

विपणन: अर्थ व व्याख्या

प्रास्ताविक:-

मानवाच्या गरजा अनंत, वाढत्या व पुनरावृत्त होणाऱ्या आहेत. त्या गरजा तृप्त करण्यासाठी प्रत्येक जण आपापल्या परीने प्रयत्न करीत असतो. अन्न-वस्त्र-निवारा या मूलभूत आवश्यक गरजा भागविल्या नंतर तो सुखसोयीच्या व चैनीच्या गरजा भागविण्याचा प्रयत्न करतो. या प्रक्रियेतून नवनव्या वस्तूंच्या उत्पादनास चालना मिळाली व त्या वस्तू व संभाव्य ग्राहकांपर्यंत म्हणजे बाजारपेठेपर्यंत पोहोचविण्याची व्यवस्था निर्माण झाली. उत्पादन स्थळापासून बाजारपेठेपर्यंत वस्तू पोहोचविण्याच्या कार्यास मानवाची आर्थिक-सामाजिक जीवनामध्ये अधिकाधिक महत्व प्राप्त झाले आहे.

विपणन कार्यामध्ये उत्पादन स्थळापासून बाजारपेठेपर्यंत वस्तू/माल पोहोचविण्याच्या सर्व क्रियांचा समावेश होतो. उत्पादकाकडून मालाची/ वस्तूची खरेदी करणे, त्याचे एकत्रीकरण करणे, वर्गीकरण व प्रमाणीकरण करणे, संग्रहण व संस्करण, वाहतूक व्यवस्था, वाटप व्यवस्था, बाजारपेठ शोध या सर्व क्रियांसाठी अर्थपुरवठा व वस्तूची विक्री या सर्व क्रियांचा 'विपणन'मध्ये समावेश केला जातो.

व्याख्या:-

Institute of Marketing यांची व्याख्या :

“ग्राहकांच्या क्रयशक्तीचा अंदाज घेऊन तिचे विशिष्ट वस्तूच्या किंवा सेवेच्या प्रभावी मागणीमध्ये रूपांतर करण्याच्या आणि नफ्याचे किंवा अन्य उद्दिष्ट गाठण्यासाठी त्या वस्तू किंवा सेवा अंतिम उपभोक्ता पर्यंत पोहोचविण्याच्या सर्व क्रियांचे संघटन व संचालन करण्याचे व्यवस्थापनाचे कार्य म्हणजे विपणन होय.”

विपणनाची वैशिष्ट्ये:-

1. उत्पादकाने उत्पादित केलेली वस्तू व सेवा यांचा उपयोग व उपभोग घेणाऱ्या ग्राहकांपर्यंत म्हणजे बाजारपेठेपर्यंत पोहोचविण्याच्या सर्व क्रियांचा समावेश विपणनामध्ये होतो.
2. वस्तूसाठी बाजारपेठ प्राप्त करणे, ती टिकवणे व ती वाढविणे हे विपणन यामध्ये अभिप्रेत आहे.
3. ग्राहकांचे समाधान हा विपणनाचा मूलभूत आधार असून त्यांचे एकूण समाधान वृद्धिंगत करण्याचा प्रयत्न विपणनामध्ये केला जातो.
4. विपणनाचे कार्य वस्तूंच्या स्थान, समय व मालकी उपयोगीतांच्या निर्मितीशी संबंधित आहे.
5. उत्पादित वस्तू ग्राहकांपर्यंत पोचविणे व विकणे यापेक्षा ग्राहकांना व उपभोक्त्यांना आपल्या गरजा तृप्त करण्याच्या दृष्टीने वस्तू पाहिजे ती पुरवणे हे विपणनाची आधुनिक कार्य होय.

6. ग्राहक निर्माण करणे हा विपणनाचा मुख्य उद्देश असतो. तो ग्राहकवर्ग टिकविणे, वाढविणे व त्याचा पाया व्यापक करणे या हेतूने विपणनाच्या क्रिया करण्यात येतात.
7. विपणन हे व्यवस्थापनाचे महत्वपूर्ण कार्य आहे. उत्पादन, विपणन, वित्तपुरवठा व कर्मचारी ही व्यवस्थापनाची चार कार्यक्षेत्रे असून त्यातील विपणन हे सर्वात महत्वाचे कार्य आहे.
8. विपणन ही गतिमान, प्रगतीशील व कृतीशील क्रिया होय. तसेच ही अखंड व सातत्याने चालणारी प्रक्रिया आहे.

विपणनाच्या विभिन्न बाबी:-

1. वस्तू
2. सेवा
3. प्रसंग
4. मालमत्ता
5. माहिती
6. संकल्पना
7. संघटना
8. स्थळे
9. व्यक्ती
10. अनुभव

विपणनाचे स्वरूप:-

1) भौतिक हालचालविषयक क्रिया

1. साठवण
2. वाहतूक
3. वितरण
4. वर्गीकरण व श्रेणीकरण
5. चीन्हांकन
6. वेष्टन

ब) स्वामित्व हालचालविषयक क्रिया

1. गरजा अनुमान
2. मागणी निर्माण
3. विक्रेता आणि खरेदीदार यांचा शोध
4. सौदेबाजी
5. जाहिरात व प्रसिद्धी
6. बाजारपेठेचा माहितीसाठी
7. विनिमयासाठी मालकी हक्क हस्तांतरण

1) बाजारपेठ व्यवस्थापन क्रिया

1. विपणन नियोजन
2. धोरण आखणी
3. अर्थपुरवठा
4. संघटन
5. निर्देशन
6. हिशेब लेखन
7. जोखीम धारण
8. बाजारपेठ संशोधन