

1) विपणनाची ओळख

- **प्रस्तावना /अर्थ :**

‘विपणन’ प्रक्रिया सर्वसामान्य व्यक्तीच्या जीवनाशी निगडित असली तरी विपणन या शब्दाचा अर्थ विपणनाची उद्दिष्टे, पद्धती, ग्राहकांचा दृष्टिकोन इत्यादी अनेक घटकांनुसार बदलत असतो. त्यामुळे विपणनाची नेमकी व्याख्या करणे कठीण आहे. कारखानदार किंवा विक्रेत्यांच्या दृष्टीने विपणन म्हणजे वस्तूची विक्री करणे, ग्राहकांच्या दृष्टीने विपणन म्हणजे मालाची खरेदी करणे. जाहिरातदारांच्या दृष्टीने वस्तू व सेवांची मोठ्या प्रमाणावर जाहिरात करणे, गुदाम रक्षकांच्या दृष्टीने माल सुरक्षित ठेवणे तर वाहतूक कंपन्यांच्या दृष्टीने वस्तू योग्य वेळी बाजारपेठेत पोहोचविणे असा होतो. त्यामुळे विपणन हा शब्द व्यापक स्वरूपाचा आहे.

विपणन या शब्दाला इंग्रजीत Marketing हा शब्द वापरला जातो. तो Market या मूळ शब्दापासून बनलेला आहे. Market हा शब्द लॅटिन मधील Marcatus या शब्दापासून तयार झालेला असून त्याचा Merchandise या शब्दाशी जवळचा संबंध आहे.

- **व्याख्या:-**

1)अमेरिकन मार्केटिंग असोसिएशन :-

“उत्पादकांकडून उपभोक्त्यांपर्यंत वस्तू व सेवांचा प्रवास संचालित करणारी व्यावसायिक कार्ये म्हणजे विपणन होय. “

2)फिलिप कोटलर :-

‘विपणन म्हणजे विनिमय प्रक्रियेच्या माध्यमातून गरजा आणि आवश्यकतांची पूर्तता करण्याच्या दिशेने केलेली मानवी क्रिया होय.’

3)पॉल मझूर:-

“समाजाला (उच्च) जीवनमान प्रदान करणे म्हणजे विपणन होय.’

4)एन. सी. नायर :-

“जीवनमानाची (उच्च) निर्मिती करून ते समाजाला प्रदान करणे म्हणजे विपणन होय.

5)आर. बसकिर्क :-

“वस्तूमध्ये रूप, स्थळ, वेळ आणि मालकीच्या उपयुक्ततेतून मूल्य निर्माण करण्याच्या क्रियांची एकात्म पद्धती म्हणजे विपणन होय.”

• **विपणनाचे घटक :**

- (1) विपणन हे व्यावसायिक कार्य आहे.
- (2) विपणनात विनिमय प्रक्रिया अंतर्भूत आहे.
- (3) विपणन हे मानवी गरजा व आवश्यकतांच्या समाधानासाठी आहे.
- (4) उत्पादनानंतर उत्पादित वस्तू वा सेवांचा उपभोक्त्यांपर्यंत होणारा प्रवास विपणनात आहे.
- (5) विपणन ही आर्थिक प्रक्रिया आहे.
- (6) विपणनात वस्तूच्या मालकी हक्कांचे हस्तांतरण अंतर्भूत आहे.
- (7) विपणनामुळे समाजाचे जीवनमान उंचावते.
- (8) विपणन ही व्यवस्थापकीय प्रक्रिया आहे.
- (9) विपणनात वस्तू वा सेवांच्या भौतिक वितरणाची व्यवस्था अंतर्भूत आहे.

विपणन ही एक प्रक्रिया असून या प्रक्रियेत वस्तूंचे एकत्रीकरण, प्रसरण, समानीकरण, वर्गीकरण, पणन कार्ये, संग्रहण, संस्करण, परिवहन, श्रेणीकरण, प्रमाणीकरण, अर्थपुरवठा, बाजारपेठ संशोधन अशी अनेक कार्ये वा टप्पे समाविष्ट आहेत. या सर्वांना 'विपणनाचे घटक' असे म्हणता येईल.

• **विपणनाचे महत्व :-**

अ)आर्थिक विकासाच्या दृष्टीने विपणनाचे महत्व :-

1.शेती औद्योगिक क्षेत्राचा विकास :

प्रत्येक देशात शेती व औद्योगिक क्षेत्राचा विकास घडवून आणण्यात विपणनाचा वाटा मोठा आहे. प्रगत विपणन व्यवस्थेमुळे शेतीमध्ये तयार होणारे धान्य किंवा उद्योगामध्ये तयार होणारा माल योग्य वेळी व बोक्या त्यामुळे शेतकरी व कारखानदार यांना उपादन वाढीची प्रेरणा मिळून ते उत्पादनात अशारितीने विपणन व्यवस्था शेती व उद्योगांच्या विकासाला मदत करते.

2.रोजगारात वाढ:

विपणनात खरेदी व विक्री या महत्त्वाच्या क्रिया समाविष्ट असल्या तरी त्यांच्याबरोबर अनेक सेवाक्षेत्र विकास होतो. खरेदी-विक्रीचे व्यवहार सुलभ व्हावे म्हणून विमा कंपन्या, वाहतूक कंपन्या, अर्थपुरवठा करणाऱ्या वित्तीय संस्था, मालाचा साठा करणाऱ्या साठवणुक संस्था शितगृहे इ. चाही विकास होतो. त्यामुळे मोठ्या प्रमाणावर रोजगाराची संधी उपलब्ध होते.

3)मंदीवर मात :-

समुद्रात भरतीनंतर ओहोटी येणे किंवा दिवसानंतर रात्र येणे हा जसा निसर्गाचा नियम आहे, तसेच अर्थव्यवस्थेत तेजीनंतर मंदी येत असते. मंदीमुळे बाजारात वस्तू उपलब्ध असून त्यांना मागणी नसल्याचे आढळून येते; परंतु विपणन प्रक्रियेमुळे समाजातील क्रयशक्ती योग्य दिशेने प्रवाहित करण्याचे प्रयत्न होत असतात व त्यामुळे मंदीच्या काळातही वस्तूंना मागणी येते व अशा तऱ्हेने मंदीवर नियंत्रण ठेवण्यासाठी विपणनाची मदत होते.

4)जीवनमानात वाढ :

विपणनाच्या विकासामुळे वाहतूक व दळणवळणाच्या सोयीचा विकास होता त्यामुळे दूर दूर असणारी खेडी व अविकसित विभाग बाजारपेठांशी जोडल जातात. त्यामुळे ग्रामीण भागातील अशिक्षित लोकांची क्रयशक्ती योग्य पद्धती वापरली जाते. विपणनाच्या सोयीमुळे ग्राहकांना अनेक पर्यायी वस्तूमधू- चांगल्या पर्यायी वस्तूची निवड करता येते व त्यामुळे त्यांना जीवनमानात वाढ करता येते.

5) राष्ट्रीय व आंतरराष्ट्रीय व्यापारात वाढ :

विपणन व्यवस्थेमुळे देशी व विदेशी व्यापारात वाढ होते. बाजारपेठांचा विस्तार झाल्यामुळे ग्राहकांच्या संख्येत वाढ झाली व या वाढीमुळे व्यापार-उद्योगांचा विकास होऊन त्यांच्या उत्पादनात वाढ होत आहे. अशा तऱ्हेने विपणनामुळे वस्तूंना फक्त देशीच नव्हे, तर विदेशी बाजारपेठही मिळत आहे.

ब) ग्राहकांच्या दृष्टीने विपणनाचे महत्त्व:-

1) वस्तू वा सेवांची उपलब्धता :-

विपणनामुळे ग्राहकांना त्यांच्या गरजेनुसार हव्या असणाऱ्या वस्तू वा सेवा सहज उपलब्ध होऊ शकतात, विविध देशांमध्ये तयार होणाऱ्या वस्तू विपणनामुळेच ग्राहकांपर्यंत पोहोचतात. उदाहरणार्थ काही वर्षापूर्वी महाराष्ट्रातील अविकसित तालुक्यांमध्ये सफरचंद फळ विक्रीसाठी उपलब्ध नसे. आज प्रगत विपणनामुळे उत्तर भारतातील सफरचंद (नाशवंत असूनसुद्धा)हे फळ तालुक्याच्या ठिकाणीच नव्हे तर थोड्या बऱ्यापैकी मोठ्या गावांमध्येही विक्रीसाठी उपलब्ध झाले आहे.

2).विविध पर्याय उपलब्ध:-

विविध उत्पादकांच्या एकाच प्रकारच्या वस्तू विपणनामुळे बाजारपेठेत उपलब्ध होतात. (उदाहरणार्थ, टी. व्ही: व्हीडिओकॉन, सॅमसंग, सोनी, ओनिडा) या वस्तूंमधून आपणास हव्या असणाऱ्या सुविधेच्या गुणवत्तेची वस्तू निवडण्यासाठी ग्राहकांना अनेक पर्याय उपलब्ध असतात. हा विपणनाचाच फायदा होय.

3).किंमतीचा फायदा:-

विपणन प्रगत नसते तर दूरवर वस्तू पोहोचल्या नसल्या.त्या जेथे उपलब्ध असतील व असेल त्या किमतील तेथे ग्राहकांना वस्तू खरेदी कराव्या लागल्या असल्या. मात्र प्रगत विपणनामुळे जवळच्या अंतरावर व योग्य किमतीस वस्तू उपलब्ध होतात. हा ग्राहकांचा फायदाच असतो.

4)ग्राहकांचे शोषण होत नाही:-

मत्केवारीत ग्राहकांच्या शोषणाची शक्यता असते. मात्र प्रगत विपणनामुळे अनेक वस्तू बाजारपेठेत उपलब्ध होतात. शिवाय वस्तूंच्या किमतील (एकच प्रकारच्या) खूप मोठी तफावत राहत नाही व त्यामुळे ग्राहकांची लुबाडणूक होत नाही.

5)रुची वैविध्याचे समाधान :

जेवताना विविध प्रकारच्या भाज्या रुची वैविध्यासाठी जशा आवश्यक असतात तसेच जीवनातील तोच-तो-पणा टाळण्यासाठी काही वस्तू वा सेवांमध्ये ग्राहकांना बदल करणे आवडते. (उदा., अत्तरे, अंधोळीचा साबण, कपडे, बूट-चप्पल, पेन.) विपणनामुळे विविध प्रकारच्या, नव्या फॅशनच्या नव्या रंग-रूप-गंध- आकाराच्या वस्तू बाजारपेठेत उपलब्ध होतात. त्यामुळे ग्राहकांना आपल्या आवडीप्रमाणे वस्तू निवडून वैविध्याचे समाधानही प्राप्त करून घेता येते.

क) उत्पादकांच्या दृष्टीने विपणनाचे महत्त्व:-

1) वेळ व खर्चात बचत:

वस्तूची विक्री करण्यासाठी वितरणाचे अनेक मार्ग उपलब्ध आहेत. प्रत्येक उत्पादक आपली कुवत व आर्थिक साधने लक्षात घेऊन वितरण मार्गाची निवड करतो. त्यामुळे उत्पादकाच्या वेळेत व खर्चातही बचत होते.

2)उत्पादनास योग्य किंमत:-

विपणन व्यवस्थेमुळे कारखानदारांच्या वस्तू योग्य वेळी बाजारात पोहोचविल्यामुळे त्यांना योग्य किंमत मिळते.

3)समाजाशी संबंध:-

प्रत्येक देशातील विपणन व्यवस्था उत्पादक व समाज यांना जोडणारी एक महत्त्वाची कडी आहे. या कडीच्या सुदृढतेवर देशाचा आर्थिक विकास अवलंबून असून, समाजाची संपन्नताही तिच्यावर अवलंबून असते. उत्पादकांना विपणन व्यवस्थेमार्फतच समाजापर्यंत पोहोचता येत.

4)संदेशवहनाचे कार्य :

विपणनामुळे संदेशवहनाचे कार्यही साधले जाते. विपणनामुळे ग्राहकांना नव्या उत्पादनाची व तंत्रज्ञानाची माहिती मिळते. उत्पादकाला ग्राहकांच्या बदलत्या आवडी-निवडी व वृत्तीची (Trends) माहिती मिळते. मध्यस्थाना ग्राहक व उत्पादक दोन्ही बाजूंकडून माहिती मिळते. याचाच अर्थ, विपणनामुळे संदेशवहनाची द्वारे खुली होतात.

● जागतिक नैतिक आणि शाश्वत विपणन :

1.जागतिक विपणन (Global Marketing)-

जागतिक विपणन या संकल्पनेत उत्पादकाकडून उपभोक्त्यापर्यंत वस्तू व सेवांचा प्रवास जागतिक बाजारपेठेत होतो. विपणनासाठी सर्वच विश्व हे बाजारपेठ म्हणून वापरले जाते. लोकप्रिय उद्योगसमूह आपले उत्पादन किंवा सेवा जागतिक बाजारपेठेत विक्रीस आणण्याचा प्रयत्न करतात. यासाठी लोकप्रियता, दर्जा, विपणनाची व्याप्ती या घटकांना महत्त्व असते. यासाठी व्यावसायिक व्यूहरचना तयार करून विपणन कार्य पार पाडण्याकडे कल असतो. जागतिक विपणन हे विपणन व्यवस्थापनावर अवलंबून असते. यामध्ये वस्तू किंवा सेवा यांची किंमत, स्थान, प्रकार तसेच ग्राहकांना आकर्षित करणाऱ्या योजना यांचा समावेश होतो.

जागतिक विपणनाची वैशिष्ट्ये :

- (1) विस्तारित भौगोलिक प्रदेश
- (2) लोकप्रिय राष्ट्रीय स्तरावरील उद्योग व व्यवसायसंस्थांचा सहभाग
- (3) उत्कृष्ट दर्जा
- (4) व्यावसायिक स्पर्धा

2. नैतिक विपणन (Ethical Marketing)

विपणन प्रक्रियेत विनिमय प्रक्रियेच्या माध्यमातून ग्राहकांच्या गरजा व आवश्यकता पूर्ण केल्या जातात. ही मानवी प्रक्रिया आहे. यामध्ये नैतिक विपणन या घटकाला अत्यंत महत्त्व असून ग्राहकांची फसवणूक न होणे तसेच पूर्ण समाधानप्राप्ती व अपेक्षित उपयोगिता या बाबींकडे पाहिले जाते.

नैतिक विपणन हे संस्थेच्या व विक्रीच्या मूळ उद्देशावर अवलंबून असते. या विपणनात प्रामाणिकपणा, विश्वास, जबाबदारी, मूल्य तसेच वाजवी किंमत याला महत्त्व आहे. या बाबींवर जे विपणन केले जाते, त्यास 'नैतिक विपणन' असे म्हणतात.

उदाहरणार्थ, जाहिरातीतील उत्पादन वापरातील जोखीम अथवा धोक्याची माहिती देणे (धूम्रपान, मद्यपान इ.) तसेच नैतिक विपणनात वस्तू व सेवा हाताळताना कोणती काळजी घ्यावी अथवा अल्पवयीन बालकांसाठी सूचना यांचा समावेश होतो.

3. शाश्वत विपणन (Sustainable Marketing)

नैतिक विपणन हे शाश्वत विपणनाचा मुख्य आधार ठरू शकते. शाश्वत व्यवसायाला शाश्वत विपणनाची गरज असते. नैतिक तसेच सामाजिक उपघटकांचा विचार करून पार पाडली जाणारी विपणन प्रक्रिया शाश्वत ठरू शकते. यासाठी सामाजिक रूढींचे भान असणे, समाजाची मानसिकता ओळखणे, पर्यावरणपूरक वस्तूंचा व सेवांचा अंतर्भाव या बाबींचा समावेश होतो. शाश्वत विपणनात नवनिर्मितीला, विपणन संशोधनाला तसेच ग्राहकमूल्याला विशेष महत्त्व असते. व्यवसायाचे ध्येय या विपणन प्रकारात महत्त्वाची भूमिका बजावते.

शाश्वत विपणनात पर्यावरण ऱ्हासाचा विचार करून हानी होणार नाही तसेच ग्राहकमूल्य जपले जाईल याचा विचार केला जातो. सामाजिक व आर्थिक पर्यावरण आणि मानवी मूल्ये यांचा विचार करून शाश्वत विपणन केले जाते.

• विक्री व विपणन यातील फरक:-

क्र	विक्री	विपणन
1	विक्रीत विक्रेत्याच्या गरजेस प्राधान्य असते.	विपणनात ग्राहकाची गरज शोधली जाते.
2	विपणनाच्या तुलनेत विक्री ही छोटी संकल्पना आहे	विक्रीपेक्षा विपणन ही व्यापक संकल्पना आहे.
3	अगोदर वस्तू उत्पादन होते व नंतर तिच्या विक्रीसाठी प्रयत्न केले जातात.	अगोदर लक्ष्य बाजारपेठ (Target Market) आणि त्यांच्या गरजा यांचा शोध घेतला जातो व मग या गरजांच्या समाधानासाठी उत्पादन करणे विपणनात अभिप्रेत आहे.
4	मोठ्या प्रमाणात वस्तू विक्री करून रक्कम गोळा करणे हे हेतू असतो.	वस्तूद्वारे ग्राहकांच्या गरजांचे समाधान करणे हा हेतू असतो. फायदेशीर विक्री प्रमाण हा मुख्य हेतू नसतो.
5	विक्री नियोजन करताना अल्पकाळ विचारात घेतात. सध्याचे उत्पादन व बाजारपेठ स्थितीत विचारात घेतली जाते.	विपणन नियोजन दीर्घकालीन व धोरणी असते. नवे उत्पादन व नव्या बाजारपेठा यांचाही विचार होतो.
6	संस्थेचे उत्पादन सहज विकले जाईल अशा आधारावर विक्री नियोजन उभे असते.	'ग्राहक हा राजा असतो' हे विपणन नियोजनाचे सूत्र आहे. ग्राहकांच्या गरजा व प्राधान्यक्रमाप्रमाणे वस्तू निर्मिती व्हावी ही अपेक्षा असते.