



# VIJAYABHERI

Malappuram District Panchayath Educational Project

**2020-21**



## **Focus-'21**

### **Business Studies**

Study material for higher secondary examination March '21



## ആമുഖം

ഫോക്കസ്- '21 എന്ന പേരിൽ പ്ലസ് 2 വിദ്യാർത്ഥികൾക്ക് ഏറെ ഉപകാരപ്രദമായ ഒരു പഠന പിന്തുണാ വിഭവം പുറത്തിറക്കുന്നതിൽ മലപ്പുറം ജില്ലാ പഞ്ചായത്തിന് വളരെ സന്തോഷമുണ്ട്. ഗുണമേന്മയുള്ള വിദ്യാഭ്യാസത്തിന്റെ വ്യാപനത്തിന് ജില്ലാ പഞ്ചായത്ത് പ്രതിജ്ഞാബദ്ധമാണ്. വിജയഭേരി പദ്ധതിയിലൂടെ വിദ്യാഭ്യാസരംഗത്ത് ഗുണകരമായ ഏറെ മാറ്റങ്ങൾ കൈവരിക്കാൻ ജില്ലക്ക് സാധിച്ചിട്ടുണ്ട്. പ്രൈമറി തലത്തിലേക്കും ഹയർസെക്കണ്ടറി/വി.എച്ച്.എസ്.സി. മേഖലയിലേക്കും വിജയഭേരി പ്രവർത്തനം വ്യാപിപ്പിച്ചത് വഴി ആ മേഖലകളിലും ഗുണകരമായ മാറ്റങ്ങൾ കണ്ടു തുടങ്ങിയിട്ടുണ്ട്.

ഫോക്കസ് - '21 ഒരു പുതിയ തുടക്കമാണ്. സർക്കാർ പുറത്തിറക്കിയ ഓരോ വിഷയത്തിന്റെയും ഫോക്കസ് മേഖലകളിൽ കുട്ടികളെ സഹായിക്കുന്നതിന് വേണ്ടിയാണ് ഫോക്കസ് - '21 എന്ന പേരിൽ ഒരു പഠന പിന്തുണ വിഭവം ജില്ലാ പഞ്ചായത്ത് പുറത്തിറക്കുന്നത്. ഇത് കുട്ടികൾക്ക് ഏറെ സഹായകരമാവുമെന്ന കാര്യത്തിൽ തർക്കമില്ല. പഠനത്തിൽ പിന്നാക്കം നിൽക്കുന്നവർക്കും ഏറെ മുന്നിലുള്ളവർക്കും സഹായകരമായ രീതിയിലാണ് ഫോക്കസ് - '21 തയ്യാറാക്കിയിട്ടുള്ളത്. മലപ്പുറം ഡയറ്റാണ് ഈ ഉദ്യമത്തിന് അക്കാദമികമായ പിന്തുണ നൽകിയിട്ടുള്ളത്.

കുറഞ്ഞ ദിവസങ്ങൾക്കുള്ളിലാണ് നമ്മുടെ അധ്യാപകർ ഫോക്കസ് - '21 എന്ന വിഭവം തയ്യാറാക്കിയിട്ടുള്ളത്. ഇക്കാര്യത്തിൽ നമ്മുടെ അധ്യാപകർ പ്രത്യേക അഭിനന്ദനം അർഹിക്കുന്നുണ്ട്. ഈ ഉദ്യമത്തിന് പിന്നിൽ പ്രവർത്തിച്ച എല്ലാവരെയും അകമഴിഞ്ഞ് അഭിനന്ദിക്കുന്നു. എല്ലാ കുട്ടികൾക്കും ഇതിന്റെ ഗുണഫലം കിട്ടേണ്ടതുണ്ട്. വിദ്യാഭ്യാസ രംഗത്ത് പ്രവർത്തിക്കുന്ന എല്ലാവരും ഇക്കാര്യത്തിൽ ശ്രദ്ധ പതിപ്പിക്കണമെന്ന് അപേക്ഷിക്കുന്നു.

എല്ലാവരുടെയും സഹകരണ പ്രതീക്ഷയോടെ,

**എം. കെ. റഫീഖ്**  
പ്രസിഡണ്ട്  
ജില്ലാ പഞ്ചായത്ത്, മലപ്പുറം

**നസീബ അസീസ്**  
ചെയർപേഴ്സൺ, ആരോഗ്യ  
വിദ്യാഭ്യാസ സ്റ്റാന്റിംഗ് കമ്മറ്റി  
ജില്ലാ പഞ്ചായത്ത്, മലപ്പുറം

**ശ്രീമതി സന്ദേഹലത**  
RDD മലപ്പുറം

**ഡോ. പി.കെ. അബ്ദുൾ ഗഫൂർ**  
പ്രിൻസിപ്പാൾ, ഡയറ്റ് മലപ്പുറം

**ശ്രീ. എം. ഉബൈദുള്ള**  
എ.ഡി. വി.എച്ച്.എസ്.സി, കുറ്റിപ്പുറം മേഖല

PREPARED BY

1. RAFEEQUE K  
HSST COMMERCE  
GGHSS, MALAPPURAM
2. SREEJA V S  
NVT COMMERCE  
GMVHSS VENGARA
3. ANIL PETER  
HSST COMMERCE  
GBHSS MANJERI
4. RASSIA BEEVI M A  
HSST COMMERCE  
GGHSS MANJERI

**TO THE TEACHER**

1. We are here to start a special programme for uplifting those who are still found difficulty in the subject business studies.
2. This booklet is meant only for these type of students in the district.
3. The basic reference resources is the NCERT text of the concerned class.
4. The teacher can use additional resources and questions, for coaching the students as the case may be.
5. As this is prepared for minimum requirement, some omissions and deletions may be expected.

## **CHAPTER -1**

### **Nature and significance of management**

#### **Definition:**

“Management is the art of getting things done through others”.

#### **Features of management**

**1. Management is a goal oriented process:**

Management always aims at achieving the organizational objectives. All the activities of a manager lead to the achievement of the objectives.

**2. Management is pervasive:**

Management is applicable to all types of organization.

**3. Management is a continuous process:**

The process of Management involves a series of process like planning, organizing etc.

**4. Management is a group activity:**

All efforts of the individuals are directed towards a common goal.

**5. Management is a dynamic function:**

Depending on the changes in environment management also has to change its objectives

**6. Management is intangible :**

Management cannot be seen but its presence can be felt with the achievement of objectives.

**7. Management is multidimensional:**

Management involves three activities in management of work, management of people and management of operation

## **Nature of Management**

### **1. Management as an art.**

Art is a systematized body of knowledge which requires skill, creativity and practices.

#### **Features of art are**

1. Systematic body of knowledge
2. Personalized application
3. Perfection through practice
4. All the features of art one present in management and hence management is an art.

### **2. Management as a science :**

Science is a systematized body of knowledge based on observation and practical.

#### **Features of science are**

1. Systematized body of knowledge
2. Principle based on experimentation
3. Universal applicability.

Some features of science are not seen in management and hence it is not a pure science.

It is a social science because it is related to people.

### **3. Management is a profession:**

Profession is an occupation which requires specialized knowledge, training and skill.

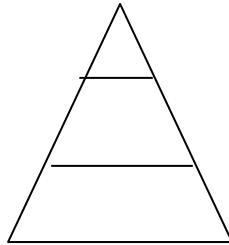
#### **Features of profession are**

1. Well defined body of knowledge
2. Formal training
3. Restricted entry
4. Professional association
5. Code of conduct

Presently all the features of profession are not present in management but it is on the path of becoming a profession.

### **Levels of management**

The hierarchy of management position from top to bottom is called levels of management. The levels of management can be classified in three broad categories



1. Top level
2. Middle level
3. Lower level

#### **1. Top level management.**

Top level management consists of managing director, board directors , president , vice president , CEO etc.

#### **Function**

1. Determining the objectives of business.
2. Framing plans and policies to attain the objectives.
3. Co-ordinating the activities of different department
4. Maintain a relation with government , workers , organization etc and other outside partners
5. Assembling the finance and other resources to carry on the activities.

#### **2. Middle level management**

It include departmental heads like production manager , purchase manager etc. They act as a link between top management and supervisory management.

#### **Function**

1. Implementing the policy decision by the top management.
2. Select and appoint employee of their department.
3. Take department decision.

4. Act as a link between top management and lower management.
5. Motivate the employees.

### **3. Lower level management**

This level consists of supervisors foreman, inspectors etc. these management directly related to workers. They act as a link between middle level managers and workers.

#### **Function**

1. Planning the day today work.
2. Assigning duty to the workers.
3. Supervising the workers are
4. Arrangement of materials machinery etc.
5. Evaluating the performance
6. Sending reports to higher authorities
7. Ensuring standard quality of the product etc.

#### **Co-ordination**

Co-ordination is the process of integrating the activities of various department of an organization to achieve the organization objectives. Co-ordination is the essence of management.

#### **Features**

1. Essence of management
2. Continuous process
3. Group effort
4. Common purpose

### **Elements of co-ordination**

#### **Elements of co-ordination are**

1. **Integration:** All the activities of the various departments of the organization are to be integrated towards achievement of a common goal
2. **Balancing :** Various activities of the organization should be balanced in order to achieve the common objectives
3. **Timing:** Timing involves scheduling the operation so as to complete it in the prescribed time limit.



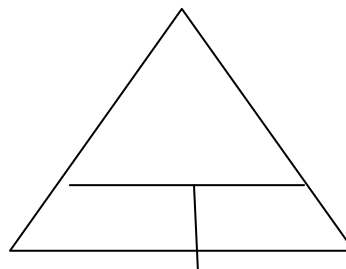
## CHAPTERS -2

### Principles of management

Henry Fayol is known as the Father of General Management

#### Fayol's principles of management

1. **Division of work:** The work must be divided into small tasks and each task should be assigned to one person and this leads to specialization.
2. **Authority and Responsibility:** Authority means the power to take decision and responsibility means obedience and to complete the assigned job.
3. **Discipline :** Means obedience, respect of authority etc
4. **Unity of command:** There should be one and only one boss for every individual employee.
5. **Unity of Direction** - One head and one plan.
6. **Subordination of individual interest to general interest:** The interest of the organization should be the first priority or over the interest of any individual.
7. **Remuneration of employees:** The remuneration should be sufficient to motivate employees. It should be within the paying capacity of the organization.
8. **Centralization and decentralization:** Centralization means concentration of authority the top level and decentralization means delegation of authority within the organization.
9. **Scalar chain :** It is the formal line of authority which moves from highest to lowest rank.



**Scalar chain**

In case of emergency the officials of the different departments at the same level can communicate with a shorter route of communication which is called **gangplank** so that speedy decision can be taken

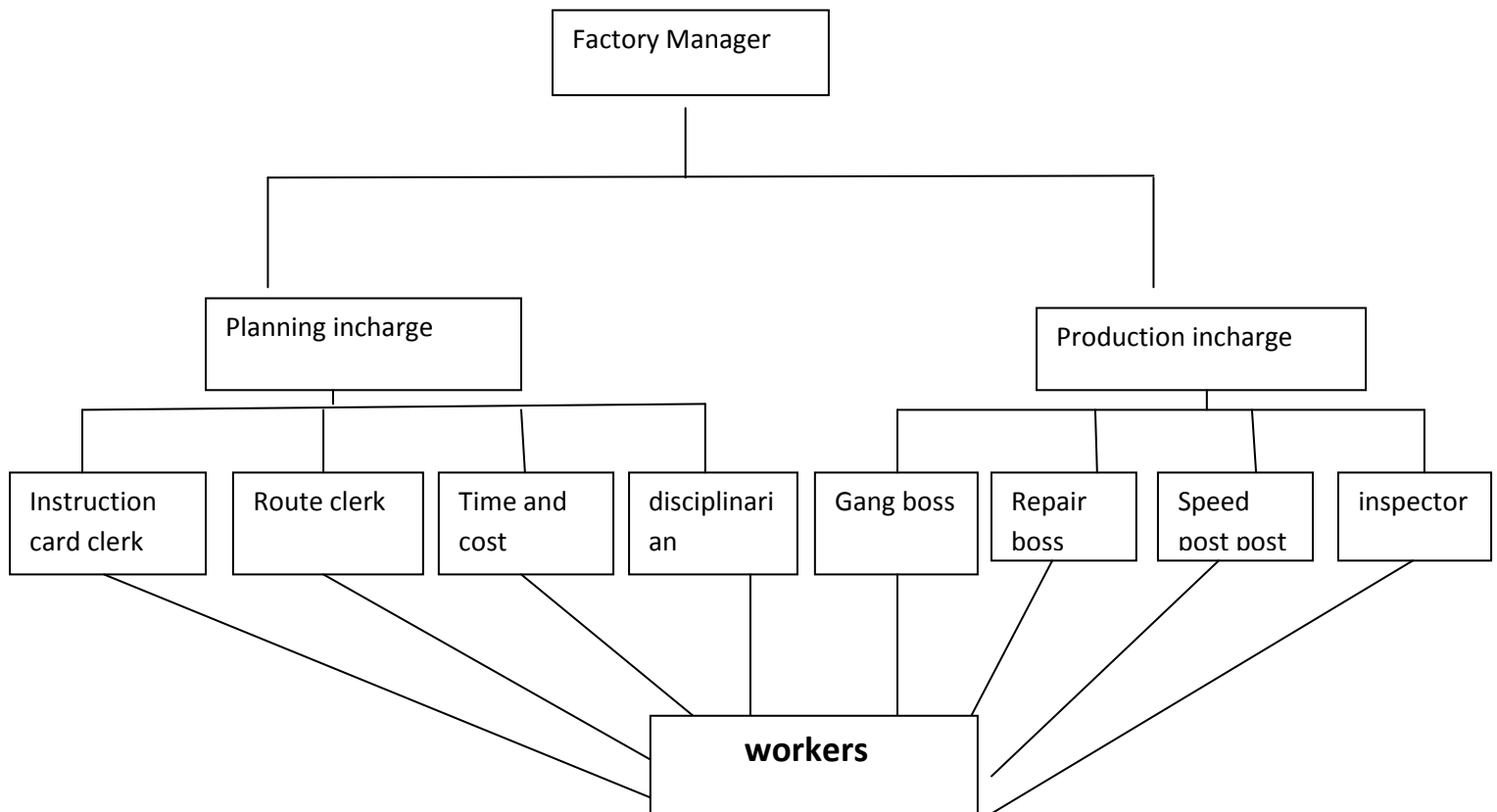
10. **Order :** There must be a fixed place for everything and everything must be in its place.
11. **Equality :** There should be no discrimination among the workers.

- 12. Stability of tenure of Personnel :** Employees turnover should be minimized to maintain organizational efficiency.
- 13. Initiative:** Employees must be given an opportunity to take initiative in making and executing their plan. It will satisfy the employees.
- 14. Esprit De corps (Union is strength):** The Management should promote a team spirit among employees.

**Techniques of scientific Management:** F.W. Taylor suggested techniques of scientific management. They are

1. **Functional Foremanship** : Taylor suggested the division of factory into two department.
  1. Planning departments
  2. Production department

According to this technique a worker will be guided by 8 supervisors.



**2. Standardisation and simplification of work:** Standardisation is the process of setting standard. Simplification means eliminating unnecessary diversity of products.

3. **Work Study:** Work study is a systematic and critical assessment of the performance of workers. It includes

**Method Studies:** The technique to know the best way of doing a particular work.

**Motion study:** The study of various movements.

**Time Study :** Determines the standard time taken by an employee to perform a given task

**Fatigue Study :** It is used to find out the number and frequency of rest intervals that must be provided to a worker

4. **Differential piece wage System:** Under the system two wage rates are determined for efficient and inefficient workers. Those employees attained the standard are given high rate and the employee not attained are given low rate.

## CHAPTER – 3

### BUSINESS ENVIRONMENT

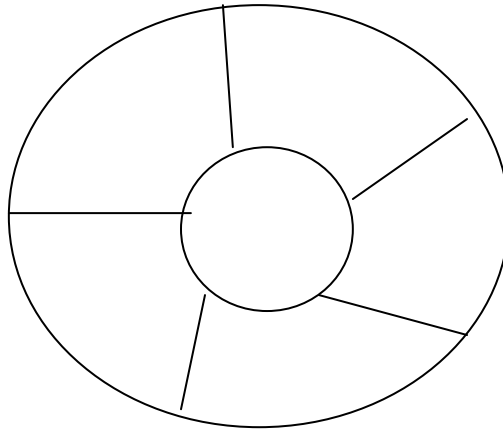
#### Importance of Business Environment:

1. It helps the firm to identify opportunity and to get first mover advantage.
2. It helps firm to identify threats.
3. It helps in assisting planning and policy formulation
4. Copying with changes.
5. It helps in improving performance.
6. Helps in assembling resources.

#### Dimensions of Business environment

Dimensions means all the factors which will have direct or indirect influence over the business.

1. Economic environment
2. Social environment
3. Political environment
4. Legal environment
5. Technological



- 1. Economic environment:** It includes inflation, tax and interest rate, unemployment, competition etc.
- 2. Social Environment :** It consist of tradition, custom language, religion etc.
- 3. Political environment:** It consist of political parties, their attitude, government, its stability peace in the country.
- 4. Technological environment:** It consists of forces relating to innovation and scientific improvement.

5. **Legal environment:** to consist of legislation passed by the government, administration order, court judgment etc.

### **Industrial Policy 1991**

Industrial Policy 1991 as brought comprehensive changes in economic regulation in the country. They are :

1. Abolition of industrial licensing except for certain industries.
2. Dilution of role of public sector
3. Free entry to foreign investment and technology
4. Take away restriction on investment by business firm under MRTP Act

**The major changes of the economic policy 1991 are :**

1. **Liberalization** : Liberating the economy from unnecessary controls and regulation and making the economy more competitive. It liberated the public sector from controls and licensing.
2. **Privatization**: Refers to giving a greater role to the private sector and reducing the role of the public sector.
3. **Globalization**: Refers to integration of various economies of world. It leads to free movement of people , goods and services across boundaries.

## CHAPTER – 4

### PLANNING

Planning is the primary and basic function of management. It means deciding in advance what, when, where, and by whom things are to be done.

#### Features of planning:-

They are

**1. Goal Oriented:**

Every plan will set an objective for the business

**2. Primacy of planning:-**

Planning is the basic and primary function of management.

**3. Pervasiveness:-**

The function of planning will have to be carried out by all managers working in different levels.

**4. Flexibility:-**

Capacity to adjust based on situation.

**5. Continues process :-**

It is a never ending activity till the end of the firm.

#### Steps in Planning:-

They are:

**1. Setting the objective:-**

The first step, which will serve the basis of planning.

**2. Develop Planning premises:-**

These are the assumptions about the internal and external environment of the firm.

Eg:- existing staff, market condition

**3. Determine alternative course of action:-**

Here manager develops possible number of alternatives.

**4. Select the best alternative:-**

After making evaluation, select the best alternative.

### **5. Formulating Derivative Plans:-**

These are the plans of various sections and departments.

(eg:- purchase plan, sales plan etc.)

### **6. Implementation of plans:-**

In this stage putting the plan into action.

### **7. Follow up:-**

Appraise the effectiveness of planning to find out and rectify various short – comings.

## **Types of Plans**

They are;

### **1. Single use plans**

### **2. Standing plans**

#### **1. Single use plans:-**

Those plans developed for a particular project or period of time

(eg:- budget, programme, project)

#### **2. Standing plans:-**

Those plans developed for activities that occur regularly over a period of time.

(eg:- policy, procedure, method, rules etc)

### **Objectives:-**

The ends which the management seeks to achieve by its operation.

(eg:- Increase sale by 10%.

### **Strategy:-**

Strategies are plans made in line of the plans of the competitor.

Eg:- continue the same line of operation)

### **Policy:-**

A broad statement which provides guideline in decision - making

(eg:- pricing policy)

**Procedure:-**

A step by step way of handling events.

(eg:- Selection procedure)

**Method:-**

The standardized way of accomplishing tasks.

(eg:- method of wage payment)

**Rule**

Some specific statements which informs what is to be done or not to be done in a given situation.

(eg:- smoking is prohibited)

**Programme:-**

All the activities necessary for achieving a given objective.

(eg:- Programme of opening '5' branches.

**Budget:-**

It is the numerical expression of the future results.

(eg:- sales budget, cash budget)



## CHAPTER - 5

### Organising

Bringing together various human and non-human resources called organizing.

#### **Importance of organizing**

They are

1. Division work brings specialization
2. Well defined jobs in the organization
3. Clear-cut authority and responsibility relationship
4. Avoids duplication of work
5. Brings co-ordination
6. Helps to adopt new changes

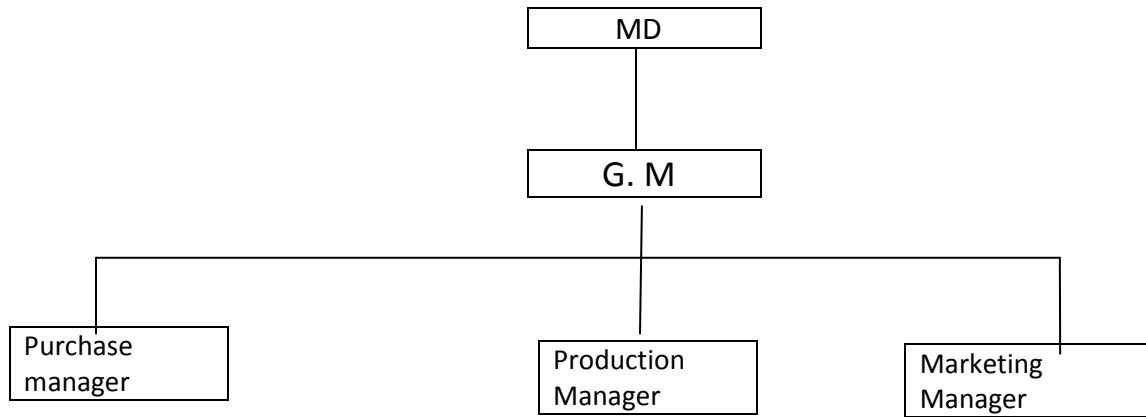
#### **Organisation Structure**

It is the pattern of relationship among various managerial personals in the organization. It has a shape of pyramid.

#### **Types of Organisation Structure**

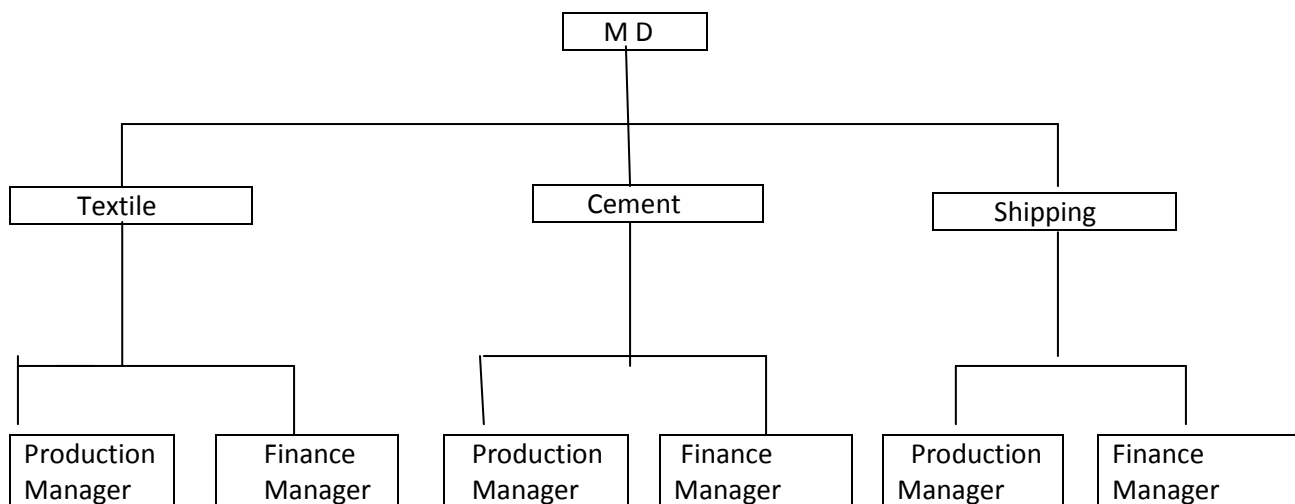
They are

1. Functional organisation structure
  2. Divisional Organisation structure
- 
1. Functional organization structure



Here activities are grouped on the basis of functions. Each function is organized as a separate department.

## 2. Divisional Organisation Structure



Here activities are grouped on the basis of divisions. Divisions are formed based on either product or territory.

### Delegation and Decentralisation

#### Delegation:-

The process of sharing authority between a superior and his subordinate called delegation. It is based on the principle division of labour.

**Decentralisation:-**

The dispersal of authority among organization members called decentralization. Here authority is given to all subordinate in a particular level.

**Distinction Between delegation and decentralization**

<b>Delegation</b>	<b>Decentralisation</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>• Between one superior and one subordinate</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Between two levels</li></ul>
<ul style="list-style-type: none"><li>• Compulsory</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Optional</li></ul>
<ul style="list-style-type: none"><li>• A managerial process</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• A managerial policy</li></ul>
<ul style="list-style-type: none"><li>• Authority given on a selective basis</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Authority given to all subordinate in a particular level</li></ul>
<ul style="list-style-type: none"><li>• Control will be in the hands of superior</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Superior has only a general control</li></ul>

## CHAPTER - 6

### STAFFING

It is the process of finding out the size and type of personnel required in the organization. Staffing is concerned with employing right person on the right job.

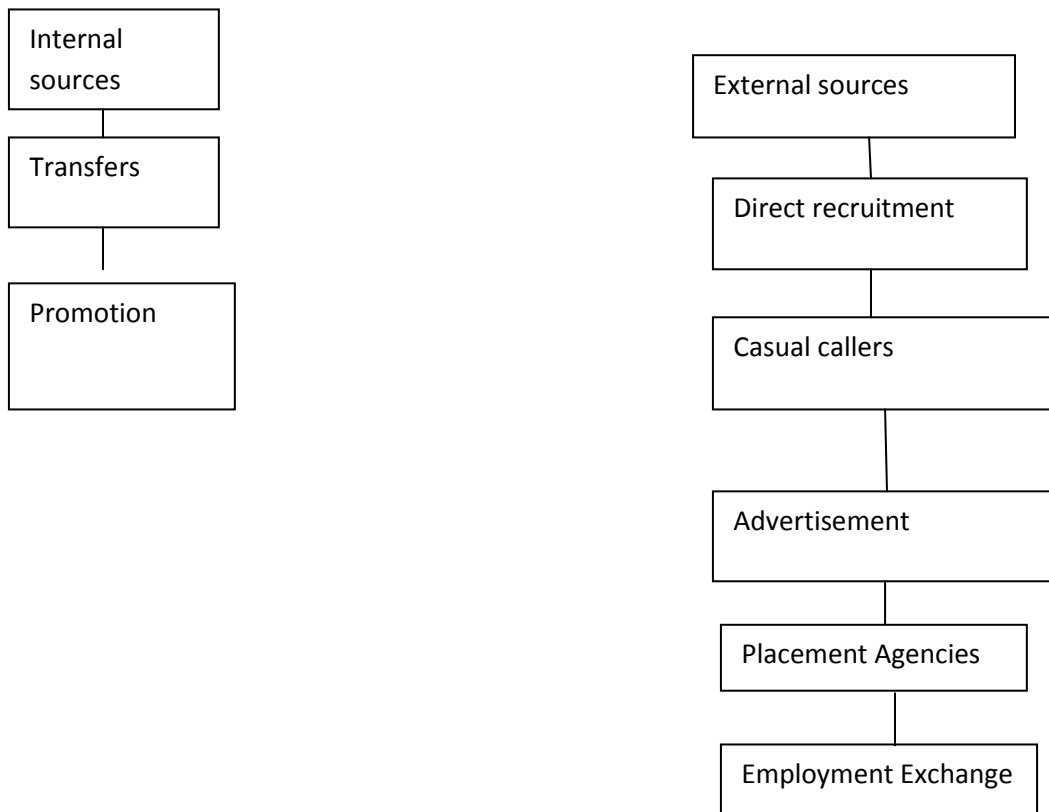
#### Importance of staffing

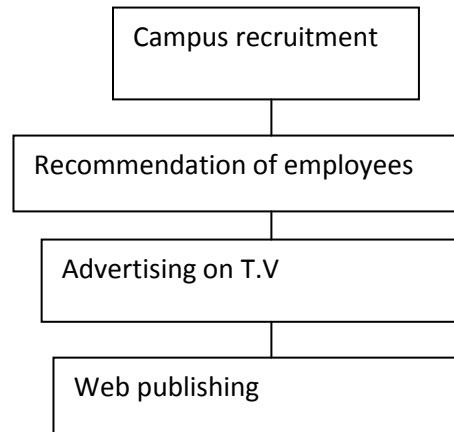
They are:

1. Helps in obtaining competent personnel
2. Helps for better performance from employees
3. Ensures survival and growth
4. Ensures optimum utilization of human resources
5. Staffing improves the morale of employees

#### Sources of Recruitment

Various sources can be divided as





Internal Sources	External sources
Recruitment from within the firm	Recruitment from outside the firm
A sense of security	Frustration
Less choice	Wider choice
No new entry	Benefit of new blood
Economical	costly
Restrict healthy competition	Healthy competition

## Selection Test

Various tests used are

- a) **Intelligence tests:** Conducted to test the level of IQ, EQ, aptitude etc.
- b) **Aptitude tests :** Test to measure the potential for learning new skill.
- c) **Personality test :** Test to determine emotions, reactions, maturity, value system etc.
- d) **Trade Test :** Contacted to test the knowledge, special qualification and skill.
- e) **Interest test:** These are used to know the pattern of interest.

## Methods of Training

They are

1. On the job training
2. Off the job training

## **1. On the job training**

It means learning while doing . The training provides knowledge from the actual work place.

### **Methods of on the job training**

#### **A . Apprenticeship programmes**

Here trainee is placed under the supervision of an experienced person who teaches him the skills.

#### **B. Coaching**

Under coaching superior guides and instructs the trainee as a coach.

#### **C. Internship Trainee**

Here the institute enters into contract with business firm for providing practical knowledge to its students.

#### **D. Job rotation**

In the method, the trainee is moved from on job to another

## **2. Off Job training**

It mean learning before doing. Provides theoretical knowledge.

### **Methods of off the job training**

- A. Classroom lectures :** It is like a classroom lecture
- B. Films:** Here the content to be taught is presented through a film show
- C. Case study :** In the method, trainee study cases, to determine problems, analyze causes, develop alternative solutions, select the alternative and implement it.
- D. Computer modeling :** Here models are created with the help of computer.
- E. Vestibule training :** The training given at the vestibule schools. These are the real model of actual situation.
- F. Programmed instruction :** Here information is broken into units and these units are arranged in a systematic manner.

## CHAPTER – 7

### DIRECTING

Directing is the process of instructing, guiding and motivating people in the organization to achieve its objectives.

#### Elements of directing:

Supervision	Motivation	Leadership	communication
-------------	------------	------------	---------------

1. **Supervision** - Supervision means overseeing the subordinates at work.

#### Importance of supervision

1. **Friendly relations** - Supervisor maintains friendly relations with workers
2. **Acting as a link**- Supervision enables a proper link between workers and management.
3. **Maintain unity** - A good supervisor maintain unity and harmony among workers.
4. **Ensures performance** - He can ensures effective achievement of work
5. **Training** - Supervisor provides on the job training-
6. **Morale** -A good supervisor build up morale among workers
7. **Feedback**- Supervisor gives feedback to higher levels.

#### II Motivation :

Motivation is the process of stimulating people to work greater interest and zeal.

#### Features of motivation

1. Motivation is an internal feeling.
2. Motivation produces goal directed behavior.
3. Motivation can be either positive or negative.
4. Motivation is a complex process.

#### Importance of motivation

1. **Improves performance**-When the needs of employees are satisfied, they devote all their energies to achieve higher performance
2. **Positive attitude**- Motivation helps to change negative attitude to positive attitude.

3. **Reduces employee turnover and absenteeism** - Proper motivation provides confidence
4. **Facilities changes** : an effective system of motivation helps to overcome resistance to change
5. **Organizational goals**- Motivation ensures achievement of organizational goals.

## **Maslow's Need Hierarchy Theory of Motivation**

### **Basic assumptions**

1. Peoples behaviour is based on their needs.
2. . Peoples needs are in hierarchical order.
3. A satisfied need can no longer motivate a person.
4. After the lower level needs are satisfied, a person moves to the next higher level needs.

### **Hierarchy of needs**

1. **Physiological needs** – These needs are most basic needs of an individual, Eg: Hunger, Shelter, Clothing, sex etc.
2. **Safety/security Needs** –Need for protection from physical and emotional harm – job security, pension plan, stability of income etc.
3. **Affiliation/Social Needs** – Need-Need for love and affection, sense of belonging, friendship etc.
4. **Esteem Needs** – Need for self-respect, recognition, status, autonomy etc.
5. **Self Actualization needs** – To become what one is capable of becoming

## **III Leadership**

Leadership is the process of influencing people so that they will strive willingly and enthusiastically towards the achievement of group goals. It is the ability of a leader to induce subordinates.

### **Features**

1. Leadership indicates the ability of an individual to influence others.
2. Leadership involves changing the behaviour of others



3. Leadership represents inter-personal relations between a leader and his followers.
4. Leadership aims to achieve organizational goals.
5. Leadership is a continuous process.

#### **Qualities of a Good Leader**

1. **Physical features** – Height, weight, health, appearance etc. determine the physical personality of an individual.
2. **Knowledge** – A good leader must have required knowledge and intelligence
3. **Integrity**-A leader should have high level of integrity and honesty. He should be a role model to other.
4. **Initiative** – A good leader must have initiative and courage
5. **Communication skills** – Leader should have the capacity to explain his ideas. He should be a good speaker as well as good listener.
6. **Motivation skills** – A leader should understand the need of people and motivate them.
7. **Self confidence** – A leader should have high levels of self confidence and will power in most difficult times
8. **Decisiveness** – A leader should not change opinions frequently.

#### **Leadership styles**

1. Autocratic/ Authoritarian leader
2. Democratic –participative leader
3. Laissez fair/free rain leader

#### **IV Communication**

Communication is the process of exchange of ideas, facts, views, feelings, etc., between two or more person to create common understanding.

#### **Elements of communication process**

1. Sender – Sender means person who conveys ideas
2. Message – It is the subject matter of communication
3. Encoding- It is the process of converting the message into communication symbols
4. Media – It is the channel of communication
5. Decoding – It is the process of converting encoded symbols by the receiver for the purpose of understanding
6. Receiver – The person who receives the message

7. Feed back – It means the reaction or response which indicates that the receiver has understood the message.
8. Noise – It means an obstruction or hindrance in communication process

## **Barriers to communication**

A. **Semantic Barrier** – These are problems arise in the process of encoding and decoding of the message

1. Badly expressed message – use of wrong words, omission, poor vocabulary etc., makes the message bad
2. Symbols with different meaning – Sender and receiver perceive the same word in different meaning
3. Faculty translations – If the translator its not proficient in both languages there may be mistake
4. Un clarified assumptions - When the sender does not make his assumption clear, receiver may misunderstand the message
5. Technical jargon – Technical terms may not understand by common people

**B Psychological Barriers** - Barriers due to emotional factors

1. Premature evaluation – receiver evaluates the message before the sender the completes his message
2. Lack of attention – Pre occupied mind of the receiver
3. Loss by transmission and poor retention – successive transmission of message may result in loss of information. Poor retention of information affects the effectiveness of communication process
4. Distrust – Sender and receiver do not believe each other

**C Organisational Barriers** - Barriers related to structure, authority, relation etc., in the organization.

1. Organisational policy - Organization policy is not supportive to free flow of communication, it may hamper effectiveness of communication
2. Rules and regulations – Rigid rules and regulations may be a hurdle to effective communication
3. Status – A status conscious manager may not allow his subordinate to express their feelings freely
4. Complex structure – When there are several managerial levels, communication get delayed and distorted

**D. Personal Barriers:** - Personal Barriers in between superior and subordinate

1. Here of challenge to authority – Here of superior that particular communication may affect his authorities

2. **Lack of confidence of superior on his subordinate** – Not trusted on the competency of their subordinate

3. Unwillingness – Unwillingness of subordinate to communicate with his superior

4. **Lack of proper incentives** – If there is no motivation or incentives for communications, subordinate may not take initiative to communicate

## CHAPTER - 8

### CONTROLLING

Controlling is the process through which managers ensure that actual activities conform to the planned activities. It helps to accomplish predetermined standards.

#### Controlling process (steps in controlling)

1. Setting Performance standards – Standards are the criteria against which actual performance is measured. It can be set in quantitative and qualitative terms.
2. Measurement of actual performance – There are several methods for the measurement of performance – personal observation, sample checking, performance reports etc
3. Comparing actual performance with standards – Comparison reveals the deviation between actual and standards
4. Analyzing deviations – The deviations from the standards are assessed and analyzed to identify the causes..
5. A) Critical point control – Control system should first focus on Key Result Areas (KRA). They are critical to the success of the organization. Control over each and every activity is practical  
b) Control by exception (Management by Exception) – Only significant deviations which go beyond the permissible limit should be brought to the notice of management. An attempt to control everything may end up in controlling nothing. It helps the managers focus on important areas.
5. Taking corrective action – If deviations are beyond the permissible limit, it requires immediate managerial corrective action. This may involve training to employees, modification of plans, technological up gradation.

#### Techniques of Managerial Control

##### Traditional Techniques

Traditional Techniques	Modern Technique
<ol style="list-style-type: none"><li>1. Personal observation</li><li>2. Statistical reports</li><li>3. Breakeven analysis</li><li>4. <b>Budgetary Control</b></li></ol>	<ol style="list-style-type: none"><li>1. ROI</li><li>2. Ratio Analysis</li><li>3. Responsibility Accounting</li><li>4. Management Audit</li><li>5. PERT &amp; CPM</li><li>6. MIS</li></ol>

1. Personal Observation – Employees are observed personally on their job. It provides first hand information.
2. Statistical Reports : Includes averages, percentage, ratio, correlation etc.
3. Break even analysis – Analysis of cost, volume and profit. It determines the probable profit and loss at different levels of activities. Break even point is the point at which total revenue is equal to total cost. There is no profit and no loss at this point.
4. Budgetary Control – It's a technique of Managerial control in which all operations are planned in advance in the form of budget and actual results are compared with budgetary standards. Eg. Sales budget, production, cash budget etc.

#### Modern technique

1. Return on investments(ROI) – It can be used to measure the overall performance of the company. It is proportion between net income and total investment
2. Ratio analysis – commonly used ratios are – Liquidity ratio, solvency ratio, profitability ratio and turnover ratio.
3. Responsibility Accounting – Under responsibility accounting the whole organization is divided into different responsibility centers, each segment headed by a manager who is responsible for a specified target of performance. eg:- cost centre, revenue centre etc.
4. Management Audit – It refers to the systematic appraisal of the overall performance of the management of an organization.
5. PERT & CPM – Programme evaluation and review technique (PERT) and critical path method (CPM) are the important network techniques useful in planning and controlling
6. Management information system – MIS is a computer-based information system that provides support to decision-making activities.

**CHAPTER – 9**  
**FINANCIAL MANAGEMENT**

Business Finance – Money required for carrying out business activity is called business finance. It is very crucial for the survival and growth of the business.

Financial Management – It is concerned with the optimal procurement and usage of finance it aims at procuring fund with minimum cost and risk and ensuring effective deployment of fund

**Financial Decision**

**It includes investment decision financial decision and dividend decision**

- A. Investment decision - It concerned with how the firms funds are to be invested in different asset. Investment decision may be long term or short term
  - a) Long term investment decision (Capital budgeting decision ) It involves allocating the resource in fixed asset. These decision asset any capacity over the long run.
  - b) Short term investment decision( Working capital decision) It is concerned with decision with regards to investment in current asset.
- B. Financing decision – These decision determine the source of finance. – Share holders and bored fund.

**Factors Affecting financing decision**

1. Cost of source of finance
2. Risk involved
3. Flotation cost
4. Cash flow position
5. Level of fixed operating cost
6. Control consideration
7. State of capital market

III Dividend Decision- It determines how much profit is to be distributed its has dividend and how much of it is to retained

Factors affecting dividend decision

1. Earnings
2. Stability of earnings

3. Growth of firm
4. Cash flow position
5. Taxation policy
6. Shareholders preference
7. Access to capital market

### **Capital Structure**

It is the mix of various long term source of funds. (Equity shares preference share, debentures, loans, reserves and surplus. The capital structure should be an optimum capital structure.

### **Trading on equity**

It is the use of fixed income bearing securities in the capital structure in order to increase the return of equity share holders.

### **Factors affecting capital structure**

1. Cash flow position
2. Trading on Equity
3. Interest coverage Ratio
4. Debt Service coverage ratio
5. Return on investment
6. Cost of debt finance
7. Tax rate
8. Cost of equity
9. Flotation cost
10. Flexibility
11. Control
12. Regulatory Frame work
13. Stock market condition
14. Capital structure of other company

### **Fixed capital**

It is the investment in various fixed asset( Land, building)

### **Factors affecting fixed capital**

1. Nature of business – Manufacturing concern require more fixed capital the trading concern
2. Scale of operation – Larger is the scale heavier is the requirements
3. Choice of technique – Capital intensive firm require more fixed capital than labour intensive firm
4. Growth- Higher growth heavier is the requirements
5. Diversification – For diversification operation more fixed capital is required
6. Financing alternatives - Cash purchase required more fixture capital than lease purchase

Working capital – It is the capital required to invest in current asset. The capital is required for meeting day to day expenses.

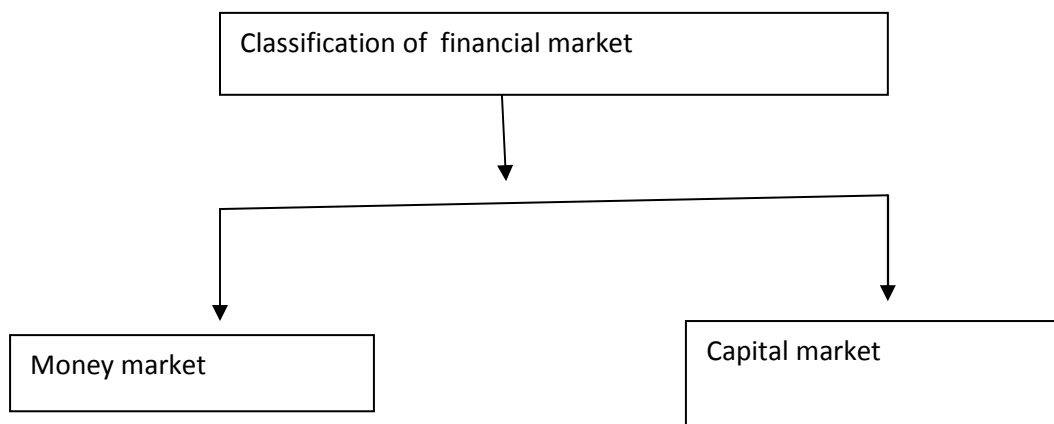
### **Factors affecting working capital**

1. Nature of business – trading concern requires less working capital as compared to manufacturing concern
2. Scale of operation – larger, heavier is the requirement
3. The business cycle - booming period requires more working capital than depression period.
4. Production cycle – If it is more larger is the requirements
5. Seasonal factors - during season , heavier is the requirements
6. Credit policy –Cash purchase and credit sales requires more working capital than credit purchase and cash sales.
7. Efficiency – High efficiency firm require less working capital .
8. Availability of raw materials – Free availability requires less investment.
9. Growth – Greater growth potential need more working capital.
10. Inflation – During the period heavier is the requirement.



## Chapter –10 FINANCIAL MARKET

A financial market is a market for the creation and exchange of financial assets. Financial assets refer to the financial instruments or securities like shares, debentures, treasury bills, etc. It helps in mobilization of savings and channelizing them into the most productive uses. A financial market helps to link the savers and investor



### Money market

Money market is a market for trading short term funds, instruments with a maturity of less than one year. It deals with short term securities. RBI, commercial bank, state govts, etc. are the main participants of money market.

### Money Market Instruments

#### I. Treasury Bill (Zero Coupon Bond)

A treasury bill is an instrument of short term borrowing by the Govt of India.

- Treasury bills are issued by RBI on behalf of central Govt.
- The issue period ranges from 14 to 364 days (52) weeks)
- Treasury bills are negotiable instruments

- Treasury bills are highly liquid in nature
- Issued at a discount and are redeemed at par
- T-bills are available of Rs.25000 and in multiples thereof

## II. Commercial Paper

These are the unsecured promissory note issued by well reputed companies to raise short term funds.

- It is a short term unsecured promissory note
- These are negotiable instruments
- Its maturity period is usually 15 days to 1 year
- Commercial papers are sold at a discount and redeemed at par

## III. Call money

Call money is a short term finance repayable on demand, with a maturity period of one day to fifteen (15 ) days. It is used for inter bank transactions.

The trading in routine surplus of banks is termed as call money

## IV. Certificate of Deposit (CD)

CD is a savings certificate issued by commercial banks and development financial institutions with a fixed maturity date

- CDs are unsecured negotiable short term instrument
- It is a time deposit or fixed deposit that restricts holders from withdrawing fund on demand
- Minimum amount of CD should be 1 lakh
- The maturity period of a CD Ranges between 7 days to one year.

## V. Commercial Bill

It is a bill of exchange used to finance the working capital requirements of business firms. The seller of goods draws the bill and buyer accepts it. On acceptance the bill becomes a marketable instrument and is called a trade bill. When a trade bill is accepted by a commercial

bank, it is known as a commercial bill. If the seller needs money before the due date, he can get the bill discounted from the bank

## **2. Capital Market**

It is the market dealing in long and medium term fund. It is the market where the transactions in long term securities are made. The market dealing in shares, debentures, bonds and securities is known as capital market

### **Primary market**

Primary market is the market where in new securities are issued for the first time. A company can raise capital in the primary market in the form of equity shares, preference shares, debentures loans and deposits . Through this market both newly established companies as well as the existing companies collect capital

### **Methods of Floatation in Primary market**

#### **1. Offer through prospectus { public issue}**

Under this method, the company issues prospectus and invite the public to purchase the shares or debentures of the company

#### **2. Offer for sale**

Under this method, securities are not issued directly to the public but are offered for sale through intermediaries like issuing houses or stock broker

#### **3. Private Placement**

It means the allotment of securities to institutional investors and some selected individuals instead of selling them to general public. The companies which cannot afford a public issue can prefer private placement.

#### **5. Right Issue**

This is a privilege given to the existing shareholders to subscribe to new issue of shares. When an existence company issues new shares, first of all it invite its existing share holders this is called the right issue

## 5. e- IPOs

It is the issue of securities to the public through the on-line system of the stock exchange

### **Securities and Exchange Board of India [SEBI]**

SEBI was established by the Govt. of India on April 1988. It is a regulatory and developmental agency of Indian Capital Market. Investors' protection is the major responsibility of SEBI. It was given statutory status through an Act in 1992.

#### **Objectives of SEBI**

1. To regulate stock exchanges, mutual fund market and other security industry
2. To protect the rights and interest of investors.
3. To prevent malpractices in trading in securities
4. To regulate and develop a code of conduct relating to security market
5. To provide education and awareness relating to dealing in securities to the investors

#### **Functions of SEBI**

##### **A. Regulatory Functions**

1. Registration and regulation of stock exchange.
2. Registration and regulation of brokers, sub brokers, merchant bankers, underwriters, etc.
3. Registration and regulating the working of Mutual Funds.
4. Regulation of takeover of companies.
5. Inspection and audits of stock exchanges and intermediaries.

##### **B. Development Functions**

1. Training of intermediaries of the securities market.
2. Conducting research and publishing information to all market participants.
3. Undertaking measures to develop the capital market.

##### **C. Protective Functions**

1. Prohibition of fraudulent and unfair trade practices.
2. Controlling insider trading and imposing penalties for such practices.
3. Undertaking steps for investor protection.
4. Promotion of fair practices and code of conduct in securities market.

## CHAPTER - 11

### MARKETING

#### Marketing management

It is concerned with planning organizing directing and controlling the activities relating to the marketing of goods and services to satisfy the consumers wants.

#### Selling and Marketing

##### Selling

Transfer of title of product from seller to buyer

It is a part of marketing, it has limited scope

Transferring of title and possession of goods

Profit maximization through increasing sales

Activities start after the product is developed

Emphasis is on bending the customer according to the product

It involves efforts like promotion and persuasion

##### Marketing

Marketing is a social process by which individuals and groups obtain what they need and want through waiting offering and freely exchanging products and services of value with others.

It consists of number of activities, it has wider scope

Achieving maximum satisfaction of the customer's needs and wants.

Profit maximization through customer satisfaction

Activities start before the product is produced and continue even after the product has been sold.

Emphasis is to develop the product and other strategies as per the customer's needs

It uses strategies in respect of products, promotion, pricing and physical distribution.

#### Functions of marketing

##### 1. Gathering and analyzing market information

The important function of management is to identify the needs of customers and take valuable decisions for efficient marketing of the products and services.

##### 2. Marketing planning

Another important function of marketing is to develop marketing plans for achieving marketing objectives.

### 3. Product designing and development

Marketing involves product designing and its development.

### 4. Standardization and grading

Marketing function involves standardization and grading of product. Standardization ensures uniformity and consistency to the product. Grading is the process of classification of product into different classes on the basis of size, weight, etc.

### 5. Packaging and labelling

Packaging means designing and developing the package for a product. Labelling means putting identification marks on the package.

### 6. Customer support service

These are after sale services, handling customer complaints, maintenance service, technical service, customer information etc.

### 7. Branding

It is the process of giving a symbol or name to a product for identifying and differentiating it from the products of competitors

### 8. Pricing of products

It involves the analysis of the factors that affect the price of a product and taking crucial decisions in this regard

### 9. Promotion

It includes all those activities to influence the buyer and motivating them to buy the product

### 10. Physical distribution

It is another important function of marketing. It includes activities which are essential to transfer goods to customers

### 11. Transportation

It involves physical movements of goods from one place to another

#### 11.Storage or warehousing

There is time gap between production of goods and sale of goods. It gives time utility.

## **Marketing mix**

The concept of marketing mix was developed by Prof. N.H Borden. The combination of marketing tools used to deliver value to the customers. According to Philip Kotler, marketing mix is a set of marketing tools that the firm uses to pursue its marketing objectives in the target market.

### **Elements of marketing mix**

Marketing mix consists of various elements known as four Ps. These are product, Price, place, promotion

- 1. Product** : It means goods or services or anything of value which is offered for sale in the market.
- 2. Price** : It is the amount of money that consumers should pay to obtain the product. It is the exchange value of a product in terms of money.
- 3. Place** : It consist of activities that make a firms products available to target customers (Physical distribution and channel of distribution )
- 4. Promotion** : communication of product details to the people and persuading them to buy the products.

### **Pricing**

Price is the amount of money paid by a buyer in consideration of the purchase of a product or a service. Pricing means determining the product value in terms of money before it is offered to consumers for sale.

### **Factors affecting price determination**

- 1. Product cost**: Cost includes cost of production, cost of selling and cost of distribution. There are three types of cost that are fixed cost, variable cost, and semi – variable cost.
- 2. The utility and demand**: utility and intensity of demand sets the upper limit of price, which a buyer would be prepared to pay.
- 3. Extent of competition**: when the firm does not face any competition it can enjoy complete freedom in price fixation.
- 4. Government and legal regulations**: prices of certain products are regulated by govt. eg: drugs, cement, sugar
- 5. Pricing objectives** : Maximization of profit by skimming the cream price strategy or fixing low price by penetrating price
- 6. Marketing method**: Various other elements like distribution system, advertising, sales promotion techniques, type of packaging credit facilities etc.

### **Promotion**

Promotion refers to the use of communication with the objective of informing potential buyer about a product and motivating them to buy the product.

### **Advertising**

Advertising is any paid form of non-personal presentation and promotion of ideas, goods or

services by an identified sponsor.

### **Features of Advertising**

1. It is a paid form of communication.
2. It is impersonal. There is no face to face contact between the advertiser and prospective customer.
3. It is undertaken by some identified sponsor

### **Merits of Advertising**

1. It helps in introducing new product
2. It helps to increase the sales of new and existing product
3. It helps to increase the goodwill of the firm
4. It helps the consumers to know about various product and their prices
5. It helps to create more employment opportunities
6. It educate the consumers about various uses of the product

### **Limitation of Advertising**

1. It is an impersonal form of communication.
2. It is very difficult to Evaluate the effectiveness of the message
3. It is not flexible
4. Most of the advertisements are misleading
5. Lack of feedback

### **Objections to Advertising**

1. Advertising ads to the cost of product, results high prices for the product
2. It undermines social and ethical values
3. Advertisement confuses the buyer
4. It encourages sale of inferior product
5. It may lead to monopoly of a brand

### **Sales Promotion**

It refers to those marketing activities other than personal selling, advertising and publicity that stimulate short term sales. Egs: cash discounts, free gift offers, etc.

### **Techniques of sales promotion (Commonly used sales promotion activities)**

1. Rebate: Offering product at special prices to clear off excess inventory or at festival seasons
2. Discount: Offering product at less than maximum retail price
3. Refund: The seller offers to refund full or part of the price on production of some proof of purchase
4. Quantity gift: Offering extra quantity of the product at the same price
5. Free gift: Offering another product as a gift along with the purchase of a product
6. Contest: Contests are organised for the consumers and winners are given attractive prizes
7. Samples: Offer of free samples of a product at he time of introduction of a new product



## CHAPTER 12

### CONSUMER PROTECTION

Consumer satisfaction is the most important factor of each and every organization. A consumer said to be a king in free market economy. With the increased competition some businessmen indulge in unfair trade practices. Therefore consumer has to be protected from such unfair practices

#### **Rights to consumers**

The consumer protection act 1986 provides certain rights to consumers such as:

- 1) **Right to safety** – The consumer has a right to be protected against goods and services which are hazardous to life and health.
- 2) **Right to be informed** – The consumer has a right to have complete information about the product including its ingredients, date of manufacture, price, quantity, directions for use etc.
- 3) **Right to Choose** – The consumer has the freedom to choose from a variety of products at competitive prices.
- 4) **Right to be Heard** – The consumer has a right to file a complaint and to be heard in case of dissatisfaction with a product or service.
- 5) **Right to seek redressal** – The consumer has a right to get relief in case the product or service falls short of his expectations.
- 6) **Right to Consumer Education** – The consumer has a right to acquire knowledge and to be a well-informed consumer throughout life.

#### **Legal Protection of Consumer**

- 1) **Consumer Protection Act 1986** - It seeks to protect and promote the interest of consumers.
- 2) **The Contract Act 1982** – This Act specifies the remedies available to parties in case of breach of contract.
- 3) **Sale of Goods Act 1930** – It provides, safeguards and reliefs to the buyers of the goods in case the goods purchased do not comply with express or implied conditions or warranties.
- 4) **Essential Commodities Act 1955** – It aims at controlling production, supply and distribution of essential commodities, checking inflationary trend in their prices and ensuring equal distribution of essential commodities
- 5) **The prevention of Food Adulteration Act 1954** – This Act aims to check adulteration of food articles and ensure their purity so as to maintain public health.
- 6) **The Competition Act 2002** – The Act provides protection to the consumers in case of practices adopted by business firms which hamper competition in the market.

7) **Standards of Weights and Measures Act 1976** – It provides protection to consumer against the malpractices of under – weight or under – measure.

**Redressed Agencies under Consumer Protection Act 1986**

The Consumer Protection Act has set up three tier grievance redressal system at the district, state and national level.

1) **District Forum** - Established by the state government in each district. This forum can entertain complaints where value of goods or services and compensation claimed up to Rs. 20 lakhs. It consists of President and two other members. An appeal against the order of district forum can be filed with state commission within 30 days.

2) **State Commission** – It is established by the state government. The forum can entertain complaints where value of goods or services and compensation claimed is over 20 lakhs but less than one crore. It shall consist of President and two members. An appeal against the order of state commission can be filed with national commission within 30 days.

3) **National Commission** – It is established by the central government. The commission will consider complaints only if the value of goods or services and compensation claimed is Rs 1 crore or more and it shall consist of President and four other members. An appeal can be filed against the decision of national commission with the Supreme Court within 30 days.

**മലയാളം ഭാഗം**

## മാനേജ്മെന്റിന്റെ സ്വഭാവവും പ്രാധാന്യവും

### (Nature and Significance of Management)

**നിർവ്വചനം** : മറ്റുള്ളവരിലൂടെ കാര്യങ്ങൾ നെടിയെടുക്കുന്ന കലയെ മാനേജ്മെന്റ് എന്നു പറയുന്നു.

### മാനേജ്മെന്റിന്റെ സവിശേഷതകൾ : (Features of Management)

1. മാനേജ്മെന്റ് ലക്ഷ്യധിഷ്ഠിത പ്രക്രിയയാണ് (Management is a goal oriented process) മാനേജ്മെന്റ് എല്ലായ്പ്പോഴും സ്ഥാപനത്തിന്റെ ലക്ഷ്യങ്ങൾ കൈവരിക്കാൻ ശ്രമിക്കുന്നു.
2. മാനേജ്മെന്റ് സാർവ്വത്രികമാണ്. (Management is pervasive) മാനേജ്മെന്റ് എല്ലായിടത്തും ഉപയോഗിക്കുന്ന ഒരു പ്രതിഭാസമാണ്.
3. മാനേജ്മെന്റ് ഒരു തുടർപ്രക്രിയയാണ് (Management is continuous) മാനേജ്മെന്റ് പ്ലാനിംഗ് ഓർഗനൈസിംഗ്, സ്റ്റാഫിംഗ്, ഡയറക്ടിംഗ് കൺട്രോളിംഗ് എന്നീ പ്രവർത്തനങ്ങൾ അടങ്ങിയ പ്രക്രിയയാണ്.
4. മാനേജ്മെന്റ് ഒരു കൂട്ടായ പ്രവർത്തനമാണ്. (Management is a group activity) ഓരോ സ്ഥാപനങ്ങളിലും വ്യത്യസ്ത ആവശ്യങ്ങളുള്ള വ്യക്തികൾ ഉണ്ടാവും. എല്ലാവരും ചേർന്ന് സംഘടനയുടെ പൊതുവായ ലക്ഷ്യം കൈവരിക്കുന്നതിന് പ്രവർത്തിക്കുന്നു.
5. മാനേജ്മെന്റ് ചലനാത്മക പ്രവർത്തനമാണ് (Management is flexible) പരിസ്ഥിതിയിലെ മാറ്റങ്ങൾക്കനുസരിച്ച് മാനേജ്മെന്റിന്റെ ലക്ഷ്യങ്ങളിലും മാറ്റങ്ങൾ ഉണ്ടാകണം.
6. മാനേജ്മെന്റ് ഒരു അദൃശ്യശക്തിയാണ്. മാനേജ്മെന്റിന്റെ സാന്നിധ്യം ദൃശ്യമാകുന്നത് ഉയർന്ന ഉത്പാദനക്ഷമത, ഉയർന്ന ലാഭം എന്നിവയിൽ കൂടിയാണ്. (Management is intangible)
7. മാനേജ്മെന്റ് ബഹുമാനമാണ്. Management is Multi Dimensional മാനേജ്മെന്റിന്റെ പ്രധാന പ്രവർത്തനങ്ങൾ ജോലി, ജീവനക്കാർ പ്രവർത്തനം എന്നിവ മാനേജ് ചെയ്യുക എന്നുള്ളതാണ്.

### മാനേജ്മെന്റിന്റെ സ്വഭാവം : (Nature of Management)

1. മാനേജ്മെന്റ് ഒരു കല എന്ന നിലയിൽ : ഒരു നിശ്ചിത ലക്ഷ്യം നേടുവാൻ അറിവിന്റെ നൈപുണ്യവും പരിശീലനവും പ്രയോഗിക്കുന്നതാണ് കല. കലയുടെ സവിശേഷതകൾ:-

1. പ്രായോഗിക പരിജ്ഞാനം
2. വ്യക്തിവൈദഗ്ദ്ധ്യം
3. ഫലാധിഷ്ഠിതം
4. സാഹചര്യം

5. നിരന്തര പരിശീലനത്തിലൂടെയുള്ള പൂർണ്ണത.  
ഈ സവിശേഷതകൾ മാനേജ്മെന്റിൽ പ്രകടമായതിനാൽ മാനേജ്മെന്റ് കലയാണ്.
2. **മാനേജ്മെന്റ് ഒരു ശാസ്ത്രമെന്ന നിലയിൽ :** പരീക്ഷണ നിരീക്ഷണങ്ങളിൽ കൂടി ചിട്ടപ്പെടുത്തിയ വിജ്ഞാന ശേഖരമാണ് ശാസ്ത്രം. ശാസ്ത്രത്തിന്റെ സവിശേഷതകൾ
  1. ചിട്ടപ്പെടുത്തിയ അറിവിന്റെ ശേഖരം
  2. പരീക്ഷണങ്ങളിലൂടെ വികസിപ്പിച്ച തത്വങ്ങൾ
  3. കാര്യകാരണ ബന്ധം
  4. സാർവത്രികമായി ഉപയോഗിക്കുന്ന തത്വങ്ങൾ

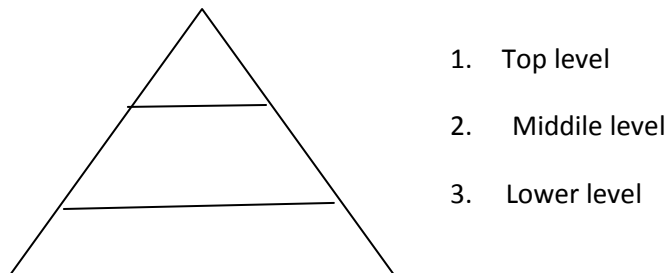
മനുഷ്യനുമായി ബന്ധപ്പെട്ട പ്രവർത്തനമായതിനാൽ മാനേജ്മെന്റ് തത്വങ്ങൾക്ക് കൃത്യമായ ഫലങ്ങൾ ലഭിക്കുകയില്ല. ആയതിനാൽ മാനേജ്മെന്റ് ഒരു സാമൂഹിക ശാസ്ത്രം എന്ന് പറയാം.

3. **മാനേജ്മെന്റ് ഒരു പ്രൊഫഷൻ എന്ന നിലയിൽ :** പ്രത്യേക അറിവും കഴിവും പരിശീലനവും ആവശ്യമുള്ള ഒരു തൊഴിലാണ് പ്രൊഫഷൻ. പ്രൊഫഷന്റെ സവിശേഷതകൾ
  1. പ്രത്യേക അറിവ്
  2. ഔദ്യോഗിക പരിശീലനം
  3. പെരുമാറ്റച്ചട്ടം
  4. പ്രൊഫഷണൽ അസോസിയേഷൻ
  5. സാമൂഹിക സേവന തത്പരത
  6. നിയന്ത്രിത എൻട്രി

നിലവിൽ പ്രൊഫഷന്റെ എല്ലാ സവിശേഷതകളും മാനേജ്മെന്റിൽ പ്രകടമല്ല. എന്നാൽ വരും കാലങ്ങളിൽ ഈ സവിശേഷതകൾ എല്ലാം ഉൾപ്പെടുത്തിക്കൊണ്ട് മാനേജ്മെന്റ് ഒരു പ്രൊഫഷൻ എന്ന നിലയിലേക്ക് മാറുന്നതാണ്.

**മാനേജ്മെന്റ് ശ്രേണി : (Levels of Management)**

മാനേജർമാരുടെയും കീഴ്ജീവനക്കാരുടെയും അധികാരബന്ധം ഉയർന്ന നിലയിൽ നിന്നും താഴേക്ക് വ്യക്തമാകുന്ന ശ്രേണിയാണ് മാനേജ്മെന്റ് ശ്രേണി. ഈ ശ്രേണി 3 വിഭാഗങ്ങളായി തിരിക്കാവുന്നതാണ്.



1. **ഉന്നത തലം (Top level) :** ബോർഡ് ഓഫ് ഡയറക്ടർമാർ, ചീഫ് എക്സിക്യൂട്ടീവ് ഓഫീസർ, മാനേജിംഗ് ഡയറക്ടർ, ചെയർമാൻ തുടങ്ങിയവർ.

**പ്രവർത്തനങ്ങൾ**

1. സ്ഥാപനത്തിന്റെ ലക്ഷ്യം രൂപീകരിക്കുക
2. ലക്ഷ്യം നേടുന്നതിനായി ആസൂത്രണം നടത്തുക
3. വിവിധ വകുപ്പുകളുടെ പ്രവർത്തനങ്ങൾ ഏകോപിപ്പിക്കുകയും നിയന്ത്രിക്കുകയും ചെയ്യുക
4. മധ്യതല മാനേജ്മെന്റിനെ നിയമിക്കുക
5. സർക്കാർ, സംഘടനകൾ, മറ്റു ബാഹ്യഗ്രൂപ്പുകളുമായി ബന്ധം നില നിർത്തുക.

2. **മധ്യതല മാനേജ്മെന്റ് (Middle level Management) :** വകുപ്പുമേധാവികൾ ഉൾപ്പെടുന്നു.

**പ്രവർത്തനങ്ങൾ**

1. ഉന്നത തലത്തിൽ എടുക്കുന്ന തീരുമാനങ്ങളും നയങ്ങളും നടപ്പാക്കുന്നു.
2. താഴത്തെ നിലയിലേക്ക് നിർദ്ദേശങ്ങൾ കൈമാറുക
3. ഉയർന്ന തലവും താഴ്ന്ന തലവും തമ്മിലുള്ള കണ്ണിയായി പ്രവർത്തിക്കുക
4. വകുപ്പ് തീരുമാനങ്ങൾ എടുക്കുക
5. സ്ഥാപനത്തിന്റെ ചൊരുക്കത്തിലുള്ള ലക്ഷ്യങ്ങൾ നേടുന്നതിനായി താഴത്തെ നില മാനേജർമാരെ നയിക്കുകയും പ്രചോദിപ്പിക്കുകയും ചെയ്യുക.

3. **താഴ്ന്നതല മാനേജ്മെന്റ് (Lower level Management)**

സൂപ്പർ വൈസർ, ഫോർമാൻ, സെയിൽസ് ഓഫീസർ തുടങ്ങിയവർ ഉൾപ്പെടുന്നു.

**പ്രവർത്തനങ്ങൾ**

1. തൊഴിലാളികൾക്കുള്ള ജോലികൾ ആസൂത്രണം ചെയ്യുക
2. തൊഴിലാളികൾക്ക് നിർദ്ദേശങ്ങൾ നൽകുക
3. യന്ത്രങ്ങൾ, വസ്തുക്കൾ തുടങ്ങിയവ ക്രമീകരിക്കുക
4. തൊഴിലാളികളുടെ പരാതികൾ മധ്യതലത്തിലേക്ക് അറിയിക്കുക
5. തൊഴിലാളികളുടെ മേൽനോട്ടം വഹിക്കുക

**ഏകോപനം: (Co – ordination) :** സംഘടനയുടെ പൊതുലക്ഷ്യങ്ങൾ കൈവരിക്കുന്നതിന് മാനേജ്മെന്റിന്റെ എല്ലാവിധ പ്രവർത്തനങ്ങളും ഏകോപിപ്പിക്കുന്ന പ്രവർത്തനമാണ് ഏകോപനം മാനേജ്മെന്റിന്റെ സത്തയാണ്.

**ഘടകങ്ങൾ : Elements of Co-ordination**

1. സംയോജനം പലവകുപ്പുകളുടെ പ്രവർത്തനങ്ങൾ ഒരു കേന്ദ്രീകൃത ദിശയിലേക്ക് കൊണ്ടുവരിക
2. ബാലൻസിംഗ് : പൊതു ലക്ഷ്യം നേടുന്നതിനായി വിവിധ പ്രവർത്തനങ്ങളെ സന്തുലിതമാക്കുക
3. സമയം : നിർദ്ദിഷ്ട സമയത്തിനുള്ളിൽ സംഘടനയുടെ പ്രവർത്തനങ്ങൾ പൂർത്തിയായിട്ടുണ്ടോയെന്ന് പരിശോധിക്കുക.

**അദ്ധ്യായം - 2**  
**മാനേജ്മെന്റ് തത്വങ്ങൾ**

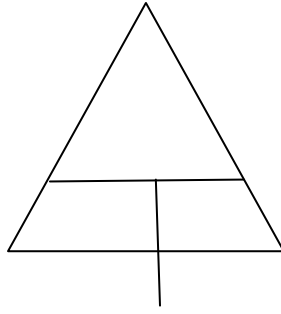
തീരുമാനമെടുക്കുന്നതിനും പ്രവർത്തനത്തിനുമുള്ള വിശാലവും പൊതുവായതുമായ മാർഗ്ഗ നിർദ്ദേശമാണ് മാനേജ്മെന്റ് തത്വം

ആധുനിക മാനേജ്മെന്റിന്റെ പിതാവ് - ഹെന്റിഫയോൾ

**ഹെന്റി ഫയോളിന്റെ മാനേജ്മെന്റ് തത്വങ്ങൾ**

1. **തൊഴിൽ വിഭജനം (Division of Work)** തൊഴിലിനെ ചെറിയ യൂണിറ്റുകളായി വിഭജിച്ച് ചെയ്യാൻ താല്പര്യവും ശേഷിയുമുള്ള ആൾക്കാർക്ക് ഏല്പിച്ചുകൊടുക്കുക.
2. **അധികാരവും ഉത്തരവാദിത്വവും (Authority and Responsibility)** ഉത്തരവിടാനുള്ള അവകാശമാണ് അധികാരം ഏല്പിച്ച ജോലി കൃത്യമായി ചെയ്തു നൽകുന്നതിന് കീഴുദ്യോഗസ്ഥനോടുള്ള കടപ്പാടാണ് ഉത്തരവാദിത്വം
3. **അച്ചടക്കം (Discipline)** നിയമങ്ങളും ചട്ടങ്ങളും അനുസരിക്കുക
4. **ഏകാത്മകമായ ഉത്തരവ് (Unity of command)** ഒരു സമയം ഒരു മേലുദ്യോഗസ്ഥനിൽ നിന്നു മാത്രം ഉത്തരവുകൾ സ്വീകരിക്കുക
5. **ഏക ലക്ഷ്യം : (Unity of Direction)** ഒരേ ലക്ഷ്യമുള്ള പ്രവർത്തനങ്ങൾക്ക് ഒരു തലവനും ഒരു പ്ലാനും
6. **വ്യക്തി താല്പര്യത്തേക്കാൾ പൊതു താല്പര്യത്തിന് പ്രാധാന്യം: (Subordination of individual interest to general interest)** സ്ഥാപനത്തിന്റെ പൊതു താല്പര്യത്തിന് വ്യക്തി താല്പര്യത്തേക്കാൾ മുൻഗണന നൽകണം
7. **ജീവനക്കാരുടെ വേതനം: (Remuneration of Employee)** ജീവനക്കാർക്കുള്ള വേതനം തൊഴിലുടമക്കും ജീവനക്കാരനും തൃപ്തികരമായിരിക്കണം
8. **കേന്ദ്രീകരണവും വികേന്ദ്രീകരണവും (Centralisation and decentralisation) :** കേന്ദ്രീകരണം എന്നാൽ അധികാരം ഉന്നതതലങ്ങളിൽ മാത്രം നിലനിൽക്കുക. അധികാരം താഴെത്തട്ടിലേക്ക് പകർന്ന് നൽകുന്നതിന് വികേന്ദ്രീകരണം എന്ന് പറയുന്നു. ഇവ തമ്മിൽ ബാലൻസ് ചെയ്യണം
9. **സ്കാലർ ചെയിൻ (Scalar chain) :** ഒരു സ്ഥാപനത്തിലെ ഉന്നതതലം മുതൽ താഴെ തലം വരെയുള്ള അധികാരികളുടെ നേർരേഖയിലുള്ള ശൃംഖലയാണ് സ്കാലർ ചെയിൻ.

ഓരേ തലത്തിലുള്ള വ്യക്തികൾക്ക് ആശയവിനിമയത്തിന് കാലതാമസം നേരിടുന്നതിനാൽ അടിയന്തര സഹചര്യത്തിൽ നേരിട്ടുള്ള ആശയവിനിമയത്തിന് ഉള്ള വഴിയാണ് ഗ്യാംഗ് പ്ലാങ്ക്. **(Gang Plank)**



Gang Plank

10. **ക്രമം (Order):** വസ്തുക്കൾക്കും വ്യക്തികൾക്കും ശരിയായ സ്ഥലം ക്രമീകരിക്കുകയും അവ ശരിയായ സ്ഥലത്താണെന്ന് ഉറപ്പുവരുത്തുകയും ചെയ്യുക.
11. **തുല്യത (Equity) :** ജീവനക്കാരുടെ ഇടയിൽ തുല്യനീതി ഉറപ്പാക്കുക
12. **ഉദ്യോഗസ്ഥരുടെ സ്ഥിരത (Stability of Tenure of Personnel):** ഉദ്യോഗസ്ഥരുടെ അടിക്കടിയുള്ള മാറ്റം ചിലവു വർദ്ധിപ്പിക്കുന്നു.
13. **മുൻകൈ (Initiative) :** ജോലിയിലും മറ്റു പ്രവർത്തനങ്ങളിലും മുൻകൈയെടുക്കുന്നതിന് ജീവനക്കാരെ പ്രോത്സാഹിപ്പിക്കുക
14. **ഐക്യമാണ് ബലം (Esprit De Corps):** ഒരു സ്ഥാപനത്തിലെ അംഗങ്ങൾക്കിടയിൽ ഏകോപനവും കൂട്ടായ പ്രവർത്തനവും ഉണ്ടായിരിക്കണം.

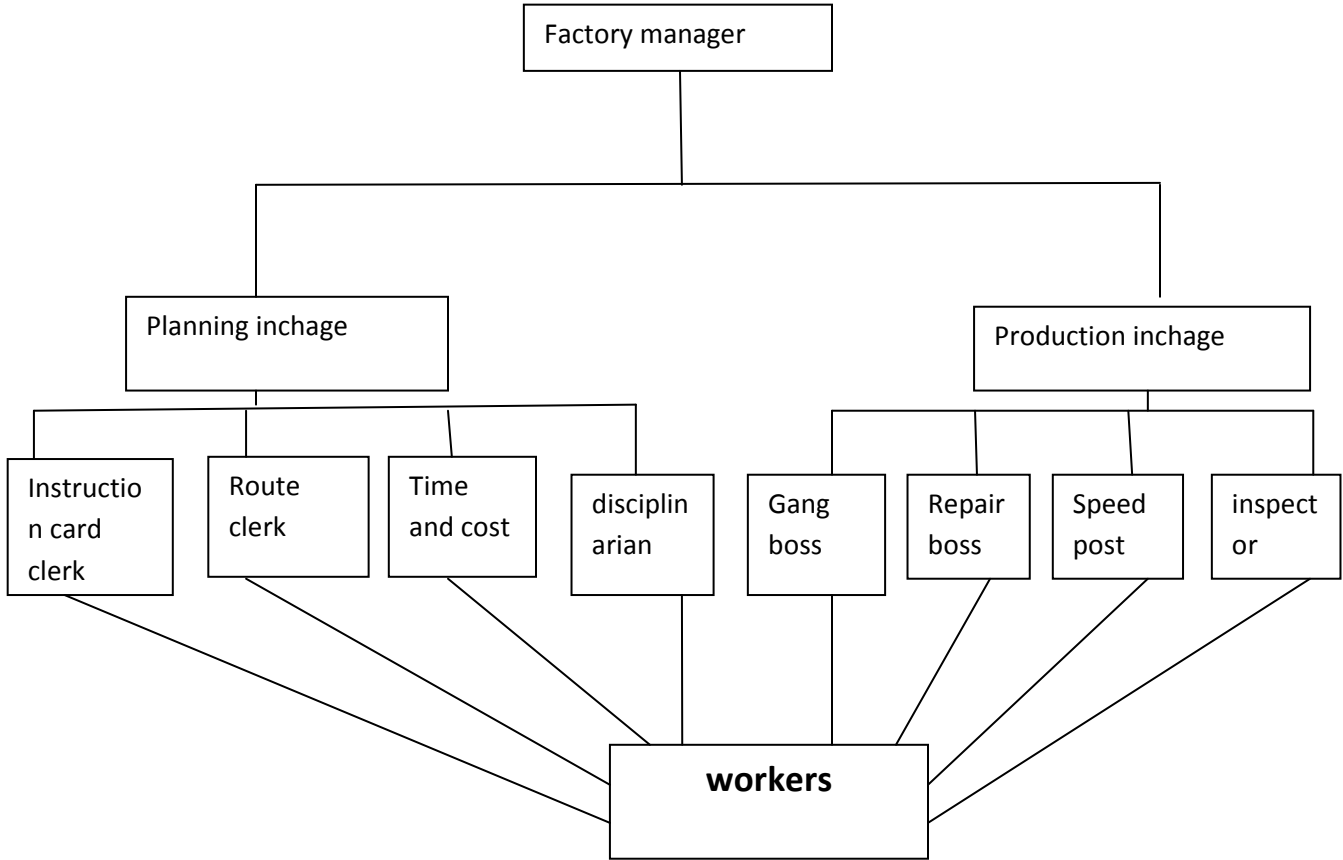
**ശാസ്ത്രീയമാനേജ്മെന്റ് (Scientific Management)**

F.W Taylor ആണ് ശാസ്ത്രീയ മാനേജ്മെന്റിന്റെ പിതാവ്

**ശാസ്ത്രീയമാനേജ്മെന്റ് തന്ത്രങ്ങൾ (Techniques of Scientific Management)**

**ഫംഗ്ഷണൽ ഫോർമാൻഷിപ്പ് ഫംഗ്ഷണൽ (Functional Foremanship) :**  
 ഫോർമാൻഷിപ്പ് അനുസരിച്ച് ആസൂത്രണവും നിർവ്വഹണവും വെവ്വേറെ വേർതിരിച്ചിരിക്കുന്നു. ഒരു തൊഴിലാളിയെ സ്ഥാപനത്തിലെ 8 സൂപ്പർവൈസർമാർ മേൽനോട്ടം നൽകുന്നു.





2. നിലവാരപ്പെടുത്തലും ലളിതവൽക്കരിക്കലും **(Standardisation and simplification)** അസംസക്ത വസ്തുക്കൾ, പ്രക്രിയ, ഉൽപ്പന്നം, സമയം എന്നിവയ്ക്ക് മാനദണ്ഡങ്ങൾ ക്രമീകരിക്കുന്ന പ്രക്രിയയാണ് നിലവാരപ്പെടുത്തൽ. ലളിതവൽക്കരണം എന്നാൽ ഉൽപ്പന്നങ്ങളുടെ വ്യത്യസ്ഥത ഒഴിവാക്കലാണ്.

3. ജോലി പഠനം **(Work study)** ഒരു ജോലിയുടെ വിവിധ വശങ്ങൾ പഠിക്കുക എന്നതാണ് ജോലി പഠനത്തിൽ ഉൾപ്പെടുന്നത്.

1. രീതി പഠനം
2. ചലന പഠനം
3. സമയപഠനം
4. ക്ഷീണ പഠനം

#### 4. വ്യത്യസ്ത ശമ്പള വ്യവസ്ഥ **(Differential piece wage system)**

ജോലിയിലെ പ്രകടനത്തിന്റെ അടിസ്ഥാനത്തിൽ നിലവാരത്തിന് മുകളിൽ എത്തിയവർക്ക് ഉയർന്ന വേതന നിരക്കിലും നിലവാരത്തിന് താഴെയുള്ളവർക്ക് കുറഞ്ഞ വേതന നിരക്കും നൽകുന്ന സമ്പ്രദായമാണ്.

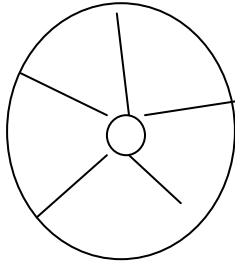
## ബിസിനസ്സ് പരിസ്ഥിതി ((Business Environment)

ബിസിനസ്സ് സ്ഥാപനത്തിന്റെ നിയന്ത്രണത്തിന് പുറത്തുള്ളതും എന്നാൽ ബിസിനസ്സിന്റെ നടത്തിപ്പിന് ബാധിക്കുന്നതുമായ ഘടകങ്ങളുടെ ആകെ തുകയാണ് ബിസിനസ്സ് പരിസ്ഥിതി.

### ബിസിനസ്സ് പരിസ്ഥിതിയുടെ പ്രാധാന്യം

1. അവസരങ്ങൾ തിരിച്ചറിയുന്നതിനും ആദ്യത്തെ നേട്ടം നേടുന്നതിനും സഹായിക്കുന്നു.
2. ഭീഷണികൾ തിരിച്ചറിയാൻ സഹായിക്കുന്നു.
3. ഉൽപ്പന്ന നിർമ്മാണത്തിന് ആവശ്യമായ വിഭവങ്ങൾ ഒരുക്കാൻ സഹായിക്കുന്നു
4. പെട്ടെന്നുള്ള മാറ്റങ്ങളുമായി പൊരുത്തപ്പെടാൻ സഹായിക്കുന്നു.
5. പദ്ധതി രൂപീകരിക്കുവാനും നയങ്ങൾ നിർമ്മിക്കാനും സഹായിക്കുന്നു.
6. പ്രകടനം മെച്ചപ്പെടുത്താൻ സഹായിക്കുന്നു.

ബിസിനസ്സ് പരിസ്ഥിതിയുടെ പ്രധാന ഘടകങ്ങൾ



1. സാമ്പത്തിക പരിസ്ഥിതി
2. സാമൂഹിക പരിസ്ഥിതി
3. സാങ്കേതിക പരിസ്ഥിതി
4. രാഷ്ട്രീയ പരിസ്ഥിതി
5. നിയമ പരിസ്ഥിതി

### സാമ്പത്തിക പരിസ്ഥിതി : (Economic Environment )

പലിശനിരക്കെ, വരുമാനത്തിലെ മാറ്റങ്ങൾ, രൂപയുടെ മൂല്യം, പണപ്പെരുപ്പം എന്നിവ

2. സാമൂഹിക പരിസ്ഥിതി : (Social Environment) ആചാരങ്ങൾ, പാരമ്പര്യങ്ങൾ ബിസിനസ്സിൽ സമൂഹത്തിനുള്ള പ്രതീക്ഷകൾ എന്നിവ

3. സാങ്കേതിക പരിസ്ഥിതി: **(Technological Environment)** ശാസ്ത്രീയ മെച്ചപ്പെടുത്തലുകളും പുതുതകളുമായി ബന്ധപ്പെട്ട ശക്തികളും

4. രാഷ്ട്രീയ പരിസ്ഥിതി: **(Political Environment)** രാജ്യത്തെ രാഷ്ട്രീയ സഹചര്യങ്ങളും സർക്കാരിന്റെ ബിസിനസ്സിനോടുള്ള പ്രത്യേക മനോഭാവങ്ങളും ഉൾപ്പെടുന്നു.

5. നിയമപരിസ്ഥിതി : **(Legal Environment)** കോടതി വിധി ന്യായങ്ങൾ ഭരണപരമായ ഉത്തരവുകൾ എന്നിവ ഉൾപ്പെടുന്നു. ഇവയെക്കുറിച്ചുള്ള അറിവ് അത്യാവശ്യമാണ്.

**വ്യവസായിക നയം 1991 (Industrial Policy 1991)**

1. നിർബന്ധിത ലൈസൻസിംഗിന് കീഴിലുള്ള വ്യവസായങ്ങളുടെ എണ്ണം കുറച്ചു.
2. പൊതുമേഖലയുടെ പങ്ക് തന്ത്രപ്രധാനമായ വ്യവസായങ്ങളിൽ മാത്രം പരിമിതപ്പെടുത്തിയിരിക്കുന്നു.
3. വിദേശമുലധനത്തോടുള്ള നയം ഉദാരവൽക്കരിച്ചു.
4. പൊതുമേഖല സംരംഭങ്ങളുടെ ഓഹരി വിറ്റഴിക്കൽ നടത്തി
5. വിദേശ നക്ഷേപം പ്രേത്സാഹിഷിക്കുന്നതിനായി വിദേശ നിക്ഷേപ പ്രമോഷൻ ബോർഡ് രൂപീകരിച്ചു.

**ഉദാരവൽക്കരണം: (Liberalisation)** :അനാവശ്യ നിയന്ത്രണങ്ങളിൽ നിന്നും ഇന്ത്യൻ ബിസിനസ്സ് നയം വ്യവസായത്തെയും ഉദാരവൽക്കരിക്കാനുള്ള സാമ്പത്തിക പരിക്ഷകാരങ്ങൾ.

1. ലൈസൻസിംഗ് സമ്പ്രദായം നീക്കിക്കളഞ്ഞു.
2. ബിസിനസ്സ് പ്രവർത്തനങ്ങളുടെ വ്യാപനത്തിലോ സങ്കോചത്തിലോ നിയന്ത്രണങ്ങൾ ഇല്ല.
3. ചരക്കുസേവനങ്ങളുടെ വില നിശ്ചയിക്കാനുള്ള സ്വാതന്ത്ര്യം.
4. വിദേശമുലധനവും സാങ്കേതികവിദ്യയും ഇന്ത്യയിലേക്ക് അകർഷിക്കുന്നത് എളുപ്പമാക്കുന്നു.

**സ്വകാര്യവൽക്കരണം : (Privatisation)** : നിർമ്മാണ പ്രക്രിയയിൽ സ്വകാര്യമേഖലക്ക് കൂടുതൽ പങ്ക് നൽകുകയും പൊതുമേഖലക്ക് കുറഞ്ഞ പങ്ക് നൽകുകയും ചെയ്യുക എന്ന ലക്ഷ്യത്തോടെയുള്ള സാമ്പത്തിക പരിക്ഷകാരം

**ആഗോളവൽക്കരണം : (Globalisation)** : വിവിധ രാജ്യങ്ങൾക്കിടയിൽ ആഗോള സമ്പദ്വ്യവസ്ഥയുടെ പരസ്പര വിനിമയവും സഹകരണവും വർദ്ധിക്കുന്നു.

അദ്ധ്യായം - 4

പ്ലാനിംഗ് - (Planning)

ഭാവിയിൽ ചെയ്യേണ്ട കാര്യങ്ങൾ മുൻകൂട്ടി തീരുമാനിക്കുന്ന പ്രവർത്തനത്തിന് പ്ലാനിംഗ് എന്ന് പറയുന്നു. ഇത് മാനേജ്മെന്റിന്റെ ആദ്യത്തേതും അടിസ്ഥാനപരവുമായ പ്രവർത്തനമാണ്.

പ്ലാനിങ്ങിന്റെ സവിശേഷതകൾ

താഴെ പറയുന്നു.

1. ലക്ഷ്യതിഷ്ഠിതമാണ്:-  
പ്ലാനിംഗ് ഉണ്ടാക്കുന്നത് ഒരു ലക്ഷ്യം നേടുന്നതിനാണ്.
2. പ്രൈമറി ഓഫ് പ്ലാനിംഗ്:-  
പ്ലാനിംഗ് മാനേജ്മെന്റിന്റെ ആദ്യത്തെ പ്രവർത്തനമാണ്.
3. സർവ്വവ്യാപിയാണ്:-  
വിവിധ ലെവലുകളിലുള്ള എല്ലാ മാനേജർമാരും പ്ലാനിംഗ് ചെയ്യേണ്ടതുണ്ട്
4. അയവുള്ളതാണ്:-  
സാഹചര്യങ്ങൾക്കനുസരിച്ച് പ്ലാനിങ്ങിൽ മാറ്റം വരുത്താവുന്നതാണ്.
5. തുടർപ്രവർത്തനമാണ്:-  
സ്ഥാപനത്തിന്റെ ആദ്യം മുതൽ ആവസാനം വരെ വേണ്ട പ്രവർത്തനമാണ്.

സെറ്റ് പ്ലാനിംഗ്

താഴെ പറയുന്നു

1. ലക്ഷ്യം നിർണ്ണയിക്കുക:-  
ലക്ഷ്യം നിർണ്ണയിക്കുക എന്നതാണ് പ്ലാനിംഗിലെ ആദ്യ ജോലി
2. പ്ലാനിംഗ് പ്രിമെസസ് ഉണ്ടാക്കുക:- ഭാവിയിൽ സംഭവിക്കാൻ ഇടയുള്ള കാര്യങ്ങൾ ഉറപ്പിച്ചെടുക്കുന്നതിനാണ്. പ്രിമെസസ് എന്ന് പറയുന്നത്.  
ഉദാ:- ഗവൺമെന്റിന്റെ നയങ്ങളിലുള്ള മാറ്റം.
3. വിവിധ വഴികൾ കണ്ടെത്തുക  
ലക്ഷ്യം നേടാൻ പറ്റുന്ന വിവിധ വഴികൾ ഇവിടെ ഉണ്ടാക്കുന്നു
4. നല്ല വഴി തിരഞ്ഞെടുക്കുന്നു  
വിവിധ വഴികളിൽ കൂടുതൽ ലാഭവും കുറഞ്ഞ നഷ്ടവുമുള്ള വഴി തിരഞ്ഞെടുക്കുക
5. ഡെറിവേറ്റീവ് പ്ലാൻ ഉണ്ടാക്കുക:-  
വിവിധ ഡിപ്പാർട്ട്മെന്റുകളുടെ പ്ലാനിംഗ് പറയുന്ന പേരാണിത്.  
ഉദാ:- സെയ്ൽസ് പ്ലാൻ
6. പ്ലാൻ നടപ്പിലാക്കുക:-  
ഈ ഘട്ടത്തിൽ പ്ലാൻ നടപ്പിലാക്കുന്നു
7. വിലയിരുത്തൽ:-  
നടപ്പിലാക്കിയ പ്ലാനിന്റെ പോരായ്മകൾ പരിഹരിച്ച് മുമ്പോട്ട് പോവുക.

പ്ലാനിംഗിന്റെ തരങ്ങൾ

താഴെ പറയുന്നു.

1. സിംഗിൾ യൂസ് പ്ലാൻ
2. സ്റ്റാന്റിംഗ് പ്ലാൻ

**1. സിംഗിൾ യൂസ് പ്ലാൻ:-**

ഒരു പ്രത്യേക ആവശ്യത്തിന് വേണ്ടി ഉണ്ടാക്കിയ പ്ലാൻ

ഉദാ:- ബജറ്റ്, പ്രോഗ്രാം, പ്രോജക്ട്

**2. സ്റ്റാന്റിംഗ് പ്ലാൻ:-**

ഇടക്കിടക്ക് ഉണ്ടാവുന്ന പ്രവർത്തനങ്ങൾക്ക് വേണ്ടി തയ്യാറാക്കിയത്.

ഉദാ:-നയങ്ങൾ, നടപടിക്രമം രീതി, നിയമം

**(ലക്ഷ്യം) (Objective):-**

സ്ഥാപനത്തിന്റെ വിവിധ പ്രവർത്തനങ്ങളിലൂടെ മാനേജ്മെന്റ് കരസ്ഥമാക്കാൻ ആശ്രയിക്കുന്നതാണിത്.

ഉദാ:- വില്പന 10% ഉയർത്തുക

**തന്ത്രം (Strategy):-**

എതിരാളിയുടെ പ്ലാനിനെ മറികടക്കുന്ന പ്ലാനിനെ തന്ത്രം എന്നു പറയുന്നു.

ഉദാ: -നിലവിലുള്ള പ്രവർത്തന രീതി തുടരുക

**നയം:-**

തീരുമാനങ്ങൾ എടുക്കാൻ സഹായിക്കുന്ന മാർഗ്ഗനിർദ്ദേശങ്ങൾക്ക് നയം എന്ന് പറയുന്നു.

ഉദാ:- വില നിർണ്ണയ നയം.

**നടപടി ക്രമം:-**

ക്രമ പ്രകാരം ചെയ്യേണ്ട ഒരു കൂട്ടം പ്രവർത്തനങ്ങളെ നടപടിക്രമം എന്ന് പറയുന്നു

ഉദാ:- തെരഞ്ഞെടുപ്പ് നടപടിക്രമം

**രീതി:-** ഒരു ജോലി ചെയ്യാൻ പറ്റുന്ന വിവിധ രീതികളെയാണ് ഇത് കൊണ്ട് ഉദ്ദേശിക്കുന്നത്

ഉദാ:- കൃലികൊടുക്കുന്ന രീതി

**നിയമം:-**

വിവിധ സാഹചര്യങ്ങളിൽപാലിച്ചിരിക്കേണ്ട കർശന നിർദ്ദേശങ്ങളെയാണ് നിയമം എന്ന് പറയുന്നത്.

ഉദാ:- പുകവലി നിരോധിച്ചിരിക്കുന്നു.

**പ്രോഗ്രാം:-**

ഒരു ലക്ഷ്യം നേടാൻ വേണ്ട വിവിധ പ്രവർത്തനങ്ങളെ പ്രോഗ്രാം എന്ന് പറയുന്നു.

ഉദാ:- പരിശീലന പരിപാടി

**ബഡ്ജറ്റ്:-**

ഭാവിയിലെ വരുമാനങ്ങളെയും ചെലവുകളെയും അക്ക രൂപത്തിൽ അവതരിപ്പിക്കുന്നതിനെ ബഡ്ജറ്റ് എന്ന് പറയുന്നു.

ഉദാ: - ക്യാഷ് ബഡ്ജറ്റ്.

## അദ്ധ്യായം - 5

### സംഘാടനം - Organising

ഒരു സംരംഭം തുടങ്ങുന്നതിന് ആവശ്യമായ വിവിധ മാനുഷിക മാനുഷികേതര വിഭവങ്ങൾ ഒരുമിച്ച് കൂട്ടുന്നതിന് സംഘാടനം എന്ന് പറയുന്നു. ഇത് സ്ഥാപനത്തിന് ഒരു രൂപം ഉണ്ടാക്കുന്നു.

#### സംഘാടനത്തിന്റെ പ്രാധാന്യം

താഴെ പറയുന്നു

1. വൈദഗ്ധ്യം സ്ഥാപനത്തിന് നൽകുന്നു.
2. നിർവചിക്കപ്പെട്ട ജോലികൾ ഉണ്ടാക്കുന്നു.
3. അധികാരഉത്തരവാദിത്ത ബന്ധങ്ങൾ നിർവചിക്കുന്നു
4. പ്രവർത്തനങ്ങൾ തമ്മിൽ കൂട്ടിമുട്ടുന്നത് ഒഴിവാക്കുന്നു.
5. ഏകീകരണം കൊണ്ടുവരുന്നു
6. പുതിയ മാറ്റങ്ങൾ സ്ഥാപനത്തിൽ കൊണ്ടുവരാൻ സഹായിക്കുന്നു.

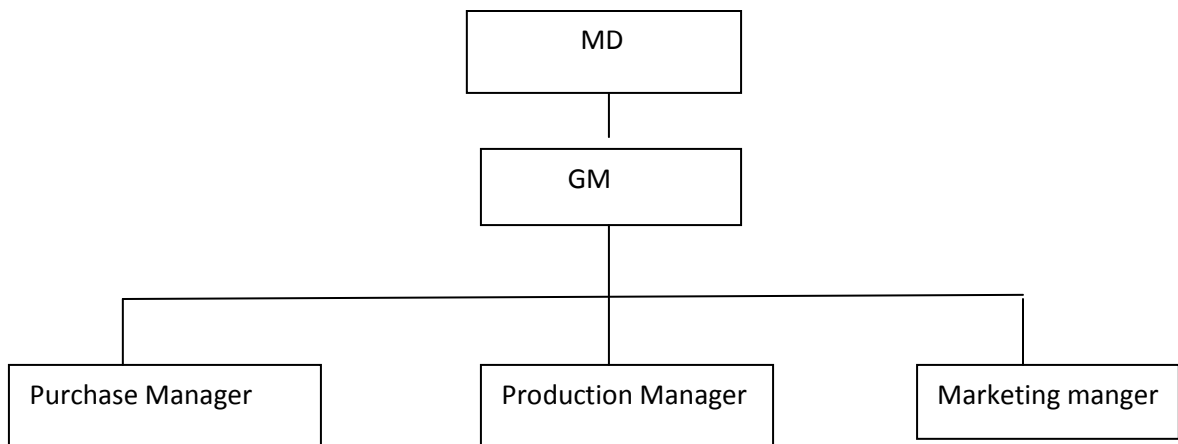
#### ഓർഗനൈസേഷൻ സ്ട്രക്ചർ

സ്ഥാപനത്തിലെ വിവിധ മാനേജ്മെന്റ് സ്ഥാപനങ്ങളിൽ ഇരിക്കുന്ന ആളുകൾ തമ്മിലുള്ള ബന്ധം ചിത്ര രൂപത്തിൽ അവതരിപ്പിക്കുന്നതിനെ ഓർഗനൈസേഷൻ സ്ട്രക്ചർ എന്ന് പറയുന്നു.

#### ഓർഗനൈസേഷൻ സ്ട്രക്ചറിന്റെ തരങ്ങൾ

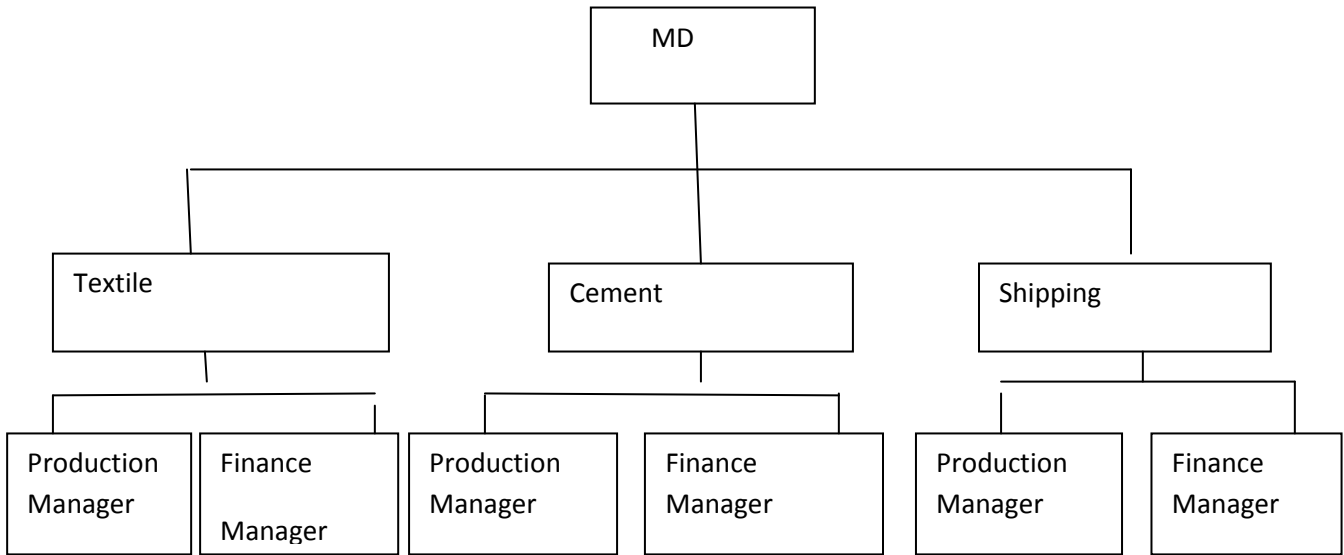
താഴെ പറയുന്നു.

1. ഫംഷണൽ സ്ട്രക്ചർ
2. ഡിവിഷണൽ സ്ട്രക്ചർ
1. ഫംഷണൽ സ്ട്രക്ചർ:-



പ്രവർത്തനങ്ങൾ അടിസ്ഥാനപ്പെടുത്തി ഉണ്ടാക്കിയ ഓർഗനൈസേഷൻ സ്ട്രക്ചറാണിത്. ഇവിടെ ഓരോ പ്രവർത്തനങ്ങളും വിവിധ ഡിപ്പാർട്ട്മെന്റുകളായി അറിയപ്പെടുന്നു.

**2. ഡിവിഷണൽ സ്ട്രക്ചർ**



ഡിവിഷനുകൾ അടിസ്ഥാനപ്പെടുത്തി ഉണ്ടാക്കിയ ഓർഗനൈസേഷൻ സ്ട്രക്ചറാണിത്. ഉൽപ്പന്നത്തിന്റെയോ, ഭൂപ്രദേശത്തിന്റെയോ അടിസ്ഥാനത്തിൽ ഡിവിഷനുകൾ ഉണ്ടാക്കാം.

**അധികാര കൈമാറ്റവും വികേന്ദ്രീകരണവും**

**അധികാര കൈമാറ്റം:-**

മേലുദ്യോഗസ്ഥൻ തന്റെ അധികാരത്തിന്റെ കുറച്ച് ഭാഗം കീഴുദ്യോഗസ്ഥന് കൈമാറുന്നതിനെ അധികാര കൈമാറ്റം എന്ന് പറയുന്നു. തൊഴിൽ വിഭജനം എന്ന മാനേജ്മെന്റ് തത്ത്വമാണ് ഇതിന് അടിസ്ഥാനം.

**വികേന്ദ്രീകരണം:-**

അധികാരം താഴെ തട്ടുകളിലേക്ക് കൈമാറുന്നതിനെ വികേന്ദ്രീകരണം എന്ന് പറയുന്നു.

**അധികാര കൈമാറ്റവും വികേന്ദ്രീകരണവും തമ്മിലുള്ള വ്യത്യാസങ്ങൾ**

അധികാരകൈമാറ്റം	വികേന്ദ്രീകരണം
മേലുദ്യോഗസ്ഥനും കീഴുദ്യോഗസ്ഥനും ഇടയിൽ	രണ്ടു ലെവലുകൾക്കിടയിൽ
നിർബന്ധമാണ്	നിർബന്ധമല്ല
മാനേജ്മെന്റ് പ്രക്രിയ	മാനേജ്മെന്റ് നയം
തെരഞ്ഞെടുത്ത് വ്യക്തിക്ക് മാത്രം അധികാരം നൽകുന്നു.	ഏല്ലാവർക്കും നൽകുന്നു
നിയന്ത്രണം മേലുദ്യോഗസ്ഥനിൽ തന്നെ ആയിരിക്കും	പൊതുവായ നിയന്ത്രണം മാത്രം

## അദ്ധ്യായം - 6

### ഉദ്യോഗവൽക്കരണം - Staffing

സ്ഥാപനത്തിന് ആവശ്യമായ തരത്തിലുള്ള ആളുകളെ കണ്ടെത്തുന്ന പ്രക്രിയയെ സ്റ്റാഫിംഗ് എന്ന് പറയുന്നു. ജോലി ചെയ്യാൻ സാധിക്കുന്ന ആളുകളെ കണ്ടെത്തുക എന്നതാണ് ലക്ഷ്യം.

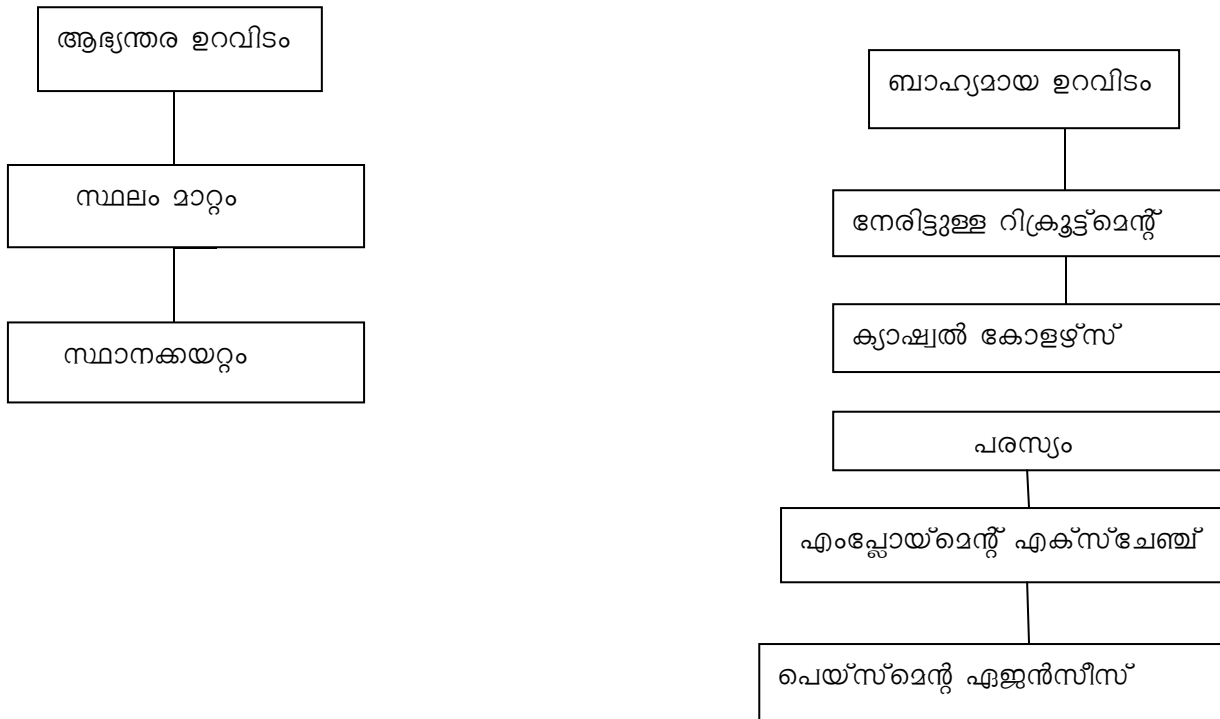
#### സ്റ്റാഫിംഗിന്റെ പ്രാധാന്യം

താഴെ പറയുന്നു

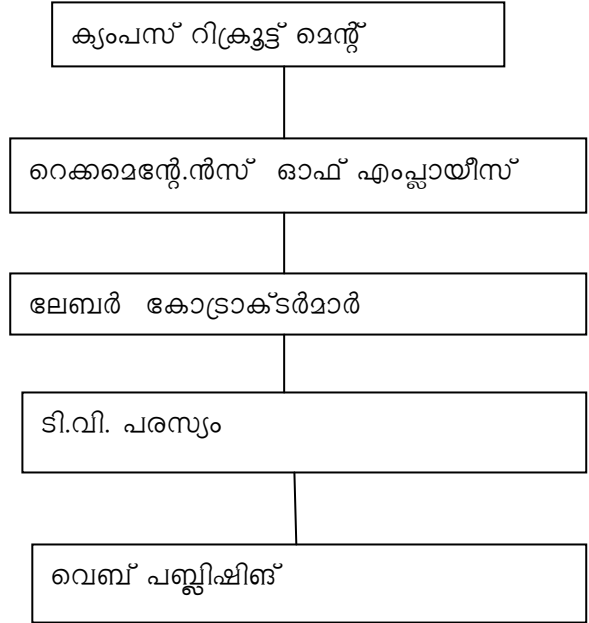
- കുഴുവുള്ള വ്യക്തികളെ കിട്ടുന്നു.
- തൊഴിലാളികളിൽ നിന്ന് മികച്ച പ്രകടനം
- സ്ഥാപനത്തിന്റെ ഉയർച്ചയെ സഹായിക്കുന്നു
- വിഭവങ്ങൾ അതിന്റെ ഏറ്റവും മികച്ച രീതിയിൽ ഉപയോഗിക്കുന്നു.
- തൊഴിലാളികളുടെ ധാർമികത വർദ്ധിപ്പിക്കുന്നു

#### റിക്രൂട്ട്മെന്റ് ഉറവിടങ്ങൾ

താഴെ പറയുന്ന രീതിയിൽ തരം തിരിക്കാം







ആഭ്യന്തര ഉറവിടങ്ങൾ	ബാഹ്യ ഉറവിടങ്ങൾ
സ്ഥാപനത്തിന്റെ അകത്ത് നിന്നാണ്	സ്ഥാപനത്തിന് പുറത്ത്
സുരക്ഷിതത്വം പ്രധാനം ചെയ്യുന്നു	നിരാശ
പുതുച്ചുവടങ്ങൾ വരുന്നില്ല	പുതുച്ചുവടങ്ങൾ വരുന്നു
ചെലവ് കുറവ്	ചെലവ് കൂടുതൽ
ആരോഗ്യകരമായ മത്സരം ഉണ്ടാകുന്നില്ല	ഉണ്ടാകുന്നു.

**സെലക്ഷൻ ടെസ്റ്റ്**

പലതരം ടെസ്റ്റുകൾ ഉണ്ട്.

**(a) ബുദ്ധി പരീക്ഷ:-**

അപേക്ഷകന്റെ IQ, EQ എന്നിവ പരിശോധിക്കുന്നത്.

**(b) അഭിരുചി പരീക്ഷ:-** പുതിയ അറിവുകൾ സ്വായത്തമാക്കുന്നതിനുള്ള കഴിവ് പരിശോധിക്കുന്നതിന് വേണ്ടി നടത്തുന്നത്.

**(c) വ്യക്തിത്വ പരീക്ഷ :-**

അപേക്ഷകന്റെ പക്വത, വികാര പ്രകടനം തുടങ്ങിയവ പരിശോധിക്കുന്നത്

**(d) ട്രെയ്ഡ് പരീക്ഷ:-**

അറിവുകളും കഴിവുകളും പരിശോധിക്കുന്നതിന് നടത്തുന്നത്.

**(e) ഇൻറൈസ്റ്റ് പരീക്ഷ: -**

അപേക്ഷകന്റെ താല്പര്യം അളക്കുന്നതിന് വേണ്ടി മടത്തുന്ന പരീക്ഷ

**പരിശീലന രീതികൾ**

താഴെ പറയുന്നു

- 1. ഓൺ ദ ജോബ് പരിശീലനം
- 2. ഓഫ് ദ ജോബ് പരിശീലനം

**1. ഓൺ ദ ജോബ് പരിശീലനം:-**

യഥാർത്ഥ ജോലി സ്ഥലത്ത് വെച്ച് നൽകുന്ന പരിശീലനമാണിത്

**ഓൺ ദ ജോബ് പരിശീലന രീതികൾ:-**

**A. അപന്റൈസ്ചിപ്പ് പ്രോഗ്രാം:-**

പരിചയസമ്പന്നമായ ഒരു വ്യക്തി ട്രൈനിക്ക് വേണ്ട അറിവ് പകർന്ന് നൽകുന്ന താണിത്.

**B. കോച്ചിങ്:-**

ഇവിടെ മേലുദ്യോഗസ്ഥൻ ഒരു കോച്ചായി നിന്നുകൊണ്ട് ട്രെയിനിക്ക് വേണ്ട നിർദ്ദേശങ്ങൾ നൽകുന്നു.

**C. ഇൻറേൺഷിപ്പ് ട്രെയിനിംഗ്:-**

ഒരു തൊഴിൽ സ്ഥാപനം, ബിസിനസ്സ് സ്ഥാപനവുമായി കരാറുണ്ടാക്കി അതിന്റെ അതിസ്ഥാനത്തിൽ നൽകുന്നതാണിത്.

**D. ജോബ് റോട്ടേഷൻ :-**

ഒരു ജോലിയിൽ നിന്നും ക്രമപ്രകാരം മറ്റൊരു ജോലിയിലേക്ക് മാറ്റുന്നു.

**2. ഓഫ് ദ ജോബ് പരിശീലനം**

ജോലി സ്ഥലത്തിന് പുറത്ത് വെച്ച് നൽകുന്ന പരിശീലനമാണിത്.

**ഓഫ് ദ ജോബ് പരിശീലന രീതികൾ**

**A. ക്ലാസ്സ് റൂം ലെക്ചേഴ്സ്:-**

ഒരു ക്ലാസ്റോമിലെ വിവരങ്ങൾ പകർന്ന് നൽകുന്ന രീതിയാണിത്.

**B. ഫീലിം:-**

വിവരങ്ങൾ ഒരു ഫീലിം പ്രദർശനത്തിലൂടെ പകർന്ന നൽകുന്നു.

**C. കെയ്സ് സ്റ്റഡി:-**

ഇവിടെ ട്രെയ്നി ഒരു പ്രത്യേക സാഹചര്യം പഠനവിധേയമാക്കി, കാരണങ്ങളും, പരിഹാരങ്ങളും നിർദ്ദേശിക്കുന്നു.

**D. കമ്പ്യൂട്ടർ മോഡലിംഗ്:-**

ഇവിടെ കമ്പ്യൂട്ടറിന്റെ സഹായത്തോടു കൂടി വിവിധ മോഡലുകൾ ഉണ്ടാക്കുന്നു.

**E. വെസ്റ്റിബ്യൂൾ പരിശീലനം:-**

വെസ്റ്റിബ്യൂൾ സ്കൂളുകളിൽ വെച്ച് നടത്തുന്ന പരിശീലനമാണിത്. യഥാർത്ഥ ജോലി സ്ഥലത്തിന്റെ ഒരു മാതൃകയെയാണ് വെസ്റ്റിബ്യൂൾ സ്കൂൾ എന്ന് പറയുന്നത്.

**F. പ്രോഗ്രാമ്സ് ഇൻസ്ട്രക്ഷൻ:-**

നൽകേണ്ട വിവരത്തെ ഒരു പ്രത്യേക രീതിയിൽ ചെറിയ ക്ഷണങ്ങളാക്കുന്നു. ചോദ്യാന്തര രീതിയിൽ പഠിതാവ് ഓരോ യൂണിറ്റിലൂടെയും കടന്ന് പോവുന്നു.

## അദ്ധ്യായം - 7

### മാർഗ നിർദ്ദേശം (Directing)

ലക്ഷ്യങ്ങൾ നേടുന്നതിന് സ്ഥാപനത്തിലെ ജീവനക്കാരെ പ്രചോദിപ്പിക്കുക, വഴികാട്ടുക, നിർദ്ദേശിക്കുക എന്നിവ ചെയ്യുന്ന പ്രക്രിയയാണ് മാർഗനിർദ്ദേശം.

#### മാർഗനിർദ്ദേശത്തിന്റെ ഘടകങ്ങൾ

1. മേൽനേട്ടം
2. പ്രചോദനം
3. നേതൃത്വം
4. ആശയവിനിമയം
1. **മേൽനോട്ടം** : കീഴ്ജീവനക്കാരെ ജോലി നിർവ്വഹണത്തിൽ നേരിട്ട് നയിക്കുകയും നിയന്ത്രിക്കുകയും ചെയ്യുന്ന പ്രക്രിയയാണ് മേൽനോട്ടം.

#### പ്രാധാന്യം

1. **നിരന്തരബന്ധം** - സൂപ്പർവൈസർ തൊഴിലാളികളുമായി സൗഹൃദബന്ധം പുലർത്തുന്നു.
2. **കണ്ണിയായി പ്രവർത്തിക്കുന്നു** :- തൊഴിലാളികൾക്കും മാനേജ്മെന്റിനും ഇടയിലെ കണ്ണിയായി പ്രവർത്തിക്കുന്നു.
3. **ഐക്യം നിലനിർത്തുന്നു**:- തൊഴിലാളികൾക്കിടയിൽ യോജിപ്പും ഐക്യവും ഉണ്ടാക്കുന്നു.
4. **നിർവ്വഹണം** :- തൊഴിലാളികളെ പ്രചോദിപ്പിച്ച് ജോലി നിർവ്വഹണം ഉറപ്പ് വരുത്തുന്നു.
5. **പരിശീലനം** :- ജോലിയോടൊപ്പമുള്ള പരിശീലനം നൽകുന്നു.
6. **ഫീഡ്ബാക്ക്** :- ഓരോ പ്രവർത്തിയുടെയും ഫീഡ്ബാക്ക് വരുമാക്കുന്നു.

**II പ്രചോദനം** - സ്വദേയ ജോലി ഏറ്റെടുക്കാൻ ആളുകളെ പ്രേരിപ്പിക്കുന്നതിനെ പ്രചോദനം എന്ന് പറയുന്നു. സംഘടനാ ലക്ഷ്യങ്ങൾ കൈവരുന്നതിന് ആവശ്യമുള്ള രീതിയിൽ പ്രവർത്തിക്കാൻ കീഴ് ഉദ്യോഗസ്ഥർ സ്വദേയയാ തയ്യാറാക്കുന്ന പ്രക്രിയയാണിത്.

#### സവിശേഷതകൾ :

1. പ്രചോദനം ഒരു ആന്തരിക വികാരമാണ്.
2. ലക്ഷ്യത്തിലൂന്നിയ പെരുമാറ്റം സ്രഷ്ടിക്കുന്നു.
3. പ്രചോദനം പോസിറ്റീവോ നെഗറ്റീവോമാകാം
4. പ്രചോദനം ഒരു സങ്കീർണ്ണ പ്രക്രിയ.

**പ്രചോദനത്തിന്റെ പ്രധാന്യം**

1. മെച്ചപ്പെട്ട പ്രകടനം - തൊഴിലാളികളുടെയും സ്ഥാപനത്തിന്റെയും പ്രകടനം മെച്ചപ്പെടുത്തുന്നു.
2. രചനാത്മക സമീപനം - തൊഴിലാളികളിൽ നിഷേധാത്മക സമീപനത്തിന് പകരം പോസിറ്റീവ് മനോഭാവം ഉണ്ടാക്കുന്നു.
3. കൊഴിഞ്ഞു പോക്ക് - തൊഴിലാളികളുടെ കൊഴിഞ്ഞു പോക്ക് കുറയ്ക്കാനും ഹാജർ നിലമെടുത്തുവരാനും സാധ്യമാക്കുന്നു.
4. എതിർപ്പ് കുറയ്ക്കുന്നു - മാറ്റങ്ങളോടുള്ള എതിർപ്പ് അതിജീവിക്കാൻ സഹായിക്കുന്നു.

**മാസലോയുടെ ആവശ്യശ്രേണി സിദ്ധാന്തം**

**സിദ്ധാന്തത്തിന്റെ അനുമാനങ്ങൾ**

1. മനുഷ്യന്റെ പെരുമാറ്റം ആയാളുടെ ആവശ്യങ്ങളുമായി ബന്ധപ്പെട്ടിരിക്കുന്നു.
2. ഈ ആവശ്യങ്ങളെ ശ്രേണിയായി ക്രമപ്പെടുത്താം
3. തൃപ്തമാക്കപ്പെട്ട ആവശ്യം ഒരു വ്യക്തിയെ പ്രചോദിപ്പിക്കുന്നില്ല.
4. താഴ്ന്ന തലത്തിലുള്ള ആവശ്യങ്ങൾ തൃപ്തി ലഭിച്ചാൽ തൊട്ടടുത്ത തലത്തിലുള്ള ആവശ്യങ്ങളിലേക്ക് മാറുന്നു.

**ആവശ്യങ്ങളുടെ ശ്രേണി**

1. ശരീരികാവശ്യങ്ങൾ - ഭക്ഷണം, വസ്ത്രം, പാർപ്പിടം തുടങ്ങിയ അടിസ്ഥാന ആവശ്യങ്ങൾ
2. സുരക്ഷിതത്വവശങ്ങൾ - ഭൗതിക സംരക്ഷണം, തൊഴിൽ സുരക്ഷ, പെൻഷൻ, സുസ്ഥിരത വരുമാനം
3. സാമൂഹികാവശ്യങ്ങൾ - സൗഹൃദം സ്നേഹം, കൂട്ടായ്മയുടെ ഭാഗം
4. അഭിമാനാവശ്യങ്ങൾ - സ്വാഭിമാനം, ആത്മവിശ്വാസം, മറ്റുള്ളവരുടെ ബഹുമാനം
5. സ്വയം സാക്ഷാത്കാരത്തിനുള്ള ആവശ്യങ്ങൾ - ഒരു വ്യക്തിക്ക് എത്തിപ്പിടിക്കാൻ പറ്റുന്നതിന്റെ പരമാവധി സ്ഥാനങ്ങളിൽ എത്തിപ്പറ്റുക.

**III നേതൃത്വം** - ആത്മ വിശ്വാസത്തോടെ ജോലി ചെയ്യുന്നതിന് കീഴ്ജീവനക്കാരെ പ്രേരിപ്പിക്കുന്നതിനുള്ള ശേഷിയാണ് നേതൃത്വം

**സവിശേഷതകൾ**

1. മറ്റുള്ളവരെ സ്വീയീനിക്കുവാനുള്ള കഴിവാണ് നേതൃത്വം.
2. മറ്റുള്ളവരുടെ പെരുമാറ്റത്തിൽ മാറ്റം വരുത്തുന്നു.
3. നേതാക്കൾക്കും അനുയായികൾക്കുമിടയിൽ നല്ല ബന്ധം സ്ഥാപിക്കുന്നു.
4. സ്ഥാപനത്തിന്റെ പൊതു ലക്ഷ്യങ്ങൾ നേടിയെടുക്കുന്നു

## നല്ല നേതാവിന്റെ ഗുണങ്ങൾ

1. ഭൗതിക സവിശേഷതകൾ - ആരോഗ്യം, ഉയരം, രൂപം, തൂക്കം
2. അറിവ് - ജ്ഞാലിയെ കുറിച്ചുള്ള അറിവും പ്രാപ്തിയും
3. സത്യസന്ധത - നേതാവിന് ആത്മാർത്ഥത, ധർമ്മികത, സത്യസന്ധത, മൂല്യങ്ങൾ എന്നിവ ഉണ്ടായിരിക്കണം
4. മുൻകൈ എടുക്കൽ - സർഗാത്മകമായി ചിന്തിക്കുവാനും മുൻകൈ എടുക്കാ നുള്ള പ്രാപ്തി
5. പ്രചോദനം - മറ്റുള്ളവരുടെ ആവശ്യങ്ങൾ മനസ്സിലാക്കി അവരെ പ്രചോദിപ്പിക്കു വാനുള്ള കഴിവ്
6. ആശയവിനിമയ പാടവം - ആശയങ്ങൾ വിശദീകരിക്കുവാനും ബോധ്യപ്പെടുത്തു വാനുമുള്ള കഴിവ്
7. ആത്മവിശ്വാസം - നല്ല മനശക്തിയും ആത്മവിശ്വാസവും പ്രകടിപ്പിക്കണം
8. ഉറച്ച തീരുമാനം - ഇടയ്ക്കിടെ അഭിപ്രായങ്ങൾ മാറ്റാൻ പാടില്ല.

## ആശയ വിനിമയം

ആശയങ്ങൾ, വസ്തുക്കൾ കാഴ്ചപാടുകൾ തുടങ്ങിയവ മറ്റുള്ളവരിലേക്ക് വിനിമയം നടത്തുകയും അവരിൽ ധാരണ ഉണ്ടാക്കുകയും ചെയ്യുന്ന പ്രക്രിയയാണ് ആശയ വിനിമയം.

## ഘടകങ്ങൾ

1. ആയക്കുന്നവൻ - ആരാണോ മറ്റുള്ളവരോട് വിനുമയം നടത്തുന്നത് അദ്ദേഹത്തെ സന്ദേശം അയക്കുന്നവൻ എന്ന് വിളിക്കുന്നു.
2. സന്ദേശം - വിനിമയം നടത്തേണ്ട ആശയങ്ങളെ അല്ലെങ്കിൽ വിവരങ്ങളെ സന്ദേശം എന്ന് പറയുന്നു.
3. മാധ്യമം - ഫോൺ, ടെലിവിഷൻ, സംഭാഷണം തുടങ്ങിയ വിനിമയ മാർഗ്ഗങ്ങളാണ് മാധ്യമം
4. സംജ്ഞാപനം - സന്ദേശത്തെ ആശയവിനിമയ പ്രതിരൂപങ്ങളാക്കി മാറ്റുന്നു.
5. വിസങ്കേതനം - ആശയവിനിമയ പ്രതിരൂപങ്ങളെ സാധാരണ ഭാഷയിലേക്ക് മാറ്റുന്നു.
6. സ്വീകർത്താവ് - സന്ദേശം സ്വീകരിക്കുന്ന ആൾ
7. പ്രതികരണം - സ്വീകർത്താവിന് സന്ദേശം മനസ്സിലായി എന്നുള്ള പ്രതികരണം.

## ആശയവിനിമയ പ്രതിബന്ധങ്ങൾ

1. അർത്ഥസംബന്ധമായ പ്രതിബന്ധങ്ങൾ
2. മന:ശാസ്ത്രപരമായ പ്രതിബന്ധങ്ങൾ
3. സംഘടനാപരമായ പ്രതിബന്ധങ്ങൾ
4. വ്യക്തിപരമായ പ്രതിബന്ധങ്ങൾ

## I അർത്ഥസംബന്ധമായ പ്രതിബന്ധങ്ങൾ

സന്ദേശത്തിൽ ഉപയോഗിച്ച പദങ്ങളുടെ തെറ്റായ തർജ്ജമ, തെറ്റായ വ്യാഖ്യാനം, തെറ്റായ ഉപയോഗം തുടങ്ങിയവ. ഇതിലൂടെ സ്വീകർത്താവ് തെറ്റായി സന്ദേശത്തെ മനസ്സിലാക്കുന്നു.

1. തെറ്റായി പ്രകടിപ്പിക്കുന്ന സന്ദേശങ്ങൾ - തെറ്റായി വാക്കുകളുടെ പ്രയോഗം പദസമ്പത്തിന്റെ കുറവ്, യോജിക്കാത്ത വാക്കുകൾ
2. വ്യത്യസ്തമായ അർത്ഥങ്ങളുള്ള ചിഹ്നങ്ങൾ- ചില വാക്കുകൾക്ക് വ്യത്യസ്തമായ അർത്ഥം ഉള്ളതുകൊണ്ട് സ്വീകർത്താവ് മറ്റൊന്നായി മനസ്സിലാക്കുന്നു.
3. തെറ്റായ തർജ്ജമ - തർജ്ജമ ചെയ്യാനുള്ള പരിചയ കുറവ് തടസ്സമാകുന്നു.
4. വ്യക്തതയില്ലാത്ത അനുമാനങ്ങൾ - ചില വ്യഖ്യാനങ്ങൾ വ്യത്യസ്തമായ അനുമാനങ്ങൾ സ്രഷ്ടിക്കുന്നു.
5. സാങ്കേതികമായ പ്രയോഗങ്ങൾ - സാധാരണ വ്യക്തികൾക്ക് വ്യക്തമായി മനസ്സിലാക്കുകയില്ല.

## II മനശാസ്ത്രപരമായ പ്രതിബന്ധങ്ങൾ

1. അപക്വമായ വിലയിരുത്തൽ - മുഴുവൻ സന്ദേശവും ശ്രവിക്കാതെ തീർപ്പ് കൽപ്പിക്കുന്നു.
2. ശ്രദ്ധകുറവ് - മുൻധാരണകൊണ്ട് സന്ദേശം യഥാർത്ഥത്തിൽ മനസ്സിലാക്കാതെയിരിക്കുക
3. സംപ്രേക്ഷണത്തിലുള്ള നഷ്ടം. വിവധ തലങ്ങളിലൂടെ സന്ദേശം കടന്ന് പോകുമ്പോൾ ഭാഗികമായി നഷ്ടപ്പെടാനും തെറ്റായ വിവരങ്ങൾ ലഭിക്കുവാനും ഇടയാക്കുന്നു.
4. വിശ്വാസമില്ലായ്മ - സന്ദേശം അയക്കുന്ന വ്യക്തിക്കും സ്വീകർത്താവിനും പരസ്പരം വിശ്വാസം ഇല്ലാതിരിക്കുക.

## III സംഘടനാപരമായ പ്രതിബന്ധങ്ങൾ

1. സംഘടനാപരമായ നയങ്ങൾ - സ്ഥാപനത്തിന്റെ ഘടന, അധികാര ഉത്തരവാദിത്വ ബന്ധങ്ങൾ
2. നിയമങ്ങൾ - സ്ഥാപനത്തിലെ കർശനമായ നിയമങ്ങളും നിയന്ത്രണങ്ങളും
3. സങ്കീർണ്ണ ഘടന - ധാരാളം മാനേജ്മെന്റ് തലങ്ങളുള്ള സ്ഥാപനങ്ങൾ ആശയ വിനിമയത്തിൽ തടസ്സങ്ങളുണ്ടാക്കുന്നു.
4. പദവി - ഉന്നത തലത്തിലുള്ള മാനേജർമാർ പദവിക്ക് പ്രാധാന്യം നൽകുന്നത്.

## IV വ്യക്തിഗതമായ പ്രതിബന്ധങ്ങൾ

1. മേലധികാരിയുടെ ഭയം - തന്റെ അധികാരത്തിനു നേരെ വെല്ലുവിളി ഉയർത്തുമോ എന്ന ഭയം
2. വിശ്വാസകുറവ് - കീഴ്ജീവനക്കാർക്ക് മേലുദ്യോഗസ്ഥനെ വിശ്വാസമില്ലായ്മ
3. സന്നദ്ധതയില്ലായ്മ - കീഴ്ജീവനക്കാരുടെ താല്പര്യത്തിന് എതിരായി ഭവിക്കുമോ എന്ന ഭയം
4. പ്രേരകങ്ങളുടെ അഭാവം - വേണ്ടത്ര പ്രേരകങ്ങൾ ലഭിക്കാത്തതുകൊണ്ട് കീഴ്ജീവനക്കാരുടെ താല്പര്യകുറവ്.

## അദ്ധ്യായം - 8

### നിയന്ത്രണം

യഥാർത്ഥ പ്രകടനം ആസൂത്രിത പ്രകടനവുമായി പെരുത്തപ്പെടുന്നവെന്ന് ഉറപ്പാക്കുന്ന പ്രക്രിയയാണ് നിയന്ത്രണം. ഇത് വ്യതിയാനം കണ്ടെത്താനും ഉചിതമായ നടപടികളിലൂടെ നിവലവാരം നേടിയെടുക്കാനും സഹായകമാകുന്നു.

#### നിയന്ത്രണ പ്രക്രിയ

1. പ്രകടന നിലവാരം നിശ്ചയിക്കുക

നിയന്ത്രണത്തിന്റെ ആദ്യഘട്ടമായി സ്ഥാപനത്തിന്റെ ലക്ഷ്യങ്ങൾക്ക് അടിസ്ഥാനമായി നിലവാരം നിശ്ചയിക്കുന്നു. നിലവാരം ഗണാത്മകമായോ സംഖികമായോ നിശ്ചയിക്കേണ്ടിവരും.

2. യഥാർത്ഥ പ്രകടനം അളക്കുക

വസ്തു നിഷ്ഠമായും വിശ്വാസനീയവുമായി വേണം പ്രകടനം അളക്കേണ്ടത്. പ്രകടനം അളക്കുന്നതിന് വ്യക്തിപരമായ നിരീക്ഷണം, മാതൃകാപിശോധന, പ്രകടന റിപ്പോർട്ടുകൾ തുടങ്ങിയ സാങ്കേതികതകൾ ഉപയോഗിക്കുന്നു.

3. താരതമ്യം ചെയ്യുക.

യഥാർത്ഥ പ്രകടനം നിലവാരവുമായി താരതമ്യം ചെയ്ത് വ്യതിയാനങ്ങൾ ഉണ്ടോ എന്ന് പരിശോധിക്കുന്നു.

4. വ്യതിയാനങ്ങൾ വിശകലനം ചെയ്യൽ

യഥാർത്ഥ പ്രകടനവും നിശ്ചയിച്ച പ്രകടനവും താരതമ്യം ചെയ്ത് ലഭിക്കുന്ന വ്യതിയാനങ്ങൾ കാരണം കണ്ടുപിടിക്കണം. വ്യതിയാനങ്ങൾ പ്രതീക്ഷിച്ച പരിധിക്കുള്ളിലാണോ അതോ ഗുരുതരമാണോ എന്ന് കണ്ടെത്തണം.

#### i. നിർണ്ണായക കേന്ദ്രങ്ങളിലെ നിയന്ത്രണം (Critical point Control)

ഒരു സ്ഥാപനത്തിലെ എല്ലാ പ്രവർത്തനങ്ങളും നിയന്ത്രിക്കുന്നതിനു പകരം സുപ്രധാന മേഖലയിൽ ശ്രദ്ധ കേന്ദ്രീകരിക്കുന്ന രീതിയാണിത്. സുപ്രധാന മേഖലയിൽ ബാധിക്കുന്ന തെറ്റുകൾ സ്ഥാപനത്തെ ആകെ ബാധിക്കും.

#### ii. സവിശേഷ മേഖലകളിലെ മാനേജ്മെന്റ് (Management by exemption/control by exemption)

എല്ലാം നിയന്ത്രിക്കാൻ ശ്രമിച്ചാൽ ഒന്നും നിയന്ത്രിക്കാൻ സാധിക്കില്ല എന്നതാണ് ഇതിന്റെ തത്വം. അനുവദനീയമായ പരിധിയിലും കൂടുതൽ ഉള്ള വ്യതിയാനങ്ങൾ മാത്രം ഉന്നത തല മാനേജ്മെന്റിനെ അറിയിച്ചാൽ മതി.



5. തിരുത്തൽ നടപടികൾ സ്വീകരിക്കുന്നു.  
വ്യതിയാനങ്ങൾ കൂടുതൽ ആണെങ്കിൽ അവ ആവർത്തിക്കാതിരിക്കാനുള്ള തിരുത്തൽ നടപടികൾ സ്വീകരിക്കണം. വ്യതിയാനങ്ങൾ അനുവദനീയമായ പരിധിക്കുള്ളിൽ ആണെങ്കിൽ തിരുത്തൽ നടപടികൾ ആവശ്യമില്ല.

**നിയന്ത്രണ സങ്കേതങ്ങൾ**

- i. പരമ്പരാഗത സങ്കേതങ്ങൾ
- ii. ആധുനിക സങ്കേതങ്ങൾ

**I. പരമ്പരാഗത സങ്കേതങ്ങൾ**

1. വ്യക്തത നിരീക്ഷണം - വിവരങ്ങൾ ശേഖരിക്കാൻ ജീവനക്കാരെ നേരിട്ട് നിരീക്ഷിക്കുന്ന രീതിയാണിത്. ഇത് ജീവനക്കാർക്ക് സമ്മർദ്ദം കൂട്ടുമെങ്കിലും ഫലപ്രദമായ ഒരു രീതിയാണ്.
2. സ്ഥിതിവിവര കണക്കുകൾ - ശരാശരി, അനുപാതങ്ങൾ, അംശബന്ധങ്ങൾ പോലുള്ള രീതികൾ ഉപയോഗിക്കാറുണ്ട്.
3. ലാഭനഷ്ടവിശകലനം- ബ്രേക്ക് - ഇവൻ അനാലിസിസ് എന്ന് അറിയപ്പെടുന്ന ഈ രീതി ഉല്പാദന ചിലവ്, ഉല്പന്നങ്ങളുടെ എണ്ണം. ലാഭം എന്നിവ തമ്മിലുള്ള ബന്ധം വ്യക്തമാക്കുന്നു. ഉല്പാദനത്തിന്റെ വിവിധ ഘട്ടങ്ങളിൽ ഓരോ തലത്തിലുമുള്ള ലാഭവും നഷ്ടവും വ്യക്തമാക്കുന്നു.
4. ബജറ്റി നിയന്ത്രണം - ഒരു നിശ്ചിത കാലയളവിലേക്ക് സഖ്യാപരമായി തയ്യാറാക്കുന്ന ഭാവി പ്രവർത്തനങ്ങളുടെ പത്രികയാണ് ബജറ്റ്. വിൽപ്പന ബജറ്റ്, ഉൽപാദന ബജറ്റ്, ക്യാഷ് ബജറ്റ്, വാങ്ങൽ ബജറ്റ് തുടങ്ങിയ വിവിധ ബജറ്റുകൾ ഉപയോഗിക്കുന്നു.

**II. ആധുനിക സങ്കേതങ്ങൾ**

1. നിക്ഷേപത്തിൻ മേലുള്ള പ്രതിഫലം (RoI)  
മൂലധന നിക്ഷേപത്തിൽ നിന്ന് ലഭിക്കുന്ന ആദായത്തിന്റെ അടിസ്ഥാനത്തിൽ സാമാപനത്തിന്റെ കാര്യക്ഷമത അളക്കുന്നു.
2. അനുപാത വിശകലനം  
വിവിധ അനുപാതങ്ങൾ ഉപയോഗിച്ച് ബിസിനസ്സിന്റെ സാമ്പത്തിക പത്രികകൾ വിശകലനം ചെയ്യുന്നു.
3. ഉത്തരവാദിത്വ അക്കൗണ്ടിംഗ്  
ഒരു സ്ഥാപനത്തിലെ വിവിധ വകുപ്പുകളെ/സെക്ഷനുകളെ ഉത്തരവാദിത്ത കേന്ദ്രങ്ങളായി കണക്കാക്കുന്ന രീതിയാണിത്. ലക്ഷ്യം നേടിയെടുക്കുന്നതിനുള്ള ചുമതല കേന്ദ്രത്തിന്റെ പ്രധാനിക്കായിരിക്കും.

1. ചിലവ് കേന്ദ്രം
  2. വരുമാന കേന്ദ്രം
  3. ലാഭകേന്ദ്രം
  4. നിക്ഷേപ കേന്ദ്രം
4. മാനേജ്മെന്റ് ഓഫീസ്
- ഒരു സ്ഥാപനത്തിലെ മാനേജ്മെന്റിന്റെ മൊത്തത്തിലുള്ള പ്രകടനം, പ്രവർത്തനം, ഫലപ്രാപ്തി എന്നിവ വിലയിരുത്തുന്നു. ഇതു വഴി കാര്യക്ഷമത വർദ്ധിപ്പിക്കുവാനും ഏകോപനം മെച്ചപ്പെടുത്താനും ഉപകരിക്കുന്നു.
5. നെറ്റ് വർക്ക് സാങ്കേതങ്ങൾ
- സങ്കീർണ്ണവും വൈവിധ്യപൂർണ്ണവും സമയബന്ധിതമായി പൂർത്തീകരിക്കേണ്ട പ്രജക്ടുകൾ നിയന്ത്രിക്കാൻ പെർട്ട്, സി.പി.എം പോലുള്ള സങ്കേതങ്ങൾ ഉപയോഗിക്കുന്നു.
1. എല്ലാ പ്രവർത്തനങ്ങളും യുക്തി സഹമായി ക്രമീകരിക്കുന്നു.
  2. നെറ്റ് വർക്ക് ഡയഗ്രാം തയ്യാറാക്കുന്നു.
  3. ഓരോ പ്രവർത്തനത്തിനും സമയക്രമം തയ്യാറാക്കുന്നു.
  4. നെറ്റ് വർക്കിലെ ഏറ്റവും ദൈർഘ്യമേറിയ പാതയെ ക്രിട്ടിക്കൽപാത എന്ന് കണക്കാക്കുന്നു.
5. മാനേജ്മെന്റ് വിവരസിസ്റ്റം ( MIS)

ഫലപ്രദമായ തീരുമാനം എടുക്കുന്നതിന് വിവരങ്ങൾ നൽകുന്ന കമ്പ്യൂട്ടർ അധിഷ്ഠിത വിവര സമ്പ്രദായമാണിത്. ഇത് കൃത്യതയുള്ള പ്രസ്കൃതമായ വിവരങ്ങൾ ആവശ്യമായ സമയത്ത് ലഭ്യമാക്കുന്നു.

## അദ്ധ്യായം - 9

### ധനകാര്യമാനേജ്മെന്റ്

#### ബിസിനസ്സ് ഫിനാൻസ്

ധനം ബിസിനസ്സിന്റെ ജീവരക്തമാണ്. ബിസിനസ്സ് ആരംഭിക്കുന്നതിനും വിപുലീകരിക്കുന്നതിനും നവീകരിക്കുന്നതിനും ഇത് ആവശ്യമാണ്.

#### ധനകാര്യമാനേജ്മെന്റ്

ഒരു ബിസിനസ്സ് നടത്തുന്നതിന് ആവശ്യമായ പണത്തിന്റെ ഉറവിടം കണ്ടെത്തുകയും ശേഖരിക്കുകയും വിഭവകുറവായ വിനിയോഗം ഉറപ്പുവരുത്തുകയും ചെയ്യുന്ന പ്രക്രിയയാണ് ധനകാര്യ മാനേജ്മെന്റ്. ഇതിൽ നിക്ഷേപ, ധനകാര്യ, ലാഭവിഹിത തീരുമാനങ്ങൾ ഉൾപ്പെടുന്നു.

#### ധനകാര്യതീരുമാനങ്ങൾ

1. നിക്ഷേപ തീരുമാനങ്ങൾ
2. ധന സമാഹരണ തീരുമാനം
3. ലാഭവിഹിത തീരുമാനം
1. **നിക്ഷേപ തീരുമാനം** - സ്ഥാപനത്തിന്റെ ഫണ്ടുകൾ വിവിധ ആസ്തികളിൽ എങ്ങനെ നിക്ഷേപിക്കണം എന്ന തീരുമാനം
  - a. ദീർഘകാല നിക്ഷേപ തീരുമാനങ്ങൾ - സ്ഥിരം ആസ്തികളിൽ പണം നിക്ഷേപിക്കുന്നത് സംബന്ധിച്ച് - പുതിയ കെട്ടിടം വാങ്ങുക , പുതിയ യന്ത്രം വാങ്ങുക.
  - b. ഹ്രസ്വകാല നിക്ഷേപ തീരുമാനം - ഇത് സ്ഥാപനത്തിന്റെ ദൈനംദിന ചിലവുകൾ നേരിടാനുള്ള നിക്ഷേപം
2. **ധനസമാഹരണ തീരുമാനം** - ആവശ്യമായ ധനം എത്രയും പ്രസാദത്തിൽ നിന്ന് സമാഹരിക്കണം എന്ന തീരുമാനം. അവ സമാഹരിക്കുന്നത് പ്രധാനമായും ഓഹരി ഉടമകളുടെ ഫണ്ട്, ഡിബന്റുകൾ, വായ്പകൾ തുടങ്ങിയവയിൽ നിന്നുമാണ്.

#### ധനകാര്യ തീരുമാനത്തെ ബാധിക്കുന്ന ഘടകങ്ങൾ

1. ഒരോ സ്രോതസ്സുകളുടെയും ചിലവ്
2. ഒരോ സ്രോതസ്സിന്റെയും നഷ്ടബാധ്യത
3. ഒരോ ഉറവിടങ്ങളുടെയും ധനസമാഹരണചിലവ്
4. സ്ഥാപനത്തിന്റെ പണപ്രവാഹത്തിന്റെ തോത്
5. ഉടമസ്ഥർ സ്ഥാപനത്തിൽ ആഗ്രഹിക്കുന്ന നിയന്ത്രണം
6. മുഖ്യധന വിപണിയുടെ അവസ്ഥ

### 3. ലാഭ വിഹിത തീരുമാനം

ലാഭത്തിൽ എത്ര ഭാഗം സ്ഥാപനത്തിൽ നിലനിർത്തണമെന്നും എത്ര ഭാഗം ലാഭവിഹിതമായി നൽകണമെന്നുമുള്ള തീരുമാനം

#### ലാഭവിഹിത തീരുമാനത്തെ ബാധിക്കുന്ന ഘടകങ്ങൾ

- i. സ്ഥാപനത്തിന് ലഭിച്ച ലാഭത്തിന്റെ അളവ്
- ii. ലാഭ സ്ഥിരതയും തുടർന്ന് പോരുന്ന ലാഭവിഹിത സ്ഥിരതയും
- iii. കമ്പനിയുടെ വളർച്ചാ അവസരങ്ങൾ
- iv. പണശ്രദ്ധവാഹത്തിന്റെ തോത്
- v. ഓഹരി ഉടമകളുടെ ലാഭവിഹിത താൽപര്യം
- vi. സ്റ്റോക്ക് മാർക്കറ്റ് പ്രതികരണം
- vii. ഗവൺമെന്റിന്റെ നികുതിനയം
- viii. മുലധന വിപണിയുടെ ലഭ്യത
- ix. നിയമപരമായ പരിമിതികൾ

#### മുലധനഘടന

വിവധ മുലധന സ്രോതസ്സുകളുടെ മിശ്രിതത്തെ മുലധന ഘടന എന്ന് പറയുന്നു. ഈ മിശ്രിതത്തിൽ ഇക്വിറ്റി ഷെയറുകൾ, മുൻഗണന ഷെയറുകൾ ഡിബന്ററുകൾ, വായ്പകൾ നീക്കിവെച്ച സമ്പാദ്യം എന്നിവ ഉൾപ്പെടുത്താവുന്നതാണ്. നല്ല മുലധനഘടന, ചിലവ് കുറഞ്ഞത് ആയിരിക്കണം. ഇത് ഷെയറുടമകളുടെ ആസ്തിയുടെ മുല്യം വർദ്ധിപ്പിക്കുന്നതുമായിരിക്കണം.

#### മുലധന ഘടനയെ ബാധിക്കുന്ന ഘടകങ്ങൾ

- 1. ഫിനാൻഷ്യൽ ലിവിറേജ് - കടമായിട്ടുള്ള ഫണ്ടുകളുടെ ഉപയോഗം മുലം ഇക്വിറ്റി ഷെയറുടമകളുടെ ലാഭത്തിന്റെ വർദ്ധന
- 2. സ്ഥാപനത്തിന്റെ പണപ്രവാഹത്തിന്റെ അവസ്ഥ
- 3. ലാഭത്തിൽ പലിശ തുകയുടെ അനുപാതം
- 4. ലാഭത്തിൽ കടബാധ്യതകൾ നിറവേറ്റുന്ന അനുപാതം
- 5. നിക്ഷേപത്തിൽ ലഭ്യമാകാവുന്ന പ്രതിഫലം
- 6. കടം ലഭ്യമാകുന്നതിനുള്ള ചിലവ്
- 7. നികുതി നിരക്ക്
- 8. സെക്യൂരിറ്റികൾ വിപണിയിൽ ഇറക്കുന്നതിന്റെ ചിലവ്
- 9. ധനപരവും വ്യാപാരപരവുമായ നഷ്ട സാധ്യത പരിഗണന
- 10. നിയമപരമായ ചട്ടകൂട്
- 11. ഓഹരി വിപണിയിലെ അവസ്ഥ
- 12. മറ്റു കമ്പനികളുടെ മുലധന ഘടന

## സ്ഥിരമൂലധനം

സ്ഥിര ആസ്തികൾ വാങ്ങുന്നതിന് ചിലവഴിക്കുന്ന ഫണ്ട്. ഒരു വർഷത്തിൽ കൂടുതൽ സ്ഥാപനത്തിൽ നിലനിൽക്കുന്ന ആസ്തികളെ സ്ഥിരാസ്തികൾ എന്നു പറയുന്നു.

### സ്ഥിരമൂലധന ആവശ്യങ്ങളെ ബാധിക്കുന്ന ഘടകങ്ങൾ

1. ബിസിനസ്സിന്റെ സ്വഭാവം - നിർമ്മാണ സ്ഥാപനങ്ങൾക്ക് വ്യാപാര സ്ഥാപനങ്ങളെക്കാൾ കൂടുതൽ സ്ഥിരാസ്തി ആവശ്യമാണ്.
2. ബിസിനസ്സിന്റെ വലിപ്പം - വൻകിട സ്ഥാപനങ്ങൾക്ക് കൂടുതൽ സ്ഥിര നിക്ഷേപങ്ങൾ വേണം
3. സങ്കേത തിരഞ്ഞെടുപ്പ് - ഉയർന്ന യന്ത്രവൽക്കരണം ആവശ്യമായ സ്ഥാപനങ്ങൾക്ക് കൂടുതൽ സ്ഥിര നിക്ഷേപം വേണം
4. സാങ്കേതിക വിദ്യയുടെ നവീകരണം - ഇലക്ട്രോണിക്സ് ഉല്പന്നങ്ങൾ, കമ്പ്യൂട്ടർ പോലയുള്ള മേഖലയിലുള്ള ആസ്തികൾ പെട്ടെന്ന് കാലഹരണപ്പെടാറുണ്ട്.
5. വളർച്ച സാധ്യതകൾ - വളർച്ചാ സാധ്യതയുള്ള സ്ഥാപനങ്ങൾക്ക് കൂടുതൽ സ്ഥിരമൂലധനം ആവശ്യമായി വരും.
6. ധനശേഖരണ ബദലുകൾ - സ്ഥിരമൂലധനത്തിന്റെ അളവ് ആസ്തികൾ വാങ്ങുന്നതും പാട്ടത്തിനെടുക്കുന്നതും വ്യത്യസ്തമായിരിക്കും.
7. ടെക്നോളജി വൽക്കരണം - പുതിയ മേഖലയിലേക്കു പ്രവേശിക്കുമ്പോൾ മൂലധന ആവശ്യകത വർദ്ധിക്കും.
8. സഹകരണം - മറ്റു സ്ഥാപനങ്ങളുമായി സഹകരിക്കാൻ തയ്യാറാവുകയാണെങ്കിൽ സ്ഥിര മൂലധന ആവശ്യകത കുറക്കാം.

### പ്രവർത്തന മൂലധനം

സ്ഥാപനത്തിന്റെ ദൈനംദിന ആവശ്യങ്ങൾക്ക് വേണ്ടി നിലനിർത്തുന്ന മൂലധനത്തെ പ്രവർത്തന മൂലധനം എന്ന് പറയുന്നു. ഇത് കൈവശമുള്ള പണം, ബാങ്കിലെ പണം, സ്റ്റോക്ക് ഡെബ്റ്റോഴ്സ് തുടങ്ങിയ ഹ്രസ്വകാല ആസ്തികളാണ്. നിലവിലെ ആസ്തികളിൽ നിന്ന് ബാധ്യതകൾ കുറച്ചാൽ ലഭിക്കുന്ന തുകയാണ് അറ്റ പ്രവർത്തന മൂലധനം

### പ്രവർത്തന മൂലധനത്തെ ബാധിക്കുന്ന ഘടകങ്ങൾ

1. ബിസിനസ്സിന്റെ സ്വഭാവം - നിർമ്മാണ മേഖലയിലുള്ള സ്ഥാപനങ്ങൾക്ക് കൂടുതൽ പ്രവർത്തന മൂലധനം ആവശ്യമാണ്.
2. പ്രവർത്തനത്തിന്റെ തോത് - വൻകിട സ്ഥാപനങ്ങൾക്ക് ഉയർന്ന പ്രവർത്തന മൂലധനം വേണം
3. ബിസിനസ്സ് പരിവൃത്തി - അഭിവൃദ്ധി കാലയളവിൽ ഉത്പാദനം വർദ്ധിക്കുന്നതുകൊണ്ട് കൂടുതൽ പ്രവർത്തന മൂലധനം ആവശ്യമായി വരും.

4. കാലചക്രമനുസരിച്ചുള്ള ഘടകങ്ങൾ - സീസണലായി പ്രവർത്തിക്കുന്ന സ്ഥാപനങ്ങൾക്ക് ഉയർന്ന മുലധനം വേണ്ടി വരും.

5. ഉൽപ്പാദന ചക്രം - പ്രവർത്തന മുലധനം ഉൽപ്പാദന പ്രക്രിയയുടെ ദൈർഘ്യവുമായി ബന്ധപ്പെട്ടിരിക്കുന്നു.

6. കടം - കടലഭ്യതയും കടം അനുവദിക്കുകയും പ്രധാനമാണ്.

7. കാര്യക്ഷമത - ഉയർന്ന പ്രവർത്തന കാര്യക്ഷമത പ്രവർത്തന മുലധനത്തിന്റെ ആവശ്യകത കുറയ്ക്കും

8. അസംസ്കൃത വസ്തുക്കളുടെ ലഭ്യത - കൃത്യമായ ലഭ്യത പ്രവർത്തന മുലധന അളവ് കുറയ്ക്കും.

9. മത്സരം - കടുത്ത മത്സരത്തിൽ കൂടുതൽ പ്രവർത്തന മുലധനം ആവശ്യമായി വരും

10. വളർച്ചാ സാധ്യത - വളർച്ചയുള്ള സ്ഥാപനങ്ങൾക്ക് കൂടുതൽ പ്രവർത്തന മുലധനം ആവശ്യമായി വരും.

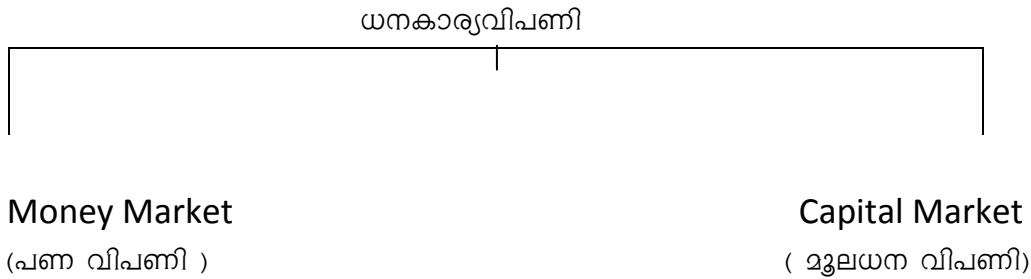
11. പണപ്പെരുപ്പം - പണപ്പെരുപ്പം ആവശ്യകത വർദ്ധിപ്പിക്കും.

## അദ്ധ്യായം - 10

### ധനകാര്യവിപണി

സാമ്പത്തിക ആസ്തികൾ : (Financial Asset) ആയ ഓഹരികൾ ഡിബന്ററുകൾ, ബോണ്ടുകൾ എന്നീ സൃഷ്ടിക്കുന്നതിനും കൈമാറ്റം ചെയ്യുന്നതിനും വേണ്ടിയുള്ള വിപണിയാണ് ധനകാര്യ വിപണി. നിക്ഷേപകരിൽ നിന്ന് സംരംഭക വായ്പകാർക്ക് പണം കൈമാറ്റുന്നത് ധനകാര്യവിപണി സാധ്യമാക്കുന്നു. ഇതിലൂടെ ഫണ്ടുകൾ നൽകുന്നവരെയും ഫണ്ടുകൾ വാങ്ങുന്നവരെയും ഒരുമിച്ച് കൊണ്ടുവരുന്നു.

ധനകാര്യവിപണിയെ രണ്ടായി തരം തിരിക്കാം



പണവിപണി **Money Market** ഹ്യൂസ്വകാല ഫണ്ടുകളുടെ വിപണിയാണ് മണി മാർക്കറ്റ് കാലാവധി. ഒരു വർഷം വരെയുള്ള സാമ്പത്തിക ആസ്തികളാണ് ഇവിടെ കൈകാര്യം ചെയ്യുന്നത്. RBI, വാണിജ്യബാങ്കുകൾ. സംസ്ഥാന ഗവൺമെന്റ് മുദ്രച്ചുറ്റൽ ഫണ്ട് എന്നിവയാണ് പണവിപണിയുടെ പ്രധാന പങ്കാളികൾ

പണവിപണി പ്രമാണങ്ങൾ

#### 1. ട്രഷറി ബില്ലുകൾ -

കേന്ദ്ര ഗവൺമെന്റിന് ഹ്യൂസ്വകാലത്തേക്ക് പണം ആവശ്യമായി വരുമ്പോൾ RBI പുറത്തിറക്കുന്ന ഉപകരണമാണ് ട്രഷറി ബില്ലുകൾ. മുഖവിലയേക്കാൾ കുറഞ്ഞ വിലക്ക് വിൽക്കുകയും പിന്നീട് മുഖവിലക്ക് തിരിച്ചെടുക്കുകയും ചെയ്യുന്ന ഈ ഹ്യൂസ്വകാല വിപണിപ്രമാണത്തിന് പലിശ നൽകുന്നില്ല. ഇവയുടെ കാലാവധി 14 ദിവസം മുതൽ 364 ദിവസം വരെയാണ്.

## 2.വാണിജ്യ പത്രം അഥവാ കോമേച്ചൽ പേപ്പർ

ഉടമസ്ഥാവകാരം യഥേഷ്ടം കൈമാറാവുന്ന പ്രോമിസറി നോട്ടുകളാണ് കോമേച്ചൽ പേപ്പർ. ട്രഷറി ബില്ലുകളെ പോലെ ഡിസ്കൗണ്ട് നിരക്കിൽ വിൽക്കുകയും മുഖവിലക്ക് തിരിച്ചെടുക്കുകയും ചെയ്യുന്ന കോമേച്ചൽ പേപ്പറുകൾക്ക് 15 ദിവസം മുതൽ ഒരു വർഷം വരെ കാലാവധിയാണുള്ളത്.

## 3.കാൾമണി

ബാങ്കുകൾ പരസ്പരം കടം വാങ്ങുന്നതിന് ഉപയോഗിക്കുന്ന ഒരു ഉപകരണമാണ് കാൾമണി. ഒരു ദിവസം മുതൽ 15 ദിവസം വരെയാണ് ഇതിന്റെ കാലാവധി.

## 4.ഡെപ്പോസിറ്റി സർട്ടിഫിക്കറ്റ്

ബാങ്കുകളോ ധനകാര്യസ്ഥാപനങ്ങളോ ഹ്യൂസ്വകാലസാമ്പത്തിക സ്രോതസ്സായി കൈകാര്യം ചെയ്യുന്ന ഉപകരണമാണ് ഡെപ്പോസിറ്റ് സർട്ടിഫിക്കറ്റ്. 91 ദിവസം മുതൽ 1 വർഷം വരെയാണ് ഇവിടെ കാലാവധി. ഇവുടെ ഉടമസ്ഥാവകാരം കൈമാറ്റം ചെയ്യാവുന്നതാണ്.

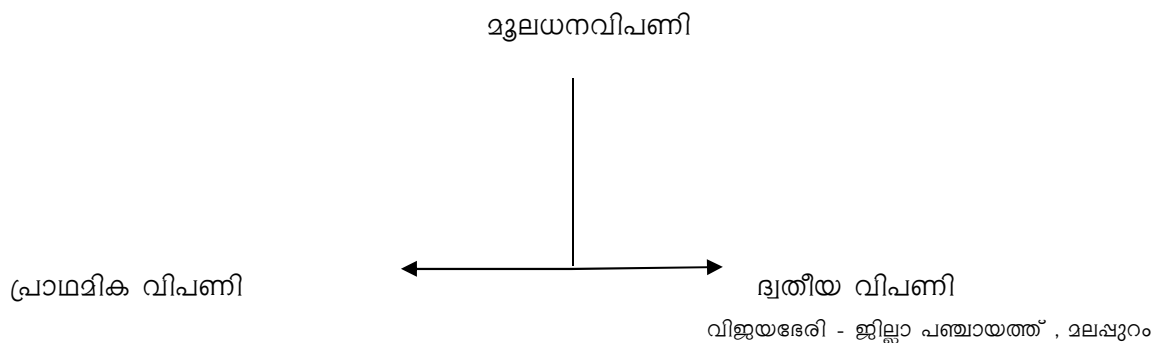
## 5.വാണിജ്യ ബില്ലുകൾ

സ്ഥാപനത്തിന്റെ പ്രവർത്തനമൂലധന ആവശ്യങ്ങൾ നേടിയെടുക്കുന്നതിനുള്ള ഉപകരണമാണ് വാണിജ്യബില്ലുകൾ. കച്ചവടക്കാരൻ ബില്ലു തയ്യാറാക്കി വാങ്ങുന്നവന്റെ പേരിൽ എഴുതി സൂക്ഷിക്കുന്നു. കാലാവധി തികയുമ്പോൾ അതു പണമാക്കി മാറ്റുകയും ചെയ്യുന്നു. ബാങ്കുകൾ വാണിജ്യബില്ലുകൾ,നഡിസ്കൗണ്ട് ചെയ്യുകയോ കച്ചവടക്കാരന് വേണ്ടി ശേഖരിക്കുകയോ ചെയ്യുന്നു.

## മൂലധനവിപണി

ഇടത്തരം, ദീർഘകാല ഫണ്ടുകളുടെ വിപണിയാണ് മൂലധനവിപണി. ദീർഘകാല സെക്യൂരിറ്റികളായ ഷെയറുകൾ, ഡിബന്ററുകൾ, ബോണ്ടുകൾ എന്നിവയാണ് ഇവിടെ കൈകാര്യം ചെയ്യുന്നത്. ഇതിലൂടെ സമ്പാദ്യം നിക്ഷേപമാർഗ്ഗങ്ങളിലേക്ക് മാറ്റുന്നതിനും വായ്പ ആവശ്യമുള്ളവർക്ക് ഫണ്ട് സ്വീകരിക്കുവാനും സാധിക്കുന്നു.

മൂലധനവിപണിയിൽ രണ്ട് പ്രധാന വിഭാഗങ്ങൾ ഉണ്ട്.





പ്രാഥമിക വിപണി

**പ്രാഥമിക വിപണി**

ആദ്യമായി വിതരണം ചെയ്യുന്ന സെക്യൂരിറ്റികളാണ് ഇവിടെ കൈകാര്യം ചെയ്യുന്നത്. പുതിയ കമ്പനികളോ നിലവിലുള്ള കമ്പനികളോ നൽകുന്ന പുതിയ സെക്യൂരിറ്റികൾ വിതരണം ചെയ്യുന്ന വിപണിയാണിത്. ഷെയറുകൾ, ഡിബന്ററുകൾ, ബോണ്ടുകൾ തുടങ്ങിയ സെക്യൂരിറ്റികളാണ് ഇവിടെ കൈകാര്യം ചെയ്യുന്നത്.

**പ്രാഥമിക വിപണിയിൽ സെക്യൂരിറ്റികൾ നൽകുന്ന രീതികൾ**

1. പ്രോസ്പെക്ട് വഴിയുള്ള പബ്ലിക് ഓഫർ:

മുഖ്യധനം സമാഹരിക്കുന്നതിന് വേണ്ടി നിക്ഷേപകരെ പ്രോസ്പെക്ട്സ് വഴി ക്ഷണിക്കുന്നതാണ് ഇത്.

2. ഓഫർ ഫോർ സെയിൽ

പൊതു ജനങ്ങൾക്ക് നൽകുന്നതിന് പകരം സെക്യൂരിറ്റികൾ മൊത്തമായി ബ്രോക്കർക്കോ, ഇടനിലകാർക്കോ വിൽക്കുന്നു. പിന്നീട് ഇടനിലകാർ പൊതുജനങ്ങൾക്ക് കൈമാറുന്നു. ഈ രീതിയാണ് ഓഫർ ഫോർ സെയിൽ.

3. പ്രൈവറ്റ് പ്ലേസ്മെന്റ്

തെരഞ്ഞെടുത്ത ഒരു നിശ്ചിത ഗ്രൂപ്പ് നിക്ഷേപകർക്ക് മാത്രം സെക്യൂരിറ്റികൾ മുഴുവൻ നൽകുന്ന ഏർപ്പാടാണ് ഇത്.

**4..Right Issue**

ഒരു കമ്പനിപുതിയ ഓഹരികൾ വിപണിയിൽ തുറക്കുമ്പോൾ നിലവിലുള്ള ഓഹരി ഉടമകൾക്ക് (അവരുടെ കൈവശമുള്ള ഓഹരികളുടെ അനുപാതമനുസരിച്ച്) കമ്പനിയിൽനിന്നും പുതിയ ഓഹരികൾ വാങ്ങാനുള്ള അവകാശമുണ്ട്. ഇത് അനുസരിച്ച് നിലവിലുള്ള ഓഹരി ഉടമകൾക്ക് ഓഹരി വിൽക്കുന്നതിനെയാണ് റെറ്റ് ഇഷ്യൂ എന്ന് പറയുന്നത്.

5.ഇലക്ട്രോണിക് - ഇനീഷ്യൽ പബ്ലിക് ഓഫർ

സ്റ്റോക്ക് എക്സ്ചേഞ്ചുകളിലെ ഓൺലൈൻ സംവിധാനം വഴി ഓഹരികൾ വിതരണം ചെയ്യുന്നതാണ് ഇലക്ട്രോണിക് ഇനീഷ്യൽ പബ്ലിക് ഓഫർ.

സെബി : SECURITIES AND EXCHANGE BOARD OF INDIA (SEBI)

ഇന്ത്യൻ മുഖ്യധന വിപണിയുടെ നിയന്ത്രണ വികസന എജൻസിയാണ് സെബി. സെബി രൂപീകരിച്ചത് 1988 ലാണ്. എങ്കിലും നിയമാനിസ്യത പദവി ലഭിച്ചത് 1992 ലെ സെക്യൂരിറ്റി ആന്റ് എക്സ്ചേഞ്ച് ബോർഡ് ഓഫ് ഇന്ത്യ ആക്ട് അനുസരിച്ചാണ്. സ്റ്റോക്ക് എക്സ്ചേഞ്ചു

കളുടെ സുഖമമായ പ്രവർത്തനങ്ങൾ പ്രോത്സാഹിപ്പിക്കുവാനും അതോടൊപ്പം നിക്ഷേപകരുടെ അവകാശങ്ങളും താല്പര്യങ്ങളും സംരക്ഷിക്കുവാനും കൂടിയാണ് സെബി സ്ഥാപിതമായത്.

### സെബിയുടെ പ്രവർത്തനങ്ങൾ

#### A. റെഗുലേറ്ററി പ്രവർത്തനങ്ങൾ

- സ്റ്റോക്ക് എക്സ്ചേഞ്ചുകളുടെ രജിസ്ട്രേഷനും നിയന്ത്രണവും
- വിപണിയിൽ ബ്രോക്കർമാരുടെയും സബ് ബ്രോക്കർമാരുടെയും രജിസ്ട്രേഷൻ
- നിക്ഷേപ പദ്ധതികളുടെയും മുദ്രാശ്ലാക്കുകളുടെയും രജിസ്ട്രേഷനും നിയന്ത്രണവും
- ഷെയർ, ഷെയർ ബ്രോക്കർമാർ, അണ്ടർറൈറ്റർമാർ എന്നിവരുടെ പ്രവർത്തനം നിയന്ത്രിക്കൽ
- കമ്പനികൾ ഏറ്റെടുക്കുന്ന പ്രവർത്തനങ്ങളെ നിയന്ത്രിക്കൽ
- സ്റ്റോക്ക് എക്സ്ചേഞ്ചുകളിലും മറ്റു ഇടനിലകാരിലും അന്വേഷണങ്ങളും ഓഡിറ്റുകളും നടത്തുക

#### B. വികസനാത്മകപ്രവർത്തനങ്ങൾ

- നിക്ഷേപകരുടെ വിദ്യാഭ്യാസവും ഇടനിലകാരുടെ പരിശീലനങ്ങളും പ്രോത്സാഹിപ്പിക്കുക
- ഗവേഷണവും ഉപയോഗപ്രധമായ വിവരങ്ങളുടെ പ്രസിദ്ധീകരണവും നടത്തുക
- മൂലധന വിപണിവികസിപ്പിക്കുന്നതിനുള്ള നടപടി സ്വീകരിക്കുക

#### C. സംരക്ഷണാത്മക പ്രവർത്തനങ്ങൾ

- വഞ്ചനാപരവും അന്യായവും ആയവ്യാപാര രീതികൾ നിരോധിക്കുക
- ഇൻസൈഡർ ട്രേഡിംഗ് പോലുള്ള നടപടികൾ നിയന്ത്രിക്കുക
- നിക്ഷേപകരുടെ സംരക്ഷണത്തിനായി നടപടികൾ കൈകൊള്ളുക
- സെക്യൂരിറ്റി മാർക്കറ്റിലെ ന്യായമായ സമ്പ്രദായങ്ങളും പെരുമാറ്റ ചട്ടങ്ങളും പ്രോത്സാഹിപ്പിക്കുക.

## അദ്ധ്യായം - 11

### വിപണനം

#### വിപണന മാനേജ്മെന്റ്

വിപണന മാനേജ്മെന്റ് എന്നാൽ ഉൽപാദകനിൽ നിന്ന് ഉപഭോക്താക്കളിലേക്ക് സാധനങ്ങളും സേവനങ്ങളും കൈമാറ്റം ചെയ്യുന്നതുമായി ബന്ധപ്പെട്ട് പ്രവർത്തനങ്ങളെ ത്വരിതപ്പെടുത്തുന്ന ആസൂത്രണം, സംഘാടനം, മാർഗ്ഗനിർദ്ദേശം നൽകൽ നിയന്ത്രണം തുടങ്ങിയവയാണ്.

#### വിപണനവും വിൽപ്പനയും

വിപണനവും വിൽപ്പനയും തമ്മിൽ താഴെപറയുന്ന വ്യത്യാസങ്ങളുണ്ട്.

	വിപണനം (Marketing)		വിൽപ്പന (sales)
1	ഉപഭോക്താക്കളുടെ ആവശ്യങ്ങൾ തൃപ്തിപ്പെടുത്തുന്ന സാധനങ്ങളിൽ ശ്രദ്ധ കേന്ദ്രീകരിക്കുന്നു.	1.	വിൽപ്പനക്കാരന്റെ ഉൽപ്പന്നങ്ങൾ പണമായി പരിവർത്തനം ചെയ്യുന്നതിൽ ശ്രദ്ധ കേന്ദ്രീകരിക്കുന്നു.
2.	ഉൽപ്പാദനത്തിന് മുമ്പ് വിപണന പ്രവർത്തനങ്ങൾ ആരംഭിക്കുന്നു.	2.	ഉൽപ്പാദനത്തിനുശേഷം വിൽപ്പന നടക്കുന്നു.
3.	ഉൽപ്പന്നത്തിന്റെ ആസൂത്രണത്തിനും വികസനത്തിനും ഊന്നൽ നൽകുന്നു	3.	ഉൽപാദിപ്പിച്ച സാധനങ്ങളുടെ വിൽപ്പന ക്ലാസ്സ് ഉന്നതം നൽകുന്നത്.
4.	വിപണനം എന്നാൽ വിൽപ്പനകൂടി ഉൾപ്പെടുന്ന വിപുലമായ പദമാണ്.	4.	വിൽപ്പന മാർക്കറ്റിംഗ് പ്രക്രിയയുടെ ഒരു ഭാഗം മാത്രമാണ്.
5.	ഉപഭോക്തൃ സംതൃപ്തിയിലൂടെ ലാഭം ലക്ഷ്യമിടുന്നു.	5.	വിൽപ്പന അളവിൽ ലാഭം ലക്ഷ്യമിടുന്നു.
6.	കാവിയറ്റ് വെൺറിന്റെ തത്വം (വിൽപ്പന ക്ലാസ്സ് സൂക്ഷിക്കുക)	6.	കാവിയറ്റ് എംപ്റ്റിന്റെ തത്വം (വാങ്ങുന്ന യാൾ സൂക്ഷിക്കുക)

#### വിപണനത്തിന്റെ ധർമ്മങ്ങൾ

1. വിപണി വിവരങ്ങൾ ശേഖരിക്കുകയും വിശകലനം ചെയ്യുകയും ചെയ്യുക:- ഉപഭോക്താക്കളുടെ ആവശ്യങ്ങൾ തിരിച്ചറിയുകയും സ്ഥാപനത്തിന്റെ വിപണിയെ കുറിച്ച് വിശകലനം ചെയ്യുകയും ചെയ്യുകയെന്നത് വിപണനത്തിന്റെ പ്രധാനധർമ്മമാണ്.

#### 2. വിപണന ആസൂത്രണം

സ്ഥാപനത്തിന്റെ മാർക്കറ്റിംഗ് ലക്ഷ്യങ്ങൾ കൈവരിക്കാനുള്ള പ്ലാനുകൾ തയ്യാറാക്കുകയെന്നതും വിപണനത്തിന്റെ ധർമ്മമാണ്.

**3.ഉത്പന്ന രൂപകൽപനയും വികസനവും**

ഉപഭോക്താവിന്റെ ആവശ്യങ്ങൾ നിറവേറ്റുന്നതിനായി ഉൽപ്പന്നം വികസിപ്പിക്കുകയും രൂപകൽപ്പന ചെയ്യുകയും വേണം.

**4. നിലവാരവൽക്കരണവും തരംതിരിക്കലും**

മുൻകൂട്ടി നിശ്ചയിച്ച നിലവാരങ്ങളായ ഗുണമേൽമ, വില, പാക്കേജിംഗ്, മുതലായവക്ക് അനുസരിച്ച ഉൽപ്പന്നങ്ങൾ ഉൽപാദിപ്പിക്കുകയും നിശ്ചയിച്ച മാനദണ്ഡങ്ങൾക്ക് അനുസരിച്ച് ഉൽപ്പന്നങ്ങളെ തരം തിരിക്കുകയും ചെയ്യുന്നത് വിപണനത്തിന്റെ മറ്റൊരു ധർമ്മമാണ്.

**5.പാക്കേജിംഗും ലേബലിംഗും**

ഉൽപാദിപ്പിച്ച ഉൽപ്പന്നങ്ങളുടെ പാക്കേജിംഗും അവക്ക് അനുയോജ്യമായ ലേബലിംഗും രൂപകൽപ്പന ചെയ്യുകയെന്നുള്ളത് വിപണനത്തിന്റെ ധർമ്മമാണ്.

**6.ഉപഭോക്തൃ പിന്തുണ സേവനം**

വിൽപ്പനാനന്തര സേവനങ്ങൾ, ഉപഭോക്താവിന്റെ പരാതികൾ കൈകാര്യം ചെയ്യാൻ, പരിപാലനസേവനങ്ങൾ മുതലായവ നൽകി ഉപഭോക്താക്കളെ സംതൃപ്തരാക്കുകയെന്നത് വിപണനത്തിന്റെ ധർമ്മമാണ്.

**7.ബ്രാൻഡിംഗ്**

ഒരു ഉൽപ്പന്നത്തെ എതിരാളികളുടെ ഉൽപ്പന്നങ്ങളിൽ നിന്നും തിരിച്ചറിയുന്നതിനും വേർതിരിക്കുന്നതിനും ഒരു പേരോ ചിഹ്നമോ നൽകുന്ന പ്രക്രിയയാണ് ബ്രാൻഡിംഗ്.

**8.വിലനിർണ്ണയം**

ഒരു ഉൽപ്പന്നത്തിന്റെ വിലയെ സ്വാധീനിക്കുന്ന ഘടകങ്ങളെ വിശകലനം ചെയ്ത് ഉൽപ്പന്നത്തിന് അനുയോജ്യമായ വിലനൽകുകയെന്നത് വിപണനത്തിന്റെ പ്രധാനമായ ധർമ്മമാണ്.

**9.വിൽപ്പന പ്രേത്സാഹനങ്ങൾ**

ഉൽപ്പന്നങ്ങളെ കുറിച്ച് ഉപഭോക്താക്കളെ അറിയിക്കുകയും അവ വാങ്ങാൻ പ്രേരിപ്പിക്കുകയും ചെയ്യുകയെന്നത് വിപണനത്തിന്റെ ധർമ്മങ്ങളിൽപ്പെട്ടതാണ്.

**10.ഭൗതിക വിതരണം**

വിൽപ്പനങ്ങൾ ഉൽഭവം മുതൽ ഉപയോഗസ്ഥലം എത്തുംവരെയുള്ള ഒട്ടുക്ക് ആസൂത്രണം ചെയ്യുക, നടപ്പിലാക്കുക, നിയന്ത്രിക്കുക എന്നിവ ഇതിൽ പെടുന്നു.

**11 ഗതാഗതം**

ഇത് വിപണനത്തിന്റെ പ്രധാന ധർമ്മമാണ്. ഇതിലൂടെ ഉൽപ്പന്നം ഉപഭോക്താക്കൾക്ക് ലഭ്യമാക്കാൻ സഹായിക്കുന്നു.

**12.സംഭരണം**

വിപണി മുൻകൂട്ടികണ്ട് ഉൽപ്പാദിപ്പിക്കുന്ന ഉൽപ്പന്നങ്ങൾ നാശനഷ്ടങ്ങളിൽ സംരക്ഷിക്കുന്നതിന് അവ ശരിയായി സംഭരിച്ച് സൂക്ഷിക്കണം. വിപണനത്തിന്റെ ഒരു പ്രധാന ലക്ഷ്യം തന്നെയാണ് സംഭരണം.

**മാർക്കറ്റിങ്ങ് മിക്സ് (വിപണന മിശ്രിതം)**

വിപണന ലക്ഷ്യം കൈവരിക്കുന്നതിനായി തിരിഞ്ഞെടുക്കപ്പെട്ട വിപണന ഉപാധികളുടെ സംഗ്രഹത്തെ വിപണന മിശ്രിതം എന്ന് പറയുന്നു. കമ്പനിയുടെ മാർക്കറ്റിങ്ങ് സിസ്റ്റം, ഉൽപ്പന്നം, വില വിൽപ്പന വർദ്ധക പ്രവർത്തനങ്ങൾ വിതരണ സംവിധാനം എന്നിവയുടെ കാര്യമായ നാല് ഇൻപുട്ടുകളുടെ സംയോജനത്തെ വിവരിക്കുന്നതിന് വിപണന മിശ്രിതം ഉപയോഗിക്കുന്നു. ഉൽപ്പന്നം(Product) വില (price) വിൽപ്പനവർദ്ധക പ്രവർത്തനങ്ങൾ(promotion) വിതരണ സംവിധാനം(Place) എന്നിവയാണ് വിപണനമിശ്രിതത്തിന്റെ നാല് P's എന്നറിയപ്പെടുന്നത്.

**വിപണനമിശ്രിതത്തിന്റെ ഘടകങ്ങൾ**

**1. ഉൽപ്പന്നം (Product)**

മാർക്കറ്റിംഗ് മിശ്രിതത്തിന്റെ ഏറ്റവും പ്രധാനപ്പെട്ട ഘടകമാണിത്. ഉൽപ്പന്നം എന്നാൽ വിൽപ്പനക്കായി മാർക്കറ്റിൽ വാഗ്ദാനം ചെയ്യുന്ന സാധനങ്ങൾ അല്ലെങ്കിൽ സേവനങ്ങളാണ്. ഉപഭോക്താവിന്റെ ആവശ്യങ്ങൾക്കനുസരിച്ചുള്ള സാധനങ്ങളും സേവനങ്ങളും ആസൂത്രണം ചെയ്യുക വികസിപ്പിക്കുക ഉൽപ്പാദിപ്പിക്കുക എന്നിവ ഇതിൽ ഉൾപ്പെടുന്നു.

**വില (price)**

ഒരു ഉൽപ്പന്നത്തിന്റെയോ സേവനത്തിന്റെയോ സേവനത്തിന്റെയോ കൈമാറ്റമുല്പാദനമാണ് വില. വിൽപ്പനക്കാരൻ നൽകുന്ന ഉൽപ്പന്നങ്ങൾക്കും സേവനങ്ങൾക്കും വാങ്ങുന്നവൻ നൽകുന്ന പ്രതിഫലമാണ് വില. ഉൽപ്പന്ന ചെലവ്, ചോദനം, സമാന ഉൽപ്പന്നത്തിന്റെ വില എന്നീ ഘടകങ്ങളെല്ലാം പരിഗണിച്ചാണ് ഒരു ഉൽപ്പന്നത്തിന്റെ വില നിശ്ചയിക്കുന്നത്.

**3.സ്ഥലം (Place)**

ഉൽപ്പാദിപ്പിച്ച സ്ഥലത്ത് നിന്നും ഉപഭോക്താവിന്റെ അടുത്തേക്ക് ഉൽപ്പന്നങ്ങൾ എത്തിക്കുന്നതുമായി ബന്ധപ്പെട്ട കാര്യങ്ങളാണ് സ്ഥലം എന്ന വിപണന മിശ്രിതം അർത്ഥമാകുന്നത്. ഇതിൽ രണ്ട് പ്രധാന പ്രവർത്തനങ്ങൾ ഉൾപ്പെടുന്നു. ഉപഭോക്തൃകേന്ദ്രങ്ങളിലേക്ക് ഉള്ള ഉൽപ്പന്നങ്ങളുടെ ഗതാഗതം 2. ഉൽപ്പന്നങ്ങളുടെ സംഭരണം

**4.വിൽപ്പന വർദ്ധക പ്രവർത്തനങ്ങൾ**

ഉൽപ്പന്നത്തെയോ സേവനത്തെയോ കുറിച്ച് ഉപഭോക്താവിനെ അറിയിക്കുകയും വാങ്ങാൻ പ്രേരിപ്പിക്കുകയും ചെയ്യുകയെന്നതാണ് വിൽപ്പന വർദ്ധക പ്രവർത്തനം എന്നത് കൊണ്ട് ഉദ്ദേശിക്കുന്നത്. വിൽപ്പന വർദ്ധക പ്രവർത്തനങ്ങൾ ഉൾക്കൊള്ളുന്ന നാല് ഘടകങ്ങളാണ് പരിസ്യം ചെയ്യൽ .വ്യക്തിഗത വിൽപ്പന, പ്രചാരണം, വിൽപ്പന പ്രോത്സാഹനം എന്നിവ

**വിലനിർണ്ണയം**

ഏത് ഉൽപ്പന്നം വാങ്ങുമ്പോഴും അതിന് പണം നൽകേണ്ടതുണ്ട്. ഉൽപ്പന്നം ഉപയോഗിക്കുമ്പോൾ ഉണ്ടാകുന്ന നേട്ടത്തിന്റെ മുഖ്യമാണ് ഉപഭോക്താവ് നൽകുന്ന വില. വിപണന മിശ്രിതത്തിന്റെ വളരെ പ്രധാനപ്പെട്ട ഘടകമാണ് വില.

**വില നിർണ്ണയത്തെ ബാധിക്കുന്ന ഘടകങ്ങൾ**

**1. ഉൽപാദനച്ചെലവ്**

ഉൽപാദനച്ചെലവ് ഉൽപ്പന്നത്തിന്റെ വിലയെ ബാധിക്കുന്ന ഒരു പ്രധാന ഘടകമാണ്. ഉൽപ്പന്നത്തിന്റെ വില ഉൽപാദനച്ചെലവും, നിശ്ചിത ലാഭവും ഉൾക്കൊള്ളുന്നതായിരിക്കും.

**2. വിപണിയിലെ മത്സരം**

മത്സരമില്ലാത്ത വിപണിയിൽ സ്വതന്ത്രനുമായി വില നിർണ്ണയിക്കാം. എന്നാൽ വിപണിയിൽ മത്സരം ഉണ്ടെങ്കിൽ എതിരാളികളുടെ ഉൽപ്പന്നത്തിന്റെ വില കൂടി പരിഗണിക്കേണ്ടിവരും.

**3. ഉപഭോക്തൃ ആവശ്യം**

ഉൽപ്പന്നത്തിന്റെ ഡിമാന്റ് വില നിർണ്ണയത്തിൽ പരിഗണിക്കപ്പെടുന്നു. ഉൽപ്പന്നം അനിവാര്യമാണെങ്കിൽ വിപണിയുടെ ആവശ്യകത നഷ്ടപ്പെടാതെ വിപണിക്കാരന് ഉയർന്ന വില ഇടാക്കാൻ കഴിയും.

**4. ഗവൺമെന്റും നിയമപരമായ നിയന്ത്രണവും**

ചില ഉൽപ്പന്നങ്ങളുടെ വില സർക്കാർ നിയന്ത്രിക്കും അത്തരം സാഹചര്യങ്ങളിൽ സർക്കാറിന്റെ നിലവിലുള്ള നിയമങ്ങൾക്കുടി പരിഗണിക്കേണ്ടി വരും.

**5.സ്ഥാപനത്തിന്റെ ലക്ഷ്യം**

വില നിർണ്ണയത്തെ സ്വാധീനിക്കുന്ന വളരെ പ്രധാനപ്പെട്ട ഒരു ഘടകമാണ് സ്ഥാപനത്തിന്റെ ലക്ഷ്യം. ഉദാ:- സ്ഥാപനത്തിന്റെ ലക്ഷ്യം പരമാവധി ലാഭം ഉണ്ടാക്കുകയാണെങ്കിൽ ഉയർന്ന വിലയായിരിക്കും നിശ്ചയിക്കുന്നത്. വിപണിയിലെ സ്ഥാനം ലക്ഷ്യമിടുന്ന സ്ഥാപനങ്ങൾ കുറഞ്ഞ വിലയാണ് പൊതുവെ നിശ്ചയിക്കുന്നത്.

6. ഉപയോഗിക്കുന്ന വിപണന രീതികൾ

വിതരണ സമ്പ്രദായം പരസ്യങ്ങളുടെ ഗുണ നിലവാരം വിലപന വർദ്ധക പ്രവർത്തനങ്ങൾ, ഉൽപ്പന്നങ്ങളുടെ വ്യത്യസ്തത മുതലായ ഘടകങ്ങളും വില നിർണ്ണയത്തെ ബാധിക്കുന്നുണ്ട്.

**പ്രമോഷൻ**

ഒരു സ്ഥാപനത്തിന്റെ ഉൽപ്പന്നത്തെയോ സേവനത്തെയോ കുറിച്ച് വിവരങ്ങൾ നൽകി ഉൽപ്പന്നങ്ങൾ വാങ്ങാൻ ഉപഭോക്താക്കളെ പ്രേരിപ്പിക്കുകയും വിൽപ്പന ഉറപ്പാക്കുകയും ചെയ്യുന്നതാണ് പ്രമോഷൻ കൊണ്ട് അർത്ഥമാകുന്നത്. പരസ്യം ചെയ്യൽ, വ്യക്തിഗതവിൽപ്പന, വിൽപ്പന വർദ്ധക പ്രവർത്തനങ്ങൾ, പ്രചരണം എന്നിവ ഇതിൽപ്പെടുന്നു.

**പരസ്യം ചെയ്യൽ**

ഒരു ഉൽപ്പന്നത്തെ കുറിച്ചോ സേവനത്തെക്കുറിച്ചോ വ്യക്തിപരമായിട്ടല്ലാതെ പ്രതിഫലം നൽകി അവതരിപ്പിക്കുകയും, പ്രചരികലും ചെയ്യലാണ് പരസ്യപ്രചരണം ചരക്കുകളുടെയും സേവനങ്ങളുടെയും ആനുകൂല്യങ്ങൾ വില ലഭ്യത തുടങ്ങിയവയെക്കുറിച്ചുള്ള വിവരങ്ങൾ പരസ്യം നൽകുന്നു.

**പരസ്യത്തിന്റെ പരിമിതികൾ**

- 1. ഇത് ഒരു വ്യക്തിയേതര ആശയവിനിമയ രൂപമാണ്.
- 2. പെട്ടെന്നുള്ളതും കൃത്യവുമായ ഫീഡ് ബാക്കിന്റെ അഭാവം
- 3. വഴക്കമില്ലായ്മ
- 4. കുറഞ്ഞ ഫലപ്രാപ്തി

**പരസ്യത്തോടുള്ള എതിർപ്പ് (വിമർശനങ്ങൾ)**

- 1. പരസ്യം വില കൂട്ടുന്നു
- 2. ഇത് സാമൂഹ്യമൂല്യങ്ങളെ ദുർബലപ്പെടുത്തുന്നു
- 3. വാങ്ങുന്നവരെ ആശയകുഴപ്പത്തിലാക്കുന്നു.
- 4. തെറ്റായ പരസ്യത്തിന്റെ സഹായത്തോടെ നിലവാരമില്ലാത്ത ഉൽപ്പന്നങ്ങളുടെ വിൽപന പ്രോത്സാഹിപ്പിക്കുന്നു.
- 5. ചില പരിസ്യങ്ങളിൽ അനാഭിഷലണിയ മായ സന്ദേശങ്ങൾ കൈമാറുന്നു.

**സെയിൽസ് പ്രമോഷൻ**

വിൽപ്പന പ്രോത്സാഹിപ്പിക്കുന്നതിന് ലക്ഷ്യമിട്ടുള്ളത് ഹൃസ്വകാല പ്രവർത്തനങ്ങളായ റിബേറ്റുകൾ, സൗജന്യ സാമ്പിളുകൾ, സമ്മാനങ്ങൾ, റിഫണ്ടുകൾ മുതലായവയെയാണ് ഇത് കൊണ്ട് സൂചിപ്പിക്കുന്നത്. ഉപഭോക്താക്കളേയും ഇടനിലക്കാരെയും വിൽപ്പനക്കാരെയും പ്രോത്സാഹിപ്പിക്കുന്നതിനാണ് വിൽപ്പന പ്രമോഷൻ രീതി രൂപ കല്പന ചെയ്തിരിക്കുന്നത്.

**വിലപിന് പ്രദോഷൻ ടെകനിക്കുകൾ**

1. റിബേബറ്റുകൾ - പ്രത്യേക അവസരങ്ങളിൽ വാങ്ങുന്നവരെ ആകർഷിക്കുന്നതിനായും സ്റ്റോക്കുകൾ വിറ്റഴിക്കുന്നതിനായും റിബേബറ്റുകൾ നൽകുന്നു.

2. കിഴിവ്

ഉപഭോക്താക്കളെ ആകർഷിക്കുന്നതിനായി ഉൽപ്പന്നത്തിന്റെ വിലയിൽ നിന്നുള്ള കിഴി വായി വിലയുടെ ചില ശതമാനം കുറയ്ക്കുന്നു.

3. റീഫണ്ടുകൾ

ഉൽപ്പന്നങ്ങൾ വാങ്ങിയതിന്റെ തെളിവുകൾ നൽകുമ്പോൾ വിലയുടെ ഒരു ഭാഗം റീഫണ്ട് ചെയ്യലാണ് ഇത്. സാധാരണയായി അടുത്ത വാങ്ങലിലാണ് ഇത് ലഭിക്കുന്നത്.

4.ഫ്രീ ഗിഫ്റ്റ്

ഒരു ഉൽപ്പന്നത്തിനൊപ്പം മാറ്റൊരു ഉൽപ്പന്നം സൗജന്യമായി നൽകുന്നതാണ് ഇത്

5.അധിക അളവ് സമ്മാനം

പാക്കറ്റിന്റെ അകത്തോ പുറത്തോ ഓരോ വിലക്ക് ഉൽപ്പന്നത്തിന്റെ അധിക അളവ് നൽകലാണ് ഇത്.

6.നറുകെടുപ്പുകളും സമ്മാനങ്ങളും

ഉപഭോക്താക്കൾക്ക് കൂപ്പൺ നൽകി നറുകെടുത്ത് സമ്മാനങ്ങൾ നൽകുന്നതാണ് ഇത്.

7. സാമ്പിൾ

ചില ഉൽപ്പന്നങ്ങൾ വാങ്ങുമ്പോൾ മറ്റു ചില ഉൽപ്പന്നങ്ങളുടെ സൗജന്യ സാമ്പിളുകൾ ഉപഭോക്താക്കൾക്ക് നൽകുന്നതാണ് ഇത്.

8. മത്സരങ്ങൾ

ഉപഭോക്താക്കൾക്ക് ചില മത്സരങ്ങളിൽ പങ്കെടുക്കാനും വിജയികൾക്ക് സമ്മാനങ്ങൾ നൽകാനും ചെയ്യുന്ന രീതിയാണിത്.



ഉപഭോക്തൃസംരക്ഷണം

ഏതൊരു ബിസിനസ്സ് സ്ഥാപനത്തിന്റെയും വിപണന തന്ത്രത്തിന്റെ ഏറ്റവും പ്രധാനമായ വശം ഉപഭോക്തൃ സംതൃപ്തിയാണ്. ഒരു സ്വതന്ത്ര കമ്പോള വ്യവസ്ഥയിൽ ഉപഭോക്താവാണ് രാജാവ്. വിപണിയിലെ ചൂഷണങ്ങളിൽ നിന്നും ഉപഭോക്താവിനെ സംരക്ഷിക്കുക എന്നത് വളരെയേറെ പ്രാധാന്യം അർഹിക്കുന്നു.

**ഉപഭോക്തൃ അവകാശങ്ങൾ (Right of Consumers)**

**1. സുരക്ഷിതത്വത്തിനുള്ള അവകാശം**

ആയുസ്സിനും ആരോഗ്യത്തിനും ഹനികരമായ സാധനങ്ങൾ വിപണനം ചെയ്യപ്പെടുന്നതിൽ നിന്നും സംരക്ഷണം നൽകുന്ന അവകാശം ഉപഭോക്താക്കൾക്കുണ്ട്.

**2. അറിയാനുള്ള അവകാശം**

ഉപഭോക്താവ് വാങ്ങാൻ ഉദ്ദേശിക്കുന്ന ഉൽപ്പന്നത്തെ കുറിച്ച്, അതായത്, വില, ചേരുവകൾ, ഉൽപാദന തീയതി അളവ് മുതലായവയെ കുറിച്ച് വിവരങ്ങൾ അറിയാനുള്ള അവകാശം ഉപഭോക്താവിനുണ്ട്.

**3. തിരഞ്ഞെടുക്കാനുള്ള അവകാശം**

ഉല്പന്നങ്ങൾ അതിന്റെ ഗുണനിലവാരം, ബ്രാൻഡ്, വില മുതലായവകനുസരിച്ച് തിരഞ്ഞെടുക്കുവാനുള്ള അവകാശം

**4.പരാതിപ്പെടാനുള്ള അവകാശം**

ഉൽപ്പന്നത്തിലോ, സേവനങ്ങളിലോ എന്തെങ്കിലും പരാതിയോ അത്യുപ്തിയോ ഉണ്ടെങ്കിൽ ഉപഭോക്താവിന് പരാതി നൽകാൻ അവകാശമുണ്ട്.

**5.പരാതി പരിഹാരത്തിനുള്ള അവകാശം**

ഉപഭോക്താവിന്റെ ന്യായമായ പരാതികൾക്ക് പരിഹാരം ലഭിക്കാനുള്ള അവകാശമാണ് ഇത്.

**6..ഉപഭോക്തൃ വിദ്യഭ്യാസതരത്തിനുള്ള അവകാശം**

ഉപഭോക്താക്കൾക്ക് അവരുടെ അവകാശങ്ങളെക്കുറിച്ചും പരാതിപരിഹരിക്കാനുള്ള മാർഗ്ഗങ്ങളെ കുറിച്ചുമുള്ള അറിവ് നേടാനുള്ള അവകാശമാണ് ഇത്

**ഉപഭോക്താക്കൾക്കുള്ള നിയമസംരക്ഷണം**

ഉപഭോക്താക്കൾക്ക് നിയമപരിരക്ഷ നൽകുന്ന നിരവധി നിയമങ്ങൾ ഉണ്ട്. അവ താഴെ കൊടുക്കുന്നു.

**1. ഉപഭോക്തൃസംരക്ഷണ നിയമം 1986**

ഗുണ നിലവാരമില്ലാത്ത ഉൽപ്പന്നങ്ങൾ അന്യായമായ ചില വ്യാപാര രീതികൾ, സേവനങ്ങളിലെ പോരായ്മകൾ മറ്റു ചൂഷണങ്ങൾ എന്നിവക്കെതിരെ ഈ നിയമം പരിരക്ഷ നൽകുന്നു. ഉപഭോക്താവിന്റെ അവകാശങ്ങൾ, പരിരക്ഷിക്കുന്നതിനും തർക്കങ്ങൾ പരിഹരിക്കുന്നതിനും ഇത് സഹായിക്കുന്നു.

**2. കരാർ നിയമം 1982**

കരാർ ലംഘിച്ചാൽ ലഭിക്കുന്ന പരിഹാരമാർഗ്ഗങ്ങൾ ഈ നിയമം പ്രതിപാദിക്കുന്നു.

**3. ചരക്ക് വിൽപന നിയമം 1930**

ഈ നിയമം പ്രകാരമുള്ള വ്യവസ്ഥകൾ പാലിക്കുന്നില്ലെങ്കിൽ ഉപഭോക്താവിന് സംരക്ഷണം ഉറപ്പാക്കുന്നു

**4. ഭക്ഷ്യമായും ചേർക്കൽ നിരോധന നിയമം 1954**

ഭക്ഷ്യവസ്തുക്കളുടെ മായം ചേർക്കൽ പരിശോധിക്കുന്നതിനും, പരിശുദ്ധി ഉറപ്പ് വരുത്തുന്നതിനും വേണ്ടിയുള്ള നിയമമാണ് ഇത്.

**5. മത്സര നിയമം 2002**

ബിസിനസ്സ് സ്ഥാപനങ്ങൾ സ്വീകരിക്കുന്ന നയങ്ങൾ വിപണിയിലെ മത്സരത്തെ തടസ്സപ്പെടുത്തുന്നവെങ്കിൽ ഈ നിയമം പരിരക്ഷ നൽകുന്നു.

**6. അവശ്യ വസ്തു നിയമം 1955**

പുഴുത്തിവെപ്പുകാർ, കരിഞ്ചന്തക്കാർ എന്നിവരുടെ സാമൂഹിക വിരുദ്ധ പ്രവർത്തനങ്ങൾക്കെതിരെ സംരക്ഷണം നൽകുന്ന നിയമമാണിത്.

**7. അളവുതൃക്ക നിലവാരനിയമം 1976**

അളവു തൃക്കങ്ങളിൽ കുറവുണ്ടായാൽ അത്തരം ചൂഷണങ്ങളിൽ നിന്നും സംരക്ഷണം നൽകുന്ന നിയമമാണിത്.

## **ഉപഭോക്തൃസംരക്ഷണ നിയമപ്രകാരമുള്ള പരിഹാര ഏജൻസികൾ**

### **1) ജില്ലാഫോറം**

സംസ്ഥാനഗവൺമെന്റ് ജില്ലാ തലത്തിൽ നിയമിക്കുന്ന ഏജൻസിയാണിത്. ഇതിൽ സംസ്ഥാന സർക്കാർ നിയമിക്കുന്ന ഒരു ചെയർമാനും രണ്ട് അംഗങ്ങളും ഉണ്ടായിരിക്കും. (അവരിൽ ഒരാൾ സ്ത്രീ ആയിരിക്കണം) നഷ്ടപരിഹാരം ക്ലയിം ചെയ്തതിനോടൊപ്പം സാധനങ്ങളുടെയോ സേവനങ്ങളുടെയോ മൂല്യം 20 ലക്ഷം കവിയുന്നില്ലെങ്കിൽ ബന്ധപ്പെട്ട് ജില്ലാ ഫോറത്തിലാണ് ഉപഭോക്താവ് പരാതി സമർപ്പിക്കേണ്ടത്. ജില്ലാ ഫോറത്തിന്റെ ഉത്തരവിൽ തൃപ്തിയില്ലാത്ത പക്ഷം 30 ദിവസത്തിനകം ഉപഭോക്താവിന് സംസ്ഥാനകമ്മീഷനു മുമ്പാകെ അപ്പീൽ നൽകാം.

### **2)സ്റ്റേറ്റ് കമ്മീഷൻ/സംസ്ഥാന കമ്മീഷൻ**

ഒരോ സംസ്ഥാനത്തിലും, സംസ്ഥാനഗവൺമെന്റ് നിയമിക്കുന്നതാണ് സംസ്ഥാന കമ്മീഷൻ. ഇതിൽ ഒരു അധ്യക്ഷനും രണ്ട് അംഗങ്ങളും (ഒരാൾ സ്ത്രീയായിരിക്കണം) ഉൾപ്പെടുന്നു. സാധനത്തിന്റെയോ, സേവനത്തിന്റെയോ വിലയും നഷ്ടപരിഹാരം ക്ലയിം ചെയ്തതും 20 ലക്ഷം രൂപയിൽ കൂടിയതും ഒരു കോടിയിൽ കവിയുന്നില്ലെങ്കിൽ സംസ്ഥാന കമ്മീഷൻ മുമ്പാകെയാണ് പരാതി സമർപ്പിക്കേണ്ടത്. സംസ്ഥാന കമ്മീഷൻ ഉത്തരവിൽ തൃപ്തിയില്ലാത്ത പക്ഷം പരാതിക്കാരന് 30 ദിവസത്തിനുള്ളിൽ ദേശീയ കമ്മീഷൻ മുമ്പാകെ അപ്പീൽ നൽകാം.

### **3)ദേശീയ കമ്മീഷൻ**

കേന്ദ്രഗവൺമെന്റ് നിയമിക്കുന്നതാണ് ദേശീയകമ്മീഷൻ. ഇതിൽ ഒരു അധ്യക്ഷനും 4 അംഗങ്ങളും (ഒരാൾ സ്ത്രീയായിരിക്കണം)ഉൾപ്പെടുന്നു. നഷ്ടപരിഹാരത്തിനോടൊപ്പം, സാധനങ്ങളുടെയോ സേവനങ്ങളുടെയോ മൂല്യം ഒരു കോടിയിൽ കവിയുന്നുവെങ്കിൽ ദേശീയ കമ്മീഷൻ മുമ്പാകെയാണ് പരാതി സമർപ്പിക്കേണ്ടത്. ദേശീയ കമ്മീഷൻ ഉത്തരവിൽ തൃപ്തനല്ലെങ്കിൽ, 30 ദിവസത്തിനകം പരാതിക്കാരന് സുപ്രീം കോടതിയിൽ അപ്പീൽ നൽകാം.