

“विपणन, समाज और नैतिक मूल्य”

डॉ. विशाल पुरोहित

सहायक प्राध्यापक, वाणिज्य
शासकीय महारानी लक्ष्मीबाई
स्नातकोत्तर कन्या महाविद्यालय,
किला भवन, इन्दौर

डॉ. धीरज शर्मा

सहायक प्राध्यापक, वाणिज्य
शासकीय महारानी लक्ष्मीबाई
स्नातकोत्तर कन्या महाविद्यालय,
किला भवन इन्दौर

संक्षेपिका

विपणन एक व्यवसायिक क्रिया होती है जिसके द्वारा वस्तुओं और सेवाओं का मुद्रा के बदले विनिमय किया जाता है। सामान्य शब्दों में वस्तुओं को खरीदना, बेचना विपणन कहलाता है किन्तु व्यापक अर्थ में विपणन के अंतर्गत वस्तुओं और सेवाओं के उत्पादन से पहले की क्रियाओं से लगाकर विक्रय के बाद तक की क्रियाएं शामिल की जाती हैं। विपणन में विज्ञापन, विक्रय कला, पैकिंग, अनुसंधान, रूचि और फैशन का समावेश किया जाता है। अमेरिकन मार्केटिंग एशोसिएशन के अनुसार “विपणन से तात्पर्य उन व्यवसायिक क्रियाओं के निष्पादन से है जो उत्पादक से उपभोक्ता या उपयोगकर्ता तक वस्तुओं और सेवाओं के प्रभाव को नियंत्रित करती है।”

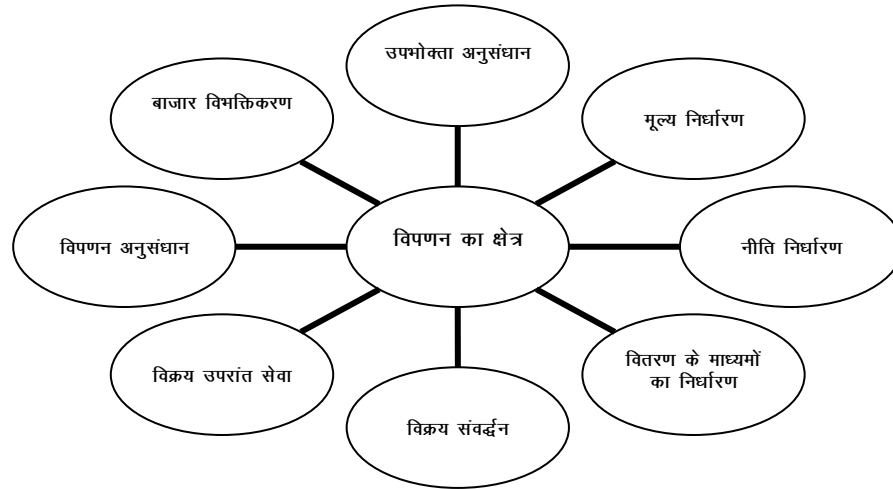
विपणन एक व्यवसायिक क्रिया होती है जिसके द्वारा वस्तुओं और सेवाओं का मुद्रा के बदले विनिमय किया जाता है। सामान्य शब्दों में वस्तुओं को खरीदना, बेचना विपणन कहलाता है किन्तु व्यापक अर्थ में विपणन के अंतर्गत वस्तुओं और सेवाओं के उत्पादन से पहले की क्रियाओं से लगाकर विक्रय के बाद तक की क्रियाएं शामिल की जाती हैं। विपणन में विज्ञापन, विक्रय कला, पैकिंग, अनुसंधान, रूचि और फैशन का समावेश किया जाता है। अमेरिकन मार्केटिंग एशोसिएशन के अनुसार “विपणन से तात्पर्य उन व्यवसायिक क्रियाओं के निष्पादन से है जो उत्पादक से उपभोक्ता या उपयोगकर्ता तक वस्तुओं और सेवाओं के प्रभाव को नियंत्रित करती है।” फिलिप पोटला के अनुसार “विपणन मानवीय क्रियाओं के उस समूह को कहते हैं जो विनिमय को सरल, उपयोगी और लाभप्रद बनाती है।”

विपणन की विशेषताएं —

1. विपणन वस्तुओं और सेवाओं का विक्रय है।

2. विपणन उपयोगिता का सृजन करता है।
3. विपणन समाज से निकट संबंध रखता है।
4. विपणन का संबंध उपभोक्ता की संतुष्टि से हैं
5. विपणन क्रियात्मक कार्य है।
6. विपणन आय का सृजन करता है।
7. विपणन का क्षेत्र अत्यंत व्यापक है।
8. विपणन व्यवसायिक प्रक्रिया और दर्शन है।

विपणन का क्षेत्र – समाज और राष्ट्र को विकसित करने का श्रेय विपणन को ही है। विपणन मानवीय आवश्यकताओं की संतुष्टि में महत्वपूर्ण भूमिका निभाता है। विपणन का क्षेत्र निम्न चित्र से समझा जा सकता है –



विपणन और समाज – वर्तमान में विपणन समाज के दृष्टिकोण से बहुत उपयोगी है क्योंकि विपणन के द्वारा समाज के विभिन्न वर्गों को वस्तुएं और सेवाएं प्रदान की जाती है। समाज में विभिन्न वर्ग इससे रोजगार प्राप्त करते हैं तथा सामाजिक रहन-सहन, उपभोक्ता संतुष्टि जीवन स्तर पर विपणन प्रभाव डालता है।

1. **ग्राहक संतुष्टि** – विपणन के समस्त निर्णय ग्राहकों को ध्यान में रखकर लिए जाते हैं। ग्राहक ही व्यापार में भगवान माना गया है और उसकी संतुष्टि सर्वोपरि है। ग्राहकों की फैशन रुचि और रहन-सहन को ध्यान में रखकर ही वस्तुओं का उत्पादन किया जाता है।
2. **रोजगार के अवसरों में वृद्धि** – विपणन में विज्ञापन, ब्राण्डिंग और ट्रेडमार्क आदि के कारण रोजगार के अवसर निरन्तर बढ़ते जा रहे हैं। भारत में रोजगार में लगे हुए व्यक्तियों का लगभग 30 प्रतिशत भाग विपणन क्षेत्र में है।

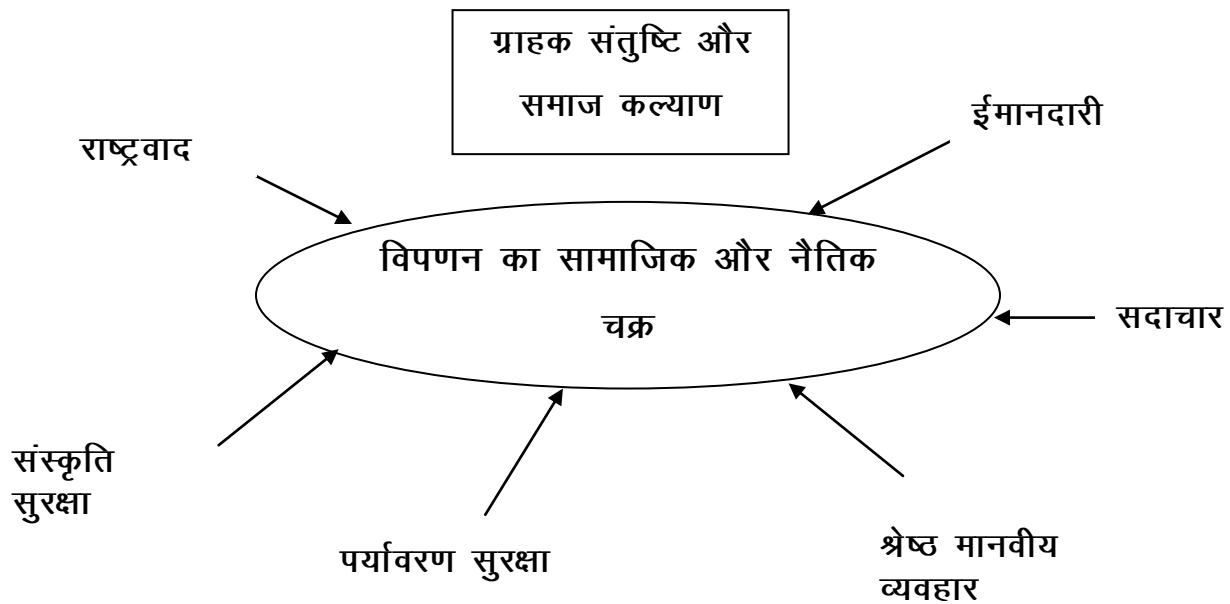
3. जीवन स्तर में वृद्धि – विपणन से समाज को रोजगार प्राप्त होता है तथा धन का बाजार में आवागमन होता है जिससे समाज का जीवन स्तर ऊँचा होता है।
4. समाज के ज्ञान में वृद्धि – विपणन से ग्राहक कई वस्तुओं को प्रचार और ब्राण्ड के माध्यम से जानता है, जिससे उसकी आवश्यकताएं संतुष्ट हो सके। इससे ग्राहक को चयन की सुविधा भी प्राप्त होती है। विभिन्न वस्तुओं में से सर्वश्रेष्ठ का चयन समाज कर सकता है जिससे उसकी आवश्यकताओं की संतुष्टि हो सके।

नैतिकता – नैतिकता एक वृहद् क्षेत्र है जिसमें व्यक्ति का आचार-विचार, रहन-सहन, मानीवय बिन्दू, सत्य, अहिंसा, पर्यावरण, मानवीय संवेदना आदि को शामिल कर सकते हैं। नित्य कार्यों में सत्य बोलना, सत्य का साथ देना, बेईमानी ना करना, किसी मनुष्य को बेवजह परेशान न करना, मानवीय रिश्तों को ध्यान में रखना एवं उसका सम्मान करना, राष्ट्र और समाज के हितों से खिलवाड़ न करना, सामाजिक रिति-रिवाजों को ध्यान में रखना, उन्हें सम्मान देना किन्तु रूढ़िवादिता और हटधर्मिता से बचना आदि विविध बिन्दुओं का सम्मिलित स्वरूप नैतिकता कहलाता है।

नैतिकता के अंतर्गत निम्न को शामिल किया जा सकता है जिसका संबंध विपणन से है –

1. सद्व्यवहार – विपणन में कर्मचारियों, ग्राहकों, अधिकारियों और अन्य सम्बन्धित समस्त वर्ग के बीच सद्व्यवहार की भावना होनी चाहिए। एक-दूसरे के प्रति सदाचारी और मानवीय व्यवहार होना चाहिए। वस्तु और सेवाओं के बेचने हेतु झूठ और मिथ्या प्रचार का सहारा नहीं लेना चाहिए।
2. पर्यावरण सुरक्षा – पर्यावरण को ध्यान में रखते हुए वस्तुओं और सेवाओं का विनिमय करना चाहिए। विपणन व्यर्थ प्रचार सामग्री का सही निष्पादन किया जाना चाहिए। प्रचार सामग्री अनुचित पदार्थों व पेन्ट से निर्मित नहीं होने चाहिए।
3. संस्कृति की सुरक्षा – विपणन सामग्री, प्रचार, विज्ञापन, विक्रय संवर्द्धन में अश्लीलता का प्रयोग नहीं होना चाहिए तथा अनुचित शब्दों का प्रयोग भी नहीं होना चाहिए।
4. मानवीय व्यवहार – विपणन में कार्यरत कर्मचारी, अधिनस्थ और मजदूर के साथ मानवीय व्यवहार किया जाना चाहिए।
5. मानवीय संवेदनाओं का ध्यान – किसी मन को ठेस लगाने वाला विज्ञापन और भ्रामक विज्ञापन नहीं होना चाहिए। मानीवय संवेदनाओं को ध्यान में रखना परमावश्यक है।
6. धार्मिक असहिष्णुता फैलाने वाला विज्ञापन न हो तथा धर्म विशेष की भावना को ठेस न पहुँचे।

निष्कर्ष – उपरोक्त के आधार पर यह कहा जा सकता है कि विपणन और समाज का संबंध नैतिकता पर आधारित है। नैतिकता जो नीति का ज्ञान कराए। अतः समाज के हित, राष्ट्र के हित, संस्कृतिवाद, समाजवाद, सभ्यता, ईमानदारी, सदाचार आदि विविध गुणों को ध्यान में रखकर विपणन कार्य किया जाए तो न केवल समाज को लाभ होगा बल्कि व्यापारी को भी लाभ होगा और व्यवसाय का सर्वोपरि उद्देश्य 'ग्राहक संतुष्टि' पूर्ण हो सकेगा।



संदर्भ –

1. व्यवसाय प्रबंध के सिद्धांत (डॉ. आर. सी. गुप्ता)
- 2- Organizational Behaviour (Dr. Gaurav Sankalp and Shalini Agrawal)
3. अंतर्राष्ट्रीय विपणन (डॉ. एम. सहाय)
4. संगठनात्मक व्यवहार (सुधा मिश्रा व पाण्डे)
5. दैनिक भास्कर।