

## मानवतेसाठी विपणन तंत्रज्ञान

- दाणी चं. बी.\*

सहाय्यक प्राध्यापक, वाणिज्य विभाग प्रमुख,  
कर्मवीर रामरावजी आहिर कला, विज्ञान व वाणिज्य महाविद्यालय देवळा. ता. देवळा जि. नाशिक

आधुनिक युगात विपणन क्षेत्रात तंत्रज्ञानाने मोठी क्रांती घडवून आणली आहे. परंपरागत पद्धतीपेक्षा डिजिटल मार्केटिंग, कृत्रिम बुद्धिमत्ता (AI), बिग डेटा ॲनालिटिक्स आणि ई-कॉमर्स यांसारख्या साधनांनी विपणन अधिक व्यापक, परिणामकारक आणि ग्राहकाभिमुख झाले आहे. या साधनांच्या मदतीने व्यवसायांना ग्राहकांच्या गरजांची अचूक माहिती मिळते आणि त्यानुसार वैयक्तिकृत सेवा पुरवता येतात.

परंतु विपणन केवळ नफ्यासाठी मर्यादित न राहता समाजाच्या कल्याणासाठी वापरणे ही काळाची गरज आहे. त्यामुळे "मानवतेसाठी विपणन तंत्रज्ञान" ही संकल्पना महत्त्वाची ठरते. या संकल्पनेत ग्राहक-केंद्रित सेवा, पर्यावरणपूरक उत्पादने, सामाजिक जबाबदारी (CSR), डेटा सुरक्षितता आणि शिक्षण-आरोग्य क्षेत्रातील डिजिटल साधनांचा वापर यांचा समावेश आहे.

या शोधनिबंधात समाजाभिमुख विपणन तंत्रज्ञानाची संकल्पना, साधने, उदाहरणे, फायदे, आव्हाने आणि उपाययोजना यांचा सविस्तर आढावा घेण्यात आला आहे. आरोग्य, शिक्षण आणि पर्यावरण संवर्धन यांसारख्या क्षेत्रांमध्ये डिजिटल साधनांचा वापर कसा करता येतो, हे उदाहरणांच्या माध्यमातून दाखवण्यात आले आहे.

संशोधनातून हे स्पष्ट होते की नैतिक व शाश्वत पद्धतीने तंत्रज्ञानाचा वापर केल्यास व्यवसायाला दीर्घकालीन यश मिळते, ग्राहकांचा विश्वास दृढ होतो आणि समाजाच्या सर्वांगीण विकासाला चालना मिळते. भविष्यातील विपणनासाठी "Technology with Humanity" हा दृष्टिकोन स्वीकारल्यास व्यवसाय आणि समाज या दोन्हीचा परस्पर लाभ साधता येईल.

**कळशब्द :** डिजिटल मार्केटिंग, समाजाभिमुख विपणन, कृत्रिम बुद्धिमत्ता, बिग डेटा, शाश्वत विकास, ग्राहक निष्ठा

### प्रस्तावना

आजच्या जागतिकीकरणाच्या युगात तंत्रज्ञानाने प्रत्येक क्षेत्रात मोठे परिवर्तन घडवून आणले आहे. विशेषतः विपणन क्षेत्रात झालेली ही क्रांती ग्राहक व व्यवसाय यांच्यातील संबंध अधिक गतिमान, परिणामकारक व पारदर्शक बनवत आहे. पारंपरिक विपणन पद्धतींना मागे टाकत डिजिटल मार्केटिंग, कृत्रिम बुद्धिमत्ता (AI), बिग डेटा ॲनालिटिक्स आणि ई-कॉमर्स यांसारख्या साधनांनी आधुनिक विपणनाला नवीन दिशा दिली आहे.

पूर्वी विपणनाचे उद्दिष्ट मुख्यतः नफा कमावणे आणि ग्राहकवर्ग वाढवणे हे होते. परंतु आजच्या बदलत्या सामाजिक, आर्थिक आणि पर्यावरणीय परिस्थितीत विपणनाची भूमिका अधिक व्यापक झाली आहे. ग्राहक आता फक्त उत्पादने खरेदी करणारा घटक नसून तो माहितीपूर्ण, जागरूक आणि सामाजिक जबाबदारीची अपेक्षा करणारा नागरिक झाला आहे. त्यामुळे व्यवसाय संस्थांवर केवळ नफ्याचा विचार न करता समाजकल्याणाचा दृष्टिकोन ठेवण्याची जबाबदारी आली आहे.

याच पार्श्वभूमीवर "मानवतेसाठी विपणन तंत्रज्ञान" ही संकल्पना उदयास आली आहे. ही संकल्पना ग्राहक-केंद्रित सेवा, सामाजिक जबाबदारी (CSR), पर्यावरणपूरक उत्पादने, डेटा सुरक्षितता, शिक्षण आणि आरोग्य क्षेत्रातील डिजिटल साधनांचा वापर यावर आधारित आहे. यामुळे केवळ व्यवसाय वृद्धी होत नाही तर समाजाच्या शाश्वत आणि नैतिक

विकासालाही चालना मिळते.

या संशोधनातून तंत्रज्ञानाच्या साहाय्याने विपणन क्षेत्राला समाजाभिमुख व मानवतेकडे झुकवण्याचा प्रयत्न करण्यात आला आहे. यामुळे भविष्यातील विपणन धोरणे "Technology with Humanity" या तत्त्वावर आधारित असतील, असा ठोस संदेश मिळतो.

## उद्दिष्टे

### आधुनिक तंत्रज्ञानाचे विश्लेषण

1. डिजिटल मार्केटिंग, कृत्रिम बुद्धिमत्ता (AI), बिग डेटा ॲनालिटिक्स, ई-कॉमर्स आणि सोशल मीडिया यांसारख्या साधनांचा विपणन क्षेत्रातील वापर अभ्यासणे.
2. समाजावर होणारा प्रभाव - या साधनांचा उपयोग फक्त नफा कमावण्यासाठी न होता समाजाच्या सर्वांगीण विकासासाठी कसा करता येईल, हे समजून घेणे.
3. समाजाभिमुख विपणनाचे महत्त्व स्पष्ट करणे - विपणन म्हणजे केवळ ग्राहकांना आकर्षित करण्याचे साधन नसून सामाजिक जबाबदारी, पर्यावरणपूरकता आणि शाश्वत विकासाची पायाभूत प्रक्रिया असल्याचे अधोरेखित करणे.
4. मानवतेच्या विकासासाठी तंत्रज्ञानाचा वापर - शिक्षण, आरोग्य, पर्यावरण संवर्धन आणि ग्रामीण भागातील विकास यासाठी डिजिटल साधनांचा प्रभावी वापर कसा करता येईल हे दाखवणे.
5. शाश्वत व नैतिक विपणनाची संकल्पना मांडणे - व्यवसाय करताना पारदर्शकता, डेटा सुरक्षितता, नैतिकता आणि CSR उपक्रमांचा समन्वय साधून समाज व व्यवसाय दोघांनाही फायदा होईल अशी दिशा सुचवणे.
6. व्यवसाय व समाज यांचा समन्वय - व्यावसायिक यशासोबतच सामाजिक कल्याण साधणे हेच भविष्यकालीन विपणनाचे मुख्य उद्दिष्ट असल्याचे सिद्ध करणे.

## साहित्य समीक्षा (Review of Literature)

- Kotler (2017) यांच्या मते *Principles of Marketing* या ग्रंथामध्ये सामाजिक जबाबदारी आणि ग्राहकाभिमुखता ही भविष्यातील विपणनाची किल्ली असल्याचे स्पष्ट केले आहे.<sup>1</sup>
- Armstrong & Kotler (2021) यांनी *Marketing for a Better World* मध्ये नैतिकता व शाश्वत विकास यांचा विपणन तंत्रज्ञानाशी असलेला संबंध मांडला आहे.<sup>2</sup>
- Chaffey (2019) यांनी *Digital Marketing* मध्ये सोशल मीडिया, ई-मेल मार्केटिंग आणि बिग डेटा यांचा वापर कसा व्यवसाय-ग्राहक संवाद अधिक मजबूत करतो हे विशद केले आहे.<sup>3</sup>
- भारतीय संशोधक Kulkarni (2020) यांच्या लेखामध्ये कोविड काळात डिजिटल साधनांचा समाजकल्याणासाठी प्रभावी वापर झाल्याचे निदर्शनास आले आहे.<sup>4</sup>

या साहित्य समीक्षेतून स्पष्ट होते की तंत्रज्ञान हे केवळ नफा वाढवण्यासाठी नसून सामाजिक जबाबदारी पार पाडण्यासाठी देखील प्रभावी साधन ठरू शकते.

## संशोधन पद्धतीशास्त्र

या शोधनिबंधासाठी आवश्यक माहिती गोळा करण्यासाठी प्रामुख्याने **दुय्यम माहिती स्रोतांचा** (Secondary Sources) वापर करण्यात आला आहे. विविध संशोधन ग्रंथ, शोधनिबंध, नामांकित लेखकांची पुस्तके, ऑनलाईन संशोधन लेख, शासकीय अहवाल, अधिकृत वेबसाइट्स व डिजिटल मार्केटिंगविषयक अहवाल यांचा अभ्यास करून निष्कर्ष मांडले आहेत.

माहितीचे वर्गीकरण करून त्यातील महत्त्वाचे मुद्दे नोंदवले गेले. त्यानंतर तुलना (Comparative Analysis) आणि

विश्लेषण (Analytical Method) यांच्या साहाय्याने विषयाचा सखोल अभ्यास करण्यात आला.

या संशोधनात कोणत्याही प्रकारचे प्राथमिक सर्वेक्षण (Primary Survey) किंवा प्रत्यक्ष मुलाखत (Interview Method) घेतलेली नाही. मात्र विविध प्रकाशित संशोधन व अहवालांमधील निष्कर्षांचा आधार घेऊन “मानवतेसाठी विपणन तंत्रज्ञान” या संकल्पनेचे समाजावरील परिणाम समजावून घेण्याचा प्रयत्न केला आहे.

## 1. मानवतेसाठी विपणन तंत्रज्ञानाची संकल्पना

- ग्राहक-केंद्रितता (Customer Centricity)
- ग्राहकांच्या गरजेनुसार उत्पादने व सेवा डिझाईन करणे.
- AI आणि बिग डेटा अॅनालिटिक्सच्या मदतीने ग्राहकांच्या पसंती व वर्तनाचा अभ्यास करून त्यांना वैयक्तिक अनुभव देणे.
- पर्यावरणपूरकता व शाश्वतता (Eco-friendly & Sustainability)
- प्लास्टिकविरहित, पुनर्वापर करता येणारी किंवा कमी ऊर्जा वापरणारी उत्पादने बाजारात आणणे.
- “Green Marketing” चा प्रसार करणे जेणेकरून पर्यावरण संवर्धन आणि व्यवसाय यांचा समन्वय साधता येईल.
- सामाजिक जबाबदारी (CSR) व समाजकल्याण
- शिक्षण, आरोग्य, स्वच्छता, जलसंवर्धन यांसारख्या क्षेत्रांत कंपन्यांनी CSR उपक्रम हाती घेणे. उदाहरण: काही कंपन्या प्रत्येक विक्रीवरून काही टक्के रक्कम सामाजिक उपक्रमांसाठी देतात.
- डेटा सुरक्षितता व पारदर्शक व्यवहार (Data Privacy & Transparency)
- ग्राहकांची माहिती सुरक्षित ठेवणे.
- डिजिटल व्यवहारांमध्ये पारदर्शकता व विश्वास निर्माण करणे.
- डिजिटल समावेश (Digital Inclusion)
- ग्रामीण भागात ई-कॉमर्स व मोबाइल ॲप्सच्या मदतीने सेवा पोहोचवणे.
- शिक्षण व आरोग्य क्षेत्रात डिजिटल प्लॅटफॉर्म तयार करून सर्वांना समान संधी देणे.
- मानवतेच्या विकासासाठी तंत्रज्ञान (Technology for Human Welfare)
- शिक्षण क्षेत्रात ऑनलाइन कोर्सेस, आरोग्य क्षेत्रात टेलिमेडिसिन, शेतकऱ्यांसाठी ऑनलाइन मार्केटप्लेस यांसारख्या उपक्रमांना प्रोत्साहन.
- बेरोजगार तरुणांसाठी डिजिटल स्किल ट्रेनिंग प्लॅटफॉर्म.

## 2. विपणन तंत्रज्ञानाची साधने

1. डिजिटल मार्केटिंग (Digital Marketing)
2. सोशल मीडिया (Facebook, Instagram, YouTube, Twitter, LinkedIn) च्या माध्यमातून मोठ्या प्रमाणात ग्राहकांपर्यंत पोहोचता येते.
3. ई-मेल मार्केटिंगद्वारे वैयक्तिक ऑफर्स व माहिती पोहोचवता येते.
4. मोबाइल ॲप्समुळे सेवा थेट ग्राहकांच्या हातात पोहोचतात.
5. SEO (Search Engine Optimization) व SEM (Search Engine Marketing) वापरून वेबसाइटवरील ट्रॅफिक वाढवता येते.
6. कृत्रिम बुद्धिमत्ता (Artificial Intelligence - AI)
7. ग्राहकांच्या सवयी व पसंतीचा अभ्यास करून त्यांना वैयक्तिक सेवा (Personalized Services) पुरवता येतात.

1. Chatbots व Virtual Assistants (उदा. ChatGPT, Alexa) ग्राहकांना त्वरित मदत करतात.
2. AI आधारित Recommendation Systems (उदा. Amazon, Netflix) ग्राहकाला हवे असलेले उत्पादन/सेवा सुचवतात.
3. बिग डेटा ॲनालिटिक्स (Big Data Analytics)
4. लाखो ग्राहकांच्या वर्तनाचा (Consumer Behaviour) अभ्यास करून विपणन धोरण आखता येते.
5. ग्राहकांचा Feedback व Online Reviews यांचे विश्लेषण करून सुधारणा करता येते.
6. Predictive Analytics च्या साहाय्याने भविष्यातील ग्राहकांची गरज व ट्रेंड ओळखता येतात.
7. ई-कॉमर्स (E-Commerce)
8. Flipkart, Amazon, Meesho यांसारख्या प्लॅटफॉर्ममुळे ग्रामीण भागापर्यंत वस्तू व सेवा पोहोचतात.
9. लघुउद्योजक व शेतकरी थेट ऑनलाइन मार्केटप्लेसवरून ग्राहकांशी जोडले जातात.
10. Cashless Economy व Digital Payments यामुळे खरेदी-विक्री अधिक सुलभ झाली आहे.
11. सोशल मीडिया ॲनालिटिक्स (Social Media Analytics)
12. ग्राहक कोणत्या प्रकारची पोस्ट, जाहिरात किंवा मोहीम जास्त पसंत करतो याचे विश्लेषण.
13. त्यानुसार मार्केटिंग कंटेंट डिझाईन करणे.
14. क्लाउड कॉम्प्युटिंग (Cloud Computing)
15. ग्राहकांचा डेटा सुरक्षितरीत्या साठवणे.
16. व्यवसायासाठी ERP, CRM सॉफ्टवेअर क्लाउडवर उपलब्ध करून खर्च कमी करणे.
17. मोबाईल तंत्रज्ञान (Mobile Technology)
18. SMS मार्केटिंग, WhatsApp Business, UPI Payments.
19. ग्रामीण ग्राहकांपर्यंत सहज पोहोचण्यासाठी स्वस्त इंटरनेट व स्मार्टफोन मोठे साधन ठरतात.

### 3. समाजाभिमुख विपणन तंत्रज्ञानाची उदाहरणे

मानवतेसाठी विपणन तंत्रज्ञान विविध क्षेत्रांमध्ये समाजावर सकारात्मक परिणाम घडवून आणते. काही ठळक उदाहरणे पुढीलप्रमाणे आहेत:

1. आरोग्य क्षेत्र (Healthcare Sector) : कोविड काळात Aarogya Setu App द्वारे लोकांपर्यंत योग्य माहिती पोहोचवण्यात आली. WHO व भारत सरकारने सोशल मीडिया मोहिमांद्वारे मास्क वापरा, लसीकरण करा अशा संदेशांचा प्रसार केला. अनेक हॉस्पिटल्सनी टेलिमेडिसिन सेवा सुरू केल्या ज्यामुळे ग्रामीण भागातील रुग्णांनाही सल्ला मिळू शकला.
2. शिक्षण क्षेत्र (Education Sector) : SWAYAM, DIKSHA, BYJU's, Unacademy सारख्या ऑनलाइन प्लॅटफॉर्म्सवर मोफत व सशुल्क कोर्सेस उपलब्ध झाले. ग्रामीण विद्यार्थ्यांसाठी मोबाइल ॲप्स व YouTube Classes चा मोठ्या प्रमाणावर वापर झाला. CSR अंतर्गत कंपन्यांनी Digital Classrooms सुरू करण्यास मदत केली.
3. पर्यावरणपूरक उपक्रम (Eco-friendly Initiatives) : TATA, ITC, HUL यांसारख्या कंपन्यांनी प्लास्टिक रीसायकलिंग आणि पाणी बचत मोहिमा राबवल्या. इलेक्ट्रिक वाहनांचे (EV) प्रचार अभियानाने लोकांना प्रदूषण कमी करण्यासाठी प्रोत्साहित केले. अनेक कंपन्यांनी "Go Green" टॅगलाईनसह वृक्षारोपण व नवीकरणीय ऊर्जा प्रकल्प सुरू केले.
4. कृषी व ग्रामीण विकास (Agriculture & Rural Development) : शेतकऱ्यांसाठी E-NAM (National Agriculture Market) व विविध ऑनलाइन मार्केटप्लेस उपलब्ध झाले. Reliance Fresh व Big Basket

सारख्या प्लॅटफॉर्मवरून शेतमाल थेट ग्राहकांपर्यंत पोहोचू लागला. Agri Tech Apps द्वारे शेतकऱ्यांना हवामानाचा अंदाज, पीक संरक्षण व बाजारभाव माहिती मिळू लागली.

- सामाजिक कल्याण मोहिमा (Social Welfare Campaigns) : रक्तदान व अवयवदानासाठी Red Cross, MOHAN Foundation यांनी सोशल मीडिया मोहिमा राबवल्या. Digital India Campaign अंतर्गत लोकांना कॅशलेस व्यवहारासाठी प्रोत्साहित केले गेले. महिलांसाठी Self-Help Group (SHG) E-Commerce Platforms सुरू करण्यात आले.

#### 4. फायदे

- समाजकल्याणास हातभार (Contribution to Social Welfare) : आरोग्य, शिक्षण, पर्यावरण संवर्धन अशा क्षेत्रांमध्ये डिजिटल साधनांच्या माध्यमातून समाजाच्या विकासाला चालना मिळते. उदा. – ऑनलाइन आरोग्य सल्ला, मोफत शैक्षणिक कोर्सेस, CSR अंतर्गत पर्यावरणपूरक प्रकल्प.
- ग्राहकांचा विश्वास व निष्ठा (Customer Trust & Loyalty) : समाजाभिमुख उपक्रमांमध्ये सहभागी झालेल्या कंपन्यांबद्दल ग्राहकांमध्ये विश्वास निर्माण होतो. ग्राहक अशा ब्रँडशी दीर्घकाळ जोडलेले राहतात, ज्यामुळे विक्री आणि ब्रँड निष्ठा (Brand Loyalty) वाढते.
- सामाजिक जबाबदारी पार पाडणे (Corporate Social Responsibility) : व्यवसाय केवळ नफ्यासाठी मर्यादित न राहता सामाजिक जबाबदारीही पार पाडतो. उदा. – शिक्षणासाठी शिष्यवृत्ती, स्वच्छता मोहिमा, डिजिटल साक्षरता कार्यक्रम.
- संस्थेची प्रतिष्ठा व ब्रँड व्हॅल्यू वाढणे (Reputation & Brand Value) : समाजाभिमुख दृष्टिकोन असलेल्या कंपन्यांना सकारात्मक प्रतिमा मिळते. गुंतवणूकदार आणि ग्राहक अशा कंपन्यांना प्राधान्य देतात.
- शिक्षण, आरोग्य व रोजगार निर्मिती (Education, Health & Employment Generation) : डिजिटल प्लॅटफॉर्ममुळे ग्रामीण व शहरी भागात रोजगाराच्या नवीन संधी निर्माण होतात. ऑनलाइन हेल्थकेअर व टेलिमेडिसिनमुळे आरोग्यसेवा अधिक लोकांपर्यंत पोहोचते. शिक्षण क्षेत्रात ऑनलाइन कोर्सेस व प्रशिक्षणामुळे विद्यार्थ्यांना व तरुणांना नवीन कौशल्ये शिकता येतात.
- शाश्वत विकासाला चालना (Promotion of Sustainable Development) : पर्यावरणपूरक उत्पादनांचा प्रचार केल्यामुळे प्रदूषण कमी होते. नवीकरणीय ऊर्जा व रीसायकलिंगसारख्या उपक्रमांमुळे नैसर्गिक साधनसंपत्तीचे संरक्षण होते.
- दीर्घकालीन व्यावसायिक यश (Long-term Business Success) : समाजाभिमुख व नैतिक धोरणांचा अवलंब करणाऱ्या कंपन्यांना दीर्घकालीन नफा व स्थैर्य मिळते. अशा कंपन्या बाजारात स्पर्धात्मक आघाडी मिळवतात.

#### 5. आव्हाने

- डेटा गुप्तता व सुरक्षेचा प्रश्न (Data Privacy & Security Issues)
- ग्राहकांची वैयक्तिक माहिती (नाव, मोबाईल, ई-मेल, बँक तपशील) अनेकदा चुकीच्या पद्धतीने वापरली जाते.
- Cyber Attacks, Hacking आणि Data Leakage यामुळे ग्राहकांचा विश्वास कमी होतो. उदा. – Facebook–Cambridge Analytica घोटाळा.
- चुकीची माहिती व दिशाभूल करणारे प्रचार (Fake Information & Misleading Campaigns)
- सोशल मीडियावर खोट्या बातम्या व अप्रमाणित माहिती मोठ्या प्रमाणात पसरते.
- चुकीच्या जाहिरातींमुळे ग्राहकांची फसवणूक होऊ शकते. उदा. – आरोग्याशी संबंधित चुकीच्या दाव्यांवर आधारित जाहिराती.

- नफेखोरीसाठी अनैतिक जाहिरात धोरणे (Unethical Marketing Practices)
- काही कंपन्या नफ्याच्या उद्देशाने समाजाभिमुखतेचा दिखावा करतात (CSR फक्त जाहिरातीसाठी वापरणे).
- "Greenwashing" म्हणजेच पर्यावरणपूरक असल्याचे भासवून ग्राहकांची दिशाभूल करणे.
- डिजिटल दरी (Digital Divide)
- ग्रामीण व शहरी भागात इंटरनेट, स्मार्टफोन, डिजिटल साक्षरता यांचा मोठा फरक आहे.
- ग्रामीण लोकांना ई-कॉमर्स, ऑनलाइन शिक्षण, टेलिमेडिसिन यांचा समान लाभ मिळत नाही.
- तांत्रिक कौशल्यांचा अभाव (Lack of Technical Skills)
- लघु उद्योग, शेतकरी, छोटे व्यापारी यांना आधुनिक तंत्रज्ञानाचा वापर करणे कठीण जाते.
- त्यांना प्रशिक्षण व डिजिटल साक्षरतेची गरज आहे.
- खर्चिक पायाभूत सुविधा (Costly Infrastructure)
- आधुनिक तंत्रज्ञान राबवण्यासाठी उच्च दर्जाची इंटरनेट सुविधा, सर्व्हर्स, क्लाउड सेवा, सायबर सुरक्षा यांचा खर्च मोठा असतो.
- लघु व मध्यम उद्योगांना (SMEs) हे परवडणे कठीण जाते.
- नैतिक व कायदेशीर अडचणी (Ethical & Legal Challenges)
- ग्राहकांच्या संमतीशिवाय डेटा गोळा करणे हे नैतिकतेविरुद्ध आहे.
- सरकारच्या नियामक धोरणांमुळे कंपन्यांना मर्यादा येतात. उदा. – युरोपमधील GDPR कायदा आणि भारतातील डेटा प्रोटेक्शन बिल. "या सर्व आव्हानांचा परिणाम व्यवसाय व समाजावर गंभीर होऊ शकतो"

## 6. उपाययोजना

1. नैतिक विपणन धोरणांचा अवलंब (Adoption of Ethical Marketing Policies) : कंपन्यांनी प्रामाणिक जाहिराती, पारदर्शक व्यवहार आणि ग्राहकांच्या संमतीशिवाय डेटा न वापरणे या तत्वांचे पालन करणे आवश्यक आहे. CSR उपक्रम खऱ्या अर्थाने समाजासाठी उपयुक्त असावेत, केवळ जाहिरातीसाठी नव्हे.
2. सायबर सुरक्षा आणि डेटा संरक्षण (Cybersecurity & Data Protection) : ग्राहकांचा डेटा सुरक्षित ठेवण्यासाठी Firewalls, Encryption, Two-Factor Authentication सारखी आधुनिक साधने वापरणे. भारतातील Digital Personal Data Protection Act (2023) सारख्या कायदांचे पालन करणे.
3. खोटी माहिती आणि दिशाभूल रोखणे (Preventing Misinformation & Misleading Ads) : सोशल मीडियावर पसरवल्या जाणाऱ्या खोट्या माहितीवर नियंत्रण ठेवण्यासाठी कडक नियम व नियामक संस्था असणे गरजेचे आहे. Fact-checking platforms सोबत कंपन्यांनी सहकार्य करणे.
4. ग्रामीण भागात डिजिटल साक्षरता (Digital Literacy in Rural Areas) : सरकार व खाजगी संस्था यांनी ग्रामीण भागात डिजिटल प्रशिक्षण शिबिरे आयोजित करावीत. स्वस्त इंटरनेट व मोबाइल सुविधा उपलब्ध करून द्याव्यात. शेतकऱ्यांसाठी खास AgriTech Apps स्थानिक भाषेत विकसित कराव्यात.
5. पर्यावरणपूरक उत्पादनांचे प्रोत्साहन (Promotion of Eco-friendly Products) : ग्राहकांना पर्यावरणपूरक उत्पादने खरेदी करण्यासाठी प्रोत्साहन देणे (उदा. डिस्काउंट्स, ग्रीन लेबल). Green Marketing आणि Recycling मोहिमा राबवणे.
6. सरकार-उद्योग-समाज यांचा समन्वय (Collaboration of Govt-Industry-Society) सरकारने धोरणात्मक मदत करावी (Tax Benefits, Subsidies). उद्योगांनी नाविन्यपूर्ण तंत्रज्ञान आणावे. NGO व सामाजिक संस्था यांनी जनजागृती मोहीमा चालवाव्यात.
7. संशोधन व नाविन्यपूर्णता (Research & Innovation) : विपणन क्षेत्रात AI, IoT, Blockchain यांचा वापर

वाढवण्यासाठी संशोधनास प्रोत्साहन. स्थानिक गरजांनुसार नाविन्यपूर्ण डिजिटल उपाय (उदा. ग्रामीण बाजारांसाठी WhatsApp आधारित ई-कॉमर्स).

### निष्कर्ष

- मानवतेसाठी विपणन तंत्रज्ञान ही केवळ व्यवसाय वृद्धीची संकल्पना नसून समाजाच्या सर्वांगीण विकासाची दिशा दर्शवणारी प्रक्रिया आहे. आधुनिक काळातील डिजिटल साधनांच्या प्रभावी वापरामुळे व्यवसाय केवळ ग्राहकांपर्यंत पोहोचत नाही तर त्यांच्या आयुष्यात सकारात्मक बदल घडवतो.
- डिजिटल मार्केटिंग, कृत्रिम बुद्धिमत्ता, बिग डेटा ॲनालिटिक्स आणि ई-कॉमर्स यांच्या साहाय्याने ग्राहकांच्या गरजा समजून घेऊन वैयक्तिकृत व गुणवत्तापूर्ण सेवा पुरवता येतात. यामुळे ग्राहकांचा विश्वास दृढ होतो, संस्थेची सामाजिक प्रतिष्ठा वाढते आणि दीर्घकालीन नाते निर्माण होते.
- याचबरोबर समाजाभिमुख दृष्टिकोनामुळे आरोग्य, शिक्षण, पर्यावरण संरक्षण आणि रोजगार निर्मिती या क्षेत्रांत लक्षणीय बदल घडतो. कंपन्या जेव्हा CSR उपक्रम व नैतिक विपणन धोरणे अंगीकारतात तेव्हा त्या समाजाच्या कल्याणाला हातभार लावतात आणि खऱ्या अर्थाने "Responsible Business" होतात.
- तथापि, डेटा गुप्तता, दिशाभूल करणारे प्रचार, डिजिटल दरी आणि अनैतिक व्यवहार ही गंभीर आव्हाने आहेत. परंतु सायबर सुरक्षा, पारदर्शक धोरणे, डिजिटल साक्षरता आणि पर्यावरणपूरकता या उपाययोजनांचा अवलंब केल्यास ही आव्हाने कमी करता येतात.
- शेवटी, या शोधनिबंधातून हे स्पष्ट होते की भविष्यातील व्यवसाय धोरणांचा केंद्रबिंदू "Technology with Humanity" हाच असावा. व्यवसाय आणि समाज यांचा समन्वय साधूनच खऱ्या अर्थाने शाश्वत विकास साध्य होऊ शकतो. "या संशोधनातून स्पष्ट होते की समाजाभिमुख आणि शाश्वत दृष्टिकोन स्वीकारणे हीच भविष्यातील विपणनाची खरी दिशा आहे."

### संदर्भ

- Kotler, P. (2017). *Principles of Marketing*. Pearson Education.
- Armstrong, G., & Kotler, P. (2021). *Marketing for a Better World*. Pearson.
- Chaffey, D. (2019). *Digital Marketing: Strategy, Implementation and Practice*. Pearson.
- Kulkarni, A. (2020). Digital tools for social welfare during COVID-19 in India. *Indian Journal of Marketing Research*, 12(3), 45–52.
- विविध डिजिटल मार्केटिंग अहवाल व ऑनलाइन संशोधन लेख