

## UNIT 2 BUSINESS IDEAS & THEIR IMPLEMENTATION ( IDEA TO STARTUP)

MARKS: 14

# Market survey

❖ For information માહિતી માટે::

1. Environmental Forecasting પર્યાવરણીય આગાહી
2. Total demand forecasting કુલ માગ આગાહી
3. Company sales forecasting કંપની વેચાણ આગાહી

❖ Methods of market survey: માર્કેટ મોજણીની પદ્ધતિઓ:

1. Primary survey- (actual) પ્રાથમિક સર્વે-  
(વાસ્તવિક)
2. Secondary survey સેકન્ડરી સર્વે

# Need for market survey

1. Total demand
2. Company share
3. Customer satisfaction increment
4. Attitude & fashion
5. Need for change in product
6. Entry of new product

## Method of collection of primary information

પ્રાથમિક માહિતી મેળવવાની પદ્ધતિ

1. Survey of buyers intention ખરીદદાર હેતુ બાબતે સર્વે
2. Sales force opinion વેચાણ ગ્રુપ નો અભિપ્રાય
3. Expert opinion નિષ્ણાત અભિપ્રાય
  - a. Group discussion ગ્રુપ ચર્ચા
  - b. Pooling of individual estimate વ્યક્તિગત અંદાજ પૂલ
  - c. Delphi method ડેલ્ફી પદ્ધતિ
4. Market test method બજાર પરીક્ષણ પદ્ધતિ
5. Time series analysis ( Trend, Cycle, Season, Erratic events-Independent variable) સમય શ્રેણી વિશ્લેષણ (ટ્રેન્ડ, સાયકલ, સીઝન, એરેટિક ઘટનાઓ-સ્વતંત્ર ચલ)
6. Statistical demand analysis આંકડાકીય માંગ વિશ્લેષણ

# Marketing માર્કેટિંગ

❖ 2 primary function of any business activities:

1. Manufacturing 2. Marketing.

## ❖ Marketing -Definitions:

Specialized activity which brings together a producer & consumer. (or buyer)

વિશિષ્ટ પ્રવૃત્તિ જે ઉત્પાદક અને ગ્રાહકને એકસાથે લાવે છે.

It is human activity directed at satisfying needs & wants through exchange process. વિનિમય પ્રક્રિયા દ્વારા જરૂરિયાત & ઇચ્છાઓ ને સંતોષવા તરફ દોરી જતી માનવપ્રવૃત્તિ.

## ***Importance***

1. For all unit of product & service
2. Small, medium & large for all industry
3. Local, National & International level
4. For non-profitable organization also
5. Production & marketing -2 are main

# 4 p's of marketing

## 1. Product પ્રોડક્ટ

❖ Bundle of satisfaction

❖ Product = Working value  
+ Aesthetic value સૌંદર્યલક્ષી મૂલ્ય  
+ Esteem value એસ્ટિમ મૂલ્ય  
+ Emotional value ભાવનાત્મક મૂલ્ય

❖ Product have 4 phase in life

1. Introduction
2. Growth
3. Saturation
4. Decline

## 2. Priceપ્રાઇસ

- ❖ Floor limit – cost of production  
નીચેની સીમા - ઉત્પાદન ખર્ચ
- ❖ Ceiling limit- customer price beyond they can not want to pay.  
ઉપરની મર્યાદા- ગ્રાહક કિંમત કે જેની ઉપર તે ચૂકવવા માંગતા નથી.
- ❖ 3 criteria: 1. Production cost  
2. Demand satisfy  
3. Competition in market
- ❖ Customer surplus ( Diff. Between Satisfaction level & selling price) ગ્રાહક સરપ્લસ



# 3. Place or channel of distribution

પ્લેસ અથવા વિતરણ વ્યવસ્થા

❖ Channels:

Producer નિર્માતા

Agent દલાલ

Whole-seller સંપૂર્ણ વિક્રેતા

Retailer છૂટક વેપારી

Consumer ગ્રાહક

1. Zero link  $P \rightarrow C$

2. Single link  $P \rightarrow A \rightarrow C$

3. Two links  $P \rightarrow W \rightarrow R \rightarrow C$

4. Three links:  $P \rightarrow A \rightarrow W \rightarrow R \rightarrow C$

❖ Channel selection based on

- Productions
- Markets
- Products
- Intermediaries
- No. of customer to be serve

## 4. Promotionપ્રમોશન

### Activity in promotion:

- ❖ Introduction of productsઉત્પાદનોની રજૂઆત
- ❖ Entering new marketનવા બજારમાં પ્રવેશ
- ❖ Increasing consumption of existing customer  
હાલના ગ્રાહકનો વપરાશ વધારવો
- ❖ Grabbing higher market sales ઉચ્ચ બજારના વેચાણને પકડવું

### Consideration:

1. Target audienceલક્ષ્ય પ્રેક્ષકો
  2. Development of favorable attitudeઅનુકૂળ વલણનો વિકાસ
- By AIDA process (Attention, Interest, Desire, Action) એઈડાની પ્રક્રિયા દ્વારા (ધ્યાન, રસ, ડિઝાઇર, એક્શન)

### 3. Construction of messageમેસેજનું બાંધકામ

“I get want I want” “હું જે ઇચ્છું છું તે હું મેળવું છું”

Incentive likeપ્રોત્સાહન જેમ

“25% more in same price” “એ જ કિંમતે 25% વધુ”

“ 2 get 1 free” “2 પર એક મફત મેળવો”

### 4. Media selectionમીડિયા પસંદગી

-Televisionટેલિવિઝન

-Internetઇન્ટરનેટ

-News paperન્યૂઝ પેપર

- Paper noteપેપર નોટ

-Radioરેડિઓ

-Poster in road side રસ્તા બાજુ માં પોસ્ટર

### 5. Follow upઅનુસરવું

-Maintaining customerગ્રાહક જાળવી રાખવા

## ❖ Product Life Cycle:

4 stage 1. Introduction પરિચય

2. Growth વૃદ્ધિ

3. Saturation સંતૃપ્તિ

4. Decline અસ્વીકાર



## ❖ New product investment areas:

1. **Intro of new product** entry in business

2. **Expansion** વિસ્તરણ of existing product

3. **Diversification** વૈવિધ્યકરણ in new line of product

i. Related product

ii. Unrelated product

4. **Business integration** વ્યાપાર એકીકરણ

i. Backward

ii. Forward

# Product development stages

1. Idea generationવિચારસર્જન 10 product
2. Screening the ideasવિચારોની ચકાસણી 4 product
3. Concept development & Positioning 1 product  
ખ્યાલનો વિકાસ અને ચકાસણી
4. Marketing strategyમાર્કેટિંગ વ્યૂહરચના
5. Business analysisધંધાકીય વિશ્લેષણ
6. Product developmentપેદાશ વિકાસ
7. Market testingબજાર ચકાસણી
8. Commercializationવ્યાપારી કરણ

# Innovativeness નવીનતા

## ❖ Concept

- It derived from noun “innovation” which means something original & new.
- It relates to logical skill of human mind which always probes into doing something different & unconventional.
- Innovators do things differently than common person.

## ❖ Definition:

- Innovativeness means introduction of new things, new ideas or new way of doing the things for the first time. નવી વસ્તુ, નવા વિચારો અથવા પહેલીવાર વસ્તુઓ કરવાની નવી રીતનો પરિચય.

## ❖ 5 forms of innovation:

1. New product
2. New production technology
3. New market
4. New source
5. New form of organization

## ❖ Characteristics

## ❖ Real example of creativity

1. Digital camera revolution
2. 4 stroke engine revolution
3. Small computer from large
4. Agricultural m/c for various work.

## ❖ Real example of innovativeness

1. Toyota innova car
2. Finger print censer in mobile
3. Wireless mouse
4. Self start bike
5. Key less entry in car
6. Honda activa



# Risk

- ❖ It is a probability of occurrence of unwanted event which create losses of enterprises.  
તે અનિચ્છનીય ઘટના બનવાની સંભાવના છે જેનાથી ઉદ્યોગ સાહસોનું નુકસાન થાય છે.

- ❖ Risk measuring method:

Ex:

**Illustration :** The projected net cash inflows from two projects having a project life of 5 years is as under :

Project	Year 1	2	3	4	5
A (Rs. in lacs)	20	22	24	22	25
B (Rs. in lacs)	40	20	50	(-10)	80

**1. Range** = Highest value- Lowest value

For product A =  $25 - 20 = 5$  lac

For product B =  $80 - (-10) = 90$  lac

So Product B is risky

## Classification of risk

### ❑ External sources of risk:

1. Technological riskતકનીકી જોખમ
2. Economic riskઆર્થિક જોખમ
3. Competitionસ્પર્ધા
4. Political riskરાજકીય જોખમ
5. Legal factor riskકાનૂની પરિબલ જોખમ
6. Social riskસામાજિક જોખમ
7. Financial marketનાણાકીય બજાર
8. Share holderશેરહોલ્ડર
9. Customerગ્રાહક

## ❑ Internal risk આંતરિક જોખમ

1. Availability of input ઇનપુટની ઉપલબ્ધતા
2. Marketing & distribution માર્કેટિંગ અને વિતરણ
3. Finance નાણાં
4. Human resource માનવ સંસાધન
5. Management મેનેજમેન્ટ
6. Production Capacity

# Decision Making under risk

## 1. Insurance વીમા

## 2. To use strategic contract વ્યૂહાત્મક કરારનો ઉપયોગ કરવો

a. Venture capital fund વેન્યર કેપિટલ ફંડ ( if fail, bear equity amount & if success, get certain amount of partnership.)

b. Real options વાસ્તવિક વિકલ્પો (If Success then get premium only & if fail, buy whole unit as per contract)

## 3. To forecast the variables on scientific basis વૈજ્ઞાનિક ધોરણે ચલોની આગાહી

-Econometric model ઇકોનોમેટ્રિક મોડેલ

-Statistical model આંકડાકીય મોડેલ

-Probability theory સંભાવના થિયરી

4. To plan for the shortest foreseeable future

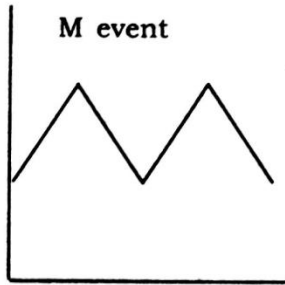
ટૂંક સમય માટે યોજના બનાવવી

5. To develop decision by periodic revision

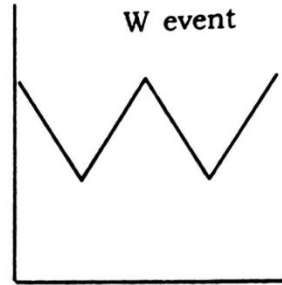
સમયાંતરે નિર્ણય

6. To balance counter cycle behavior of events

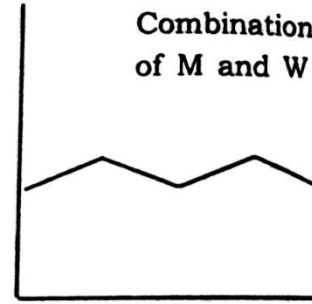
ઇવેન્ટ્સના કાઉન્ટર ચક્ર વર્તનને સંતુલિત કરવા માટે



(1)



(2)



(3)

# Method of risk management

1. Strategies adopted for managing the enterprise risk

a. **Risk Avoidance Strategy** જોખમ ટાળવાની વ્યૂહરચના

- Risk free limit
- With safe Project

b. **Risk Elimination Strategy** જોખમ દૂર કરવાની વ્યૂહરચના

- Insurance
- Insulation of fire cracker's factory

c. **Risk Reduction Strategy** જોખમ ઘટાડવાની વ્યૂહરચના

- Combination of peak & slack seasonality

# SWOT analysis

## 4 Elements:

### 1. Strengths

Internal environment related આંતરિક પર્યાવરણ સંબંધિત

Controlable in nature

- ❖ Marketing ability, માર્કેટિંગ ક્ષમતા
- ❖ Brand image,
- ❖ Loyal costumer, વફાદાર
- ❖ Operating control,
- ❖ Good technology
- ❖ Monopolyઈજારો
- ❖ Good profit margin
- ❖ Good liquidityસારી તરલતા
- ❖ Good R & D

## 2. Weakness

Internal environment related આંતરિક પર્યાવરણ સંબંધિત

Controlable in nature

- ❖ High investment
- ❖ Rejection of customer
- ❖ Breakdown
- ❖ Low morale of worker
- ❖ Old m/c & Technology
- ❖ High cost of production



# 3. Opportunities

## External environment related

### -Uncontrollable

- ❖ Favorable economic environment    અનુકૂળ આર્થિક વાતાવરણ
  - High economic growth rate- GDP %
  - Low interest rate
  - good export
  - Higher saving rate
  - Favorable monsoon
- ❖ Favorable social environment    અનુકૂળ સામાજિક વાતાવરણ
  - High demand
  - Warm welcome of product
- ❖ Favorable political environment    અનુકૂળ રાજકીય વાતાવરણ
  - Stable government
  - Good Policies

## 4. Threats

### External environment-Uncontrollable

- ❖ Natural calamitiesકુદરતી આફતો
  - Flood, fire, earthquakeપૂર, અગ્નિ, ભૂકંપ
- ❖ Unstable political environment
- ❖ Strong hold of trade unionટ્રેડ યુનિયનની મજબૂત પકડ
- ❖ Easy entry of competitorsસ્પર્ધકોની સરળ પ્રવેશ
- ❖ Fast changing technologyઝડપી બદલાતી તકનીક
- ❖ Quick change in fashionફેશનમાં ઝડપી ફેરફાર

# APOLLO TYRES LTD.

## ❖ Strength:

1. 3 sector- Replacement (60%) -Big market share  
OEM market (30%)  
Export business (10%)
2. 100 office & 1000 Dealer in contuory
3. Baroda & Parabtur – production Facility so easy distribution
4. Collobration with continental engineering, Germany for Car radiel tyre for export to continantal upto 80%

## ❖ Weekness:

1. High excise duty (20%)

## ❖ Oppertunities:

1. Indian railway freight carrier failure- road transport increase.

## ❖ Treats:

1. MNC- Michelin & Bridgestone
2. Extreme compitition