International Journal of Advance and Applied Research (IJAAR)
Peer Reviewed Bi-Monthly

ISSN – 2347-7075
Impact Factor –7.328
Vol.9 Issue. 3 Jan-Feb-2022

# आंतरराष्ट्रीय विपणन व संगणक तंत्रज्ञान

डॉ.आश्लेषा. मुंगी1 कु. सिद्धी दत्तात्रय कुंभार2 कु. शिवानी सोमनाथ साळवे3

कु. ज्योती सोमनाथ गायकवाड4

[1] शारदानगर पवार महिला महाविद्यालय शारदानगर बारामती

*Email- kumbharsiddhi7@gmail.com*

*Email - salveshivani1999@gmail.com*

*Email- jyotigaikwad9324@gmail.com*

**गोषवारा -** उत्पादन आणि विपणन ही व्यवसायाची प्रमुख कार्य आहेत. त्यांपैकी विपणन हे कार्य आधुनिक व्यवसायात अतिशय महत्वाचे मानले जाते. आज 21व्या शतकात जागतिकीकरणाचा कालखंडांत मोठया प्रमाणात मागणी पूर्व उत्पादन होत आहे. पुरातन काळातील वस्तू विनिमय पद्धतीपासून आधुनिक विपणन प्रणालीपर्यंत विपणनात विनिमय (म्गबींदहम) होत आहे. म्हणजेच वस्तू व सेंवाची उत्पादकांकडून ग्राहकापर्यंत होणारी विनिमय प्रक्रिया हा विपणनाचा आत्मा आहे. आज हे विपणन फक्त वस्तू व सेवांपर्यंत मर्यादित नसून करमणूक खेळ व्यक्ति शिक्षण कल्पना संघटना इ. घटकाचा बाबतीत घडून येत आहे.थोडक्यात उत्पादक व ग्राहकांचे दुवा साधणयाचे कार्य झालेले दिसून येते.प्रत्येक देशातील राजकीय व भौगोलिकदृष्ट्या भिन्न स्वरुपाचे असते.आथिक सामाजिक राजकीय सांकृतिक पर्यावरणातील भिननता भाषा शिष्टाचार इ.घटंकामुळे आंतरराष्ट्रीय विपणन प्रत्येक देशातील बाजारपेठ वैशिष्टयानुसार भिन्न स्वरुपाचे असते.

**आंतरराष्ट्रीय विपणनः** वस्तू व सेवा उपभोक्ता खर्च नवीन तंत्रज्ञान व नवीन उत्पादने संशोधन इ.

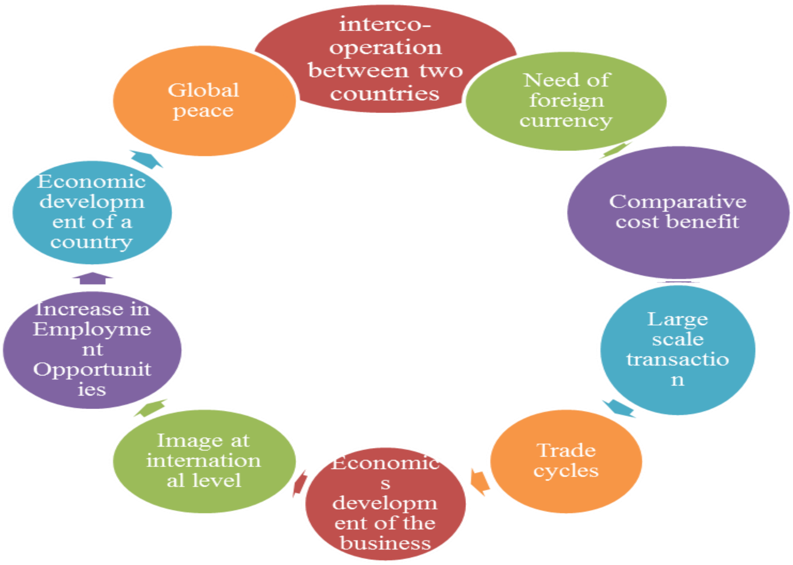
**उदद्देशः**

1. आंतरराष्ट्रीय विपणनाचा सहभागी होण्याचे कारणे माहित करून घेणे.
2. आंतरराष्ट्रीय विपणनाचा विकसातील अडसंराचा अभ्यास घेणे.
3. i)rh% हा पेपर विविध रिसच पेपर जनल पुस्तकें वेब स्तोत मधून संकलित केलेल्या दुय्यम आधारित आहे.

**परिचयः** बाजांराचे जागतिकीकरण हे आजच्या व्यवसायाचे सर्वात महत्वाचे वैशिष्टय आहे. माकेटिंग वित्त आणि कर्मचार्यांमधील व्यवसायिक कियाकलपांच्या सर्व क्षेंत्रामध्ये फर्मची रणणीती आणि दूरगामी परिणाम आहे. हा टेंड जागतिक वस्तू आणि वाढत्या सख्येंत ॲटोमोटिव्ह इलेक्ट्रोनिक आणि संगणक उदयोंगामध्ये विकसित होत असलेल्या जटिल औदयोगिक विविंध देंशातील कंपन्यामधील भागीदारी आणि

संयुक्त उपक्रमांचा वाढत्या संख्येमध्ये स्पष्ट आहे. या ट्रेंडचा संमातर जागतिक सोसिंग आणि उत्पादन विकसित होत आहे.

आंतरराष्ट्रीय विपणनातील विकासाच्या दृष्टीने सूत्रीकरणाचा अभ्यासः-




**दोन देशांमधील अंतर सहकार्यः** भौगोलिक प्रत्येक देशास उत्पादना व नैसर्गिक निर्मितीच्यामर्यादा असतात एखाद्या देशांत नैसर्गिक देणगी मुळे मोठ्या प्रमाणावर खनिजे किंवा इंधनाचा साठा उपलब्ध असतो

**परकीय चलनाची गरजः** विकसनशील राष्ट्रांमध्ये परकीय चलनाची गरज व परकीय

चलनाची उपलब्धता यामध्ये मोठ्या तफावत असते आंतरराष्ट्रीय विपणनामुळे परकीय चलन मोठ्या प्रमाणावर उपलब्ध होते

**तुलनात्मक उत्पादक खर्च फायदाः** प्रत्येक देशातील वस्तूंच्या उत्पादकचा खर्च हा सारखाच नसल्याने आंतरराष्ट्रीय विपणनाची गरज निर्माण होते सकारात्मक घटकांमुळे एखाद्या वस्तूंचे उत्पादन कमी खर्चात करणे शक्य असते

**मोठ्या प्रमाणावर व्यवहारः** जागतिक बाजारपेठ व्यापक स्वरूपाची असल्याने ह्या बाजारपेठेमध्ये किती ही उत्पादन खूप शकते अतिशय मोठ्या प्रमाणावर व्यवहार होत असल्याने जास्त उत्पादन करून उत्पादन खर्च कमी करता येते

**व्यापार चक्रः** कोणत्याही व्यवसायामध्ये व्यापाराचे चक्र कार्यरत असते जेव्हा देशांतर्गत बाजारपेठ मध्ये मंदीची अवस्था येते तेव्हा आपत्ती उत्पादने परदेशी बाजारपेठेमध्ये पाठवून या मंदीचा मुकाबला करता येतो



**आश्लेषा. मुंगी, सिद्धी दत्तात्रय कुंभार, शिवानी सोमनाथ साळवे**
**ज्योती सोमनाथ गायकवाड**

**व्यवसायाची आर्थिक प्रगतीः** आंतरराष्ट्रीय बाजारपेठेत मध्ये चांगल्या दर्जाचे व गुणवत्तेचे प्रदान स्वीकारले जाते आधुनिक तंत्रज्ञान वापरल्याने उत्तम दर्जाचे उत्पादन आंतरराष्ट्रीय बाजारपेठेत विकल्यास अधिक भाव मिळू शकतो.

**जागतिक स्तरावरील प्रतिमाः** आंतरराष्ट्रीय विपणन हे व्यवसायास नफ्याबरोबरच जागतिक स्तरावरील पत व प्रतिमा मिळवून देते त्या व्यवसायांच्या वस्तूंना जागतिक स्तरावरील ग्राहकांकडून मागणी येत असते.

**रोजगार संधी वाढः** आंतरराष्ट्रीय विपणनात हे उत्पादनास चालना मिळते व रोजगार संधी मध्ये वाढ होते निर्यात वाढीमुळे उत्पादनात वाढ होते.

**देशाचा आर्थिक विकास व वाढः** कोणत्याही देशाच्या आर्थिक प्रगती करिता अर्थव्यवस्थेच्या प्रत्येक क्षेत्राचा सर्वांगीण विकास होणे महत्त्वाचे आहे.

**जागतिक शांतताः** आंतरराष्ट्रीय विपणन हे दोन देशांमधील संबंध वाढविण्याचे व सलेखा निर्माण करण्याचे एक उत्तम साधन आहे सांस्कृ तिक व सामाजिक देवाणघेवाण आंतरराष्ट्रीय विपणनामुळे वाढीस लागते.

**डिजिटल मार्केटिंग:** आजच्या युगात सर्व काही ऑनलाईन झाले आहे. इंटरनेट सुविधा ऑनलाईन शॉपिंग, तिकीट बुकिंग, रिचार्ज व बिल पेमेंट ऑनलाइन सुविधा व्यवहार इत्यादी बऱ्याच गोष्टी आपण इंटरनेटच्या माध्यमातून करू शकतो. वापरकत्याकडे इंटरनेटकडे इत्यादी बऱ्याच गोष्टी आपण इंटरनेटच्या माध्यमातून करू शकतो. इंटरनेटकडे असलेल्या टेंडमुळे व्यवसाय बद्दल मार्केटिंग करीत आहे. जर आपण बाजारातील अलीकडल्या काकरीत आहे जरा पण बाजारातील आकडेवाडीकडे पाहिले तर सुमारे 80ः खरेदीदार कोणतेही उत्पादन खरेदी करण्यापूर्वी किंवा सेवा होण्यापूर्वी ऑनलाइन संशोधन करतात. अशा परिस्थितीत कंपनी किंवा व्यवसायासाठी डिजिटल मार्केटिंग महत्त्वाचे आहे.डिजिटल मार्केटिंग म्हणजे वस्तू किंवा सेवा होण्यापूर्वी अशा परिस्थितीत कंपनी डिजिटल मार्केटिंग करण्यासाठी इंटरनेट इंटरनेटद्वारे केली जाते. आजचा समाज टंचाईसह झगडत आहे. त्यामुळे डिजिटल मार्केटिंग करणे अत्यावश्यक आहे. डिजिटल मार्केटिंग उत्पन्नामध्ये आणि सेवेचा लोगो पोहोचण्यासाठी पोहोचण्यास मदत करते.

**सध्याच्या काळात डिजिटल मार्केटिंगची मागणी:**

1. डिजिटल मार्केटिंग मागणी जोरदार दिसून येत आहे. आपला माल तयार करणारा व्यापारी सहजपणे ग्राहकांकडे जात आहेत. त्यामुळे डिजिटल व्यवसायाला चालना मिळते.
2. इंटरनेटद्वारे आम्ही सर्व व्यापारी आणि ग्राहकांचे कनेक्शन देखील स्थापित करू शकते.

3. लोकांचा विश्वास हे डिजिटल मार्केटिंगकडे वाटचा करत आहे.

4. सर्वांच्या सोयीच्या दृष्टीने यांची मागणी होत आहे.

**डिजिटल मार्केटिंग प्रकारः**

**सोशल मीडियाः** फेसबुक ट्विटर इन्स्टाग्राम लिंक इत्यादी सारख्या बर्याच वेबसाइटवर सोशल मीडिया बनलेला आहे सोशल मीडियाच्या माध्यमातून एखाद्यी व्यक्ती हजारो लोकां समोर आपले विचार मांडू शकतो

**ई- मेल विपणनः** ई-मेल विपणन म्हणजे कोणत्याही कंपनीला ई-मेलद्वारे उत्पादनाचे वितरण करणे ई-मेल विपणन प्रत्येक कंपनीसाठी प्रत्येक मार्गाने आवश्यक आहे

**यु टयुब चॅनेलः** सोशल मीडिया हे एक माध्यम आहे ज्यात उत्पादकांना त्यांची उत्पादने थेट लोकांपर्यंत पोहोचवावी लागतात हा एक लोकप्रिय मार्ग आहे

**पेपर मार्केटिंगः** आपल्याला ज्या जाहिराती पाहाव्या लागतील त्यास पेपर मार्केटिंग किल्क जाहिराती म्हणतात हे प्रत्येक प्रकारच्या जाहिरातीसाठी आहे डिजिटल मार्केटिंगचा हा एक प्रकार आहे

**ॲप्स मार्केटिंगः** लोकांपर्यंत पोहोचवण्यासाठी आणि त्यावरील उत्पादनांचा प्रचार करण्यासाठी इंटरनेटवर वेगवेगळे ॲप्स बनविणे याला ॲप्स मार्केटिंग म्हणतात मोठ्या कंपन्या त्यांचे ॲप्स बनवतात आणि लोकांसाठी ॲप्स उपलब्ध करतात

**डिजिटल मार्केटिंगची ऑफलाईन मार्केटिंग माध्यमे:**

1. टेलिव्हिजन मार्केटिंग

2. एसएमएस मार्केटिंग

3. रेडिओ मार्केटिंग

4.बिलबोर्ड मार्केटिंग

**Digital marketing types:**

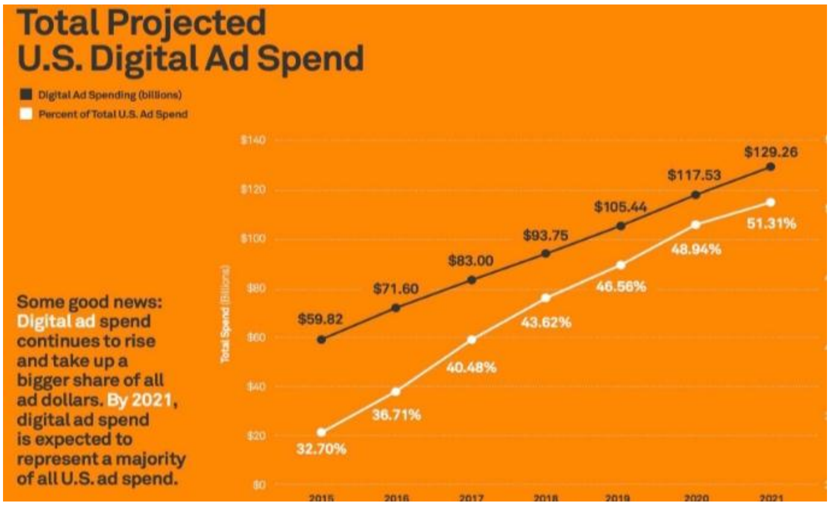
1: Social media

2: E-mail marketing

3: You tube Channel

4: Paper marketing

5: Apps marketing




**गृहीत:**

1. राष्ट्रीय अर्थव्यवस्था बळकट करण्यासाठी निर्यातीस महत्त्व देणे आवश्यक आहे.
2. आंतराष्टीय विपणन म्हणजे एका किंवा एकापेक्षा जास्त देशातील उद्योगांद्वारे विपणन तत्वांचा वापर करणे.
3. आंतराष्टीय विपणनातील प्रगती मुळे कंपन्यांना जगभरातील जवळजवळ कोणत्याही देशात व्यवसाय करणे शक्य आहे.
4. आंतरराष्टीय बाजारपेठेतील कोणतीही कंपनी मार्केटिंग वातावरणातील अचानक बदलांना सामोरे जाण्यासाठी नेहमी तयार
5. असले पाहिज.
6. राष्ट्रांमध्ये सामाजिक आणि सांस्कृतिक देवाणघेवाण वाढवणे.

**आंतरराष्ट्रीय विपणन फायदे:**

1. आंतरराष्ट्रीय विपणनामध्ये सहभागी होणार्या राष्ट्रांतील नागरिकांना उच्च दर्जाची जीवनशैली आणि संपत्ती सुनिश्चित करण.े
2. आंतरराष्ट्रीय बाजारपेठेतून नवीन मालाला मागणी निर्माण होते त्यामुळे औद्योगिक अर्थव्यवस्था वाढ होते.
3. आंतरराष्ट्रीय विपणन सर्व सहभागी देशांना तुलनात्मक खर्च लाभ निश्चित करते.
4. आंतरराष्ट्रीय विपणनाद्वारे सर्व राष्ट्रांना ऐकमकांच्या जवळ आणतात आणि त्यांच्यातील मतभेद दूर करण्यासाठी संधी देतात.



आश्लेषा. मुंगी, सिद्धी दत्तात्रय कुंभार, शिवानी सोमनाथ साळवे
ज्योती सोमनाथ गायकवाड

5. आंतरराष्ट्रीय विपणनामुळे जगातील विविध देशांमधील सामाजिक आणि सांस्कृतिक देवाणघेवाण शक्य होते.

**आंतरराष्ट्रीय विपणनाचे तोटेः**

1. जगभरातील विविध संस्कृती आणि नियमांमुळे आंतरराष्ट्रीय विपणनाला अनेक अडचणी सामना करावा लागतो.
2. मोठ्या स्पर्धकांच्या उपस्थितीमुळे आंतरराष्ट्रीय मार्क टिंगमधील स्पर्धेचे प्रमाण खूप जास्त आहे.
3. आंतरराष्ट्रीय विपणन सरकार द्वारे लादलेले विविध कठोर नियम आणि नियमांचे पालन करण्यास बांधील आहे.
4. राष्ट्रांमधील तणाव आणि युद्धांसारख्या परिस्थितीमुळे आंतरराष्ट्रीय मार्केटिंगवर विपरीत परिणाम होतो.

**निष्कर्षः** आंतरराष्ट्रीय विपणन हे वस्तू व सेवांचे एकापेक्षा जास्त देशांमध्ये केलेले विपणन आहे ही दीर्घकालीन चालणारी प्रक्रिया आहे आंतरराष्ट्रीय व्यापारामध्ये विविध घटकांचे प्राबल्य आढळते उदाः तंत्रज्ञान आंतरराष्ट्रीय व्यापारास पूरक संस्था यंत्रणा आर्थिक उदारीकरण व जागतिकीकरण आधुनिक आंतरराष्ट्रीय विपणनात आधुनिक कल दिसून येतात विविध देशांचे राजकीय पर्यावरण व्यापारी संघाचे प्रश्न बहु करप्रणाली व्यवस्था भाषा, रूढी व परंपरा इत्यादी आव्हाने निर्माण होतात.

**शिफारशीः**

1. जागतिक स्तरावर काय चालवले जाते आणि स्थानिक पातळीवर काय व्यवस्थापित केले जाते हे स्पष्ट केले पाहिजे.
2. स्थानिक बाजाराच्या गरजा समजून घेतल्या पाहिजे आणि एक सहयोगी दृष्टिकोन विकसित केले पाहिजे.

**संदर्भः**

1. 1% www.google.com
2. 2% www.chrome.com



आश्लेषा. मुंगी, सिद्धी दत्तात्रय कुंभार, शिवानी सोमनाथ साळवे
ज्योती सोमनाथ गायकवाड