International Journal of Advance and Applied Research
www.ijaar.co.in
ISSN – 2347-7075 Impact Factor – 7.328
Peer Reviewed Bi-Monthly
Vol.9 No.5 May – June 2022

आंतरराष्ट्रीय विपणनाचे फायदे व आव्हाने

प्रा. पुष्पा सिताराम घोडे
कला, वाणिज्य व विज्ञान महाविद्यालय,डेहणे
Corresponding Author- **प्रा. पुष्पा सिताराम घोडे**
इमेल–pushghode10@gmail.com

सारांश :–

'विपणन' ही एक अत्यंत महत्वाची प्रक्रिया आहे. कारण विपणन ही संकल्पना आजच्या काळात व्यवसायाच्या यशाचे मुलमंत्र बनली आहे. या विपणनाचा अर्थ वेगवेळया घटकांच्या दृष्टीने वेगवेगळया पध्दतीने लावण्यात आला आहे. जसे ग्राहकांच्या दृष्टीने खरेदी म्हणजे 'विपणन', विक्रेतेच्या दृष्टीने विक्री म्हणजे 'विपणन' तर जाहिरातदारांच्या दृष्टीने जाहीरात म्हणजे विपणन अशा पध्दतीने वेगवेगळया घटकांनी विपणनाचा वेगवेगळा अर्थ लावला आहे. पण विपणन ही याही पेक्षा व्यापक संकल्पना आहे. या संकल्पनेत सर्व घटकांचा समावेश होतो. कारण विपणनाच्या व्याख्येत 'विपणन' म्हणजे उत्पादकापासून ते उपभोक्त्यापर्यंत वस्तू व सेवांना प्रवाहीत करण्यासाठी अनुसरल्या जाणाऱ्या विविध क्रियांचा समावेश विपणनात होतो. म्हणजे वरील सर्व क्रियांचा समावेश विपणनात केला जातो. म्हणून व्यवसायाच्या यशाच्या दृष्टीने विपणन ही महत्वाची प्रक्रिया आहे. आणि त्यात आंतरराष्ट्रीय विपणन ही महत्वाचे होत चाललेले आहे. कारण सुधारित वाहतूक आणि दळणवळणाच्या सोयींमुळे जग जवळ आले आहे. आणि त्याचबरोबर आर्थिक उदारीकरण आणि जागतिकीकरण या प्रक्रियेमुळे 'जागतिक बाजारपेठ' उदयास आली आहे. आणि या बाजारपेठेमध्ये आपला व्यवसाय टिकवून ठेवायचा असेल तर 'आंतरराष्ट्रीय विपणन' चा अभ्यास करणे गरजेचे आहे.

संशोधनाची उद्दिष्टये–

१) आंतरराष्ट्रीय विपणन म्हणजे काय हे अभ्यासणे.
२) आंतरराष्ट्रीय विपणनाचे फायदे समजून घेणे.
३) आंतरराष्ट्रीय विपणनाच्या समस्या आणि आव्हाने यांचा अभ्यास करणे.

प्रस्तावना :–

आंतरराष्ट्रीय विपणनाला खऱ्या अर्थाने सुरूवात ही नव्वदीच्या दशकानंतर झाली. जागतिकीकरण, उदारीकरण व आधुनिक वाहतुक व दळणवळणामुळे जग जवळ येऊन जागतिक बाजारपेठ तयार झाली आणि या जागतिक बाजारपेठात व्यवसायाला टिकवून राहण्यासाठी त्या पध्दतीने व्यवसायात बदल करणे गरजेचे झाले. तंत्रज्ञानातील प्रगतीमुळे उत्पादनात मोठया प्रमाणात वाढ झाली आणि त्यामुळे उत्पादन खर्च कमी झाला तसेच कमी खर्चामध्ये जास्त उत्पादन करणे शक्य झाले आणि वाढलेल्या उत्पादनामुळे देशाबाहेरील बाजारपेठेची गरज वाढली या नव्या बाजापेठांमुळे नवीन संधी आणि आव्हाने निर्माण झाली. आणि या सर्वांतुन आंतरराष्ट्रीय विपणनाच्या कार्याला सुरूवात झाली. आंतरराष्ट्रीय विपणनामुळे बाजारपेठांच विस्तारीकरण झाले त्याचबरोबर अतिस्पर्धात्मक वातावरण तयार झाले. त्यामुळे पुर्वी आपल्या देशामध्ये वस्तू विकणारे विदेशी उत्पादक सध्या दुप्पटीने त्यांचे कार्य करताना दिसतात आणि या स्पर्धात्मक वातावरणामध्ये भारतातील अनेक व्यवसायीक आंतरराष्ट्रीय बाजारपेठेत प्रवेश करत आहेत. आंतरराष्ट्रीय व्यवसायात पदार्पण केलेल्या कंपनीला स्वत:च्या देशातील बाजारपेठेबरोबरच अन्य देशांतील उत्पादन, वितरण, विक्री व कर्मचारी नेमणूक इ. व्यवसायीक कार्य पार पाडावी लागतात आणि यातूनच आंतरराष्ट्रीय बाजारपेठेतून येणारे आव्हाने व समस्या यांचा अभ्यास करणे गरजेचे होते.

आंतरराष्ट्रीय विपणनाचा अर्थ :–

'इतर राष्ट्रांतील बाजारपेठांत विपणन विषयक उद्दिष्टये साध्य करण्यासाठी केली जाणारी प्रक्रिया आखणी, नियोजन आणि अंमलबजावणी म्हणजे आंतरराष्ट्रीय विपणन होय'.

आंतरराष्ट्रीय विपणनाचे फायदे :–

१) बाजारपेठेचा विस्तार –
आंतरराष्ट्रीय विपणनाचा एक महत्वाचा फायदा म्हणजे बाजारपेठेचा विस्तार होय. ग्राहक वर्ग वाढविण्याची एक संधी आंतरराष्ट्रीय विपणनामुळे उपलब्ध होते. प्रगत देशांमध्ये आधुनिक तंत्रज्ञानामुळे मोठया प्रमाणात उत्पादन केले जातं, उत्पादन वाढल्यामुळे तेथील बाजारपेठ पर्याप्त ठरत नाही त्यामुळे नवीन बाजारपेठेचा शोध घेतला जातो. याचा परिणाम कंपनीची आर्थिक स्थिती सुधारण्यासाठी होऊन मोठा नफा मिळतो.

२) परकीय चलन कमवा – आंतरराष्ट्रीय विपणनामुळे बाजारपेठ विस्तारते आणि अनेक व्यवसायीक आपले उत्पादन इतर देशांमध्ये विकुन कंपन्या त्यांच्या देशात परकीय चलन मिळवतात. त्यामुळे परकीय चलन मिळवण्यासाठी मदत होते आणि आपल्या राष्ट्राचा विकास होण्यासाठी मदत होते.

३) अतिरिक्त उत्पादनाचा प्रभावी वापर –
बऱ्याच वेळा देशांतर्गत बाजारपेठेत देशांतर्गत उत्पादनालाच मागणी येत नाही किंवा मोठया उत्पादनाचे आर्थिक लाभ मिळवता येत नाही अशावेळी एका देशातील अतिरिक्त उत्पादन दुसऱ्या देशात पाठविले जाते. त्यामुळे उत्पादन

क्षमतेचा पुर्ण वापर करता येतो. त्याचबरोबर आयात आणि निर्यात वाढते आणि परकीय चलनाची गरज पुर्ण होते. थोडक्यात आंतरराष्ट्रीय विपणनामुळे अतिरिक्त उत्पादनाचा प्रभावीपणे वापर करण्यास मदत होते.

४) स्पर्धात्मक फायदे प्रदान करते –

आंतरराष्ट्रीय विपणन स्पर्धात्मक फायदा मिळवून देते आंतरराष्ट्रीय विपणनामुळे परदेशात आपल्या उत्पादनाचा विस्तार करता येतो. नवीन ग्राहकांपर्यंत पोहचता येते आपल्या प्रतिस्पर्धकांकडे नसलेल्या दृष्टिकोनाचा फायदा आपल्याला मिळवता येतो.

५) ब्रॅंडची प्रतिष्ठा वाढविण्यासाठी –

आंतरराष्ट्रीय विपणनामुळे आपल्या ब्रॅंडच्या प्रतिष्ठेला चालना मिळते. आंतरराष्ट्रीय स्तरावर विकला जाणारा ब्रॅंड स्थानिक पातळीवर विकल्या जाणाऱ्या ब्रॅंडपेक्षा चांगला समजला जातो. त्यामुळे ब्रॅंडची प्रतिष्ठा वाढविण्यासाठी आंतरराष्ट्रीय विपणन महत्वाचे आहे.

६) व्यवसायाला जगाशी जोडण्यासाठी महत्वाचे –

बाजारपेठेचा विस्तार केल्यामुळे व्यवसायाचा विस्तार होतो. नवीन ग्राहक व नवीन व्यवसायीक भागीदारांशी संपर्क साधन्याचा व्यवसायाला फायदा होतो. उदा. चीन, कोरीया व तैवान यांसारखे देश त्यांच्या नोकऱ्या आउट सोर्स करते. ॲपल ने आपला व्यवसाय एखाद्या राष्ट्रापुरता मर्यादीत ठेवला नाही तर त्यांच्या संपुर्ण जगात विस्तार केला आहे. तसेच आंतरराष्ट्रीय स्तरावर नेटवर्किंगच्या संधी अमर्याद आहेत. थोडक्यात आंतरराष्ट्रीय विपणनामुळे व्यवसायाला जगाशी जोडण्यासाठी मदत करते.

७) भविष्यातील संधीसाठी दरवाजे उघडणे –

भविष्यातील संधींसाठी देखील आंतरराष्ट्रीय विपणनाचे दरवाजे उघडू शकते. आंतरराष्ट्रीय विपणनामुळे केवळ बाजारपेठ आणि ग्राहक यांच्या मध्येच वाढ झाली असे नाहीतर व्यवसायातील नवीन विक्रेते, कर्मचारी, नवीन तंत्रज्ञान आणि व्यवसाय करण्याच्या नवीन पध्दतीदेखील माहित होतात, त्यामुळे नवीन ज्ञानामध्ये भर पडते.

आंतरराष्ट्रीय विपणनातील समस्या आणि आव्हाने :–

१)सांस्कृतिक फरक –

जगभरातील भिन्न संस्कृती आणि नियमांमुळे विपनणामध्ये आव्हाने येऊ शकतात. विदेशी बाजारपेठात वस्तू सेवा नेण्यापुर्वी त्या देशाची संस्कृती, राहणीमान सवयी इत्यादीबाबत माहिती असणे आवश्यक आहे. याबाबत माहिती नसताना उत्पादन केल्यास त्याचा तोटा व्यवसायाला होऊ शकतो.

२) सरकारी निर्बंध –

आंतरराष्ट्रीय विपणनामध्ये दुसऱ्या देशांच्या सरकारने लागू केलेले विविध कठोर नियमांचे पालन करणे आवश्यक असते उदा. उच्च कर, वस्तूची आयात आणि निर्यात करण्याचे शुल्क व जकात कर इ. नियमांचे पालन करणे आवश्यक असते. नियमांचे पालन न झाल्यास कठोर कारवाई केली जाते. त्याचबरोबर हे निर्बंध कंपनीच्या नफ्यावर देखील परिणाम करते.

३) राजकीय वातावरण –

प्रत्येक देशाच्या राजकीय वातावरणात फरक असतो या राजकीय मतभेदांमुळे व्यवसायावर त्याचा परिणाम होतो. या राजकीय मतभेदांमुळे काही कंपन्यांना व्यवसाय करण्याची संधी दिली जाते. तर काही कंपन्यांना संधी दिली जात नाही. त्याचबरोबर परदेशी देशांच्या सरकारचे आंतरराष्ट्रीय व्यापारासाठी वेगळे दृष्टिकोन आणि त्या देशातील व्यवसायीकांना त्या देशातील सरकारने लादलेल्या प्रतिबंधात्मक व्यापार धोरणांचा सामना करावा लागतो.

४) युध्द परिस्थिती – राष्ट्रांमधील तणाव आणि युध्दांसारखी परिस्थिती आंतरराष्ट्रीय विपणनावर गंभीर परिणाम करू शकते. जोपर्यंत देशांमध्ये मैत्रीपुर्ण वातावरण असते तोपर्यंत व्यापार सुरळीत चालू राहतो आणि जेव्हा देशांमध्ये वाद होतात तेव्हा त्याचा परिणाम व्यवसायावर होतो. त्याचबरोबर युध्द परिस्थितीमध्ये व्यवसायीक निर्णय देखील राजनैतिक सबंधांच्या आधारावर घेतले जातात.

५) व्यवसायीक गुप्तता – विदेशातील व्यवसायाच्या विपणन कार्यासाठी तेथील वितरक म्हणून किंवा विपणनामध्ये कर्मचारी नेमावे लागतात. यामुळे आपल्या व्यवसायातील महत्वाची माहिती व गुपिते ज्ञात होतात. त्यामुळे आपल्या व्यवसायाच्या नफ्यावर त्याचा परिणाम होतो.

६) विनिमय दरातील तफावत – प्रत्येक देशाचे स्वतःचे चलन असते आणि आंतरराष्ट्रीय व्यापार करताना एकमेकांशी देवाणघेवाण करणे आवश्यक असते. या चलन दरात चढउतार होत असतात व विनिमय दरातील चढउतार काही वेळात असाधारण झाल्यास चलनात रूपांतर करणे हे आंतरराष्ट्रीय मार्केटसमोर मोठे आव्हान राहते.

निष्कर्ष :–

1. आंतरराष्ट्रीय विपणनाचे नियोजन करत असताना विविध घटकांच्या अपेक्षा संघटनेची उद्दिष्टये, कंपनीची बलस्थाने, कमकुवत गोष्टी आणि भविष्यकालीन संधी यांचा विचार करून निर्णय घ्यावा.
2. विपणनाचे पर्याय हे कंपनीच्या व्यवसायीक धोरणांशी सुसंगत असावा.
3. आंतरराष्ट्रीय व्यवसाय हा आधिक संवेदनशील तसेच लहरी असतो. त्यामुळे विपणन करताना त्यांचा आढावा घेण्याची तरतुद असली पाहिजे.
4. सुसंवाद आणि परस्पर सहकार्य हे आंतरराष्ट्रीय विपणनात आधिक महत्वाचे असते.

संदर्भग्रंथ सूची :–

१) कडवेकर श्री. वि., विपणन व्यवस्थापण, डायमंड पब्लिकेशन पुणे. प्रथम आवृत्ती नोव्हे. २००७. पृ.१४१ ते १४५.

२) कुलकुर्णी महेश, बियाणी प्रमोद, उत्पादन आणि विपणन कार्य, निराली प्रकाशन पुणे, प्रथम आवृत्ती २००६.

३) https://www.yourarticlelibrary.com

४) https://commercemates.com

प्रा. पुष्पा सिताराम घोडे