

- N.B** 1) All questions are compulsory.  
2) Figures to the right indicate full marks.

**Q.1** Explain the meaning of any **FOUR** terms in not less than five lines each :- 8

- 1) Project Report
- 2) ASEAN
- 3) TRIPs
- 4) Case Study
- 5) Mission
- 6) Organic Objectives
- 7) Promoter

**Q.2** Answer any **TWO** of the following :- 16

- a) Define 'Business'. Explain its importance to consumers and society.
- b) Explain in brief the elements of internal environment affecting business.
- c) Explain the importance of Environmental Scanning to business firms.

**Q.3** Answer any **TWO** of the following :- 16

- a) Explain the steps in the formulation of business objectives.
- b) What are the challenges before Indian Entrepreneurs ?
- c) Explain the steps involved in turnaround strategy of a business firm.

**OR**

**Q.3** Write short notes on any **TWO** :- 16

- i) Changing concept of Business.
- ii) Economic Vs Social Objectives of business.
- iii) Qualities of a successful entrepreneur.
- iv) External growth strategies.

**Q.4** Case Study :

Hero Honda has two two-wheeler manufacturing plants at Daruhara and Gurgaon which together bring plants at Daruhara and Gurgaon which together bring out nearly 4 million bikes per year. It sells a 'Splendor' every 30 seconds.

Hero Honda has the largest sales and service network in India which is over 3000 customer touch points. This covers a mix of dealership, service and spare parts, spare parts stockists and authorised representatives of dealers across the country. It concentrated on introducing large varieties of models anticipating customer demand in advance, offering them contemporary and futuristic products, commitment of increased

mileage and increased marketing investment with expanded dealer network and dedicated campaign to back its launches. The co. is expected to add another 500 touch points to its network. It is the first two-wheeler co. to introduce exchange scheme.

"Our products are well established with the customers. We have studied the market well. Based on customer's preference markets are segmented. In all segments few models like Achiever, Hunk, CBZ - Xtreme and Karizma make up the largest top line category in the entire industry. Our sales of premium bikes have doubled in the past one year which prompted us to introduce new 150 cc bike Hulk and refresh out entire port folio" said Hero Honda senior vice-president (marketing and sales) Anil Dua.

Hero honda has never been a big exporter like Bajaj Auto and TVS Motors and prefers to concentrate in the domestic market. It sells its two-wheelers in small numbers in neighbouring countries like Nepal, Sri Lanka, Bangladesh and few nations in Latin America only.

**Questions :-**

10

- How Hero Honda is maintaining its number one position in the two-wheeler market ?
- What product and market strategies would you suggest to maintain the number one position in the two-wheeler market ?

**मराठी भाषांतर**

वेळ: २ तास

गुण : ५०

- सूचना - १) सर्व प्रश्न अनिवार्य आहेत.
- २) उजवीकडील अंक प्रश्नांचे पूर्ण गुण दर्शवितात.
- ३) मूळ इंग्रजी प्रश्न प्रमाण मानावेत.

प्र. १ खालीलपैकी कोणत्याही चार संज्ञांचे स्पष्टीकरण प्रत्येकी सुमारे पाच ओळीत करा:-

८

- १) प्रकल्प अहवाल
- २) एसियन (ASEAN)
- ३) ट्रीपस् (TRIPs)
- ४) नमुना अभ्यास
- ५) ध्येय
- ६) सेंद्रीय ध्येय
- ७) प्रवर्तक

प्र. २ खालीलपैकी कोणतेही दोन प्रश्न सोडवा:-

१६

- अ) 'व्यवसाय' याची व्याख्या द्या. याचे ग्राहकाला व समाजाला असलेले महत्त्व स्पष्ट करा.
- ब) व्यवसायावर परिणाम करणारे अंतर्गत घटक थोडक्यात स्पष्ट करा.
- क) त्यातमाय पर्यावरण रक्षक (ज्ञाननी) अभ्यासाचे महत्त्व स्पष्ट करा.

- प्र.३ खालीलपैकी कोणतेही दोन प्रश्न सोडवा:- १६
- अ) व्यवसाय उद्दिष्टे ठरविण्यातील पायऱ्या स्पष्ट करा.
- ब) भारतीय उद्योजकां समोर कोणती आव्हाने आहेत ?
- क) व्यवसाय घटकाच्या पुनर्नफा स्थिती व्यूहरचनातील पायऱ्या स्पष्ट करा.

अथवा

- प्र.३ टीपा लिहा. (कोणतेही दोन) १६
- १) व्यवसायाची बदलती संज्ञा
- २) आर्थिक व सामाजिक उद्दिष्टांमधील फरक
- ३) यशस्वी उद्योजकाचे गुण
- ४) व्यवसाय वृद्धीच्या बाह्य व्यूह रचना

- प्र.४ नमूना अभ्यास :-

हीरो हॉंडा दुचाकीचे धारवरा व गुरगाव येथे दोन उत्पादन प्रकल्प आहेत. दोन्ही मिळून वार्षिक ४ दशलक्ष दुचाकींचे उत्पादन करतात. दर ३० सेकंदाला एक स्प्लेंडर विकली जाते.

तीन हजारपेक्षा अधिक ग्राहक संपर्कबिंदू असलेले भारतातील सर्वात मोठे विक्री-सेवा जाळे हीरो हॉंडाकडे आहे. यामध्ये संपूर्ण देशातील डीलरशीप, सेवा व सूटे भाग बिंदू, सूव्या भागांचे साठवणूकदार व डीलर्स अधीकृत प्रतिनिधी यांचा समावेश होतो. कंपनीच्या उत्पादनास पूरक म्हणून विविध प्रकारची मॉडेल्स ग्राहकांची मागणी गृहीत धरून समकालीन व भविष्यकाली उत्पादने देऊ करून वाढिव माइलेज, डीलर्स चे विस्तारीत जाळे व प्रसिद्धि मोहीमेकरिता विक्री मध्ये मोठ्या गुंतवणूकीचे आवासन दिले. कंपनीने तिच्या जाळ्यामध्ये अजून ५०० संपर्क बिंदू वाढविण्याची अपेक्षा आहे. विनिमय योजना लागू करणारी ती पहिली दुचाकी उत्पादक कंपनी आहे.

“आम्ही बाजारपेठेचा उत्तम अभ्यास केला असून आमच्या उत्पादनांचे ग्राहकांकडून उत्तम स्वागत होते. ग्राहकांच्या पसंतीनुसार बाजारपेठेचे तुकडीकरण केले असून सर्व विभागांमध्ये नवीन नवीन अनेक माडेल्स आणली आहेत. अचीव्हर्स, हंक, सी बी झेड, एक्स्ट्रीम व करीझमा यासारख्या मॉडेल्सनी उद्योगातील सर्वोत्कृष्ट वर्ग निर्माण केला आहे. गेल्या एका वर्षात आमच्या प्रीमियम दुचाकीची विक्री दुप्पट झाल्यान उत्तनीत होऊन १५० cc ची नवीन हल्क ही दुचाकी बाजारात आणून आमच्या संपूर्ण उत्पादन मिश्रणाचे नूतनीकरण केले” अनिल दुआ हीरो हॉंडा विक्री व विपणन वरिष्ठ उपाध्यक्ष म्हणतात.

हीरो हॉंडा बजाज ऑटो किंवा टी.व्ही. एस. मोहर्स सारखी मोठी निर्यातदार कंपनी कधीच नव्हती. ती स्वदेशी बाजारपेठेवर लक्ष केंद्रीय करण्यास पसंती देते. नेपाल, श्रीलंका, बांगला देश व लॅटीन अमेरिकेतील काही शेजारी राष्ट्रांमध्ये थोड्या प्रमाणात दुचाकी वाहने विकते.

प्रश्न :-

- १) दुचाकी वाहनांच्या बाजारपेठेत हीरो हॉंडा तिचे प्रथम स्थान कशा प्रकारे टिकवून ठेवत आहे ?
- २) दुचाकी वाहनांच्या बाजारपेठेत प्रथम क्रमांक टिकवून ठेवण्यासाठी तुम्ही कोणता उत्पादन व विपणन व्यूह सूचवाल ?

१०