

## 5. नवीन उत्पाद की प्राथमिक आवश्यकताएँ

### Primary Requirements of A New Product

किसी भी परिस्थिति में नवीन उत्पाद की प्राथमिक आवश्यकताएँ अलग-अलग प्रकार के उत्पाद के लिए अलग-अलग हो सकती हैं। परन्तु उनमें कुछ तो समानताएँ पायी जा सकती हैं। उन्हीं समानताओं में कुछ प्राथमिक आवश्यकताएँ निम्नलिखित हो सकती हैं :-

1. **उपभोक्ताओं अथवा ग्राहकों द्वारा स्वीकृति (Cosumers or Customers Acceptance)** – नवीन उत्पाद की प्राथमिकता में नवाचार वस्तु का बाजार में चलना उपभोक्ताओं द्वारा स्वीकार की जाने वाली परिस्थिति पर निर्भर करती है। इसके विपरीत यदि नयी वस्तु उपभोक्ताओं के लिए उपयोगी नहीं हो सकी तो नवीन उत्पाद की प्राथमिकता समाप्त हो जाएगी।
2. **सन्तोषजनक निष्पादन (Satisfactory Performens)** – नवाचारित वस्तु के लिए दूसरी प्राथमिकता है। वस्तुओं का निष्पादन सन्तोषजनक ढंग से किया जा रहा हो अन्यथा उपभोक्ताओं की असन्तुष्टि की स्थिति में नवीन उत्पाद की कल्पना साकार नहीं हो पायेगी।
3. **गहरी एवं व्यापक पर्याप्त वितरण व्यवस्था (Depth Wide and Adequate Distribution System)** – नवाचारित वस्तु की विरतण व्यवस्था चुस्त व दुररुस्त होनी चाहिए। जिससे वस्तु रास्ते में सुरक्षित ढंग से चलकर उपभोक्ताओं तक पहुंच सके अन्यथा रास्ते में वस्तु की गुणवत्ता प्रभावित होने पर वह वस्तु अस्वीकार्य होंगे। यही कारण है कि वितरण की व्यवस्था गहरी एवं व्यापक स्तर वाला हो।
4. **मितव्ययी उत्पादन (Economical Production)** – नवीन उत्पाद की प्राथमिकता में मितव्ययी उत्पादन एक महत्वपूर्ण तत्व है। यह तभी सम्भव हो सकता है जबकि मुख्य उत्पाद के साथ उप-उत्पादन का भी उत्पादन किया जाए, जिसके लिए अलग से कच्चे माल की आवश्यकता नहीं होती है। अपशिष्ट सामग्री से ही

उप-उत्पाद का उत्पादन सम्भव हो जाता है, जिससे उत्पादन प्रक्रिया मितव्ययी हो जाता है।

### 5. प्रभावी पैकेजिंग, ब्रांडिंग एवं लेबलिंग (Effective Packaging, Branding and Labelling) –

उत्पाद मुख्य हो अथवा उप-उत्पाद हो उसका प्रभावी ढंग से पैकेजिंग, लेबलिंग एवं ब्रांडिंग होने से वह उपभोक्ताओं में स्वीकार्य हो पाता है। जिससे उसकी माँग बाजार में हमेशा बनी रहती है। बहुत से उपभोक्ता पैकेजिंग एवं लेबलिंग से भी आकर्षित होते हैं। खासकर उपहार सामग्री में तो यह तत्व शत प्रतिशत सही बैठती है।

### 6. विक्रय उपरान्त पर्याप्त सेवा (Adequate Service after Sales) –

विक्रय उपरान्त पर्याप्त सेवा से आशय है, उत्पादक वितरक तथा खुदरा विक्रेता हमेशा उपभोक्ताओं की सेवा, शिकायत एवं सुझावों का संज्ञान लेता रहे। यह नहीं कि वस्तु की विक्री हो जाने के उपरान्त उपभोक्ताओं से नाता तोड़ ले बल्कि उनके प्रत्येक बातों का संज्ञान लेता रहें। उनके साथ हमेशा सम्पर्क में रहें। उनके शिकायतों का समाधान करता रहे।

### 7. अन्तिम रिप्लेसमेंट (Ultimate Replacement) –

नवीन उत्पाद की प्राथमिकता में अन्तिम रिप्लेसमेंट बहुत ही बड़ा शस्त्र माना जाता है, वह ऐसे कि उत्पादक उपभोक्ताओं को यह आश्वासन देते हैं कि आप नये उत्पाद का उपयोग करें यदि सन्तुष्टि नहीं होती या आप के लिए उपयोगी नहीं होगा तो अन्त में कम्पनी नयी वस्तु को वापस कर इच्छित वस्तु की आपूर्ति कर देगी।

### 8. उत्पाद में नवाचार (Innovation) –

नवीन उत्पाद के प्राथमिकता में यह भी आवश्यक है कि उत्पाद का नवाचार निरंतर चलता रहे। अन्यथा पुराने वस्तु से उपभोक्ता में उबन आने की संभावना बनी रहती है। इससे बचने के लिए उत्पादक हमेशा वस्तु के नवाचार के अतिरिक्त पुरानी उत्पाद का पैकेजिंग एवं लेबलिंग हमेशा बदलता रहता है। इस संबंध में एक प्रचलित कहावत है “नई बोतल में पुरानी शराब”। इस उक्ति को उत्पादक हमेशा चरितार्थ करते रहती है।

\*\*\*\*\*