PLUS 2

NOTES

Chapter Wise



ഉള്ളടക്കം

1. ബിസിനസിന്റെ സ്വഭാവവും പ്രാധാന്യവും
2. മാനേജ്മെന്റ് തത്വങ്ങൾ
3. ബിസിനസ്സിന്റെ പരിതഥിതി
4. ആസൂത്രണം
5. സംഘ്ലാടനം
6. ഉദ്യോഗവൽക്കരണം
7. മാർഗനിർദ്ദേശം
8. നിയന്ത്രണം
9. ധനകാര്യ മാനേജ്മെന്റ്
10. വിപണനം
11. ഉപഭോക്തൃ സംരക്ഷണം

docs.aglasem.com

aglasem.com

CHAPTER 1

മാനേജ്മെന്റ് സ്വഭാവവും പ്രാധാന്യവും

(Nature and Significance of Management)

ലക്ഷ്യങ്ങൾ ഫലപ്രാപ്തിയോടും കാര്യക്ഷമമായും നേടിയെടുക്കുന്ന പ്രക്രിയയാണ് മാനേജ്മെന്റ്.

മാനേജ്മെന്റ് നിർവചനം

"മറ്റുള്ളവരെക്കൊണ്ട് കാര്യങ്ങൾ നടത്തിക്കുന്ന കലയാണ് മാനേജ്മെന്റ്" - **Mary Parker**

1. മാനേജ്മെന്റ് പ്രത്യേകതകൾ (Features)

ലക്ഷ്യാധിഷ്ഠിതമാണ് - ലക്ഷ്യങ്ങൾ നേടിയെടുക്കുന്നതിനായി ഒരു സ്ഥാപനത്തിലെ വിവിധ വ്യക്തികളുടെ പ്രവർത്തനങ്ങളെ സംയോജിപ്പിക്കുന്ന പ്രവർത്തനമാണ് മാനേജ്മെന്റ്.

2. സർവ്വവ്യാപിയാണ്

മാനേജ്മെന്റ് ആശയങ്ങൾ, ബിസിനസ് വിദ്യാഭ്യാസ ഹോസ്പിറ്റൽ തുടങ്ങി എല്ലാ സ്ഥാപനങ്ങളിലും ആവശ്യമാണ്.

3. തുടർച്ചയായ പ്രവർത്തനമാണ്.

ആസൂത്രണം , സംഘാടനം, സ്റ്റാഫിംഗ്, നിർദ്ദേശിക്കൽ , നിയന്ത്രണം എന്നിങ്ങനെയുള്ള വിവിധ ധർമ്മങ്ങൾ അടങ്ങിയ തുടർച്ചായയ പ്രവർത്തനമാണ് മാനേജ്മെന്റ്.

4. സംഘപ്രവർത്തനമാണ്.

വിവിധ ആവശ്യങ്ങൾ ഉള്ള വിവിധ തരത്തിലുള്ള ആളുകളെ ഏകോപിപ്പിച്ച് ഒരു പൊതുവായ ദിശയിലേക്ക് നയിക്കുന്ന സംഘടിത പ്രവർത്തനമാണ് മാനേജ്മെന്റ്.

മാനേജ്മെന്റിന്റെ പ്രാധാന്യം

1. ഗ്രൂപ്പ് ലക്ഷ്യങ്ങൾ നേടുവാൻ സഹായിക്കുന്നു.
   സ്ഥാപനത്തിന്റെ പൊതവായ ലക്ഷ്യങ്ങൾ നേടിയെടുക്കുവാൻ മാനേജ്മെന്റ് സഹായിക്കുന്നു.
2. കാര്യക്ഷമത വർദ്ധിപ്പിക്കുന്നു.
   കുറഞ്ഞ വിഭവങ്ങൾ ഉപയോഗിച്ചുകൊണ്ട് ലക്ഷ്യങ്ങൾ നേടുന്നതിനാൽ മാനേജ്മെന്റ് കാര്യക്ഷമത വർദ്ധിക്കുന്നു.
3. ചലനാത്മക സംഘടന സൃഷ്ടിക്കുന്നു.
   മാറിക്കൊണ്ടിരിക്കുന്ന പരിതസ്ഥിതിയിലാണ് എല്ലാ സ്ഥാപനങ്ങളും പ്രവർത്തിക്കുന്നത്. ഈ മാറ്റങ്ങളുമായി പൊരുത്തപ്പെടുന്നതിന് മാനേജ്മെന്റ് ആളുകളെ സഹായിക്കുന്നു.
4. സമൂഹത്തിന്റെ വികസനത്തിന് സഹായിക്കുന്നു.
   ഗുണനിലവാരമുള്ള സാധനങ്ങൾ നൽകുകയും , തൊഴിലവസരങ്ങൾ സൃഷ്ടിക്കുകയും വഴി മാനേജ്മെന്റ് സമൂഹത്തിന്റെ വികസനത്തെ സഹായിക്കുന്നു.

മാനേജ്മെന്റ് ഒരു കല

ആഗ്രഹിച്ച റിസൾട്ട് കിട്ടുന്നതിന് വേണ്ടി അറിവുകളും വ്യക്തിപരമായ കാഴ്ചകളും പ്രയോഗിക്കുന്നതാണ് കല.

കലയുടെ പ്രത്യേതകതകൾ

1. പ്രായോഗിക ജ്ഞാനം : ഒരു സ്ഥാപനത്തിലെ പ്രശ്നങ്ങൾ പരിഹരിക്കാൻ ഒരു വ്യക്തിക്ക് പ്രായോഗിക ജ്ഞാനം ഉണ്ടാവണം.

docs.aglasem.com

2. വ്യക്തിപരമായ കഴിവ് : കലയിലെ പോലെ തന്നെ ഓരോ മാനേജർക്കും തനതായ ശൈലിയും സമീപനവും ഉണ്ടായിരിക്കും.

3. ഉറപ്പായ റിസൾട്ടുകൾ : ഓരോ മാനേജരും തന്റെ അറിവും കഴിവും ആഗ്രഹിച്ച ഫലം ലഭിക്കുന്നതിന് വേണ്ടി ഉപയോഗിക്കുന്നു.

5. സർഗാത്മകത : ഏതൊരു കലയ്ക്കും സർഗാത്മകതയും , ഭാവനയും , ബുദ്ധിശക്തിയും ആവശ്യമാണ്. മാനേജ്മെന്റിനും ഇതെല്ലാ ആവശ്യമാണ്.

മാനേജ്മെന്റ് ഒരു ശാസ്ത്രമെന്ന നിലയിൽ

ശാസ്ത്രമെന്ന നിലയ്ക്കുള്ള മാനേജ്മെന്റിന്റെ പ്രത്യകതകൾ താഴെകൊടുക്കുന്നു.

1. ചിട്ടയായ വിജ്ഞാന ശേഖരം
   ശാസ്ത്രത്തിലെന്ന പോലെ വിദഗ്ധരും പണ്ഡിതരും ദീർഘനാളുകൾ കൊണ്ട് വികസിപ്പിച്ചെടുത്ത ചിട്ടയായ ഒരു വിജ്ഞാന ശേഖരം മാനേജ്മെന്റിൽ ഉണ്ട്.
2. പരീക്ഷണങ്ങളെ അടിസ്ഥാനമാക്കിയ തത്വങ്ങൾ
   ശാസ്ത്രത്തിലെപ്പോലെ നിരന്തരമായ നിരീക്ഷണങ്ങളിലൂടെയും പരീക്ഷണങ്ങളിലൂടെയും ദീർഘനാളുകൾക്കൊണ്ട് വികസിപ്പിച്ചെടുത്തവയാണ് മാനേജ്മെന്റ് തത്വങ്ങൾ.
3. ആഗോള ഉപയോഗം
   മാനേജ്മെന്റ് തത്വങ്ങൾ ആഗോളവ്യാപകമായി ഉപയോഗിക്കാമെങ്കിലും സാഹചര്യങ്ങൾക്കനുസരിച്ച് ഇതിൽ മാറ്റങ്ങൾ വരുത്തേണ്ടിവരും. ശാസ്ത്രത്തിലെന്നപോലെ കൃത്യമായ ഫലം എപ്പോഴും കിട്ടണമെന്നില്ല.
4. കാര്യ- കാരണബന്ധം.
   വിവിധ ഘടകങ്ങൾ തമ്മിൽ മാനേജ്മെന്റ് കാര്യകാരണ ബന്ധങ്ങൾ സ്ഥാപിക്കുന്നു. മാനേജ്മെന്റ് ഒരു സാമൂഹ്യശാസ്ത്രമായാണ് അറിയപ്പെടുത്.

മാനേജ്മെന്റ് ഒരു പ്രൊഫഷൻ എന്ന നിലയിൽ

1. ഭംഗിയായി നിർവ്വചിക്കപ്പെട്ട വിജ്ഞാന കോശം.
   മാനേജ്മെന്റ് ചിന്തകരും പണ്ഡിതരും ദീർഘനാളുകൾകൊണ്ട് വികസിപ്പിച്ചെടുത്ത ഒരു വിജ്ഞാന ശേഖരം മാനേജ്മെന്റിൽ ഉണ്ട്
2. ഔപചാരിക പരിശീലനം
   ലോകമെമ്പാടുമുള്ള നിരവധി സ്ഥാപനങ്ങളും സർവകലാശാലകളും മാനേജ്മെന്റ് പഠനത്തിനും പരിശീലനത്തിനും ഉള്ള സൗകര്യങ്ങൾ ചെയ്തുവരുന്നു.
3. നിയന്ത്രിത പ്രവേശനം
   ഒരു പ്രൊഫഷണൽ ആകണമെങ്കിൽ നിശ്ചിത പരീക്ഷ (CA,MBBS etc) പാസായിരിക്കണം. എന്നാൽ മാനേജർക്ക് പ്രത്യേക യോഗ്യത നിർബന്ധമില്ല.
4. പ്രൊഫഷണൽ സംഘടന
   ഏതൊരു പ്രൊഫഷണലിനും അവരെ പ്രതിനിധാനം ചെയ്യുന്ന സംഘടന ഉണ്ടാവും . എന്നാൽ മാനേജർക്ക് മാനേജ്മെന്റ് സംഘടനയിൽ അംഗത്വം നിർബന്ധമില്ല.
5. പെരുമാറ്റചട്ടം
   പ്രൊഫഷണലിനെ പോലെ മാനേജ്മെന്റ് മേഖലയിൽ ഐക്യരൂപേണയുള്ള ഒരു പെരുമാറ്റചട്ടം ഇല്ല. ആധുനിക മാനേജ്മെന്റ് പ്രൊഫഷണലിന്റെ ദിശയിലേക്കാണ് സംഞ്ചരിച്ചുകൊണ്ടിരിക്കുന്നത്.

docs.aglasem.com
aglasem.com

മാനേജ്മെന്റ് തലങ്ങൾ

1. **ഉന്നത തല മാനേജ്മെന്റ്** (Top Level)
   കമ്പനിയുടെ തലവൻമാർ അടങ്ങിയ തലമാണിത്. കമ്പനിയുടെ ബോർഡ് ഓഫ് ഡയറക്ടേഴ്സ് . ചെയർമാൻ, മാനേജിംഗ് ഡയറക്ടർ, പ്രസിഡണ്ട് എന്നിങ്ങനെയുള്ള ചീഫ് എക്സിക്യുട്ടീവുകൾ അടങ്ങിയ തലമാണിത്.
2. **മധ്യതലമാനേജ്മെന്റ്** (Middle Level)
   വിവിധ ഡിപ്പാർട്ടുമെന്റുകളുടെ മേധാവികൾ അടങ്ങിയ തലമാണിത്. ഉദാ- ഫിനാൻസ് മാനേജർ, പ്രൊഡക്ഷൻ മാനേജർ, മാർക്കറ്റിംഗ് മാനേജർ ...
3. **കീഴ്തല മാനേജ്മെന്റ്** (Lower Level)
   തൊഴിലാളികളുടെ പ്രവർത്തനങ്ങളെ നേരിട്ട് നിരീക്ഷിക്കുകയും നിയന്ത്രിക്കുകയും ചെയ്യുന്ന മാനേജ്മെന്റ് തലമാണിത്. ഫോർമാൻ, സൂപ്പർവൈസർ, സെയിൽസ് ഓഫീസർ , സൂപ്രണ്ട്, അക്കൗണ്ട്സ് ഓഫീസർ എന്നിവർ ഇതിൽ വരുന്നു.

മാനേജ്മെന്റ് ധർമ്മങ്ങൾ

1. **ആസൂത്രണം**
   ആര്, എപ്പോൾ, എന്ത്. എങ്ങനെ ചെയ്യണമെന്ന് മുൻകൂട്ടി തീരുമാനിക്കുന്ന പ്രവർത്തനമാണിത്. ആസൂത്രണം ഇത് ഒരു മാനസിക പ്രക്രീയയാണ്.
2. **സംഘാടനം**
   ജോലികളെ ഗ്രൂപ്പുകൾ ആക്കുകയും , ജീവനക്കാർക്ക് ജോലികൾ ഏൽപ്പിച്ചുകൊടുക്കുകയും , അധികാര ഉത്തരവാദിത്ത ബന്ധം സ്ഥാപിക്കുകയും , ഒരു പ്ലാൻ നടപ്പിലാക്കുന്നതിന് ആവശ്യമായ വിഭവങ്ങൾ ഏൽരപ്പിച്ചുകൊടുക്കുകയും ചെയ്യുന്ന മാനേജ്മെന്റിന്റെ ധർമമാണ് സംഘാടനം.
3. **സ്റ്റാഫിംഗ്**
   ശരിയായ ജോലിക്ക് ശരിയാ ആളെ കണ്ടുപിടിക്കുന്ന പ്രവർത്തനമാണിത്. ഇതിൽ ജീവനക്കാരുടെ റിക്രൂട്ട്മെന്റ്, സെലക്ഷൻ , പരിശീലനം എന്നിവ ഉൾപ്പെടുന്നു.
4. **നിർദ്ദേശിക്കൽ**
   സ്ഥാപനത്തിന്റെ ലക്ഷ്യങ്ങൾ ഫലപ്രദമായും കാര്യക്ഷമമായും നേടുന്നതിനും ജീവനക്കാരെ പ്രചോദിപ്പിക്കുന്ന പ്രക്രീയയാണ് നിർദ്ദേശിക്കൽ.
5. **നിയന്ത്രണം**
   നിലവാരങ്ങൾ നിശ്ചയിക്കുകയും, യഥാർത്ഥ പ്രകടനം അളക്കുയും അതിനെ താരതമ്യം ചെയ്യുകയും, വ്യതിയാനങ്ങൾ ഉണ്ടെങ്കിൽ തിരുത്തൽ നടപടികൾ സ്വീകരിക്കുകയും ചെയ്യുന്നതാണ് നിയന്ത്രണം.

ഏകോപനം (Co- Ordination)

സ്ഥാപനത്തിന്റെ ലക്ഷ്യങ്ങൾ നേടുന്നതിന് വേണ്ടി സ്ഥാപനത്തിലെ വിവിധ യൂണിറ്റുകളുടെ പ്രവർത്തനങ്ങളെ സംയോജിപ്പിക്കുന്ന പ്രക്രീയയാണ് ഏകോപനം. ഏകോപനത്തെ മാനേജ്മെന്റിന്റെ കാതൽ (Essence) ആയിട്ടാണ് വിശേഷിപ്പിക്കുന്നത്.

****

docs.aglasem.com

CHAPTER 2

മാനേജ്മെന്റ് തത്വങ്ങൾ

(Principles of Management)

തീരുമാനമെടുക്കുന്നതിനും പ്രവർത്തനത്തിനുമുള്ള വിശാലവും പൊതുവായ മാർഗ്ഗ നിർദ്ദേശങ്ങളാണ് മാനേജ്മെന്റ് തത്വം. മാനേജ്മെന്റ് തത്വങ്ങൾ അടിസ്ഥാന സത്യപ്രസ്ഥാവന യാണ്.

ഹെൻറിഫയോജിന്റെ 14 മാനേജ്മെന്റ് തത്വങ്ങൾ

1. **ജോലിയുടെ വിഭജനം** (Division of Work)
   ഒരു സ്ഥാപനത്തിലെ ആകെ ജോലിയെ ചെറിയ ചെറിയ ഗ്രൂപ്പുകളായി തരം തിരിക്കു കയും അത് വ്യക്തികൾക്ക് അവരുടെ കഴിവനും പ്രാപ്തിക്കും അനുസരിച്ച് വീതിച്ച് നൽകുകയും ചെയ്യുന്നതാണ് തൊഴിൽ വിഭജനം.
2. **അധികാരവും ഉത്തരവാദിത്തവും** (Authority&Responsibilities)
   നിർദ്ദശങ്ങൾ പുറപ്പെടുവക്കാനുള്ള അവകാശത്തെയാണ് അധികാരം എന്ന് പറയുന്ന ത്. ഏൽപ്പിക്കുന്ന കാര്യങ്ങൾ നിർദ്ദേശിച്ച അതേ രീതിയിൽ ചെയ്യാൻ കീഴുദ്യോഗസ്ഥ നുള്ള കടപ്പാടിനെയാണ് ഉത്തരവാദിത്തം എന്ന് പറയുന്നത്. ഒരു സ്ഥാപനത്തിൽ അധി കാരവും ഉത്തരവാദിത്തവും ഒരുമിച്ച് പോകണം എന്നാണ് ഈ തത്വം പറയുന്നത്.
3. **അച്ചടക്കം** (Dicipline)
   ഒരു സ്ഥാനപനത്തിലെ നിമയങ്ങളം, ചട്ടങ്ങളും അനുസരിച്ച് പ്രവർത്തിക്കുന്നതിനെ യാണ് അച്ചടക്കം എന്ന് പറയുന്നത്. ബിസിനസ്സിന്റെ സുഗമമായ നടത്തിപ്പിനും അച്ച ടക്കം അത്യാവശ്യമാണ്.
4. **ഏകാന്തമായ ഉത്തരവ്** (Unity of Command)
   ഈ തത്വമനുസരിച്ച് ഒരു കീഴുദ്യോഗസ്ഥൻ ഒരു സമയത്ത് ഒരു മേലാധികാരിയിൽ നിന്നു മാത്രമെ ഉത്തരവ് സ്വീകരിക്കാൻ പാടുള്ളൂ. അയാൾ ആ മേലാധികാരിയോട് മാത്രമേ ഉത്തരം പറയേണ്ടതുള്ളൂ.
5. **ഏക ലക്ഷ്യം** (Unity of Direction)ഈ തത്വമനുസരിച്ച് ഒരു സ്ഥാപനത്തിലെ എല്ലാ പ്രവർത്തനങ്ങളും സ്ഥാപനത്തിന്റെ പൊതു ലക്ഷ്യം നേടുന്നതിനുവേണ്ടിയായിരിക്കണം. ഒരു കൂട്ടം പ്രവർത്തനങ്ങൾക്ക് ഒരു തലവനും ഒരു പ്ലാനും ഉണ്ടാവണം.
6. **വ്യക്തി താൽപര്യത്തിനേക്കാൾ പൊതുതാൽപര്യത്തിനുമുൻതൂക്കം**
   (Subordination of Individual Interest to Common Interest)
   ഈ തത്വപ്രപകാരം ഒരു സ്ഥാപനത്തിലെ എല്ലാ ജോലിക്കാരും അവരുടെ വ്യക്തിഗത നേട്ടങ്ങളെക്കാൾ സ്ഥാപന്തതിന്റെ പൊതുവായ ലക്ഷ്യം നേടുന്നതിനായിരിക്കണം മുൻഗ ണന നൽകേണ്ടത്. എങ്കിൽ മാത്രമേ സ്ഥാപനത്തിൽ വിജയം ഉണ്ടാവുകയുള്ളൂ.
7. **ജീവനക്കാരുടെ വേതനം** (Remmunarational of Personal)
   തൊഴിലുടമയ്ക്കും ജീവനക്കാർക്കും തൃപ്തികരമായ ന്യായമായ വേതനം നൽകുവാൻ സ്ഥാപനത്തിന് സാധിക്കണം. ഇത് ജീവനക്കാരുടെ മനോവീര്യം നിലനിർത്താൻ സഹാ യിക്കുന്നു എന്നാണ് ഈ തത്വം പറയുന്നത്.
8. **കേന്ദ്രീകരണവും വികേന്ദ്രീകരണവും** (Centralisation and Decentralisation)
   അധികാരം മുകൾതട്ടിൽ കൂടുതൽ നിലനിർത്തുന്നതിന് കേന്ദ്രീകരണമെന്നും, അത് താഴെ തട്ടിൽ കൂടി പകുത്ത് നൽകുന്നതിന് വികേന്ദ്രീകരണം എന്നും പറയുന്നു. ഈ തത്വം പ്രകാരം ഒരു സ്ഥാപനത്തിൽ ഇവ രണ്ടും തമ്മിൽ ശരിയായ ബാലൻസ് ഉണ്ടായിരിക്കണം.

docs.aglasem.com
aglasem.com

9. **സ്കാലാർ ചെയിൻ** (Scalar Chain)

ഒരു സ്ഥാപനത്തിലെ മുഴുവൻ ജീവനക്കാരെയും അധികാര ഉത്തരവാദിത്വത്തിന്റെ അടിസ്ഥാനത്തിൽ ബന്ധിപ്പിക്കുന്ന ആശയ വിനിയമ ശൃംഘലയാണ് സ്കാലാർ ചെയ്നിൻ. ഈ തത്വപ്രകാരം നിർദ്ദിഷ്ട ശൃംഖലയിൽ കൂടി മാത്രമെ ആശയ വിനിമയം നടത്താവൂ.

അടിയന്തിര തീരുമാനങ്ങൾ എടുക്കേണ്ട അവസരത്തിൽ സ്കാലാർ ചെയിൻ ഷോട്ട് സർക്കൂട്ട് ചെയ്യാൻ അദ്ദേഹം നിർദ്ദേശിച്ചിരുന്നു. ഇതിനെയാണ് ഗ്യാങ്ങ് പ്ലാങ്ക് എന്ന് വിളിക്കുന്നത്.

10. **ക്രമം** (Order)

വസ്തുക്കളെയും വ്യക്തികളെയും ശരിയായ സ്ഥലത്ത് ക്രമീകരിക്കുക എന്നതാണ് ഓർഡർ എന്നത് കൊണ്ട് ഉദ്ദേശിക്കുന്നത്.

11. **തുല്യത** (Equity)

ഈ ത്തവമനുസരിച്ച് ജോലിക്കാരെയെല്ലാം തുല്യനീതിയോടെ കൈകാര്യം ചെയ്യപ്പെടണം. മേലുദ്യോഗസ്ഥർ നിഷ്പക്ഷമായി ഇടപെടണം. സ്വജനപക്ഷപാതം ഒഴിവാക്കണം.

12. **ഉദ്യോഗസ്ഥരുടെ കാലാവധിയുടെ സ്ഥിരത** (Stability of Tenure of Personal)

ഈ തത്വമനുസരിച്ച് ഉദ്യോഗസ്ഥരെ അടിക്കടി അവരുടെ പദവിയിൽ നിന്നും മാറ്റാൻ പാടില്ല. അവർക്ക് കഴിവ് തെളിയിക്കാൻ ആവശ്യമായ സമയം നൽകണം.

13. **മുൻകൈ** (Initiative)

ഈ തത്വമനുസരിച്ച് എല്ലാ തലത്തിലും ഉള്ള ഉദ്യോഗസ്ഥർ ജോലയിലും അനുബന്ധ പ്രവർത്തനങ്ങളിലും മുൻകൈ എടുക്കാൻ പ്രോത്സാഹനം നൽകണം.

14. **എസ്പിരിറ്റ് ഡി കോർപ്സ് ഐക്യമത്വം മഹാബലം** (Espirit De Corps)

ഈ തത്വം സൂചിപ്പിക്കുന്നത് ഒരു ഓർഗനൈസേഷനിലെ അംഗങ്ങൾക്കിടയിൽ ഏകോപനവും ടീം പ്രവർത്തനവും ഉണ്ടായിരിക്കണം. കൂടുതൽ കഠിനാധ്വാനം ചെയ്യുവാനും ജോലിയുടെ ഗുണനിലവാരം ഉയർത്തുവാനും ഇത് ആളുകളെ പ്രചോദിപ്പിക്കുന്നു.

"DAD U C USSR O I SEE" ഈ സൂത്രവാക്യം ഓർത്തിരുന്നാൽ ഫയോജിന്റെ 14 തത്വങ്ങളും വേഗത്തിൽ ഓർമിക്കാം.

ശാസ്ത്രീയ മാനേജ്മെന്റ് തത്വങ്ങൾ (Scientific Management)

ഫെഡറിക് വിൻസ്ലോ ടെയ്ലർ ആണ് ശാസ്ത്രീയ മാനേജ്മെന്റിന്റെ പിതാവ്.

ശാസ്ത്രീയ മാനേജ്മെന്റ് എന്നാൽ ജീവനക്കാർ എന്താണ് ചെയ്യേണ്ടത് എന്ന് നിങ്ങൾ കൃത്യമായി അറിയുകയും അവർ അത് ഏറ്റവും മികച്ചതും ചെലവ് കുറഞ്ഞതുമായ രീതിയിൽ ചെയ്യുന്നു എന്ന് ഉറപ്പ് വരുത്തുന്നു.

ശാസ്ത്രീയ മാനേജ്മെന്റ് തത്വങ്ങൾ (Principles of Scientific Management)

1. **സ്വേച്ഛാരീതി മാറ്റി ശാസ്ത്രീയമാക്കുക**

മാനേജ്മെന്റ് തീരുമാനങ്ങൾ എടുക്കേണ്ടത് ശാസ്ത്രീയ വിശകലനത്തിലൂടെയും അന്വേഷണത്തിലൂടെയും ആയിരിക്കണം എന്നാണ് ഈ തത്വം പറയുന്നത്. ഒരിക്കലും ഭാഗ്യ പരീക്ഷണങ്ങൾക്ക് മുതിരരുത്.

2. **ഭിന്നിപ്പല്ല ഐക്യം ആണ് വേണ്ടത്**

മാനേജ്മെന്റും തൊഴിലാളികളും തമ്മിൽ സമ്പൂർണ ഐക്യം ഉണ്ടായിരിക്കണം എന്ന് ടെയ്ലർ ഊന്നി പറഞ്ഞു. മാനേജ്മെന്റ് നേട്ടങ്ങൾ തൊഴിലാളുകളുമായി

പങ്കിടണം. തൊഴിലാളികൾ അച്ചടക്കത്തോടും വിശ്വസ്തതയോടും കൂടി കഠിനാധ്വാനം ചെയ്യണം.

docs.aglasem.com

3. **വ്യക്തി മഹത്വമല്ല സഹകരണം ആണ് വേണ്ടത്.**
വ്യക്തിവാദത്തിന് പകരം തൊഴിലാളികളും മാനേജ്മെന്റും തമ്മിൽ പൂർണ സഹകരണം ഉണ്ടായിരിക്കണം. സഹകരണത്തിലൂടെ മത്സരത്തെ മാറ്റി സ്ഥാപിക്കണം. ജോലി ആസൂത്രണം ചെയ്യുന്നതും സംഘടിപ്പിക്കുന്നതും മാനേജർ മാരുടെ ഉത്തരവാദിത്വമായിരിക്കണം. ജോലികൾ നടപ്പിലാക്കുന്നത് തൊഴിലാളികളികളുടെ ഉത്തരവാദിത്തമാണ്.
4. **പരമാവധി കാര്യക്ഷമതയിലേക്കും അഭൂവൃദ്ധിയിലേക്കുമുള്ള തൊഴിലാളികളുടെ വികസനം.**
ശാസ്ത്രീയ മാനേജ്മെന്റിന് കീഴിൽ ശരിയായ ജോലികൾക്ക് ശരിയായ തൊഴിലാളികളെ തെരഞ്ഞെടുക്കുന്നു. ഇതിനുള്ള നടപടി ക്രമം ശാസ്ത്രീയമായി രൂപകൽപ്പന ചെയ്യണം. നിയന്ത്രിത ഔട്ട് പുട്ടിന് പകരം പരമാവധി ഔട്ട്പുട്ട് നേടാൻ മാനേജ്മെന്റും തൊഴിലാളികളും ശ്രദ്ധിക്കണം.

ശാസ്ത്രീയ മാനേജ്മെന്റിന്റെ സാങ്കേതികതകൾ (Techniques of Scientific Management)

ശാസ്ത്രീയ മാനേജ്മെന്റ് പ്രായോഗികമാക്കാൻ ടെയ്ലർ താഴെ പറയുവന്ന സാങ്കേതിക വിദ്യകൾ നിർദ്ദേശിച്ചു.

1. **ഫംഗ്ഷണൽ ഫോർമാൻഷിപ്പ് (Functional Formanship)**

ഫാക്ടറികളിൽ സ്പെഷ്യലൈസേഷൻ കൊണ്ടുവരുന്നതിന്റെ ഭാഗമായി ആസൂത്രണവും നിർവ്വഹണവും വേർതിരിക്കുന്നു. ഇത് അനുസരിച്ച് 8 സൂപ്പർവൈസർമാർ തൊഴിലാളികളുടെ മേൽ നോട്ടം നിർവ്വഹിക്കുന്നു.

a) ആസൂത്രണം/ഓഫീസ് തലങ്ങളിലുള്ള സൂപ്പർവൈസർമാർ
   1. ഇൻസ്ട്രക്ഷൻ കാർഡ് ക്ലർക്ക് , 2.റൂട്ട് ക്ലർക്ക് 3. ടൈം ആന്റ് കോസ്റ്റ് ക്ലർക്ക്
   4. ഡിസിപ്ലിനേറിയൻ
b) പ്രൊഡക്ഷൻ / ഷോപ്പ്ലെവൽ സൂപ്പർവൈസർ
1. സ്പീഡ് ബോസ് 2.ഗ്യാങ്ങ് ബോസ്, 3. റിപ്പെയർ ബോസ്, 4. ഇൻസ്പെക്ടർ

2. ജോലിയുടെ നിലവാരപ്പെടുത്തലും ലളിതവൽക്കരണവും
(Standardisation and Simplification of Work)

ഒരു സ്ഥാപനത്തിലെ അസംസ്കൃത വസ്തുക്കൾ , സമയം , ഉൽപ്പന്നങ്ങൾ , യന്ത്രങ്ങൾ , രീതികൾ, ജോലി സാഹചര്യങ്ങൾ എന്നിവയ്ക്ക് മാനദണ്ഡങ്ങൾ ക്രമീകരിക്കുന്ന പ്രക്രീയയെ നിലവാരപ്പെടുത്തൽ എന്ന് പറയുന്നു.

3. **രീതി പഠനം** : ഒരു ജോലി ചെയ്യുന്നതിനുള്ള വിവിധ മാർഗ്ഗങ്ങൾ കണ്ട് പിടിച്ച് അവയെ വിശകലനം ചെയ്ത് മികച്ചത് കണ്ടെത്തുന്നതിനെയാണ് രീതി പഠനം എന്നത് കൊണ്ട് ഉദ്ദേശിക്കുന്നത്.

4.**ചലന പഠനം** : ഒരു ജോലി ചെയ്യുന്നതുമായി ബന്ധപ്പെട്ട് അനാവശ്യവും അനാരോഗ്യപരവുമായ ചലനങ്ങളെ ഒഴിവാക്കി ഏറ്റവും കാര്യക്ഷമമായ ചലനങ്ങൾ തീരുമാനിക്കുന്നതിന് വേണ്ടിയാണ് ചലന പഠനം നടത്തുന്നത്.

5.**സമയ പഠനം** : ഒരു ജോലി ചെയ്തുതീരിക്കുന്നതിനാവശ്യമായ യഥാർത്ഥ സമയം നിശ്ചയിക്കുന്നതിന് വേണ്ടിയാണ് സമയ പഠനം നടത്തുന്നത്.

docs.aglasem.com

aglasem.com

6. **ക്ഷീണ പഠനം** : ജോലി പൂർത്തിയാക്കുന്നതിനാവശ്യമായ വിശ്രമത്തിന്റെ അളവും ആവർത്തിയും തിരിച്ചറിയാൻ തളർച്ച പഠനം ഉപയോഗിക്കുന്നു. വിശ്രമ ഇടവേളകളും , ഇടവേള കളും ശാസ്ത്രീയമായി നിർണിയിക്കാൻ ഇത് സഹായിക്കുന്നു.

7. **വ്യത്യസ്ത തലത്തിലുള്ള ശമ്പള വ്യവസ്ഥ** : ടെയ്ലർ രണ്ട് തരത്തിലുള്ള ശമ്പള വ്യവസ്ഥ യാണ് മുന്നോട്ട് വെച്ചത്. കാര്യക്ഷമതയോടെ പ്രവർത്തിക്കുന്നവർക്ക് ഉയർന്ന വേതനവും കകാ ര്യക്ഷമത കുറഞ്ഞവർക്ക് കുറഞ്ഞ വേതനവും.

****

docs.aglasem.com

CHAPTER 3

ബിസിനസ്സ് പരിസ്ഥിതി

(Business Environment)

ഒരു ബിസിനസ്സ് സ്ഥാപനത്തിന്റെ നിയന്ത്രണത്തിന് പുറത്തുള്ളതും എന്നാൽ അതിന്റെ പ്രവർത്തനത്തെ ബാധിക്കുന്നതുമായ എല്ലാ വ്യക്തികളുടെയും സ്ഥാപനങ്ങളുടെയും മറ്റ് ശക്തികളുടെയും ആകെ തുകയാണ് ബിസിനസ്സ് പരിസ്ഥിതി.

ബിസിനസ്സ് പരിസ്ഥിതിയുടെ അളവുകൾ (Dimensions of Business Environment)

1. **സാമ്പത്തിക പരിസ്ഥിതി** (Economic Enviroment) : പലിശ നിരക്ക് , പണപ്പെരുപ്പ നിരക്ക്, ആളുകളുടെ വരുമാനത്തിലെ മാറ്റങ്ങൾ , സ്റ്റോക്ക് മാർക്കറ്റിലെ സൂചികകളിലെ മാറ്റങ്ങൾ, രൂപയുടെ മൂല്യം എന്നിവ ഒരു ബിസിനസ് സ്ഥാപനത്തിനെ ബാധിക്കുന്ന സാമ്പത്തിക ഘടകങ്ങളാണ്.

2.**സാമൂഹിക പരിസിഥിതി** (Social Environment) : ആചാരങ്ങൾ, പാരമ്പര്യങ്ങൾ, മൂല്യങ്ങൾ , സാമൂഹിക പ്രവണതകൾ , ബിസിനസ്സിൽ നിന്നുള്ള സമൂഹത്തിന്റെ പ്രതീക്ഷകൾ മുതലായ സാമൂഹിക ശകർതികൾ ബിസിനസ്സിന്റെ സാമൂഹിക പരിസ്ഥിതിയിൽ ഉൾപ്പെടുന്നു.

3. **സാങ്കേതിക പരിസ്ഥിതി** (Techonological Environment) : സാങ്കേതിക വിദ്യയിൽ ഉണ്ടാകുന്ന നൂതനമായ മാറ്റങ്ങൾ ബിസിനസ്സിന്റെ പ്രവർത്തനത്തെയും നിലിനിൽപ്പിനെയും ബാധിക്കുന്നു. അതുകൊണ്ട് സാങ്കിത മാറ്റങ്ങൾ ഉൾക്കൊണ്ട് പ്രവർത്തിച്ചാൽ മാത്രമെ നിലനിൽക്കാൻ സാധിക്കുകയുള്ളൂ.

4. **രാഷ്ട്രീയ പരിസ്ഥിതി** (Political Environment) : രാഷ്ട്രീയ പരിസ്ഥിതിയിൽ രാജ്യത്ത് പൊതുവായ സ്ഥിരത, സമാധാനം തുടങ്ങിയ രാഷ്ട്രീയ സാഹചര്യങ്ങളും തെരഞ്ഞെടുക്കപ്പെട്ട സർക്കാരുകളുടെ ബിസിനസ്സിനോടുള്ള നയങ്ങളും ഉൾപ്പെടുന്നു.

5. **നിയമ പരിസ്ഥിതി** (Leagal Environment) : ഓരോ ബിസിനസ്സിന്റെയും നടത്തിപ്പ് അവ നിലനിൽക്കുന്ന രാജ്യത്തിന്റെ നിയമം അനുസരിച്ച് കൊണ്ട് ആയിരിക്കണം. സർക്കാരുകൾ പുറപ്പെടുവിക്കുന്ന ഭരണപരമായ ഉത്തരവുകൾ, കോടതി വിധിന്യായങ്ങൾ മുതലായവ ഇതിൽപ്പെടുന്നു.

ബിസിനസ്സ് പരിസ്ഥിതിയുടെ പ്രാധാന്യം

1. **അവസരങ്ങൾ തിരിച്ചറിയുന്നതിനും ആദ്യത്തെ നേട്ടം കൈവരിക്കുന്നതിനും ഇത് സ്ഥാപനത്തെ പ്രാപ്തരാക്കുന്നു.**
   ബിസിനസ്സ് വിജയത്തിനായി പരിസ്ഥിതി ധാരാളം അവസരങ്ങൾ നൽകുന്നു. അവസരങ്ങൾ നേരത്തെ തിരിച്ചറിയുന്നത്, ഒരു ബിസിനസ്സിനെ അവസരങ്ങൾ ആദ്യം ചൂഷണം ചെയ്യുന്നതിന് സഹായിക്കുന്നു.

2. **ഭീഷണികളും നേരത്തെയുള്ള മുന്നറിയിപ്പ് സൂചകങ്ങളും തിരിച്ചറിയാൻ സഹായിക്കുന്നു.**
   ബിസിനസ്സ് പരിസ്ഥിതിയെക്കുറിച്ചുള്ള ശരിയായ അവബോധം വിവിധ ഭീഷണികൾ തിരിച്ചറിയാനും നേരത്തെയുള്ള മുന്നറിയിപ്പ് സ്വീകരിച്ച് മാറ്റങ്ങൾ വരുത്താനും മാനേജർമാരെ സഹായിക്കുന്നു.

docs.aglasem.com

aglasem.com

3. **ഉപയോഗപ്രദമായ ഉറവിടങ്ങൾ കൂട്ടിച്ചേർക്കാൻ ഇത് സഹായിക്കുന്നു.**
ബിസിനസ്സ് നടത്തുന്നതിന് വിവിധ വിഭവങ്ങളുടെ ഉറവിടമാണ് പരിസ്ഥിതി. ഏത് തര ത്തിലുള്ള പ്രവർത്തനത്തിലും ഏർപ്പെടാൻ ൊതു ബിസിനസ്സ് സ്ഥാപനം വിവിധ ഉറവി ടങ്ങൾ കൂട്ടിച്ചേർക്കുന്നു.
4. **ദ്രുതഗതിയിലുള്ള മാറ്റങ്ങളെ നേരിടാൻ ഇത് സഹായിക്കുന്നു.**
ഇന്നത്തെ ബിസിനസ്സ് അന്തരീക്ഷം അതിവേഗം മാറ്റങ്ങൾക്ക് വിധേയമാണ്. ഈ സുപ്ര ധാന മാറ്റങ്ങളെ ഫലപ്രദമായി നേരിടാൻ മാനേജർമാർ പരിസ്ഥിതിയെ മനസ്സിലാക്കു കയും പരിശോധിക്കുകയും അനുയോജ്യമായ നടപടികൾ സ്വീകരിക്കുകയും വേണം.
5. **ആസൂത്രണത്തിനും നയരൂപീകരണത്തിലും ഇത് സഹായിക്കുന്നു.**
ഒരു ബിസിനസ്സ് എന്റർപ്രൈസിനുള്ള അവസരങ്ങളുടെയും ഭീഷണികളുടെയും ഉറവിടം പരിസ്ഥിതി ആയതിനാൽ ഭാവിയിലെ പ്രവർത്തന ഗതി (ആസൂത്രണം) അല്ലെങ്കിൽ തീരുമാനം എടുക്കുന്നതിനുള്ള പരിശീലന മാർഗ്ഗനിർദ്ദേശങ്ങൾ (നയം) തീരുമാനിക്കുന്ന തിനുള്ള അടിസ്ഥാനം അതിന്റെ ധാരണയും വിശകലനുമാണ്.
6. **പ്രകടനം മെച്ചപ്പെടുത്തുന്നതിന് ഇത് സഹായിക്കുന്നു.**
തങ്ങളുട പരിസ്ഥിതിയെ നിരന്തരം നിരീക്ഷിക്കുകയും ഉചിതമായ ബിസിനസ്സ് രീതികൾ സ്വീകരിക്കുകയും ചെയ്യുന്ന സംരംഭങ്ങൾ അവരുടെ ഇന്നത്തെ പ്രകടനം മെച്ചപ്പെടു ത്തുക മാത്രമല്ല ദീർഘകാലത്തേക്ക് വിപണിയിയിൽ വിജയിക്കുകയും ചെയ്യുന്നു.

****

docs.aglasem.com

CHAPTER 4

ആസൂത്രണം (Planning)

ലക്ഷ്യങ്ങൾ സമയബന്ധമായി നിശ്ചയിക്കുകയും അവ കൈവരിക്കുന്നതി നായി നിരവധി മാർഗ്ഗങ്ങൾ രൂപീകരിക്കുകയും അവയിലെ ഏറ്റവും മികച്ച പ്രവർ ത്തന പദ്ധതി തിരഞ്ഞെടുക്കുകയും ചെയ്യുക എന്നതാണ് ആസൂത്രണം കൊണ്ട് അർത്ഥമാക്കുന്നത്

ആസൂത്രണത്തിന്റെ **പ്രാധാന്യം** (Importance of Planning)

1. ആസൂത്രണം ദിശാബോധം നൽകുന്നു
2. ആസൂത്രണം അനിശ്ചിതത്വം എന്ന നഷ്ട സാധ്യത ലഘൂകരിക്കുന്നു
3. ആസൂത്രണം ആവശ്യമായ പ്രവർത്തനങ്ങൾ ആവർത്തിക്കാനും അനാവശ്യമായ
   പ്രവർത്തനങ്ങളെ കുറക്കുവാനും സഹായിക്കുന്നു.
4. ആസൂത്രണം നിയന്ത്രണത്തിനുള്ള നിലവാരം നിശ്ചയിക്കുന്നു

ആസൂത്രണത്തിന്റെ **സവിശേഷതകൾ** (Features of Planning)

1. ആസൂത്രണം ലക്ഷ്യങ്ങൾ നേടുന്നതിലേക്ക് ശ്രദ്ധ കേന്ദ്രീകരിക്കുന്നു.
2. ആസൂത്രണം മാനേജ്മെന്റിന്റെ ആദ്യ ധർമ്മമാണ്.
3. ആസൂത്രണം ഒരു തുടർ പ്രക്രിയയാണ്.
4. ആസൂത്രണം സർവ്വവ്യാപിയാണ്.
5. ആസൂത്രണം ഭാവിയെ സംബന്ധിച്ചുള്ളതാണ്.
6. ആസൂത്രണത്തിൽ തീരുമാനങ്ങൾ എടുക്കുന്നത് ഉൾപ്പെടുന്നു
7. ആസൂത്രണം ഒരു മാനസിക വ്യായാമമാണ്

ആസൂത്രണത്തിന്റെ **പരിമിതികൾ**(Limitations of Planning)

1. ആസൂത്രണം അയവില്ലാത്തതാകുന്നു
2. മാറുന്ന പരിസ്ഥിതിക്കനുസരിച്ച് ആസൂത്രണം
   പ്രാവർത്തികമാകണമെന്നില്ല
3. ആസൂത്രണം മെച്ചപ്പെട്ട ക്രിയാത്മകത ക്കുള്ള അവസരം കുറയ്ക്കുന്നു.
4 ആസൂത്രണം ചെലവേറിയതാണ്.

docs.aglasem.com

aglasem.com

5. ആസൂത്രണം കൂടുതൽ സമയം ആവശ്യമായി വരുന്ന പ്രക്രിയയാണ്.

6.ആസൂത്രണം വിജയം ഉറപ്പു നൽകുന്ന ഒരു പ്രക്രിയ അല്ല

ആസൂത്രണ പ്രക്രിയ (Planning Process)

1. ആസൂത്രണത്തിന്റെ ഏറ്റവും പ്രധാന ഘട്ടമാണ് ലക്ഷ്യം നിർണയിക്കൽ.

2. ആസൂത്രണം ഭാവിയെ സംബന്ധിച്ച് ചില സങ്കല്പങ്ങൾ വികസിപ്പിക്കുന്നു.

3.ആസൂത്രണത്തിൽ ബദൽ പ്രവർത്തനമാർഗങ്ങൾ കണ്ടെത്തുന്നു

4. ആസൂത്രണം ബദൽ പ്രവർത്തന രീതികൾ വിലയിരുത്തുന്നു.

5 ആസൂത്രണം ഏറ്റവും മികച്ച സാധ്യതകൾ കണ്ടെത്തുന്നു

6. ആസൂത്രണ നടപടികൾ പ്രയോഗത്തിൽ വരുത്തുന്നു

7. ആസൂത്രണം ചെയ്ത പ്രവർത്തനങ്ങൾ നിരീക്ഷിക്കുകയും ലയിരുത്തുകയും ചെയ്യുന്നു.

വിവിധതരം ആസൂത്രണങ്ങൾ (Types of Plans)

1. **ഒറ്റ തവണ ഉപയോഗിക്കാവുന്ന പദ്ധതികൾ** (Single use plan)

ആവർത്തന സാധ്യതയില്ലാത്ത പദ്ധതികളാണ് ഒറ്റത്തവണ ഉപയോഗിക്കാവുന്ന പദ്ധതികൾ

2. **ചിരസ്ഥായിയായ പദ്ധതികൾ** (Standing plans)

ഒരു നിശ്ചിത കാലത്തിനകത്തു തുടർച്ചയായി വേണ്ട പ്രവർത്തനങ്ങൾക്കായി ഉപയോഗിക്കാവുന്നവയാണ് ചിരസ്ഥായിയായ പദ്ധതികൾ

ലക്ഷ്യങ്ങൾ (Objectives)

ഒരു സ്ഥാപനം എന്താണോ നേടാൻ ആഗ്രഹിക്കുന്നത് അതിനെയാണ് ലക്ഷ്യം എന്നത് കൊണ്ട് അർത്ഥമാക്കുന്നത് ലക്ഷ്യങ്ങൾ മുൻകൂട്ടി നിശ്ചയിച്ചിട്ടുണ്ടായിരിക്കണം

തന്ത്രം(Strategy)

ഒരു ബിസിനസ്സ് സ്ഥാപനം അതിനു നേരെയുള്ള വെല്ലുവിളികൾ നേരിടുന്നതിന് ആസൂത്രണം ചെയ്യുന്ന മാർഗങ്ങളാണ് തന്ത്രങ്ങൾ

docs.aglasem.com

നയങ്ങൾ (Policy)

ചിന്തകളെ അല്ലെങ്കിൽ പ്രവർത്തനങ്ങളെ ഒരു പ്രത്യേക ദിശയിലേക്ക് വഴിതിരിക്കുന്ന പൊതു പ്രസ്താവനകളാണ് നയങ്ങൾ

നടപടി ക്രമങ്ങൾ (Procedures)

പ്രവർത്തനങ്ങൾ നടത്തുന്നതിന് ക്രമമായ ഘട്ടങ്ങളായി ആവർത്തിച്ചുവരുന്ന തുടർ പ്രവർത്തനങ്ങളാണ് നടപടി ക്രമങ്ങൾ

രീതി (Method)

ലക്ഷ്യങ്ങൾ പരിഗണിച്ചുകൊണ്ട് ഒരു പ്രവർത്തി ചെയ്യേണ്ട നിശ്ചിതമായ മാർഗങ്ങൾ നിർദ്ദേശിക്കുന്നതാണ് രീതികൾ

നിയമം (Rule)

ചെയ്യേണ്ടതും ചെയ്യരുതാത്തതുമായ കാര്യങ്ങളെക്കുറിച്ചുള്ള കൃത്യമായ പ്രസ്താവനയാണ് നിയമങ്ങൾ

പരിപാടി (Programme)

ഒരു പദ്ധതിയെ സംബന്ധിച്ച ലക്ഷ്യങ്ങൾ, നയങ്ങൾ, നടപടിക്രമങ്ങൾ,

നിയമങ്ങൾ, അത് നടപ്പിലാക്കാൻ വേണ്ട മാനുഷിക- ഭൗതിക വിഭവങ്ങൾ, ആവശ്യമായ ബജറ്റ് എന്നിവയെല്ലാം വ്യക്തമാക്കുന്ന വിശദമായ പ്രസ്താവനകളാണ് പരിപാടികൾ.

ബജറ്റ് (Budget)

ഒരു പ്രത്യേക കാലയളവിലേക്ക് പ്രതീക്ഷിക്കുന്ന വരവുകളുടെയും ചെലവുകളുടെയും താരതമ്യം സംഖ്യാ രൂപത്തിൽ സൂചിപ്പിക്കുന്നതാണ് ബജറ്റ്.

****

docs.aglasem.com

CHAPTER 5

സംഘാടനം (Organising)

ഉദ്ദിഷ്ടലക്ഷ്യം നേടിയെടുക്കുന്നതിനായി ജോലികളും പ്രവർത്തന ബന്ധങ്ങളും വ്യക്തമാക്കുകയും വിഭവങ്ങൾ ഫലപ്രദമായി വിന്യസിക്കുകയും ചെയ്യുന്ന പദ്ധതികൾ നടപ്പിലാക്കാൻ സഹായിക്കുന്ന ഒരു പ്രക്രിയയാണ് സംഘാടനം.

സംഘാടനത്തിന്റെ വിവിധ ഘട്ടങ്ങൾ (Steps in Organising

1. പ്രവർത്തി തിരിച്ചറിയുകയും വിഭജിച്ച് നൽകുകയും ചെയ്യുന്നു
2. ഒരേ സ്വഭാവമുള്ള ജോലികളുടെ വകുപ്പുകൾ രൂപീകരിക്കുന്നു
3. ചുമതലകൾ നിശ്ചയിച്ച് നൽകുന്നു
4. ജീവനക്കാരുടെ ഇടയിലുള്ള അധികാര ബന്ധം സ്ഥാപിക്കുന്നു.

സംഘാടനത്തിന്റെ പ്രാധാന്യം (Importance of Organising)

1. ജീവനക്കാർക്ക് വൈദഗ്ധ്യവൽക്കരണത്തിന്റെ മേന്മകൾ ലഭിക്കുന്നു
2. തൊഴിൽ ബന്ധങ്ങളിൽ വ്യക്തത ഉണ്ടാകുന്നു.
3. വിഭവങ്ങളുടെ ഏറ്റവും കാര്യക്ഷമമായ ഉപയോഗം സാധ്യമാകുന്നു.
4. പരിസ്ഥിതിയിൽ ഉണ്ടാകുന്ന മാറ്റങ്ങളുമായി പൊരുത്തപ്പെടുന്നു.
5. ഉദ്യോഗസ്ഥർക്ക് സ്വയം വികസിക്കാനുള്ള അവസരം ലഭിക്കുന്നു

വിവിധതരം സംഘടനാ സംവിധാനങ്ങൾ
(Types of Organisational Structure)

1. **ധർമ്മങ്ങൾ അടിസ്ഥാനമാക്കിയുള്ള ഘടന** (Functional Structure)

ഇവിടെ ഒരേ സ്വഭാവം ഉള്ള ജോലികളെ പ്രധാനപ്പെട്ട പ്രവർത്തനങ്ങളായി തിരിക്കുകയും ഈ പ്രവർത്തനങ്ങൾ വിവിധ ഡിപ്പാർട്ട്മെന്റുകളായി മാറ്റുകയും ചെയ്യുന്നു. ഇവിടെ ഒരേ സ്വഭാവം കാണിക്കുന്ന ജോലികൾ ഒരേ വിഭാഗത്തിൽ പെടുത്തി അതിന്റെ
ഏകോപനത്തിനായി ഒരു തലവിനെ നിശ്ചയിക്കുകയും
ചുമതലപ്പെടുത്തുകയും ചെയ്യുന്നു

docs.aglasem.com

aglasem.com

2. **വിഭാഗങ്ങളുടെ അടിസ്ഥാനത്തിലുള്ള ഘടന** (Divisional structure)

ഇവിടെ ഉൽപ്പന്നങ്ങൾ ഓരോ ഡിവിഷനുകളായി തിരിക്കുകയും ഓരോ ഡിവിഷനും പ്രൊഡക്ഷൻ സെയിൽസ് ഫിനാൻസ് എന്നിങ്ങനെയുള്ള ഡിപ്പാർട്ട്മെന്റുളായി മാറുകയും ചെയ്യുന്നു.

ഔപചാരിക സംഘടന (Formal Organisation)

ബിസിനസ് സ്ഥാപനത്തിന്റെ ലക്ഷ്യങ്ങൾ നേടുന്നതിനുവേണ്ടി മാനേജ്മെന്റ് ബോധപൂർവ്വം സൃഷ്ടിക്കുന്നതാണ് ഔപചാരിക സംഘടന ഓരോ വ്യക്തികളുടെയും അധികാരങ്ങളും ഉത്തരവാദിത്വങ്ങളും കൃത്യമായി നിശ്ചയിച്ചിട്ടുണ്ടായിരിക്കും.

അനൗപചാരിക സംഘടന (Informal Organisation)

ഒരു സ്ഥാപനത്തിലെ ജീവനക്കാർ ഒരുമിച്ച് ജോലി ചെയ്യുമ്പോൾ ഉണ്ടായിവരുന്ന സ്വാഭാവിക വ്യക്തി - സാമൂഹിക ശൃംഖലയാണ് അനൗപചാരിക സംഘടന ഇത് വ്യക്തികളുടെ സാമൂഹിക ബന്ധങ്ങളിൽ നിന്ന് ഉരുത്തിരിഞ്ഞു വരുന്നവയാണ്.

Difference between Formal and Informal organisation

ഔപചാരിക ഓർഗനൈസേഷനും അനൗപചാരിക ഓർഗനൈസേഷനും തമ്മിലുള്ള വ്യത്യാസം

അടിസ്ഥാനം	ഔപചാരിക ഓർഗനൈസേഷൻ	അനൗപചാരിക ഓർഗനൈസേഷൻ
അർത്ഥം	മാനേജ്മെന്റ് സൃഷ്ടിക്കുന്ന അധികാരഘടനയെ അടിസ്ഥാനമാക്കിയ ബന്ധങ്ങൾ	ജീവനക്കാർ തമ്മിലുള്ള ഇടപെടലുകളിലൂടെ ഉരുത്തിരിയുന്ന സാമൂഹ്യ ബന്ധങ്ങളുടെ ശൃംഖല
ഉത്ഭവം	കമ്പനി നിയമങ്ങളുടെയും നയങ്ങളുടെയും അടിസ്ഥാനത്തിൽ രൂപീകരിക്കുന്നു	സാമൂഹിക ഇടപെടലുകളുടെ ഉരുത്തിരിഞ്ഞു വരുന്നു
അധികാരം	മാനേജ്മെന്റിലെ സ്ഥാനത്തിന് അടിസ്ഥാനത്തിൽ ഉണ്ടാകുന്നു	വ്യക്തിത്വ ഗുണങ്ങളുടെ അടിസ്ഥാനത്തിൽ ലഭ്യമാകുന്നു
പെരുമാറ്റരീതികൾ	നിയമങ്ങളുടെ അടിസ്ഥാനത്തിൽ നിർദ്ദേശിക്കപ്പെടുന്നു	പ്രത്യേകിച്ച് നിശ്ചയിക്കപ്പെട്ട പെരുമാറ്റരീതികൾ ഇല്ല
ആശയവിനിമയത്തിന്റെ ഒഴുക്ക്	അധികാര ശ്രേണി വഴി മാത്രം	ആസൂത്രിതമായ ആശയവിനിമയ രീതികൾ ഇല്ല.അത് ഏത് രീതിയിലേക്ക് ഏത് ദിശയിലേക്കും സംഭവിക്കാം

docs.aglasem.com
aglasem.com

അധികാര കൈമാറ്റം (Delegation)

ചില ജോലികൾ കീഴ്തല ഉദ്യോഗസ്ഥർക്ക് ഏൽപ്പിച്ചു കൊടുക്കുകയും അത് നിർവഹിക്കാൻ ആവശ്യമായ അധികാരം നൽകുകയും ചെയ്യുന്നതിനെയാണ് അധികാര കൈമാറ്റം എന്ന് പറയുന്നത്.

അധികാര കൈമാറ്റത്തിന്റെ പ്രാധാന്യം (Importance of Delegation)

1. ഫലപ്രദമായ മാനേജ്മെൻറ് സാധ്യമാകുന്നു.
2. ജീവനക്കാരുടെ കഴിവുകൾ വികസിക്കുന്നു.
3. ജീവനക്കാർക്ക് കൂടുതൽ പ്രചോദനം ലഭിക്കുന്നു.
4. സ്ഥാപനത്തിൻറെ വളർച്ച സാധ്യമാകുന്നു.
5. മികച്ച ഏകോപനം നടക്കുന്നു.

വികേന്ദ്രീകരണം (Decentralisation)

തീരുമാനങ്ങൾ എടുക്കാനുള്ള അധികാരം മാനേജ്മെൻറ് എല്ലാ തലങ്ങളിലേക്കും കൈമാറുന്നതിനെയാണ് അധികാരവികേന്ദ്രീകരണം എന്ന് പറയുന്നത്.

വികേന്ദ്രീകരണത്തിന്റെ പ്രാധാന്യം (Importance of Decentralisation)

1. ജീവനക്കാരിൽ സ്വാശ്രയ ശീലവും ആത്മവിശ്വാസവും വളർത്തുന്നു.
2. കഴിവുള്ള മാനേജർമാരെ വാർത്തെടുക്കാൻ സഹായിക്കുന്നു.
3. വേഗത്തിൽ തീരുമാനങ്ങൾ എടുക്കാൻ സാധിക്കുന്നു.
4. മാനേജ്മെന്റിന്റെ ഉയർന്ന തലത്തിൽ ഇരിക്കുന്നവരുടെ ജോലിഭാരം കുറയുന്നു.
5. സ്ഥാപനത്തിന്റെ വളർച്ച സാധ്യമാകുന്നു

docs.aglasem.com

Difference between Delegation and Decentralisation

അധികാര കൈമാറ്റവും വികേന്ദ്രീകരണവും തമ്മിലുള്ള വ്യത്യാസം

അടിസ്ഥാനം	അധികാര കൈമാറ്റം	വികേന്ദ്രീകരണം
സ്വഭാവം	ഒരു നിർബന്ധ പ്രക്രിയയാണ്	വികേന്ദ്രീകരണമാണ് വേണ്ടതെന്ന് മാനേജ്മെന്റ് തീരുമാനിക്കാവുന്നതാണ്
പ്രവർത്തന സ്വാതന്ത്ര്യം	മാനേജർമാർക്ക് തീരുമാനമെടുക്കാനുള്ള സ്വാതന്ത്ര്യം കുറവാണ്	പ്രവർത്തന സ്വാതന്ത്ര്യം കൂടുതലാണ്
പദവി	ജോലി വിഭജനത്തിന് പ്രക്രിയയാണ്	അധികാര വിഭജനത്തിന് നയമാണ്
വ്യാപ്തി	ഒരു മേലുദ്യോഗസ്ഥൻ കീഴുദ്യോഗസ്ഥർ മാത്രം ഉൾപ്പെടുന്നതിനാൽ ഇതിന്റെ വ്യാപ്തി പരിമിതമാണ്	സ്ഥാപനത്തിന്റെ എല്ലാ തലങ്ങളിലും വ്യാപിച്ചിട്ടുണ്ട് അതിനാൽ ഇതിനെ കൂടുതൽ വ്യാപ്തിയുണ്ട്
ലക്ഷ്യം	മാനേജർമാരുടെ ജോലിഭാരം കുറയ്ക്കുകയാണ് ലക്ഷ്യം	ജീവനക്കാർക്ക് പ്രവർത്തന സ്വാതന്ത്ര്യം നൽകി സ്ഥാപനത്തിനുള്ള അവരുടെ ലക്ഷ്യം ഉയർത്തുകയാണ് ലക്ഷ്യം

******

docs.aglasem.com

aglasem.com

CHAPTER 6

ഉദ്യോഗവൽക്കരണം (Staffing)

സംഘടനാ സംവിധാനത്തിലെ വിവിധ സ്ഥാനങ്ങളിലേക്ക് ആവശ്യമായ വിഭവം കണ്ടെത്തി നിയമിക്കുന്ന മാനേജ്മെന്റ് ധർമ്മമാണ് ഉദ്യോഗവൽക്കരണം

ഒരു സ്ഥാപനത്തിൽ വിവിധ ജോലികൾ ചെയ്യുന്നതിനായി ആളുകളെ നിയോഗി ക്കലും അവരുടെ വളർച്ചയും വികാസവുമായി ബന്ധപ്പെട്ട പ്രവർത്ത നങ്ങളെയാണ് ഉദ്യോഗവൽക്കരണം എന്നതുകൊണ്ട് അർത്ഥമാക്കുന്നത്

ഉദ്യോഗവൽക്കരണ പ്രക്രിയ (Steps in staffing)

1. **മാനുഷിക ശക്തിയുടെ ആവശ്യം കണക്കാക്കുക**: ഒരു സ്ഥാപനത്തിൽ ആവശ്യമുള്ള ജീവനക്കാരുടെ എണ്ണം കണ്ടുപിടിക്കുന്നു

2. **റിക്രൂട്ട്മെൻറ്**: ഒരു ജോലി ചെയ്യാൻ കഴിവുള്ളവരെ കണ്ടെത്തലും അവരെ ജോലിക്ക് അപേക്ഷിക്കുവാൻ പ്രേരിപ്പിക്കലുമാണ്

   റിക്രൂട്ട്മെൻറ് ഇത് ഒരു പോസിറ്റീവ് പ്രക്രിയയാണ്.

3. **തിരഞ്ഞെടുപ്പ്**: അപേക്ഷിച്ചവരിൽ നിന്നും അനുയോജ്യമായ ആളുകളെ തെരഞ്ഞെടുക്കലാണ്. ഇതൊരു നെഗറ്റീവ് പ്രക്രിയയാണ്.

4. **നിയോഗിക്കലും പരിചയപ്പെടുത്തലും**: ഒരു ജോലിക്ക് സെലക്ട് ചെയ്യപ്പെട്ട ആളുകളെ നിയമിക്കുന്നതും അവരെ മറ്റു ജോലിക്കാ രുമായി ജോലി സംബന്ധമായ പരിചയപ്പെടുത്തലും ആണ് ഇത്.

5. **വളർച്ചയും വികസനവും**: അറിവും കഴിവും മനോഭാവങ്ങളും മെച്ചപ്പെടുത്താനുള്ള പ്രവർത്തനങ്ങൾ ആണിത്

6. **പ്രവർത്തനം വിലയിരുത്തൽ**: മുൻകൂട്ടി നിശ്ചയിച്ച മാനദണ്ഡങ്ങളുടെ അടിസ്ഥാനത്തിൽ ജീവനക്കാരുടെ യഥാർത്ഥ പ്രകടനം നിരീക്ഷിക്കൽ

7. **പ്രമോഷൻ**: ജീവനക്കാരനെ താഴ്ന്ന പദവിയിൽ നിന്നും ഉയർന്ന പദവിയിലേക്ക് മാറ്റുന്നതാണ് പ്രമോഷൻ

8. **പ്രതിഫലം**: ജോലിക്കാർ ചെയ്ത പ്രയത്നത്തിന് പകരമായി അവർക്ക് നൽകുന്ന തുകയോ തുകയ്ക്ക് തുല്യമായ വസ്തുക്കളും ആണ് പ്രതിഫലം

docs.aglasem.com

റിക്രൂട്ട്മെന്റ് (Recruitment)

സ്ഥാപനത്തിലെ വിവിധ ജോലികൾക്ക് ആവശ്യമായ ആളുകളെ അന്വേഷിക്കുന്ന പ്രക്രിയയാണ് റിക്രൂട്ട്മെന്റ്

റിക്രൂട്ട്മെന്റിന്റെ ഉറവിടങ്ങൾ (Sources of Recruitment)

സ്ഥാപനത്തിലെ ജോലികൾക്ക് ആവശ്യമായ അനുയോജ്യരായ പരമാവധി

അപേക്ഷകരെ ആകർഷിക്കുകയാണ് റിക്രൂട്ട്മെന്റിന്റെ ലക്ഷ്യം. ഇതിന് പ്രധാനമായും രണ്ട് ഉറവിടങ്ങളെ ആശ്രയിക്കാറുണ്ട്.

ആഭ്യന്തര ഉറവിടങ്ങൾ (Internal Sources)

1. സ്ഥലം മാറ്റം
2. സ്ഥാന കയറ്റം

ബാഹ്യ ഉറവിടങ്ങൾ (External Sources)

1. നേരിട്ടുള്ള റിക്രൂട്ട്മെന്റ് വഴി.
2. ജോലി അന്വേഷകർ: ആവശ്യപ്പെടാതെ തന്നെ സ്ഥാപനത്തിൽ ജോലിക്ക് വേണ്ടി അപേക്ഷ നൽകിയിട്ടുള്ളവർ
3. പരസ്യങ്ങൾ വഴി
4. എംപ്ലോയ്മെന്റ് എക്സ്ചേഞ്ചുകൾ വഴി.
5. തൊഴിൽ ഏജൻസികളും മാനേജ്മെന്റ് കൺസൾട്ടന്റുമാരും വഴി.
6. ക്യാമ്പസ് റിക്രൂട്ട്മെന്റ് വഴി.
7. തൊഴിലാളികളുടെ ശുപാർശ വഴി.
8. തൊഴിൽ കരാർ വഴി
9. ടെലിവിഷൻ പരസ്യങ്ങൾ വഴി.
10. വെബ്സ് പരസ്യങ്ങൾ വഴി.

docs.aglasem.com

തിരഞ്ഞെടുപ്പ് (Selection)

അപേക്ഷ സമർപ്പിച്ചിട്ടുള്ള ഉദ്യോഗാർത്ഥികളിൽ നിന്നും ഏറ്റവും മിടുക്കന്മാരായവരെ കണ്ടെത്തുന്ന പ്രക്രിയയാണ് തിരഞ്ഞെടുപ്പ്.

തിരഞ്ഞെടുപ്പ് പ്രക്രിയയിലെ വിവിധ ഘട്ടങ്ങൾ (Steps in selection process)

1. പ്രാഥമിക പരിശോധന.
2. തിരഞ്ഞെടുപ്പ് പരീക്ഷകൾ
3. തൊഴിൽ കൂടിക്കാഴ്ച
4. പശ്ചാത്തലം പരിശോധിക്കൽ.
5. തിരഞ്ഞെടുക്കൽ തീരുമാനം
6. വൈദ്യ പരിശോധന
7. ജോലി വാഗ്ദാനം
8. തൊഴിൽ കരാറിൽ ഏർപ്പെടൽ.

വിവിധതരം പരീക്ഷകൾ

(a). ബൗദ്ധിക പരീക്ഷകൾ

(b). അഭിരുചി പരീക്ഷകൾ

(c). വ്യക്തിത്വ പരീക്ഷകൾ

(d). തൊഴിൽ പരീക്ഷകൾ

(e). താല്പര്യ പരീക്ഷകൾ

പരിശീലനം (Training)

ഒരു പ്രത്യേക ജോലി ചെയ്യുന്നതിനുള്ള ജീവനക്കാരുടെ കഴിവും ശേഷിയും വർദ്ധിപ്പിക്കുന്ന പ്രക്രിയയാണ് പരിശീലനം

പരിശീലന രീതികൾ (Training methods)

1. **തൊഴിൽ സ്ഥലത്തുള്ള പരിശീലന രീതികൾ** (On the job training methods)

(1). **അപ്രന്റിസ്ഷിപ്പ് പരിശീലനം**: ഒരു വിദഗ്ധ തൊഴിലാളിയുടെ കീഴിൽ ജോലിയിൽ ഏർപ്പെട്ട് ശേഷികൾ ആർജ്ജിക്കുന്നതാണ് അപ്രന്റിസ്ഷിപ്പ് പരിശീലനം

(2). **കോച്ചിംഗ്**: ഇവിടെ ഒരു ഉയർന്ന ഉദ്യോഗസ്ഥന്റെ നിയന്ത്രണത്തിലും നിർദ്ദേശത്തിലും ജോലി ചെയ്തു പഠിക്കുന്നു.

docs.aglasem.com

aglasem.com

(3). **ഇന്റേൺഷിപ്പ് പരിശീലനം**: അവരുടെ പഠനത്തോടൊപ്പം ഒരു വാണിജ്യ വ്യവസായ സ്ഥാപനത്തിൽ പ്രായോഗിക അറിവും ശേഷികളും നേടുന്നതിനായി പരിശീലനത്തിൽ ഏർപ്പെടുന്നു.

(4). **ജോലി മാറ്റം**: ഒരു ജീവനക്കാരനെ ഒരു വകുപ്പിൽ നിന്ന് മറ്റൊരു വകുപ്പിലേക്കോ ഒരു ജോലിയിൽ നിന്ന് മറ്റൊരു ജോലിയിലേക്ക് മാറ്റി നിയമിക്കുന്നു.

2. ജോലി സ്ഥലത്തിന് പുറമേയുള്ള പരിശീലന രീതികൾ (Off the job training methods)

(1). ക്ലാസ്റൂം പ്രഭാഷണങ്ങളും കോൺഫറൻസുകളും.

(2). ചലച്ചിത്രങ്ങൾ കണ്ടു പഠിക്കുന്നു.

(3). കേസ് പഠനങ്ങൾ

(4). കമ്പ്യൂട്ടർ മാതൃകകൾ

(5). വെസ്റ്റ് ബ്യൂൾ പരിശീലനം

(6). ക്രമീകൃത പഠനം

****

docs.aglasem.com

CHAPTER 7

മാർഗനിർദ്ദേശം (Directing)

കീഴ് ജീവനക്കാരെ ഫലപ്രദമായി പ്രവർത്തിക്കാൻ പ്രോത്സാഹിപ്പിക്കു ന്നതിന് രൂപകല്പന ചെയ്ത എല്ലാ പ്രവർത്തനങ്ങളും ഉൾപ്പെടുന്ന ഒരു സങ്കീർണ പ്രക്രിയയാണ് മാർഗ്ഗനിർദേശം .ഒരു സ്ഥാപനത്തിന്റെ മാനേജ്മെന്റിന്റെ പശ്ചാത്തലത്തിൽ അതിന്റെ ലക്ഷ്യം നേടുന്നതിന് സ്ഥാപനത്തിലെ ആളുകളെ നിർദ്ദേശിക്കുകയും വഴികാട്ടുകയും പ്രചോദിപ്പിക്കുകയും പ്രബോധിപ്പി ക്കുകയും ചെയ്യുന്നതാണ് മാർഗ്ഗനിർദ്ദേശം.

മാർഗ്ഗനിർദ്ദേശം സവിശേഷതകൾ (Features of Directing)

1. മാർഗ്ഗനിർദ്ദേശം പ്രവർത്തനത്തിന് വഴിയൊരുക്കുന്നു.
2. മാർഗനിർദേശം സർവ്വതല വ്യാപിയാണ്.
3. മാർഗ്ഗനിർദേശം തുടർ പ്രക്രിയയാണ്.
4 മാർഗനിർദേശം മേളത്തട്ടിൽ നിന്നും കീഴ്ത്തട്ടിലേക്ക് പ്രവഹിക്കുന്നു.

മാർഗ്ഗനിർദ്ദേശത്തിന്റെ ഘടകങ്ങൾ (Elements of Directing)

1. മേൽനോട്ടം
2. പ്രചോദനം
3.നേതൃത്വം
4. ആശയവിനിമയം

മേൽനോട്ടം (Supervision)

കീഴ് ജീവനക്കാരുടെ പ്രവർത്തനങ്ങളെ നിരീക്ഷിക്കുകയും വിഭവങ്ങളുടെ പരമാവധി ഉപയോഗം ഉറപ്പുവരുത്തുകയും ചെയ്യുന്നതിന് ആവശ്യമായ നിർദ്ദേശം നൽകി അതിലൂടെ തൊഴിലക്ഷ്യം നേടിയെടുക്കലാണ് മേൽനോട്ടം

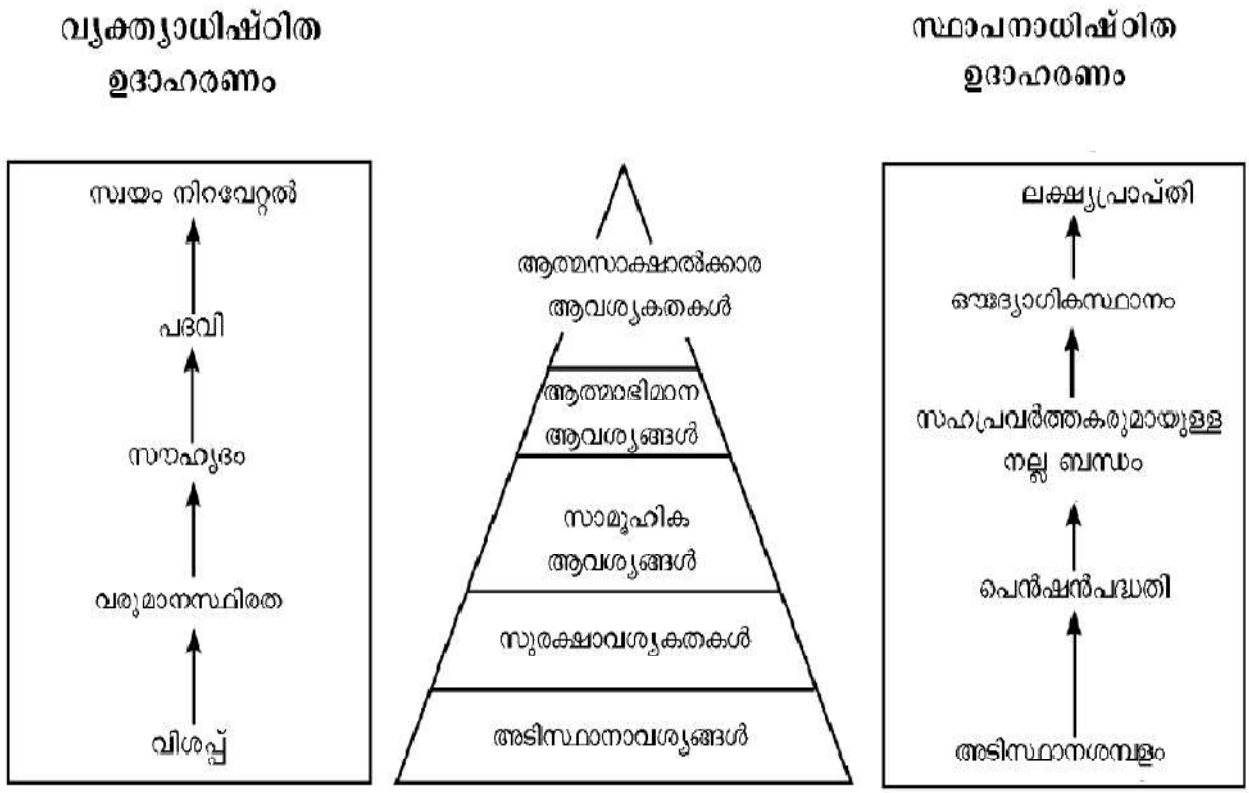
പ്രചോദനം (Motivation)

വ്യക്തികളെ ചിന്തിപ്പിക്കുകയോ പ്രോത്സാഹിപ്പിക്കുകയോ ചെയ്യുന്ന പ്രക്രിയയാണ്. പ്രചോദനം ഒരു സംഘടനയുടെ പശ്ചാത്തലത്തിൽ സംഘടനാ ലക്ഷ്യം നേടിയെടുക്കുന്നതിന് കീഴ്ജീവനക്കാരെ പ്രാപ്തരാക്കി എടുക്കുന്നു.

docs.aglasem.com

അബ്രഹാം മാസ്ലോവിന്റെ ആവശ്യശ്രേണി പ്രചോദന സിദ്ധാന്ത പ്രകാരമുള്ള മനുഷ്യരുടെഉള്ളിലുള്ള 5 ആവശ്യങ്ങൾ
(Maslow's Need Hierarchy Theory)

1. അടിസ്ഥാന ആവശ്യങ്ങൾ
2. സംരക്ഷണം അഥവാ സുരക്ഷ ആവശ്യകതകൾ
3. സാമൂഹിക ആവശ്യകതകൾ
4. ആത്മാഭിമാന ആവശ്യങ്ങൾ
5. ആത്മസാക്ഷക്കാര ആവശ്യങ്ങൾ



സാമ്പത്തിക പ്രചോദകങ്ങൾ (Financial Intentives)

1. ശമ്പളവും ബത്തകളും
2. ഉൽപാദന ക്ഷമതയുമായി ബന്ധപ്പെട്ട വേതന പ്രോത്സാഹനങ്ങൾ.
3. ലാഭവിഹിതം
4 .ലാഭം പങ്കുവെക്കൽ
5. ഓഹരി വാഗ്ദാനം
6. വിരമിക്കൽ ആനുകൂല്യങ്ങൾ

docs.aglasem.com
aglasem.com

7. വിശേഷാദായം (താമസ സൗകര്യം ,വിദ്യാഭ്യാസം, സൗജന്യ വൈദ്യസഹായം ഉല്ലാസയാത്ര തുടങ്ങിയവ)

സാമ്പത്തികേതര പ്രചോദകങ്ങൾ
(Non financial lncentives)

1. പദവി
2. സംഘടനാ സാഹചര്യം
3. തൊഴിൽ അഭിവൃദ്ധിക്കുള്ള സാധ്യത
4. തൊഴിൽസമ്പുഷ്ടീകരണം
5. ജീവനക്കാരെ അംഗീകരിക്കൽ
6. ജീവനക്കാരുടെ പങ്കാളിത്തം
7. ജീവനക്കാരുടെ ശാക്തീകരണം

നേതൃത്വം (Leadership)

പൊതുലക്ഷ്യങ്ങൾ നേടിയെടുക്കുന്നതിനായി ജീവനക്കാരെ സ്വമേധയാ ജോലി ചെയ്യാൻ പ്രേരിപ്പിക്കുന്ന പ്രവർത്തനമാണ് നേതൃത്വം

ആശയ വിനിമയം (Communication)

സ്വീകർത്താവിനു മനസ്സിലാകുന്ന വിധം ആശയങ്ങൾ പ്രേഷിതനിൽ നിന്ന് കൈമാറുന്ന പ്രക്രിയയാണ് ആശയവിനിമയം.

ആശയ വിനിമയ പ്രക്രിയയിലെ ഘടകങ്ങൾ (Elements of Communication)

(i). പ്രേക്ഷകൻ
(ii). സന്ദേശം
(iii). എൻകോഡിങ്
(iv). മാധ്യമം
(v). സ്വീകർത്താവ്
(vi). പ്രതികരണം
(vii.) ബഹളം

docs.aglasem.com

aglasem.com

ഔപചാരിക ആശയവിനിമയം (Formal communication)

സ്ഥാപനത്തിന്റെ ഘടനയ്ക്ക് അനുസരിച്ച് മുൻകൂട്ടി നിശ്ചയിച്ച പാതയിലൂടെ നടക്കുന്ന ആശയവിനിമയമാണ് ഔപചാരിക ആശയവിനിമയം

അനൗപചാരിക ആശയവിനിമയം (Non formal communication)

സംഘടനയുടെ മുൻകൂട്ടി നിശ്ചയിച്ചിട്ടുള്ള ഔപചാരിക പാതയിലൂടെയല്ലാത്ത ആശയവിനിമയത്തെ അനൗപചാരിക ആശയവിനിമയം എന്ന് പറയുന്നു.

വിനിമയത്തിലെ തടസ്സങ്ങൾ (Barriers to Communications)

(i). സന്ദേശങ്ങൾ മോശമായി ആവിഷ്കരിക്കുക.

(ii). വ്യത്യസ്ത അർത്ഥമുള്ള പദങ്ങൾ /ചിഹ്നങ്ങൾ പ്രയോഗിക്കുക

(iii). തെറ്റായി വിവർത്തനം ചെയ്യുക

(iv). വ്യക്തതയില്ലാത്ത നിഗമനങ്ങളിൽ എത്തിച്ചേരുക.

(v). അപകടമായി വിലയിരുത്തുക.

(vi). പ്രസരണ നഷ്ടം ഉണ്ടാവുക

(vii). സ്ഥാപനത്തിന്റെ നയങ്ങൾ സ്വതന്ത്രമായ ആശയവിനിമയത്തെ തടസ്സപ്പെടുത്തും

(viii). കീഴ്ജല ജീവനക്കാരിൽ ഉള്ള വിശ്വാസക്കുറവ്

(ix). സന്നദ്ധത ഇല്ലായ്മ.

(x). ശരിയായ പ്രോത്സാഹനത്തിന്റെ അഭാവം

****

docs.aglasem.com

CHAPTER 8

നിയന്ത്രണം (Controlling)

നിയന്ത്രണത്തിന്റെ അർത്ഥം (Meaning of Controlling)

ഒരുസ്ഥാപനത്തിലെ പ്രവർത്തനങ്ങൾ മുൻകൂട്ടി നിശ്ചയിച്ചപദ്ധതികൾ പ്രകാരം നടക്കുന്നു
എന്ന് ഉറപ്പുവരുത്തുന്ന പ്രക്രിയയാണ് നിയന്ത്രണം.

നിയന്ത്രണത്തിന്റെ പ്രാധാന്യം (Importance of Controlling)

(1). സംഘടനാ ലക്ഷ്യങ്ങൾ നേടുന്നതിന് സഹായിക്കുന്നു.
(2). നിലവാര കൃത്യത വിലയിരുത്തുന്നു.
(3). വിഭവങ്ങളുടെ കാര്യക്ഷമമായ ഉപയോഗം സാധ്യമാവുന്നു.
(4). ജീവനക്കാരിൽ പ്രചോദനം വർധിപ്പിക്കുന്നു.
(5). ക്രമവും അച്ചടക്കവും ഉറപ്പുവരുത്തുന്നു.
(6). പ്രവർത്തനത്തിലെ ഏകോപനത്തിനുള്ള സൗകര്യം ചെയ്തുകൊടുക്കുന്നു.

നിയന്ത്രണത്തിന്റെ പരിമിതികൾ (Limitations of Controlling)

(1). ഗണാത്മകനിലവാരം നിശ്ചയിക്കാനുള്ള ബുദ്ധിമുട്ട് അനുഭവപ്പെടുന്നു.
(2). ബാഹ്യഘടകങ്ങളിൽ നിയന്ത്രണം പരിമിതമാണ്
(3). ജീവനക്കാരുടെ പ്രതിഷേധം ദൃശ്യമാകുന്നു.
(4). ഇടപാടുകൾ ചെലവേറിയതാകുന്നു.

ആസൂത്രണവും നിയന്ത്രണവും തമ്മിലുള്ള ബന്ധം
(Relationship between Planning & Controlling)

(1). ആസൂത്രണവും നിയന്ത്രണവും മാനേജ്മെന്റിന്റെ വേർപെടുത്താൻ പറ്റാത്ത ഇരട്ടകളാണ്.
(2). നിയന്ത്രണമില്ലാത്ത ആസൂത്രണം അർത്ഥശൂന്യവും ആസൂത്രണമില്ലാത്ത നിയന്ത്രണം വിവേകശൂന്യവുമാണ്.
(3). ആസൂത്രണം നിയന്ത്രണത്തെ എളുപ്പമുള്ളതും ഫലപ്രദവുമാക്കുന്നു.
(4). ആസൂത്രണത്തിലെ കുറവുകൾ നിയന്ത്രണംവഴി വെളിവാകുകയും അത് ഭാവി ആസൂത്രണത്തെ സഹായിക്കുകയും ചെയ്യുന്നു.

നിയന്ത്രണപ്രക്രിയയിലെ വിവിധ ഘട്ടങ്ങൾ (Steps / Process in Controlling)

(1). പ്രകടന നിലവാരം നശ്ചയിക്കുക
(2). യഥാർത്ഥ പ്രകടനം അളക്കുക.
(3). യഥാർത്ഥ പ്രകടനത്തെ നിലവാരവുമായി താരതമ്യം ചെയ്യുക.
(4). വ്യതിയാനങ്ങൾ വിശകലനം ചെയ്യുക.
(5). തിരുത്തൽ നടപടികൾ സ്വീകരിക്കുക.

★★★★★

docs.aglasem.com
aglasem.com

CHAPTER 9

ധനകാര്യ മാനേജ്മെന്റ് (Financial Management)

ധനകാര്യ മാനേജ്മെന്റിന്റെ അർത്ഥം

ഒരു ബിസിനസ് സ്ഥാപനം നടത്തുന്നതിന് ആവശ്യമായ പണത്തിന്റെ ഉറവിടം കണ്ടെത്തുകയും ആവശ്യമായ തുക ശേഖരിക്കുകയും അത് ഏറ്റവും വിവേകപൂർവ്വം ഉപയോഗിക്കുകയും ചെയ്യുക എന്നതാണ് ധനകാര്യ മാനേജ്മെന്റിന്റെ അർത്ഥം

ബിസിനസിൽ ധനകാര്യ മാനേജ്മെന്റിന്റെ□പങ്ക് വിശദീകരണം
(Role of Financial Management in Business)

ഒരു ബിസിനസ്സ് തുടങ്ങുന്നതിനും നടത്തിക്കൊണ്ടു പോകുന്നതിനും വിപുലീകരിക്കുന്നതിനും നവീകരിക്കുന്നതിനുമെല്ലാം പണം ഒരു അത്യാവശ്യ ഘടകമാണ്. ഈ പണം ഉപയോഗിച്ചാണ് ബിസിനസ്സിന് ആവശ്യമായ ഭൂമി, കെട്ടിടം, ഫർണിച്ചർ, യന്ത്രസാമഗ്രികൾ തുടങ്ങിയവ സമാഹരിക്കുന്നത്.

ധനകാര്യ മാനേജ്മെന്റിന്റെ പ്രാധാന്യം
(Importance of Financial Management)

(1). സ്ഥിര ആസ്തികളുടെ വലുപ്പവും ഘടനയും മനസിലാക്കാൻ സാധിക്കുന്നു

(2). ഹ്രസ്വ കാല ആസ്തികളുടെ ഘടനയും അളവും തീരുമാനക്കാൻ പറ്റുന്നു

(3). ദീർഘകാല, ഹ്രസ്വകാല ഫണ്ടുകൾ തമ്മിലുള്ള അനുപാതം തിരിച്ചറിയാൻ സാധിക്കുന്നു

(4). ദീർഘകാല ധനസഹായം കടം, ഇക്വിറ്റി എന്നിങ്ങനെ വേർതിരിക്കാൻ കഴിയുന്നു.

(5). ലാഭനഷ്ട അക്കൗണ്ടിലെ എല്ലാ ഇനങ്ങളും ശ്രദ്ധിക്കാൻ സാധിക്കുന്നു

ധനകാര്യ മാനേജ്മെന്റിന്റെ ലക്ഷ്യങ്ങൾ
(Objectives of Financial Management)

(1). ലാഭം പരമാവധി നേടുക

(2). സമ്പത്ത് പരമാവധി സമ്പാദിക്കുക.
ഉടമസ്ഥരുടെ സമ്പത്ത് = കൈവശമുള്ള ഓഹരികളുടെ എണ്ണം x മാർക്കറ്റ് വില

docs.aglasem.com
aglasem.com

ധനകാര്യ ആസൂത്രണത്തിന്റെ അർത്ഥവും പ്രാധാന്യവും
(Financial Planning – Meaning & Importance)

ഒരു സ്ഥാപനത്തിന്റെ ഭാവിപ്രവർത്തനവുമായി ബന്ധപ്പെട്ട ധനകാര്യ കരടുരേഖ തയ്യാറാക്കു ന്നതിനെ ധനകാര്യ ആസൂത്രണം എന്ന് വിളിക്കുന്നു. ഫണ്ടുകളുടെ കണക്കാക്കൽ സംഭരണം, വിനിയോഗം, ഭരണം എന്നിവ ഇതിൽ ഉൾപ്പെടുന്നു.

(1). ആവശ്യകതകൾ മുൻകൂട്ടി കാണാൻ സഹായിക്കുന്നു.
(2). അനിശ്ചിതത്വങ്ങൾ ഒഴിവാക്കാൻ പറ്റുന്നു
(3). ഏകോപനം യഥാസമയം നടക്കുന്നു.
(4). വിഭവങ്ങളുടെ കാര്യക്ഷമമായ ഉപയോഗം സാധ്യമാവുന്നു.
(5). എളുപ്പത്തിലുള്ള വിലയിരുത്തൽ നടക്കുന്നു.

മൂലധനഘടന എന്ന ആശയം (Capital Structure-Meaning)

ഓഹരി ഉടമകളിൽ നിന്നും ശേഖരിച്ച ഉടമസ്ഥമൂലധനവും , മുൻഗണനാ ഓഹരിമൂലധനവും , മിച്ചവും , ദീർഘകാല വായ്പകളും കരുതൽ ധനവും പോലുള്ള ദീർഘകാല ഫണ്ടുകളുടെ മിശ്രിതമോ ഘടനയോ മൂലധന ഘടനയെ സൂചിപ്പിക്കുന്നു.

ഇത് ഉടമകളുടെ ഫണ്ടുകളും കടമെടുത്ത ഫണ്ടുകളും തമ്മിലുള്ള മിശ്രിതമാണ്. ഉടമസ്ഥരുടെ ഫണ്ടുകളെ ഇക്വിറ്റി എന്നും കടമെടുത്ത ഫണ്ടുകളെ ഡബ്റ്റ് എന്നും വിളിക്കുന്നു. ഒരു കമ്പനിയുടെ മൂലധന ഘടനയിൽ ഇനിപ്പറയുന്ന ഏതെങ്കിലും രീതികൾ അടങ്ങിയിരിക്കുന്നു:

1. ഇക്വിറ്റി ഷെയറുകൾ മാത്രം.
2. ഇക്വിറ്റി ഷെയറുകളും മുൻ ഗണനാ ഷെയറുകളും.
3. ഇക്വിറ്റി ഷെയറുകളും ഡിബഞ്ചറുകളും.
4. ഇക്വിറ്റി ഷെയറുകൾ, മുൻ ഗണന ഷെയറുകൾ, ഡിബഞ്ചറുകൾ
5. ഇക്വിറ്റി, മുൻഗണന, ഡിബഞ്ചറുകൾ, ദീർഘകാല വായ്പകൾ.

അനുയോജ്യമായ മൂലധനഘടന തെരെഞ്ഞെടുക്കുമ്പോൾ ശ്രദ്ധിക്കേണ്ട ഘടകങ്ങൾ
(Factors to be considered while Forming Ideal Capital Structure)

(1). ഇക്വിറ്റി അല്ലെങ്കിൽ ഫിനാൻഷ്യൽ ലിവറേജ് അല്ലെങ്കിൽ ക്യാപിറ്റൽ ഗിയറിംഗ്
(2). പണപ്രവാഹത്തിന്റെ അവസ്ഥ
(3). ഇന്ററെസ്റ്റ് കവറേജ് അനുപാതം
(4). ഡെറ്റ് സർവീസ് കവറേജ് അനുപാതം

docs.aglasem.com

aglasem.com

(5). നിക്ഷേപത്തിൻ മേലുള്ള പ്രതിഫലം

(6). കടം ലഭ്യമാക്കുന്നതിനുള്ള ചിലവ്

(7). നികുതി നിരക്ക്

(8) ഇകപിറ്റി ചെലവ്

(9). സെക്യൂരിറ്റികൾ വിപണിയിൽ ഇറങ്ങുന്നതിന്റെ ചെലവ്

(10). നഷ്ടസാധ്യത

(11). വഴക്കം

(12). നിയന്ത്രണം

(13). നിയമപരമായ ചട്ടക്കൂട്

(14). ഓഹരി വിപണിയിലെ അവസ്ഥ

(15). മറ്റ് കമ്പനികളുടെ മൂലധന ഘടന

സ്ഥിരമൂലധനത്തിന്റെയും പ്രവർത്തന മൂലധനത്തിന്റെയും അർത്ഥം
(Meaning of Fixed and Working Capital)

സ്ഥിര മൂലധനം

ഭൂമി, കെട്ടിടം, പ്ലാന്റ്, യന്ത്രങ്ങൾ, വാഹനങ്ങൾ മുതലായ സ്ഥിര ആസ്തികൾ സ്വന്തമാക്കാൻ ചെലവിടുന്ന മൂലധനമാണ് സ്ഥിര മൂലധനം. ഇതിന്റെ ഗുണം ഭാവിയിൽ നിരവധി വർഷം ലഭിക്കുന്നു.

പ്രവർത്തന മൂലധനം

ദൈനംദിന പ്രവർത്തനങ്ങൾക്ക് ആവശ്യമായ സ്റ്റോക്ക് , ഡെബ്റ്റേഴ്സ് , ബില്ല് റിസിവബിൾ എന്നി ഹ്രസ്വകാല ആസ്തികളിലുള്ള നിക്ഷേപങ്ങളാണ് പ്രവർത്തന മൂലധനം. ഇതിന്റെ ഗുണം ഒരു വർഷം വരെ ലഭിക്കുന്നു.

സ്ഥിരമൂലധനത്തെ സ്വാധീനിക്കുന്ന ഘടകങ്ങൾ
(Factors affecting Fixed Capital Requirements)

(1). **ബിസിനസ്സിന്റെ സ്വഭാവം** - നിർമ്മാണ മേഖലയിൽ വലിയ നിക്ഷേപം ആവശ്യമാണ്.

(2). **പ്രവർത്തനങ്ങളുടെ തോത്** - വലിയ തോതിലുള്ള ബിസിനസിന് കൂടുതൽ മൂലധനം ആവശ്യമാണ്.

(3). **സാങ്കേതിക വിദ്യയുടെ തിരഞ്ഞെടുപ്പ്** - ഉയർന്ന യന്ത്രവത്കൃത വ്യവസായങ്ങൾക്ക് വലിയ മൂലധനം ആവശ്യമാണ്.

(4). **സാങ്കേതിക വിദ്യയുടെ നവീകരണം** - നവീകരണ പ്രവർത്തനങ്ങൾക്ക് കൂടുതൽ മൂലധനം ആവശ്യമാണ്.

(5). **വളർച്ചാ സാധ്യതകൾ** - സ്ഥാപനം വളർച്ചയുടെ വഴിയിലാണെങ്കിൽ ഉയർന്ന നിക്ഷേപം ആവശ്യമാണ്

docs.aglasem.com

aglasem.com

(6). **വൈവിധ്യവൽക്കരണം** - സ്ഥാപനം പുതിയ മേഖലയിലേക്ക് മാറുമ്പോൾ കൂടുതൽ നിക്ഷേപംവേണം

(7). **സ്ഥിര ആസ്തികൾ സ്വായത്തമാക്കുന്ന രീതി** - സ്ഥിര ആസ്തികൾ പണം നൽകി വാങ്ങുന്നതിനു പകരം വാടക വ്യവസ്ഥയിലാണെങ്കിൽ കുറഞ്ഞ നിക്ഷേപതുക മതി

(8). **സഹകരണം** - മറ്റ് സ്ഥാപനങ്ങളുമായി സഹകരിക്കുന്നതിലൂടെ, സ്ഥിര മൂലധനത്തിന്റെ ആവശ്യകത കുറയ്ക്കാൻ കഴിയും

പ്രവർത്തന മൂലധനത്തെ സ്വാധീനിക്കുന്ന ഘടകങ്ങൾ
(Factors affecting Working Capital Requirements)

(1). **ബിസിനസ്സിന്റെ സ്വഭാവം** - ഒരു ബിസിനസ്സിന്റെ സ്വഭാവവും രൂപവും അതിന്റെ പ്രവർത്തന മൂലധനത്തിനെ സ്വാധിനിക്കും

(2). **പ്രവർത്തനങ്ങളുടെ തോത്** - വൻകിട സംരംഭങ്ങൾക്ക് ഉയർന്ന പ്രവർത്തന മൂലധനം ആവശ്യമാണ്.

(3). **ബിസിനസ് പരിവൃത്തി**- അഭിവൃദ്ധി കാലയളവിൽ വലിയ മൂലധനം ആവശ്യമാണ്.

(4). **കാലചക്രമനുസരിച്ചുള്ള ഘടകങ്ങൾ**- കാലചക്രമനുസരിച്ചു വസ്തുക്കൾ ഉൽപാദിപ്പിക്കുകയും വിൽക്കുകയും ചെയ്യുന്ന വ്യവസായങ്ങൾക്ക് ആകാലയളവിൽ വലിയ പ്രവർത്തന മൂലധനം ആവശ്യമാണ്.

(5). **വളർച്ചാ സാധ്യതകൾ** - സ്ഥാപനം വളർച്ചയുടെ വഴിയിലാണെങ്കിൽ ഉയർന്ന നിക്ഷേപം ആവശ്യമാണ്

(6). **ഉൽപാദന ചക്രം** - നീണ്ട ഉൽപാദന ചക്രം ആവശ്യമുള്ള ബിസിനസ് സംരംഭത്തിന് കൂടുതൽ പ്രവർത്തന മൂലധന നിക്ഷേപം വേണം

(7). **കടം അനുവദിക്കൽ**- കടം അനുവദിക്കുമ്പോൾ കൂടുതൽ പ്രവർത്തന മൂലധനം ആവശ്യമായി വരുന്നു.

(8). **കടത്തിന്റെ ലഭ്യത** - വിതരണക്കാരിൽ നിന്ന് ചരക്കുകൾക്കായി ക്രെഡിറ്റ് സൗകര്യം ലഭിക്കുകയാണെ ങ്കിൽ, പ്രവർത്തന മൂലധന ആവശ്യകത കുറവായിരിക്കും.

(9). **പ്രവർത്തനക്ഷമത** - പണം, കടക്കാർ, ഇൻവെന്ററികൾ എന്നിവ കാര്യക്ഷമമായി കൈകാര്യം ചെയ്യുന്നുവെങ്കിൽ, പ്രവർത്തന മൂലധന ആവശ്യകത കുറയ്ക്കാൻ കഴിയും.

docs.aglasem.com

(10). **അസംസ്കൃത വസ്തുക്കളുടെ ലഭ്യത** - അസംസ്കൃത വസ്തുക്കൾ ഒരു കുറവുമില്ലാതെ പതിവായി ലഭ്യമാണെങ്കിൽ, പ്രവർത്തന മൂലധനം ആവശ്യകത കുറവായിരിക്കും.

(11). **വളർച്ചാ സാധ്യതകൾ** - ഒരു സ്ഥാപനം അതിവേ ഗം വളരുകയാണെങ്കിൽ, ഉയർന്ന ഉൽപാദനവും വിൽപ്പനയും നേരിടാൻ വലിയ പ്രവർത്തന മൂലധനം ആവശ്യമാണ്.

(12). **മത്സരത്തിന്റെ നിലവാരം** - മത്സരം ഉയർന്നതാണെ ങ്കിൽ, കൂടുതൽ സ്റ്റോക്ക് വിപണിയിൽ എത്തിക്കേണ്ടി വരും , ഇത് പ്രവർത്തന മൂലധന ആവശ്യകത വർദ്ധിപ്പിക്കുന്നു.

****

docs.aglasem.com

CHAPTER 10

വിപണനം (Marketing)

വിപണനം എന്നതിന്റെ അർത്ഥം (Meaning -Marketing)

ഉപഭോക്തൃ ആവശ്യങ്ങളുടെ സംതൃപ്തി വർദ്ധിപ്പിക്കുന്ന തരത്തിൽ ചരക്കുകളും സേവനങ്ങളും നിർമ്മാതാക്കളിൽ നിന്ന് ഉപഭോക്താക്കളിലേക്ക് കൈമാറ്റം ചെയ്യുന്ന ഒരു പ്രക്രിയയാണ് വിപണനം.

ഉപഭോക്താക്കളുടെ ആവശ്യങ്ങളും ആഗ്രഹങ്ങളും കണ്ടെത്താനുള്ള ശ്രമങ്ങളും അതിൽ തൃപ്തികരമായ ഉൽപ്പന്നങ്ങളും സേവനങ്ങളും വികസിപ്പിക്കാൻ ശ്രമിക്കുന്നതും വിപണനത്തിൽ ഉൾപ്പെടുന്നു.

ഫിലിപ്പ് കോട്ലർ വിപണനത്തിനെ ഇപ്രകാരം നിർവഹിച്ചിരിക്കുന്നു "വ്യക്തിഗത കൂട്ടായ്മകൾ മൂല്യമുള്ള സാധനങ്ങളും സേവനങ്ങളും മറ്റുള്ളവർക്ക് കൈമാറ്റം ചെയ്യുന്നതിലൂടെ അവർക്ക് ആവശ്യമായ നേ ടിയെ ടുക്കുന്ന സാമൂഹിക പ്രക്രിയയാണ് വിപണനം"

വിപണന മാനേജ്മെന്റ് (Marketing Management)

ഉപഭോക്താക്കളുടെ ആവശ്യങ്ങൾ നിറവേറ്റുന്നതിനായി സാധനങ്ങളുടെയും സേവനങ്ങളുടെയും വിപണനവുമായി ബന്ധപ്പെട്ട പ്രവർത്തനങ്ങൾ ആസൂത്രണം ചെയ്യുക, സംഘടിപ്പിക്കുക, സംവിധാനം ചെയ്യുക, നിയന്ത്രിക്കുക എന്നതാണ് വിപണന മാനേജ്മെന്റ് അർത്ഥമാക്കുന്നത്.

വിപണന മാനേജ്മെന്റ് പ്രക്രിയ (Marketing Management Process)

(1). ലക്ഷ്യവിപണി തിരഞ്ഞെടുക്കൽ
(2). ഉൽപ്പന്നത്തിന് ചോദനം സൃഷ്ടിക്കുക
(3). മികച്ച മൂല്യങ്ങൾ സൃഷ്ടിക്കുക

വിപണനവും വിൽപ്പനയും (Marketing and Selling)

വിപണനം (Marketing)

ഉൽപ്പന്നം ആസൂത്രണം ചെയ്യുക, ഉൽപ്പന്നത്തിന് വില നിശ്ചയിക്കുക, വിതരണ മാർഗ്ഗങ്ങൾ തിരഞ്ഞെ ടുക്കൽ, വിൽപ്പനാനന്തര സേവനങ്ങൾ എന്നിവയുമായി ബന്ധപ്പെട്ട മുഴുവൻ പ്രവർത്തനങ്ങളും വിപണനത്തിൽ ഉൾപ്പെടുന്നു.

docs.aglasem.com

aglasem.com

വിൽപ്പന (Selling)

വിൽപനയുടെ പ്രവർത്തനങ്ങൾ വിൽപ്പന ,പരസ്യം ചെയ്യൽ, പ്രചാരണം എന്നിവയിലൂടെ സാധനങ്ങളുടെയും സേവനങ്ങളുടെയും വിൽപ്പന വർധനവുമായി പരിമിതപ്പെടുത്തിയിരിക്കുന്നു.

വിപണനം വിൽപ്പന എന്നിവയുടെ വ്യത്യാസങ്ങൾ

വിപണനം	വിൽപ്പന
1. മാർക്കറ്റിംഗ് ഉപഭോക്താവിന്റെ ആവശ്യങ്ങൾ തൃപ്തിപ്പെടുത്തുന്ന സാധനങ്ങളിൽ ശ്രദ്ധ കേന്ദ്രീകരിക്കുന്നു.	1. വിൽപ്പന വിൽപ്പനക്കാരന്റെ സാധനങ്ങൾ പണമായി പരിവർത്തനം ചെയ്യുന്നതിൽ ശ്രദ്ധ കേന്ദ്രീകരിക്കുന്നു.
2. ഉത്പാദനത്തിന് മുമ്പ് മാർക്കറ്റിംഗ് ആരംഭിക്കുന്നു	2. ഉൽപാദനത്തിനുശേഷം വിൽപ്പന നടക്കുന്നു.
3. ഉൽപന്നത്തിന്റെ ആസൂത്രണത്തിനും വികസനത്തിനും ഊന്നൽ	3. ഇതിനകം ഉൽപാദിപ്പിച്ച സാധനങ്ങളുടെ വിൽപനയ്ക്ക് ഊന്നൽ
4. കസ്റ്റമർ ഓറിയന്റഡ് - ഉപഭോക്താവ് രാജാവാണ്.	4. ഉൽപ്പന്നത്തെ അടിസ്ഥാനമാക്കിയുള്ളത്.
5. ഉപഭോക്തൃ സംതൃപ്തിയിലൂടെ ലാഭം ലക്ഷ്യമിടുന്നു.	5. വിൽപ്പന അളവിൽ ലാഭം ലക്ഷ്യമിടുന്നു.
6. കാവിയറ്റ് വെണ്ടറിന്റെ തത്ത്വം (വിൽപ്പനക്കാരൻ സൂക്ഷിക്കുക).	6. കാവിയറ്റ് എംപ്റ്ററിന്റെ തത്വം (വാങ്ങുന്നയാൾ സൂക്ഷിക്കുക).
7. സംയോജിത സമീപനം (മാക്രോ) - മാർക്കറ്റിംഗ് ഗവേഷണം, ഉൽപ്പന്ന ആസൂത്രണം, പരസ്യം മുതലായവ.	7. വിഘടിച്ച സമീപനം (മൈക്രോ) - ഉൽപാദിപ്പിക്കുന്നതെന്തും വിൽക്കാൻ ശ്രമിക്കുന്നു.
8. ബിസിനസിന്റെ വളർച്ചയ്ക്കും സ്ഥിരതയ്ക്കും ഊന്നൽ നൽകുന്നതിനാൽ ദീർഘകാല വീക്ഷണം.	8. ലാഭം വർദ്ധിപ്പിക്കുന്നതിന് ഊന്നൽ നൽകുന്നതിനാൽ ഹ്രസ്വകാല കാഴ്ചപ്പാട്.

docs.aglasem.com

aglasem.com

വിപണനത്തിന്റെ പ്രധാന പ്രവർത്തനങ്ങൾ (Functions of Marketing)

(1). വിപണി വിവരങ്ങൾ ശേഖരിക്കുകയും വിശകലനം ചെയ്യുകയും ചെയ്യുക

(2). വിപണനാസൂത്രണം - മാർക്കറ്റിംഗ് പ്ലാൻ വികസിപ്പിക്കൽ

(3). ഉൽപ്പന്ന രൂപകൽപ്പനയും വികസനവും

(4). നിലവാരവൽക്കരണവും തരംതിരിക്കലും

(5). പാക്കേജിംഗും ലേബലിംഗും

(6). ബ്രാൻഡിംഗ്

(7). ഉപഭോക്തൃ പിന്തുണാസേവനം

(8). വിലനിർണ്ണയം

(9). വില്പന പ്രോത്സാഹനങ്ങൾ / പ്രമോഷൻ

(10). ഭൗതിക വിതരണം

(11). ഗതാഗതം

(12). സംഭരണം അല്ലെങ്കിൽ പാണ്ടികശാല സൂക്ഷിപ്പ്

വിപണന – മിശ്രിതത്തിന്റെ ഘടകങ്ങൾ (Elements of Marketing Mix)

വിപണന – മിശ്രിതം

കമ്പനിയുടെ മാർക്കറ്റിംഗ് സംവധാനത്തിന്റെ കാതൽ - ഉൽപ്പന്നം (Product), വില ഘടന (Price), വിൽപ്പന വർധക പ്രവർത്തനങ്ങൾ (Promotion), വിതരണ സ്ഥലം (Place) എന്നിവ ഉൾക്കൊള്ളുന്ന നാല് ഇൻ പുട്ടുകളുടെ സംയോജനത്തെ വിവരിക്കാൻ ഉപയോഗിക്കുന്ന പദമാണ് വിപണന – മിശ്രിതം

വിപണന മിശ്രിതത്തിന്റെ ഘടകങ്ങൾ (Elements of Marketing Mix)

(1). **ഉൽപ്പന്നം** (Product) – മാർക്കറ്റിംഗ് മിശ്രിതത്തിന്റെ ഏറ്റവും പ്രധാനപ്പെട്ട ഘടകമാണിത്, അതിൽ ഉപഭോക്താവിന് ആവശ്യമായ തരത്തിലുള്ള സാധനങ്ങകളും സേ വനങ്ങളും ആസൂത്രണം ചെ യ്യുക, വികസിപ്പിക്കുക, ഉത്പാദിപ്പിക്കുക എന്നിവ ഉൾപ്പെ ടുന്നു.

(2). **വില** (Price) – ഒരു ഉൽപ്പന്നത്തിന്റെ വില നിശ്ചയിക്കുന്നതോടൊപ്പം ക്രെഡിറ്റ് പോളിസികൾ, ഡിസ്കൗണ്ട് സിസ്റ്റം, ഡെലിവറി നിബന്ധനകൾ, പേയ്മെന്റ്, റീട്ടെയിൽ വില, ഉൽപാദനച്ചെലവ്, മത്സരം, സർക്കാർ നിയന്ത്രണങ്ങൾ തുടങ്ങിയവ ഉൾപ്പെടുന്നു.

docs.aglasem.com
aglasem.com

(3). **സ്ഥലം** (Place) - ഉൽപ്പന്നം ശരിയായ സമയത്ത് ശരിയായ സ്ഥലത്ത് ലഭ്യമാക്കുന്നതിന് ഏറ്റെടുക്കുന്ന മാർക്കറ്റിംഗ് ശ്രമങ്ങളെ ഇത് സൂചിപ്പിക്കുന്നു.

(4). **വിൽപ്പന വർധക പ്രവർത്തനങ്ങൾ** (Promotion) – കമ്പനിയുടെ ഉൽപ്പന്നത്തെക്കുറിച്ച് ഉപഭോക്താക്കളെ അറിയിക്കുന്നതിനും വാങ്ങാൻ അവരെ പ്രേരിപ്പിക്കുന്നതിനും ഒരു സെയിൽസ് മാനേജർ ഏറ്റെടുക്കുന്ന എല്ലാ പ്രവർത്തനങ്ങളും വിൽപ്പന വർധക പ്രവർത്തനങ്ങൾ എന്ന് പറയാം

ഉൽപ്പന്നങ്ങളുടെ വ്യത്യസ്ത വിഭാഗങ്ങൾ (Different types of Products)

ഉൽപ്പന്നങ്ങളെ വിശാലമായി രണ്ട് ആയി തരംതിരിക്കാം –

(1). ഉപഭോക്തൃ ഉൽപ്പന്നങ്ങൾ (Consumer Products)

ആത്യന്തിക ഉപഭോക്താക്കൾ അവരുടെ വ്യക്തിപരമായ ആവശ്യങ്ങൾ നിറവേറ്റുന്നതിനായി വാങ്ങുന്ന ഉൽപ്പന്നങ്ങളെ ഉപഭോക്തൃ ഉൽപ്പന്നങ്ങൾ/ വ്യക്തിഗത ഉൽപ്പന്നങ്ങൾ എന്നു

വിളിക്കുന്നു. ഉദാ: സോപ്പ്, ഷൂസ്, ടിവി, ടൂത്ത് പേസ്റ്റുകൾ

ഉപഭോക്തൃ ഉൽപ്പന്നങ്ങളെ രണ്ട് പ്രധാന ഘടകങ്ങളുടെ അടിസ്ഥാനത്തിൽ തരം തിരിക്കാം.

(i). ഈടുനിൽപ്പിന്റെ അടിസ്ഥാനത്തിൽ ,

(a). ഈടുനിൽക്കുന്ന ഉൽപ്പന്നങ്ങൾ

ഉദാ: റഫ്രിജറേറ്റർ, വാഷിംഗ് മെഷീൻ, റേഡിയോ

(b). ഈടുനിൽക്കാത്ത ഉൽപ്പന്നങ്ങൾ

ഉദാ: ടൂത്ത് പേസ്റ്റ്, സോപ്പ്, പുസ്തകങ്ങൾ

(c). സേവനങ്ങൾ - ഉപഭോക്തൃ ഉല്പന്നങ്ങൾ ഭൗതുക രൂപമുള്ളതും ദൃശ്യവുമാണ്. എന്നാൽ സേവനങ്ങൾ അദൃശ്യമാണ്. ഉദാ: ഡ്രൈ ക്ലീനിംഗ്, വാച്ച് റിപ്പയർ, തപാൽ സേവങ്ങൾ, ഒരു ഡോക്ടർ, അഭിഭാഷകൻ

(ii). ഷോപ്പിംഗ് പ്രയത്നത്തിന്റെ അടിസ്ഥാനത്തിൽ

(a). സൗകര്യപ്രദമായ ഉൽപ്പന്നം

ഉദാ: സോപ്പ്, ബ്രെ ഡ്, മാച്ച് ബോക്സ്, ടൂത്ത് പേസ്റ്റ്, മാസികകൾ,

(b). ഷോപ്പിംഗ് ഉൽപ്പന്നങ്ങൾ

ഉദാ: വസ്ത്രങ്ങൾ, ഷൂകൾ, ആഭരണങ്ങൾ, ഫർണിച്ചർ,

(c). വിശിഷ്ട ഉൽപ്പന്നങ്ങൾ

ഉദാ: അപൂർവ കലാസൃഷ്ടികളുടെ ശേ ഖരം, പെയിന്റിംഗ്,

docs.aglasem.com

(2). വ്യാവസായിക ഉൽപ്പന്നങ്ങൾ . (Industrial Products)

പുതിയ ഉല്പന്നങ്ങൾ നിർമ്മിക്കുന്നതിനായി ഉപയോഗിക്കുന്ന വസ്തുക്കളാണ് വ്യാവസായിക ഉൽപ്പന്നങ്ങൾ . ഉദാ: അസംസ്കൃത വസ്തുക്കൾ, എഞ്ചിനുകൾ, ലൂബ്രിക്കന്റുകൾ, ഉപകരണങ്ങൾ

വിവിധതരം വ്യാവസായിക ഉല്പന്നങ്ങൾ

1. അസംസ്കൃതവസ്തുക്കളും അനുബന്ധസാമഗ്രികളും
2. മൂലധന ഉല്പന്നങ്ങൾ
3. വിതരണവും ബിസിനസ് സേവനങ്ങളും

ഒരു ഉൽപ്പന്നത്തിന്റെ വിലയെ ബാധിക്കുന്ന ഘടകങ്ങൾ (Factors affecting pricing of Products)

ഉപഭോക്താക്കൾക്ക് ഉല്പന്നം ഉപയോഗിക്കുമ്പോഴുണ്ടാകുന്ന നേട്ടത്തിനുള്ള മൂല്യമാണ് പണം. അതിനെ യാണ് ഉല്പന്നത്തിന്റെ വില എന്ന് പറയുന്നത്. വില ഉൽപാദനച്ചെലവ്, മത്സരം, മറ്റ് നേരിട്ടുള്ള, പരോക്ഷഘടകങ്ങൾ എന്നിവയെ ആശ്രയിച്ചിരിക്കുന്നു.

വില നിർണ്ണയത്തെ ബാധിക്കുന്ന ഘടകങ്ങൾ

1. **ഉൽപ്പന്നത്തിന്റെ വില** - ഉൽ പാദനച്ചെ ലവും ലാഭത്തിന്റെ ന്യായമായ വരുമാനവും
2. **വിപണിയിലെ മത്സരത്തിന്റെ വ്യാപ്തി -** വിപണിയിൽ മത്സരമുണ്ടെ ങ്കിൽ, എതിരാളികളുടെ ഉൽപ്പന്നത്തിന്റെ വില കണക്കിലെ ടുത്ത് വില നിശ്ചയിക്കണം.
3. **ഉപഭോക്തൃ ആവശ്യം** - ആവശ്യം അനിവാര്യമാണെ ങ്കിൽ ഉയർന്ന വില ഈടാക്കാൻ കഴിയും.
4. **ഗവൺമെന്റും നിയമപരമായ നിയന്ത്രണവും** - ഭക്ഷ്യ എണ്ണ, പഞ്ചസാര, മരുന്ന് മുതലായ ചില ഉൽപ്പന്നങ്ങളുടെ വില പൊതുജന താൽപ്പര്യത്തിനായി സർക്കാർ നിയന്ത്രിക്കുന്നു.
5. **സ്ഥാപനത്തിന്റെ ലക്ഷ്യം -** വില നിർണ്ണയിക്കാൻ സഹായിക്കുന്ന വളരെ പ്രധാനപ്പെട്ട ഘടകമാണ് സ്ഥാപനത്തിന്റെ ലക്ഷ്യം
6. **ഉപയോഗിക്കുന്ന വിപണന രീതികൾ -** വിതരണ സമ്പ്രദായം, ജോലി ചെയ്യുന്ന സെയിൽ സ്മാൻമാരുടെ ഗുണനിലവാരം, പരസ്യങ്ങളുടെ ഗുണനിലവാരം, വില്പനവർധന പ്രവർത്തനങ്ങൾ , ഉത്പന്നങ്ങളുടെ വ്യത്യസ്തത , വായ്പാ സൗകര്യങ്ങൾ ,പാക്കേജിംഗ് തരം എന്നിവയെ യും വില നിർണ്ണയിക്കുന്നത് ബാധിക്കുന്നു.

docs.aglasem.com

വിതരണമാർഗ്ഗങ്ങളുടെ വിവിധ തരങ്ങൾ
(Different types of channels of distribution)

സാധനങ്ങളുടെയും സേവനങ്ങളുടെയും ഭൗതിക വിതരണവുമായി ബന്ധപ്പെട്ട പ്രധാന തീരുമാനങ്ങളെ വിതരണ മാർഗ്ഗങ്ങൾ എന്ന് വിളിക്കുന്നു.

വിതരണ മാർഗ്ഗങ്ങളുടെ ധർമ്മങ്ങൾ

1. തരംതിരിക്കൽ
2. ശേഖരണം
3. വിഭജനം
4 .ഇട കലർത്തൽ
5. ഉൽപ്പന്ന പ്രോത്സാഹനം
6. മധ്യസ്ഥത വഹിക്കൽ
8. അപകടസാധ്യത ഏറ്റെടുക്കൽ

വിവിധയിനം വിതരണ മാർഗ്ഗങ്ങൾ

1. നേ രിട്ടുള്ള വിതരണരീതി (ശൂന്യ തല) (സീറോ ലെവൽ) - നിർമ്മാതാക്കൾ ഉപഭോക്താക്കൾക്ക് സാധനങ്ങൾ നേരിട്ട് ലഭ്യമാക്കുന്നു.

2. പരോക്ഷ വിതരണ രീതി:-

   (1). ഉല്പാദകൻ → ചില്ലറവ്യാപാരി → ഉപഭോക്താവ് (ഏകതലവിതരണ ശൃംഖല) (ഒരു ലെവൽ ചാനൽ)

   (2). ഉത്പാദകൻ → മൊത്തക്കച്ചവടക്കാരൻ → ചില്ലറ വ്യാപാരി → ഉപഭോക്താവ് (ദ്വിതല വിതരണ ശൃംഖല)

   (3). ഉത്പാദകൻ → ഏജന്റ് → മൊത്തക്കച്ചവടക്കാരൻ → ചില്ലറ വ്യാപാരി → ഉപഭോക്താവ് (ത്രിതല വിതരണ ശൃംഖല)

പ്രോത്സാഹനത്തിന്റെ പ്രധാന മാർഗ്ഗങ്ങൾ – പരസ്യം ചെയ്യൽ, വ്യക്തിഗതവിൽപ്പന, വിൽപ്പനപ്രോത്സാഹനം, പ്രചാരണം
(Techniques of Sales promotion)

പ്രമോഷൻ (Promotion / Sales promotion)

ഉപഭോക്താക്കളെ സാധ്യമായ അറിവുകൾ നൽകി ഉല്പന്നം വാങ്ങാൻ പ്രേരിപ്പിക്കുന്ന തരത്തിലുള്ള ഇരട്ട ലക്ഷ്യവുമായുള്ള ആശയവിനിമയത്തിന്റെ ഉപയോഗത്തെയാണ് പ്രൊമോഷൻ കൊണ്ട് അർത്ഥമാക്കുന്നത്.

docs.aglasem.com
aglasem.com

പരസ്യം ചെയ്യൽ (Advertising)

ചില സാധനങ്ങൾ അല്ലെങ്കിൽ സേവനങ്ങൾ വിൽക്കാൻ പ്രോത്സാഹിപ്പിക്കുന്നതിനായി വിപണനക്കാർ പണമടച്ച് നേടിയെടുക്കുന്ന വ്യക്തിയേതര ആശയവിനിമയ രൂപമാണ് പരസ്യം. ചരക്കുകളുടെയും സേ വനങ്ങളുടെയും ആനുകൂല്യങ്ങൾ, വില, ലഭ്യത തുടങ്ങിയവയെ ക്കുറിച്ചുള്ള

വിവരങ്ങൾ പരസ്യം നൽകുന്നു. ന്യൂസ് പേപ്പറുകൾ, മാസികകൾ,ടെലിവിഷൻ, റേഡിയോ എന്നിവയാണ് പരസ്യത്തിന്റെ സാധാരണ രീതികൾ.

പരസ്യത്തിന്റെ സവിശേഷതകൾ

(1). പണച്ചെലവുള്ള രീതി - ഉപഭോക്താക്കളുമായി ആശയവിനിമയം നടത്താൻ വിപണനക്കാർ/ സ്പോൺസർ ചിലവ് വഹിക്കണം.

(2). വ്യക്തിയേതരം - ഉപഭോക്താക്കളും പരസ്യദാതാവും തമ്മിൽ നേരിട്ട് മുഖാമുഖം ബന്ധപ്പെടുന്നില്ല.

(3). തിരിച്ചറിഞ്ഞ സ്പോൺസർ - ചില തിരിച്ചറിഞ്ഞ വ്യക്തികളോ കമ്പനിയോ പരസ്യം ഏറ്റെടുക്കുന്നു.

പരസ്യത്തിന്റെ പ്രയോജനങ്ങൾ / ഗുണങ്ങൾ (Benefits of Advertising)

(1). ചോദനം സൃഷ്ടിക്കുന്നു

(2). സാമ്പത്തിക ലാഭം

(3). ഉപഭോക്താക്കളെ ബോധവൽക്കരിക്കുകയും ഷോപ്പിംഗ് എളുപ്പമാക്കുകയും ചെയ്യുന്നു

(4). പുതിയ ഉൽ പ്പന്നങ്ങളുടെ ആമുഖം സുഗമമാക്കുന്നു

(5). ഉപഭോക്തൃ സംതൃപ്തിയും ആത്മവിശ്വാസവും വർദ്ധിപ്പിക്കുക

(6). ഉൽപ്പന്നത്തിന്റെ ഗുണനിലവാരം മെച്ചപ്പെടുത്തൽ

(7). ന്യായമായ വിലയ്ക്ക് ഉൽപ്പന്നത്തിന്റെ ലഭ്യത

(8). കമ്പ്യൂട്ടർ സഹായത്തോടെ ശക്തമായ ആവിഷ്കാരം

(9). ബഹുജനങ്ങളിലേക്ക് എത്തിച്ചേരുന്നു

പരസ്യത്തിന്റെ പരിമിതികൾ (Limitations of Advertising)

(1). വ്യക്തിഗത ബന്ധങ്ങളേക്കാൾ ബലം കുറഞ്ഞത്

(2). ഫീഡ് ബാക്കിന്റെ അഭാവം

(3). വഴക്കമില്ലായ്മ

(4). കുറഞ്ഞ ഫലപ്രാപ്തി

docs.aglasem.com

വ്യക്തിഗത വിൽപ്പന (Personal Selling)

വിൽപ്പനക്കാരനും വാങ്ങുന്നവനും തമ്മിലുള്ള മുഖാമുഖ സമ്പർക്കം അല്ലെങ്കിൽ സംഭാഷണം കൈമാറി വിൽപന നടത്തുന്നതിനെ വ്യക്തിഗത വിൽപ്പന എന്ന് വിളിക്കുന്നു.അതിലൂടെ ഉൽപ്പന്നങ്ങൾ വാങ്ങാൻഉപഭോക്താക്കളെ പ്രേരിപ്പിക്കും.

വിൽപന പ്രോത്സാഹനം / സെയിൽസ് പ്രമോഷൻ

റിബേറ്റുകൾ, ഡിസ് കൗണ്ട് , സൗജന്യ സാമ്പിൾ , സമ്മാനങ്ങൾ, മത്സരങ്ങൾ, റീഫണ്ടുകൾ, പ്രീമിയം തുടങ്ങിയ വിൽപ്പന പ്രോത്സാഹിപ്പിക്കുന്നതിന് ലക്ഷ്യമിട്ടുള്ള ഹ്രസ്വകാല പ്രവർത്തനങ്ങളെയാണ് ഇത് സൂചിപ്പിക്കുന്നത്.

വിൽപന പ്രോത്സാഹന പ്രവർത്തനങ്ങൾ /സെയിൽസ് പ്രൊമോഷൻ ടെക്നിക്കുകൾ
(Techniques of Sales promotion)

1.റിബേറ്റുകൾ
2. കിഴിവ്
3. റീഫണ്ടുകൾ / പണം തിരികെ കൊടുക്കൽ
4. ഉൽപ്പന്ന സമ്മിശ്രണം
5. അധിക അളവ് സമ്മാനം
6. തൽക്ഷണ നറുക്കെ ടുപ്പുകളും സമ്മാനങ്ങളും
7. നറുക്കെടുപ്പ്
8. ഉപയോഗയോഗ്യമായ ആനുകൂല്യം
9. ഫുൾ ഫിനാൻസ് @ 0%
10. സാമ്പിൾ
11. മത്സരങ്ങൾ

******

docs.aglasem.com

CHAPTER 11

ഉപഭോക്തൃ സംരക്ഷണം (Consumer Protection)

ഉപഭോക്തൃ സംരക്ഷണം എന്നാൽ ഉപഭോക്താക്കളുടെ താൽപ്പര്യം സംരക്ഷിക്കുന്നതിന് സ്വമേ ധയാ ഉള്ള നടപടികൾ, നിയമപരമായ നടപടികൾ, ബിസിനസ്സിന്റെ ഭാഗത്തു നിന്നുള്ള സന്നദ്ധത എന്നിവയാണ്.

ഉപഭോക്തൃ സംരക്ഷണത്തിന്റെ പ്രാധാന്യം

(Importance of Consumer Protection)

(I). ഉപഭോക്താവിന്റെ കാഴ്ചപ്പാടിൽ

1. ഉപഭോക്താക്കളെ അവരുടെ അവകാശങ്ങളെയും വിശ്വാസങ്ങളെയും കുറിച്ച് ബോധവത്കരിക്കേണ്ടത് ആവശ്യമാണ്.
2. കേടായതും സുരക്ഷിതമല്ലാത്തതുമായ ഉൽപ്പന്നങ്ങൾ , കറുത്ത വിപണനം, മായം ചേർക്കൽ തുടങ്ങിയ അന്യായമായ വ്യാപാര സമ്പ്രദായങ്ങളിൽ നിന്നും ഉപഭോക്താക്കളെ സംരക്ഷിക്കാൻ ഇത് സഹായിക്കുന്നു.
3. ഉപഭോക്താക്കളെ അവരുടെ താൽപ്പര്യങ്ങൾ ശ്രദ്ധിക്കുന്ന ഉപഭോക്തൃ സംഘടനകളുടെ രൂപത്തിൽ സംഘടിപ്പിക്കേണ്ടതുണ്ട്.

(II). ബിസിനസ്സിന്റെ കാഴ്ചപ്പാടിൽ

1. ഉപഭോക്തൃ സംതൃപ്തിയിലൂടെ ദീർഘകാല ലാഭം വർദ്ധിപ്പിക്കുന്നതിന് ബിസിനസ്സ് സ്ഥാപനം ലക്ഷ്യമിടണം.

2. ബിസിനസ്സ് സമൂഹത്തിന്റെ വിഭവങ്ങൾ ഉപയോഗപ്പെ ടുത്തുമ്പോൾ, രാജ്യത്തിനും അവിടത്തെ ജനങ്ങൾക്കും ന്യായമായ സാധനങ്ങളും സേവനങ്ങളും നൽകേണ്ട ബാധ്യതയുണ്ട്.

3. ബിസിനസ്സിന് ഷെയർഹോൾഡർമാർ, ജീവനക്കാർ, ഗവൺമെന്റുകൾ, കടക്കാർ തുടങ്ങിയ വിവിധ താൽപ്പര്യ ഗ്രൂപ്പുകളോട് സാമൂഹിക ഉത്തരവാദിത്തങ്ങൾ ഉള്ളതിനാൽ അത് ചൂഷണക്കാരനാകരുത്, പക്ഷേ ഒരു സേവകനായിരിക്കണം.

4. ഉപഭോക്താവിന്റെ താൽപ്പര്യം പരിപാലിക്കുന്നതും അവരുടെ ഏതെ ങ്കിലും തരത്തിലുള്ള
ചൂഷണങ്ങൾ ഒഴിവാക്കുന്നതും ഏതൊരു ബിസിനസ്സിന്റെയും ധാർമ്മിക കടമയാണ്.

5. ഏതെങ്കിലും തരത്തിലുള്ള ചൂഷണ വ്യാപാര സമ്പ്രദായങ്ങളിൽ ഏർപ്പെടുന്ന ഒരു ബിസിനസ്സ്, അത് സർക്കാർ ഇടപെ ടലിനെ യോ നടപടിയെയോ ക്ഷണിക്കും. ഇത് കമ്പനിയുടെ പ്രതിച്ഛായയെ പ്രതികൂലമായി ബാധിക്കും.

ഉപഭോക്താക്കൾക്കുള്ള നിയമസംരക്ഷണം
(Various Protection Available to Consumers)

1. ഉപഭോക്തൃ സംരക്ഷണ നിയമം (CPA) 1986
2. കരാർ നിയമം 1982
3. ചരക്ക് വിൽപ്പന നിയമം 1930
4. അവശ്യ സാധന നിയമം 1955

docs.aglasem.com
aglasem.com

5. കാർഷിക ഉൽ പാദന (തരംതിരിക്കലും അടയാളപ്പെടുത്തലും) നിയമം1937
6. ഭക്ഷ്യ മായം ചേർക്കൽ നിരോധന നിയമം 1954
7. അളവുതൂക്ക നിലവാര നിയമം 1976
8. വ്യാപാര മുദ്ര നിയമം 1999
9. മത്സര നിയമം 2002
10. ഇൻഡ്യൻ നിലവാരകാര്യലായ നിയമം / ബ്യൂറോ ഓഫ് ഇന്ത്യൻ സ്റ്റാൻഡേർഡ് ആക്റ്റ് 1986

ഉപഭോക്തൃ സംരക്ഷണ നിയമം 1986
CONSUMER PROTECTION ACT - 1986

ഉപഭോക്താവിന്റെ പരാതികൾ വേഗത്തിലും ചെലവുകുറഞ്ഞതുമായ പരിഹാരത്തിലൂടെ പ്രോത്സാഹിപ്പിക്കുന്നതിനും പരിരക്ഷിക്കുന്നതിനുമായി CPA-1986 പാസാക്കി. 1987 ജൂലൈ 1 മുതൽ ഈ നിയമം പ്രാബല്യത്തിൽ വന്നു. ഈ നിയമം ഇന്ത്യൻ ഉപഭോക്താക്കളുടെ 'മാഗ്ന കാർട്ട' ആയി
കണക്കാക്കപ്പെടുന്നു.

ഉപഭോക്തൃ അവകാശങ്ങൾ
(CONSUMER RIGHTS)

(1). സുരക്ഷിതത്വത്തിനുള്ള അവകാശം

(2). അറിയാനുള്ള അവകാശം

(3). തിരഞ്ഞെടുക്കാനുള്ള അവകാശം

(4). പരാതിപ്പെടാനുള്ള അവകാശം

(5). പരാതി പരിഹാരത്തിനുള്ള അവകാശം

(6). ഉപഭോക്തൃ വിദ്യാഭ്യാസത്തിനുള്ള അവകാശം

ഉപഭോക്തൃ സംരക്ഷണ നിയമം 1986 / CONSUMER PROTECTION ACT - 1986 പ്രകാരമുള്ള പരിഹാര ഏജൻസികൾ

1. **ജില്ലാ ഫോറം** - നഷ്ടപരിഹാരം ക്ലെയിം ചെയ്ത ചരക്കുകളുടെയോ സേവനത്തിന്റെ യോ മൂല്യം 20 ലക്ഷം കവിയുന്നില്ലെ ങ്കിൽ ബന്ധപ്പെട്ട ജില്ലാ ഫോറത്തിലാണ് ഉപഭോക്താവ് പരാതി നൽകേണ്ടത്.

2. **സ്റ്റേറ്റ് കമ്മീഷൻ -** നഷ്ടപരിഹാരം ക്ലെയിം ചെ യ്യുന്നതിനൊപ്പം ചരക്കുകളുടെയോ സേ വനത്തിന്റെ യോ മൂല്യം 20 ലക്ഷം രൂപയിൽ കുടുതലും ഒരു കോടിയിൽ കവിയുന്നില്ലെ ങ്കിൽ ബന്ധപ്പെട്ട സംസ്ഥാന കമ്മീഷനിലാണ് ഉപഭോക്താവ് പരാതി നൽകേണ്ടത്.

3. **ദേശീയ കമ്മീഷൻ -** നഷ്ടപരിഹാരത്തിനൊപ്പം ചരക്കുകളുടെയോ സേവനത്തിന്റെയോ മൂല്യം ഒരു കോടി രൂപ കവിയുന്നുവെ ങ്കിൽ ദേശീയ കമ്മീഷനിലാണ് ഉപഭോക്താവ് പരാതി നൽകേണ്ടത്.

****

docs.aglasem.com
aglasem.com