

लेखा योग

145. क्वोटेशन

जून-जुलाई '09 मार्च '10 में जारी

इस अंक में

खरीद से संबंधित मुद्दे • वाजिब दाम • विस्तृत ब्यौरा पृष्ठ 1

क्वोटेशन किससे मंगायें? • क्वोटेशन को दबाना या लीक करना पृष्ठ 2 क्वोटेशन का तुलनात्मक चार्ट • क्रय आदेश जारी करना पृष्ठ 3

सही गुणवत्ता • पूरी मात्रा पृष्ठ 3 यातायात • यह काम कौन करे? पृष्ठ 4

पिछले तकरीबन दस साल के दौरान भारत में तीन बड़ी प्राकृतिक आपदाएं आयी हैं। 1999 में उड़ीसा में भीषण चक्रवात आया, 2001 में गुजरात में भूकंप आया और 2004 में दक्षिण भारत सुनामी के महाविनाश का शिकार हुआ। इन सारी आपदाओं में बहुत सारे स्वैच्छिक संगठनों ने राहत और पुनर्वास के काम किए। इस दौरान उन्होंने तरह-तरह की चीजें भी खरीद कर जरूरतमंदों के बीच बांटीं। इस काम के लिए अलग तरह के नियंत्रण और तरीकों की जरूरत होती है।

प्रस्तुत अंक में ऐसे ही तौर-तरीकों पर विचार किया गया है।

खरीद से संबंधित मुद्दे

रसद या दूसरी चीजों की खरीदारी के सिलसिले में तीन मुद्दों को ध्यान में रखना चाहिए। पहला, आप जो चीज खरीद रहे हैं उसकी वाजिब कीमत चुकाने को तैयार हैं। दूसरी बात, आपने जिस स्तर की चीज के लिए दाम चुकाया है आप वही चीज चाहते हैं; आपको घटिया चीजें नहीं चाहिए। और, तीसरी बात यह है कि आपने जिन चीजों के लिए दाम चुकाया है वे सारी चीजें आपको मिलें।

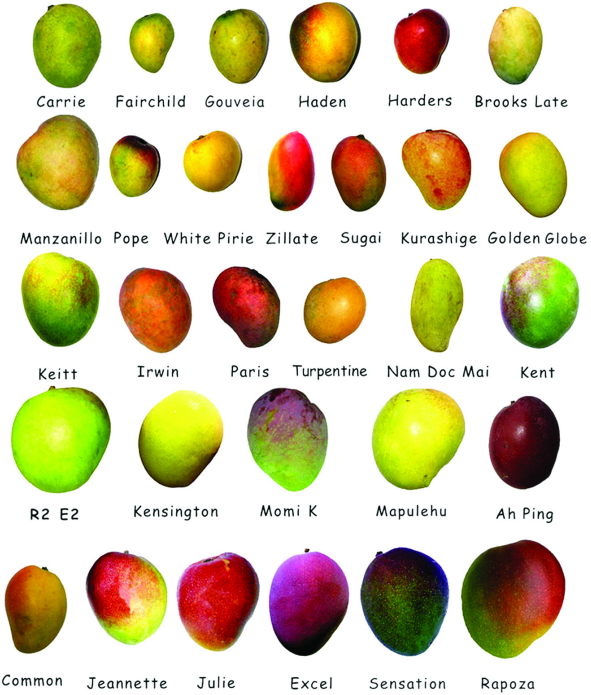
आइए, अब एक-एक करके इन तीनों पहलुओं पर विचार करें।

1. वाजिब दाम

चीजों की खरीद के सिलसिले में यह सबसे जटिल मुद्दों में से एक है। आपको कैसे पता चलेगा कि आप सही दाम चुका रहे हैं या नहीं? ज्यादातर लोग इसी असमंजस से निपटने के लिए क्वोटेशन मंगाते हैं। आइए देखें कि यह प्रणाली कैसे काम करती है?

इसके लिए खरीदार अपने आपूर्तिकर्ताओं या विक्रेताओं से क्वोटेशन मंगाते हैं जिसमें वे अपने सबसे कम दाम लिखकर भेजते हैं। अब क्वोटेशन भेजने वाले सारे आपूर्तिकर्ताओं की कीमतों की आपस में तुलना की जाती है। कभी-कभी इस तुलना के अलावा दूसरी चीजों पर भी ध्यान देना पड़ता है। जैसे, किसी खरीददार से चीजें मंगवाने में ढुलाई कितनी देनी पड़ेगी, उधार पर चीजें मिल सकती हैं या नहीं आदि। जो सबसे अच्छा ऑफर देगा उसी को खरीद ऑर्डर मिल जाता है।

Mangos from the Big Island of Hawaii



इस सिलसिले में आपको किन चीजों को जहन में रखना चाहिए?

क. विस्तृत ब्यौरा

क्वोटेशन मंगाने से पहले आपको ये तय कर लेना चाहिए कि आप जो चीजें खरीदना चाहते हैं वे कैसी होंगी (और जरूरी हो तो ब्रांड भी तय कर लें)। उदाहरण के लिए, बाजार में बहुत तरह के चावल हो सकते हैं। हर किस्म की कीमत दूसरी से अलग होगी। इसी तरह, अगर आप वर्षारोधी शेल्टर्स के लिए तिरपाल खरीदना चाहते हैं तो उसके भी बहुत सारे ब्रांड और मोटी-पतली, तरह-तरह की तिरपाल मिल सकती हैं। ऐसे में कई बार यही अच्छा रहता है कि आप पहले से पता लगा लें कि बाजार में किस तरह की चीजें उपलब्ध हैं और तभी ये तय करें कि आपको क्या खरीदना है। इसके बाद आप सभी विक्रेताओं से केवल

उसी वस्तु के लिए क्वोटेशन मंगा सकते हैं।

मान लीजिए कि एक विक्रेता एसर के एक्स-1 मॉडल के लिए अपनी कीमत भेजता है। दूसरा विक्रेता एसर के एक्स-3 मॉडल की कीमतें भेजता है। तीसरे विक्रेता ने एवसीएल के किसी मॉडल की कीमत भेज दी है। आपको इस तरह की स्थिति से बचना चाहिए क्योंकि संतरों और आमों का मुकाबला नहीं किया जा सकता। बल्कि आप अल्फांसो और दशहरी के दामों की भी तुलना नहीं कर सकते!

जब आप संबंधित वस्तु के सारे पहलुओं (ब्रांड, आकार, गुणवत्ता आदि) को तय कर लें तो उसे साफ-साफ लिख लेना चाहिए। इसके बाद विक्रेताओं को केवल उसी वस्तु की कीमतें भेजने के लिए कहा जाना चाहिए। तुलना के लिए अलग-अलग तरह की या अलग-अलग रूप-रंग की वस्तुओं की क्वोटेशन को नहीं लिया जाना चाहिए। इससे सिर्फ भ्रम पैदा होता है।

ख. क्वोटेशन किससे मंगायें?

आपको इस बात का खयाल रखना चाहिए कि सभी अच्छे विक्रेताओं को क्वोटेशन भेजने का मौका मिले। इसका मतलब यह है कि आपको पहले अच्छे विक्रेताओं की भी सूची बना लेनी चाहिए और तभी उन्हें 'क्वोटेशन' के

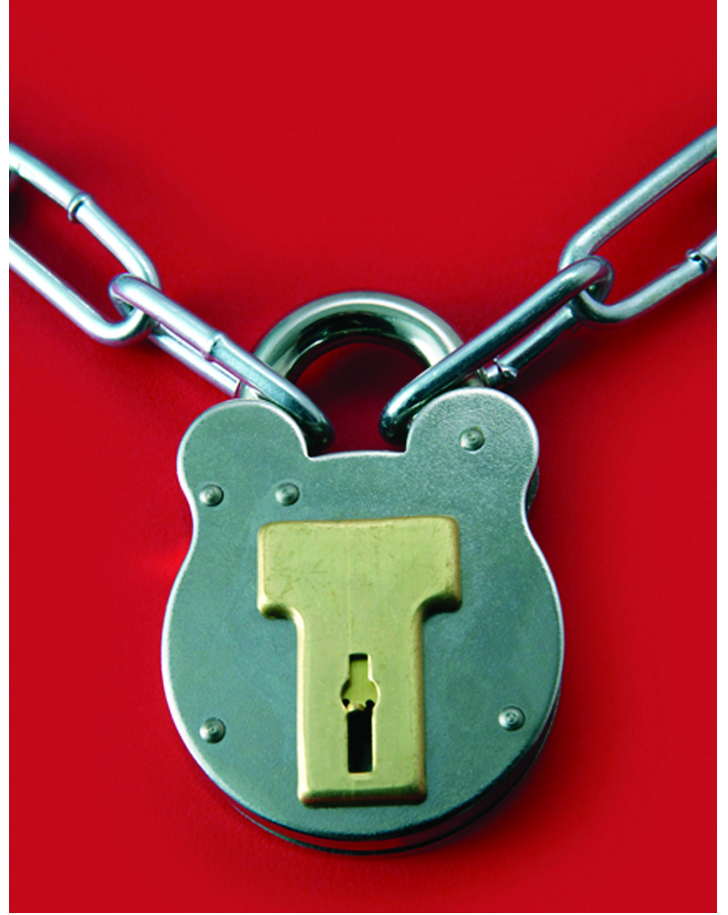


लिए कहना चाहिए।

अगर इस प्रक्रिया का पालन नहीं किया जाता है तो तरह-तरह की समस्याएं खड़ी हो जाती हैं। कई बार एक ही विक्रेता अलग-अलग लैटर हेड्स पर कई क्वोटेशन भेज देते हैं। बल्कि बहुत सारे व्यापारी तो केवल इसी काम के लिए सिर्फ कागजों में दो-दो, तीन-तीन कंपनियां या दुकानें चला रहे होते हैं। या फिर जिन्होंने क्वोटेशन भेजी होती है उनमें से कुछ दुकानों का वजूद ही नहीं होता है या संभव है वे उन वस्तुओं को न बेचती हों जिनकी क्वोटेशन उनके नाम से भेजी गई है।

कई बार ऐसा होता है कि कोई दुकानदार बिना सोचे-विचारे बहुत कम मूल्य की क्वोटेशन भेज देते हैं। उसके बाद वह दुकानदार ऑर्डर मिलने पर भी चीजों की आपूर्ति नहीं कर पाता।

इन सारे कारणों को देखते हुए ये बहुत जरूरी है कि असली और योग्य/सक्षम विक्रेताओं से ही क्वोटेशन मंगाई जाएं।



क्वोटेशन के लिए आप एक आमंत्रण भेजते जिसे आरएफक्यू - रिक्वेस्ट फॉर क्वोटेशन कहते हैं। विक्रेता से इसमें सभी संबंधित शर्तों (दाम, ढुलाई, पेशगी, भुगतान की शर्तें आदि) का उल्लेख करने को कहना चाहिए।

ग. क्वोटेशन को दबाना या लीक करना

क्वोटेशन को प्राप्त करने, खोलने और दर्ज करने की प्रक्रिया स्पष्ट रूप से तय होनी चाहिए। अगर ऐसा नहीं किया जाता है तो हो सकता है कि ऐसी क्वोटेशन को दबा दिया जाए जो किसी के 'पसंदीदा' सप्लायर से ज्यादा सस्ती हैं या फिर उनको लीक किया जा सकता है।

उदाहरण के लिए, मान लीजिए कि विक्रेता 'क' ने समय रहते अपनी क्वोटेशन भेज दी है। दफ्तर में क्वोटेशन खोल ली गई है जबकि अभी दूसरे विक्रेताओं की क्वोटेशन नहीं आई हैं। इस स्थिति में ऐसा हो सकता है कि दफ्तर का ही कोई व्यक्ति विक्रेता 'क' द्वारा भेजे गए दामों को विक्रेता 'ख' को बता दे। इसके बाद 'ख' इस जानकारी के आधार पर 'क' से कम कीमत की क्वोटेशन भेज कर ऑर्डर ले सकता है।

ई-मेल से आयी क्वोटेशन में भी कई समस्याएं रहती हैं :

¹ अगर आपको बहुत ज्यादा खरीदारी करनी हो तो आप निविदाएं आमंत्रित कर सकते हैं। लेकिन इस प्रक्रिया में समय लग सकता है इसलिए यह विकल्प अपनाने से पहले अच्छी तरह सोच लें।

कई बार दो-तीन चीजों के लिए विक्रेता बहुत कम कीमत लिख कर भेजते हैं और किसी दूसरी चीज की बहुत ज्यादा कीमत लगाकर उस नुकसान की भरपाई का प्रयास करते हैं। कुछ लोग क्रय संबंधी सिफारिशों के लिए एक परचेज कमेटी की व्यवस्था कर देते हैं। इसमें अलग अलग पेशे के लोग होते हैं।

- जैसे ही क्वोटेशन आती हैं तो उनकी खास जानकारी आसानी से दूसरे विक्रेताओं को लीक की जा सकती है।
- इस तरह की क्वोटेशन की सच्चाई स्थापित करना आसान नहीं होता।
- .doc या .pdf आदि प्रारूपों में संलग्न क्वोटेशन बदली जा सकती हैं और उनको बिना किसी मंजूरी के दोबारा इस्तेमाल भी किया जा सकता है। इस समस्या का कोई आसान हल नहीं है। फिर भी कुछ चीजों पर नजर रखी जा सकती है :
- क्वोटेशन एक अलग, सुरक्षित ई-मेल आईडी में मंगाई जाएं।
- सारी क्वोटेशन को एक साथ डाउनलोड और प्रिंट² किया जाए और एक साथ ही उनका तुलना चार्ट बनाया जाए।
- कभी कभी औचक तरीके से कुछ विक्रेताओं से क्वोटेशन की पुष्टि भी की जा सकती है।

घ. क्वोटेशन का तुलनात्मक चार्ट

क्वोटेशन को खोलने के बाद उनका एक तुलनात्मक चार्ट बनाया जाता है। इससे प्रबंधक या क्रय समिति/ परचेज कमेटी को ये तय करने में मदद मिलती है कि कौन सा विक्रेता सबसे अच्छा सौदा दे रहा है। इस चार्ट में न केवल कीमतों की तुलना की जानी चाहिए बल्कि कर और दुलाई आदि सहित आपूर्ति की कुल लागत को भी मिला कर देखा जाना चाहिए। कई बार दो-तीन चीजों के लिए विक्रेता बहुत कम कीमत लिख कर भेजते हैं और किसी दूसरी चीज की बहुत ज्यादा कीमत लगाकर उस नुकसान की भरपाई का प्रयास करते हैं। कुछ लोग क्रय संबंधी सिफारिशों के लिए एक परचेज कमेटी की व्यवस्था कर देते हैं। इसमें अलग अलग पेशे के लोग होते हैं। परचेज कमेटी के होने से पारदर्शिता बढ़ती है, सामूहिक समझ के आधार पर खरीददारी के बारे में बेहतर फैसले लिए जा सकते हैं और पक्षपात की गुंजाइश कम हो जाती है। लेकिन हर छोटी-मोटी खरीदारी के लिए परचेज कमेटी की बैठक नहीं बुलायी जा सकती। इसके बजाय आप अलग-अलग स्तर के लिए अलग व्यवस्था बना सकते हैं। ये भी नियम बनाया जा सकता है कि परचेज कमेटी से केवल खास तरह की चीजों को खरीदने पर ही मंजूरी

ली जाए।

ङ. क्रय आदेश जारी करना

जब ऑर्डर और डिलीवरी के बीच अच्छा-खासा समय लगता है तो ऐसी बड़े पैमाने की खरीददारी के लिए प्रायः परचेज ऑर्डर की जरूरत होती है। लिखित क्रय आदेश से उस खरीद की शर्तें निश्चित करने में मदद मिलती है और भुगतान व्यवस्थित ढंग से हो पाता है।

2. सही गुणवत्ता

आप इस बात का खयाल कैसे रखेंगे कि आपने जिस गुणवत्ता की चीजों के लिए भुगतान किया था आपको वही चीजें मिल रही हैं? अगर ऑर्डर बहुत बड़ा हो और उसकी डिलीवरी काफी बाद में होने वाली हो तो ये वाकई एक समस्या हो सकती है। अगर संगठन बहुत बड़ा है या कई जगह स्थित है तो ये भी हो सकता है कि जिस व्यक्ति ने चीजों का ऑर्डर दिया था और जो चीजें प्राप्त कर रहा है वे दोनों अलग-अलग हों। लिहाजा, चीजें प्राप्त करने वाले को पता होना चाहिए कि किस तरह की चीजों के लिए ऑर्डर दिया गया था। अगर कोई चीज लाभान्वितों को निःशुल्क बांटी जानी है तो इस बात का खयाल रखना और भी जरूरी हो जाता है।

3. पूरी मात्रा

आपको इस बात पर भी नजर रखनी चाहिए कि आपने जितनी चीजों के लिए भुगतान किया है वे पूरी मात्रा में आपको मिल जाएं। इसका मतलब ये है कि आपको चीजें अच्छी तरह गिनकर स्वीकार करनी चाहिए। इसके बाद ही आपको चालान पर दस्तखत करना चाहिए या डिलीवरी के किसी और सबूत पर यह स्पष्ट रूप से लिखना चाहिए कि 'उपरोक्त सामग्री प्राप्त हुई'। इसके बाद विक्रेता इस चालान की एक प्रति बिल के साथ आपके संगठनको भेज देगा। अगर भुगतान पेशगी हो चुका है तो चालान अथवा डिलीवरी का दूसरा सबूत चुकता बिल के साथ नथी कर दिया जाना चाहिए।

अगर डिलीवरी फौरन ले ली गई है तो प्राप्तकर्ता बिल पर भी डिलीवरी की पावती लिख सकता है।

² क्वोटेशन और ई-मेल, दोनों के प्रिंटआउट एक साथ फाइल में रखें।



यातायात

अगर संबंधित सामग्री व्यावसायिक ट्रक से डिलीवर की जानी है तो संगठन या सप्लायर, दोनों में से किसी एक को यातायात शुल्क का भुगतान करना पड़ सकता है। दोनों अवस्थाओं में बिल के साथ

ट्रांसपोर्ट की लॉरी पावती या वस्तु पावती (एलआर - लॉरी रिसिप्ट/ जीआर - गुड्स रिसिप्ट) नथी कर दी जानी चाहिए।

यह काम कौन करे?

क्या हर एनपीओ को क्वोटेशन मंगानी चाहिए? जी नहीं। यह व्यवस्था तभी जरूरी है जब आप नियमित रूप से चीजें खरीद रहे हों या महंगी चीजें खरीदने वाले हों। अगर आप मशीन, फर्नीचर इत्यादि खरीद रहे हैं तो भी आपको क्वोटेशन मंगानी पड़ सकती हैं। उदाहरण के लिए, अगर आप एक साल में 1,00,000 रुपये के चावल खरीद रहे हैं तो क्वोटेशन मंगाना वाजिब है। या, अगर आप 10,000 रुपये का ऑफिस फर्नीचर खरीद रहे हैं तो भी क्वोटेशन मंगाने में कोई हर्जा नहीं है।

लेखा योग क्या है:

'लेखा-योग' के प्रत्येक अंक में एनपीओ नियमन या लेखांकन से संबंधित किसी खास मुद्दे को उठाया जाता है और इसे 1,500 गैर-सरकारी संगठनों, एजेंसियों और ऑडिट कंपनियों को भेजा जाता है। अगर कार्यशालाओं या एनपीओ न्यूजलेटर्स में गैर-व्यावसायिक कामों के लिए 'लेखा-योग' का पुनर्प्रकाशन या वितरण किया जाता है तो अकाउंटएड को कोई एतराज नहीं है बशर्ते आप इस बात का उल्लेख कर दें कि आपने यह सामग्री 'लेखा-योग' से ली है।

अंग्रेजी में लेखा-योग:

लेखा-योग अंग्रेजी में 'अकाउंटबल' के नाम से उपलब्ध है।

कानून की व्याख्या:

यहां कानून की जो व्याख्या दी गई है वह काफी मोटे स्तर पर है। कोई भी अहम फैसला लेने से पहले अपने सलाहकारों से बात जरूर करें।

इंटरनेट पर लेखा-योग:

'लेखा-योग' के कुछ चुने हुए अंक हमारी वेबसाइट - www.AccountAid.net पर उपलब्ध हैं।

ई-मेल द्वारा लेखा-योग:

लेखायोग के नए अंक अब ई-मेल द्वारा मुफ्त में प्राप्त करने के लिए हमारी वेबसाइट - www.AccountAid.net पर जाकर 'Lekha Yog by E-mail' को क्लिक कर अपना विवरण भरें।

अकाउंटएड कैप्सूल:

इसमें एनपीओ लेखांकन और इससे जुड़े मुद्दों से संबंधित जानकारियां दी जाती

हैं। इसे प्राप्त करने के लिए हमारी वेबसाइट - www.AccountAid.net पर जाकर 'AccountAid Capsule' को क्लिक कर अपना विवरण भरें।

सवाल और स्पष्टीकरण?

अकाउंटएड एनपीओ लेखांकन या वित्तीय नियमन से जुड़े सवालों पर गैर-सरकारी संगठनों और उनके ऑडिटर्स को सलाह देता है। आप भी अपने सवाल ई-मेल या खत के जरिए हमसे पूछ सकते हैं। आप चाहें तो फोन पर भी हमसे बात कर सकते हैं।

टिप्पणियां:

आप अपनी टिप्पणियां और सुझाव अकाउंटएड इंडिया, 55 वी, पॉकेट सी, सिद्धार्थ एक्सटेंशन, नई दिल्ली - 110 014 09 पर भेज सकते हैं। हमारा फोन नंबर है 011- 2634 3128; फोन/फैक्स : 011-2634 3852; ई-मेल: info@accountaid.net

© अकाउंटएड इंडिया विक्रम संवत् 2067 चैत्र, ईस्वी सन् मार्च 2010.

श्रीमती चारु मलहोत्रा द्वारा अकाउंटएड इंडिया, नई दिल्ली (फोन 26343128) के लिए मुद्रित एवं प्रकाशित तथा प्रिंटवर्क्स, एफ-25,ओखला इन्डस्ट्रियल एरिया, नई दिल्ली से मुद्रित।

लेख: श्री संजय अग्रवाल; अनुवाद: श्री योगेन्द्र दत्त

सम्पादन: कु. सुदिप्ता साहा

डिज़ाइन: श्रीमती मोऊशुमी डे

केवल निजी प्रसार के लिए।