

'सेल्स प्राइज़ निर्धारित करते समय' इस विषय पर पिछले अंक के पहले भाग में हमने देखा कि गोल्ड ज्वेलरी का सेल्स रेट कैसे निर्धारित किया जाना चाहिए और उस संबंध में कौन कौन सी चीजे शामिल होती हैं या उस संदर्भ में कौन कौन सी चीजों पर विचार किया जाना चाहिए। आज के लेख में आइए देखें कि सिल्वर ज्वेलरी, डायमंड ज्वेलरी और MRP वस्तुओं के सेल्स रेट कैसे निर्धारित करने है।

सिल्वर ज्वेलरी की सेल्स प्राइज़ निर्धारित करते समय विचार में लिए जानेवाले घटक

1) **मेटल:-** चांदी के गहनों के मामले में मेटल यानी चांदी की कीमत 2 तरीकों से निर्धारित की जा सकती है।

1.1) चांदी की कीमत, मास्टर में विभिन्न प्युरिटी के अगेन्स्ट दर्ज किए हुए मेटल रेट के अनुसार ली जा सकती है। प्युरिटी के अनुसार लिए जानेवाले यह मेटल रेट ब्रैंच के अनुसार अलग-अलग निर्धारित किये जा सकते हैं।

1.2) मेटल की प्युरिटी के अनुसार उसके A, B, C ऐसे अलग अलग प्रकार करके, उन प्युरिटी प्रकारों के रेट निर्धारित किए जा सकते हैं और ऐसे रेट उस सिल्वर टाईप के अगेन्स्ट सेट कीए जा सकते हैं।

2) **मेकिंग:-** चांदी के गहनों के मामले में मेकिंग चार्जेस 6 तरीकों से लिए जा सकते हैं।

2.1) आइटम और आइटम कैटेगरी के मास्टर में मेकिंग निर्धारित करके रखना।

2.2) मेकिंग चार्जेस मेकिंग टाइप मास्टर में फिक्स करके रखना। इस पद्धती में मेकिंग चार्जेस बारकोड पर सीधे दिखाई नहीं देते बल्की; A, B, C ऐसे कोड के रूप में प्रिंट होते हैं। जिसका कैल्क्युलेशन वर्तमान रेट के अनुसार ऑटो होता है। याने हर दिन या हर समय कैल्क्युलेशन करने की आवश्यकता नहीं होती। मेकिंग टाइप का लॉजिक एक बार फिक्स करने के बाद वो आइटम कैटेगरी या सब कैटेगरी के लिए फिक्स कर सकते हैं। इस पद्धती से वास्तविक बारकोड न बदलते हुए भी मेकिंग बदला जा सकता है या फिर एक ही टाईप के लिए अलग अलग ब्रैंचेस में से अलग अलग मेकिंग चार्जेस भी लिए जा सकते हैं।

2.3) मेकिंग के लिए सप्लायर वेस्टेज में प्रतिशत तय कर के मुनाफा फिक्स करना। इसमें मेकिंग ऑटो आता है। इसके लिए सिस्टम में, सप्लायर का वेस्टेज प्रॉपरली एंटर होना चाहिए ताकी वो लेबलिंग में अचूक आएगा। यहां पर एक और बात को याद रखें, इस पद्धती में, अलग अलग सप्लायर्स द्वारा भेजी गई एक ही प्रकार की वस्तुओं को यथासंभव एक साथ डिस्ट्रे नहीं होंगी इसका ध्यान रखें। क्योंकि वस्तुएं तो एक जैसी होंगी पर उनका मेकिंग अलग-अलग होने की वजह से कस्टमर्स के बीच भ्रम की स्थिती पैदा हो सकती है।

2.4) कुछ आइटम्स के लिए लेबलिंग के समय ही सेल्स का मेकिंग दर्ज करके रखना होता है। वो जैसे के वैसे बिल में आता है।

2.5) कभी-कभी, मेकिंग वजन के स्लैब के अनुसार भी निर्धारित करना होता है। जैसे कम वज़न के वेट रेंज के लिए अधिक मेकिंग, और भारी वज़न के वेट रेंज के लिए कम मेकिंग, आदि।

2.6) 'मेटल रेट के स्लैब अनुसार मेकिंग' यह भी चांदी के गहनों के मेकिंग चार्जेस कैल्क्युलेट करने की एक पद्धती है। जैसे, यदि चांदी का मेटल रेट 40,000 से 45,000 हो तो मेटल का रेट 50,000 मानकर उस प्रकार से मेकिंग कैल्क्युलेट किया जाता है। या यदि चांदी का एक्चुअल रेट 45,000 से 50,000 की रेंज में हो, तो मेटल रेट 55,000 मानकर उस पर मेकिंग चार्जेस कैल्क्युलेट किए जाते हैं जो सेल्स प्राइज़ में इन्क्लुड होते हैं।

3) **स्टोन्स:-** स्टोन्स के चार्जेज सप्लायर के रेट पर प्रॉफिट पर्सेंटेज ऍड करके ऑटोमॅटीक लिए जा सकते हैं।

जैसे, सप्लायर से 1,500 में आया हुआ स्टोन अपनेआप 3,000 की कीमत से बेचा जाएगा। ऐसा प्रॉफिट

पर्सेंटेज; स्टोन का टाइप, सप्लायर, आइटम, आइटम कैटेगरी के आधार पर निर्धारित किया जा सकता है।

सप्लायर से ग्रॉस-ग्रॉस पर लिए हुए स्टोन्स, ग्रॉस-नेट से बेचते हुए, रेट का वैसे सेटिंग भी संभव है। स्टोन्स के मामले में उसका शेप, कलर इस के उपर उसकी गुणवत्ता निर्भर होती है। तो इस गुणवत्ता के अनुसार भी उस के रेट्स डीफाइन करने का भी एक तरीका होता है। जो सेल्स प्राइज़ में कंसीडर किए जाते हैं।

4) **अन्य चार्जेस:-** अन्य चार्जेस आइटम, आइटम कैटेगरी के अनुसार, पर ग्राम, पर पीस, लमसम ऐसे लिए जा सकते हैं। इस में स्टोन सेटिंग करने के या सर्टिफिकेशन चार्जेस शामिल हो सकते हैं।

हीरों के आभूषण तथा लूज हीरों की सेल्स प्राईस

1) डायमंड का रेट:- स्टडेड डायमंड ज्वेलरी में डायमंड के रेट या लूज डायमंड्स के रेट की कैल्क्युलेट करते समय, हम...

1.1) डायमंड रेट चार्ट इस्तेमाल कर सकते हैं। डायमंड रेट चार्ट, यह डायमंड रेट चार्ट मास्टर पर निर्भर करता है। डायमंड के 4C's यानी कट, कलर, क्लैरिटी और कैरेट इन के आधार पर डायमंड के रेट्स क्या लगाने हैं यह हम यहां डिफाइन कर के दर्ज कर सकते हैं।

1.2) डायमंड रेट कैल्क्युलेट करने का दूसरा तरीका है; डायमंड वेरीअन्स रेट चार्ट! क्या होता है? 4C's के कॉम्बिनेशन के आधार पर डायमंड के रेट्स दर्ज करना यह एक जटिल काम होता है। क्योंकि उनके कॉम्बिनेशन्स की संख्या बहुत ज्यादा होती है। खैर, हर एक पैरामीटर के अनुसार उसकी उसकी अमाउंट हमने अगर दर्ज भी कर के रखी, तो भी जरूरत के समय हर एक अमाउंट के अनुसार डायमंड के रेट्स बदलना बहुत जटिल साबित होता है। इस प्रोसेस में अगर एक्सेल इंपोर्ट कर के भी काम किया जाए तो भी उसकी कॉम्प्लेक्सिटी कम नहीं होती। इसी लिए डायमंड वेरीअन्स रेट चार्ट पद्धती का उपयोग किया जाता है। जिस में डायमंड रेट चार्ट भरते समय, 4C's के एक मेन कॉम्बिनेशन के हिसाब से रेट दर्ज करना होता है यानी अपने यहां आमतौर पर बचे जानेवाले 4C's के कॉम्बिनेशन के आधार पर, डायमंड का बेस रेट तय करना होता है। और फिर बाकी के सारे 4C's के कॉम्बिनेशन्स के लिए, बेस रेट कितना परसेंटेज कम करना है या बढ़ाना है यह डिफाइन कर सकते हैं। यानी हमें बेस रेट का वेरीअन्स देना होता है। इसका फायदा यह होता है कि जब भी हमें रेट बदलना होता है, तब 4C's के एक कॉम्बिनेशन के लिए रेट बदलने से याने बेस रेट बदलने से, बचे हुए सभी रेट्स ऑटोमैटिक बदल जाते हैं। क्योंकि बचे हुए सभी 4C's के कॉम्बिनेशन्स के रेट्स, बेस रेट से 10% ज्यादा या 20% ज्यादा इसी प्रकार से ही डीफाईन किए होते हैं। तो यह सुविधा डायमंड वेरीअन्स रेट चार्ट में उपलब्ध है।

1.3) डायमंड के रेट तय करने का तीसरा तरीका है के रैपापोर्ट के रैप रेट के API अपने सॉफ्टवेयर में इंटीग्रेट किए हुए है। इसके आधार पर, हम दो तरीकों से डायमंड के रेट्स निर्धारित कर सकते हैं। पहले तरीके में रैपापोर्ट के रेट में आइटम अनुसार, परसेंटेज में मार्कअप जोड़कर डायमंड का रेट निर्धारित किया जा सकता है। जैसे किसी पार्टिक्युलर टाईप के डायमंड के लिए अगर 20% एंड करने का तय होता है, तो सिस्टीम ऑटोमैटिकली रैपापोर्ट का जो रेट होता है उस में 20% जोड़कर संबंधित डायमंड रेट कैल्क्युलेट करती है। रैप रेट के API इस्तेमाल कर के डायमंड रेट निर्धारित करने का दूसरा तरीका है, रैपापोर्ट का जो रेट होता है, उस में कई बार ऐसा करना पड़ता है के हाय वेटेज के डायमंड में प्रॉफिटबिलिटी कम रखनी होती है और लो वेट डायमंड में ज्यादा प्रॉफिटबिलिटी रखनी होती है। इसके लिए, रैपापोर्ट के API द्वारा जो रेट आता है उस पर From to carat weight के लॉजिक से कितने परसेंटेज जोड़ने है यह हम मास्टर में तय कर के रख सकते हैं। यानी पहले तरीके में फिक्स्ड परसेंटेज जोड़ा जाता था, लेकिन इसके बजाय दूसरे तरीके में वेट रेंज पर आधारीत परसेंटेज जोड़ा जाता है। जैसे 1 carat से 1.5 carat के लिए 20% जोड़ना। और इस तरह से रेट परसेंटेज को बढ़ाया जा सकता है। इसका फायदा यह होता है के सेल्स के समय रैप रेट प्लस उस डायमंड के वजन के अगेंस्ट जो परसेंटेज दर्ज हो उस हिसाब से संबंधित सेल्स रेट बढ़कर याने कैल्क्युलेट होकर आता है।

2) मेटल, मेकिंग, स्टोन्स, अन्य चार्जेज:- डायमंड ज्वेलरी के मामले में, मेटल रेट, मेकिंग, स्टोन की कीमत और अन्य चार्जेज का कैल्क्युलेशन गोल्ड या सिल्वर ज्वेलरी की तरह ही किया जाता है।

यह तो हुआ चांदी के गेहने, हीरों के आभूषण तथा लूज हीरे, इन के सेल्स रेट के बारे में! आईए अब हम गिफ्ट आर्टिकल्स, प्रेशियस आर्टिकल्स या MRP आइटम्स के सेल्स प्राइज़ (पर पीस वैल्यू) के बारे में जानकारी लेते हैं। MRP आइटम्स की सेल्स प्राइज़ 3 तरीकों से निर्धारित कि जा सकती है।

1) फिक्स्ड रेट पद्धती:- इस के लिए आइटम कैटेगरी मास्टर में ही सेल्स प्राइज़ फिक्स कर के रखी जा सकती है। मतलब बिलिंग करते समय आयटम सिलेक्ट करने के बाद उसका निर्धारित किया हुआ रेट ऑटोमैटिक

बिल में लिया जाता है। कभी-कभी, कुछ वस्तुओं के लिए, उनका लेबलिंग करते समय ही उनकी फिक्स्ड सेल्स प्राईज बारकोड में अँड करनी पडती है जो बिलिंग में सीधे ली जाती है।

2) सप्लायर कॉस्ट में एँडिशन:- इस पद्धती में, सप्लायर से आए हुए कॉस्ट पर कुछ प्रतिशत मुनाफा फिक्स कर के सेल्स रेट निर्धारित किया जा सकता है। मुनाफे का प्रतिशत, सप्लायर के अनुसार, वस्तु के अनुसार, आयटम कैटेगरी के अनुसार सेट किया जा सकता है। इस की अचुकता के लिए सप्लायर कोटेशन लेबलिंग के स्टेज पर अचुक प्राप्त होना चाहिए।

3) बिल ऑफ़ मटेरियल के आधार पर:- कोई भी वस्तु बनते समय उसमें एक से अधिक चीजे शामिल होती हैं। अर्थात् एक से अधिक चिजों के मेल से एक वस्तु बनती है। कुल मिलाकर बिल ऑफ़ मटेरियल याने वो एक आइटम बनाने के लिए या तैयार होने के लिए कितनी चीजे, कितनी संख्या में इस्तेमाल कि गई है उसकी लिस्ट! तो सेल्स रेट निर्धारित करने के इस तरीके में, उपर बताए अनुसार, मेटल का रेट, मेकिंग चार्जस का रेट, वस्तु के लुभावने पन के लिए इस्तेमाल किए जानेवाले अन्य चिजों के रेट जैसे स्टोन और इन सब के उपर किस प्रकार का, कितना मार्क अप यानी कितना प्रॉफिट पर्सेंटेज कैसे लगाना है? ऐसे सब मामलों का विचार अपने सॉफ़्टवेयर में होता है और वैसे सेल्स रेट भी लागू होता है।

तो ज्वेलर भाईयों; पिछले और अभी के लेख में दी गई जानकारी के अनुसार, योग्य पद्धतीसे सर्वोत्तम सेल्स रेट प्राप्त करते रहें और अच्छी प्रोफीटबिलीटी के साथ साथ ग्राहकों का विश्वास भी बनाए रखें। 'All The Best'

विशेष सूचना:

1. किसी भी प्रकार के आयटम का सेल्स रेट निर्धारित करने की पद्धती कुछ इस तरह से परफेक्ट सेट करें की लेबलिंग करते समय या सेल्स बिल करते समय या कहीं और भी, सेल्स रेट मैनुअली फीडिंग या एंट्री की जरूरत ही न पडे। बल्की सेल्स रेट, सेट अप मास्टर्स के जरीए ऑटोमॅटिक कैल्क्युलेट होकर ही आए, याने कोई भी गलती या भुलचूंक न हो।
2. लॉट क्लोज में GP% को ध्यान से देखें।