند.

همزیستی با دولت

در سالهای اخیر در بسیاری از کشورها، همکاری بین دولت و بخش خصوصی توسعه یافته و دوگانگی‌های سابق جای خود را به تشریک مساعی در حل معضلات اجتماعی داده است. به عنوان مثال، در دهه ۱۹۶۰

دولت امریکا برای مقابله با فقر و بیکاری، رأساً برنامه‌هایی را برای تعلیم و بالا بردن مهارت جویندگان کار اجرا می‌نمود، لیکن امروزه این دولت برای اجرای این منظور، به شرکتهای خصوصی کمک مالی می‌دهد. در کشور ایران، دولت به شرکتهایی که در نقاط محروم و دور افتاده کشور فعالیت اقتصادی و تولیدی داشته باشند، مزایایی مانند معافیت از مالیات، تسهیلات اعتباری و نظایر آن اعطاء می‌نماید.

تغییرات و تحولات تکنولوژیکی

در مفهوم عام، تکنولوژی به ترکیب و کاربرد یافته‌های علوم بمنظور نیل به اهداف عملی با حداکثر کارایی و بهبود روشهای موجود تعبیر می‌شود.^{۴۱} در واقع هدف اصلی تکنولوژی تغییر یا کنترل محیط است.

از دیدگاه تفکر سیستمی، تکنولوژی عبارت از مجموعه اطلاعات، وسایل و روشهایی است که به منظور تبدیل درون داد یا ورودی^{۴۲} یک سیستم به بیرون داد یا خروجی^{۴۳} آن لازم است. به عبارت این تعریف تکنولوژی هم شامل نرم افزارها و هم سخت افزارها می‌شود.^{۴۴} تکنولوژی در اغلب فعالیتهای جامعه، به ویژه در زمینه تولید کالا و خدمات اثرات انکار ناپذیری دارد. در جهان امروز، دانشگاهها، مؤسسات تحقیقاتی، سازمانهای دولتی و شرکتهای خصوصی همه در ایجاد تکنولوژی جدید سهیمند و اندوخته‌های تکنولوژی انسان تقریباً در هر ۱۰ سال دو برابر می‌شود. تکنولوژی در زمینه رقابت نیز نقش به سزایی دارد و بسیاری از رقابتهای تجاری امروزه بر اساس استفاده از تکنولوژی پیشرفته‌تر شکل می‌گیرد. کشورهای بزرگ صنعتی جهان به منظور دستیابی به تکنولوژی جدید، غالباً در نوعی مسابقه دائم با یکدیگر به سر می‌برند. برای مثال رقابت امریکا و ژاپن در مورد «هوش مصنوعی» و ... اساساً به منظور دستیابی به

دانش جدید و بیشتر در حوزه تحقیقات پایه‌ای و یا پژوهشهای اساسی قرار دارد، در حالیکه پژوهشهای کاربردی عمدتاً مربوط به استفاده از دانش در تولید می‌باشند. رشته‌های مختلف علوم مانند: علوم فیزیکی، علوم اجتماعی، زیست شناسی و همچنین ریاضیات هر یک سهم به سزایی در پیشرفت دانش کاربردی انسان داشته‌اند.

شرکتهای بزرگ سالانه میلیاردها دلار صرف تحقیق و توسعه می‌نمایند. برای مثال در سال ۱۹۸۷، شرکتهای آمریکائی در حدود ۳/۴ درصد از درآمد حاصل از فروش خود را به تحقیقات اختصاص داده‌اند. این ارقام در کشوری مانند ژاپن از این هم قابل توجه‌تر است.^{۴۵}

کاربرد تکنولوژی:

استفاده از تکنولوژی موجب بالا رفتن سطح زندگی انسان شده است. انسان بمدد تکنولوژی توانسته است به سطح کارایی تولید بیافزاید و بهره‌وری را ارتقاء دهد. محصولات و تکنیکهای جدید موجب فراهم نمودن امکانات بهتر بهداشتی و در نتیجه افزایش عمر متوسط انسان گردیده‌اند. به یاری تکنولوژی انسان می‌تواند وقت بیشتری را برای استراحت و تفریح اختصاص داده و از انجام کارهای خطرناک و یا اموری که برای سلامتی وی زیان‌بخش است بپرهیزد. اما از سوی دیگر تکنولوژی آثار منفی نیز به همراه داشته و باعث ایجاد معضلات اجتماعی نظیر بیکاری، آلودگی محیط زیست، فشارهای روحی و عصبی، بزه کاری و جنایت نیز می‌گردد. ولی جالب اینجاست که انسان می‌تواند به کمک خود تکنولوژی بر بسیاری از جنبه‌های منفی و زیان‌آور آن فائق آید. اگر نوعی تکنولوژی باعث آلودگی محیط زیست می‌شود، نوع دیگر آن می‌تواند وسایلی را برای از بین بردن آلودگیها فراهم نماید. به عبارت ساده‌تر، سود و زیان تکنولوژی در بسیاری از موارد بسته به این است که تکنولوژی در خدمت چه اهدافی به کار گرفته شود.

یکی از چالش‌های مؤسسات بازرگانی بایستی کسب آگاهی از پیشرفتهای علمی و دانش فنی در رشته فعالیت خود باشد. مدیران این شرکتها باید از طرق مختلف مانند مطالعه نشریات تخصصی، بازدید و بررسی ساخته‌های جدید در نمایشگاه‌های تجاری و شرکت در گردهمایی‌های فنی، محیط تکنولوژیکی را زیر نظر داشته و اطلاعات خود را درباره آنچه در این محیط می‌گذرد، بهنگام کنند. به همین مناسبت شرکتهایی که در زمینه تکنولوژیهای پیشرفته فعالیت دارند، غالباً با جمع‌آوری اطلاعات لازم، روند تحولات آینده تکنولوژی را پیش‌بینی و آثار احتمالی آن را در فعالیتهای خود ارزیابی می‌نمایند.



نیروی انسانی تعلیم دیده است. بخشی از تکنولوژی جدید نیز جنبه کاربرد نظامی داشته و انتقال آن از کشورهای پیشرفته به سایر نقاط جهان ممنوع و یا تابع شرایط و مقررات خاصی است. بطور کلی انتقال تکنولوژی بین کشورهای پیشرفته و به طریق اولی از کشورهای پیشرفته به جهان در حال توسعه از پیچیدگی خاصی برخوردار است. در هر حال باید در نظر داشت که انتقال تکنولوژی از کشورهای صاحب فن به کشورهای گیرنده، فرآیندی است که در غالب موارد، بطور معصومانه انجام نمی‌گیرد^{۴۸}

بیکاری ساختاری^{۴۶}

تغییرات تکنولوژیکی معمولاً سبب بروز بیکاری ساختاری می‌گردد. در بیکاری ساختاری تعدادی از کارکنان مؤسسه، مهارت لازم برای احراز مشاغل جدید را ندارند و ناگزیر کار خود را از دست می‌دهند. کاربایی برای اینگونه افراد از مشکلات مهم مؤسسات بازرگانی است. به عنوان مثال، کارگران بیکار شده در صنعت فولاد ممکن است جهت اشتغال در پستهای میکروالکترونیک واجد شرایط نباشند و این خود یکی از نمودهای مهم بیکاری ساختاری است.

شرکتهای بزرگی که با تکنولوژی پیشرفته سروکار دارند، سالانه مبالغ هنگفتی را صرف تحقیق و توسعه می‌کنند. این گونه شرکتها، معمولاً تعداد زیادی پرسنل فنی سطح بالا در اختیار دارند. بهره‌وری در این شرکتها به قدری بالا است که این شرکتها نمی‌توانند نیروی انسانی بیشتری را جذب کنند (منظور بهره‌وری از طریق استفاده از تکنولوژی بالا و بی‌نیازی نسبی از عوامل انسانی است). این امر نیز خود به گسترش بیکاری ساختاری کمک می‌کند. در سالهای اخیر، بسیاری از شرکتهای دارنده تکنولوژی پیشرفته، عملیات تولیدی خود را به کشورهای خارجی یا «پیرامونی» یعنی جایی که نیروی کار در آنجا ارزانتر است، منتقل

کرده‌اند، سرمایه‌گذاری شرکتهای معروف ژاپنی در کشورهای تازه صنعتی شده خاور دور نمونه‌ای از این گونه سیاستها است^{۴۷}

انتقال تکنولوژی

انتقال تکنولوژی در جهان، یکی از بحث انگیزترین موضوعات است. براساس قوانین و مقررات ثبت اختراعات و ابداعات، تولید محصول جدید تا مدت معینی در انحصار دارنده آن است و دیگران نمی‌توانند آن را تولید یا عرضه نمایند. قراردادهای بین‌المللی که در این موارد بین کشورهای بسته می‌شود، ناظر به عدم تقلید از کار دیگران و حفظ حقوق مخترع و صاحب فن است. لیکن در بسیاری از موارد، این موافقت‌نامه‌ها نادیده گرفته می‌شود و حاصل تحقیقات و نوآوری صاحبان فن به صورت غیر قانونی تولید و به بازار عرضه می‌شود. این گونه تقلید و تقلب، از ساخت قطعات هواپیما گرفته تا تولید لباس جین و نظایر آن را شامل می‌شود. در پاره‌ای موارد استفاده از این قطعات تقلبی باعث سقوط هواپیما و نابودی عده زیادی شده است.

یکی از موانع انتقال تکنولوژی به کشورهای کمتر توسعه یافته، فقدان نیروی کار ماهر در این کشورها است، برای مثال، انتقال تکنولوژی پزشکی هسته‌ای نیازمند تدارک

اثرات مؤسسات بازرگانی بر محیط فیزیکی

با رشد و ترقی جوامع بشری و استفاده از تکنولوژیهای جدید و اختراعات، انواع محصولات پلاستیکی، شیمیایی و ترکیبی ساخته شده و محیط زمین، هوا و دریا با خطر آلودگی مواجه گردیده است. اساساً بیشترین آلودگی محیط زیست را انسان و سهل انگاریهای او پدید می‌آورد و سازمانهای بازرگانی نیز به نوبه خود به آلوده‌تر کردن محیط زیست کمک می‌کنند.

اکولوژی^{۴۹}

دریک تعریف ساده «اکوسیستم»^{۵۰} محیطی است که عناصر زنده مانند انسان، حیوان و گیاهان از طریق آن با عناصر فیزیکی، شیمیایی و فضا پیوند دارند. حفظ این محیط شامل محافظت از منابع طبیعی، بازیابی مواد مصرف شده و کنترل و مهار آلودگیهای مختلف می‌باشد. در دنیای امروز عوامل مختلفی مانند مواد دفع آفات نباتی، کودهای شیمیایی، نشست مواد نفتی، دوده، ضایعات شیمیایی، گازهای سمی و از همه مهمتر زباله‌های پرتوزا موجب آلودگی فضای زیست

1. Culture

2. John A. Reinecke, Gary Dessler, William F. Schoell, Introduction to Business, A Contemporary View (Boston: Allyn & Bacon, Sixth Edition, 1989), P.53.

۳) ابوالفضل صادقیپور، چند مقاله ... (تهران: انتشارات مرکز آموزش مدیریت دولتی، چاپ دوم ۱۳۵۶)

4. cultural Values

5. Social Environment

6. Reinecke and others, op. cit. P.55.

7. Values & Social Responsibilities

8. Reinecke and other, op. cit., PP. 56-57.

9. Ibid. P. 58

۱۰) مصوب شورای انقلاب اسلامی
۱۱) عملکرد وزارت بازرگانی، سازمانها و مراکز تابعه (تهران: انتشارات وزارت بازرگانی، ۱۳۶۳) صفحه ۱۰۹.

12. Business Athics

13. Reinecke and others, OP. cit., P.649

14. Macroeconomics.

15. Microeconomics.

16. Thomas J. Adams, The Business of Business, (San Francisco: Canfield Press, second edition, 1976), P.18.

17. Reinecke and others, op. cit., P.39.

18. Ibid. P.40.

19. The Business Cycle

20. Reinecke and others, op., cit., p.41.

۲۱) علمیحمد اقتداری، اقتصاد عمومی، جلد دوم (تهران: انتشارات دانشکده علوم اداری و مدیریت بازرگانی دانشگاه تهران ۱۳۵۴)، چاپ هفتم، صفحه ۱۵۲.

بقیه در صفحه ۵۱

در ریودوژانیروی برزیل تشکیل گردید. در این کنفرانس که بزرگترین گردهمایی در تاریخ سازمان ملل متحد می باشد. بیش از یکصد تن از سران کشورهای جهان و متجاوز از سی هزار نفر کارشناس، دانشمند، هواداران محیط زیست و حتی رهبران قبایل بومی جهان شرکت داشتند. پیام اصلی این اجتماع بی سابقه این بود که انسان اقتصادی مدرن بر اثر وسوسه های بی انتهای رشد، کره زمین را به سوی فساد محیط پیش می برد.

در اجلاس کره زمین کشورهای در حال توسعه، از جایگاه نسبتاً قدرتمندی با کشورهای پیشرفته برخورد نمودند و جهان صنعتی را برای تأمین بخشی از هزینه های حفظ محیط زیست تحت فشار قرار دادند. اتخاذ چنین موضعی از سوی جهان سوم نه تنها قابل درک، بلکه مایه امیدواری نیز می باشد. زیرا اگرچه محافظت و بهره برداری منطقی از مواهب خدادادی هر کشور در درجه اول از وظایف همان کشور است، لیکن چون اینگونه منابع در حفظ تعادل حیات در سرتاسر کره زمین نقش دارند، کشورهای پیشرفته نیز در این موارد دارای مسئولیت مشترک بوده و باید در هزینه های مالی و فنی آن سهیم باشند.^{۵۳}



بشر گردیده و سلامتی انسان را با مخاطرات جدی روبرو ساخته اند. در حقیقت انسان متمدن امروز که به مدد تکنولوژی در پی تسخیر طبیعت است، از سر غفلت و سودجویی، تعادل محیط زیست را بر هم زده و نه تنها زندگانی خود بلکه نسلهای آتی را نیز به خطر انداخته است.

امروزه کمتر جایی را می توان سراغ گفت که هوای سالمی داشته باشد سالانه میلیونها تن مواد سمی بوسیله وسائط نقلیه، نیروگاهها و کارخانجات وارد هوا می شود بیماریهایی که بوسیله این هوای مسموم ایجاد می گردد، سالانه مبالغ هنگفتی زیان بصورت هزینه درمان، مزد از دست رفته، افت بهره وری و ... به جامعه وارد می نماید. بسیاری از آبهای سطحی و تحت الارضی دنیا بر اثر نفوذ فاضلاب صنایع، ریزش نفت و نشست زباله های دفن شده، آلوده شده است. سطح زمین نیز از آلودگی ها در امان نمانده است، در دهه های اخیر، بر اثر عرضه اشیاء و کالا در بسته بندیهای دور انداختنی، انسان مصرف گرا به طور فزاینده ای به استفاده از اشیاء «یکبار مصرف» روی آورده و با دور ریختن میلیونها تن از این مواد، محیط پیرامون خود را آلوده می سازد.^{۵۱}

در بسیاری از کشورهای صنعتی، قوانین وسیعی درباره کنترل آلودگی محیط وضع شده است. بازیابی مواد و استفاده مجدد از آن در چرخه تولید و مصرف، از شیوه های جدیدی است که در یکی دو دهه اخیر متداول شده است. اگرچه همه مواد مصرف شده را نمی توان دوباره استحصال نمود، اما به هر حال این طرحها به کاهش آلودگی کم و بیش کمک می نماید. مهمترین منابع آلوده کننده محیط، مواد سمی، و رادیواکتیو است که از لحاظ کنترل نیز پر هزینه ترین آنها است.

آنچه مسلم است، امروزه حل مسائل مربوط به محیط زیست از سطوح ملی فراتر رفته و ابعاد جهانی به خود گرفته است. در خردادماه ۱۳۷۱ کنفرانسی تحت عنوان «اجلاس زمین ۵۲» زیر نظر سازمان ملل متحد

بررسی عملکرد

کیفیت عملکرد فعالیت‌های بازاریابی یک بنگاه و سنجش ضعف‌ها و قدرت‌های آن به طرق مختلفی میسر است. (۱) با بررسی‌های مالی و حسابداری و تجزیه و تحلیل ارقام فروش، سود، نقدینگی، موجودی انبار، سرعت گردش سرمایه، هزینه‌ها و ... (۲) با بررسی رفتار مصرف‌کننده و سنجش آگاهی‌ها، اطلاعات، ترجیحات، میل به خرید و بالاخره تصور یا Image یا ذهنیتی که مصرف‌کننده نسبت به کالا یا نام تجاری یا مؤسسه و بنگاه اقتصادی دارد.

در صورتیکه معیارهای عملکرد به نحو صحیح ارزیابی شود، ممکن است عملکرد مطلوب یا نامطلوبی را نشان دهد. بدیهی است در صورت اثبات عملکرد مطلوب، فعالیت‌های بازاریابی با تعقیب همان استراتژی و با بکار بستن همان برنامه‌ها تکرار خواهد شد ولی در صورت اثبات عدم مطلوبیت عملکرد، باید مجدداً مراحل طی شده مورد بازنگری قرار گیرد و اشتباه یا اشتباهات احتمالی در هر کدام از مراحل تحقیقات بازاریابی، تعیین اهداف استراتژیک، تعیین اهداف اجرایی، برنامه‌ریزی و عملیات اجرایی مورد شناسایی و تصحیح قرار گیرد.

بقیه از صفحه ۳۵

چهار زمینه اساسی زیر دارای اختیار و قدرت تصمیم‌گیری باشد:

- ۱- انجام یا عدم انجام تحقیقات بازاریابی
- ۲- سیاست‌های قیمت‌گذاری و فروش
- ۳- تأمین مواد اولیه و توزیع تولیدات
- ۴- تبلیغات و پیشبرد فروش

در مرحله تعیین استراتژی‌ها، تصمیم‌گیری‌های استراتژیک توسط مدیران ارشد اجرایی انجام می‌شود و در سایر موارد تصمیم‌گیری‌ها به مدیران میانی واگذار می‌گردد.

برنامه‌ریزی بازاریابی

برنامه‌ریزی بازاریابی به معنی پیش‌بینی سلسله عملیات هماهنگ، منسجم و هم‌جهت با استراتژی بازرگانی بنگاه است که با توجه به وضعیت و موقعیت بنگاه از نظر مالی و تولیدی، وضعیت رقابت و بالاخره الزامات قانونی و دیگر فشارها یا پارامترهای محیطی باعث تسهیل و تسریع در رساندن کالا از تولیدکننده به مصرف‌کننده شود و سود مورد انتظار یا شرایط مورد انتظار بنگاه را فراهم نماید.

به عبارت دیگر، برای رسیدن به اهداف بازاریابی اعم از بلندمدت یا کوتاه مدت، کوشش سازمان یافته‌ای لازم است که با در نظر گرفتن هدف، منابع مالی، انسانی و تکنولوژیک سازمان یا بنگاه هماهنگ شده و کالای مناسب برای رفع نیاز مشتریان با قیمت مناسب و از طرق و کانال‌های مناسب توزیع گردد. این کوشش سازمان یافته، برنامه‌ریزی بازاریابی نام دارد.

عملیات اجرایی

عملیات اجرایی بازاریابی، فعالیت‌های واقعی و فیزیکی مانند خرید، حمل و نقل، تولید، انبارداری، بسته‌بندی، توزیع بین عوامل پخش مانند خرده‌فروشی‌ها و عمده‌فروشی‌ها و بالاخره حرکاتی است که از حدود مطالعه و پژوهش و برنامه‌ریزی و سیاستگذاری و ... به دور بوده و به طور ملموس اتفاق افتد.

31. Consortium

32. Trust.

۳۳) سلاحی عزیز، عباس تکیه، کلیات بازرگانی (تهران: انتشارات مدرسه عالی بازرگانی، مهرماه ۱۳۵۱)، صفحه ۱۳۲

34. Trust Certificates

۳۵) علیمحمد اقتداری، اقتصاد عمومی، جلد اول (تهران: انتشارات دانشکده علوم اداری و مدیریت بازرگانی دانشگاه تهران، ۱۳۵۵)، چاپ نهم، صفحه ۱۶۲.

36. Reinecke and others, op. cit., P.52

37. Ibid. P.53.

38. Adams, op. cit., P.45.

39. Adam Smith.

40. Reinecke and others, op. cit., P.54.

41. Fermont E. Kast and James Rosenzweig, Organization and Management (New York: Mc Graw-Hill Book Company 1985), P.207.

42. Input

43. Output

۴۴) ابوالفضل صادقپور، دانش مدیریت نرم افزار پیشرفت، مجله مدیریت دولتی، دوره جدید، شماره دوازدهم بهار ۱۳۷۰، صفحه ۵.

45. Reinecke and others, op. cit., P.63

46. Structural Unemployment

47. Reinecke and others, op. cit., P.63.

48. Ibid. P.64.

49. Ecology

50. Ecosystem

51. Reinecke and others, op. cit., PP.58-59.

52. Earth Summit

53. Economist, 23rd May, 1992.

22. Competition

23. Pure Competition

24. Imperfect Competition

25. Reinecke and others, op. cit., P.50

26. Oligopoly

27. Diopoly

28. Pure Monopoly

29. Reinecke and others, op. cit., P.51

30. Cartel.