MARKING SCHEME
CLASS-XII
BUSINESS STUDIES
2026-27

Que No	Suggested Answers	Marking Scheme
1	(डी) अंतिम D- Last	1
2	सी- मध्य स्तर C- Middle level	1
3	(सी) लाभांश निर्णय C-Dividend Decision	1
4.	(ए) प्रबंध एक अमूर्त शक्ति है A -Management is an intangible force	1
5.	ए- एक फर्म को अवसरों की पहचान करने और प्रथम प्रस्तावक लाभ प्राप्त करने में सक्षम बनाता है A- Enables a firm to identify opportunities and get first mover advantage	1
6.	डी- व्यक्तिगत बिक्री D- Personal Selling	1
7.	ए-अनिश्चितता A-Uncertainty	1
8.	डी - रिपोर्टिंग संबंध स्थापित करना D- Establishing Reporting Relationships	1
9.	सी- तरलता C- Liquidity	1
10.	(बी) उपभोक्ता संरक्षण अधिनियम, 2019 B- Consumer Protection Act,2019	1
11.	(ए) ब्रांडिंग A- Branding	1

12.	(सी) कर्मचारी C Employees	1
13.	(बी) तीन (B) Three	1
14.	(सी) चेतावनी संकेत C Warning signal	1
15.	Fourteen	1
16.	(ए) अधिक A More	1
17.	प्राथमिक पैकेजिंग Primary packaging	1
18.	(ए) स्थाई A Fixed	1
19.	(सी) विपणन C Marketing	1
20.	(बी) अमूर्त B - Intangible	1
21.	आगे, पीछे Forward, Backward	1
22.	कार्यशील पूंजी Working Capital	1
23.	सामाजिक परिवेश का उदाहरण: पारिवारिक संरचना, शिक्षा का स्तर, रीति-रिवाज, विश्वास, त्यौहार आदि (कोई एक) Example of Social environment: Family composition, level of education, customs, beliefs, festivals etc. (Any one)	1
24.	वित्तीय नियोजन Financial Planning	1

25	समता पर व्यापार का अर्थ है इक्विटी शेयरों पर रिटर्न बढ़ाने के लिए डिबेंचर और ऋण जैसे वित्त के निश्चित लागत स्रोतों का उपयोग। इसका उपयोग तब किया जाना चाहिए जब निवेश पर प्रतिफल की दर डिबेंचर और ऋण पर देय ब्याज की दर से अधिक हो। Trading on equity means the use of fixed cost sources of finance such as debentures and loans to increase the return on equity shares. It should be used when the Rate of Return on Investment is more than the Rate of Interest payable on debentures and loans. Or पूंजी ढांचे में समता अंश पूंजी के साथ स्थाई लागत पूंजी भी शामिल होने की स्थिति को वित्तीय लेवरेज कहते हैं	2
26	पूंजी ढांचे से अभिप्राय दीर्घकालीन पूंजी के विभिन्न स्रोतों के पारस्परिक अनुपात से है Or वित्तीय ढांचे से अभिप्राय दायित्व पक्ष के दीर्घकालीन एवं अल्पकालिक दोनों प्रकार के पूंजी स्रोतों से है	2
27	सुरक्षा का अधिकार- चुनने का अधिकार- सूचित किए जाने का अधिकार - उपभोक्ता शिक्षा का अधिकार- सुने जाने का अधिकार- मुआवजे की मांग का अधिकार- Right to Safety- Right to Choose- Right to be informed- Right to Consumer Education- Right to be heard-	2
28	उपभोक्ताओं के कोई दो उत्तरदायित्व:	2 marks

	1. सभी मिलते जुलते उत्पादों की जानकारी रखें 2. केवल प्रमपित उत्पादों पर भी ध्यान केंद्रित करें	One mark for each point
29	लाभांश निर्णयों को प्रभावित करने वाले कारक: (i) आय की राशि: लाभांश का भुगतान वर्तमान और पिछली कमाई में से किया जाता है। इस प्रकार, कमाई लाभांश निर्णय का एक प्रमुख निर्धारक है। (ii) आय में स्थिरता: उच्च और स्थिर आय वाली कंपनी कम और अस्थिर आय वाली कंपनी की तुलना में अधिक लाभांश की घोषणा कर सकती है। (iii) लाभांश की स्थिरता: आम तौर पर, कंपनियां प्रति शेयर लाभांश को स्थिर करने का प्रयास करती हैं। प्रत्येक वर्ष एक स्थिर लाभांश दिया जाता है। Factors affecting dividend decisions: (i) Amount of Earnings: Dividends are paid out of current and past earnings. Thus, earnings are a major determinant of dividend decision. (ii) Stability in Earnings: A company having higher and stable earnings can declare higher dividends than a company with lower and unstable earnings. (iii) Stability of Dividends: Generally, companies try to stabilise dividends per share. A steady dividend is given each year. OR या वितीय निर्णय को प्रभावित करने वाले तत्व: 1. लागत- एक वित्त प्रबंधक हमेशा कम लागत वाले स्रोत को प्राथमिकता देगा। 2. जोखिम- वित्त के कुछ स्रोतों में अधिक जोखिम होता है तथा कुछ में कम की प्रबंधक हमेशा कम जोखिम वाले स्रोत को प्राथमिकता देगा। 3. निर्गमन लागतें- जब किसी भी स्रोत से धन लिया जाता है तो निर्गमन लागत आती है। प्रबंधक हमेशा कम निर्गमन लागत वाले स्रोत को प्राथमिकता देगा।	2 marks One mark for each point

30	अनौपचारिक सम्प्रेषण के गुण: 1. **गति**:ग्रेपवाइन संचार अत्यधिक तेज़ है और इसका उपयोग बहुत तेज़ी से संदेश भेजने के लिए किया जा सकता है। 2. **मूल्यवान प्रतिक्रिया**: अनौपचारिक संचार प्रबंध को मूल्यवान प्रतिक्रिया प्रदान करती है, अगर इसका बुद्धिमानी से उपयोग किया जाता है। इसका उपयोग प्रबंधकों द्वारा सूचना प्रसारित करने के लिए किया जाता है ताकि उनके अधीनस्थों की प्रतिक्रियाओं को जाना जा सके। 3. **भावनात्मक जुड़ाव**: ग्रेपवाइन कम्युनिकेशन उनके काम में कर्मचारियों की रुचि बनाता है क्योंकि ग्रेपवाइन श्रमिकों के लिए भावनात्मक आउटलेट के रूप में कार्य करता है। Merits of informal communication: 1. **Speed:** Grapevine communication is highly rapid and can be used to send messages very quickly. 2. **Valuable Feedback**: The grapevine provides valuable feedback to the management, if it is used intelligently. Informal channels are used by the managers to transmit information so as to know the reactions of his/her subordinates. 3. **Check on Emotions**: Grapevine communication is an indicator of the employee's interest in their work because the grapevine serves as an emotional outlet for workers.	2 marks
31.	Delegation of authority refers to the process of entrusting responsibility and authority and creating accountability of the person to whom work or responsibility has been handed over.	2 marks
32	नियोजन से अभिप्राय कुछ करने से पहले सोच विचार करने से है or	2 marks

33	नियोजन की विशेषताएं 1. नियोजन प्रबंध का प्राथमिक कार्य है 2. नियोजन सर्वव्यापी है विपणन वह सामाजिक प्रक्रिया है जिसके अंतर्गत वस्तुओं/सेवाओं को उत्पन्न किया जाता है,प्रस्ताव किया जाता है तथा दूसरों के साथ स्वतंत्रता पूर्वक व्यवहार करके आवश्यकताओं को संतुष्ट किया जाता है विपणन की विशेषताएं : 1. आवश्यकताएं एवं इच्छाएं 2. एक बाजार प्रस्ताव तैयार करना 3. ग्राहक मूल्य 4. विनिमय पद्धति (कोई दो विस्तार के साथ) Marketing refers to that social process under which valuable goods/services are created, offered and by doing transactions independently the needs are satisfied. Features of Marketing: 1. Needs & wants 2. Creating a marketing offer 3. Customer value 4. Exchange Mechanism (Explain any two in detail) or औद्योगिक उत्पाद का अर्थ ऐसे उत्पादों से है जो उपभोक्ता उत्पादों को निर्मित करने के लिए कच्चे माल के रूप में प्रयोग किए जाते हैं औद्योगिक उत्पाद की विशेषताएं 1. क्रेताओं की संख्या 2. मध्यम स्तर 3. भौगोलिक केंद्रीयकरण (कोई दो विस्तार के साथ) Industrial Products are those products which are used as inputs for Manufacturing consumer products. Features of Industrial Product:	3 marks 3 marks

	1. Number of Buyers 2. Level of Channel 3. Geographic Concentration (Explain any two in detail)	
34	**बेहतर समन्वय**: नियंत्रण अराजकता को दूर करता है और सभी विभागों के कर्मचारियों की कार्रवाई को एक सामान्य लक्ष्य की दिशा में निर्देशित करता है, इस प्रकार इष्टतम प्रदर्शन सुनिश्चित करता है। **बेहतर योजना**: नियंत्रण में पहचानी गई को देखते हुए नियोजन भविष्य की योजनाओं के निर्माण में मदद करता है। इसलिए यह भविष्य की बेहतर योजनाएँ बनाने में मदद करता है। **Better Coordination**: Controlling removes chaos and aligns employee action of all the departments in direction of a common goal, thus ensuring optimum performance. **Better Planning**: Controlling helps in formulation of future plans in the light of problems identified in controlling. Hence it helps in making better future plans. OR Steps of Process of Controlling 1. Setting performance standards 2. Measurement of actual performance 3. Comparison of actual performance with standards 4. Analyzing deviations 5. Taking Corrective actions	
35	औपचारिक संगठन से अभिप्राय किसी विशेष कार्य को पूरा करने	(1x 3)

	के लिए प्रबंधन द्वारा तैयार किए गए संगठन ढांचे से है औपचारिक संगठन के लाभः 1. जवाबदेही निर्धारण में आसानी 2. कार्यों का द्वारा नहीं होता 3. आदेश की एकता संभव 4. उद्देश्यों को प्राप्त करने में आसानी Formal Organization – It refers to the organization structure which is designed by management to accomplish a particular task. Advantages of Formal Organization:- 1. Easy to fix accountability 2. No overlapping of works 3. Unity of command possible 4. Easy to get goals 5. Stability in organization (Any 3 with explanation) OR अनौपचारिक संगठन से अभिप्राय कर्मचारियों के मध्य सामाजिक संबंधों के तंत्र से है अनौपचारिक संगठन की विशेषताएं: 1. औपचारिक संगठन पर आधारित 2. इसके लिखित नियम नहीं होते 3. यह जानबूझकर स्थापित नहीं किया जाता है 4. संगठन चार्ट पर कोई स्थान नहीं 5. यह व्यक्तिगत होता है 6. स्थायित्व की कमी Informal organization – It refers to the network of social relationship among employees: Features 1. Based on Formal Organization 2. It has not written Rules & Regulations 3. It is not deliberately created 4. It has no place on organization chart 5. It is personal 6. It lacks of Stability Any 3 with Explanation	(½ mark for the heading+ ½ mark for the explanation) (1x 3) (½ mark for the heading+ ½ mark for the explanation)

36	स्टाफिंग की प्रक्रिया में निम्नलिखित चरण शामिल हैं: ✓ मानव संसाधन नियोजन ✓ भर्ती ✓ चयन ✓ प्लेसमेंट ✓ प्रशिक्षण ✓ विकास ✓ पदोन्नति ✓ स्थानांतरण ✓ मूल्यांकन ✓ पारिश्रमिक का निर्धारण The process of staffing involves following steps: ✓ Manpower Planning ✓ Recruitment ✓ Selection ✓ Placement ✓ Training ✓ Development ✓ Promotion ✓ Transfer ✓ Appraisal Determination of Remuneration	(1/2 x6) (1/2 अंक प्रत्येक बिंदु के लिए) (1/2x6) (1/2 mark for each step)
37	प्रबंध को सॉफ्ट साइंस माना जा सकता है क्योंकि: (i) प्रबंध के पास ज्ञान का एक व्यवस्थित निकाय है। (ii) विज्ञान की तरह, प्रबंध सिद्धांत वैज्ञानिक जांच और टिप्पणियों पर आधारित होते हैं। (iii) विज्ञान की तरह, प्रबंध के सिद्धांत सार्वभौमिक रूप से लागू होते हैं। <u>लेकिन:</u> (i) प्रबंध के सिद्धांत बहुत लचीले होते हैं जबकि शुद्ध विज्ञान के सिद्धांत कठोर होते हैं। (ii) प्रबंध के सिद्धांतों को रचनात्मकता के साथ लागू किया जाता है क्योंकि ये सिद्धांत मानव के व्यवहार को	3 marks

	प्रभावित करते हैं। इस प्रकार, प्रबंध को पूर्ण विज्ञान नहीं कहा जा सकता है। Management may be regarded as soft science because: (i) Management has a systematized body of knowledge. (ii) Like science, management principles are based on scientific enquiry and observations. (iii) Like science, principles of management are universally applicable. But: (i) Management Principles are very flexible whereas pure science principles are rigid. (ii) Management Principles are applied with creativity as these principles influence the behaviour of human beings. Thus, management can't be called as perfect science	1 mark for each point
38	 	1x5

	मास्लो द्वारा प्रतिपादित आवश्यकता प्राथमिकता क्रम में पाँच चरण हैं: 1. जैविक/शारीरिक आवश्यकताएँ: हवा, पानी, भोजन, कपड़े, आश्रय आदि। 2. सुरक्षा आवश्यकताएँ: भय से मुक्ति, प्राकृतिक तत्वों से सुरक्षा, कानून और व्यवस्था, सुरक्षा और स्थिरता। 3. प्यार और अपनेपन की आवश्यकताएँ: प्यार, दोस्ती, स्नेह, विश्वास और स्वीकृति, काम पर परिवार या दोस्तों का हिस्सा होना। 4. सम्मान की आवश्यकताएँ: आत्म-सम्मान, स्वतंत्रता, महारत, प्रभुत्व, उपलब्धि, प्रतिष्ठा, स्थिति 5. आत्म-वास्तविकता की आवश्यकता: आत्म-पूर्ति, व्यक्तिगत विकास की तलाश और व्यक्तिगत क्षमता का एहसास। Maslow's hierarchy of needs has five-stage models: 1. Biological and Physiological Needs: Air, Water, Food, Warmth, Shelter etc. 2. Safety Needs: Freedom from Fear, Protection from Natural Elements, Law and Order, Security and Stability. 3. Love and Belonging Needs: Love, Friendship, Affection, Trust and Acceptance, being part of a Family or Friends on Work. 4. Esteem Needs: Self-Esteem, Independence, Mastery, Dominance, Achievement, Prestige, Status 5. Self-Actualization Needs: Self-Fulfilment, Seeking Personal Growth and Realizing Personal Potential. OR या गैर वित्तीय प्रोत्साहन: प्रशंसा - एक कर्मचारी के काम के लिए उचित सम्मान देना उन्हें और अधिक मेहनती और अपने काम के प्रति समर्पित होने के लिए प्रोत्साहित करता है। उदाहरण के लिए कर्मचारी पहचान कार्यक्रम जहां समय-समय पर सर्वश्रेष्ठ प्रदर्शन करने वाले की घोषणा की जाती है।	

	पदोन्नति - एक कर्मचारी को प्रेरित रखने के लिए, संगठन में उनकी स्थिति में सुधार करने के लिए कंपनियां उन्हें बढ़ावा दे सकती हैं। कार्य सम्पन्नता - संगठन कर्मचारियों को प्रेरित करने के लिए उच्च ज्ञान और कौशल स्तरों, अधिक जिम्मेदारी और स्वायत्तता को शामिल करने के लिए नौकरियों को डिजाइन कर सकते हैं। नौकरी की सुरक्षा - संगठनों को ऐसी नौकरियां प्रदान करनी चाहिए जो उनके प्रतिस्पर्धियों की तुलना में अपेक्षाकृत स्थायी हों। यह आर्थिक सुरक्षा लाता है और कर्मचारियों को प्रेरित करता है। Non Financial Incentives: Appreciation – Giving due recognition for an employee's work encourages them to be more diligent and dedicated towards their job. For example employee recognition programs where the best performer is declared from time to time. Promotion –To keep an employee motivated, companies can promote them to improve their standing in the organization. Job enrichment – Organisations can design jobs to involve higher knowledge and skill levels, greater responsibility and autonomy to motivate employees. Job security – Organisations must provide jobs that are relatively secular compared to their competitors. It brings economic security and employees get motivated.	

39	भर्ती के बाहरी स्रोत: # 1. सीधी भर्ती: कई कंपनियां आकस्मिक रिक्तियों को भरने के लिए फैक्ट्री गेट	(2.5x2) (कोई 2 बिंदु)

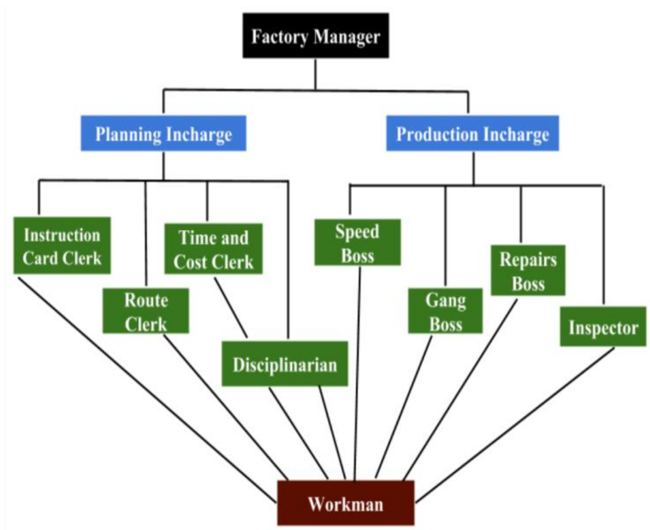
	पर भर्ती की प्रथा का पालन करती हैं। ऐसे श्रमिकों को बुदली श्रमिक के रूप में जाना जाता है। अकुशल श्रमिकों की भर्ती के लिए यह विधि बहुत उपयोगी है। इसमें रिक्तियों के विज्ञापन की लागत नहीं होती है। # 2. आकस्मिक कॉल करने वाले: प्रतिष्ठित संगठनों के मामले में, कई योग्य लोग अपनी पहल पर रोजगार के लिए आवेदन करते हैं। ऐसे आवेदकों को आकस्मिक कॉलर्स के रूप में जाना जाता है। वे जनशक्ति के एक अच्छे स्रोत के रूप में काम करते हैं। ऐसे आवेदनों की एक उचित फाइल रखी जा सकती है और जब भी आवश्यकता हो उम्मीदवारों को बुलाया जा सकता है। # 3. विज्ञापन: विज्ञापन में नौकरी के विवरण और नौकरी की विशिष्टताओं के बारे में जानकारी दी जा सकती है ताकि केवल वही उम्मीदवार आवेदन कर सकें जो खुद को उपयुक्त समझते हैं। External Sources of Recruitment: # 1. Direct Recruitment: Many firms follow the practice of recruitment at factory gate to fill casual vacancies. Such workers are known as Budli Workers. This method is very useful for recruiting unskilled workers. It does not involve cost of advertising the vacancies. # 2. Casual Callers: In case of reputed organisations, many qualified people apply for employment on their own initiative. Such applications are known as casual callers. They serve as a good source of manpower. A proper file may be kept of such applications and the candidates may be called whenever the need arises. # 3. Advertising: Information about the job descriptions and job specifications can be given in the advertisement so that only the candidates who think themselves to be suitable may apply.	Any 2 external sources (2.5 marks for each point) (2.5x2)

	OR (ए) जॉब रोटेशन एक ऐसी प्रक्रिया है जिसमें प्रशिक्षु को व्यवस्थित रूप से एक नौकरी से दूसरी नौकरी में स्थानांतरित किया जाता है, ताकि विविध क्षेत्रों में उसके ज्ञान और दृष्टिकोण को व्यापक बनाया जा सके। एक प्रशिक्षित कार्यकर्ता अपने काम में अधिक कुशल होता है। उसके पास अपनी नौकरी के लिए बेहतर ज्ञान, कौशल और गति है। इससे उत्पादन में वृद्धि होती है जो उद्यम के लिए लाभदायक है। प्रशिक्षित कर्मचारी मशीनरी और उपकरणों को संभालने में कुशल होते हैं। इस प्रकार, दुर्घटनाओं की प्रायिकता बहुत कम हो जाती है। (बी) वेस्टिबुल प्रशिक्षण-कर्मचारी कार्य स्थल पर उपयोग किए जाने वाले उपकरणों पर अपना काम सीखते हैं, लेकिन प्रशिक्षण वास्तविक कार्य तल से दूर आयोजित किया जाता है। वास्तविक कार्य वातावरण एक क्लास रूम में बनाया जाता है और कर्मचारी उसी सामग्री, फाइलों और उपकरणों का उपयोग करते हैं। (A) Job rotation is a process in which the trainee is systematically transferred from one job to another, so as to broaden his knowledge and attitudes in diversified fields. A trained worker is more efficient in his work. He has better knowledge, skills and speed for his job. This leads to increase output which is profitable for the enterprise. Trained employees are proficient in handling machinery and equipment. Thus, less prone to accidents. Vestibule training-Employees learn their jobs on the equipment they will be using, but the training is conducted away from the actual work floor. Actual work environments are created in a class room and employees use the same material, files and equipment.	(2.5 marks for each point)

40	*(ए) विधि अध्ययन* यह किसी विशेष गतिविधि को करने के लिए सबसे उपयुक्त तरीके की पहचान करता है। इस अध्ययन को संचालित करने के लिए प्रक्रिया चार्ट और संचालन अनुसंधान तकनीकों का उपयोग किया जाता है। इस अध्ययन का मुख्य उद्देश्य उत्पादन की लागत को कम करना और उपभोक्ता संतुष्टि की गुणवत्ता और स्तर को अधिकतम करना है। (बी) क्रियात्मक फॉरेमेन्शिप एफडब्ल्यू टेलर ने क्रियात्मक फॉरेमेन्शिप को प्रतिपादित किया है। जिसमे योजना बनाने और लागू करने के कार्य को अलग अलग रखा गया है। संगठन का यह पूरी तरह से विशेषज्ञता के सिद्धांत पर आधारित है और श्रमिकों के लिए 8 विशेषज्ञों की विशेषज्ञता का पूरा उपयोग करता है। एक क्रियात्मक संगठन में, कार्य को कई छोटे भागों में विभाजित किया जाता है और प्रत्येक भाग एक विशेषज्ञ को सौंपा जाता है। (सी) प्रमापीकरण प्रमापीकरण का अर्थ है उचित विचार-विमर्श के बाद विभिन्न कारकों के लिए मानक स्थापित करना। उदाहरण के लिए, एक श्रमिक द्वारा एक दिन में किए जाने वाले कार्य की मात्रा को मानकीकृत किया जा सकता है। दूसरे शब्दों में, कार्यकर्ता से प्रतिदिन मानक मात्रा में कार्य करने की अपेक्षा की जाती है। इसी प्रकार कच्चे माल, मशीनें और उपकरण, तकनीक, काम की शर्तें आदि के लिए भी मानक निर्धारित किए जा सकते हैं। (A) Method Study It refers to identify the most suitable way to do a particular activity. To conduct this study, process chart and operation research techniques are used. The main objective of this study is to minimize the cost of production and maximize the quality and level of consumer satisfaction.	(2.5x2) (कोई 2 बिंदु)

(B) Functional Foremenship

F.W. Taylor has propounded the functional organisation. He separated planning and doing. This form of organisation is totally based on the principle of specialisation and makes full utilisation of the expertise of 8 experts for the workers.In a functional organisation, work is divided into many small parts and each part is assigned to an expert. This Eight bosses will be as follows:



(2.5x2)

(C) Standardization

Standardisation means setting standards for different factors, after due deliberation. For example, the amount of work to be done by a worker in a day may be standardized. In other words, the worker is expected to do the standard amount of work every day. In the same manner standards may also be set for raw materials, machines and tools, techniques, conditions of work, etc.

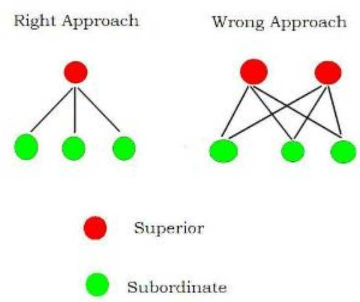
Mention any two

OR

(ए) आदेश की एकता

आदेश की एकता का सिद्धांत कहता है कि कर्मचारियों को केवल एक बॉस से आदेश और निर्देश प्राप्त होने चाहिए। यदि

	एक ही समय में दो या दो से अधिक वरिष्ठ अधिकारी किसी कर्मचारी को आदेश दें तो वह भ्रमित हो जाएगा कि वह किसकी आज्ञा का पालन करें। यदि संगठन में आदेश की एकता बनी रहती है तो यह श्रमिकों के बीच भ्रम, वरिष्ठों के बीच संघर्ष से बचने और श्रमिकों और प्रबंधकों के बीच बेहतर संबंध बनाने में मदद करेगा। (बी) समता सभी कर्मचारियों के साथ समान और सम्मानपूर्वक व्यवहार किया जाना चाहिए। यह प्रबंधक की जिम्मेदारी है कि किसी भी कर्मचारी को भेदभाव का सामना न करना पड़े। प्रबंधकों को कर्मचारियों के साथ उचित और निष्पक्ष व्यवहार करना चाहिए। उदाहरण के लिए, एक कर्मचारी को वेतन सहित छुट्टी की अनुमति देना और दूसरे को मना करना असंतोष पैदा करेगा। (सी) पारिश्रमिक यह सिद्धांत तर्क देता है कि प्रेरणा और उत्पादकता एक दूसरे के करीब हैं। कर्मचारियों को प्रेरित और उत्पादक बनाए रखने के लिए पारिश्रमिक पर्याप्त होना चाहिए। पारिश्रमिक मौद्रिक या गैर-मौद्रिक हो सकता है। यह एक कर्मचारियों के कार्य के अनुसार उचित और पर्याप्त होना चाहिए। (A) Unity of Command The principle of 'Unity of Command' states that employees should receive orders and instructions from one boss only. If two or more superiors command a worker at the same time, he will get confused to whose command should he follow. If the unity of command is maintained in the organisation it would help to avoid confusion among the workers, conflict among the superiors and create better relations between workers and managers.	(2.5x2) Mention any two



(B) Equity

All employees should be treated equally and respectfully. It's the responsibility of a manager that no employees face discrimination. Managers should treat employees fairly and impartially. For example, allowing leave with pay to one employees and denying the other will create dissatisfaction.

(C) Remuneration

Motivation and productivity are close to one another.This principle argues that the remuneration should be sufficient to keep employees motivated and productive.Remuneration can be monetary or non-monetary. However, it should be fair and adequate according to an individual's efforts they have made.

41. विपणन मिश्रण में विभिन्न चर होते हैं, जिन्हें चार श्रेणियों में वर्गीकृत किया गया है, जिन्हें लोकप्रिय रूप से विपणन के चार Ps के रूप में जाना जाता है।

(1 mark for each point)

ये हैं: (i) उत्पाद, (ii) मूल्य, (iii) स्थान, और (iv) संवर्धन

उत्पाद मिश्रण:

एक उत्पाद एक वस्तु है, जो किसी व्यक्ति या समूह की आवश्यकता को पूरा करने के लिए उत्पादित या निर्मित होता है। उत्पाद मिश्रण में नए उत्पाद के डिजाइन और विकास, ब्रांडिंग, पैकेजिंग और लेबलिंग के संबंध में निर्णय शामिल हैं।

कीमत मिश्रण:

मूल्य विपणन मिश्रण का एक बहुत ही महत्वपूर्ण घटक है। यह लाभ

और बिक्री की मात्रा निर्धारित करता है। उत्पाद की लागत का निर्धारण करते समय ध्यान रखने वाली बातें हैं, प्रतियोगी की कीमत, सूची मूल्य, ग्राहक का स्थान, छूट, बिक्री की शर्तें, आदि।

स्थान मिश्रण:

मार्केटिंग मिक्स रणनीति में प्लेसमेंट या वितरण महत्वपूर्ण है। एक कंपनी को अपने उत्पाद को ऐसे स्थान पर स्थापित और वितरित करना चाहिए जो संभावित खरीदारों/ग्राहकों के लिए आसानी से सुलभ हो। इसमें वितरण चैनलों और भौतिक वितरण दोनों का विकल्प शामिल है।

संवर्धन मिश्रण:

यह एक विपणन संचार प्रक्रिया है जो कंपनी को उत्पाद और उसकी विशेषताओं को जनता के सामने प्रचारित करने में मदद करती है। प्रचार तकनीक ग्राहकों का ध्यान खींचती है और उन्हें उत्पाद खरीदने के लिए प्रभावित करती है। इसमें विज्ञापन, व्यक्तिगत बिक्री, बिक्री संवर्धन और प्रचार शामिल हैं।

The marketing mix consists of various variables, which

The marketing mix consists of various variables, which have broadly been classified into four categories, popularly known as four Ps of marketing.

1. These are: (i) Product, (ii) Price, (iii) Place, and (iv) Promotion

Product:

A product is a commodity, produced or built to satisfy the need of an individual or a group. Product mix includes the

	decision regarding new product design and development, branding, packaging and labelling. Price: Price is a very important component of the marketing mix. It determines profits and sales volume. Things to keep on mind while determining the cost of the product are, the competitor's price, list price, customer location, discount, terms of sale, etc. Place: Placement or distribution is crucial in marketing mix strategy. A company should position and distribute our product in a place that is easily accessible to potential buyers/customers. It includes both the choice of distribution channels and physical distribution. Promotion: It is a marketing communication process that helps the company to publicize the product and its features to the public. Promotional techniques grab the attention of the customers and influence them to buy the product. It includes advertising, personal selling, sales promotion and publicity. OR Packaging – It is a group of those activities which are related with the designing and production of containers in which the products are packed. It packaging the product container is designed in such a way that the usage of the product becomes convenient. Functions of Packaging. 1. Providing Convenience 2. Providing Protection 3. Product Identification 4. Promotion 5. Providing Information (Any 3 with Explanation)	2 marks for definition and one mark for each point

42.	नियोजन सफलता की गारंटी नहीं देता, यह कथन सत्य है क्योंकि नियोजन केवल एक साधन है। नियोजन की सीमाओं में शामिल हैं: 1. नियोजन अलोचकता उत्पन्न करता है किसी संगठन में बनाई गई एक विशिष्ट योजना स्पष्ट रूप से प्राप्त किए जाने वाले उद्देश्य और कार्य करने के तरीकों को इंगित करती है। चूंकि, एक प्रबंधक इन योजनाओं को बदलने में सक्षम नहीं हो सकता है, इससे कठोरता आती है। 2. योजना गतिशील वातावरण में काम नहीं कर सकती है सामाजिक, आर्थिक, कानूनी और अन्य कारक बदलते रहते हैं। संगठन को ऐसे बदलावों के लिए खुद को ढालना होगा। लेकिन, नियोजन भविष्य की प्रवृत्तियों का ठीक-ठीक आकलन नहीं कर सकता है और इस प्रकार एक गतिशील वातावरण में विफल रहता है। 3. नियोजन रचनात्मकता को कम करता है यह एक गतिविधि है, जो शीर्ष प्रबंधन द्वारा की जाती है और बाकी सदस्य इन योजनाओं को लागू करते हैं। उन्हें न तो योजनाओं से विचलित होने की अनुमति है और न ही उन्हें अपने दम पर कार्य करने की अनुमति है। इसके कारण, प्रबंधकों या अन्य सदस्यों में निहित अधिकांश पहल या रचनात्मकता खो जाती है या कम हो जाती है, और संगठन में कुछ भी नया या अभिनव नहीं होता है। 4. योजना में भारी लागत शामिल है इसमें आमतौर पर प्रबंधकों का बहुत समय, प्रयास और लागत शामिल होती है। डेटा का संग्रह, बोर्डरूम बैठकें, जांच और विशेषज्ञों के साथ विचार-विमर्श में संगठन का बहुत अधिक व्यय शामिल होता है। कभी-कभी, खर्च की गई लागत योजनाओं से प्राप्त लाभ को न्यायोचित नहीं ठहरा सकती है। 5. नियोजन एक समय लेने वाली प्रक्रिया है कई बार योजनाएं बनने में इतना समय लग जाता है कि उन्हें क्रियान्वित करने के लिए समय ही नहीं बचता। इससे प्लानिंग	One mark for each point

फेल हो जाती है।

6. योजना सफलता की गारंटी नहीं देती है

नियोजन की सफलता उसके क्रियान्वयन पर निर्भर करती है। सही क्रियान्वयन के अभाव में नियोजन विफल हो सकता है। भले ही किसी योजना ने पहले काम किया हो, बाहरी वातावरण में बदलाव के कारण यह फिर से काम न करे।

Planning does not guarantee success, this statement is true because planning is only a means to an end.

Limitations of Planning include:

1. Planning Leads to Rigidity

   A specific plan made in an organisation clearly indicates the objective to be achieved and the ways of doing work. Since, a manager may not be able to change these plans, it leads to rigidity.

2. Planning may not Work in a Dynamic Environment

   Business environment consists of social, economic, legal and other factors that keep on changing. The organisation has to adapt itself to such changes. But, planning cannot assess future trends exactly and thus fails in a dynamic environment.

3. Planning Reduces Creativity

   It is an activity, which is done by the top management and the rest of the members just implement these plans. They are neither allowed to deviate from plans nor are permitted to act on their own. Due to this, much of the initiative or creativity inherent in managers or other members gets lost or reduced, and there is nothing new or innovative in the organisation.

4. Planning Involves Huge Cost

   It usually involves a lot of time, effort and cost of the managers. Collection of data, boardroom meetings, investigations and discussions with experts involve a lot of expenditure of the organisation. Sometimes, the cost incurred may not justify the benefit derived from the

plans.

5. Planning is a Time Consuming Process
Sometimes, plans to be drawn up take so much of time that there is not much time left for their implementation. This leads to failure of planning.

Planning does not Guarantee Success
Success of planning rests on its implementation. Lack of proper implementation may lead to failure of planning. Even if a plan has worked earlier, it may not work again, due to changes in the external environment.

Or

Difference between Functional Structure & Divisional Structure

Basis	Functional Structure	Divisional Structure
Formation	Formation is based on functions	Formation is based on product lines and is supported by Functions.
Specialisation	Functional specialisation.	Product specialisation.
Responsibility	Difficult to fix on a Department.	Easy to fix responsibility for Performance.
Managerial Development	Difficult, as each functional manager has to report to the top management.	Easier, autonomy as well as the chance to perform multiple functions helps in managerial Development.

One mark for each difference

Cost	Functions are not duplicated hence economical	Duplication of resources in various departments, hence costly.
Coordination	Difficult for a multi-product company.	Easy, because all functions related to a particular product are integrated in one Department.