प्रकरण 2 रे

विपणन पर्यावरण
Marketing Enviornment

प्रस्तावना:

हवा, पाउस, उष्णता, धुळ वगैरे भौगोलीक घटकांना संयुक्तपणे वातावरण असे म्हणतात. वात म्हणजे हवा. या हवेचे आवरण म्हणजे वात+आवरण=वातावरण होय.पर्यावरणात अनेक घटक समाविष्ट होतात.आजूबाजूस जे काही आहे, ते सर्वच पर्यावरणाचा एक सूक्ष्मतम घटक होय.

लोक राहतात ती परिस्थिती किंवा सभोवतालचे वातावरण याला पर्यावरण असे म्हणतात. आजूबाजूचा परिसर यालाही पर्यावरण असे म्हणतात.पर्यावरणाला इंग्रजीत Environment हा शब्द आहे. वातावरण हा पर्यावरणाचा एक घटक आहे.

विपणन ही संकल्पना पर्यावरणावर आधारित आहे. विपणन विभागाच्या भोवतालच्या घटकांचा समावेश विपणन पर्यावरणात होतो. हे विपणन पर्यावरण दोन प्रकारचे आहेत, ते म्हणजे अंतर्गत पर्यावरण आणि बाहय पर्यावरण होय.बाहय पर्यावरणाचे दोन भागात वर्गीकरण करण्यात आले आहे. ते म्हणजे सुक्ष्म पर्यावरण आणि स्थुल पर्यावरण.

विपणन पर्यावरणाचा अर्थ:

विपणन कार्यावर परिणाम करणा—या सभोवतालच्या घटकांना व परिस्थितीला एकत्रितपणे व्यावसायिक पर्यावरण असे म्हणतात.

➢ विपणन पर्यावरणाच्या व्याख्या:

- **विल्यम जी ग्लुक यांच्या शब्दात,** विपणन पर्यावरणात अशा आर्थिक, शासकीय, बाजारपेठ, पुरवठादार,तांत्रिक, भौगोलिक व सामाजिक घटकांचा समावेश होतो की जे व्यवसायाच्या संधी व धोके यांना निर्धारित करतात.
- **स्कीनर यांच्यामते**,विपणन पर्यावरणात स्पर्धा, नियंत्रण, राजकारण, समाज, आर्थिक स्थिती आणि तंत्रज्ञान अशा सर्व संघटनेबाहेरील प्रवाहांचा समावेश होतो की,जे प्रत्यक्ष किंवा अप्रत्यक्षपणे विपणन क्रियांना प्रभावित करतात.

विपणन पर्यावरणाची वैशिष्टये:

- **सभोवतालची परिस्थिती:** पर्यावरण ही बाजारपेठेच्या सभोवतालची असलेली परिस्थिती होय.सभोतालचे सामाजिक, आर्थिक, राजकीय, धार्मिक,सांस्कृतिक तंत्रज्ञान इत्यादी परिस्थितीचा समावेश होतो.
- **गतिमानता:** विपणन पर्यावरणामध्ये वेगवेगळे बदल होत असतात.अनेक व विभिन्न स्वरूपाच्या घटना,घडामोडी व परिवर्तने हया सर्व गोष्टी पर्यावरणामध्ये घडत असतात.
- **अनिश्चितता:** पर्यावरणातील घडामोडी, घटकाबद्दल इत्यादी बाबत काही मर्यादेपर्यंत अनुमान करता येत असले तरी त्या सर्व गोष्टींबाबत अनिश्चितता दिसून येते. केव्हा, काय, व कसा बदल होईल हे सांगणे शक्य नाही.
- **जटिलता:** पर्यावरण फार गुंतागुंतीचे मानले जाते.विविध क्षेत्रांच्या व्यापक प्रगतीमुळे पर्यावरणातील घटना,घडामोडी,बदल,प्रभाव,घटक इत्यादी बाबीची कारणमीमांसा विश्लेषण करणे जटिल बनले आहे.
- **बहुविध:** विपणन पर्यावरण कमालीचे बहुविध बनले आहे.विभिन्न प्रकारच्या पर्यावरणात्मक घटकांचा विभिन्न छटा बहुमुखी स्वरूप आलेले आढळले.

विपणन पर्यावरणाची वैशिष्टये:

- **संमिश्र:** विपणन पर्यावणामधील सामाजिक आर्थिक, राजकीय, सांस्कृतिक, कायदेविषयक, तंत्रज्ञान इत्यादी पर्यावरणात्मक घटकांचा स्वतंत्र व सुटया पध्दतीने अभ्यास करून चालत नाही. त्या घटकांचे प्रभाव परस्परांमध्ये मिश्रित झालेले असतात. म्हणून पर्यावरणाचे स्वरूप संमिश्र आढळते.
- **दिर्घकालीन प्रभाव:** पर्यावरणातील विभिन्न घटकांचा व बदलांचा विपणनावर दिर्घकालीन प्रभाव होत असतो.अल्पकालीन प्रभाव टाकणारे घटक कमी आढळतात व त्याची दखल फारशी घेतली जात नाही.
- **चौकट निर्मिती:** विपणन पर्यावरणातील घटक व त्यातील बदल हे व्यवसायाच्या कार्यासाठी एक चौकट निर्माण करीत असतात. ही चौकट संधीची किंवा धोक्याची मर्यादा स्पष्ट करीत असते. या चौकटीत विपणनाला कार्य करावे लागते.
- **स्वीकृती:** विपणन पर्यावरणावर नियंत्रण प्रस्थापीत करता येत नाही. त्यामुळे त्या पर्यावरणातील बदलांनूसार घ्यावे लागते. म्हणजे पर्यावरणाला स्वीकृती द्यावी लागते.

विपणन पर्यावरणाचे स्वरूपः

- **वाढती स्पर्धाः** स्पर्धकांद्वारे उत्पादन संघाची निर्मिती होणे,स्पर्धकांनी मोठयाप्रमाणावर जाहिराती करणे.स्पर्धकांनी नवी उत्पादनाची सुरूवात करणे,स्पर्धकांनी किंमतीत घट घडवून आणणे, स्पर्धकांद्वारे मोठयाप्रमाणावर रोजगाराच्या संधी निर्माण करणे. ही वाढती स्पर्धेची उदाहरणे आहेत.
- **श्रमिक अशांतताः** न्यायिकांतील अशांतता देखील विपणास प्रभावित करते.ही अशांतता औद्योगिक कलह,जास्त वेतनाची मागणी आणि अधिक आर्थिक फायदे यातून निर्माण होत असते.
- **सामाजिक बदलः** नोक—यांमध्ये आरक्षणाची मागणी, काम करणा—या महिलांच्या संख्येत वाढ, अधिक मोकळा वेळ यासारख्या सामाजिक बदलांचादेखील विपणन प्रक्रियेवर परिणाम होत असतो.
- **तांत्रिक बदलः** स्वयंचलन, संगणकीकरण, रिमोटवर ऑपरेट होणारे उच्च दर्जाचे उत्पादन तंत्रज्ञान या घटकांचा विपणनावर परिणाम घडून येतो.
- **फॅशनमधील बदलः** फॅशनमधील बदल म्हणजे ग्राहकांच्या प्राध्यान्यक्रमात व आवडी—निवडीमध्ये घडून येणारा बदल होय. हा देखील विपणन पर्यावरणाचा भाग आहे.

विपणन पर्यावरणात समाविष्ट असणारे घटक:

- **अंतर्गत पर्यावरण:** व्यवसाय संघटनेच्या अंतर्गत सिमेरेषेतील निर्णयांना व व्यूहरचनांना प्रभावित करणारे अनेक घटक असतात. या सर्व घटकांचा समावेश अंतर्गत पर्यावणात होतो.

- **मानवी संसाधने:** व्यवसायातील उत्पादन प्रक्रिया कार्यरत राहण्यासाठी मनुष्य संसाधनांची मोठया प्रमाणावर आवश्यकता असते.त्यामुळे व्यवसायाने आपल्या कामगारांची क्षमता व कौशल्य यांची वाढ घडवून आणण्यावर सतत भर दिला पाहिजे.
- **व्यवसायाची प्रतिष्ठा:** जो व्यवसाय प्रतिष्ठित मानला जातो, तेथील विपणन प्रक्रिया कार्यरम बनते. याउलट प्रतिष्ठा नसणा–या उद्योगास मात्र विपणन प्रक्रिया कार्यरत ठेवण्यात अडचणी येतात.
- **व्यवस्थापन संरचना:** पुर्वीच्या काळात, उद्योगाचे व्यवस्थापन हे एका विशिष्ट उद्योगाद्वारे केले जात होते. परंतू आजच्या काळात मात्र व्यवस्थापकीय मंडळामार्फत सर्व महत्वाचे निर्णय घेतले जातात.

विपणन पर्यावरणात समाविष्ट असणारे घटक:

- **भौतिक मालमत्ता:** भांडवलाचा मुबलक प्रमाणावर पुरवठा, उत्पादन क्षमतेची उच्च पातळी हे सर्व घटक भौतिक मालमतेवर आधारित असतात.भौतिक मालमता उपलब्ध असल्यावरच विपणन प्रक्रिया चांगल्याप्रकारे पार पाडता येत असते.
- **तांत्रिक श्रमता:** जो व्यवसाय तंत्रज्ञानाचा मोठयाप्रमाणावर वापर करतो.त्यास स्पर्धेत इतरांपेक्षा जास्त फायदा होतो. संशोधन आणि विकास व तांत्रिक क्षमता याद्वारे व्यवसायाची स्पर्धा क्षमता निर्धारित होते.
- **विपणन संसाधने:** हुशार विपणन व्यक्ती, चांगली प्रतवारी उत्कृष्ट विक्रि करणारे घटक हे व्यवसायाकडे जेवढया जास्त प्रमाणावर उपलब्ध असतील, व जेवढया चांगल्याप्रकारे त्यांचा वापर केला जाईल तेवढा त्या व्यवसायास फायदा होईल.
- **वितीय घटक:** भांडवल संरचना, वितीयस्थिती यांसारख्या घटकांद्वारे देखील व्यवासायाची कामगिरी प्रभावित होत असते.खाजगी व सार्वजनिक अशा दोन्ही प्रकारच्या व्यवसाय संस्थांचे अस्तित्व हे वित्तपुरवठ्यावर अवलंबन असते.