



नवीन उद्योजकांसाठी आधुनिक विपणन धोरणे : एक अभ्यास

प्रा. डॉ. नितीन उल्हास देशमुख

सहाय्यक प्राध्यापक, अर्थशास्त्र विभाग, अॅड. मनोहरराव नानासाहेब देशमुख कला, विज्ञान व वाणिज्य महाविद्यालय, राजूर, ता. अकोले, जि. अहिल्यानगर.

Corresponding Author - प्रा. डॉ. नितीन उल्हास देशमुख

DOI - 10.5281/zenodo.20487991

सारांश:

आधुनिक काळात प्रभावी विपणनासाठी (Marketing) डिजिटल साधनांचा वापर करणे अनिवार्य आहे. सोशल मीडिया मार्केटिंग, सर्च इंजिन, कंटेंट मार्केटिंग आणि डेटा-आधारित निर्णय घेऊन ग्राहकांच्या गरजांनुसार धोरण आखावे. योग्य व्यासपीठ निवडणे, सातत्यपूर्ण सामग्री आणि विश्लेषणाद्वारे जाहिराती सुधारणे गरजेचे आहे. आजच्या जागतिकीकरणाच्या आणि डिजिटल युगाच्या काळात व्यवसायाचे स्वरूप झपाट्याने बदलत आहे. नवीन उद्योजकांना केवळ चांगले उत्पादन किंवा सेवा देणे पुरेसे नसते, तर त्या उत्पादनाची योग्य पद्धतीने ग्राहकांपर्यंत माहिती पोहोचवणे देखील अत्यंत महत्त्वाचे असते. यासाठी प्रभावी विपणन धोरणे आवश्यक असतात.

यापूर्वीच्या कालखंडामध्ये व्यवसाय प्रामुख्याने पारंपरिक विपणन पद्धतींवर अवलंबून होते. मात्र इंटरनेट, सोशल मीडिया आणि मोबाईल तंत्रज्ञानाच्या प्रगतीमुळे विपणन क्षेत्रात मोठे बदल झाले आहेत. त्यामुळे आधुनिक काळात डिजिटल माध्यमांचा वापर करून ग्राहकांपर्यंत पोहोचणे अधिक सोपे आणि प्रभावी झाले आहे.

नवीन उद्योजकांसाठी आधुनिक विपणन धोरणे ही व्यवसायाच्या वाढीसाठी, ब्रँड ओळख निर्माण करण्यासाठी आणि ग्राहकांचा विश्वास मिळवण्यासाठी अत्यंत महत्त्वाची ठरतात. या शोधनिबंधात आधुनिक विपणनाच्या विविध पद्धती, त्यांचे फायदे आणि नवीन व्यवसायांवर होणारा परिणाम यांचा अभ्यास करण्यात आला आहे.

बीजसंज्ञा: नवीन उद्योजक, आधुनिक विपणन धोरणे, डिजिटल मार्केटिंग, सोशल मीडिया मार्केटिंग, ब्रँडिंग, ग्राहक वर्तन, स्टार्टअप, ई-कॉमर्स.

आज २१ व्या शतकातील जागतिकीकरण आणि डिजिटल क्रांतीमुळे व्यवसाय करण्याच्या पद्धतींमध्ये आमूलाग्र बदल झाले आहेत. विशेषतः नव्याने बाजारात उतरणाऱ्या उद्योजकांसाठी पारंपरिक विपणन पद्धती आता पुरेशा राहिलेल्या नाहीत. बदलत्या काळानुसार ग्राहकांच्या गरजा, त्यांची खरेदी करण्याची पद्धत आणि बाजारातील स्पर्धा प्रचंड वाढली आहे. अशा परिस्थितीत, कमी खर्चात आणि अधिक प्रभावीपणे ग्राहकांपर्यंत पोहोचण्यासाठी

आधुनिक विपणन धोरणांचा अवलंब करणे ही काळाची गरज बनली आहे.

आधुनिक विपणन हे केवळ उत्पादन विकण्यापुरते मर्यादित नसून, ते ग्राहकांशी नाते निर्माण करण्यावर आणि तंत्रज्ञानाचा वापर करण्यावर आधारित आहे. यामध्ये सोशल मीडिया मार्केटिंग, डिजिटल जाहिराती, डेटा अॅनालिटिक्स आणि इन्फ्लुएन्सर मार्केटिंग यांसारख्या साधनांचा समावेश होतो. नवीन उद्योजकांकडे अनेकदा भांडवलाची मर्यादा असते; अशा वेळी ही आधुनिक धोरणे त्यांना कमी

गुंतवणुकीत जास्तीत जास्त 'ब्रँड व्हॅल्यू' निर्माण करण्यास मदत करतात.

प्रस्तुत शोधनिबंधामध्ये नवीन उद्योजकांसाठी उपलब्ध असलेल्या विविध आधुनिक विपणन मार्गांचा, त्यांच्या प्रभावीपणाचा आणि अंमलबजावणी करताना येणाऱ्या आव्हानांचा चिकित्सक अभ्यास करण्यात आला आहे.

उद्दिष्ट्ये:

प्रस्तुत या संशोधनाचे प्रमुख उद्दिष्टे खालीलप्रमाणे आहेत:

1. आधुनिक विपणन धोरणांची संकल्पना समजून घेणे.
2. नवीन उद्योजकांसाठी उपयुक्त विपणन पद्धतींचा अभ्यास करणे.
3. डिजिटल विपणन साधनांचे महत्त्व समजावून घेणे.
4. आधुनिक विपणन धोरणांचा व्यवसायाच्या वाढीवर होणारा परिणाम अभ्यासणे.
5. नवीन उद्योजकांसाठी प्रभावी विपणन धोरणे सुचवणे.

गृहीतक:

1. आधुनिक विपणन पद्धती पारंपरिक विपणन पद्धतींपेक्षा अधिक प्रभावी ठरतात.
2. डिजिटल विपणनामुळे ग्राहकांशी थेट संवाद साधणे शक्य होते.

संशोधन साहित्ये:

प्रस्तुत संशोधनासाठी “नवीन उद्योजकांसाठी आधुनिक विपणन धोरणे : एक अभ्यास” या विषयाची निवड करण्यात आलेली आहे. सदर संशोधनासाठी द्वितीय माहिती स्रोतांचा अवलंब करण्यात आला आहे. संशोधनासाठी लागणारी दुय्यम साधन सामुग्री आधुनिक

विपणन विषयाचे विविध संदर्भ ग्रंथ, पुस्तके, मासिके तसेच वर्तमानपत्रे, आधुनिक विपणन विषयासंबंधित विविध संकेतस्थळे इत्यादी द्वारे प्रस्तुत संशोधनाची माहिती जमा करण्यात आलेली आहे. या सर्व स्रोतांचा अभ्यास करून विश्लेषणात्मक पद्धतीने निष्कर्ष काढण्यात आले आहेत.

साहित्याचे पुनरावलोकन (Review of Literature):

नवीन उद्योजकांसाठी आधुनिक विपणन धोरणे हा विषय आजच्या डिजिटल युगात अत्यंत महत्त्वाचा ठरला आहे. विविध संशोधकांनी उद्योजकता, डिजिटल विपणन आणि आधुनिक विपणन तंत्र यावर संशोधन केले आहे. या अभ्यासांचा आढावा खालीलप्रमाणे दिला आहे.

अमजद, रानी व सातार (२०२०) या संशोधकांनी उद्योजकीय विपणन सिद्धांताचा अभ्यास केला. त्यांच्या संशोधनानुसार, नवीन उद्योजकांना स्पर्धात्मक बाजारात टिकून राहण्यासाठी पारंपरिक विपणनापेक्षा नवीन, लवचिक व ग्राहककेंद्रित विपणन पद्धतींचा वापर करणे आवश्यक आहे. गोयल, वेलुरी व मिश्रा (२०२४) या संशोधकांनी ग्रामीण सूक्ष्म उद्योजकांमध्ये डिजिटल विपणनाचा वापर यावर साहित्याचा अभ्यास केला. संशोधनात असे दिसून आले की सोशल मीडिया, वेबसाइट, SEO, ई-मेल मार्केटिंग आणि ऑनलाइन जाहिरात यांचा वापर केल्यामुळे उद्योजकांना नवीन ग्राहक मिळतात आणि व्यवसायाचा विस्तार होतो. विजया व सहकारी (२०२४) स्टार्ट-अप व्यवसायांवर केलेल्या अभ्यासात असे नमूद केले आहे की डिजिटल मार्केटिंग हे कमी खर्चात प्रभावी विपणन साधन आहे. सोशल मीडिया मार्केटिंग, कंटेंट मार्केटिंग आणि ऑनलाइन जाहिरात या धोरणांमुळे नव्या उद्योजकांना ब्रँड ओळख निर्माण करता येते. रहमान, सन्तोसा व कुर्नियवान या संशोधनानुसार उत्पादन नवकल्पना आणि डिजिटल विपणन हे लघुउद्योगांच्या यशासाठी महत्त्वाचे घटक आहेत.

सोशल मीडिया प्लॅटफॉर्मद्वारे उत्पादनाची माहिती ग्राहकांपर्यंत जलद पोहोचते आणि ग्राहकांशी भावनिक संबंध निर्माण होतात. रोझाक, हस्तजार्जो व स्लामेट या अभ्यासात नवीन उद्योजक सोशल मीडिया आणि ऑनलाइन प्लॅटफॉर्मद्वारे विपणन तंत्र शिकतात असे आढळले. अनेक उद्योजक प्रत्यक्ष अनुभव, निरीक्षण आणि डिजिटल माध्यमांच्या मदतीने विपणन कौशल्य विकसित करतात. ल्युबिस व सहकारी (२०२५) या अभ्यासात सूक्ष्म व लघुउद्योगांसाठी डिजिटल विपणन धोरणे बाजार विस्तारासाठी अत्यंत प्रभावी असल्याचे सांगितले आहे. सोशल मीडिया, ई-कॉमर्स प्लॅटफॉर्म आणि ऑनलाइन जाहिरात यामुळे व्यवसायाचा विस्तार आणि ग्राहकांशी संवाद अधिक मजबूत होतो.

वरील संशोधनांवरून असे दिसून येते की आधुनिक काळात नवीन उद्योजकांसाठी डिजिटल विपणन, सोशल मीडिया, उत्पादन नवकल्पना आणि ग्राहककेंद्रित धोरणे अत्यंत महत्त्वाची आहेत. आधुनिक विपणन तंत्रामुळे व्यवसायाचा विस्तार, ग्राहकांशी संवाद आणि ब्रँड ओळख वाढविणे सोपे होते. त्यामुळे नवीन उद्योजकांनी पारंपरिक विपणनाबरोबरच डिजिटल व आधुनिक विपणन धोरणांचा प्रभावी वापर करणे आवश्यक आहे.

विपणनाची संकल्पना:

“विपणन म्हणजे ग्राहकांच्या गरजा आणि अपेक्षा ओळखून त्यानुसार उत्पादन किंवा सेवा तयार करून त्या ग्राहकांपर्यंत योग्य प्रकारे पोहोचविण्याची प्रक्रिया होय.” विपणन ही केवळ वस्तूची विक्री करण्याची प्रक्रिया नसून, ग्राहकांच्या गरजा ओळखून त्या पूर्ण करण्याची एक व्यापक सामाजिक आणि व्यवस्थापकीय प्रक्रिया आहे. सोप्या भाषेत सांगायचे तर, 'योग्य वस्तू, योग्य वेळी, योग्य किमतीत आणि योग्य ग्राहकांपर्यंत पोहोचवणे' म्हणजे विपणन.

विपणनाची संकल्पना समजून घेण्यासाठी खालील महत्त्वाचे मुद्दे विचारात घेता येतील:

1. ग्राहक केंद्रित दृष्टीकोन: विपणनाचा मुख्य बिंदू हा ग्राहक असतो. आधुनिक विपणन शास्त्रानुसार, कंपनीला काय विकायचे आहे यापेक्षा ग्राहकाला काय हवे आहे, याचा विचार करणे जास्त महत्त्वाचे असते.
2. गरजा आणि इच्छांची पूर्तता: गरज : जगण्यासाठी आवश्यक गोष्टी (उदा. भूक लागल्यावर अन्न). इच्छा (Want): गरजेला मिळालेले विशिष्ट स्वरूप (उदा. भुकेसाठी पिझ्झा किंवा वडापाव खाण्याची इच्छा). मागणी : जेव्हा इच्छा पूर्ण करण्यासाठी ग्राहकाकडे खरेदीशक्ती (पैसे) असते.
3. मूल्य आणि समाधान: विपणनाचे यश हे ग्राहकाला त्या उत्पादनातून किती समाधान मिळते यावर अवलंबून असते. जर वस्तूची उपयुक्तता तिच्या किमतीपेक्षा जास्त वाटली, तरच ग्राहक समाधानी होतो.
4. विपणन मिश्र (विपणन प्रक्रिया यशस्वी करण्यासाठी चार प्रमुख घटकांचा मेळ घातला जातो)
 - उत्पादन : ग्राहकांच्या गरजा पूर्ण करणारी वस्तू किंवा सेवा.
 - किंमत : वस्तूसाठी आकारली जाणारी रास्त किंमत.
 - ठिकाण : वस्तू ग्राहकांपर्यंत पोहोचवण्यासाठीची वितरण व्यवस्था.
 - वृद्धी : जाहिरात आणि इतर माध्यमांतून वस्तूची माहिती ग्राहकांपर्यंत पोहोचवणे.

आधुनिक विपणनाचे महत्त्व:

"विपणन म्हणजे नफा मिळवून देणारी ग्राहक सेवा होय." आजच्या स्पर्धेच्या युगात केवळ उत्पादन करून

चालत नाही, तर ग्राहकांशी दीर्घकालीन नाते निर्माण करणे हे विपणनाचे खरे उद्दिष्ट आहे. यामध्ये डिजिटल मार्केटिंग, सोशल मीडिया आणि डेटा ॲनालिटिक्सचा वापर आता मोठ्या प्रमाणावर केला जातो.

- उत्पादन (Product)
- किंमत (Price)
- वितरण (Place)
- प्रचार (Promotion)
- या चार घटकांना Marketing Mix असे म्हणतात.

आधुनिक विपणनाची संकल्पना:

आधुनिक विपणन म्हणजे डिजिटल तंत्रज्ञान आणि इंटरनेटच्या सहाय्याने ग्राहकांपर्यंत उत्पादन किंवा सेवांची माहिती पोहोचविण्याची प्रक्रिया होय. आजच्या काळात ग्राहक जास्त वेळ इंटरनेट आणि सोशल मीडियावर घालवतात. त्यामुळे व्यवसायांनी ग्राहकांपर्यंत पोहोचण्यासाठी आधुनिक डिजिटल माध्यमांचा वापर करणे आवश्यक झाले आहे.

आधुनिक विपणनाची वैशिष्ट्ये:

आधुनिक विपणनाची काही महत्त्वाची वैशिष्ट्ये खालीलप्रमाणे आहेत:

- डिजिटल तंत्रज्ञानाचा वापर
- ग्राहकांशी थेट संवाद
- जागतिक बाजारपेठेपर्यंत पोहोच
- परिणाम मोजण्याची सोय
- कमी खर्चात अधिक प्रचार

नवीन उद्योजकांसाठी आधुनिक विपणन धोरणे:

आजच्या काळात नवीन व्यवसाय सुरू करणाऱ्या उद्योजकांसाठी खालील आधुनिक विपणन धोरणे अत्यंत उपयुक्त ठरतात.

सोशल मीडिया मार्केटिंग:

आजच्या काळात फेसबुक, इंस्टाग्राम, यूट्यूब आणि इतर सोशल मीडिया प्लॅटफॉर्म व्यवसायाच्या प्रचारासाठी मोठ्या प्रमाणावर वापरले जातात.

सोशल मीडिया मार्केटिंगचे फायदे:

- ग्राहकांशी थेट संपर्क
- ब्रँड ओळख वाढते
- कमी खर्चात जाहिरात
- ग्राहकांचा अभिप्राय मिळतो

सर्च इंजिन ऑप्टिमायझेशन (SEO):

SEO म्हणजे वेबसाइटला सर्च इंजिनमध्ये वरच्या क्रमांकावर आणण्याची प्रक्रिया. यमुळे ग्राहकांना व्यवसायाची माहिती सहज मिळते आणि वेबसाइटवर अधिक लोक भेट देतात.

कंटेंट मार्केटिंग:

कंटेंट मार्केटिंग म्हणजे ब्लॉग, व्हिडिओ, लेख किंवा माहितीपूर्ण सामग्री तयार करून ग्राहकांना आकर्षित करणे.

उदाहरण : ब्लॉग लेख, यूट्यूब व्हिडिओ, माहितीपूर्ण पोस्ट

ई-मेल मार्केटिंग:

ई-मेलच्या माध्यमातून ग्राहकांना उत्पादन किंवा सेवांची माहिती पाठवणे म्हणजे ई-मेल मार्केटिंग. यामुळे ग्राहकांशी दीर्घकालीन संबंध निर्माण होतात.

इन्फ्लुएन्सर मार्केटिंग:

आज अनेक कंपन्या सोशल मीडिया इन्फ्लुएन्सरच्या माध्यमातून आपल्या उत्पादनाचा प्रचार करतात. यामुळे ग्राहकांचा विश्वास वाढतो आणि विक्री वाढण्यास मदत होते.

आधुनिक विपणनाचे फायदे:

आजच्या आधुनिक काळात अनेक आधुनिक विपणन साधने वापरली जातात त्याचे फायदे पुढीलप्रमाणे आहेत.

- कमी खर्च
- अधिक ग्राहकांपर्यंत पोहोच
- जलद परिणाम
- ग्राहकांशी थेट संवाद
- ब्रँड ओळख वाढ

आधुनिक विपणनातील अडचणी:

आधुनिक विपणन करताना काही अडचणी देखील येऊ शकतात.

- तांत्रिक ज्ञानाची गरज
- इंटरनेटवर जास्त स्पर्धा
- ग्राहकांचे बदलते ट्रेड
- सायबर सुरक्षा समस्या

नवीन उद्योजकांसाठी प्रभावी विपणन धोरण:

आजच्या आधुनिक काळात उद्योजकांसाठी व्यवसाय सुरू करताना केवळ दर्जेदार उत्पादन असणे पुरेसे नाही, तर ते लोकांपर्यंत पोहोचवणे ही मोठी कसरत असते. कमी बजेटमध्ये जास्तीत जास्त लोकांपर्यंत पोहोचण्यासाठी खालील प्रभावी विपणन धोरणे (खूप फायदेशीर ठरू शकतात).

1. आपला 'लक्ष्य ग्राहक' (Target Audience)

ओळखा! सगळेच तुमचे ग्राहक असू शकत नाहीत. तुमचा उत्पादनाचा फायदा नेमका कोणाला होणार आहे? (उदा. विद्यार्थी, गृहिणी की नोकरदार?) हे निश्चित करा. यामुळे तुमच्या मार्केटिंगचा खर्च योग्य ठिकाणी होईल.

2. सोशल मीडियाचा प्रभावी वापर: आजच्या काळात सोशल मीडिया हे सर्वात स्वस्त आणि प्रभावी माध्यम आहे. Instagram/Facebook: उत्पादनाचे फोटो आणि 'Behind the Scenes' व्हिडिओ शेअर करा. LinkedIn: जर तुमचा व्यवसाय B2B (इतर व्यवसायांना सेवा देणे) असेल, तर येथे नेटवर्किंग करा. Reels/Shorts: सध्या शॉर्ट व्हिडिओंचा ट्रेंड आहे, त्याचा वापर करून उत्पादनाची माहिती रंजक पद्धतीने द्या.**3. गुगल माय बिझनेस:**

जर तुमचा व्यवसाय स्थानिक स्वरूपाचा असेल (उदा. दुकान, हॉटेल, कोचिंग क्लास), तर गुगलवर आपला व्यवसाय रजिस्टर करा. यामुळे जेव्हा कोणी स्थानिक व्यक्ती गुगलवर सर्च करेल, तेव्हा तुमचे नाव वर दिसेल.

4. कन्टेन्ट मार्केटिंग:

केवळ "माझे उत्पादन खरेदी करा" असे न म्हणता, लोकांना काहीतरी मूल्य द्या. तुमच्या व्यवसायाशी संबंधित

माहितीपूर्ण पोस्ट लिहा. ग्राहकांच्या समस्या कशा सोडवता येतील यावर ब्लॉग किंवा व्हिडिओ बनवा.

उदा: जर तुम्ही सेंट्रिय खते विकत असाल, तर "घरच्या घरी बागकाम कसे करावे" यावर टिप्स द्या.

5. माउथ पब्लिसिटी आणि रेफरल:

सुरुवातीच्या काळात 'माउथ पब्लिसिटी' सर्वात जास्त विश्वासाह असते. तुमच्या पहिल्या ग्राहकांना चांगली सेवा द्या जेणेकरून ते इतरांना सांगतील. रेफरल स्कीम: जर एखाद्या जुन्या ग्राहकाने नवीन ग्राहक आणला, तर त्याला काही सवलत द्या.

निष्कर्ष:

आधुनिक व्यवसायाच्या जगात विपणनाचे महत्त्व अत्यंत मोठे आहे. नवीन उद्योजकांसाठी आधुनिक विपणन धोरणे ही व्यवसायाच्या वाढीसाठी अत्यावश्यक ठरतात.

डिजिटल माध्यमांचा योग्य वापर केल्यास व्यवसाय कमी खर्चात अधिक ग्राहकांपर्यंत पोहोचू शकतो. सोशल मीडिया, SEO, कंटेंट मार्केटिंग आणि ई-मेल मार्केटिंग यांसारख्या पद्धतींचा वापर करून व्यवसायाची ब्रँड ओळख वाढवता येते.

म्हणूनच आधुनिक उद्योजकांनी डिजिटल तंत्रज्ञानाचा प्रभावी वापर करून ग्राहकांशी मजबूत संबंध निर्माण करणे आवश्यक आहे. योग्य विपणन धोरणे वापरल्यास नवीन व्यवसाय दीर्घकालीन यश मिळवू शकतो.

संदर्भ सूची (References):

पुस्तके:

1. 'द लीन स्टार्टअप' : साकेत प्रकाशन (मराठी आवृत्ती - २०१५-१६).

2. 'प्रभाव' (Influence) : मंजुळ पब्लिशिंग हाऊस (मराठी आवृत्ती - २०१७).
3. 'सुरुवात करा "का" पासून (Start with Why) : साकेत प्रकाशन मराठी आवृत्ती - २०१८
4. 'Building', a StoryBrand HarperCollins Leadership, २०१७
5. 'This is Marketing', Portfolio / Penguin Group, २०१८

वर्तमानपत्रे:

1. 'यशस्वी स्टार्टअपसाठी प्रभावी मार्केटिंग मंत्र', लोकसत्ता (अर्थवृत्तांत) १५ फेब्रुवारी २०२३
2. 'डिजिटल युगात व्यवसायाचे मार्केटिंग कसे कराल?', महाराष्ट्र टाइम्स, १० मे २०२४
3. 'कमी भांडवलात व्यवसायाची जाहिरात कशी करावी?', सकाळ, (अॅग्रीवन) २२ ऑगस्ट २०२३
4. 'ब्रँडिंग: नवीन उद्योजकांसाठी यशाची गुरुकिल्ली', पुढारी (यशोगाथा), ०५ नोव्हेंबर २०२३
5. 'सोशल मीडिया मार्केटिंग आणि स्थानिक व्यवसाय', सामना, १८ जानेवारी २०२४
6. 'ग्राहकांचे मानसशास्त्र आणि विक्री कौशल्य', तरुण भारत, १२ सप्टेंबर २०२३

संकेतस्थळे:

1. <https://blog.hubspot.com>
2. <https://www.entrepreneur.com/marketing>
3. <https://learndigital.withgoogle.com/digitalgarage>
4. <https://www.esakal.com/sakal-money/business>
5. <https://www.loksatta.com/about/marketing/>