

# FASHION

Happy Onam



ലക്ഷ്യം കൃത്യമായാൽ  
വിജയം സുനിശ്ചിതം

ജോലിയിലെ സമ്മർദ്ദം  
ഇല്ലാതാക്കാം

പ്രതിസന്ധികളെ നേരിടാം  
കരുതലോടെ

ആത്മവിശ്വാസം,  
അതല്ലേ ഏല്പാം







**S N O W F A L L**<sup>®</sup>  
A DIVISION OF SHYAM DRESSES PVT. LTD.

Wholesale Distributor



**Novelty Textiles**<sup>®</sup>  
A Division of NCPL

**Novelty Textiles, A Division of Novelty Clothing Pvt. Ltd.**

40/2692A,B,C,D Opp. South Indian Bank, Market Road, Ernakulam - 682 035  
Ph.: +91 484 2370756, 2363005 | E-mail: mail@noveltyclothing.in  
Door no : 48/1369/718, Near kallupalam, Pallihottam P.O , Kollam - 691 006.  
Ph.:+91 474 2740671, 2747288 | E-mail: kollam@noveltytextiles.co.in



An in-house Magazine from Novelty Clothing Private Limited

**Corporate office:**  
Novelty Clothing Private Limited  
No. 44/1037A, LFC Road,  
Kaloor, Kochi

**Managing Editor**  
**E.P.George**  
Managing Director

**Chief Editor**  
**Nishil Madathil**  
Chief Manager  
Organization Excellence

**Editorial Board**  
**Paul George**  
Executive Director  
**Sijoy Abraham**  
Group Chief Operating Officer

**CA. Abishek S Mallaya, FCA**  
Assistant General Manager - Finance

**Editorial Address:**  
Novelty Clothing Private Limited  
No. 44/1037A, LFC Road,  
Kaloor, Kochi  
Phone: 0484 - 2408910, 2408810  
Mobile: 8138005299  
Fax: 0484 - 2369329  
E-mail: hr@noveltyclothing.in

Edited and designed by:  
The Media Factory,  
Thiruvonam Buildings,  
Shornur Road, Thrissur.  
E-mail: themediafactory1@gmail.com

Printed and Published by  
Novelty Clothing Private Limited  
40/2102, 2103, Market Road,  
Ernakulam, Kochi - 682 035

The views and opinions expressed herein are not necessarily those of Novelty Group For private circulation only.

Cover model: **Sherin Thomas**, Executive, HR Novelty Clothing Pvt Ltd

### പ്രതീക്ഷകളുടെ ഉത്സവകാലം

വീണ്ടുമൊരു ഉത്സവകാലത്തിന്റെ അലയൊലികൾ അന്തരീക്ഷത്തിൽ മുഴങ്ങുന്ന വേളയിലാണ് ഫാഷൻ മാഗസിന്റെ ഏറ്റവും പുതിയ പതിപ്പ് നിങ്ങളുടെ കൈകളിലെത്തുന്നത്.

കേരളത്തിന്റെ ഏറ്റവും വലിയ ഉത്സവകാലമായ ഓണം ബിസിനസിന്റെയും ഉത്സവമാണ്. നീണ്ട ഒരു ഇടവേളയ്ക്കു ശേഷം മലയാളികൾക്ക് നിയന്ത്രണങ്ങളൊന്നും ഇല്ലാതെ കൈവന്ന പൊന്നോണം എന്നതുകൊണ്ട് ഈ ഉത്സവകാലത്തിനു ഇരട്ടി മധുരമുണ്ട്.

പ്രതിസന്ധികളുടെ കാലങ്ങളെ മറവിയിലേക്കു മാറ്റിനിറുത്തിക്കൊണ്ട് വ്യക്തികളും കേരളീയ സമൂഹവും കൂടുതൽ കൂടുതൽ ഉർജ്ജസ്വലരാകുന്നത് വിപണിയിലും പ്രതിഫലിക്കുന്നുണ്ട്. ഇത് വ്യാപാരി സമൂഹത്തിനും ആപ്ലോദന പകരുന്ന കാഴ്ചയാണ്. അത് വരുംകാലങ്ങളിൽ ജനജീവിതത്തിന്റെയും ശൈലിയാകട്ടെ എന്ന് നമുക്ക് പ്രത്യാശിക്കാം. ആധുനികമായ എന്തിനെയും ഇരുകയ്യും നീട്ടി സ്വീകരിക്കുന്ന മലയാളിയുടെ രീതി പുതിയ തലമുറയിലേക്കും അതിവേഗം പ്രസരിക്കുന്നുണ്ട്. അത് ഒരു ശുഭലക്ഷണമാണ്.

അവസരങ്ങൾ എല്ലായിടത്തുമുണ്ട്. അവയെ കണ്ടെത്തുക എന്നതാണ് നമ്മൾ ചെയ്യേണ്ടത്. കാലാവസ്ഥാ വ്യതിയാനവും ആഗോളതാപനവും, രാഷ്ട്രീയ വിഷയങ്ങളുംപോലെ നമ്മുടെ നിയന്ത്രണങ്ങൾക്കപ്പുറത്തു നിൽക്കുന്ന കാര്യങ്ങളിൽ കൂടുതൽ ചിന്തിച്ചു സമയം കളയാതെ അത്തരം പ്രതിസന്ധികളെ അവസരങ്ങളാക്കി മാറ്റിക്കൊണ്ട് മുന്നേറുക എന്നതാണ് ഈ കാലഘട്ടത്തിന്റെ ആവശ്യം. നമ്മുടെ നിയന്ത്രണത്തിലുള്ള വിഷയങ്ങളിൽ കൂടുതൽ ശ്രദ്ധ ഉറന്നുക. ഈ അവസരങ്ങളിൽ നിന്ന് ഉരുത്തിരിയുന്ന സാധ്യതകളെ തിരിച്ചറിയണമെങ്കിൽ നമ്മൾ അതിനു പുറത്തു തന്നെയാണ് നിൽക്കേണ്ടത്.

ഫാഷൻ മാഗസിന്റെ മുൻ ലക്കങ്ങൾക്കു നിങ്ങൾ നൽകിയ സ്നേഹോഷ്മളമായ സ്വീകരണങ്ങൾക്ക് നന്ദി. കൂടുതൽ വ്യത്യസ്തമായ വിഭവങ്ങളോടെ എത്തുന്ന ഈ പതിപ്പും നിങ്ങൾക്ക് ഇഷ്ടപ്പെടുമെന്നു പ്രതീക്ഷിക്കുന്നു.

എല്ലാവർക്കും  
ഓണാശംസകൾ നേർന്നുകൊണ്ട്,

**ഇ.പി.ജോർജ്ജ്**  
മാനേജിങ് ഡയറക്ടർ

CONTENTS

03	എഡിറ്റോറിയൽ
04	കസ്റ്റമർക്ക് വേണ്ടത് ഏറ്റവും മികച്ച സേവനം
10	ജോലി സ്ഥലത്തെ വൈകാരിക സമ്മർദ്ദം എങ്ങനെ ഇല്ലാതാക്കാം
14	മേലധികാരി എല്ലാം അറിയുന്നു
16	ആത്മവിശ്വാസം, അതല്ലെ എല്ലാം
18	ലക്ഷ്യം കൃത്യമെങ്കിൽ വിജയം സുനിശ്ചിതം
20	പ്രതിസന്ധികളെ നേരിടാം കരുതലോടെ
22	ഭക്ഷണം തന്നെയാണ് മരുന്ന്
26	ആനുകൂല്യങ്ങൾക്ക് ടിഡിഎസ് മാറ്റം പ്രാബല്യത്തിൽ





# കസ്റ്റമർക്കു വേണ്ടത് ഏറ്റവും മികച്ച സേവനം

നല്ല കസ്റ്റമർ കെയറിനു രണ്ട് വഴികളില്ല. എല്ലാവരും ഒരു മികച്ച ഉപഭോക്തൃ സേവന അനുഭവം ആഗ്രഹിക്കുന്നു. സ്റ്റാഫിന്റെ വേഗത്തിലുള്ള പിന്തുണയും ഹൃദ്യമായ സംഭാഷണങ്ങളും കൊച്ചു കൊച്ചു കാര്യങ്ങളെ ന് തോന്നുമെങ്കിലും അവയാണ് കടുത്ത മത്സരത്തിലും ഒരു കമ്പനിയെ നിലനിർത്തുന്നതെന്ന് അറിയുക.

എന്നാൽ ബിസിനസുകൾക്ക് അവർ നൽകേണ്ട ഉപഭോക്തൃ സേവനം കൃത്യമായി നൽകപ്പെടുന്നുണ്ടെന്നു എങ്ങനെ ഉറപ്പാക്കാൻ നാകും?

ഈ ഉപഭോക്തൃ സേവന നൂറുക്കൾ പരിശോധിക്കുക:

### പുഞ്ചിരിക്കുക

ഒരു പുഞ്ചിരിക്കുന്ന മുഖം നിങ്ങളുടെ ആവശ്യത്തെ സ്വാഗതം ചെയ്യുമെന്ന് ഉറപ്പാണ്. അത് സംഭാഷണത്തിന്റെ ടോൺ സജ്ജമാക്കുന്നു, നിങ്ങളെ കൂടുതൽ സമീപിക്കാൻ കഴിയുന്ന ആളാക്കി മാറ്റുന്നു. (ഇതിന്റെ പ്രായോഗിക ഉദാഹരണമാണ് വാൾമാർട്ട് 10 അ

ടി നിയമം. സെയിൽസ് എക്സിക്യൂട്ടീവുകൾ 10 അടി ചുറ്റളവിലുള്ള ഏതൊരു കസ്റ്റമറേയും സമീപിച്ച് പുഞ്ചിരിക്കുകയും സഹായം വാഗ്ദാനം ചെയ്യുകയും ചെയ്യുന്നു. അവർക്ക് നിരവധി വ്യവസായ അംഗീകാരങ്ങൾ നേടിക്കൊടുത്ത ഒരു തന്ത്രമാണത്.)

### ശരിയായ സാങ്കേതികവിദ്യ ഉപയോഗിക്കുക

സാങ്കേതികതയെ മാനുഷിക സ്പർശനവുമായി മിശ്രണം ചെയ്യുന്നതിൽ നിന്നാണ് നല്ല ഉപഭോക്തൃ പിന്തുണ ലഭിക്കുന്നത്. ഉപഭോക്തൃ അനുഭവം മെച്ചപ്പെടുത്തുന്നതിന് നിരവധി ഉപകരണങ്ങളും സോഫ്റ്റ്‌വെയറുകളും ഇന്ന് ലഭ്യമാണ്, മാത്രമല്ല മിക്ക കമ്പനികളും ആ സാങ്കേതികവിദ്യ ഉപയോഗിക്കുന്നുണ്ട്.

നിങ്ങളുടെ ഉപഭോക്തൃ സേവന പ്രവർത്തനങ്ങൾ കാര്യക്ഷമമാക്കുകയും നിങ്ങളെ സഹായിക്കുകയും ചെയ്യുന്ന ഒരു സമ്പൂർണ്ണ ഉപഭോക്തൃ അനുഭവമാണ് സോഫ്റ്റ്‌വെയർ ഏറ്റെടുക്കുന്നത്. ജനപ്രിയ ഉപഭോക്തൃ സേവ

ന സാങ്കേതികവിദ്യയുടെ ചില ഉദാഹരണങ്ങൾ ഇതാ:

### നീണ്ടു നിൽക്കുന്ന ഓർമ്മ സമ്മാനിക്കുക

മികച്ച ഉപഭോക്തൃ അനുഭവം ദീർഘകാലം നില നിൽക്കുന്നു. മുഖത്ത് പുഞ്ചിരിയോടെ ഉപഭോക്താവിനു നിങ്ങളെ ഓർക്കാൻ തോന്നണം. ലളിതമായ വാക്കായ ഒരു 'നല്ല ദിനം ആശംസിക്കുന്നു' എന്നത് പ്രകടനമായി തോന്നിയേക്കാം, എന്നാൽ അത് ശക്തമായ ഒരു അടയാളം അവശേഷിപ്പിക്കും.

### കസ്റ്റമർക്കു സമയോചിതമായ പ്രതികരണം ഉറപ്പാക്കുക

ഫോണിൽ വരുന്ന കസ്റ്റമർ അന്വേഷണങ്ങൾക്ക് എത്രയും വേഗം മറുപടി നൽകുക. ഒരു മണിക്കൂറിനുള്ളിൽ കമ്പനികൾ ഒരു ഇ-മെയിലിന് മറുപടി നൽകണമെന്നതാണ് ഒരു അലിഖിത നിയമം. തത്സമയ ചാറ്റിൽ, പ്രതീക്ഷിക്കുന്ന പ്രതികരണ സമയം ഇതിലും കുറവാണ്. ഇതിനായി നിങ്ങൾക്ക് ശരിയായ സ്റ്റാഫ് ഉണ്ടെന്ന് ഉറപ്പാക്കുക.



**ശരിയായ രീതിയിൽ തിരുത്തുക**

ഉപഭോക്താവ് എല്ലായ്പ്പോഴും ശരിയാകണമെന്നില്ല. അവർ മനുഷ്യരാണ്. ഒരുപക്ഷേ അവർക്ക് തെറ്റായ വിവരങ്ങൾ ലഭിച്ചിരിക്കാം. പക്ഷേ, അത് തിരുത്തുമ്പോൾ, സൗമ്യമായ സമീപനം പ്രധാനമാണ്. ശാന്തനായി ഇരിക്കൂ. സഹായിക്കുന്നതിൽ സന്തോഷമുണ്ടെന്ന് പറയുക. അവരുമായി തർക്കിക്കുകയല്ല നിങ്ങൾ അവരെ പഠിപ്പിക്കുകയാണെന്നു ഓർക്കുക. എല്ലാറ്റിനുമുപരിയായി, അവരെ ശത്രുവാക്കാതിരിക്കുക അവരുടെ ഭാഗത്തു നിന്ന് കൂടി ചിന്തിക്കുക.

**എന്തെങ്കിലും പിഴവ് ഉണ്ടെങ്കിൽ ക്ഷമ ചോദിക്കുക**

പ്രശ്നം എന്തുതന്നെയായാലും, നിങ്ങളുടെ കമ്പനിക്ക് പിഴവ് സംഭവിക്കുമ്പോൾ, നിങ്ങൾ അത് ഉടനടി ഏറ്റെടുക്കേണ്ടതുണ്ട്. ആത്മാർത്ഥമായി ക്ഷമാപണം നടത്തി ഇത് ആവർത്തിക്കില്ലെന്ന് ഉറപ്പാക്കാൻ നിങ്ങൾ നടപടിയെടുക്കുകയാണെന്ന് സൂചിപ്പിക്കുക. സംസാരത്തിന്റെ ടോണിൽ പോലും ശ്രദ്ധിക്കേണ്ടതുണ്ട്.

**അവരുടെ ആവശ്യം കേൾക്കുക**

ഉപഭോക്താവിന് പറയാനുള്ളത് തുടക്കമുതൽ കേൾക്കുക. അവർ അവരുടെ പ്രശ്നം വിശദീകരിക്കുകയും അത് നിങ്ങൾ ഗൗരവമായി എടുക്കുകയും ചെയ്യുക. പഠിക്കാനുള്ള മികച്ച മാർഗമാണ് കേൾക്കുക എന്നത്. നിങ്ങളുടെ ചെവി തുറന്നിടുക, നിങ്ങൾക്ക് എന്ത് സുപ്രധാന വിവരങ്ങൾ ആണ് ലഭിക്കാൻ പോകുന്നതെന്ന് നിങ്ങൾക്കറിയില്ല. ഒരുപക്ഷേ ആ പ്രശ്നം പരിഹരിക്കുന്നതും പരിഹരിക്കാത്തതും തമ്മിലുള്ള എല്ലാ വ്യത്യാസവും സ്ഥാപനത്തിന് നിർണായകമായിരിക്കും.

**പ്രോത്സാഹനങ്ങളും പ്രതിഫലങ്ങളും നൽകുക**

നിരവധി ബിസിനസുകൾ അവരുടെ സ്ഥിരം ഉപഭോക്താക്കൾക്ക് ലോയൽറ്റി കാർഡുകളും അംഗത്വങ്ങളും നൽകുന്നുണ്ട്. ഈ റിവാർഡുകളും പ്രോത്സാഹനങ്ങളും നിങ്ങളുടെ ബിസിനസിനെക്കുറിച്ചുള്ള അവരുടെ വീക്ഷണത്തെയും നിങ്ങളിൽ നിന്ന് വാങ്ങുന്നത് തുടരാനുള്ള അവരുടെ ആഗ്രഹത്തെയും അത് ആഴത്തിൽ സാധിപ്പിക്കുന്നു.

ആമസോണിന്റെ പ്രൈം അംഗത്വം ഒരു മികച്ച ഉദാഹരണമാണ്.

**സമയം പാഴാക്കരുത്**

ഉപഭോക്താക്കൾ നിങ്ങളെ വിളിക്കുമ്പോൾ,

അവർക്ക് പരിഹരിക്കാൻ ഒരു യഥാർത്ഥ പ്രശ്നമുണ്ട് എന്നറിയുക. അത് വേഗത്തിൽ പരിഹരിക്കപ്പെടുമെന്ന് അവർ പ്രതീക്ഷിക്കുന്നു. ഫലപ്രദമായ ഉപഭോക്തൃ സേവനത്തിന്റെ വർക്ക്ഫ്ലോ അവരെ സന്തോഷിപ്പിക്കുകയും നിങ്ങളുടെ ബ്രാൻഡിനെക്കുറിച്ചുള്ള അവരുടെ മതിപ്പ് മെച്ചപ്പെടുത്തുകയും ചെയ്യും. സമയോചിതമായ പരിഹാരം ഇല്ലെങ്കിൽ, അടുത്ത തവണ അവർ മറ്റൊരിക്കലും ടൈംകാലും പോകും എന്ന അപകടമുണ്ട്.

**'ഇല്ല' എന്നതിന് സ്ഥാനമില്ല**

ഒരു പരിഹാരം ലഭ്യമല്ലെങ്കിൽ, മറ്റൊരു പ്രായോഗിക ഓപ്ഷൻ കണ്ടെത്തുക. ഉദാഹരണത്തിന്, ഒരു കിഴിവ് ആവശ്യപ്പെടുന്ന ഉ

ന്നതിനെക്കുറിച്ച് നമ്മൾ സംസാരിച്ചു, എന്നാൽ നിങ്ങളുടെ സ്വന്തം സമയം പാഴാക്കുന്നതിനെക്കുറിച്ച് എന്താണ് പറയുക?

*സമയബന്ധിതമായ പരിഹാരം എന്നത് കൊണ്ട് അർത്ഥമാക്കുന്നത്:*

- മറ്റ് കാര്യങ്ങളിൽ ശ്രദ്ധ കേന്ദ്രീകരിക്കാൻ കൂടുതൽ സമയം ലഭിക്കുന്നു.
- അടുത്ത പ്രശ്നം പരിഹരിക്കാൻ നിങ്ങൾ സ്വതന്ത്രമാകുന്നു.
- പണവും വിഭവങ്ങളും പാഴാകുന്നില്ല.
- ഉപഭോക്താവിന്റെ സമയവും പാഴാകാതിരിക്കുന്നു.
- കാര്യക്ഷമമായ ഒരു ടീം ഉണ്ടെങ്കിൽ ചോദ്യങ്ങൾ ഉയരുന്നത് തടയാൻ കഴിയും.



**മികച്ച ഉപഭോക്തൃ അനുഭവം ദീർഘകാലം നിലനിൽക്കുന്നു. മുഖത്ത് പുഞ്ചിരിയോടെ ഉപഭോക്താവിനു നിങ്ങളെ ഓർക്കാൻ തോന്നണം. ലളിതമായ വാക്കായ ഒരു 'നല്ല ദിനം ആശംസിക്കുന്നു' എന്നത് പ്രകടനമായി തോന്നിയേക്കാം, എന്നാൽ അത് ശക്തമായ ഒരു അടയാളം അവശേഷിപ്പിക്കും**

പഭോക്താക്കളോട് എങ്ങനെ പ്രതികരിക്കണമെന്ന് ചിന്തിക്കുക. നിങ്ങൾ നിരസിക്കേണ്ടി വന്നാലും, മിക്ക സമയത്തും, ഉപഭോക്താക്കൾക്കും വിജയിക്കുന്ന വിധത്തിൽ നിങ്ങൾക്ക് അത് ചെയ്യാൻ കഴിയും.

ഉപഭോക്തൃ പ്രശ്നങ്ങൾ എല്ലായ്പ്പോഴും ഒരു തരത്തിൽ അല്ലെങ്കിൽ മറ്റൊരു രീതിയിൽ പരിഹരിക്കപ്പെടണം.

**ഉടൻ പ്രവർത്തിക്കുക**

ഒരു ഉപഭോക്താവിന്റെ സമയം പാഴാക്കുന്നതിനെക്കുറിച്ച് നമ്മൾ സംസാരിച്ചു,

**ഉപയോക്താക്കളെ വഴിതിരിച്ചു വിടാതെ പ്രശ്നങ്ങൾ പരിഹരിക്കുക**

20 ശതമാനം ബിസിനസുകൾക്ക് മാത്രമേ ആദ്യ കോൺടാക്റ്റിൽ തന്നെ പ്രശ്നം പരിഹരിക്കാൻ കഴിയൂ. അതായത് 80 ശതമാനം ബിസിനസുകൾക്കും കുറഞ്ഞത് രണ്ട് ശ്രമങ്ങളെങ്കിലും വേണ്ടി വരുന്നുണ്ട്.

ഇത് കാര്യക്ഷമമായ ഉപഭോക്തൃ അനുഭവത്തിന് ഇണങ്ങിയതല്ല. ഒരു ഇടപെടലിൽ







പ്രശ്നം പരിഹരിക്കപ്പെടുമെന്ന് അവർ പ്രതീക്ഷിക്കുന്നു. മികച്ച രീതിയിൽ കോളുകൾ റീഡയറക്ട് ചെയ്യുന്നതിനും ശരിയായ ആളുകളുമായി കണക്റ്റ് ചെയ്യുന്നതിനും നിങ്ങളുടെ ടീമിനെ പരിശീലിപ്പിക്കുന്നതിലൂടെ ഇത് സാധ്യമാക്കുന്നു.

**നിങ്ങളുടെ ഉൽപ്പന്നങ്ങൾ മനസിലാക്കാനും വിശ്വസിക്കാനും ജീവനക്കാരെ പരിശീലിപ്പിക്കുക**

പരിശീലനം ലഭിക്കാത്ത ജീവനക്കാർ ഉപഭോക്താവിന്റെ ഏറ്റവും മോശം പേടിസ്വപ്നമാണ്. ഇത് ഒഴിവാക്കുക എന്നതിനർത്ഥം നിങ്ങളുടെ ജീവനക്കാരെ ശരിയായി പരിശീലിപ്പിക്കുക എന്നാണ്. ഏത് പ്രശ്നവും പരിഹരിക്കാനുള്ള ആത്മവിശ്വാസവും ഉപകരണങ്ങളും അവർക്ക് നൽകുക. പരിശീലനവും വികസന പരിപാടികളും പ്രശ്നങ്ങൾ എങ്ങനെ കൈകാര്യം ചെയ്യണം, അവരോട് സംസാരിക്കണം, പ്രശ്നങ്ങൾ പരിഹരിക്കണം എന്നീ കാര്യങ്ങളിൽ ഉപഭോക്താക്കളുമായി ഫലപ്രദമായ ഇടപെടലിനൊപ്പം സ്ഥാപനത്തെക്കുറിച്ച് ആഴത്തിലുള്ള ധാരണ ആവശ്യമാണ്.

**സഹാനുഭൂതി കാണിക്കുക**

സഹാനുഭൂതിയാണ് നിങ്ങളുടെ കസ്റ്റമർ സപ്പോർട്ട് ടീമിനെ വേറിട്ട് നിർത്തുന്നത്. ഈ ധാരണ എല്ലാ കസ്റ്റമർമാരെയും സന്തു

ഷ്ടരാക്കുന്ന ശക്തമായ അടിത്തറ ഉണ്ടാക്കുന്നു.

അവിടെയും ഇവിടെയുമുള്ള പ്രത്യേക പദപ്രയോഗങ്ങൾ ഒരു ഉപഭോക്താവിന് കൂടുതൽ ആശ്വാസം നൽകും:

‘ഈ പ്രശ്നം നിങ്ങൾക്ക് എത്രത്തോളം പ്രധാനമാണെന്ന് എനിക്കറിയാം.’

‘ഇത് എത്രമാത്രം നിങ്ങളെ അസ്വസ്ഥമാക്കുമെന്ന് ഞങ്ങൾക്കറിയാം.’

‘തീർച്ചയായും, ഞങ്ങൾ അത് കഴിയുന്നത്ര വേഗത്തിൽ പരിഹരിക്കും.’

സഹാനുഭൂതി കാണിക്കുമ്പോൾ ബന്ധം കെട്ടിപ്പടുക്കുന്നത് വളരെ എളുപ്പമാകും. ഇത് അവിശ്വസനീയമാംവിധം മൂല്യം നൽകുന്ന ഉപഭോക്തൃ സേവന രീതിയാണ്.

**ഉപഭോക്താക്കളുമായുള്ള ബന്ധം നിലനിർത്തുക**

കസ്റ്റമർ എപ്പോഴും ബന്ധത്തിൽ തുടരാൻ ഇഷ്ടപ്പെടുന്നു. ഡിസ്കൗണ്ട് കൂപ്പണുകൾ, ഉൽപ്പന്ന അപ്ഡേറ്റുകൾ, അവരെ ബാധിക്കുന്ന മറ്റ് വിഷയങ്ങൾ എന്നിവയുടെ പുരോഗതിയെക്കുറിച്ച് ഉപഭോക്താക്കളെ അപ്ഡേറ്റ് ചെയ്യുക, ബിസിനസ് സംബന്ധമായ അപ്രതീക്ഷിതമായ കാലതാമസം ഉണ്ടെങ്കിൽ. പദ്ധതികളിൽ മാറ്റമുണ്ടെങ്കിൽ, കാരണങ്ങൾ വിശദീകരിക്കുക. നിങ്ങളുടെ ഉൽപ്പന്നം വാങ്ങുന്നവർക്ക് നിരന്തരമായ അപ്ഡേറ്റുകൾ നൽകുന്നതിനെ ആശ്രയിച്ചാണ് ബിസിനസ് വളർച്ച.

കുന്നതിനെ ആശ്രയിച്ചാണ് ബിസിനസ് വളർച്ച.

**പേര് പറഞ്ഞു ഇടപഴകുക**

ഒരു ഗവേഷണമനുസരിച്ച് 21 ശതമാനം കസ്റ്റമർ സ്റ്റാഫുകൾ മാത്രമാണ് ഉപഭോക്താവിന്റെ പേര് പറഞ്ഞു അഭിസംബോധന ചെയ്യുന്നത്. വലിയൊരു അവസരമാണ് ഇവിടെ നഷ്ടമാകുന്നത്. മിക്ക ഉപഭോക്താക്കളും അവരുടെ പേരിന്റെ അടിസ്ഥാനത്തിൽ വിളിക്കുന്നതിനെ ഇഷ്ടപ്പെടുന്നു. ഇത് ഒരു ബന്ധവും പരിചയബോധവും സൃഷ്ടിക്കുന്നുണ്ട്. നിങ്ങൾ ഒരു ബന്ധം സ്ഥാപിച്ചുകഴിഞ്ഞാൽ, അത് നിലനിർത്തുന്നത് ഉറപ്പാക്കുക.

**നന്ദി പറയുക**

നന്ദി എന്ന വാക്ക് വളരെ ലളിതവും എന്നാൽ ശക്തവുമാണ്. അത് ലളിതമായ മര്യാദയ്ക്ക് അപ്പുറമുള്ള വാക്കാണ്. ശരിയായ സമയത്തെ ഒരു നന്ദി, വിശ്വാസം വളർത്തിയെടുക്കാൻ സഹായിക്കുന്നു.

ഉപഭോക്താക്കളോട് അവരുടെ വിവരങ്ങൾ നൽകിയതിന് നന്ദി. സൈൻ ഓഫ് ചെയ്യുമ്പോൾ, വിളിച്ചതിന് നന്ദി പറയേണ്ടത് തികച്ചും അത്യാവശ്യമാണ്.

**വിശ്വസ്തരായ ഉപഭോക്താക്കൾക്ക് സമ്മാനം/പ്രതിഫലം നൽകുക**

ഉപഭോക്താക്കൾ അവരുടെ വിശ്വസ്തതയെ അംഗീകരിക്കാൻ ഇഷ്ടപ്പെടുന്നു. വിശ്വസ്തരാ





nuara<sup>TM</sup>  
By Vismay



Available at all leading multi-brand outlets & Vismay EBO's  
**Trade Enquiry : +91 94960 05777**



യ ഉപഭോക്താക്കൾക്ക് പ്രതിഫലം നൽകുന്നത് എപ്പോഴും നിങ്ങളുടെ മനസിന്റെ മുൻ നിരയിലായിരിക്കണം. ഇത് ചെയ്യുന്നതിന് ശക്തമായ ഒരു ലോയൽറ്റി പ്രോഗ്രാം ആവശ്യമാണ്.

**പുതിയ ഉപഭോക്താക്കളെ മറക്കരുത്**

എല്ലാത്തിനുമുപരി, നിങ്ങൾ കൃത്യമായി കൈകാര്യം ചെയ്താൽ, പുതിയ ഉപഭോക്താക്കൾ നിങ്ങളുടെ അടുത്ത വിശ്വസ്തരായ ഉപഭോക്താക്കളായി മാറും. ബിസിനസ് തുടങ്ങുമ്പോൾ ഒരു സമ്മാനം വാഗ്ദാനം ചെയ്യുക. അവർക്ക് ഒരു കിഴിവ് നൽകുക. ചേർന്നതിന് നന്ദി അറിയിച്ചുകൊണ്ട് അവർക്ക് ഒരു സന്ദേശം അയയ്ക്കുക. നിങ്ങൾക്ക് ഡിജിറ്റൽ പ്ലാറ്റ്ഫോമുകളിൽ നിന്ന് കാർഡുകളും സന്ദേശങ്ങളും അയയ്ക്കാം, ഒരു ഗിഫ്റ്റ് പായ്ക്ക് നൽകാം, ചെറുതും എന്താൽ നിങ്ങളെ ഓർക്കാൻ പ്രാധാന്യമുള്ള

യയെ നിങ്ങൾ ഗൗരവമായി തന്നെ കാണണം. വളരെ വലുതും അവഗണിക്കാൻ കഴിയാത്തത്ര ശക്തവുമാണ് ഇന്ന് സോഷ്യൽ മീഡിയ. ബഹുരാഷ്ട്ര കമ്പനികൾ പോലും അത് ഉപയോഗപ്പെടുത്തുന്നുണ്ട്.

ചില കമ്പനികൾ അവരുടെ Facebook, Twitter, YouTube, Instagram എന്നിവയിൽ പ്രശ്നങ്ങൾ പൂർണ്ണമായും പരിഹരിക്കുന്നു. അവയെല്ലാം പ്രശ്നപരിഹാരത്തിനുള്ള മികച്ച മാധ്യമങ്ങളായാണ് അവർ കരുതുന്നത്.

**അപ്രതീക്ഷിതമായി**

**അത്ഭുതപ്പെടുത്തുക**

ഇത് ഏറ്റവും പ്രധാനപ്പെട്ട ഉപഭോക്തൃ സേവന നൂറുക്കങ്ങളിൽ ഒന്നാണ്. വിജയകരമായ ബിസിനസുകൾ അവരുടെ ഉപഭോക്താക്കളെ സന്തോഷിപ്പിക്കാൻ എപ്പോഴും എന്തെങ്കിലും അധികമായി ചെയ്യുന്നു. ചിലപ്പോൾ നിങ്ങൾ സ്ഥിരം ശൈലികളിൽ നിന്ന്

ഭാവം നിങ്ങളുടെ ടീം പ്രകടിപ്പിക്കുന്നു.

ഈ രീതി ഒരിക്കലും അനുവദനീയമല്ല. മികച്ച പിന്തുണ ലഭിക്കണമെങ്കിൽ സ്ഥിരത പ്രധാനമാണ്. ഒരു പോസിറ്റീവ് മനോഭാവം എപ്പോഴും നിലനിൽക്കുന്നുണ്ടെന്ന് ഉറപ്പാക്കുക. എല്ലായ്പ്പോഴും മനസിൽ സൂക്ഷിച്ചാൽ മാത്രമേ ഒരു ടീമിന് ഇത് സാധ്യമാകൂ.

**പിന്തുണ ക്രോസ് ഡിപ്പാർട്ട്മെന്റൽ ആയിരിക്കണം**

ഉപഭോക്തൃ സേവനത്തോടുള്ള എല്ലാ ഡിപ്പാർട്ട്മെന്റുകളുടേയും സമഗ്രമായ സമീപനത്തിലൂടെ മാത്രമേ സഹകരണം കാര്യക്ഷമതയിലേക്ക് നയിക്കുകയുള്ളൂ. സമയ ലാഭവും നൽകും.

ഒരു ക്രോസ് ഡിപ്പാർട്ട്മെന്റ് പിന്തുണ എന്നതുകൊണ്ട് അർത്ഥമാക്കുന്നത്:

- എല്ലാവരുടെയും പങ്കാളിത്തവും സഹായവും.
- എല്ലാവർക്കും പരിശീലനവും അനുഭവപരിചയവും
- ഉൽപ്പന്നം/സേവനത്തെക്കുറിച്ച് എല്ലാവർക്കും അറിവ്

**ബന്ധവും വിശ്വാസവും സൃഷ്ടിക്കുക**

ഉപഭോക്താക്കളുമായി ഒരു വൈകാരിക ബന്ധം സൃഷ്ടിക്കുന്നത് കഠിനമാണ്. വിശ്വാസം നേടുക എന്നതിനർത്ഥം ചില കാര്യങ്ങൾ മനസിലാക്കുക എന്നതാണ്:

- ആളുകൾ സ്ഥാപനത്തോടല്ല അവിടെത്തെ ആളുകളോടാണ് ബിസിനസ് ചെയ്യാൻ ഇഷ്ടപ്പെടുന്നത്.
- ലൊക്കേഷൻ പ്രധാനമാണ്.
- നിങ്ങളുടെ ഉപഭോക്താക്കളുമായി നിങ്ങൾ സംവദിക്കേണ്ടതുണ്ട്.
- നിങ്ങൾ അവരുടെ പ്രശ്നങ്ങൾ കേൾക്കുകയും പരിഹരിക്കുകയും അവരുടെ ചോദ്യങ്ങൾക്ക് ഉത്തരം നൽകുകയും വേണം.
- അവർക്ക് മനസിലാക്കാത്ത കാര്യങ്ങളിൽ നിങ്ങൾക്ക് അവരെ ഉപദേശിക്കാം.
- എല്ലായ്പ്പോഴും സത്യസന്ധരായിരിക്കുക
- നിങ്ങൾ അവരെ ശ്രദ്ധിക്കേണ്ടതുണ്ട്
- ഉപഭോക്താവിന്റെ പ്രതീക്ഷകൾക്ക് അനുസൃതമായി സേവനവും ഉയരണം.

ഇവയെല്ലാം നിലനിർത്താൻ കഴിഞ്ഞാൽ, അർത്ഥവത്തായ ബന്ധങ്ങൾ സൃഷ്ടിക്കുന്നതിനും വിശ്വസ്തത വർദ്ധിപ്പിക്കുന്നതിനുമുള്ള മികച്ച അവസരമാണ് നിങ്ങൾക്ക് ലഭിക്കുന്നത്.



തുമായ ഒന്ന്. പുതിയ ഉപഭോക്താക്കളെ നേടുന്നതിന് ആദ്യം വേണ്ടത് മികച്ച ഉൽപ്പന്നം തന്നെയാണ്.

**പ്രശ്നങ്ങൾ പരിഹരിക്കാൻ സോഷ്യൽ മീഡിയ ഉപയോഗിക്കാം**

ഉപഭോക്തൃ സേവനത്തിന് ഇന്ന് സോഷ്യൽ മീഡിയ അത്യന്താപേക്ഷിതമാണ്, പ്രത്യേകിച്ചും പരാതികളും അന്വേഷണങ്ങളും ഫീൽഡിംഗ് ചെയ്യുമ്പോൾ.

നിൽസൺ നടത്തിയ ഒരു സർവ്വേ പ്രകാരം, ഏകദേശം 50 ശതമാനം ഉപഭോക്താക്കളും ആശങ്കകൾ ഉന്നയിക്കാൻ സോഷ്യൽ മീഡിയ ഉപയോഗിക്കുന്നു. സോഷ്യൽ മീഡി

മാറി ചിന്തിക്കേണ്ടിവരും.

ഒരു ബ്രാൻഡിന് വ്യക്തിത്വത്തെ പുറത്തു കാണിക്കാൻ ഇതുപോലുള്ള അപ്രതീക്ഷിത നടപടികൾ കൊണ്ട് സാധിക്കും. അതിനു ഭാവനാസമ്പന്നരും സാമൂഹ്യമുള്ള മാനേജർമാരും വേണം

**സ്ഥിരതയുള്ള സമീപനം വേണം**

**ആദ്യദിവസം:** നിങ്ങളുടെ ടീം ഉത്സാഹവും മര്യാദയും പ്രകടിപ്പിക്കുന്നു. കിഴിവ് കുപ്പണുകൾ വാഗ്ദാനം ചെയ്യുന്നു.

**അമ്പതാം ദിവസം:** ഉപഭോക്താക്കൾക്ക് ബുദ്ധിമുട്ടുണ്ടാക്കുന്ന നിഷേധാത്മക മനോ





## Harmonious Co-existence of Contemporary & Ethnic Collections



Wholesale Distributor



**NoveltyTextiles**<sup>®</sup>  
A Division of NCPL

**Novelty Textiles, A Division of Novelty Clothing Pvt. Ltd.**

40/2692A,B,C,D Opp. South Indian Bank, Market Road, Ernakulam - 682 035

Ph.: +91 484 2370756, 2363005 | E-mail: mail@noveltyclothing.in

Door no : 48/1369/718, Near kallupalam, Pallihottam P.O , Kollam - 691 006.

Ph.:+91 474 2740671, 2747288 | E-mail: kollam@noveltytextiles.co.in





# ജോലി സ്ഥലത്തെ വൈകാരിക സമ്മർദ്ദം എങ്ങനെ ഇല്ലാതാക്കാം

Nishil Madathil, Chief Manager - Organization Excellence

നിങ്ങൾക്ക് ജോലിസ്ഥലത്ത് ഒരു നല്ല സൂഹൃത്ത് ഉണ്ടോ? ജീവനക്കാരുടെ പരസ്പരമുള്ള ഇടപഴകലിനെക്കുറിച്ച് എന്നും ഉയരാറുള്ള പ്രധാന ചോദ്യമാണിത്.

ഏതു ഓഫീസിലും ജീവനക്കാർ വിവിധ വൈകാരിക സമ്മർദ്ദങ്ങളോടെയാണ് പലപ്പോഴും ജോലിക്കെത്തുന്നത്. ഈ വൈകാരിക സമ്മർദ്ദം അവരുടെ തൊഴിലിനെ ബാധിക്കുന്ന പ്രശ്നങ്ങൾ സൃഷ്ടിക്കാറുണ്ട്. ഇതിനെ പുർണ്ണമായും ഇല്ലാതാക്കാൻ സാധ്യമല്ല, പക്ഷെ വൈകാരിക പിരിമുറുക്കം ജീവനക്കാർ എങ്ങനെ വിവേകപൂർവ്വം കൈകാര്യം ചെയ്യുന്നുവെന്ന് ഉറപ്പാക്കാനുള്ള നടപടികൾ തൊഴിലുടമകൾക്ക് സ്വീകരിക്കാൻ കഴിയും.

## വൈകാരിക സമ്മർദ്ദവും

### ആരോഗ്യവും

നമ്മുടെ പെരുമാറ്റത്തെയും (ജോലിസ്ഥ

ലത്തും പുറത്തും) ജൈവശാസ്ത്രത്തെയും പല തരത്തിൽ സ്വാധീനിക്കുന്നതിൽ വൈകാരിക സമ്മർദ്ദം അഥവാ സ്ട്രെസ്സ് ഒരു പ്രധാന പങ്ക് വഹിക്കുന്നുവെന്നും ഇത് നിരവധി ആരോഗ്യപ്രശ്നങ്ങളിലേക്ക് നയിക്കുമെന്നും ആരോഗ്യവിദഗ്ദർ ചൂണ്ടിക്കാട്ടിയിട്ടുണ്ട്. നിരന്തരമായ സമ്മർദ്ദം മരണത്തിലേക്ക് വരെ നയിച്ചേക്കാം.

മാറുന്ന അന്തരീക്ഷം രൂപപ്പെടുത്തുന്ന അപകടങ്ങൾക്കെതിരായ പരിണാമപരമായ ഒരു അതിജീവന സംവിധാനമാണ് സ്ട്രെസ്സ് എന്നു വിലയിരുത്തപ്പെടുന്നു. 'മാറ്റത്തിനായുള്ള ഏത് ആവശ്യത്തിനോടും ശരീരത്തിന്റെ നിർദ്ദിഷ്ടമല്ലാത്ത പ്രതികരണം' എന്നാണ് സമ്മർദ്ദത്തെ ശാസ്ത്രീയമായി നിർവചിച്ചിരിക്കുന്നത് എന്നതും എടുത്തുപറയേണ്ടതാണ്.

മറ്റൊരു വിധത്തിൽ പറഞ്ഞാൽ, ഒരു വെല്ലുവിളി നിറഞ്ഞ സാഹചര്യത്തോടുള്ള ശ

രീരത്തിന്റെ പ്രതികരണത്തിന്റെ ആകെത്തുകയാണ് സ്ട്രെസ്സ്. ഈ വെല്ലുവിളി മാനസികമോ ശാരീരികമോ വൈകാരികമോ ആകാം. ഇത് നിങ്ങളുടെ സർഗ്ഗാത്മകതയെ ഉത്തേജിപ്പിക്കുന്ന വെല്ലുവിളിയാകാം. അല്ലെങ്കിൽ ഒരു യഥാർത്ഥ ഭീഷണിയോടുള്ള നിസഹായമായ പ്രതികരണം പോലും ആകാം.

സമ്മർദ്ദം എല്ലായ്പ്പോഴും രോഗനിർണയ സ്വഭാവം ഉള്ളതായിരിക്കില്ല. നമ്മുടെ പ്രതിഷേധത്തിനുള്ള ശരീരശാസ്ത്രപരമായ പ്രതികരണമായി ഇതിനെ കണക്കാക്കാം. സമ്മർദ്ദത്തിലായിരിക്കുമ്പോൾ വിവിധ സ്ട്രെസ് ഹോർമോണുകൾ നാഡീവ്യൂഹങ്ങളിലൂടെയും അഡ്രീനൽ ഗ്രന്ഥികളിലൂടെയും പമ്പ് ചെയ്യപ്പെടുകയും ഒരു പ്രതിരോധ നടപടിയായി രക്തയോട്ടം വർദ്ധിക്കുകയും ചെയ്യുന്നു. ഇത് ദീർഘനേരം തുടർന്നാൽ ദോഷകരമാണ്.

ഇന്നത്തെ കാലത്ത്, ആധുനികതയിൽ, ഈ





Wholesale Distributor



**Novelty Textiles, A Division of Novelty Clothing Pvt. Ltd.**

40/2692A,B,C,D Opp. South Indian Bank, Market Road, Ernakulam - 682 035

Ph.: +91 484 2370756, 2363005 | E-mail: mail@noveltyclothing.in

Door no : 48/1369/718, Near kallupalam, Pallithottam P.O , Kollam - 691 006.

Ph.:+91 474 2740671, 2747288 | E-mail: kollam@noveltytextiles.co.in



നിശിത സമ്മർദ്ദ സാഹചര്യങ്ങൾ വിപരീത ഫലമാണ് സൃഷ്ടിക്കുക. മേലധികാരി ഒരു ജീവനക്കാരനെ ശകാരിക്കുകയോ ശാസിക്കുകയോ ചെയ്യുമ്പോൾ, അടിച്ചമർത്തപ്പെട്ട കോപം മാത്രമേ സാധ്യമാകൂ. മറഞ്ഞിരിക്കുന്ന വേദനയും നിഷേധാത്മക വികാരങ്ങളും ദിവസം മുഴുവൻ അവനിൽ /അവളിൽ പ്രതിഫലിക്കും. ഇത് ശാരീരിക ഭീഷണിയല്ല, മറിച്ച് ആത്മാഭിമാനത്തിന് ഏൽക്കുന്ന മുറിവാണ്. റിപ്പോർട്ടിംഗ് മാനേജരുടെ ശകാരം മാത്രമല്ല ഓഫീസ് ഗോസിപ്പുകൾ, തെറ്റായ ആരോപണങ്ങൾ, അനഭിലഷണീയമായ സാഹചര്യങ്ങൾ എന്നിവയും സമ്മർദ്ദം വർദ്ധിപ്പിക്കുന്നതിന് ഇടയാക്കും. സമ്മർദ്ദ പ്രതികരണം ആന്തരികമായി നമ്മുടെ ശരീരത്തെ വേദനിപ്പിക്കുകയാണ് ചെയ്യുന്നത്.

**വ്യക്തിപരമായി സമ്മർദ്ദം നിയന്ത്രിക്കുക**

ഉറക്കം, ധ്യാന സംഗീതം, വായന, പ്രകൃതി നടത്തം, വളർത്തുമൃഗങ്ങൾ എന്നിങ്ങനെ സമ്മർദ്ദത്തെ നേരിടാൻ പലരും വ്യത്യസ്ത മാർഗങ്ങൾ അവലംബിക്കുന്നു. എന്നിരുന്നാലും ഏറ്റവും ഫലപ്രദമായി കാണുന്ന മാർഗങ്ങൾ ഇവയാണ്.

- 1) മുൻഗണനകൾ ക്രമീകരിക്കൽ, ചുമതലകൾ കൈമാറുക പോലുള്ള സമയ മാനേജ്മെന്റ് നടപടികൾ കൈകൊള്ളുന്നതിലൂടെ സമ്മർദ്ദത്തിന്റെ ട്രിഗറുകൾ കുറയ്ക്കുക. ഇതിലൂടെ സ്വയം പരിപാലിക്കാനുള്ള സമയം മാറ്റിവെക്കുക.
- 2) ആരോഗ്യകരമായ ആത്മാഭിമാനം നിലനിർത്തുക, പ്രത്യേകിച്ചും നിങ്ങൾ നിരന്തരം ഭീഷണിനേരിടുമ്പോൾ.
- 3) നിങ്ങളുടെ ശരീരം നൽകുന്ന സന്ദേശങ്ങൾ മനസ്സിലാക്കുക. നിങ്ങൾ സ്വൈസ് സമയങ്ങളിൽ ആയിരിക്കുമ്പോൾ നിങ്ങളുടെ ശരീരവും അത് കൊണ്ടുവരുന്ന മാറ്റങ്ങളും ശ്രദ്ധിക്കുക. സ്വൈസ് റിഡക്ഷൻ ടെക്നിക്കുകൾ പഠിക്കാൻ ഇത് നിങ്ങളെ സഹായിക്കും.

**സാമൂഹിക അടിത്തറ തിരിച്ചറിയുക**

സാമൂഹിക അടിത്തറ എന്നാൽ സൗഹൃദങ്ങളിലൂടെയും പരിചയങ്ങളിലൂടെയും ആളുകൾ രൂപപ്പെടുത്തുന്ന കണ്ണികളും ബന്ധങ്ങളും ആണ്. ഈ ലിങ്കുകൾ ഫ്രണ്ട്ഷിപ്പ് ഗ്രൂപ്പുകളിലൂടെ രൂപപ്പെടാം. അതായത് ഒരു സുഹൃത്തിന്റെ സുഹൃത്തിനെ അറിയു

ക. അല്ലെങ്കിൽ ദൈനംദിന സാമൂഹിക ഇടപെടലുകളിലൂടെ അത് സംഭവിക്കാം. ഉദാഹരണത്തിന്, ഒരു ബന്ധിത നിങ്ങളുടെ അടുത്തിരിക്കുന്ന വ്യക്തിയുമായോ നിങ്ങളുടെ ഓഫീസിൽ നിങ്ങളോടൊപ്പം ഇരിക്കുന്ന വ്യക്തിയുമായോ ഉള്ള തുറന്ന സംഭാഷണം. മറ്റൊരു വിധത്തിൽ പറഞ്ഞാൽ, നമ്മുടെ ജീവിതകാലം മുഴുവൻ നാം വളർത്തിയെടുക്കുന്ന സാമൂഹിക ബന്ധങ്ങളാണ് നമ്മുടെ സാമൂഹിക അടിത്തറ. ഒരു പ്രത്യേക സാഹചര്യത്തിൽ സഹായിക്കാൻ ശരിയായ വ്യക്തിയെ നിങ്ങൾക്ക് വിളിക്കാം. അത് നിയമപരമായ അഭിപ്രായം ആവശ്യപ്പെടുന്ന സാഹചര്യമാണെങ്കിൽ നിങ്ങളെ നയിക്കാൻ കഴിയുന്ന നിയമപരമായ കാര്യങ്ങളിൽ പരിചയമുള്ള ഒരു ഓഫീസിലെ പരിചയമുള്ളയാളെ ഉടനടി അന്വേഷിക്കാൻ ചിലപ്പോൾ അയാൾക്ക് കഴിഞ്ഞേക്കാം. ഇത് സാമൂഹിക അടിത്തറയുടെ ഗുണകരമായ വശമാണ്.

ഒരു സ്ഥാപനത്തിന് ശക്തമായ സാമൂഹിക അടിത്തറ ഉണ്ടാകേണ്ടത് അതിന്റെ വളർച്ചയ്ക്ക് വളരെ പ്രധാനമാണ്. പുതിയ സോഷ്യൽ കണക്ഷനുകളും നെറ്റ്‌വർക്കുകളും നിർമ്മിക്കാൻ അനുവദിക്കുന്ന സാമൂഹിക ഇടപെടലുകളായി സാമൂഹിക അടിത്തറയെ കണക്കാക്കാം. മനുഷ്യവിഭവ ശേഷിയുടെ കാ



ര്യക്ഷമത വർദ്ധിപ്പിക്കുന്ന മെച്ചപ്പെട്ട വ്യക്തിബന്ധങ്ങൾ വികസിപ്പിക്കാൻ ആവശ്യപ്പെടാനും ഇത് സഹായിക്കും. വെണ്ടർമാരുമായും വിതരണക്കാരുമായും ജീവനക്കാർക്കിടയിലും നല്ല ബന്ധം സ്ഥാപിക്കുന്നതിലൂടെയാണിത്. പല ഓർഗനൈസേഷനുകളുടെയും മികച്ച പ്രകടനത്തിന് പിന്നിലെ കാരണം,

“**ഏതു ഓഫീസിലും ജീവനക്കാർ വിവിധ വൈകാരിക സമ്മർദ്ദങ്ങളോടെയാണ് പലപ്പോഴും ജോലിക്കെത്തുന്നത്. ഈ വൈകാരിക സമ്മർദ്ദം അവരുടെ തൊഴിലിനെ ബാധിക്കുന്ന പ്രശ്നങ്ങൾ സൃഷ്ടിക്കാറുണ്ട്. ഇതിനെ പൂർണ്ണമായും ഇല്ലാതാക്കാൻ സാധ്യമല്ല, പക്ഷെ വൈകാരിക പിരിമുറുക്കം ജീവനക്കാർ എങ്ങനെ വിവേകപൂർവ്വം കൈകാര്യം ചെയ്യുന്നുവെന്ന് ഉറപ്പാക്കാനുള്ള നടപടികൾ തൊഴിലുടമകൾക്ക് സ്വീകരിക്കാൻ കഴിയും**

ജോലിസ്ഥലത്ത് അവരുടെ ജീവനക്കാർ കാണിക്കുന്ന ഉയർന്ന സാമൂഹിക അടിത്തറയാണ്. ഇത് ജീവനക്കാർക്കിടയിൽ മികച്ച ബന്ധം മെച്ചപ്പെടുത്തുകയും വിവിധ ഗ്രൂപ്പുകളുടെ പ്രകടനം കൂടുതൽ ഗുണകരമാക്കുകയും ചെയ്യും. നമ്മുടെ ദൈനംദിന ജീവിതത്തിൽ സാമൂ







**VIVANO**  
NOTHING COMES CLOSER



**HAPPY**  
**ONAM**



SALWAR SUIT MATERIAL | KURTI | NIGHTY | BOTTOMWEAR | INNERWEAR | LOUNGEWEAR

Vivano Clothing : 44/1037 A2, LFC Road, Kaloor, Kochi - 682 017  
Customer Care : +91 90723 57666





ഹികമായ ഒരു അടിത്തറ എപ്പോഴും ഉണ്ട്. ഒരേ സമയം ഓഫീസ് അന്തരീക്ഷത്തിൽ ഒരുകൂട്ടം പ്രവർത്തിക്കുന്ന ജീവനക്കാർ, ഒരു സംഘടനയിൽ ഒരുമിച്ചു പ്രവർത്തിക്കുന്നവർ ഇവരെക്കെ എവിടെ നിന്ന് വന്നാലും ഏത് മതമോ വംശമോ ആയിരുന്നാലും സമാനമായ ഐഡന്റിറ്റി പങ്കിടുന്നതായി പൊതുവെ കണക്കാക്കപ്പെടുന്നു. നമ്മളോട് സാമ്യമുള്ള ആളുകളെ സഹായിക്കാൻ നമ്മൾ പൊതുവായൊരു പ്രവണത കാണിക്കാറുണ്ട്. സാമൂഹിക അടിത്തറയുടെ പ്രതിരൂപമായി നമ്മൾ ഈ അവസരത്തിൽ മാറുകയാണ് ചെയ്യുന്നത്.

### ജീവനക്കാരുടെ സമ്മർദ്ദം നിയന്ത്രിക്കുന്നതിൽ എച്ച്ആർ വിഭാഗത്തിന്റെ പങ്ക്

ഒരു ജീവനക്കാരനിൽ / ജീവനക്കാരനിയിൽ നിന്ന് പ്രതീക്ഷിക്കുന്ന റിസൾട്ടും അവർ നൽകുന്നതും തമ്മിലുള്ള പൊരുത്തക്കേടിൽ നിന്നാണ് സാധാരണയായി വൈകാരിക സമ്മർദ്ദം തുടങ്ങുന്നതെന്ന് എച്ച്ആർ വിഭാഗത്തിനു മനസ്സിലാക്കാൻ കഴിയും. മറ്റൊരു വിധത്തിൽ പറഞ്ഞാൽ, സമ്മർദ്ദം എന്നത് പ്രതീക്ഷ സൃഷ്ടിക്കുന്ന പൊരുത്തക്കേടിന്റെ ഫലമാണ്.

ജീവനക്കാരിൽ നിന്ന് പ്രതീക്ഷിക്കുന്ന പൊരുത്തക്കേടുകളുടെ ഒരു ചാർട്ട് ഇവിടെ ഉണ്ട് എന്നതിനൊപ്പം, ജോലിസ്ഥലത്ത് ജീവനക്കാരന് അഭിവൃദ്ധി പ്രാപിക്കാനുള്ള എല്ലാ അവസരങ്ങളും കൂടി ഇവിടെ ഉണ്ടെന്നും അവർക്കു ഉറപ്പു നൽകാൻ ചില സംവിധാനങ്ങൾ രൂപകൽപ്പന ചെയ്യേണ്ടതുണ്ട്. ജോലിയിലെ പ്രധാന പ്രകടന സൂചകങ്ങൾ എ

ന്നാണെന്ന് മനസ്സിലാക്കാൻ ജീവനക്കാരനെ സഹായിക്കുകയും ജീവനക്കാരന്റെ യഥാർത്ഥ ലക്ഷ്യങ്ങൾ നിലനിർത്താൻ റിപ്പോർട്ടിംഗ് മാനേജരെ സഹായിക്കുകയും ചെയ്യുക എന്നതാണ് ഒരു പ്രധാന രീതി.

ഓർഗനൈസേഷനിലേക്ക് സ്മാർട്ട് ലക്ഷ്യങ്ങൾ സജ്ജമാക്കുക എന്നതാണ് എച്ച്ആർ വിഭാഗത്തിന് പ്രവർത്തിക്കാൻ കഴിയുന്ന മറ്റൊരു പ്രധാന മേഖല.

ജീവനക്കാർ ആദ്യത്തെ ഒരു വർഷത്തിനുള്ളിൽ ജോലിയിൽ നിന്ന് പുറത്തുപോകാനുള്ള ഒരു പ്രവണത കാണിക്കുന്നതായി പൊതുവെ കാണുന്നുണ്ട്. എന്നാൽ സ്ഥാപനത്തിൽ ചേരുന്ന ഓരോ ജീവനക്കാരനും കൈത്താങ്ങാകാൻ കഴിയുക എന്നതാണ് യഥാർത്ഥ എച്ച്ആർ വിഭാഗത്തിന്റെ ദൗത്യം.

### ബഡി പ്രോഗ്രാം

ബഡി പ്രോഗ്രാം അത്തരത്തിലുള്ള ഒരു സംവിധാനമാണ്. പുതുതായി ചേരുന്നവരിൽ സ്ഥാപനത്തിന്റെ സംഘടനാ സംസ്കാരത്തെ കുറിച്ച് ശരിയായ ധാരണയുണ്ടാക്കാനും സ്ഥാപനത്തിന്റെ നയങ്ങളും നടപടിക്രമങ്ങളും മനസ്സിലാക്കാനും എച്ച്ആർ വിഭാഗമാണ് സഹായിക്കേണ്ടത്. ജീവനക്കാർക്കിടയിൽ മികച്ച ബന്ധം സൃഷ്ടിക്കുന്നതിനും അവരുടെ സാമൂഹിക അടിത്തറ മെച്ചപ്പെടുത്തുന്നതിനും ഇത് പുതിയ ജീവനക്കാരെ സഹായിക്കും. സംഘടനയുടെ സുഗമമായ പ്രവർത്തനത്തിന് പുതിയ ജീവനക്കാർക്ക് സമ്മർദ്ദമില്ലാതെ ജോലി ചെയ്യാനുള്ള അവസരം സൃഷ്ടിക്കുക എന്നതാണ് സ്ഥാപനത്തിന്റെ സുഗമമായ പ്രവർത്തനത്തിന് അത്യന്താപേക്ഷിതമാകുന്നത്. ■■

# മേലധികാരി എല്ലാം അറിയുന്നു

ഒരു ബിസിനസിൽ തൊഴിലാളികളെ നിയമിക്കുന്നത് സ്ഥാപനത്തിന്റെ ഉന്നമനത്തിനാണ്. ചില തൊഴിലാളികൾ ഓഫീസിൽ ഉണ്ടെങ്കിൽത്തന്നെ ഏൽപ്പിച്ച കാര്യങ്ങൾ ചെയ്യാൻ മറന്നുപോകുന്നു. മനഃപൂർവ്വം ഉഴപ്പുന്നവരുമുണ്ട്.

ഇത്തരക്കാരെ താഴെ പറയുന്ന 7 പ്രവർത്തികളിലൂടെ നിങ്ങളുടെ മേലധികാരി മനസ്സിലാക്കുന്നുണ്ട്.

### പരാതി പറച്ചിൽ

പരാതികൾ എന്തായാലും എന്തിനായാലും അത് ചിലപ്പോൾ സൂചിപ്പിക്കുന്നത് പരാതി പറയുന്ന ആൾക്ക് സ്ഥാപനത്തിൽ ആത്മാർത്ഥമായ ജോലിയിലൂടെ പുതിയ മാറ്റങ്ങൾ വരുത്താൻ സാധിക്കുന്നില്ലെന്നാണ്.

എപ്പോഴും പരാതി പറയാൻ എളുപ്പമാണ്. പക്ഷെ ജോലി ചെയ്യാനാണ് ബുദ്ധിമുട്ട്. നല്ല തൊഴിലാളികൾ ഒരിക്കലും പരാതി പറഞ്ഞു സമയം പാഴാക്കില്ല. അവർ ജോലി മാത്രം ചെയ്യുന്നു.

### എപ്പോഴും ക്ഷമ പറയുക

ചെയ്യേണ്ട കാര്യങ്ങൾ ചെയ്യാതെ മറ്റ് കാര്യങ്ങൾ ചെയ്യുമ്പോഴാണ് ക്ഷമ പറയേണ്ടിവരുന്നത്.

### പ്രവർത്തികൾ മുഴുവനാക്കാതെ ഇരിക്കുക

അലസതയോടെ നാളെ നാളെ എന്ന് പറഞ്ഞു കാര്യങ്ങൾ നീട്ടിവയ്ക്കുന്നവരനു ഇവർ. ക്ഷമ ചോദിക്കുന്ന ശീലം ഇത്തരക്കാർക്ക് കൂടുതലായിരിക്കും

### ബോസ് തന്നെ എല്ലാ പ്രവർത്തികളും ചെയ്യുന്നു

ഇത് രണ്ടു കാരണങ്ങളാൽ സംഭവിക്കാം. ഒന്നുകിൽ ബോസിന് ജീവനക്കാ





രനെ പിന്നീടു ജോലി ചെയ്യാൻ നിരസിക്കാൻ കഴിയും എന്നുള്ള പ്രതീക്ഷ. അല്ലെങ്കിൽ ജോലിക്കാരൻ സ്വതന്ത്രമായി കാര്യങ്ങൾ ചെയ്യാനുള്ള കഴിവില്ലായ്മ.

**ക്രൈഡിറ്റ് നേടുന്നതിനു മാത്രം ശ്രമിക്കുന്നവർ**

ഇതു കഴിവില്ലാത്ത തൊഴിലാളികളുടെ പൊതു ലക്ഷണമാണ്. മറ്റുള്ളവർ ചെയ്ത ജോലിയുടെ ക്രൈഡിറ്റ് നേടിയെടുക്കാൻ ഇവർ പല അഭിനയവും കാണിക്കുന്നു. ഏല്പിച്ച ജോലി ശരിയായി ചെയ്താൽ കിട്ടുന്ന ക്രൈഡിറ്റ് മാത്രമേ നില നില്ക്കുകയുള്ളൂ.

**മറ്റുള്ളവർക്ക് ജോലി ചെയ്യാൻ പ്രചോദനം നല്കാത്തവർ**

കൂടെ ജോലി ചെയ്യുന്നവരെ നിരസാഹ്വേദിപ്പിക്കുകയും മറ്റുള്ളവർക്ക് സഹായം നൽകാതിരിക്കുകയും ചെയ്യുന്നത് സ്ഥാപനത്തോട് ചെയ്യുന്ന ദ്രോഹമാണ്.

**സ്ഥാപനത്തെ താഴ്ത്തി എപ്പോഴും നല്ലപിള്ള ചുമയുക**

എല്ലാ കാര്യങ്ങളിലും മികവുപുലർത്തുന്ന ചില ആളുകളുണ്ട്. മുകളിൽപ്പറഞ്ഞ 6 കാര്യങ്ങളും ചെയ്യാത്തവർ. സ്ഥാപനത്തിന്റെ എല്ലാ കാര്യങ്ങളും സ്വന്തം തലയിലാണെന്നു കരുതുന്നവരാണ് ഇവർ. ഈ മനോഭാവം സ്ഥാപനത്തിനു ദോഷം ചെയ്യുന്നു.

# സമയവും കാലവും മാർക്കറ്റിങ്ങും

മഴക്കാലം പ്രളയ കാലമാകുന്ന അവസ്ഥയാണ് ഇന്ന് കേരളത്തിൽ. കാലവർഷത്തിന്റെ പൊതു സ്വാഭാവത്തിൽ സംഭവിച്ച പ്രകടമായ മാറ്റം ബിസിനസ്സുകളെയും ഇന്ന് പ്രതികൂലമായി ബാധിക്കുന്നുണ്ട്. ജൂൺ മുതൽ ഓഗസ്റ്റ് വരെയുള്ള മാസങ്ങളിലെ വിപണന രീതികളിൽ വളരെ ശ്രദ്ധിക്കേണ്ടതുണ്ട് എന്ന് വിദഗ്ധർ പറയുന്നു .

കേരളം കണ്ട ഏറ്റവും വലിയ പ്രളയവും കോവിഡും അതിന്റെ പ്രത്യുപലാതങ്ങളും റീട്ടെയിൽ വിപണിയെ സാരമായി തന്നെ ബാധിച്ചു എന്നത് ഒരു വലിയ യാഥാർത്ഥ്യമാണ്.

എന്നാൽ, ഇത്തരം വലിയ ദുരന്തങ്ങൾ ഓരോ കാലഘട്ടത്തിലും ഒന്നല്ലെങ്കിൽ മറ്റൊന്ന് എന്ന രീതിയിൽ ഉണ്ടാകുന്നു എന്നത് ഒരു പ്രകൃതിനിയമമായി മാറിക്കഴിഞ്ഞിരിക്കുന്നു. അതുകൊണ്ടുതന്നെ ഇത്തരം സമയങ്ങളിലെ മാർക്കറ്റിംഗിൽ വളരെ ശ്രദ്ധനൽകേണ്ടതാണെന്ന് പുതിയ പഠനങ്ങൾ പറയുന്നു.

ആളുകൾ ദുരന്തമുഖത്ത് നിൽക്കുമ്പോൾ ആ അവസ്ഥയെ മനസ്സിലാക്കാതെ വിപണനരംഗത്ത് ഇറങ്ങുന്നത് കൂടുതൽ ദോഷകരമാകും - ജനങ്ങൾ ദുരന്തമനുഭവിച്ചാലും ഞങ്ങൾക്ക് ഞങ്ങളുടെ പ്രോഡക്ട് വിൽക്കുക എന്നതാണ് പ്രാധാന്യം എന്നമട്ടിൽ മാർക്കറ്റിംഗ് നടത്തുന്നത് പ്രസ്തുത ബ്രാൻഡിന് ദുരന്തമനുഭവിക്കുന്നവരോട് സഹാനുഭൂതിയില്ല എന്നുള്ള സന്ദേശമായിരിക്കും നൽകുക. നിങ്ങൾ ചിലപ്പോൾ ഇടപെടുന്നത് ദുരന്തം നേരിട്ടു ബാധിക്കാത്ത ഇടങ്ങളിലോ, വ്യക്തികളിലോ ആയിരിക്കാം. പക്ഷേ അവരുടെ മനസ്സിൽ നിങ്ങളുടെ ബ്രാൻഡിനെക്കുറിച്ച് തെളിയുന്നത് നാടുമുഴുവൻ വിഷമിക്കുമ്പോൾ, സഹജീവികളുടെ ദുരന്തത്തിലും കച്ചവടം നടത്താൻ ഇരങ്ങിയവർ എന്നായിരിക്കും.

മുൻപ് നിശ്ചയിച്ച കാമ്പെയിനുകളാണെങ്കിലും അവയെ സാഹചര്യമനുസരിച്ച് മാറ്റുകയോ അല്ലെങ്കിൽ നീട്ടിവയ്ക്കുകയോ ചെയ്യുന്നതാണ് ഉത്തമം. നഷ്ടം സംഭവിക്കുമെന്ന വിലയിരുത്തലിൽ കാമ്പെയിൻ നടത്തുന്നത് ബ്രാൻഡിന് കൂടുതൽ പ്രതിഛായ നഷ്ടം വരുത്തുമെന്ന് വിലയിരുത്തപ്പെടുന്നു.

വലിയൊരു വിഭാഗം ജനങ്ങൾ ദുരന്തമനുഭവിക്കുമ്പോൾ ഒരു ബ്രാൻഡ് നൽകുന്ന ഓരോ സന്ദേശത്തിനും ഓരോ വാക്കുകൾക്കുപോലും വലിയ ഇംപാക്ട് സൃഷ്ടിക്കാൻ കഴിയും.

അത് മാധ്യമങ്ങളിലൂടെയായാലും സോഷ്യൽ മീഡിയ കാമ്പെയിനുകളായാലും സഹാനുഭൂതിയോടെയുള്ള വാക്കുകൾക്കും ദൃശ്യങ്ങൾക്കും ജനമനസ്സുകളിൽ ഇത്തരം സമയങ്ങളിൽ വലിയ സ്വാധീനം സൃഷ്ടിക്കാൻ കഴിയുമെന്ന് വിലയിരുത്തിയിട്ടുണ്ട്. സാമ്പത്തിക പിന്തുണ നൽകിയും അത്യാവശ്യസാധനങ്ങൾ നൽകിയും ദുരന്തബാധിതരെ സഹായിക്കുന്നത് ബ്രാൻഡിനു നൽകുന്നത് ദീർഘകാലത്തെ ഗുണമായിരിക്കും എന്നത് സംശയമില്ല.

ദുരന്തകാലഘട്ടത്തിൽ വിൽപനയ്ക്കുള്ള 'പുഷ്' ഒഴിവാക്കുന്നതായിരിക്കും ഉത്തമം. ഈ സമയങ്ങളിൽ ചാർട്ടി അടിസ്ഥാനമാക്കിയുള്ള പ്രവർത്തനങ്ങളാകും നല്ലത്. ഇതിനർത്ഥം കച്ചവടം നടത്താതെ അടച്ചുപൂട്ടിയിരിക്കുന്നതല്ല. ദുരന്തം നേരിട്ടു ബാധിച്ചിട്ടില്ലാത്തവരും, ആവശ്യങ്ങൾക്കുവേണ്ടി എത്തുന്നവരുമായ കസ്റ്റമർമാരെ ഒഴിവാക്കേണ്ട കാര്യമില്ലല്ലോ.

പ്രകൃതിദുരന്തങ്ങൾ ഇനിയും വരാം. കാലാവസ്ഥ വ്യതിയാനങ്ങളുടെ കണക്കുകൾ നൽകുന്ന സൂചനയും ഇതൊക്കെതന്നെയാണ്. ഈ സമയങ്ങളിലെ നമ്മുടെ വിപണനരീതികളെക്കുറിച്ച് മുന്നൊരുക്കം നടത്തുന്നത് ബ്രാൻഡിനും കസ്റ്റമർമാർക്കുമിടയിലെ വിശ്വാസ്യത നഷ്ടപ്പെടാതിരിക്കാൻ സഹായകരമാകുമെന്ന് കരുതാം.



# ആത്മവിശ്വാസം, അതല്ലേ എല്ലാം

തന്റെ ബിസിനസ് എല്ലാം തകർന്നു കടം കയറി, ഇനി രക്ഷപ്പെടാൻ മാർഗ്ഗങ്ങൾ ഒന്നുമില്ല, ഇനി ആത്മഹത്യ മാത്രമാണ് പോംവഴി എന്ന് കരുതി പാർക്കിലെ ബെഞ്ചിൽ വിഷമിച്ചിരിക്കുകയായിരുന്നു ആ ബിസിനസുകാരൻ.

ഒരാൾ തൊട്ടടുത്തുവന്നിരുന്നു ചോദിച്ചു, എന്താണ് നിങ്ങളുടെ പ്രശ്നം?

അയാൾ എല്ലാം പറഞ്ഞു.

‘ഞാൻ നിങ്ങളെ സഹായിക്കാം, കുറച്ചു പണം കടം തരാം, കൃത്യം ഒരു കൊല്ലം കഴിയുമ്പോൾ ഇതേ സ്ഥലത്തു വെച്ച് ഈ തുക മുഴുവനായി തിരിച്ചു തരണേ’ എന്നും പറഞ്ഞ് അയാൾ ഒരു ചെക്ക് കൊടുത്തു നടന്നു പോയി.

ചെക്ക് കണ്ടതും ബിസിനസുകാരൻ ഞെട്ടിപ്പോയി, പത്തു മില്യൺ ഡോളറിന്റെ ചെക്ക്. അതും ലോകത്തിലെ ഏറ്റവും വലിയ ധനികനായ റോക്ക് ഫെല്ലറുടെത്.

അയാൾ ആ ചെക്കുമായി വീട്ടിലേക്കു നടക്കുമ്പോൾ ചിന്തിച്ചു, എന്റെ കടം വീട്ടാൻ ഇതിന്റെ ചെറിയൊരു അംശം മതി, ഈ ചെക്ക് ഇപ്പോൾ മാറേണ്ട. അയാൾ അത് ഭദ്രമായി പേഴ്സിൽ വെച്ചു.

നേരെ പോയത് താൻ കാൾ കൊടുക്കാനുള്ള ആളുകളുടെ അടുത്തേക്കായിരുന്നു.

അയാൾ അവരോടു സംസാരിച്ചു, തന്റെ കമ്പനി വീണ്ടും തുറന്നു പ്രവർത്തിക്കുകയാണെന്നും കാൾ തിരിച്ചുതരാൻ ആരുമാസത്തെ സമയം കൂടി ആവശ്യപ്പെട്ടു. ബാങ്കിൽ പോയി മുടങ്ങിയ ലോൺ തിരിച്ചടക്കാൻ ആരുമാസത്തെ തവണകൾ ആവശ്യപ്പെട്ടു.

ബിസിനസ് നടന്നില്ലെങ്കിലും ആരുമാസം കഴിഞ്ഞാലും കൊടുക്കാൻ തന്റെ കയ്യിൽ ക്യാഷ് ചെക്കായി തന്റെ പേഴ്സിൽ ഉണ്ടെന്ന ആത്മവിശ്വാസം അയാളുടെ മുന്നിൽ പുതിയ കുറെ ആശയങ്ങളും ചിന്തകളും ഉണ്ടാക്കി.

പിന്നീട് അയാൾ തന്റെ ഉൽപ്പന്നങ്ങൾ വാങ്ങുന്ന വ്യാപാരികളെ പോയി കണ്ടു. പണം അഡ്വാൻസ് ആയി തന്നാൽ ഉൽപ്പന്നങ്ങൾക്ക് നല്ല ഡിസ്കൗണ്ട് ഓഫർ ചെയ്തു കുറച്ചു പണം സ്വരൂപിച്ചു. ഫാക്ടറി വീണ്ടും തുടങ്ങി. അയാൾ ഉത്സാഹത്തോടെ പണിയെടുത്തു. ആരുമാസം കൊണ്ടു അയാൾ പഴയ സ്ഥിതിയിൽ എത്തി. കടങ്ങൾ എല്ലാം വീട്ടി.

അങ്ങനെ ഒരു കൊല്ലത്തിനു ശേഷം ആ തീയതി വന്നെത്തി.

അയാൾ ആ ചെക്കുമായി പാർക്കിലെ ബെഞ്ചിൽ പോയിരുന്നു, കുറച്ചു കഴിഞ്ഞപ്പോൾ റോക്ക് ഫെല്ലർ വരുന്നു. പുറകെ രണ്ടു സെക്യൂരിറ്റി ഉദ്യോഗസ്ഥരും ഉണ്ട്. അയാളുടെ അടുത്ത് വന്നിരുന്നപ്പോഴേക്കും സെക്യൂരിറ്റി ഉദ്യോഗസ്ഥർ ഫെല്ലറെ പിടിച്ച് എഴുന്നേൽപ്പിച്ചു.

ബിസിനസുകാരൻ ചോദിച്ചു, നിങ്ങൾ എന്താണ് ചെയ്യുന്നത്, ഇദ്ദേഹം ആരാണെന്ന് അറിയാമോ?

സെക്യൂരിറ്റി പറഞ്ഞു, ക്ഷമിക്കണം സാർ, ഇയാൾ താങ്കൾക്ക് എന്തെങ്കിലും ബുദ്ധിമുട്ട് ഉണ്ടാക്കിയോ?

ഇയാൾ ഞങ്ങളുടെ ചികിത്സയിലുള്ള



ഒരു മാനസിക രോഗിയാണ്, ലോകത്തിലെ വലിയ ധനികനായ റോക്ക് ഫെല്ലർ ആണെന്നും പറഞ്ഞു. കാണുന്നവർക്കെല്ലാം വ്യാജ ചെക്കുകൾ ഒപ്പിട്ടു നൽകും.

സെക്യൂരിറ്റികൾ അയാളേയും കൊണ്ടു പോയി.

ഇതും നോക്കി ബിസിനസുകാരൻ സ്തബ്ധനായി നിന്നു.

ആ ചെക്ക് അയാളിൽ ഉണ്ടാക്കിയ ആത്മവിശ്വാസം വലുതായിരുന്നു.

നമ്മുടെ ആത്മവിശ്വാസമാണ് നമ്മുടെ മുന്നിൽ അടഞ്ഞ പല വഴികളും തുറന്നു കാണിക്കുന്നത്. നമ്മുടെ കൂടെയുള്ള റിസോർഴ്സുകൾ മാത്രം ഉപയോഗിച്ചാൽ തന്നെ നമുക്ക് വിജയിക്കാൻ കഴിയും. ■■





# Soniya<sup>®</sup>

Dress Material | Kurtis



Wholesale Distributor

 **Novelty Textiles**<sup>®</sup>  
A Division of NCPL

Novelty Textiles, A Division of Novelty Clothing Pvt. Ltd.

40/2692A,B,C,D Opp. South Indian Bank, Market Road, Ernakulam - 682 035

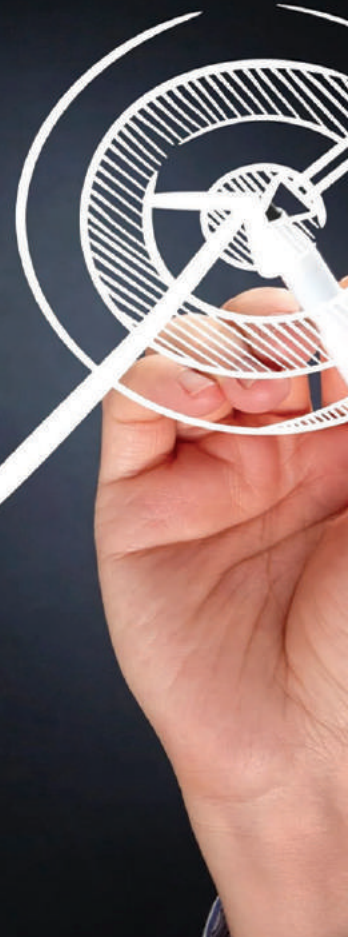
Ph.: +91 484 2370756, 2363005 | E-mail: mail@noveltyclothing.in

Door no : 48/1369/718, Near kallupalam, Pallithottam P.O., Kollam - 691 006.

Ph.:+91 474 2740671, 2747288 | E-mail: kollam@noveltytextiles.co.in



# ലക്ഷ്യം കൃത്യമെങ്കിൽ വിജയം സുനിശ്ചിതം



## അബു ഹാദാൻ

നമ്മുടെ ഓരോ ദിനങ്ങളും എഴുന്നേൽക്കുന്നു, ജോലി ചെയ്യുന്നു, ഉണ്ണുന്നു, ഉറങ്ങുന്നു എന്നതിനപ്പുറം അസാധാരണമോ പ്രത്യേകമോ ആയ ഒന്നുമില്ലാത്ത ദിനരാത്രങ്ങളായി കടന്നുപോയിക്കൊണ്ടിരിക്കുന്നു. ദിവസങ്ങളും മാസങ്ങളും വർഷങ്ങളും മാറിമറിയുന്നതുപോലുമറിയാതെ ഒഴുകിനൊത്തുള്ള യാത്രയിലായിരിക്കാൻ ജീവനോട് അലക്ഷ്യമായി വീഴ്ചപ്പെട്ടിട്ടില്ലാത്ത യാത്രയിലായിരിക്കാൻ പലരും എന്തിനെന്നോ എവിടെക്കെന്നോ അറിയാത്ത അലസമായ ജീവിതയാത്ര. അലഞ്ഞു തിരച്ചിലിനൊടുവിൽ അർത്ഥമില്ലാത്ത ഈ യാത്ര എവിടെയോ അസ്തമിക്കുന്നു.

ലക്ഷ്യമുണ്ടാകുമ്പോഴാണ് ജീവിതത്തിന് അർത്ഥമുണ്ടാകുന്നത്, ജീവിതം സാർഥകമാകുന്നത്. ലക്ഷ്യത്തിലേക്കുള്ള യാത്രയിലാണ് ജീവിതത്തിന് സംതൃപ്തി ലഭിക്കുന്നത്. ലക്ഷ്യത്തിലേക്കുള്ള ഏതൊരു പ്രവൃത്തിയും ജീവിതത്തിന്റെ വിരസതയെ അകറ്റുന്നതും അർത്ഥശൂന്യതയെ ഇല്ലാതാക്കുന്നതുമാണ്. നമ്മുടെ ചെറുതും വലുതുമായ ഏതൊ

രു പ്രവൃത്തിക്കും ഒരു ലക്ഷ്യമുണ്ട്. നടക്കുമ്പോഴും ഇരിക്കുമ്പോഴും സംസാരിക്കുമ്പോഴും ഒരു ചെടി നടുമ്പോഴും പഠിച്ചെടുക്കുമ്പോഴും ഭക്ഷിക്കുമ്പോഴും നിശ്ചലനായിരിക്കുമ്പോഴും വരെ അതിന്റേതായ ഉദ്ദേശ്യലക്ഷ്യമുണ്ട്. എന്നാൽ അവ നിർണിതമോ നിർണായകമോ ആസൂത്രിതമോ ആയിക്കൊള്ളണമെന്നില്ല. വ്യക്തിപരമോ സാമൂഹികമോ ആയ നേട്ടവും ഉണ്ടാവണമെന്നില്ല. ഗുണകരമോ ദോഷകരമോ ആയ ഒരു ഫലം ഉണ്ടാവുന്നുവെന്നതിലുപരി ശക്തമായ ഒരു ആഗ്രഹമാവുകയോ ആ ആഗ്രഹസഫലീകരണത്തിലേക്കുള്ള പുതിയ പാതകൾ വെട്ടിത്തെളിക്കപ്പെടുകയോ ചെയ്യുന്നില്ല. നേരത്തേയുള്ള വഴികളിലൂടെയുള്ള ഒരു ഓട്ടപ്പാച്ചിൽ മാത്രം. അതുകൊണ്ട് ശരിയായൊരു ജീവിത ലക്ഷ്യമെന്ന നിർവചനത്തിൽ ഇത്തരം സാധാരണ ചിന്തകളെയും പ്രവൃത്തികളെയും ഉൾപ്പെടുത്താനാവില്ല. നാമിവിടെ ജീവിതലക്ഷ്യം എന്നതുകൊണ്ട് വിവക്ഷിക്കുന്നത് ആഗ്രഹിക്കപ്പെടുന്ന അതിപ്രധാനങ്ങളായ ചില കാര്യങ്ങളും അവ സാക്ഷാത്കരിക്കപ്പെടുന്നതിനുള്ള കൃത്യവും വ്യക്തവുമായ പ്രവർത്തനങ്ങളുമാണ്. ഇത്തരമൊരു ലക്ഷ്യമുണ്ടാകുമ്പോഴേ ജീവി

തം ചലനാത്മകവും പ്രതീക്ഷാനിർഭരവുമായിത്തീരുകയുള്ളൂ.

ഒരിക്കൽ വിദ്യാർത്ഥികളോട് സംവദിച്ചുകൊണ്ടിരിക്കെ മുൻ രാഷ്ട്രപതി എ.പി.ജെ അബ്ദുൾ കലാമിനോട് ഒരു വിദ്യാർത്ഥി ചോദിച്ചു: ‘നമ്മുടെ രാജ്യത്തിന്റെ യഥാർത്ഥ ശക്തി എന്താണ്? രാജ്യത്തിന്റെ ദൗർബല്യം എന്താണ്?’ തന്റെ മുന്നിൽ തടിച്ചുകൂടിയ ആയിരക്കണക്കിന് വിദ്യാർത്ഥികളിലേക്ക് കൈചൂണ്ടി കലാം പറഞ്ഞ മറുപടി ഇങ്ങനെ: ‘നിങ്ങൾ യുവതലമുറ; വിദ്യാർത്ഥികൾ തന്നെ. രാജ്യത്തിന്റെ ദൗർബല്യം കൃത്യമായ ലക്ഷ്യബോധമില്ലാത്ത യുവതലമുറയാണ്. നല്ലൊരു വിഭാഗം മയക്കുമരുന്നിനും മറ്റും അടിമകളായി കഴിഞ്ഞുകൂടുന്നു.’

ജീവിതവിജയം ആഗ്രഹിക്കുന്നവരിൽ കുറച്ചുപേർ മാത്രമേ ശരിയായ വിജയം കരസ്ഥമാക്കുന്നുള്ളൂ. ബാക്കിയുള്ളവർ പരാജയങ്ങളോട് നിരാശയിൽ മുങ്ങിക്കഴിയുന്നു. കൃത്യമായൊരു ലക്ഷ്യമില്ലാത്തതോ ലക്ഷ്യത്തെക്കുറിച്ച് ശരിയായ ധാരണയില്ലാത്തതോ ആവും പരാജയകാരണം. ഓരോരുത്തരുടെയും ആഗ്രഹങ്ങളും ചിന്തകളും വ്യത്യസ്തമാവും. നമ്മൾ ആഗ്രഹിക്കുന്നതാണ് നമ്മുടെ ലക്ഷ്യം. അതെന്താണെന്ന് കണ്ടെത്തുകയും തീരുമാനി





**നമ്മുടെ താല്പര്യവും ശുഭചിന്തകളുമാണ് പ്രധാനം. അവയുണ്ടെങ്കിൽ സാഹചര്യങ്ങളെല്ലാം നമുക്ക് അനുകൂലമായിത്തീരും.**

കൂകയും ചെയ്യുന്നതാണ് വിജയത്തിലേക്കുള്ള ആദ്യപടി. പോകേണ്ട സ്ഥലം നിശ്ചയിക്കാതെ യാത്ര തുടങ്ങുന്നതിൽ അർത്ഥമില്ലല്ലോ. അതുപോലെ നമുക്ക് വേണ്ടത് തീരുമാനിക്കുന്നത് നമ്മൾ തന്നെയാവണം. മറ്റുള്ളവരുടെ താല്പര്യത്തിനനുസരിച്ചോ അവരുടെ നിർബന്ധങ്ങൾക്കു വഴങ്ങിയോ തീരുമാനിക്കേണ്ടതല്ല ഓരോരുത്തരുടെയും ലക്ഷ്യങ്ങൾ. നമ്മുടെ താല്പര്യങ്ങളാണ് നമ്മെ മുന്നോട്ടു നയിക്കേണ്ടത്. മറ്റുള്ളവരുടെ അഭിപ്രായങ്ങളും നിർദ്ദേശങ്ങളും അവഗണിക്കണമെന്നതല്ല ഈ പറഞ്ഞതിന്റെ സാരാംശം.

ലക്ഷ്യം കൃത്യമായിരിക്കണം. ഒന്നിലധികമുണ്ടെങ്കിൽ ശ്രദ്ധ വിഭജിക്കപ്പെടുകയും കൃത്യത നഷ്ടപ്പെടുകയും ചെയ്യും. അത് വിജയത്തിലേക്കുള്ള വഴികളെ പ്രയാസകരമാക്കും. ഒരു ഭാരതീയ കഥയുണ്ട്. ഗുരു ശിഷ്യർക്ക് അസ്ത്രവിദ്യ പഠിപ്പിക്കുകയാണ്. മരത്തിനു മുകളിൽ തൂങ്ങിക്കിടന്ന പക്ഷിയുടെ വലതു കണ്ണായിരുന്നു ലക്ഷ്യം. ഒന്നാമത്തെ ശിഷ്യൻ വീല്ലു കുലക്കാൻ ഒരുങ്ങിയപ്പോൾ ഗുരുവിന്റെ ചോദ്യം, 'ഇപ്പോൾ എന്തെല്ലാം കാണുന്നുണ്ട്?' ശിഷ്യൻ: 'മരവും

അതിന്റെ കൊമ്പും ഒരു പക്ഷിയും അതിന്റെ രണ്ടു കണ്ണും'. 'നിനക്ക് സമയമായില്ല' എന്നായിരുന്നു ഗുരുവിന്റെ മറുപടി. രണ്ടാമത്തെ ശിഷ്യനോടും ഗുരു അതേ ചോദ്യം ആവർത്തിച്ചു. 'ഞാൻ ഒരു മരക്കൊമ്പും അതിന്മേൽ ഒരു പക്ഷിയും രണ്ടു കണ്ണുകളും കാണുന്നു' എന്നായിരുന്നു ശിഷ്യന്റെ മറുപടി. 'നിനക്കും സമയമായില്ല' എന്നായിരുന്നു ഗുരുവിന്റെ വിധി. ചോദ്യവും ഉത്തരവും ആവർത്തിക്കപ്പെട്ടുകൊണ്ടേയിരുന്നു. ഒടുവിൽ അവസരം ലഭിച്ച ശിഷ്യന്റെ മറുപടി എന്തായിരുന്നുവെന്നോ? 'പ്രഭോ, ഞാൻ ആ പക്ഷിയുടെ വലതു കണ്ണു മാത്രം കാണുന്നു'. ആ ശിഷ്യൻ അമ്പെയ്യാൻ ഗുരു അനുമതി നല്കി. എന്താണോ നമ്മുടെ ലക്ഷ്യം അതു മാത്രമാവണം നമ്മുടെ മുന്നിൽ എന്ന തത്ത്വമാണിവിടെ പ്രായോഗികമായി പഠിപ്പിക്കപ്പെട്ടത്.

നല്ല സൂര്യപ്രകാശമുള്ള സമയത്ത് ഒരു കടലാസ് കഷണത്തിലേക്ക് ഒരു ലെൻസ് തിരിച്ചുവെച്ചു കരുതുക. കടലാസിൽ കൃത്യമായ ഒരു ബിന്ദുവിൽ മാത്രം ലെൻസ് കേന്ദ്രീകരിക്കപ്പെടുമ്പോൾ കടലാസ് കഷണം കത്തുന്നു. ലെൻസ് ചലിപ്പിക്കുകയോ വികേന്ദ്രീകരിക്കുകയോ ചെയ്താൽ കടലാസ് കത്തുകയില്ല. മനുഷ്യനും ഇതുപോലെയാണ്. പൗലോ കൊയ്ലോയുടെ 'ആൽക്കെമിസ്റ്റി'ൽ പറയുന്നൊരു സംഭവമുണ്ട്. സന്തോഷത്തിന്റെ രഹസ്യമെന്തെന്ന് അന്വേഷിച്ചെത്തിയ സാന്റീയാഗോക്ക് അത് പഠിപ്പിക്കപ്പെടുന്ന തത്ത്വചിന്താപരമായ ഒരു സംഭവം. ഒരു സ്പൂണും അതിൽ രണ്ട് തുള്ളി എണ്ണയും വെച്ചുകൊടുത്ത് കൊട്ടാരം ചുറ്റി വരാൻ കല്പിക്കുന്നു. തിരിച്ചെത്തുമ്പോൾ സ്പൂണിലെ എണ്ണ അതേപടിയുണ്ടാകണമെന്ന നിബന്ധനയും. എന്നാൽ കൊട്ടാരം കണ്ട് തിരിച്ചെത്തിയപ്പോൾ എണ്ണ മുഴുവനായും നഷ്ടപ്പെടുന്നു. രണ്ടാമതും സ്പൂണും എണ്ണയുമായി കൊട്ടാരം ചുറ്റുന്നു. പക്ഷേ ഇത്തവണ യാത്ര അവസാനിക്കുമ്പോൾ ഒരു തുള്ളി എണ്ണ പോലും നഷ്ടപ്പെട്ടിരുന്നില്ല. ആദ്യത്തെ ചുറ്റലിൽ കൊട്ടാരത്തിന്റെ കണ്ണുമിടക്കുന്ന സൗന്ദര്യത്തിൽ മതി മറന്നുപോയതുകൊണ്ടായിരുന്നു എണ്ണയിൽ നിന്ന് ശ്രദ്ധ നഷ്ടപ്പെട്ടത്. രണ്ടാമത്തേതിൽ കൊട്ടാരത്തിലെ യാതൊന്നും സാന്റീയാഗോ ശ്രദ്ധിച്ചതേയില്ല. പകരം സ്പൂണിലും എണ്ണയിലും മാത്രമായിരുന്നു ശ്രദ്ധ. 'തടസങ്ങൾ നമ്മുടെ മുമ്പിൽ ഭീതി പടർത്തി നില്ക്കുന്നത് നിർദിഷ്ട ലക്ഷ്യത്തിൽനിന്ന് നമ്മുടെ കണ്ണ് തെറ്റുമ്പോഴാണ്' - ഹെൻറി ഫോഡന്റേ

താണീ വാക്കുകൾ.

ലക്ഷ്യത്തിലേക്കുള്ള പാതകൾ കല്ലുകളും മുളുകളും നിറഞ്ഞതെങ്കിലും ഏതു പ്രയാസങ്ങളിലും ഉറച്ചുനിന്ന് പോരാടാൻ മനസ്സുജ്ജ്വലമായിരിക്കണം. അതിന് കഴിയാതെ പോകുന്ന മനസിന്റെ മടുപ്പാണ് പരാജയത്തിലേക്ക് വഴി തുറക്കുന്നത്. വിജയമെന്നത്, ഒരു ദിവസം കൊണ്ട് സാധ്യമാകുന്നതല്ല. നിരന്തരമായ പരിശ്രമത്തിനൊടുവിൽ മാത്രം എത്തിച്ചേരുന്ന ഇടമാണത്. ലക്ഷ്യം നേടുന്നതിൽ സമയമെടുക്കുന്നത് പരാജയപ്പെടുവെന്നല്ല കാണിക്കുന്നത്. മുന്നോട്ടു മാത്രം നോക്കിയാവണം നമ്മുടെ യാത്ര. നമ്മൾ കാണുന്ന സ്വപ്നങ്ങൾ മുഴുവൻ അവിടെയാണ്. നദിയുടെ ഒഴുക്ക് എല്ലായിടത്തും ഒരുപോലെയാവില്ല. ചുഴിയും ആഴവും ഓളവും വ്യത്യസ്തമാവും. കടലിലെത്തും വരെ ദുർഘടമായ അന്തരം അവസ്ഥാന്തരങ്ങളെ അഭിമുഖീകരിക്കേണ്ടതുണ്ട്. തിരിച്ചടികളിൽ പതറുന്നവർ പിൻവാങ്ങുകയോ മുങ്ങിയൊടുങ്ങുകയോ ചെയ്യും. ഒന്നിനെയും വകവെക്കാതെ മുന്നോട്ടു പോകുന്നവർ ലക്ഷ്യസ്ഥാനം എത്തിപ്പിടിക്കുക തന്നെ ചെയ്യും. പ്രതീക്ഷകളാണ് ലക്ഷ്യത്തിലേക്ക് നമ്മെ അടുപ്പിക്കുന്നത്. പ്രതീക്ഷകൾ തകർന്നുപോയാൽ ജീവിതം തന്നെ അർഥശൂന്യമായിത്തീരും.

ഒരു ലക്ഷ്യവുമില്ലാത്തവർക്ക് ജീവിതം ഒരിക്കലും ആസ്വദിക്കാനാവില്ല. അന്തരക്കാർക്ക് ജീവിതത്തോടുതന്നെ ചിലപ്പോൾ വെറുപ്പുതോന്നിത്തുടങ്ങും. മാനസികമായ പ്രത്യേക ശക്തിയോ ഊർജമോ അവർക്കുണ്ടാവില്ല. രാവിലെ എഴുന്നേൽക്കുമ്പോൾ ഊക്കം മതിയായില്ലെന്ന തോന്നൽ, ഉന്മേഷക്കുറവ്, ജോലിയിലും ജീവിതത്തിലും സന്തോഷമില്ലായ്മ, എന്തിനു വേണ്ടി കഷ്ടപ്പെടുന്നു എന്ന ചിന്ത, അലസത തുടങ്ങിയവയൊക്കെ ലക്ഷ്യബോധമില്ലാത്തതിന്റെ പ്രത്യേക നിദർശനങ്ങളാണ്. ലക്ഷ്യബോധമുള്ളവന് അലസനായി ഇരിക്കാനും അശുഭചിന്തകൾക്ക് നിലമൊരുക്കാനും സമയമുണ്ടാവില്ല. കഴിവില്ലായ്മയെകുറിച്ച് പരിതപിച്ചിരിക്കാനും ആയുധങ്ങളെ പഴിച്ച് പിന്മാറാനും അവർ ഒരുക്കമല്ല. ലഭ്യമാകുന്ന സമയവും അവസരങ്ങളും പരമാവധി ഉപയോഗപ്പെടുത്തി ലക്ഷ്യത്തിലേക്ക് അവർ കുതിച്ചുകൊണ്ടിരിക്കും.

നമ്മുടെ താല്പര്യവും ശുഭചിന്തകളുമാണ് പ്രധാനം. അവയുണ്ടെങ്കിൽ സാഹചര്യങ്ങളെല്ലാം നമുക്ക് അനുകൂലമായിത്തീരും. ■■



# പ്രതിസന്ധികളെ നേരിടാം



**ബിസിനസിൽ പ്രതിസന്ധി നേരിടാത്തവർ ആരുമില്ല.** പക്ഷെ അവയെ നമ്മൾ എങ്ങിനെ കൈകാര്യം ചെയ്യുന്നു എന്നതാണ് ശ്രദ്ധിക്കേണ്ടത്.

പ്രതിസന്ധികൾ കൈകാര്യം ചെയ്യുക എന്നത് എളുപ്പമല്ല. പ്രത്യേകിച്ച് സോഷ്യൽ മീഡിയയും മൊബൈൽ ഫോണുകളും ജീവവായുവായ ഈ കാലത്ത്. ഏതെങ്കിലും ഒരു പ്രതിസന്ധി ഘട്ടത്തിനോട് ഓരോ ബിസിനസുമായും പ്രതികരിക്കേണ്ടത് എങ്ങിനെയാണെന്നും എങ്ങിനെ സംബന്ധിച്ച് ചില നിർണായകമായ ഘടകങ്ങളുണ്ട്.

നിങ്ങളുടെ ബിസിനസ് ഒരു പ്രതിസന്ധി നേരിട്ടാൽ അതിനെ എങ്ങനെ മനസിലാക്കണമെന്നും അതിനോടുള്ള പ്രതികരണം എങ്ങിനെ രൂപപ്പെടുത്തണമെന്നും, എങ്ങിനെ ആശയവിനിമയം നടത്തണമെന്നും അറിയാൻ ഇതാ ഏതാനും ടിപ്പ്സ്.

### ആദ്യനീക്കം നിർണായകം

സോഷ്യൽ മീഡിയയുടെ വ്യപനത്തിലൂടെ നിങ്ങളുടെ ബിസിനസിന്റെ ഉപഭോക്താക്കളും ജീവനക്കാരും കൂടാതെ പൊതുജനവും ഒന്നല്ലെങ്കിൽ മറ്റൊരുവിധത്തിൽ സോഷ്യൽ മീഡിയയിൽ ബന്ധിതമായ ഈ കാലഘട്ടത്തിൽ, നിങ്ങളുടെ സ്ഥാപനത്തെക്കുറിച്ചുള്ള ഒരു നെഗറ്റീവ് വാർത്ത പരക്കാൻ ഒരു സെക്കന്റിന്റെ 'ടച്ച്' മതി. ഇങ്ങനെയുള്ള അവസ്ഥയിൽ, പിഴവു സംഭവിച്ചു എന്നു ബോധ്യപ്പെട്ടാൽ, അതു സംബന്ധിച്ച ആദ്യപ്രതികരണം ഉടമയുടെ / കമ്പനിയുടെ / ബ്രാൻഡിന്റെ ഭാഗത്തുനിന്ന് ഉണ്ടാകുക എന്നതാണ് സുരക്ഷിതം. മറ്റുള്ള ആരെങ്കിലും പറഞ്ഞ് സോഷ്യൽ മീഡിയയിൽ വന്ന് മുഖ്യധാരാ മാധ്യമങ്ങൾ അവ ഏറ്റെടുക്കുന്നതിനു മുൻപ് സ്വയം വിശദീകരണം നൽകുന്നത് പ്രശ്നത്തിന്റെ പ്രത്യാഘാതം കുറയ്ക്കുമെന്നതിൽ തർക്കമില്ല.

**ആഫ്സർ ഇഫക്ട്**

ബ്രാൻഡിനോ സ്ഥാപനത്തിനോ സംഭവിച്ച ഒരു പിഴവ് പുറത്തറിഞ്ഞു കഴിഞ്ഞതിനു ശേഷമുണ്ടാകുന്ന പൊതുജനാഭിപ്രായങ്ങളെ കുറിച്ച് കരുതിയിരിക്കുക. നിങ്ങൾ ചെയ്തതിനെയും ചെയ്യാതിരുന്നതിനേയും വിമർശിച്ചും അനുകൂലിച്ചും പൊതുജനം അഭിപ്രായപ്രകടനം നടത്തും. സംഭവത്തിനു ശേഷമുള്ള നിങ്ങളുടെ ഓരോ വാക്കുകളും നീക്കങ്ങളും വിലയിരുത്തപ്പെടും.

ഇരുതല വാളിന്റെ സ്വഭാവമാണിത്. ഒരു വശത്ത് നിങ്ങളുടെ പിഴവുകൾ ഭൂതക്കണ്ണാടിയിലൂടെ പരിശോധിക്കപ്പെടും. മറ്റൊന്ന് നിങ്ങൾ ചെയ്യുന്നതെന്തും പൊതുജനം എണ്ണിയെണ്ണിപ്പറയും. നിങ്ങൾ നൽകുന്ന ആദ്യമറുപടി സത്യസന്ധവും വസ്തുതാപരമായി കൃത്യവുമാക്കാൻ ശ്രദ്ധിക്കേണ്ടത് ഇവിടെ അത്യാവശ്യമാണ്.

**പ്രതികരണം എങ്ങിനെ**

പലവിധത്തിലുള്ള പ്രതിസന്ധികൾ ഒരു ബിസിനസിനെ ഉലച്ചേക്കാം. പ്രളയം പോലുള്ള പ്രകൃതിദുരന്തങ്ങൾ, നോട്ടുനിരോധനം പോലുള്ള സർക്കാർ നടപടികൾ, അഗ്നിബാധയും ഭീകരാക്രമണവും പോലുള്ള അപ്രതീക്ഷിത ദുരന്തങ്ങൾ. ഇത്തരം ഘട്ടങ്ങളിൽ സ്ഥാപനത്തിന്റെ / ബ്രാൻഡിന്റെ ഭാഗത്തുനിന്ന് ഉണ്ടാകേണ്ടത് ഈ സാഹചര്യത്തെ കമ്പനി എങ്ങിനെ നേരിടാൻ പോകുന്നു എന്നതു സംബന്ധിച്ച കൃത്യവും വേഗത്തിലുള്ളതുമായ വിശദീകരണമാണ്. കസ്റ്റമർമാരെയും സ്റ്റാഫിനെയും സുരക്ഷിതമാക്കുക എന്ന പ്രാഥമിക ദൗത്യത്തിനുശേഷം ഈ പ്രതിസന്ധിയിൽ കമ്പനി എങ്ങിനെ കരകയറും എന്നതു സംബന്ധിച്ച് കൃത്യമായ വിശദീകരണവും നൽകേണ്ടതുണ്ട്.

മനുഷ്യന്റെ നിയന്ത്രണങ്ങൾക്കുമപ്പുറത്തേക്കുള്ള ദുരന്തങ്ങളിൽ നമ്മൾ നിസഹായരാണ്. പക്ഷെ സ്റ്റാഫിന്റേയും കസ്റ്റമർമാരുടേയും നിരാശകൾ പൊതുജനത്തിനു മുന്നിൽ എത്തുന്നത് സ്ഥാപനത്തിന് നല്ലതല്ല.

**വ്യക്തികളുടെ പിഴവ്**

ഒരു വ്യക്തിയുടെ / ടീമിന്റെ പിഴവുമൂലം ഉണ്ടായ പ്രതിസന്ധിയാണെങ്കിൽ, ബലിയാടുകളെ കണ്ടെത്തുക എന്നതിനേക്കാൾ ഉത്തരവാദിത്വം ഏറ്റെടുക്കുക എന്നതാണ് ബ്രാൻഡിന് ഗുണകരം. ബലിയാടുകളെ കണ്ടെത്തി കുറ്റം അവരുടെ പക്കൽ മാത്രം ചുമത്തുന്നത് കൂടുതൽ ചോദ്യങ്ങൾ ഉണ്ടാക്കുകയേ ഉള്ളൂ.

പ്രസ്തുത വ്യക്തിയെ എങ്ങിനെ ജോലിക്കെടുത്തു? പിഴവുവരുത്താൻ എങ്ങിനെ സാധിച്ചു? ഇതൊന്നും തടയാൻ സംവിധാനമില്ലാതെയാണോ കമ്പനി പ്രവർത്തിക്കുന്നത്? തുടങ്ങിയ നിരവധി ചോദ്യങ്ങൾക്ക് മറുപടി നൽകേണ്ടിവരും. ഭാവിയിൽ ഇത്തരം സംഭവങ്ങൾ ആവർത്തിക്കാതിരിക്കാനുള്ള നടപടികൾ സ്വീകരിക്കുമെന്ന വിശ്വാസമാണ് കസ്റ്റമർമാർക്ക് നൽകേണ്ടത്.

ഓർക്കുക, ആശയവിനിമയം വെറും വാക്കുകൾ മാത്രമല്ല. പ്രതിസന്ധിഘട്ടത്തിൽ എന്തു പറയുന്നു, എങ്ങിനെ പറയുന്നു എന്നതിനേക്കാൾ പറയുന്ന കാര്യങ്ങളുടേയും പറയുന്ന രീതിയുടേയും തുടർന്നുള്ള നടപടികളുടേയും ആകെത്തുകയാണ് അന്തിമമായി വിലയിരുത്തപ്പെടുക. നിങ്ങളുടെ ബിസിനസിന്റെ ഇമേജിനെ ഓർക്കുന്നതും പുനരുജ്ജീവിപ്പിക്കുന്നതും ഇതിലെ നിശ്ചയദാർഢ്യമായിരിക്കും.



LEO  MARTIN

**DO WELL. LIVE WELL.  
AND DRESS  
REALLY WELL.**

Wholesale Distributor



**NoveltyTextiles**<sup>®</sup>  
A Division of NCPL

Novelty Textiles, A Division of Novelty Clothing Pvt. Ltd.

40/2692A,B,C,D Opp. South Indian Bank, Market Road, Ernakulam - 682 035  
Ph.: +91 484 2370756, 2363005 | E-mail: mail@noveltyclothing.in  
Door no : 48/1369/718, Near kallupalam, Pallihottam P.O , Kollam - 691 006.  
Ph.:+91 474 2740671, 2747288 | E-mail: kollam@noveltytextiles.co.in



# ഭക്ഷണം തന്നെയാണ്

# മരുന്ന്

രോഗമില്ലാത്ത അവസ്ഥയാണ് ആരോഗ്യം. ആഹാരത്തിൽനിന്ന് കിട്ടുന്ന ഊർജമാണ് ശരീരത്തിൽ ജീവന്റെ ചൈതന്യം നിലനിർത്തുന്നത്. അതിനാലാണ് നമുക്ക് ജനനം മുതൽ മരണം വരെ ആഹാരം കഴിക്കേണ്ടിവരുന്നത്.

ഭക്ഷണം ശരീരത്തിന് ആരോഗ്യവും ശക്തിയും നൽകുന്നു. അതുകൊണ്ടുതന്നെ എന്തു കഴിക്കണം, എപ്പോൾ കഴിക്കണം, എങ്ങനെ കഴിക്കണം എന്നത് പ്രധാനമാണ്. മെച്ചപ്പെട്ട ആരോഗ്യം ഉണ്ടാവണമെങ്കിൽ സമീകൃത ആഹാരം ശരീരത്തിന് ലഭിക്കേണ്ടതുണ്ട്.

### എന്തിന് കഴിക്കുന്നു?

കാർബോ ഹൈഡ്രേറ്റ്സ്, പ്രോട്ടീൻസ്, ഫാറ്റ്സ്, മിനറൽസ്, വൈറ്റാമിൻസ്, വെള്ളം എന്നിവയെല്ലാം ശരിയായ അളവുകളിൽ അടങ്ങിയതും അതു കഴിച്ചുകഴിഞ്ഞാൽ ദഹിക്കുകയും ശരീരാവശ്യങ്ങൾക്കുള്ള ഊർജം ഉല്പാദിപ്പിക്കുകയും അത് ശരീര വളർച്ചയെ ഉദ്ദീപിപ്പിക്കുകയും അതോടൊപ്പം ജീവൻ നിലനിർത്തുന്നതിനാവശ്യമായതുമായിരിക്കണം ആഹാരം.

### സമീകൃതാഹാരം

ആരോഗ്യമുള്ള ഒരാൾക്ക് ദിവസവും ആവശ്യമുള്ള ഊർജം കൃത്യമായി നൽകുന്ന ആഹാരത്തെ സമീകൃതാഹാരം (Balanced Diet) എന്നു പറയുന്നു. ഒരു ദിവസത്തേക്ക് ഊർജം കുറഞ്ഞത് 2000 കലോറിയും കൂടിയത് 4000 കലോറിയും ആണ്. അതിൽ 6 ഭാഗം കാർബോ ഹൈഡ്രേറ്റ്സ് (600 gm), 2 ഭാഗം പ്രോട്ടീൻസ് (130 gm), 1 ഭാഗം ഫാറ്റ് (65 gm) എന്നിവ നിത്യേന ഭക്ഷണത്തിൽ വേണം. ഇത്രയും കഴിച്ചാൽ നമുക്ക് 2970 (3000) കലോറി കിട്ടും.

### എത്ര കഴിക്കണം?

ആഹാരത്തിന്റെ അളവ് കൂട്ടാതെ സമീകൃതമാക്കുകയാണ് വേണ്ടത്. കാരണം സമീകൃതാഹാരത്തിൽ ധാന്യങ്ങൾ, പച്ചക്കറികൾ, പഴങ്ങൾ, നട്ട്സ്, പരിപ്പു വർഗങ്ങൾ, മത്സ്യം,

മാംസം, പാൽ ഉൽപ്പന്നങ്ങൾ എന്നിവ അടങ്ങിയിരിക്കുന്നു.

### എന്താണി ഊർജം

ശരീരപ്രവർത്തനങ്ങൾക്ക് ഊർജം വേണം. സദാ മിടിച്ചുകൊണ്ടിരിക്കുന്ന ഹൃദയത്തിനും ശ്വാസകോശത്തിനും മറ്റു ശാരീരിക പ്രവർത്തനങ്ങൾക്കും ഊർജം കൂടിയേ തീരൂ!

ഒരു ഗ്രാം വെള്ളത്തിന്റെ താപനില 1 ഡിഗ്രി സെന്റിഗ്രേഡ് ഉയർത്താൻ വേണ്ട ഊർജത്തിന്റെ അളവാണ് 1 കലോറി.

ജോഗിംഗ്, വളളം തുഴയൽ എന്നിവയ്ക്ക് ധാരാളം ഊർജം വേണം. 2 ഊണുവട കഴിച്ചാൽ നമുക്ക് കിട്ടുന്ന 150 കലോറി ഊർജം സംഭരിക്കാതെ കളയാൻ നാം 30 മിനിറ്റ് നടക്കണം.

### അല്പം ചരിത്രം

ആഹാരം വിശപ്പുമാറ്റാൻ മാത്രമല്ല, ആസ്വദിക്കാൻ കൂടിയുള്ളതാണ് എന്ന നിഗമനത്തിൽനിന്നാണ് ഇന്നത്തെ പലതരം രുചിക്കൂട്ടുകൾ ഉണ്ടായത്.

നമ്മുടെ നാട്ടിലെ സന്യാഹാരങ്ങളെല്ലാം തന്നെ ആയുർവേദ വിധിപ്രകാരം ഔഷധങ്ങളാണ്. മാംസഭുക്കുകളിലാണ് ആഹാരം മൂല







Wholesale Distributor



Novelty Textiles, A Division of Novelty Clothing Pvt. Ltd.

40/2692A,B,C,D Opp. South Indian Bank, Market Road, Ernakulam - 682 035

Ph.: +91 484 2370756, 2363005 | E-mail: mail@noveltyclothing.in

Door no : 48/1369/718, Near kallupalam, Pallithottam P.O , Kollam - 691 006.

Ph.:+91 474 2740671, 2747288 | E-mail: kollam@noveltytextiles.co.in



മുള്ള ആരോഗ്യപ്രശ്നങ്ങൾ കൂടുതലായി കണ്ടുവരുന്നു.

കാരണം

ഒറ്റൊരു ഭക്ഷണശൈലി നമുക്ക് അസാധ്യം വരുത്തുന്നു. അതിനാൽ നാം ജീവിക്കാൻ വേണ്ടി ഭക്ഷണം കഴിക്കുക. അല്ലാതെ ഭക്ഷിക്കാൻ വേണ്ടി ജീവിക്കരുത്. ഇന്ന് ലോകജനതയുടെ 60 ശതമാനത്തിലേറെപ്പേരും ആവശ്യത്തിലധികം ഭക്ഷണം കഴിക്കുന്നവരാണ്. എന്നാൽ ലോകത്ത് ഇന്ന് വലിയൊരു വിഭാഗം മുഴുപ്പിട്ടിണിയിലുമാണ്. ഏഷ്യ, ആഫ്രിക്ക, തെക്കേ അമേരിക്ക എന്നിവിടങ്ങളിൽ 70 ശതമാനം ആൾക്കാരും പട്ടിണിയിലാണ്. ഇതിൽ ഏറെപ്പേരും പട്ടിണിമൂലം മരണപ്പെടുന്നു.

എന്നാൽ ദരിദ്രരാജ്യങ്ങളിൽ പട്ടിണികിടന്നു മരിക്കുന്നവരേക്കാൾ അധികമാണ് സമ്പന്നരാജ്യങ്ങളിൽ അമിതഭക്ഷണം കഴിച്ച് രോഗികളായി മരിക്കുന്നവർ.

അതേസമയം ആഹാരം കഴിക്കാതിരുന്നാൽ ശരീരത്തിൽ ഊർജമില്ലാതെ തളർന്നു പോകും.

ശരീരാവശ്യങ്ങൾക്കുള്ള എൻസൈം, ഹോർമോൺസ് എന്നിവ ഉണ്ടാക്കാനാവശ്യമുള്ള പ്രോട്ടീനുകൾ, കലകൾക്ക് ഉണ്ടാവുന്ന തേയ്മാനങ്ങളും അറ്റകുറ്റങ്ങളും ശരിയായ അനുപാതം സൂക്ഷിക്കാനും ആഹാരം കഴിക്കേണ്ടതുണ്ട്.

അന്നജം, മാംസ്യങ്ങൾ, കൊഴുപ്പുകൾ, ലവണങ്ങൾ, വിറ്റാമിൻ തുടങ്ങിയ ഘടകങ്ങൾ ശരീരത്തിന് അത്യാവശ്യമാണ്.

പശയുള്ള മണ്ണുകൊണ്ടാണ് ദൈവം മനുഷ്യനെ സൃഷ്ടിച്ചത്. അതുകൊണ്ടുതന്നെ അവന്റെ ശരീരത്തിന് മണ്ണിലുള്ള എല്ലാ ലവണങ്ങളും അത്യാവശ്യമാണ്. ഇവയുടെ അഭാവം മനുഷ്യന് പല അസുഖങ്ങളും ഉണ്ടാക്കുന്നു (osteoporosis, anemia, മുടികൊഴിച്ചിൽ വരെ.)

ആഹാരവും വിശപ്പും

വിശപ്പ് തോന്നിയാൽ മാത്രമേ ആഹാരം കഴിക്കാവൂ. സുഖം, ദുഃഖം, പേടി, ഉത്കണ്ഠ എന്നിവയുള്ളപ്പോൾ മനസ് അസ്വസ്ഥമായിരിക്കും. അപ്പോൾ വിശപ്പ് തോന്നുകയുമില്ല, ദാഹിക്കുകയുമില്ല.

ആഹാരം ആവശ്യമാണ് എന്ന ശരീരത്തിന്റെ അഭ്യർത്ഥനയാണ് വിശപ്പ്. വിശപ്പിനെ ന

മ്മുടെ ശരീരത്തിനകത്തുള്ള ജൈവ ഘടികാരമാണെന്നും ഇവ നമ്മുടെ തലച്ചോറിലെ ചില കേന്ദ്രങ്ങളിലാണെന്നും ഈ ഘടികാരത്തെ നിയന്ത്രിക്കുന്ന ചില തന്മാത്രകളാണ് പതിവ് സമയങ്ങളിൽ നമുക്ക് വിശപ്പ് തോന്നിപ്പിക്കുന്നതെന്നും ഈയിടെ കണ്ടുപിടിച്ചു. 2017-ലെ നോബൽ പ്രൈസ് ഈ കണ്ടുപിടിത്തത്തിന് 3 അമേരിക്കൻ ശാസ്ത്രജ്ഞന്മാർക്കുണ്ട്. ആമാശയത്തിൽ ഭക്ഷണമൊന്നുമില്ലാതെ, മുഴുവനായി ഒഴിഞ്ഞ സമയത്താണ് വിശപ്പിന്റെ വേദന ഉണ്ടാവുന്നത്. ഇതിനോടനുബന്ധിച്ച് ഭക്ഷണം കഴിക്കാനുള്ള ആഗ്രഹവും വരുന്നു.

എത്ര ആഹാരം കഴിക്കണം?

കലോറി കുറഞ്ഞതും കാർബോ ഹൈഡ്രേറ്റ് അടങ്ങിയതുമായ ഭക്ഷണമാണെങ്കിൽ വയർ നല്ലവണ്ണം നിറഞ്ഞാലേ കഴിക്കാനുള്ള ആഗ്രഹം കുറയൂ. എന്നാൽ ധാരാളം കൊഴുപ്പുള്ളതും ദഹിക്കാൻ ബുദ്ധിമുട്ടുള്ളതുമായ ഭക്ഷണങ്ങൾ കുറച്ചു കഴിച്ചാൽ വിശപ്പു മാറും.

പാനീയം കുടിക്കുമ്പോൾ പാലിക്കേണ്ട മര്യാദകൾ

പാത്രത്തിൽ തലയിട്ട് കുടിക്കുകയോ ഉചിതമാണെങ്കിൽ അരുത്. കുടിക്കുന്നതിനിടയിൽ 3 പ്രാവശ്യം ശ്വാസം വിടണം. നിന്നോ ധൃതിയിലോ വലിയ ചുടിലോ പാനീയം കുടിക്കരുത്.

ആഹാരം കഴിക്കുമ്പോൾ ശ്രദ്ധിക്കേണ്ട ചില കാര്യങ്ങൾ

- ശുദ്ധജലം കുടിക്കുക
- ബഹുളം വെക്കാതെ, ധൃതികൂടാതെ, മൗനമായി, സംസാരിക്കാതെ, സന്തോഷത്തോടെ ആഹരിക്കുക.
- നല്ല ഭക്ഷണം മിതമായി കഴിക്കുക (1/3 വയർ)
- പഴയ ആഹാരം വർജ്ജിക്കുക.
- വൃത്തിയുള്ളതും ഫ്രഷ് ആയതുമായ ആഹാരം കഴിക്കുക
- ഉപ്പിലിട്ടത് അധികം പാടില്ല; ചമ്മന്തി നന്ന്.

ആരോഗ്യം നിലനിർത്താനുള്ള പരിഹാര മാർഗങ്ങൾ

- ദിവസവും ഒരു മണിക്കൂർ നടക്കുക (ആഴ്ചയിൽ 5 ദിവസം)
- ഭക്ഷണത്തിനിടയിൽ അധികം വെള്ളം കുടിക്കരുത്. അതുപോലെ ഭക്ഷണശേഷം ഉടനെ വെള്ളം കുടിക്കരുത്.
- നാരുകളും ജലാംശം കൂടുതലുള്ളതുമായ



ഭക്ഷണം ശരീരത്തിന് ആരോഗ്യവും ശക്തിയും നൽകുന്നു. അതുകൊണ്ടുതന്നെ എന്തു കഴിക്കണം, എപ്പോൾ കഴിക്കണം, എങ്ങനെ കഴിക്കണം എന്നത് പ്രധാനമാണ്. മെച്ചപ്പെട്ട ആരോഗ്യം ഉണ്ടാവണമെങ്കിൽ സമീകൃത ആഹാരം ശരീരത്തിന് ലഭിക്കേണ്ടതുണ്ട്

സമീകൃത ഭക്ഷണം ശീലിക്കണം. അമിതമായി ഉപ്പ്, പുളി, എരി, മസാല, ചുട്ട് എന്നിവ ആഹാരത്തിൽ ഒഴിവാക്കണം.

■ ഭക്ഷണത്തിൽ ഒന്നാംസ്ഥാനം പച്ചക്കറികൾക്കും രണ്ടാം സ്ഥാനം പഴങ്ങൾക്കും മൂന്നാം സ്ഥാനം തവിടുകളായാത്ത ധാന്യാഹാരത്തിനും നാലാം സ്ഥാനം മുളപ്പിച്ച പയർവർഗങ്ങൾക്കും കൊടുക്കണം.

■ അതുപോലെ 80 ശതമാനം ക്ഷാരഗുണവും 20 ശതമാനം അമ്ലഗുണവും ഉള്ള ഭക്ഷ്യവസ്തുക്കൾ ആഹാരമായി തിരഞ്ഞെടുക്കണം.





# VARIETY

SAREES & DRESS MATERIALS

Wholesale Distributor



**Novelty**Textiles®  
A Division of NCPL

Novelty Textiles, A Division of Novelty Clothing Pvt. Ltd.

40/2692A,B,C,D Opp. South Indian Bank, Market Road, Ernakulam - 682 035  
Ph.: +91 484 2370756, 2363005 | E-mail: mail@noveltyclothing.in  
Door no : 48/1369/718, Near kallupalam, Pallihottam P.O , Kollam - 691 006.  
Ph.:+91 474 2740671, 2747288 | E-mail: kollam@noveltytextiles.co.in



# ആനുകൂല്യങ്ങൾക്ക് മാറ്റം പ്രാബല്യത്തിൽ

# TDS

CA. Abishek S Mallaya, FCA  
Assistant General Manager - Finance

ഒരു ജീവനക്കാരന് നൽകുന്ന ആനുകൂല്യങ്ങളിന്മേലുള്ള നികുതി, ഉറവിടത്തിൽ തന്നെ ഈടാക്കുന്ന (ടി.ഡി.എസ്.) നടപടിക്രമങ്ങൾ സംബന്ധിച്ചു പ്രതിപാദിക്കുന്ന ആദായനികുതി നിയമത്തിന്റെ സെക്ഷൻ 194R എന്ന വിഭാഗത്തിൽ 2022 ജൂലൈ 1 മുതൽ ബാധകമാകുന്ന വിധത്തിൽ ടി.ഡി.എസ് ആവശ്യകത സംബന്ധിച്ചു ചില കുട്ടിച്ചേർക്കലുകൾ നടപ്പിൽ വരുത്തിയിട്ടുണ്ട്.

### 1. ഈ വ്യവസ്ഥ ആർക്കൊക്കെ ബാധകമാണ്

വ്യക്തികൾ/ ഹിന്ദു അവിഭക്ത കുടുംബം/ പങ്കാളിത്ത സ്ഥാപനങ്ങൾ/ കമ്പനികൾ തുടങ്ങി എല്ലാ എല്ലാ നികുതിദായകർക്കും

**ഒഴിവാക്കപ്പെടുന്നവർ:** മുൻ സാമ്പത്തിക വർഷത്തിലെ വിൽപ്പന/മൊത്തം രസീതുകൾ/വിറ്റുവരവ് പ്രകാരം ബിസിനസിൽ നിന്ന് 1 കോടി രൂപയിൽ താഴെയും പ്രൊഫഷണലിൽ നിന്ന് 50 ലക്ഷത്തിൽ താഴെയും വരുമാനമുള്ളവർ.

### 2. ബാധകമാകുന്ന ഇടപാടുകൾ

- ജീവനക്കാരന് ബിസിനസ്സിൽ നിന്നോ തൊഴിലിൽ നിന്നോ ലഭ്യമാകുന്ന ആനുകൂല്യങ്ങൾ. അവ പണമാക്കി മാറ്റാവുന്നതോ അല്ലാത്തതോ ആകാം,
- ലഭ്യമാകുന്ന ആനുകൂല്യത്തിന്റേയോ തുക / പേയ്മെന്റ് സ്വീകരിക്കുന്നയാളുടെ കൈകളിൽ നികുതി ചുമത്തപ്പെടുമോ എന്ന് പരിശോധിക്കേണ്ട ആവശ്യമില്ല.

### 3. ടി ഡി എസ് പരിധി

- സാമ്പത്തിക വർഷത്തിൽ മൊത്തം മൂല്യം 20,000 രൂപയിൽ കൂടുതൽ വരികയാണെങ്കിൽ മുഴുവൻ തുകയിലും ടിഡിഎസ് കുറയ്ക്കണം.

### 4. ടിഡിഎസ് നിരക്ക്

- 10% (സർചാർജും സെസും വർദ്ധിപ്പിക്കാൻ പാടില്ല).
- ആനുകൂല്യങ്ങൾ നൽകുന്നതിന് മുമ്പ് ടി

ഡിഎസ് കുറയ്ക്കണം.

### 5. ആനുകൂല്യങ്ങളുടെ വിലനിർണ്ണയം: (ഫെയർ മാർക്കറ്റ് മൂല്യം ഒഴികെ)

- ആനുകൂല്യങ്ങൾ വാങ്ങിനൽകുകയാണെങ്കിൽ അവയുടെ വാങ്ങൽ വില.
- ആനുകൂല്യങ്ങൾ നിർമ്മിക്കപ്പെടുകയാണെങ്കിൽ - ഉപഭോക്താക്കളിൽ നിന്നാണ് വില ഈടാക്കുക.

194Rൽ ഉൾപ്പെടുത്തിയിട്ടുള്ള ഇടപാടുകളുടെ ഉദാഹരണങ്ങൾ താഴെ ചേർക്കുന്നു. (ലിസ്റ്റ് പൂർണ്ണമല്ല)

- സമ്മാന കാർഡുകൾ അല്ലെങ്കിൽ വരച്ച രുകൾ
- ട്രാവൽ പാക്കേജുകൾ
- പർച്ചേസ് സ്കീമുകൾക്ക് കീഴിലുള്ള ഉൽപ്പന്നങ്ങൾ അല്ലെങ്കിൽ പ്രൊമോഷനുകൾ. ഉദാ: വീട്ടുപകരണങ്ങൾ, ഗാഡ്ജറ്റുകൾ, സ്വർണ്ണം മുതലായവ.
- ഇവന്റുകളിലേക്കോ സബ്സ്ക്രിപ്ഷനുകളിലേക്കോ സൗജന്യപ്രവേശനം
- സൗജന്യ ഉൽപ്പന്ന സാമ്പിളുകൾ
- പരിഗണന കൂടാതെ ഉപയോഗത്തിന് ആ

സ്തികൾ നൽകുക

- സോഷ്യൽ മീഡിയയെ സ്വാധീനിക്കുന്നവർക്ക് നൽകുന്ന ഉൽപ്പന്നങ്ങൾ.തുടങ്ങിയവ.

194Rന് കീഴിൽ ഉൾപ്പെടാത്ത ഉദാഹരണങ്ങൾ

- നിയമത്തിലെ മറ്റ് വ്യവസ്ഥകൾ പ്രകാരം TDS ബാധകമായ ഇടപാടുകൾ.
- സെക്ഷൻ 17 (2)ന് കീഴിൽ വരുന്ന ജീവനക്കാർക്കുള്ള ആനുകൂല്യങ്ങൾ
- ഉപഭോക്താക്കൾക്ക് ക്രെഡിറ്റ് നോട്ടുകൾ, പണം അല്ലെങ്കിൽ ട്രേഡ് ഡിസ്കൗണ്ടുകൾ എന്നിവ വിതരണം ചെയ്യൽ
- ഉപഭോക്താക്കൾക്ക് നൽകുന്ന ഇളവുകൾ
- ബിസിനസോ തൊഴിലോ നടത്താത്ത സർക്കാർ സ്ഥാപനത്തിന് നൽകുന്ന ആനുകൂല്യം
- ഡീലർ പരിശീലനത്തിനോ പുതിയ ഉൽപ്പന്ന ലോഞ്ചിംഗിനോ വേണ്ടിയുള്ള കോൺഫറൻസുകൾക്കോ പ്രദർശനങ്ങൾക്കോ വേണ്ടിയുള്ള ചെലവുകൾ.
- ബിസിനസിൽ നിന്നോ പ്രൊഫഷണലിൽ നിന്നോ അല്ലാത്ത മറ്റു ഏതെങ്കിലും ആനുകൂല്യങ്ങൾ.







**DELLMARK**  
NEW TRENDZ

58" COTTON & P.C SHIRTING

*Exclusive*  
WIDE RANGE OF INNUMEROUS  
58" PLAIN SHIRTINGS



**HOT POINT**  
SHIRT

Wholesale Distributor

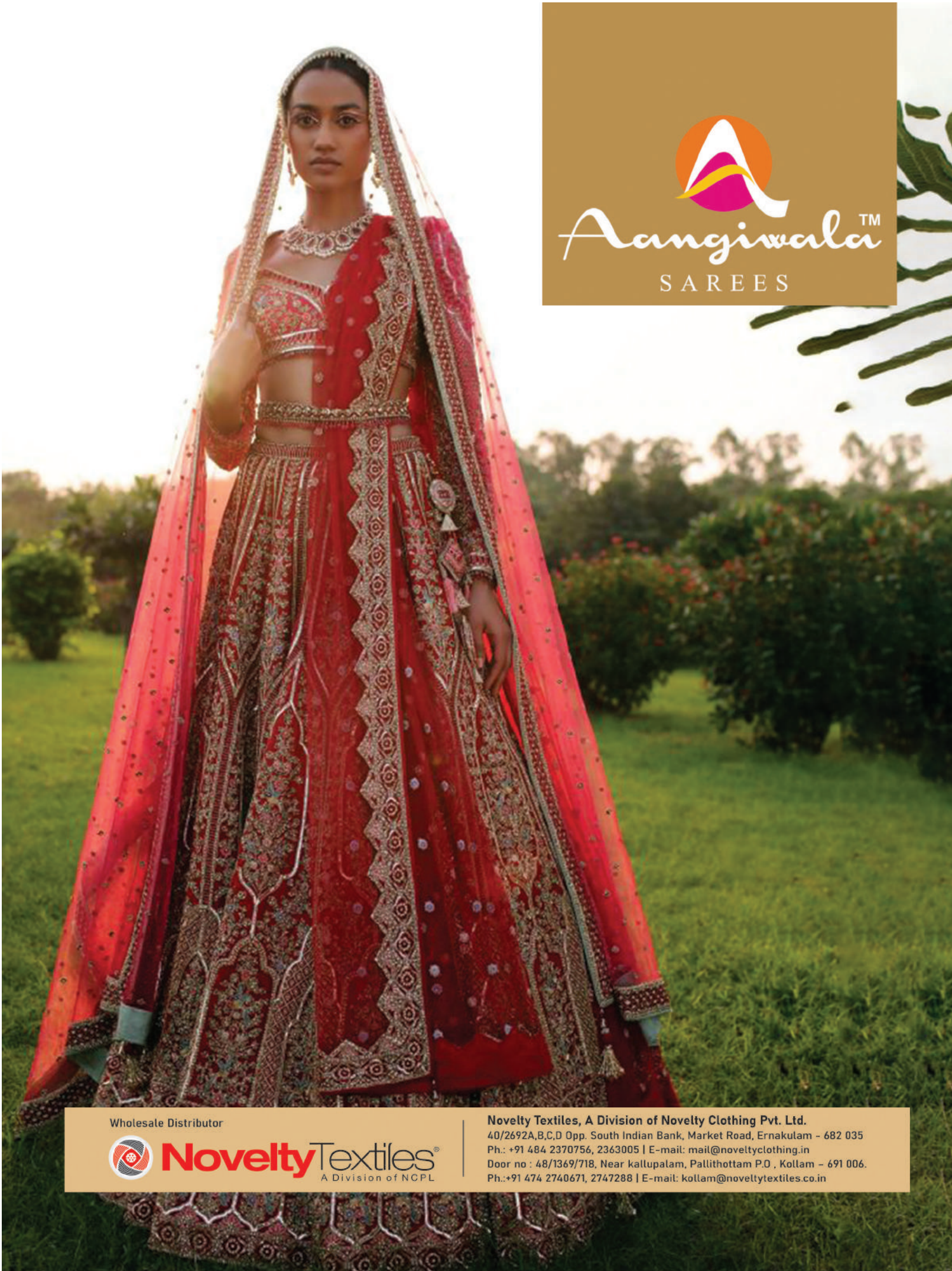


**Novelty Textiles**  
A Division of NCPL

**Novelty Textiles, A Division of Novelty Clothing Pvt. Ltd.**

40/2692A,B,C,D Opp. South Indian Bank, Market Road, Ernakulam - 682 035  
Ph.: +91 484 2370756, 2363005 | E-mail: mail@noveltyclothing.in  
Door no : 48/1369/718, Near kallupalam, Pallihottam P.O , Kollam - 691 006.  
Ph.:+91 474 2740671, 2747288 | E-mail: kollam@noveltytextiles.co.in





Angivala™  
SAREES

Wholesale Distributor



**Novelty**Textiles®  
A Division of NCPL

Novelty Textiles, A Division of Novelty Clothing Pvt. Ltd.

40/2692A,B,C,D Opp. South Indian Bank, Market Road, Ernakulam - 682 035  
Ph.: +91 484 2370756, 2363005 | E-mail: mail@noveltyclothing.in  
Door no : 48/1369/718, Near kallupalam, Pallithottam P.O , Kollam - 691 006.  
Ph.:+91 474 2740671, 2747288 | E-mail: kollam@noveltytextiles.co.in