B.COM (D-II)
Marketing Honours, Paper-IV

TOPIC - Meaning and Need of International Marketing

By. Dr. S.K. Singh
Dept. of Commerce
R.N. College, Pandaul

अन्तर्राष्ट्रीय विपणन से आशय उन समस्त विपणन क्रियाओं से है, जिन्हें अन्तर्राष्ट्रीय स्तर पर सम्पन्न किया जाता है। अन्तर्राष्ट्रीय विपणन भौतिक वस्तुओं के विक्रय के साथ-साथ सेवा उपलब्धि, ग्राहक सन्तुष्टी, पर्यटन, विदेशी सहायकों की नियुक्ति, विदेशी बाजारों के सांस्कृतिक तथा व्यवहारवादी पहलुओं इत्यादि से सम्बन्धित होता है।

अन्तर्राष्ट्रीय विपणन के संदर्भ में हैरोल्ड बर्सन साहब का यह कहना है कि, "अन्तर्राष्ट्रीय विपणन, बहुराष्ट्रीय कार्यक्रमों के निर्धारण और राष्ट्रीय कार्यक्रमों की श्रृंखलाओं को विदेशों में उत्पाद और सेवा के उपभोग की सम्भावनाओं के साथ समन्वय करने की प्रक्रिया है।"

उपरोक्त तथ्यों से यह स्पष्ट होता है कि,

(i) अन्तर्राष्ट्रीय विपणन, अन्तर्राष्ट्रीय स्तर पर विपणन के लिए कार्यक्रम निर्धारण करने की एक प्रक्रिया है।

(ii) अन्तर्राष्ट्रीय विपणन, राष्ट्रीय कार्यक्रमों की श्रृंखलाओं को अन्य राष्ट्रों में विद्यमान विपणन ~~सम्भाव~~ सम्भावनाओं के साथ समन्वित करने की प्रक्रिया है।

Scanned with CamScanner

अन्तर्राष्ट्रीय विपणन की आवश्यकता

अन्तर्राष्ट्रीय विपणन की आवश्यकता को निम्न बिन्दुओं से स्पष्ट किया जा सकता है:-

(i) अन्तर्राष्ट्रीय विपणन संस्थाओं को इस बात का अवसर प्रदान करता है कि वे अपनी पूर्ण क्षमता का उपयोग करते हुए उत्पादन करें।

(ii) बढ़ती हुई माँग और कम श्रमिक को ध्यान में रखते हुए विश्व के अधिकांश राष्ट्र आर्थिक प्रगति की ओर तेजी से कदम बढ़ा ~~रहे हैं~~ रहे हैं। बढ़ती हुई माँग एवं कम श्रमिक की विद्यमानता ने अन्तर्राष्ट्रीय विपणन के लिए स्वर्णिम अवसर उपलब्ध कर दिये हैं।

(iii) अन्तर्राष्ट्रीय विपणन की आवश्यकता के पीछे एक प्रमुख कारण उत्पाद अप्रचलनता भी है। व्यवहार में यह देखा गया है कि प्रगतिशील राष्ट्रों में जो उत्पाद अप्रचलनता की अवस्था पर पहुँचने लगते हैं, उन्हें पिछड़े एवं अल्प विकसित राष्ट्रों के बाजारों में आसानी से बेचा जा सकता है।

आई