

## **डूथ लाईज इन डिटेलस: सेल्स प्राइस तय करते समय**

बचपन में मेरे दोस्त की 'जयंत स्टेशनर्स' नाम से दुकान थी। दोस्त के पिताजी, जिन्हें हम दादा कहते थे, वह हर एक वस्तु पर सेल्स रेट लिखकर स्टिकर चिपकाते थे। एक बार दादा से बात करते हुए, उन्होंने मुझसे कहा, 'हमारे जैसे रिटेल व्हराइट्री स्टोर की दुकानों में, सबसे एहम बात होती है, खरीदारी और फिर उसे सही सेल्स रेट लगाना!' मुझे बहुत आश्चर्य होता था। उनकी दुकान में इतनी ज्यादा भीड़ होती थी और इतने आइटम्स थे, कम से कम 10,000 वस्तुएं होंगी। फिर भी हर एक वस्तु पर लगाया सेल्स रेट का स्टीकर, दादा खुद परचेस बिल से चेक करते थे। वे कहते थे, 'परचेस रेट से सेल्स रेट यह हमारे दुकान की सबसे महत्वपूर्ण बात है।' हम भी कभी कभार मदद करने के लिए और बेचने के लिए ठहर जाते थे। बेचते समय वे स्टिकर्स बड़े काम आते थे!

सच में, कपड़ा या अन्य व्हराइट्री स्टोर्स में सेल्स रेट तय करना यह निश्चित रूप से एक चॅलेंजिंग काम है। और इसी मामले में अगर ज्वेलरी बिजनेस के बारे में सोचे तो, किसी एक गहने का सेल्स रेट फिक्स करना तथा वो ऑटोमॅटिकली तैयार होना यह महा-चॅलेंजिंग और अधिक सतर्कतासे करनेवाला काम होता है! क्योंकि ज्वेलरी आयटम्स की सेल्स वैल्यू बहुत ज्यादा होती है। ज्वेलरी दुकानों में वस्तुएं ज्यादातर सेल्समैन के द्वारा बेची जाती हैं। बिक्री के समय मालिक काउंटर पर मौजूद होंगे ऐसा हमेशा ही नहीं होगा। और गहनों में तो सोना, हीरे, रत्न, अलोय, अन्य मेटल, वेस्टेज, मजदूरी जैसी कई चीजें शामिल होती हैं। इसलिए ही इन सभी बातों का कन्सिडरेशन करते हुए गहनों की सेल्स प्राइस उचीत लगाना (तय होना) बहुत महत्वपूर्ण होता है। और इसी वजहसे ही सेल्स प्राइस कैसे और किस पद्धती से तय होनी चाहिये इस बात पर अब हम विस्तार पूर्वक चर्चा करेंगे।

इसमें सबसे महत्वपूर्ण बात यह है कि *"सेल्स प्राइस, मास्टर्स से ऑटोमॅटिक ही आनी चाहिए और उस में कोई भी किमत किसी भी व्यक्तीने काउंटर पर या लेबलिंग करते समय नहीं भरनी चाहिए।"* दरअसल, हमें सेल्स रेट के बारे में विस्तार पूर्वक जानकारी लेने के लिए 2 आर्टिकल्स की आवश्यकता होगी, इतना बड़ा यह विषय है।

तो आज हम शुरुआत गोल्ड ज्वेलरी से करते हैं। भारत में सोना खरीदते समय एक गहने का बिल अलगअलग घटक मिलकर तैयार होता है। उस बिल को ग्राहकों को समझाना पडता है। तो ऐसे हर एक घटक को यहाँ ध्यान में लेना होगा!

**1) मेटल:-** मेटल की कीमत यह आम तौर पर, मास्टर में भरी गई अलग-अलग प्रकार की प्यूरिटी के अनुसार (18 कैरेट, 24 कैरेट आदि) आती है। यह मेटल रेट ब्रांच वाईज भी अलगअलग हो सकता है। 'मेटल रेट मास्टर' के बारे में हम बाद में चर्चा करेंगे। अभी सिर्फ 'मेटल रेट मेटल मास्टर से ही आना चाहिए' बस इसी बात पर ध्यान देंगे।

**2) मेकिंग चार्जेस:-** अपने यहाँ मेकिंग चार्जेस ग्रॉस वेट या नेट वेट के उपर लगाए जाते हैं। आम तौर पर मेकिंग चार्जेस नेट वेट के उपर ही लिए जाते हैं। लेकिन भारत के कुछ प्रांतों में कुछ विशिष्ट आयटम्स पर मेकिंग चार्जेस ग्रॉस वेट के उपर भी लगाए जाते हैं। मेकिंग की किमत प्रती ग्राम लगायी जाती है या वेस्टेज पर्सेंटेज के अनुसार भी लगायी जाती है। इस के कुल 5 तरीके हैं।

अ) आइटम और आइटम कॅटेगरी मास्टर में मेकिंग की किमत फिक्स करना।

ब) मेकिंग टाइप मास्टर में मेकिंग की किमत फिक्स करना। इस प्रकार में बारकोड के उपर मेकिंग चार्जेस कोडिंग फॉर्म में छपकर आता है। A,B,C या प्रीमियम ऐसे नाम से वो होते हैं। और उसका आज का रेट सेल्समैन को पता होता है। दुकान में यदि पॉज़ डिवाइस इस्तेमाल कर रहे हो तो,

सेल्समैन को वास्तव में कोई भी कॅल्क्युलेशन नहीं करना पड़ता है। मेकिंग टाइप मास्टर में अगर हमने ग्रॉस वेट/ नेट वेट/ प्रती ग्राम/ वेस्टेज पर्सेंटेज यह चीजें एक बार सेट कर दी, तो हम मेकिंग टाइप को आयटम की कॅटेगरी, सब कॅटेगरी के अगेंस्ट सेट कर सकते हैं। इस पद्धती के फायदे कुछ इस प्रकार से हैं।

- मेकिंग चार्जेस अगर बदलने हो तो वो बिना बारकोड बदले चेंज किए जा सकते हैं।

- बारकोड बदले बिना अलग-अलग ब्रांचेस में यानी सिटि ब्रांच, अर्बन ब्रांच, मेट्रो ब्रांच में मेकिंग की किमत अलग-अलग लि जा सकती है। यह काम करने की सुविधा हमारे सॉफ्टवेयर में उपलब्ध हैं।

क) सप्लायर से आए हुए वेस्टेज में कुछ प्रतिशत प्रॉफिट फिक्स कर के मेकिंग लेना। इसमें मेकिंग तो अपनेआप आ जाता है लेकिन यहां दो बातों का ध्यान रखना जरूरी है। एक यह है कि सप्लायर्स से आनेवाला वेस्टेज अपनी प्रोसेस में योग्य तरीके से समाविष्ट करें। और वो लेबल तक अचूक तरीके से पहुंचे इतनी सरलता से यह काम होना चाहिए। और दो। यदि अलग-अलग सप्लायर्स ने, अलग-अलग वेस्टेज से एक ही प्रकार का माल भेजा हो और काउंटर पर वो वस्तुएँ अगल-बगल ही हो, तो उनका मेकिंग अलग-अलग आने के कारण ग्राहकों में भ्रम की स्थिति पैदा हो सकती है।

ड) कभी-कभी कुछ चुनिंदा वस्तुओं के लिए लेबलिंग के समय जो, सेल्स के लिए मेकिंग फ्रीड किया जाता है, वही बिल में आना अपेक्षित होता है। अर्थात्, लॉट क्लोजिंग प्रोसेस में ग्रॉस प्रॉफिट पर्सेंटेज दीखाई देने के कारन संभावित गलतियां रोकी जा सकती है।

ई) कई बार हल्के वजनवाली वस्तुओं के लिए ज्यादा मेकिंग पर्सेंटेज और भारी वजनवाली वस्तुओं के लिए कम मेकिंग पर्सेंटेज, ऐसा भी करना पड़ता है। संक्षेप में, मेकिंग चार्जेस यह, आइटम, आइटम कॅटेगरी, प्यूरिटी इनके साथ साथ वजन के स्लैब पर भी निर्धारित किए जा सकते हैं। यानी केवल मेकिंग चार्जेस इतनाही विषय लें तो भी इतनी छोटी-छोटी चीजों को ध्यान में लेना पड़ता है।

**3) हीरे और रत्न:-** इसके लिए हम रेट चार्ट सेट कर सकते हैं। मतलब हिरों के लिए 4C's पर आधारित और रत्नों के लिए आकार, प्रकार और गुणवत्ता के आधार पर रेट चार्ट तय किया जा सकता है। खासकर हीरों के लिए रैपा पोर्ट के API का भी उपयोग किया जा सकता है।

**4) स्टोन्स:-** कम किमत वाले स्टोन्स के लिए सप्लायरने लगाई हुई कीमत में अपना मुनाफा जोड़कर स्टोन्स की कीमत अपनेआप ली जा सकती है। उदाहरण के तौर पर, सप्लायर्स ने स्टोन की कीमत अगर 1,000 रुपये लगायी हो तो, तो सेल की कीमत अपनेआप 2,000 रुपये आएगी, ऐसा सेटिंग हम सॉफ्टवेयर में कर सकते हैं। मुनाफे का यह पर्सेंटेज; आयटम, आयटम कॅटेगरी, सप्लायर तथा स्टोन के प्रकार पर निर्भर किया जा सकता है। इसमें और एक महत्वपूर्ण बात यह होती है कि, हम सप्लायर्स से स्टोन्स ग्रॉस-ग्रॉस पर खरीदते हैं लेकिन बेचते समय ग्रॉस-नेट के आधार पर बेचते हैं। तो ऐसे तरीकों में रेट सेट करते समय इस पद्धती को ध्यान में रखते हुए, उस हिसाब से किमत तय करना जरूरी होता है।

**5) अदर चार्जेस:-** अदर चार्जेस की किमत आयटम, आयटम कॅटेगरी के अनुसार प्रती ग्रॅम, प्रती पीस, लमसम, ऐसे सेट कर सकते हैं। इस में स्टोन सेटिंग चार्जेस, सर्टिफिकेशन चार्जेस, या हॉलमार्किंग चार्जेस हो सकते हैं।

तो ये तो हुआ सोने के गहनों के बारे में! इस के अलावा हिरों के गहने, चांदी के गहने, लूज डायमंड्स, गिफ्ट आर्टिकल्स ऐसे कई प्रकार हमारे पास होते हैं। इन सभी के सेल्स रेट के बारे में कई चीजें ध्यान में लेनी होती है। जो हम अगले लेख में देखेंगे! लेकिन तब तक, 'सही सेल्स प्राइज प्राप्त होती रहें' यही शुभकामनाएं! (क्रमशः)