

## विपणन और विपणन प्रबन्ध की महत्ता: एक अध्ययन

प्रिंस कुमार मिश्रा<sup>1, 2</sup>, प्रभाकर पाण्डेय<sup>3</sup>

<sup>1</sup> पीएच. डी. शोध छात्र, वाणिज्य विभाग, डॉ. सी. वी. रामन् विश्वविद्यालय, करगीरोड, कोटा, बिलासपुर, छत्तीसगढ़, भारत

<sup>2</sup> सहायक प्रध्यापक, शासकीय, मुकुटधर पाण्डेय महाविद्यालय, कठघोरा, कोरबा, छत्तीसगढ़, भारत

<sup>3</sup> प्रोफेसर, वाणिज्य विभाग, डॉ. सी. वी. रामन् विश्वविद्यालय, करगीरोड, कोटा, बिलासपुर, छत्तीसगढ़, भारत

### सारांश

भारत में विपणन की अत्यन्त आवश्यकता है। विपणन विचार का क्रियात्मक रूप ही विपणन प्रबन्ध होता है। यह उन समस्त क्रियाओं से जुड़ा है जो ग्राहकों की आवश्यकताओं से अवगत कराने में सहायक है। विपणन से तात्पर्य ऐसे व्यापक विचार एवं क्रिया क्षेत्र से है, जिसमें वस्तुओं एवं सेवाओं के उत्पादन से पूर्व की जाने वाली, क्रियाओं से लेकर उनके वितरण और आवश्यक विक्रयोपरान्त सेवाओं तक को सम्मिलित किया जाता है। विपणन प्रबन्ध सम्पूर्ण प्रबन्ध का ही एक भाग है। वर्तमान युग में विपणन का तीव्र प्रतिस्पर्धा एवं औद्योगिक काल के प्रत्येक व्यवसायी के प्रबन्ध में महत्वपूर्ण योगदान है। विपणन कार्य समाप्त होने से विपणन प्रक्रिया समाप्त नहीं हो जाती है। यह तो निरन्तर रूप से चलने वाली प्रक्रिया है। विपणन प्रबन्ध का महत्व का क्षेत्र व्यवसायियों के लिये महत्व, ग्राहकों के लिये महत्व, समाज के लिये महत्व एवं राष्ट्र के लिये महत्व प्रमुख रूप से हैं। इसका उद्देश्य उपभोक्ताओं की आवश्यकताओं को सन्तुष्ट करते हुये लाभ कमाना व उनके जीवन स्तर को ऊंचा उठाना है।

**शब्द कुञ्जी:** विपणन, उपभोक्ता, प्रबन्ध, बाजार, व्यावसायिक, योजना, निर्माण एवं क्रियान्वयन...इत्यादि

### प्रस्तावना

सामान्य भाषा में 'विपणन' शब्द का आशय उन व्यवसायिक क्रियाओं से लगाया जाता है जो वस्तुओं एवं सेवाओं में उपयोगिता उत्पन्न कर उन्हें उत्पादन केन्द्र (उत्पादक) से उपभोक्ता केन्द्र (उपभोक्ता) तक पहुँचाने में सहायक होती है। वास्तव में विपणन के अन्तर्गत उपभोक्ताओं की आवश्यकताओं और इच्छाओं के अनुसार वस्तुएँ बनाकर अथवा सेवायें प्रदान कर विनिमय द्वारा उन्हें उपयोग के लिये समर्पित किया जाता है। विपणन प्रबन्ध सम्पूर्ण प्रबन्ध का ही एक भाग है। विपणन प्रबन्ध से अभिप्राय उन क्रियाओं के नियोजन, संगठन, निदेशन एवं नियन्त्रण से है जो उत्पादक एवं उपभोक्ता अथवा उत्पाद एवं सेवा के उपयोगकर्ता के बीच वस्तुओं एवं सेवाओं के विनिमय को सरल बनाते हैं। विपणन प्रबन्ध बाजार, में विपणन से इच्छित परिणाम प्राप्त करने पर केन्द्रित रहता है।

### विषयवस्तु

विपणन का अर्थ है ऐसा व्यापक विचार एवं क्रिया क्षेत्र जिसमें वस्तुओं एवं सेवाओं के उत्पादन से पूर्व की जाने वाली, क्रियाओं से लेकर उनके वितरण और आवश्यक विक्रयोपरान्त सेवाओं तक को शामिल किया जाता है। जिसका उद्देश्य उपभोक्ताओं की आवश्यकताओं को सन्तुष्ट करते हुये लाभ कमाना व उन सभी के जीवन स्तर को उच्च कोटि का बनाना है।

विपणन प्रबन्ध उन कार्यक्रमों का विश्लेषण, नियोजन, क्रियान्वयन तथा नियन्त्रण करना है जो संगठन के उद्देश्य की प्राप्ति के लिये पारस्परिक हितकारी विनिमय एवं सम्बन्धों का सृजन करने, निर्माण करने तथा उन्हें बनाये रखने के लिये बनाये गये हैं। कुछ प्रमुख विद्वानों द्वारा दी गई परिभाषाएँ निम्नानुसार हैं—

स्टिफ एवं कण्डिफ के अनुसार – “ विपणन प्रबन्ध सम्पूर्ण प्रबन्ध का वह कार्यकारी क्षेत्र है, जो उपक्रम के विपणन उद्देश्यों की प्राप्ति हेतु उद्देश्यपूर्ण क्रियाओं के संचालन से सम्बन्धित है।

प्रो. जॉनसन के अनुसार – “ विपणन प्रबन्ध व्यवसायिक क्रिया का वह क्षेत्र है जिसमें सम्पूर्ण विक्रय अभियान के सभी चरणों के

सम्बन्ध में योजनाओं का निर्माण एवं क्रियान्वयन सम्मिलित है। विलियम जे. स्टेन्टन के अनुसार – ‘विपणन विचार का क्रियात्मक रूप ही विपणन प्रबन्ध होता है।’

इन सभी परिभाषाओं के अध्ययन से यह स्पष्ट होता है कि विपणन प्रबन्ध समग्र प्रबन्ध की वह शाखा है जिसके अन्तर्गत ग्राहकों की आवश्यकताओं का अध्ययन किया जाता है तथा उनकी सन्तुष्टि के लिये प्रभावी विपणन कार्यक्रमों का विश्लेषण, नियोजन, क्रियान्वयन एवं नियन्त्रण किया जाता है। विपणन प्रबन्ध विपणन विचारों, क्रियाओं तथा प्रयासों का वास्तविक रूप में क्रियान्वयन है।

### विपणन प्रबन्ध के महत्व

विपणन प्रबन्ध का महत्व आज एक ओर वस्तुओं की आवश्यकता की पूर्ति से अधिक है और दूसरी ओर उपभोक्ता व्यवहार एवं आवश्यकता क्रम में अन्तर को समझने से है क्योंकि ग्राहकों की रुचि एवं आवश्यकताएँ निरन्तर बदल रही हैं अतः आधुनिक समय में प्रभावकारी विपणन का महत्व बहुत अधिक बढ़ गया है। इसके द्वारा सीमित साधनों को आवश्यकताओं की सन्तुष्टि के लिये उपयोग किया जा सकता है और देश के तीव्र आर्थिक विकास के लक्ष्य को प्राप्त किया जा सकता है। विपणन कार्य समाप्त होने से विपणन प्रक्रिया समाप्त नहीं हो जाती है। यह तो निरन्तर रूप से चलने वाली प्रक्रिया है। इसके द्वारा विपणन कार्य की प्रभावशीलता को बढ़ाने के लिये पुनः विपणन, संचार वस्तु विविधीकरण बाजार विश्लेषण आदि के कार्य निरन्तर रूप से किये जाते हैं। अध्ययन की सुविधा की दृष्टि से विपणन प्रबन्ध के महत्व को निम्न प्रकार से वर्गीकृत करके अध्ययन किया जा सकता है –

1. व्यवसायियों/उपक्रम के लिये महत्व
2. ग्राहकों के लिये महत्व
3. समाज के लिये महत्व
4. राष्ट्र के लिये महत्व

## व्यवसायियों/उपक्रम के लिये महत्व

प्रभावकारी विपणन व्यवस्था के बिना कोई भी संख्या आधुनिक समय में विकसित नहीं हो सकती। आधुनिक भीषण प्रतिस्पर्धा के युग में व्यवसाय का अस्तित्व, विकास एवं सफलता कुशल विपणन व्यवस्था पर निर्भर करता है। फर्म में विपणन के महत्व को निम्नलिखित शीर्षकों के अन्तर्गत स्पष्ट किया गया है –

- प्रतिस्पर्धा में अस्तित्व बनाये रखने के लिये – आधुनिक प्रतिस्पर्द्धात्मक वातावरण में विपणन कार्यों के द्वारा ही संस्था अपने अस्तित्व को बनाये रख सकती है। कोई भी संस्था प्रभावकारी विपणन व्यवस्था रचना निर्धारित करके व्यावसायिक प्रतिस्पर्द्धा का आसानी में मुकाबला कर सकती है।
- नियोजन का आधार – विपणन प्रबन्ध बाजार एवं उपभोक्ता से जुडी हुई प्रणाली है। परिणाम स्वरूप इससे ग्राहकों की आवश्यकताओं इच्छाओं, रुचियों आदि का समुचित ज्ञात हो जाता है। इसी कारण प्रत्येक संस्था उन वस्तुओं के उत्पादन पर ध्यान दे सकती है। जिन्हें ग्राहक पसन्द करते हैं। विभिन्न विपणन सूचनाओं बाजार मार्ग, प्रतिस्पर्द्धा, फैशन, ग्राहक रुचि, क्रय शक्ति आदि के आधार पर ही कम्पनी योजनाओं को तैयार करती है।
- अधिक विक्रय – विपणन प्रबन्ध के द्वारा बाजार एवं उपभोक्ता का विश्लेषण किया जा सकता है। इससे ग्राहकों की बदलती हुई रुचियों, आवश्यकताओं व फैशन का ज्ञान प्रबन्धकों को हो जाता है व उन्हीं के अनुरूप वस्तुओं का निर्माण किया जाता है अतः माल का विक्रय आसानी से हो जाता है।
- अधिक उत्पादन– अधिक विक्रय होने के फलस्वरूप अधिक उत्पादन करने की आवश्यकता पडती है। जिससे कोई भी संस्था पहले की अपेक्षा अधिक उत्पादन कर पाती है व दीर्घकालीन उत्पादन के लक्ष्यों को प्राप्त कर लेती है।
- न्यूनतम लागत पर वितरण– प्रभावकारी विपणन के कारण जब दीर्घकालीन उत्पादन होने लगता है तो इससे अन्ततोगत्वा प्रति इकाई लागत में कमी आती है।
- लाभों में वृद्धि – प्रभावशील विपणन व्यवस्था लाभों को बने पर क्रय लागत पर अधिक उत्पादन करके मांग की पूर्ति की जाती है तो लाभों में अवश्य ही वृद्धि होती है।
- मध्यस्थों की प्राप्ति में सहायक– प्रभावशाली विपणन व्यवस्था के माध्यम से मध्यस्थों– एजेन्ट, थोक व्यापारी, फुटकर व्यापारी आदि को प्राप्त करना सरल होता है क्योंकि मध्यस्थ उसी उत्पादक का माल बेचते हैं जिनकी विपणन व्यवस्था ग्राहक प्रधान होती है।
- ख्याति का निर्माण– जब ग्राहक को उनकी आवश्यकता के अनुसार न्यूनतम लागत पर अच्छी वस्तुयें प्राप्त हो जाती है तो उनको सन्तुष्टि मिलती है। इससे बाजार में सन्तुष्ट ग्राहकों की संख्या में वृद्धि होती है जसके परिणाम स्वरूप संस्था की ख्याति बढ़ जाती है।
- विकास एवं विस्तार– विपणन प्रबन्ध उत्पाद विविधिकरण एवं नव प्रवर्तन कार्यों में सहायक होता है। संस्था अपने विद्यमान ढांचे के अन्तर्गत नई वस्तुओं को जोड़ सकती है तथा वर्तमान उत्पादन क्षमता का विस्तार कर सकती है। इस प्रकार संस्था की उत्पादन क्षमता में वृद्धि हो जाने से विकास की संभावनायें बढ़ जाती है।
- सामाजिक दायित्वों की पूर्ति– प्रभावकारी विपणन व्यवस्था में ग्राहकों की सन्तुष्टि को आधार मानकर समस्त क्रियायें उनकी सन्तुष्टि के लिये की जाती है अतः आधुनिक विपणन उपभोक्ता, केन्द्रित होने के कारण सामाजिक उद्देश्यों एवं दायित्वों की पूर्ति में भी सहायक होता है।
- अन्तर्राष्ट्रीय व्यापार में सफलता– प्रभावकारी विपणन के

माध्यम से ही अन्तर्राष्ट्रीय व्यापार में सफलता प्राप्त की जा सकती है। विदेशी ग्राहकों की इच्छा, आवश्यकता, रीति–रिवाज, प्रतिस्पर्द्धात्मक स्थिति आदि के सम्बन्ध में सूचनायें एकत्रित करके उनकी आवश्यकताओं के अनुरूप वस्तुओं को रंग, रूप, आकार देकर उचित किस्म की वस्तुओं का निर्माण किया जा सकता है। इससे अन्तर्राष्ट्रीय व्यापार में सफलता प्राप्त की जा सकती है।

## ग्राहकों के लिये महत्व

प्रभावकारी विपणन व्यवस्था से ग्राहकों को भी लाभ होता है। यह ग्राहकों के हितों की रक्षा करती है। ग्राहक निम्न प्रकार से लाभान्वित होते हैं।

- सस्ती एवं श्रेष्ठ वस्तुओं की उपलब्धि– सुदृढ़ विपणन योजनाओं के फलस्वरूप उत्पादन लागत एवं विपणन लागतों में कमी हो जाती है। प्रतिस्पर्द्धात्मक परिस्थितियों व्यवसायियों को प्रतिस्पर्द्धा मूल्यों पर माल उपलब्ध कराने के लिये मजबूर कर रही है। इस प्रकार ग्राहकों को सस्ती व श्रेष्ठ वस्तुयें उपलब्ध कराना संभव हो जाता है।
- आवश्यकताओं की पूर्ति– प्रभावशाली विपणन व्यवस्था में ग्राहकों की आवश्यकताओं रुचियों, इच्छाओं आदि का महत्वपूर्ण स्थान होता है। विपणन अनुसन्धान द्वारा ग्राहक की बदलती हुई रुचियों, आवश्यकताओं व फैशन का ज्ञान हो जाने से नई–नई वस्तुओं का निर्माण संभव हो जाता है। इस प्रकार ग्राहक को नई–नई व स्थानापन्न वस्तुओं के उपयोग का अवसर मिलता है व आवश्यकता की पूर्ति हो जाती है।
- ज्ञान में वृद्धि– विज्ञापन, विक्रय कला एवं विक्रय संवर्द्धन के माध्यम से ग्राहकों को वस्तु के अनेक पहलुओं की जानकारी प्रदान की जाती है। इस प्रकार विपणन उपभोक्ताओं की शिक्षित करने एवं जागरूक बनाने में सहायक है।
- धन का उचित प्रयोग – आज का ग्राहक विभिन्न वस्तुओं के रंग, रूप, गुण, मूल्य आदि का भी तुलनात्मक अध्ययन करके अपनी आवश्यकता तथा रुचि के अनुसार उचित क्रय निर्णय ले सकता है। वह विज्ञापनों द्वारा की गई सूचनाओं के आधार पर घर पर बैठे कर ही आसानी से वस्तुओं का तुलनात्मक अध्ययन कर सकता है। इससे धन का सदुपयोग होता है व क्रय शक्ति में वृद्धि होती है।
- जीवन स्तर में वृद्धि– विपणन प्रबन्ध द्वारा अनेक उपयोगी एवं सुख–सुविधा की वस्तुयें तथा मनोरंजन एवं विलासिता की सुविधा की वस्तुएं तथा मनोरंजन एवं विलासिता की सुविधायें ग्राहकों को उपलब्ध करवाकर समाज के जीवन स्तर में वृद्धि करता है।
- विक्रय उपरान्त सेवा का लाभ– विपणन के द्वारा आज ग्राहकों को अनेक विक्रयोपरान्त सेवायें, जैसे मरम्मत, गृह सुपुर्दगी, वस्तु स्थानापत्र, माल परिवर्तन, उपभोग सम्बन्धी निर्देश आदि निःशुल्क प्रदान की जाती है। इससे ग्राहक लाभान्वित होते हैं।
- बाजार सूचनाओं की जानकारी– प्रभावी विपणन व्यवस्था सुदृढ़ संचार व्यवस्था पर आधारित होती है अतः ग्राहकों को बाजार सम्बन्धी सूचनाएं प्राप्त होती रहती है। बाजार में उपलब्ध वस्तुओं के साथ–साथ वैकल्पिक वस्तुओं के सम्बन्ध में यथासमय जानकारी विज्ञापन, विक्रयकर्ता तथा विक्रय संवर्द्धन साधनों से प्राप्त होती है।
- यथा समय वस्तुओं की उपलब्धि– प्रभावी विपणन प्रबन्ध के कारण है। आज ग्राहकों को यथासमय सभी वस्तुएं उपलब्ध हो रही है। दिन से लेकर रात तक (24 घंटे) सभी प्रकार की सेवायें एवं वस्तुएं उसे प्राप्त हो।
- यथास्थान वस्तुओं की उपलब्धि – प्रभावी विपणन प्रबन्ध ने

आज सभी वस्तुएं घर द्वार तक पहुँचाने में सहायता की है। शहरों में ही नहीं, अब तो ज्यादातर गांवों तथा कस्बों में भी आवश्यकता की अधिकांश वस्तुएं उपलब्ध होने लगी है। प्रत्येक उपभोक्ता अपने घर के आस-पास ही आवश्यकता की लगभग सभी वस्तुयें प्राप्त कर सकता है।

### समाज के लिये महत्व

सम्पूर्ण समाज प्रभावी विपणन प्रबन्ध व्यवस्था से लाभान्वित होता है जिनको हम निम्नालिखित बिन्दुओं के माध्यम से समझ सकते हैं—

- कम मूल्यों पर वस्तुओं की प्राप्ति— प्रभावी विपणन प्रबन्ध द्वारा समाज के लोगों को वस्तुयें एवं सेवायें अपेक्षाकृत कम मूल्य पर प्राप्त हाती है परिणामस्वरूप समाज के सभी सदस्यों को लाभ प्राप्त होता है।
- रोजगार में वृद्धि— विपणन की विस्तृत क्रियाओं जैसे—वितरण, विज्ञापन, विक्रय संवर्द्धन, पैकिंग, बाजार अनुसन्धान आदि से रोजगार बढ़ता है। इसके अतिरिक्त विपणन कई अप्रत्यक्ष कार्यो जैसे— यातायात सन्देशवाहन, बैंकिंग बीमा, भण्डारण, पूंजी बाजार आदि को प्रोत्साहित करके भी रोजगार के अवसर पैदा करता है।
- रुद्धियों एवं कुरीतियों से मुक्ति— प्रभावकारी विपणन प्रबन्ध व्यवस्था के द्वार समाज में मिलावट, जमाखोरी, भ्रामक विज्ञापन, काला बाजारी आदि बुराईयों का उन्मूलन होता है। साथ ही जीवन स्तर में परिवर्तन होने से सामाजिक कुरीतियाँ दूर होने लगती है। इससे सामाजिक परिवर्तन होने लगता है।
- सामाजिक मूल्यों की स्थापना— विपणन की नई विचारधारा ग्राहकों की सन्तुष्टि पर आधारित है। व्यवसायी उपभोक्ताओं को अपनी सभी क्रियाओं का केन्द्र बिन्दु समझने लगता है और उनकी सन्तुष्टि में भी लाभ होता है।

### राष्ट्र के लिये महत्व

- राष्ट्रीय साधनों का सदुपयोग— विपणन प्रबन्ध वस्तु की समय, स्थान, अधिकार, रूप एवं ज्ञान उपयोगिता का सृजन करता है। इससे देश के प्राकृतिक एवं पूँजीगत सभी साधनों का उचित वितरण एवं सुदुपयोग संभव है।
- मंदी से रक्षा — विपणन मांग एवं पूर्ति में संतुलन बनाये रखता है। यह मांग का सृजन करके राष्ट्र को आर्थिक मन्दी, बरोजगारी, गरीबी आदि बुराईयों से बचाता है।
- निर्यात वृद्धि — विपणन प्रबन्ध अन्तर्राष्ट्रीय बाजार अनुसन्धान करके विदेशी बाजारों में फर्म को प्रवेश दिलाता है। साथ ही लागत एवं किस्म में सुधार करके निर्यात बाजार में वस्तु को जमाता है। इस प्रकार विदेशी मुद्रा के अर्जन में विपणन प्रबन्ध सहायक होता है।
- सरकारी आय — प्रभावी विपणन व्यवस्था से माल के उत्पादन, विक्रय तथा आय सभी में वृद्धि होती है। अतः सरकार की प्रत्यक्ष या अप्रत्यक्ष करों से आय में भी वृद्धि होती है।
- कृषि एवं सहायक उद्योगों का विकास — प्रभावी विपणन प्रबन्ध व्यवस्था द्वारा कृषि एवं अन्य सहायक उद्योगों के विकास को भी प्रोत्साहन मिलता है। इससे राष्ट्र का समन्वित विकास होता है।

इस प्रकार स्पष्ट है कि विपणन प्रबन्ध समाज के प्रत्येक क्षेत्र में महत्वपूर्ण योगदान है। इससे व्यवसायी ही लाभान्वित नहीं होता बल्कि उपभोक्ता समाज एवं राष्ट्र भी लाभान्वित होता है। औद्योगिक प्रगति के फलस्वरूप ग्राहकों क्रय क्षमता और आवश्यकता में बहुत बदलाव आया है जिसके कारण देश में

विपणन प्रबन्ध की महत्ता में वृद्धि सराहनीय रही है।

### उपसंहार

विपणन एक आर्थिक क्रिया है जिसमें वस्तुओं और सेवाओं का मुद्रा के बदले विनिमय किया जाता है। विपणन से राष्ट्रीय आय में वृद्धि, जीवन स्तर में उच्चता, रोजगार की उपलब्धता और आर्थिक स्थितियों में स्थिरता स्थापित होती हैं। विपणन में क्रय-विक्रय दोनों ही होता है। सम्पूर्ण प्रबन्ध एक पेड़ की तरह है जिसमें विभिन्न शाखाएं होती हैं और विपणन प्रबन्ध उसी की एक शाखा है। विपणन प्रबन्ध सम्पूर्ण प्रबन्ध की वह शाखा है जिसके अन्तर्गत ग्राहकों की आवश्यकताओं का अध्ययन किया जाता है तथा उनकी सन्तुष्टि के लिये प्रभावी विपणन कार्यक्रमों का नियोजन एवं क्रियान्वयन किया जाता है। इसमें इस बात का भी ध्यान रखना चाहिए उचित वस्तुओं के उत्पादन में बढ़ोत्तरी हो और उत्पादन उन लोगों तक पहुँचे जिनको उसकी आवश्यकता है। विपणन प्रबन्ध बाजार में, विपणन से इच्छित परिणाम प्राप्त करने पर केन्द्रित रहता है। विपणन प्रबन्ध समाज के प्रत्येक क्षेत्र में महत्वपूर्ण योगदान है। इससे व्यवसायी ही लाभान्वित नहीं होता बल्कि उपभोक्ता समाज एवं राष्ट्र भी लाभान्वित होता है। स्वतंत्रता के पश्चात् देश में विपणन प्रबन्ध की महत्ता निजी और सार्वजनिक दोनों क्षेत्रों में उन्नति की ओर अग्रसर है।

### संदर्भ सूची

1. www.scotbuzz.org
2. प्रो. विजय श्रीमाली, व्यवसाय अध्ययन, माध्यमिक शिक्षा बोर्ड अजमेर, राजस्थान।
3. TN Chhabra, Human Resource Management (5<sup>th</sup> Revised Edition, 2005.
4. www.in.ilearnlot.com
5. Duncum W. Jack, Essentials of Management 1978.
6. Drucker Peter F., The Practice of Management, 1961,
7. Drucker Peter F., The Practice of Management, 1961,
8. E.F.L., Breach, The Principles and Management, Second ed. 24.