

Paper :- 2

વિભાગ :- C

31. સંચાલન અને સર્વવ્યાપી હોવા છતાં માનવજાતને લગતી પ્રવૃત્તિ માટે મર્યાદિત છે. સંચાલન માનવતત્વોનું સ્થાન મહત્વનું છે. માનવી વિના ઉત્પાદનનાં અન્ય સાધનો નિર્થક નીવડે છે. સંચાલન માનવી માટે થાય છે, માનવી દ્વારા થાય છે.
32. સમાનતાના સિદ્ધાંત મુજબ અધિકારીઓએ અને કર્મચારીઓ પાસેથી કામ લેતી વખતે ન્યાયપૂર્ણ અને સમાનતાથી વર્તવું જોઈએ. આ માટે વૈધિક કે ડિઝિટલ વલણની જગ્યાએ અવૈધિક રૂપે વર્તન કરીને એકમમાં સમાનતા સ્થાપવા માટેના પ્રયત્નો જરૂરી છે.
33. વિકેન્દ્રીકરણની મર્યાદા :
 1) ખૂબ જ નાના પાયા પર વ્યવસ્થાતંત્રની રચના કરવાની હોય.
 2) ધંધાના રહસ્યોની જાળવણી ખૂબ જ ચુસ્ત રીતે રાખવી જરૂરી હોય.
 3) કેટલીક વાર સમાન નીતિનાં અમલના અભાવ અને સંકલનના અભાવ હોય.
34. ભરતી અને પસંદગીનો ભેદ :
 1) ભરતી એટલે કર્મચારીઓને નોકરી માટે અરજી કરવા પ્રોત્સાહિત કરવાની પ્રક્રિયા. પસંદગી એટલે આવેલ અરજીઓમાંથી યોગ્ય ઉમેદવારની ચકાસણી કરીને નિમણુક કરવી.
 2) ભરતીની પ્રક્રિયા ટૂંકી છે.
 3) પસંદગીની પ્રક્રિયા લાંબી છે.
35. કર્મચારીઓને એકમની માલિકી સંચાલન અને નફાની વહેંચણીમાં ભાગીદાર બનાવવામાં આવે છે. તેને સહભાગીદારી કહેવામાં આવે છે. આનાથી એકમના માલિકોને ઉત્પાદન વૃદ્ધિ અને ઔદ્યોગિક શાંતિ પ્રાપ્ત કરવાનું સરળ બને.
36. સારા નેતાનાં બૌદ્ધિક ગુણો :
 - નિર્ણયશક્તિ - માનસિક ક્ષમતા
 - ગ્રહણશક્તિ - વૈજ્ઞાનિક દ્રષ્ટિકોણ
 - નવું જ્ઞાન મેળવવાની તૈયારી - દીર્ઘદ્રષ્ટિ
37. ધંધાકીય એકમની વિવિધ આંતરિક પ્રવૃત્તિઓ જેવી કે ઉત્પાદન, વેચાણ, ખરીદી, નાણાકીય બાબતો, હિસાબો તથા કર્મચારીઓની કાર્યપદ્ધતિ ઉપર અંકુશ રાખવામાં આવે છે. બાહ્ય પરિબળો જેવા કે સરકારની નીતિ, તેજી-મંદી, લોકોના મનોવલણો ઉપર સંચાલકોનો અંકુશ હોતો નથી. તેથી અંકુશ આંતરિક પ્રક્રિયા છે.
- 38.
- મૂડી માળખું
39. SEBI ના હેતુઓ :
 1) જામીનગીરીઓમાં રોકાણ કરનારા હિતોનું રક્ષણ.
 2) જામીનગીરીઓના બજારને વિકાસ માટે પ્રોત્સાહન
 3) જામીનગીરીઓના બજારનું નિયમન કરવું.
40. ઉત્પાદન હંમેશા લવિષ્યની માંગને આધારે કરવામાં આવતું હોવાથી માલનો સંગ્રહ કરવો જરૂરી છે. પેદાશની માંગ અને પુરવઠા વચ્ચે સંતુલન જાળવવા માટે પણ પેદાશનો સંગ્રહ કરવો જરૂરી છે.
41. પેકેજિંગ વસ્તુને સજાવવાનું કાર્ય કરે છે. પેકેજિંગ તરીકે પ્લાસ્ટિકની કોથળી, કાપડની થેલી, કાગળનાં ખોખાં, પ્લાસ્ટિકના પીપ વપરાય છે. પેકિંગએ પેદાશને રક્ષણ આપવાનું કાર્ય કરે છે. પેદાશને વધુ આકર્ષક બને છે. માલની હેરફેર કરવામાં સુવિધા રહે છે.
42. C.E.R.C. : → Consumer Education and Research Center
 C.G.S.I. : → Consumer Guidance Society of India

43. ખાનગીકરણની ચાર નકારાત્મક અસરો :

- 1) કર્મચારીઓનું શોષણ
- 2) નફાને વધુ પ્રાથમિકતા
- 3) નોકરીની સલામતીનો અભાવ
- 4) આવક અને સંપત્તિની અસમાન વહેંચણી

44. માનવ સંસાધન સંચાલન એટલે ધંધાકીય એકમમાં કામ કરતા કર્મચારીઓનું કૌશલ્ય, જ્ઞાન, બુદ્ધિ, ગમો-અણગમો વ્યક્તિગત વિકાસ, જરૂરિયાત વગેરે જેવી તમામ બાબતોને ધ્યાનમાં લઈ તેને કંપનીના ઉદ્દેશો સાથે સાંકળી ધંધાને સફળતાના તથા નકારાત્મકતાના માર્ગે લઈ જવાની પ્રક્રિયા."

45. અપેક્ષિત પરિણામો હાંસલ કરવા માટે હકીકતોની પસંદગી કરવી. તેની વચ્ચે આંતર સંબંધો સ્થાપવા અને જરૂરી પ્રવૃત્તિઓના અવલોકન અને ઘડતર માટે પૂર્વાનુમાન કરવું એટલે આયોજન.

46. ડૉ. જ્યોર્જ ટેરીના માટે સંચાલન :

"સંચાલન એ એક એવી પ્રવૃત્તિ છે જે માણસો, યંત્રો, સાધનો, પદ્ધતિઓ, નાણું અને બજારનું આયોજન કરી તેના ઉપર અંકુશ રાખવાનું કાર્ય કરે છે. તે માનવ પ્રયત્નોને નેતાગીરી, સંકલન અને માર્ગદર્શન પૂરું પાડે છે. જેથી એકમના ઇચ્છિત ગાયોને હાંસલ કરી શકાય છે."

47. જાહેર સંપર્કની પ્રવૃત્તિ :

- 1) એકમ વિશેના સમાચાર વર્તમાનપત્રમાં આપવા
- 2) એકમના વડાનું ભાષણ પ્રસિદ્ધિ કરવું
- 3) એકમનું સમાચાર પત્ર બહાર પાડવું.
- 4) સામાજિક કે સાંસ્કૃતિક કાર્યક્રમોનું આયોજન કરવું.

વિભાગ :- D

48. 1. પ્રસ્તાવના : કોઈ પણ વસ્તુનું ઉત્પાદન ગુણવત્તાસભર હોય પરંતુ તેનાવેચાણનો આધાર તે વસ્તુની માંગ ઉપર છે. જ્યાં સુધી વસ્તુની માંગ ઊભી ન થાય ત્યાં સુધી તેનું વેચાણ અને નફો ન થાય. તેથી વસ્તુની માંગ અંગેની જાણકારી મેળવવા માટે બજાર સંચાલનનું કાર્ય ખાસ જરૂરી ગણવામાં આવે છે.

2. માર્કેટિંગ (બજારીય) સંચાલનનો અર્થ (Meaning of marketing management): "માલ કે સેવાને ઉત્પાદક પાસેથી ગ્રાહકો સુધી પહોંચાડવાની સમગ્ર પ્રક્રિયાને વિસ્તૃત અર્થમાં બજારીય સંચાલન કહે છે."

બજાર સંચાલન પ્રક્રિયા દ્વારા 1) ગ્રાહકોની જરૂરિયાત નક્કી કરવામાં આવે છે. 2) તેને માલ કે સેવામાં ફેરફરમાં આવે છે. 3) ત્યાર પછી ગ્રાહક સુધી પહોંચાડવામાં આવે છે. 4) તેને કારણે ચોક્કસ ગ્રાહકોની કે વિભાગોની જરૂરિયાત સંતોષી શકાય છે. આ સમગ્ર પ્રક્રિયા દરમિયાન વ્યવસ્થાતંત્રના ઉપલબ્ધ સાધનોનો ઇષ્ટતમ ઉપયોગ અને નફાકારકતા ઉઠોર ભાર મૂકવામાં આવે છે.

ટૂંકમાં, માર્કેટિંગ સંચાલનના કાર્યોનું ઉદ્દેશ્યવિનિર્ણય વસ્તુ કે સેવા, ભૌતિક વિતરણ નીતિ, કિંમત નીતિ, વેચાણ અભિવૃદ્ધિ ઉપરાંત પેકેજિંગ વગેરેનો સમાવેશ થાય છે.

3. માર્કેટિંગ સંચાલનના કાર્ય (Functions of marketing management) : માર્કેટિંગ સંચાલનના મુખ્ય કાર્યોમાં 1) પેદાશ અથવા પેદાશ મિશ્ર 2) કિંમત 3) વિતરણ અને 4) આભૂવૃદ્ધિનો સમાવેશ થાય છે.

1) પેદાશ અથવા પેદાશમિશ્ર (Product or Product-mix) : સંચાલકો નવી પેદાશોનું ઉત્પાદન અથવા ચાલુ પેદાશના વિકાસ અંગેનો નિર્ણય લેતી વખતે પેદાશનું રૂપ, રંગ, કદ, વજન, આકાર, છાપ(બ્રાન્ડ). પેકિંગ, પેદાશ સંબંધી ખાતરી(ગેરંટી), વેચાણ પછીની સેવાઓ અને પેદાશ વૈવિધ્યકરણની બાબતો ધ્યાનમાં લે છે.

2) કિંમત (Price) : વર્તમાન ગ્રાહકો ચીજ-વસ્તુ ખરીદતી વખતે તેની યોગ્ય ગુણવત્તા અને વાજબી કિંમતની અપેક્ષા રાખે છે. વસ્તુની ગુણવત્તાનો પ્રશ્ન ઉત્પાદન સંચાલકો વિચારે છે. જ્યારે કિંમતનો પ્રશ્ન ખૂબ જ કાળજી કાળજીપૂર્વક માર્કેટિંગ