(This Question Paper contains 4 printed pages)

Roll No.:

Sr. Number of Question Paper : 7932 **F–1**

Unique Paper Code : FC4 – BEM

Name of the Paper : Business, Entrepreneurship and Management

प्रश्न-पत्र : व्यवसाय उद्यमिता और प्रबंधन

Name of the Course : Foundation Course

पाठ्यक्रम : आधार पाठ्यक्रम

Semester : I

सेमेस्टर : I

Duration : 1 hour **Max. Marks : 20**

अवधि : 1 घंटा **अधिकतम अंक : 20**

Attempt any two questions.
All questions carry Equal Marks.
Answer may be written either in English or Hindi

निम्नलिखित प्रश्नों में से किन्हीं दो प्रश्नों का उत्तर दें।
सभी प्रश्नों के अंक समान हैं।
आप उत्तर अंग्रेजी अथवा हिन्दी में दे सकते हैं।

1. BTW popularly known as Bittoo Tikki Wala's success journey began years back when Mr. Satiram Yadav thought of starting this business realizing the weakness of Indian women for the delicious taste of Tikki and Bhalla Papri. Mr. Satiram started his business on Rehri as mobile vendor. Initially one outlet was opened in "Rani Bagh". Encouraged by the tremendous response of the consumers "Bittoo Tikki Wala" decided to open new outlets. Now he has more than five outlets at prime locations in Delhi as well as other cities. With the state of art production and packing technology, of hard work, complete dedication "Bittoo Tikki Wala" has become one of the house hold names. Now "Bittoo Tikki Wala" has an established brand name of "BTW".

After reading this Case Study can you list down the entrepreneurial capabilities in Satiram Yadav which made his business "Bittoo Tikki Wala" as a brand?

BTW, जो 'बिट्टू टिक्की वाला' नाम से लोकप्रिय है, की सफलता - यात्रा कई वर्ष पूर्व आरम्भ हो गई थी, जब श्री सतीराम यादव ने इस व्यवसाय को आरम्भ करते समय भारतीय महिलाओं की टिक्की एवं भल्ला पापड़ी के लाजवाब स्वाद की कमजोरी को पहचाना। श्री सतीराम ने अपना व्यवसाय रेहड़ी पर शुरू किया। शुरूआत में रानी बाग़ में केवल एक ही आउटलेट खोला गया था। ग्राहकों की अनुकूल प्रतिक्रिया से प्रोत्साहित होते हुए बिट्टू टिक्की वाले ने नए आउटलेट्स खोलने का निर्णय लिया। अब दिल्ली के पाँच मुख्य स्थानों पर उनके आउटलेट्स हैं। अपनी पाक कला और पैकिंग तकनीक, मेहनत एवं पूर्ण समर्पण के कारण बिट्टू टिक्की वाला हर घर में जाना-पहचाना नाम बन गया है। अब बिट्टू टिक्की वाले का अपना स्थापित ब्रांड नाम है - 'BTW'

इस 'केस स्टडी' को पढ़ने के पश्चात् क्या आप सतीराम यादव की उद्यमी क्षमताओं को सूचीबद्ध कर सकते हैं, जिन्होंने उनके लघु व्यवसाय 'बिट्टू टिक्की वाला' को एक 'ब्रांड' बना दिया।

2. A sole proprietor who runs a kirana shop in your neighborhood is facing financial difficulties and is forced to close down his business. 'Reliance Fresh' has been opened in place of old kirana shop.

Do you think there is a change in the form of ownership? If so, what is the difference between the two forms?

एक 'एकल स्वामी', जो आपके अड़ोस-पड़ोस में एक किराने की दुकान चलाता है, वित्तीय समस्याओं का सामना कर रहा है और उसे मजबूरन अपना व्यवसाय बंद करना पड़ रहा है।' उस किराने की दुकान के स्थान पर 'रिलायंस फ्रेश' खोला गया है।

क्या आप सोचते हैं कि इस परिस्थिति में स्वामित्व का प्रारूप बदला है? यदि ऐसा है तो दोनों प्रारूपों में क्या अंतर है?

3. Mahindra Reva cars have been designed as simple and affordable electric cars for non-polluting urban travelers, with seats for two adults and two children. It was first manufactured in 2001 and since then over 2500 Reva electric cars have been sold around the world. Mahindra Reva car was ranked at number 22 for its innovative contribution to the global electric vehicle industry by "Fast Company" magazine listing the top 50 most innovative companies of 2013 who are creating the greatest impact across the globe.

a. What is the greatest merit you see in the innovation of Reva cars?

b. In your opinion, this innovation would help conserving natural resource?

महिन्द्रा रेवा कार गैर प्रदूषणकारी, शहरी यात्रियों के लिए एक सरल और सस्ती इलेक्ट्रिक कार के रूप में डिज़ाइन की गई है जिसमें दो वयस्क और दो बच्चों की ही सीट है। सर्वप्रथम यह 2001 में निर्मित की गई और उसके बाद से पूरे विश्व में 2500 से अधिक रेवा इलेक्ट्रिक कारें बेची गई हैं। "फास्ट कम्पनी" पत्रिका के द्वारा विश्व की 2013 की 50 उच्चतम नवप्रवर्तनशील कंपनियों, जिन्होंने पुरे विश्व पर सर्वाधिक प्रभाव डाला हो, को सूचीबद्ध करते हुए 'महिन्द्रा रेवा कार' को उसके विश्वव्यापी इलेक्ट्रिक वाहन उद्योग को नवप्रवर्तनशील योगदान के लिए 22वें स्थान पर चिन्हित किया है।

(क) आप रेवा कार के प्रवर्तन में कौन-सा सबसे बड़ा लाभ देखते हैं?

(ख) आपकी राय में यह प्रवर्तन प्राकृतिक संसाधनों के संरक्षण में किस प्रकार सहायता कर सकता है?

4. Bittoo and Shruti in the movie Band Baja Baarat were first employed with Chanda, a very famous wedding planner. Soon they found out that Chanda was cheating her clients by providing them with cheaper arrangement of flowers and decorations than what they had paid for. While organizing their first wedding event under 'Shaadi Mubaarak' Bittoo suggested that they should steal electricity from nearby poles in order to save cost and earn more profits. Shruit firmly lays down the moral rules that at 'Shaadi Mubaarak' there will be no cheating even if they have to incur losses.

Whom will you support Chanda, Bittoo or Shruti and why? What could be the reasons for Shruti's belief, in your opinion?

बिट्टू और श्रुति 'बैंड बाजा बारात' सिनेमा में पहले एक 'मशूहर विवाह नियोजनकर्ता' चन्दा के पास नौकरी कर रहे थे। शीघ्र ही उन्हें पता चल गया था कि चन्दा अपने ग्राहकों को तय किए गए फूलों और सजावट के स्थान पर सस्ती व्यवस्था कर छल/बेईमानी कर रही थी। 'शादी मुबारक' के नाम से, शादी का पहली बार आयोजन करते समय बिट्टू ने पास में उपलब्ध बिजली के पोल से बिजली चुराने की सलाह दी, जिससे कुछ खर्चा बचाया जा सके और अधिक लाभ अर्जित किया जा सके। श्रुति ने दृढ़ता से 'शादी मुबारक' के लिए नैतिक नियमों को स्थापित किया कि वहाँ किसी भी प्रकार की चीटिंग नहीं की जाएगी चाहे हानि ही क्यों नहीं उठानी पड़े।

आप चन्दा, बिट्टू अथवा श्रुति में से किसका समर्थन करेंगे और क्यों? आपके विचार से श्रुति की इस आस्था के पीछे क्या कारण हो सकते हैं?

5. When most of us think of McDonald's, we think of low cost fast food and little children racing around the restaurant with their happy meal toys. While this is much the same wherever you go in the world, upon closer inspection, McDonald's India retains some major differences. Elsewhere in the world, McDonald's maintains a strict 70% original and 30% local menu. In India however, McDonald's inverted those numbers maintaining a 30% original 70% local menu.

How has McDonald's culturally adopted its products to cater to the Indian customers in order to remain commercially successful in one of the world's largest markets? Comment.

जब हममें से अधिकांश मैकडोनाल्ड के बारे में सोचते हैं तो हम कम लागत के 'फास्ट फूड' और 'हैप्पी मील टॉयस' के साथ छोटे बच्चों को रेस्टोरेंट के आस-पास घूमने की कल्पना करते हैं। विश्व के किसी भी कोने में जाएँ यह काफी हद तक इसी प्रकार रहता है। बारीकी से निरीक्षण करने पर पता चलता है कि 'मैक-डोनाल्ड, इंडिया' कुछ अधिक अंतर दर्शाता है। विश्व के दूसरे कोनों में मैक-डोनाल्ड 70 प्रतिशत मूल एवं 30 प्रतिशत स्थानीय भोजन का नियम सख्ती से बनाए रखता है जबकि भारत में यह मानदंड पूरी तरह बदल दिये गए हैं : 30 प्रतिशत मूल एवं 70 प्रतिशत स्थानीय भोजन।

भारतीय ग्राहकों के खान-पान की आवश्यकताओं को ध्यान में रखते हुए मैक-डोनाल्ड ने किस प्रकार अपने उत्पाद को सांस्कृतिक रूप में अंगीकार किया है, जिससे वह विश्व के सबसे बड़े बाजार में व्यापारिक रूप में सफल रह सके - टिप्पणी कीजिए।