

अन्तर्राष्ट्रीय विपणन अनुसन्धान के तत्व (Elements of International Marketing)

अन्तर्राष्ट्रीय विपणन अनुसन्धान का क्षेत्र अत्यन्त व्यापक है। वास्तव में यह उत्पन्न समस्याओं के समाधान खोजने एवं उन्हें प्रस्तुत करने का प्रयास करता है। अन्तर्राष्ट्रीय विपणन सर्वेक्षण की प्रकृति एवं उत्पन्न समस्याओं को सरलतापूर्वक समझने के लिए हमें इसके विभिन्न तत्वों का अवलोकन करना होगा, जिनमें से कुछ महत्वपूर्ण इस प्रकार हैं:-

(1) पथस्थित विश्लेषण - अन्तर्राष्ट्रीय विपणन अनुसन्धान का यह एक बुनियादी तत्व है। यह उन पहलुओं पर बल देता है कि विपणन के क्षेत्र में उत्पन्न समस्याओं के समाधान हेतु लिए जाने वाले निर्णय का पथस्थित विश्लेषण अभाव है। विश्व के अधिकांश राष्ट्रों के उद्यमी भावनात्मक प्रतिक्रियाओं तथा परम्पराओं से प्रभावित होकर निर्णय लेते हैं, जिसे उचित नहीं समझा जा सकता। यही कारण है कि अनुसन्धान हेतु कमबलू विश्लेषण पर बल दिया गया।

(2) ग्राहक सूचनाएँ - अन्तर्राष्ट्रीय विपणन अनुसन्धान का दूसरा महत्वपूर्ण तत्व ग्राहकों से उनके बारे में ज्ञान की गई जानकारी होती है। ग्राहकों से सूचनाएँ प्राप्त करना एक कठिन समस्या है, अतः इस समस्या पर विशेष ध्यान दिया जाना आवश्यक है। ग्राहकों से प्राप्त जानकारी जितनी पूर्ण समग्रानुकूल एवं सही होगी, विश्व विपणन में व्यापार को उतनी ही अधिक सफलता प्राप्त होगी।

(3) सांख्यिकी समंक - अन्तर्राष्ट्रीय विपणन अनुसन्धान का यह तीसरा महत्वपूर्ण तत्व है जो आर्थिक धरकों से प्रभावित होता है। अन्तर्राष्ट्रीय विपणन को चरम सीमा तक पहुँचाने में सांख्यिकी समंक अपनी महत्वपूर्ण भूमिका अदा करता है। यदि सही (वास्तविक) सांख्यिकी समंक पर्याप्त मात्रा में उपलब्ध हो जाते हैं तो विपणन अनुसन्धानकर्ताओं को काफी आसानी रहती है।

(4) क्रियाशील अर्थव्यवस्था - क्रियाशील अर्थव्यवस्थाओं के विकास का स्तर भी विपणन अनुसन्धान को प्रभावित करता है जो विपणन अनुसन्धान पर किए जाने वाले चर्च की मात्रा को प्रभावित करता है। अपेक्षित अनुसन्धान के लिए उपरोक्त तत्वों पर ध्यान देना परम आवश्यक है।

अन्तर्राष्ट्रीय विपणन अनुसन्धान के समय कुछ विशिष्ट समस्याएँ भी उत्पन्न होती हैं, जिनका पूर्वालोकन करना आवश्यक समझा जाता है।

- (1) अनुसन्धान के साधनों एवं स्त्रोतों के चर्च की समस्या
- (2) प्रकाशित सूचनाओं के मूल्यांकन की समस्या
- (3) भाषा एवं शब्दावली की समस्या
- (4) सांस्कृतिक एवं परम्पराओं में भिन्नता की समस्या।

भाई