

**MARKING SCHEME**  
**CLASS-XII**  
**BUSINESS STUDIES**  
**2023-24**

अंक योजना का उद्देश्य मूल्यांकन को अधिकाधिक वस्तुनिष्ठ बनाना है। अंक योजना में दिए गए उत्तर बिंदु अंतिम नहीं हैं। ये सुझावात्मक एवं सांकेतिक हैं। यदि परीक्षार्थी ने इनसे भिन्न किन्तु उपयुक्त उत्तर दिए हैं, तो उसे उपयुक्त अंक दिए जाएं।

The objective of the marking scheme is to make evaluation as objective as possible. The answer points given in the marking scheme are not final. These are suggestive and indicative. If the candidate has given different but suitable answers from these, then he should be given suitable marks.

<b>Que No</b>	<b>Suggested Answers</b>	<b>Marking Scheme</b>
1	सी- मध्य स्तर C- Middle level	1
2	बी- पूंजी बजटिंग B- Capital Budgeting	1
3	बी- प्रबंध एक लक्ष्य उन्मुख प्रक्रिया है B- Management is a goal-oriented process	1
4	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
5	डी- व्यक्तिगत बिक्री D- Personal Selling	1
6	ए-अनिश्चितता A-Uncertainty	1
7	बी- विभागीकरण B- Departmentalization	1
8	सी- तरलता C- Liquidity	1

9	डी- दोनों कथन सत्य हैं और कथन 2 को कथन 1 से निष्कर्ष लिया गया है। D- Both are true and Statement 2 has been concluded from Statement 1.	1
10	सी- दोनों सत्य हैं। C- Both are true.	1
11	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
12	भारतीय मानक ब्यूरो Bureau of Indian Standards	1
13	अधीनस्थों की संख्या Number of subordinates	1
14	डिबेंचर (ऋणपत्र) Debentures	1
15	कार्यशील पूंजी Working Capital	1
16	प्राथमिक पैकेजिंग Primary packaging	1
17	आगे, पीछे Forward, Backward	1
18	सत्य True	1
19	असत्य False	1
20	सत्य True	1

21	<p>नियुक्तिकरण की प्रक्रिया में निम्नलिखित चरण शामिल हैं:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ मानव संसाधन नियोजन</li> <li>✓ भर्ती</li> <li>✓ चयन</li> <li>✓ प्लेसमेंट</li> <li>✓ प्रशिक्षण</li> <li>✓ विकास</li> <li>✓ पदोन्नति</li> <li>✓ स्थानांतरण</li> <li>✓ मूल्यांकन</li> <li>✓ पारिश्रमिक का निर्धारण</li> </ul> <p>The process of staffing involves following steps:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Manpower Planning</li> <li>✓ Recruitment</li> <li>✓ Selection</li> <li>✓ Placement</li> <li>✓ Training</li> <li>✓ Development</li> <li>✓ Promotion</li> <li>✓ Transfer</li> <li>✓ Appraisal</li> <li>✓ Determination of Remuneration</li> </ul>	<p>(<math>1/2 \times 6</math>)</p> <p>(<math>1/2</math> अंक प्रत्येक बिंदु के लिए)</p>
22	<p>प्रबंध को सॉफ्ट साइंस माना जा सकता है क्योंकि:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>(i) प्रबंध के पास ज्ञान का एक व्यवस्थित निकाय है।</li> <li>(ii) विज्ञान की तरह, प्रबंध सिद्धांत वैज्ञानिक शोध एवं अवलोकन पर आधारित होते हैं।</li> <li>(iii) विज्ञान की तरह प्रबंध के सिद्धांत सार्वभौमिक रूप से लागू होते हैं।</li> </ol> <p><u>लेकिन:</u></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>(i) प्रबंध के सिद्धांत बहुत लचीले होते हैं जबकि शुद्ध विज्ञान के सिद्धांत कठोर होते हैं।</li> <li>(ii) प्रबंध के सिद्धांतों को रचनात्मकता के साथ लागू किया जाता है क्योंकि ये सिद्धांत मानव के व्यवहार को प्रभावित करते हैं।</li> </ol>	<p>(2 marks for why management is science, 1 mark for why it is not perfect science)</p>

	<p>इस प्रकार, प्रबंध को पूर्ण विज्ञान नहीं कहा जा सकता है।  Management may be regarded as soft science because:  (i) Management has a systematised body of knowledge.  (ii) Like science, management principles are based on scientific enquiry and observations.  (iii) Like science, principles of management are universally applicable.</p> <p>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.</p> <p>Thus, management can't be called as a perfect science.</p>	
23	<p><b>बेहतर समन्वय:</b>  नियंत्रण असंतुलन को दूर करता है और सभी विभागों के कर्मचारियों की कार्रवाई को एक सामान्य लक्ष्य की दिशा में निर्देशित करता है, इस प्रकार अनुकूलतम प्रदर्शन सुनिश्चित करता है।</p> <p><b>बेहतर योजना:</b>  नियंत्रण में पहचानी गई समस्याओं को देखते हुए नियोजन भविष्य की योजनाओं के निर्माण में मदद करता है। इसलिए यह भविष्य की बेहतर योजनाएँ बनाने में मदद करता है।</p> <p><b>Better Coordination:</b>  Controlling removes chaos and aligns employee action of all the departments in direction of a common goal, thus ensuring optimum performance.</p> <p><b>Better Planning:</b>  Controlling helps in formulation of future plans in the light of problems identified in controlling. Hence it helps in making better future plans.</p> <p style="text-align: center;">OR</p>	(1½ x2=3)

	<p>नियंत्रण योजनाओं पर निर्भर करता है क्योंकि यह योजनाओं और वास्तविक प्रगति के बीच अंतर को मापता है। नियंत्रण यह सुनिश्चित करता है कि प्रत्येक व्यक्ति योजना का सख्ती से पालन करे। नियंत्रण में निरंतर निगरानी और जांच यह संभव बनाती है कि हर कोई योजना का पालन करे। दूसरी ओर, नियोजन पिछले अनुभवों और नियंत्रण की रिपोर्ट पर आधारित होता है। इस प्रकार दोनों के बीच घनिष्ठ और पारस्परिक संबंध मौजूद है।</p> <p>Controlling depends upon the plans as it measures the differences between plans and actuals. Controlling makes sure that everyone follows the plans strictly. Continuous monitoring and checks in controlling make it possible that everyone follows the plan. On the other hand, planning is based upon past experiences and feedback report of controlling function. Thus, there exists close and reciprocal relation between the two.</p>	3 marks
	<p>विज्ञापन के लिए भुगतान वांछनीय है क्योंकि विज्ञापन के अनेक लाभ हैं:</p> <p><b>जन- जन में पहुंच:</b> मास मीडिया प्लेटफॉर्म जैसे इंटरनेट, रेडियो, टेलीविजन और समाचार पत्र विज्ञापन को जनता तक पहुंचाने में सक्षम बनाते हैं।</p> <p><b>प्रभावशीलता:</b> विज्ञापन उत्पाद को आकर्षक बनाते हैं और उच्च बिक्री के लिए मांग पैदा करते हैं।</p> <p><b>ग्राहक संतुष्टि:</b> विज्ञापन आश्वासन की भावना पैदा करता है और ग्राहकों की संतुष्टि को बढ़ाता है।</p> <p>It pays to advertising as Advertising has many advantages:</p> <p><b>Mass reach</b> Mass media platforms like internet, radio, television and newspapers enables the advertisement reach the masses.</p> <p><b>Effectiveness</b> Advertisements make the product attractive and arouse the demand leading to high sales.</p> <p><b>Customer satisfaction</b> Advertising creates sense of assurance and enhances customer satisfaction.</p>	<p>(1x 3)</p> <p>Any 3 points</p> <p>(½ mark for the heading+½ mark for the explanation)</p>

<p>OR</p> <p><b>उत्पाद संयोजन -</b>  एक उत्पाद के क्रय पर दो उत्पादों के संयोजन की पेशकश। उदाहरण:  किसान जैम के 100 ग्राम पाउच के साथ 500 ग्राम किसान टमाटर  केचप।</p> <p><b>उपयोग योग्य लाभ-</b>  यात्रा वाउचर या डिस्काउंट वाउचर आमतौर पर पेश किए जाते हैं।  उदाहरण के लिए निश्चित मूल्य का सामान क्रय करने पर दूर पैकेज  फ्री।</p> <p><b>मात्रा उपहार -</b>  ग्राहकों को उपहार के रूप में उत्पाद की कुछ अतिरिक्त मात्रा की  पेशकश करना। उदाहरण के लिए - 20% अतिरिक्त या 2 खरीदें, 1  निःशुल्क प्राप्त करें।</p> <p><b>Product combination</b> – Offering combination of two  products, means on the purchase of one .Example: 100g  gm pouch of Kissan jam with 500 gm of Kissan tomato  ketchup.</p> <p><b>Usable benefit-</b> Travel vouchers or discount vouchers are  generally offered. Purchase goods worth and get a tour  package free.</p> <p><b>Quantity gift</b> – Offering some extra quantity of the  product as a gift to the customers. For example – 20%  Extra or Buy 2, Get 1 Free.</p>	<p>(1x 3)</p>
--	---------------

25	<p><b>अनौपचारिक सन्देशवाहन के गुण:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li><b>गति:</b> ग्रेपवाइन संचार अत्यधिक तेज़ है और इसका उपयोग बहुत तेज़ी से संदेश भेजने के लिए किया जा सकता है।</li> <li><b>मूल्यवान प्रतिक्रिया:</b> अनौपचारिक सन्देशवाहन 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।</li> <li><b>भावनात्मक जुड़ाव:</b> अनौपचारिक सन्देशवाहन काम में कर्मचारियों की रुचि बनाता है क्योंकि यह श्रमिकों के लिए भावनात्मक आउटलेट के रूप में कार्य करता है।</li> <li><b>प्रेरक के रूप में:</b> अनौपचारिक संचार मनोबल बढ़ाने वाले के रूप में कार्य कर सकता है क्योंकि प्रबंध द्वारा अच्छे और सकारात्मक विचारों को प्रसारित करने के लिए इसका प्रभावी ढंग से उपयोग किया जा सकता है।</li> </ol> <p><b>Merits of informal communication:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li><b>Speed:</b> Grapevine communication is highly rapid and can be used to send messages very quickly.</li> <li><b>Valuable Feedback:</b> Such communication provides valuable feedback to the management, if used intelligently. Informal channels are used by the managers to transmit information so as to know the reactions of his/her subordinates.</li> <li><b>Check on Emotions:</b> It develops employee's interest in their work as it serves as an emotional outlet for workers.</li> <li><b>Acts as Motivator:</b> Informal communication works as a morale booster because it can be used effectively by the management for transmitting good and positive ideas.</li> </ol>	<p>(1x4)</p> <p>(कोई 4 बिंदु)</p> <p>(1mark for each point)</p>
----	--	---

26	<p>लाभांश निर्णय से अर्थ है कि कंपनी के शुद्ध लाभ का कितना भाग अंशधारियों को वितरित किया जाना है और इसे व्यवसाय में कितना रखा जाना चाहिए।</p> <p>लाभांश निर्णयों को प्रभावित करने वाले कारक:</p> <p>(i) आय की राशि: लाभांश का भुगतान वर्तमान लाभ और संचय में से किया जाता है। इस प्रकार आय लाभांश निर्णय का एक प्रमुख निर्धारक है।</p> <p>(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।</p> <p>(iii) लाभांश की स्थिरता: आम तौर पर, कंपनियां प्रति अंश लाभांश को एक समान रखने का प्रयास करती हैं। प्रत्येक वर्ष एक स्थिर लाभांश दिया जाता है।</p> <p>(iv) वृद्धि के अवसर: विकास के अच्छे अवसरों वाली कंपनियाँ अपनी आय में से अधिक धन अपने पास रखती हैं ताकि विकास कार्यों के लिए आवश्यक निवेश का प्रबंध किया जा सके। इसलिए लाभांश कम घोषित करती हैं।</p> <p>(v) रोकड़ प्रवाह की स्थिति: लाभांश में रोकड़ का आउटफ्लो शामिल होता है। लाभांश के भुगतान या घोषणा के लिए पर्याप्त रोकड़ की उपलब्धता आवश्यक है।</p> <p>(vi) अंशधारकों की वरीयता: लाभांश घोषित करते समय, प्रबंध को अंशधारकों की प्राथमिकताओं को ध्यान में रखना चाहिए।</p> <p>(vii) कराधान नीति: यदि लाभांश पर कर अधिक है, तो कम भुगतान करना बेहतर है। लेकिन अगर कर की दरें कम हैं, तो उच्च लाभांश घोषित किया जा सकता है।</p> <p>(viii) स्टॉक मार्केट रिएक्शन: आम तौर पर, लाभांश में वृद्धि का शेयर बाजार पर सकारात्मक प्रभाव पड़ता है और इसके विपरीत। अतः लाभांश का निर्णय करते समय इस बात का ध्यान रखना चाहिए।</p> <p>(ix) कानूनी बाधाएं: कंपनी अधिनियम के कुछ प्रावधान लाभांश के रूप में भुगतान पर प्रतिबंध लगाते हैं। लाभांश की</p>	<p>(1+3)</p> <p>Any 3 points</p> <p>1 mark for meaning of dividend decision 3marks for any 3 factors affecting dividend decision</p>
----	--	--



	<p>घोषणा करते समय ऐसे प्रावधानों का पालन किया जाना चाहिए।</p> <p>Dividend decision relates to how much of the company's net profit is to be distributed to the shareholders and how much of it should be retained in the business.</p> <p>Factors affecting dividend decisions:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>(i) Amount of Earnings: Dividends are paid out of current and past earnings. Thus, earnings are a major determinant of dividend decision.</li> <li>(ii) Stability in Earnings: A company having higher and stable earnings can declare higher dividends than a company with lower and unstable earnings.</li> <li>(iii) Stability of Dividends: Generally, companies try to stabilise dividends per share. A steady dividend is given each year.</li> <li>(iv) Growth Opportunities: Companies having good growth opportunities retain more money so as to finance the required investment. Therefore the dividend declared remains smaller.</li> <li>(v) Cash Flow Position: Dividend involves an outflow of cash. Availability of enough cash is necessary for payment or declaration of dividends.</li> <li>(vi) Shareholders' Preference: While declaring dividends, the management must keep in mind the preferences of the shareholders.</li> <li>(vii) Taxation Policy: If the tax rate on dividends is higher, it is better to pay less dividends. But if the tax rates are lower, higher dividends may be declared.</li> <li>(viii) Stock Market Reaction: Generally, an increase in dividends has a positive impact on the stock market and vice-versa. Thus, while deciding on dividends, this should be kept in mind.</li> <li>(ix) Legal Constraints: Certain provisions of the Companies Act place restrictions on payment as the dividend. Such provisions must be adhered to while declaring the dividend.</li> </ul>	<p>1 mark for meaning of dividend decision 3marks for any 3 factors affecting dividend decision</p>
--	--	---

27	<p>सुरक्षा का अधिकार  चुनने का अधिकार  सूचित किए जाने का अधिकार  उपभोक्ता शिक्षा का अधिकार  सुने जाने का अधिकार  मुआवजे की मांग का अधिकार</p> <p>Right to Safety  Right to Choose  Right to be informed  Right to Consumer Education  Right to be heard  Right to seek compensation</p>	<p>(4)</p> <p>mention all 6 rights</p> <p>1 mark for listing of rights  3 marks for explanation</p>												
28	<p>समता पर व्यापार का अर्थ है समता अंशों पर प्रतिफल बढ़ाने के लिए डिबेंचर और ऋण जैसे वित्त के निश्चित लागत स्रोतों का उपयोग करना। इसका उपयोग तब किया जाना चाहिए जब निवेश पर प्रतिफल की दर डिबेंचर/ऋण पर देय ब्याज की दर से अधिक हो।</p> <p>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/ loans.</p> <p>Example:</p> <table border="1" data-bbox="313 1507 1198 1898"> <thead> <tr> <th></th> <th>Situation I</th> <th>Situation II</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Earnings before interest and tax (EBIT)</td> <td>1,00,000</td> <td>1,00,000</td> </tr> <tr> <td>Interest</td> <td></td> <td>30,000</td> </tr> <tr> <td>Earnings Before Tax (EBT)</td> <td>1,00,000</td> <td>70,000</td> </tr> </tbody> </table>		Situation I	Situation II	Earnings before interest and tax (EBIT)	1,00,000	1,00,000	Interest		30,000	Earnings Before Tax (EBT)	1,00,000	70,000	<p>(1+3)</p> <p>1 Mark for explanation,  3 Marks for example</p>
	Situation I	Situation II												
Earnings before interest and tax (EBIT)	1,00,000	1,00,000												
Interest		30,000												
Earnings Before Tax (EBT)	1,00,000	70,000												

Tax	30,000	21,000	
Earnings After Tax (EAT)	70,000	79,000	
No. Of equity shares	50,000	20,000	
EPS = $\frac{\text{EAT}}{\text{Number of equity shares}}$	$\frac{70,000}{50,000} = 1.4$	$\frac{79,000}{20,000} = 3.95$	

29

4 marks

मास्लो द्वारा प्रतिपादित आवश्यकता प्राथमिकता क्रम में पाँच चरण हैं:

1. जैविक/शारीरिक आवश्यकताएँ: हवा, पानी, भोजन, कपड़े, आश्रय आदि।
2. सुरक्षा की आवश्यकताएँ: भय से मुक्ति, प्राकृतिक तत्वों से सुरक्षा, कानून और व्यवस्था, सुरक्षा और स्थिरता।
3. संबंध 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. 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

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 स्तर, 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

(1x4)

any 4 points

(½ mark for the heading+½ mark for the explanation)

	<p>example, employee recognition programs where the best performer is declared from time to time.</p> <p>Promotion –To keep an employee motivated, companies can promote them to improve their standing in the organization.</p> <p>Job enrichment – Organisations can design jobs to involve higher knowledge and skill levels, greater responsibility and autonomy to motivate employees.</p> <p>Job security – Organisations must provide jobs that are relatively secure compared to their competitors. It brings economic security and employees get motivated.</p>	
30	<p>भर्ती के बाहरी स्रोत:</p> <p># 1. सीधी भर्ती:</p> <p>कई कंपनियां आकस्मिक रिक्तियों को भरने के लिए फैक्ट्री गेट पर भर्ती की प्रथा का पालन करती हैं। ऐसे श्रमिकों को बदली 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 आती है।</p> <p># 2. आकस्मिक कॉल करने वाले:</p> <p>प्रतिष्ठित संगठनों 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।</p> <p># 3. विज्ञापन:</p> <p>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।</p> <p>External Sources of Recruitment:</p> <p># 1. Direct Recruitment:</p> <p>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</p>	<p>(2x2)</p> <p>(कोई 2 बिंदु)</p> <p>Any 2 external sources</p> <p>(2 marks for</p>

<p>unskilled workers. It does not involve cost of advertising the vacancies.</p> <p># 2. Casual Callers: In 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.</p> <p># 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.</p> <p style="text-align: center;"><b>OR</b></p> <p>(ए) <b>पद बदली:</b> एक ऐसी प्रक्रिया है जिसमें प्रशिक्षु को व्यवस्थित रूप से एक शाखा से दूसरी शाखा में अथवा एक पद से दूसरे पद पर स्थानांतरित किया जाता है, ताकि विविध क्षेत्रों में उसके ज्ञान और दृष्टिकोण को व्यापक बनाया जा सके। एक प्रशिक्षित कर्मचारी अपने काम में अधिक कुशल होता है। उसके पास अपनी नौकरी के लिए बेहतर ज्ञान, कौशल विकास होता है। इससे उत्पादन में वृद्धि होती है जो उद्यम के लिए लाभदायक है।</p> <p>(बी) <b>प्रकोष्ठशाला प्रशिक्षण:</b> 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 वास्तविक कच्चा माल, मशीनों और उपकरणों का उपयोग करते हैं। प्रशिक्षित कर्मचारी मशीनरी और उपकरणों को संभालने में कुशल होते हैं। इस प्रकार, दुर्घटनाओं की प्रायिकता बहुत कम हो जाती है।</p> <p>(A) <b>Job rotation</b> is a process in which the trainee is systematically transferred from one branch to another or from one post to another, so as to broaden his knowledge and attitudes in diversified fields. Such</p>	<p>each point)</p> <p>(2x2)</p> <p>(2 marks for each point)</p>
--	---

	<p>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.</p> <p>(B) <b>Vestibule training:</b> Employees learn their jobs on the equipment they will be using but the training is conducted away from the actual work floor. Actual work environment is created in a class room and employees use the real material, machines and equipment. Trained employees are proficient in handling machinery and equipment. Thus, less prone to accidents.</p>																			
31	<p>औपचारिक संगठन और अनौपचारिक संगठन में अंतर:</p> <table border="1"> <tr> <td>अंतर का आधार</td> <td>औपचारिक संगठन</td> <td>अनौपचारिक संगठन</td> </tr> <tr> <td>अर्थ</td> <td>'औपचारिक संगठन' प्रबंध द्वारा परिभाषित अधिकारियों के बीच संबंध है।</td> <td>कर्मचारियों के बीच व्यक्तिगत और अनौपचारिक संबंधों पर आधारित संबंध है।</td> </tr> <tr> <td>उत्पत्ति</td> <td>प्रबंध के नियमों और नीतियों से उत्पत्ति</td> <td>कर्मचारियों के बीच सामाजिक संपर्क से उत्पत्ति</td> </tr> <tr> <td>संचार का प्रवाह</td> <td>संचार स्केलर श्रृंखला के माध्यम से प्रवाहित होता है।</td> <td>संचार के किसी नियोजित मार्ग का अनुसरण नहीं किया जाता है।</td> </tr> <tr> <td>प्रकृति</td> <td>औपचारिक संगठन कठोर होते हैं।</td> <td>अनौपचारिक संगठन लचीले होते हैं।</td> </tr> <tr> <td>अधिकार</td> <td>अधिकार प्रबंधकीय पदों द्वारा परिभाषित</td> <td>अधिकार कर्मचारियों के व्यक्तिगत गुणों द्वारा परिभाषित</td> </tr> </table>	अंतर का आधार	औपचारिक संगठन	अनौपचारिक संगठन	अर्थ	'औपचारिक संगठन' प्रबंध द्वारा परिभाषित अधिकारियों के बीच संबंध है।	कर्मचारियों के बीच व्यक्तिगत और अनौपचारिक संबंधों पर आधारित संबंध है।	उत्पत्ति	प्रबंध के नियमों और नीतियों से उत्पत्ति	कर्मचारियों के बीच सामाजिक संपर्क से उत्पत्ति	संचार का प्रवाह	संचार स्केलर श्रृंखला के माध्यम से प्रवाहित होता है।	संचार के किसी नियोजित मार्ग का अनुसरण नहीं किया जाता है।	प्रकृति	औपचारिक संगठन कठोर होते हैं।	अनौपचारिक संगठन लचीले होते हैं।	अधिकार	अधिकार प्रबंधकीय पदों द्वारा परिभाषित	अधिकार कर्मचारियों के व्यक्तिगत गुणों द्वारा परिभाषित	<p>1x6</p> <p>any 6 differences</p>
अंतर का आधार	औपचारिक संगठन	अनौपचारिक संगठन																		
अर्थ	'औपचारिक संगठन' प्रबंध द्वारा परिभाषित अधिकारियों के बीच संबंध है।	कर्मचारियों के बीच व्यक्तिगत और अनौपचारिक संबंधों पर आधारित संबंध है।																		
उत्पत्ति	प्रबंध के नियमों और नीतियों से उत्पत्ति	कर्मचारियों के बीच सामाजिक संपर्क से उत्पत्ति																		
संचार का प्रवाह	संचार स्केलर श्रृंखला के माध्यम से प्रवाहित होता है।	संचार के किसी नियोजित मार्ग का अनुसरण नहीं किया जाता है।																		
प्रकृति	औपचारिक संगठन कठोर होते हैं।	अनौपचारिक संगठन लचीले होते हैं।																		
अधिकार	अधिकार प्रबंधकीय पदों द्वारा परिभाषित	अधिकार कर्मचारियों के व्यक्तिगत गुणों द्वारा परिभाषित																		

सामाजिक ज़रूरतें	सामाजिक ज़रूरतों का पालन नहीं	सामाजिक ज़रूरतों को पूरा करते हैं
Difference between formal and informal organisations:		
Basis of difference	Formal organisation	Informal organisation
Meaning	Refers to the relationship between authorities as defined by the management.	Refers to the organisation based on personal and informal relationship among the employees.
Origin	Originates from the rules and policies of the management.	Originates from the social interactions among the employees.
Authority	Authority is defined by the managerial positions.	Authority is defined by the personal qualities of the employees.
Flow of communication	Communication flows through the scalar chain.	No planned route of communication is followed.
Nature	Formal organisations are rigid.	Informal organisations are flexible.
Social Needs	Do not adhere to social needs.	Fulfil social needs.

32	<p>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।</p> <p>ये हैं: (i) उत्पाद, (ii) मूल्य, (iii) स्थान, और (iv) संवर्धन</p> <p><b>उत्पाद मिश्रण:</b></p> <p>उत्पाद उपयोगिताओं का एक समूह है जो किसी व्यक्ति या समूह</p>	<p>(1½x4)</p> <p>4Ps of Marketing</p> <p>1½ marks</p>
----	---	---



<p>की किसी विशेष आवश्यकता को पूरा करता है। इसमें वस्तु तथा सेवाएं दोनों शामिल हैं। उत्पाद मिश्रण में नए उत्पाद के डिजाइन और विकास, ब्रांडिंग, पैकेजिंग और लेबलिंग के संबंध में निर्णय शामिल हैं।</p> <p><b>कीमत मिश्रण:</b> 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।</p> <p><b>स्थान मिश्रण:</b> मार्केटिंग मिक्स रणनीति में प्लेसमेंट 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 चैनल और भौतिक वितरण दोनों शामिल हैं।</p> <p><b>संवर्धन मिश्रण:</b> यह एक विपणन संचार प्रक्रिया है जो उत्पाद और उसकी विशेषताओं को जनता के सामने प्रचारित करने में मदद करती है। संवर्धन 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।</p> <p>The marketing mix consists of various variables, which have broadly been classified into four categories, popularly known as four Ps of marketing.</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. These are: (i) Product, (ii) Price, (iii) Place, and (iv) Promotion</li> </ol> <p><b>Product Mix:</b> A product is a bundle of utilities used to satisfy the need of an individual or a group. It includes goods as well as services. Product mix includes the decision regarding new product design and development, branding, packaging and labelling.</p>	<p>for each point</p> <p>(½ mark for the heading and 1 mark for the explanation)</p>
--	--



### **4Ps of Marketing Mix**

#### **Price Mix:**

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 Mix:**

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 Mix:**

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.

33	<b>नीति और नियम के बीच अंतर</b>			(3x2)  (कोई 3 बिंदु)
	आधार	नीति	नियम	
	अर्थ	एक व्यापक योजना जिसमें उन सीमाओं का निर्धारण किया जाता है जिनके भीतर निर्णय लिए जा सकते हैं।	दी गई स्थिति में क्या करना है या क्या नहीं करना है, यह बताने वाली एक विशिष्ट योजना।	
	उद्देश्य	निर्णय लेने में मार्गदर्शन करना।	व्यवहार का मार्गदर्शन करना और अनुशासन सुनिश्चित करना।	
	प्रकृति	एक सामान्य कथन	एक विशिष्ट कथन	
	लचीलापन	यह लोचशील है क्योंकि इसमें विवेक के आधार पर निर्णय लिए जा सकते हैं।	यह कठोर है क्योंकि इसमें विवेक के आधार पर निर्णय नहीं लिए जा सकते हैं।	
	दंड	उल्लंघन के लिए दंड निर्दिष्ट नहीं है।	आम तौर पर निर्दिष्ट उल्लंघन के लिए जुर्माना।	
स्रोत	उद्देश्यों के आधार पर।	नीतियों और प्रक्रियाओं के आधार पर		
<b>नीति और उद्देश्य के बीच अंतर</b>				(कोई 3 बिंदु)
आधार	उद्देश्य	नीति		
अर्थ	उद्देश्य अंतिम परिणाम या मापने योग्य परिणाम होते हैं, जो एक व्यवसाय एक निश्चित समय सीमा पर प्राप्त करना चाहता है।	नीतियां वे सामान्य विवरण हैं, जो प्रबन्धकों एवं कर्मचारियों का मार्गदर्शन करती हैं।		
उद्देश्य	नीतियों, कार्यविधियों आदि के निर्माण कार्यों के लिए पथ प्रदर्शक हैं।	यह निर्णय लेने के लिए मार्गदर्शन प्रदान करती है।		
क्षेत्र	क्षेत्र व्यापक है।	उद्देश्यों की तुलना में संकीर्ण क्षेत्र है।		

<b>Difference between Policy &amp; Rule</b>		
Basis	Policy	Rule
Meaning	A broad plan laying down the limits within which decisions can be taken.	A specific plan indicating what is to be done or not done in a given situation.
Purpose	To guide decision-making.	To guide behaviour and ensure discipline.
Nature	A general statement	A Specific statement
Flexibility	It is flexible as it provides scope for discretion and judgement.	It is rigid as it leaves no scope for discretion and judgement.
Penalty	Penalty for violation is not specified.	Penalty for violation generally specified.
Source	Based on objectives.	Based on policies and procedures.
<b>Difference between Policy &amp; Objective</b>		
Basis	Objective	Policy
Meaning	Objectives are the end result or measurable outcome which a business wishes to achieve at a certain time frame.	A policy is a guideline that governs how an organisational situation will be addressed.
Purpose	Objectives decide the purpose of organisation. They are the path setters for other actions.	This provides guidance to managers for decision making.
Scope	Scope is wide as it covers all other policies, strategies, etc. and covers overall business.	Prepared to assist managers in decision-making with changes. Hence have a narrow scope than objectives.

OR  
अथवा

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 बदल नहीं सकता है, इससे कठोरता आती है।

**2. नियोजन गतिशील वातावरण में काम नहीं करता:**

सामाजिक, आर्थिक, कानूनी और अन्य कारक बदलते रहते हैं। संगठन को ऐसे बदलावों के लिए खुद को ढालना होता है। 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. नियोजन 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।

(1x6)

any 6  
points

(½ mark  
for the  
heading  
+½ mark  
for the  
explanati  
on)

**5. नियोजन में समय अधिक लगता है:**

कई बार योजनाएं बनने में इतना समय लग जाता है कि उन्हें क्रियान्वित करने के लिए समय ही नहीं बचता। इससे प्लानिंग फेल हो जाती है।

**6. नियोजन सफलता की गारंटी नहीं 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.

**6. 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.

34	<p><b>(ए) विधि अध्ययन:</b>  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।</p> <p><b>(बी) क्रियात्मक फॉरेमेन्शिप:</b>  एफडब्ल्यू टेलर ने क्रियात्मक फॉरेमेन्शिप को प्रतिपादित किया है। जिसमें 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।</p> <p><b>(सी) प्रमापीकरण:</b>  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।</p> <p><b>(डी) विभेदात्मक मजदूरी पद्धति:</b>  टेलर ने कर्मचारियों को प्रेरित करने के लिए विभेदक मजदूरी प्रणाली अपनाने की सलाह दी है। इस प्रणाली के अनुसार मजदूरी का भुगतान किए गए कार्य के आधार पर किया जाता है न कि कार्य करने में लगे समय के आधार पर। इस प्रणाली में दो अलग-अलग मजदूरी दरों का उपयोग किया जाता है: एक उच्च मजदूरी</p>	(2x3)  (कोई 3 बिंदु)
----	--	----------------------------



दर और दूसरी कम मजदूरी दर। जो श्रमिक एक निश्चित अवधि के भीतर मानक संख्या में इकाइयों का उत्पादन करने में सक्षम हैं, उन्हें उच्च मजदूरी दर के अनुसार भुगतान किया जाता है, और जो श्रमिक एक ही समय के भीतर मानक संख्या में इकाइयों का उत्पादन करने में सक्षम नहीं होते हैं, उन्हें कम मजदूरी दर के अनुसार भुगतान किया जाता है।

(2x3)

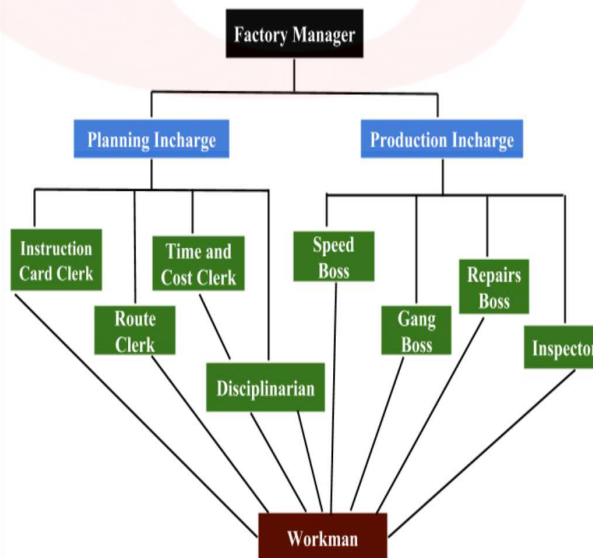
**(A) Method Study**

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 minimise the cost of production and maximise the quality and level of consumer satisfaction.

Mention any three

**(B) Functional Foremanship**

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:



	<p><b>(C) Standardization</b>  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 standardised. 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.</p> <p><b>(D) Differential Piece Wage System</b>  Taylor has advised the adoption of differential wage systems in order to motivate the employees. According to this system, wages are paid on the basis of work done and not on the basis of time spent in doing the work. In this system two different wage rates are used: one is the high wage rate and the other is the low wage rate. Those workers who are able to produce the standard number of units within a fixed duration are paid as per the high wage rate, and those workers who are not able to produce the standard number of units within the same time are paid as per the lower wage rate.</p>	
	<p style="text-align: center;">OR</p> <p><b>(ए) आदेश की एकता</b>  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।</p> <p><b>(बी) समता</b>  सभी कर्मचारियों के साथ समान और सम्मानपूर्वक व्यवहार किया</p>	<p>(2x3)</p> <p>(कोई 3 बिंदु)</p>

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**

इस सिद्धांत के अनुसार प्रेरणा और उत्पादकता एक दूसरे पर निर्भर हैं। कर्मचारियों को प्रेरित और उत्पादक बनाए रखने के लिए पारिश्रमिक पर्याप्त होना चाहिए। यह एक कर्मचारियों के कार्य के अनुसार उचित और पर्याप्त होना चाहिए।

**(डी) पहल**

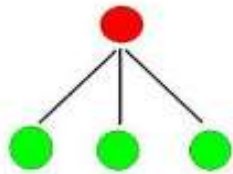
प्रबंध को कर्मचारियों को एक संगठन में पहल करने के लिए समर्थन और प्रोत्साहित करना चाहिए। इससे उन्हें अपनी रुचि बढ़ाने और विकास में मदद मिलेगी। कर्मचारियों को नए विचारों को व्यक्त करने की अनुमति दी जानी चाहिए। यह रुचि और भागीदारी को प्रोत्साहित करता है और कंपनी के लक्ष्य प्राप्ति को सम्भव बनाता है।

**(A) Unity of Command**

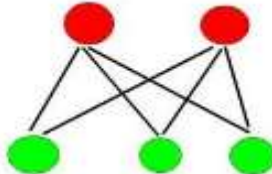
The principle of 'Unity of Command' states that employees should receive orders and instructions from one boss only. If two or more superiors command a worker at the same time, he will get confused whom to follow. If the unity of command is maintained in the organisation it would help to avoid confusion among the workers, conflict among the superiors and create better relations between workers and managers.

Mention any three

Right Approach



Wrong Approach



● Superior

● Subordinate

### **(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 employee and denying the other will create dissatisfaction.

### **(C) Remuneration**

Motivation and productivity are close to one another. This principle states that the remuneration should be sufficient to keep employees motivated and productive. It should be fair and adequate according to an individual's efforts they have made.

### **(D) Initiative**

The management should support and encourage the employees to take initiatives in an organization. It will help them to increase their interest and make them worth. Employees should be allowed to express new ideas. This encourages interest and involvement and creates added value for the company.