बाज़ार जो किसानों और उपभोक्ताओं को मज़बूत करें

जैविक खेती के मुद्दे और प्रस्ताव

भारत में जैविक उत्पादों के बाज़ार कई तरह से विकसित हो रहे हैं। ये नए बाजार सामाजिक कार्यकर्ताओं द्वारा बेहतर भविष्य की सोच और संकल्पना के तहत बनाए जा रहे हैं और बाजार का एक तबक़ा अपनी वैकल्पिक सोच के तहत भी बना रहा है। इस अभियान में वे लोग शामिल हैं जो उत्पादकों और उपभोक्ताओं की ताकत को बनाए रखना चाहते हैं, जो शोषण और अनैतिक प्रतियोगिता के आधार पर मुनाफा नहीं कमाना चाहते, जिनके पास छोटी सप्लाई चेन उपलब्ध है या फिर जिनके पास मौसमी और स्थानीय उत्पाद उपलब्ध हैं। हमारे यहां जैविक बाजार के विस्तार की प्रक्रिया पश्चिमी देशों से बिल्कुल उलट है। वहां यह विस्तार सरकारी सहयोग से जैविक उत्पादक कंपनियां कर रही हैं जो बाजार की पारंपरिक व्यवस्था के अनुरूप ही है। प्रगतिशील जैविक किसानों और सामाजिक कार्यकर्ता जब जैविक बाजार तैयार करते हैं तो वे आर्थिक, पर्यावरण और सामाजिक सरोकारों को एकसाथ ध्यान में रखकर काम करते हैं।

जैविक बाजारों की खासियत:

इन बाजारों में किसानों या उत्पादकों और उपभोक्ताओं के बीच सीधा संपर्क होता है जबकि पारंपरिक बाजारों में बिचैलियों की एक श्रृंखला होती है जो दोतरफा शोषण करती है। जैविक बाजार में सप्लाई चेन स्पष्ट और बंटी होती है। खाद्य-प्रसंस्करण या खाद्य उत्पाद तैयार करने की प्रक्रिया भी रसायनमुक्त और पर्यावरण के लिहाज से सही होती है। इस व्यवस्था में स्थानीय बिक्री पर अधिक जोर रहता है।

जैविक बाजारों में किसानों को बेहतर कीमत मिलती है और काफी हद तक अपने उत्पाद की कीमत तय करने का हक भी किसानों के पास होता है। ऐसे बाजार इस बात के लिए भी प्रयासरत रहते हैं कि बिक्री से हुई आमदनी का बड़ा हिस्सा किसानों को मिले।

नजरिए में विविधता:

जैविक बाजारों में काफी विविधता है और वे अलग-अलग नजरियों और तरीकों को अपनाते हुए उत्पादन और बिक्री करते हैं। एक तरीका है जिसमें रजिस्टर्ड या फिर अनौपचारिक किसान समूह या फिर कोई किसान सीधा अपना सामान उपभोक्ता या रिटेलर को बेचता है। खुदरा विक्रेता के स्तर पर पारंपरिक फ्रेंचाइजी मॉडेल के अलावा वितरण केंद्र और वितरक कॉपरेटिव जैसी व्यवस्थाएं भी मौजूद हैं। सामान्य बाजार की तरह कई बड़े ब्राण्ड और कई कंपनियां भी जैविक उद्योग में शामिल हैं। आशा के कई घटक समूहों ने कम पूंजी और बिना व्यापक तामझाम के उत्पादकों के लिए जैविक बाजार तैयार कर के दिखाया है।

जैविक बाजार के लिए पूंजी का इंतजाम स्वयं किसान कर सकते हैं या फिर जैविक आंदोलन के सहयोगी कर सकते हैं, इसके लिए संस्थागत कर्ज या इंवेस्टर्स की जरूरत नहीं। वे लोग जिनका मकसद केवल मुनाफा कमाना नहीं है या जो किसानों के संगठन के लिए उनके उत्पाद विक्रय केंद्रों तक पहुंचा रहे हैं, उपभोक्ताओं में उनकी पैठ ज्यादा है।

Discussion Note prepared by Kavitha Kuruganti for Kisan Swaraj Sammelan 2018, Ahmedabad (Nov.2-4, 2018). In case of queries, please write to kavitakuruganti@gmail.com

मुद्दे/समस्याएं:

- अक्सर ऐसा देखा गया है कि किसान अपने जैविक उत्पादों को जैविक सप्लाई चेन से नहीं जोड़ पाते और उन्हें अपना माल अजैविक उत्पादों की मंडी में उन्हीं दरों पर बेचना पड़ता है। दूसरी तरफ जैविक उत्पादों के विक्रेता इस बात की शिकायत करते हैं कि उन्हें नियमित रूप से माल नहीं मिलता। इस खाई को कैसे कम किया जाए ?
- जैविक बाजार कई तरह के लंबित पड़े हुए न्याय संबंधी मुद्दों का निबटारा कर सकते हैं हालांकि इस काम से जुड़े सभी लोग ऐसा कर रहे हों, यह जरूरी नहीं। जैसे, जैविक सप्लाई चेन में भी यह देखा गया है कि विक्रय मूल्य का अधिकतम हिस्सा किसानों को नहीं मिल पाता। किसानों के हिस्से को कैसे बढ़ाया जाए?
- दुनिया के दूसरे देशों की तरह भारत में भी जैविक उत्पादों का इस्तेमाल अमीर तबका ही कर रहा है जबकि बहुसंख्यक गरीब लोग असुरक्षित भोजन खाने को मजबूर हैं। जैविक भोजन को सामान्य जन की थाली तक कैसे पहुंचाया जाए ?
- सप्लाई चेन में जैविक उत्पादों की शुद्धता को सुनिश्चित करने के लिए ऐसे इंफ्रास्ट्रक्चर्स और मशीनों की जरूरत है जो जैविक और अजैविक को अलग कर सकें। फिलहाल ये व्यवस्था मौजूद नहीं है। इसके बारे में क्या किया जाए ?
- जैविक उत्पादक कॉपरेटिव, उत्पादक कंपनियां, अनौपचारिक जैविक समूह, उपभोक्ताओं या साप्ताहिक बाजारों से जुड़े समुदाय समर्थित खेती ; खुदरा विक्रेता कॉपरेटिव समूह, जैविक वितरण केंद्र और पीजीएस-इंडिया जैसे कई संस्थागत मॉडेल ट्राई किए गए हैं। इनसे जुड़े खास मुद्दों और चुनौतियों को ध्यान में रखते हुए किस तरह की नीतिगत पैरवी की जरूरत है ?
- एफएसएसएआई (FSSAI) के नए नियम के अनुसार छोटे किसान या उनके समूहों (जिन्हें फूड बिजनेस ऑपरेटर्स के रूप में परिभाषित किया गया है और जिनका सालाना टर्न ओवर 12 लाख रुपए से कम है) के अलावा पीजीएस या थर्ड-पार्टी सर्टिफिकेशन के बिना किसान अपने उत्पाद जैविक सप्लाई चेन में नहीं बेच सकते। इसपर हमें क्या करना चाहिए ?
- दूसरी ओर फर्जी जैविक उत्पाद बाजार में भरे पड़े हैं। इसे रोकने के लिए जैविक खेती आंदोलन को क्या कदम उठाने चाहिए?
- एक अनुभव यह है कि खाद्य सुरक्षा और भोजन की पौष्टिकता की वजह से कई उपभोक्ता कृषि संबंधी मुद्दों से जुड़ना तो चाहते हैं पर कई बार ऐसा भी होता है कि जैविक खेती का आंदोलन ऐसे जागरूक उपभोक्ताओं को आगे की यात्रा से नहीं जोड़ पा रहा है। ऐसे उपभोक्ताओं को और बेहतर ढंग से अपने आंदोलन से कैसे जोड़ा जाए ?

हमारी प्रस्तावना*: *सरकारों के लिए

1. जैविक खेती का रेगुलेशन (विनियमन)

आशा (ASHA- Association for Sustainable and Holistic Agriculture) जैविक क्षेत्र को बेहतर व सुचारू रूप से संचालित करने में यकीन करता है। ऐसे रेगुलेशन की जरूरत महसूस करता है जो सभी दूसरे क्षेत्रों के साथ समन्वय स्थापित कर सके। यदि रसायनिक खेती के साथ भी समन्वय बनाने की नौबत आ पड़े

तो बनाया जाए। मसलन, रेगुलेशन की यह व्यवस्था भेदभावपूर्ण न हो। दूसरी जरूरी बात, रेगुलेशन सिर्फ उपभोक्ता के परिपेक्ष्य में चीजों को देख-समझकर तैयार करना भी उचित नहीं होगा। साथ ही, यह ध्यान रखने की जरूरत है कि फर्जी तरीकों से जैविक खेती का प्रचार प्रसार न हो। जैविक खेती का वर्तमान स्वरूप उपभोक्ताओं की मांगों से प्रेरित है। जैविक खाद्य पदार्थों के संदर्भ में एफएसएसएआई (FSSAI) नियमावली के अनुसार जैविक पदार्थों की ब्रिकी के लिए NPOP या PGS-इंडिया सर्टिफिकेशन लेने की जरूरत होती है। आशा इस संबंध में निम्नलिखित पक्ष रखता है-

- एफएसएसएआई (FSSAI) रेगुलेशन फूड सेफ्टी एंड स्टैंडर्ड एक्ट 2006 से बिल्कुल अलहदा है। यह कानून किसानों और उत्पादन प्रक्रियाओं को कानून के दायरे से बाहर रखता है। वहीं एफएसएसआई सर्टिफिकेशन गुणवत्ता सुधार हेतु उत्पादन की प्रक्रियाओं को ध्यान में रखता है।
- सर्टिफिकेशन पर निर्भरता, चाहे वो तीसरी पार्टी या पीजीएस-इंडिया द्वारा दी गई ही क्यों न दी गई हो, गैरजरूरी है। ऐसे सर्टिफिकेशन व्यवस्थाओं में हितों का टकराव बहुत संभव है। इसका मतलब यह हुआ कि महज सर्टिफिकेशन मिलने से उपभोक्ता के हितों की सुरक्षा सुनिश्चित नहीं होती है।
- खाद्य पदार्थों पर सिर्फ 'जैविक भारत' का मार्का होने भर से रेगुलेशन की शर्तें लागू हो जाती हैं। जरूरी नहीं है कि वह खाद्य पदार्थ 'जैविक' पदार्थ कहलाता ही हो।
- जैविक उत्पादक और उपभोक्ता के सीधे लेनदेन को किसी भी तरह के रेगुलेशन के दायरे से बाहर रखना चाहिए (फिलहाल छोटे जैविक उत्पादकों को एक तय हिस्सा/कट-ऑफ देना पड़ता है)। वैसे लेनदेन भी रेगुलेशन के दायरे से बाहर रखे जाएं जिसमें उत्पादक और उपभोक्ता के बीच सिर्फ एक खुदरा विक्रेता बिचौलिए के रूप में मौजूद हो। लेकिन बिचौलिए की मौजूदगी पारदर्शी होनी चाहिए।

2. जैविक किसान समूहों में निवेश की जरूरत

उत्पादन की प्रक्रिया में सलाहियत बरतते हुए जैविक उत्पाद की विश्वसनीयता सुनिश्चित करना एक महत्वपूर्ण चुनौती है। भंडारण और प्रोसेसिंग की उचित व्यवस्था की जरूरत है। संभव है कि जैविक किसान इस तरह की भारी खर्चे का वहन कर सकने में असमर्थ होंगे। आशा का मानना है कि भंडारण और प्रोसेसिंग में सरकार निवेश करे।

3. विषैले तकनीकों का रेगुलेशन (विनियमन)

जैविक उत्पाद और उसकी मार्केटिंग और बेहतर तरीके से की जा सकती है मसलन, विषैले तकनीकों को नियंत्रित और धीरे-धीरे किनारे लगाया जाए। आशा मांग करती है कि रसायनिक खादों और कीटनाशकों पर योजनाबद्ध तरीके से लगाम लगाया जाए। सबसे पहले उन कीटनाशकों को प्रतिबंधित किया जाए, जिसे दूसरी जगहों पर प्रतिबंधित किया जा चुका है।

4. सरकारी खाद्य योजनाओं में जैविक पदार्थ

सरकार द्वारा जैविक किसानों को बाजार के स्तर पर सहयोग करने की पहल एक आदर्श योजना है। स्थानीय स्तर पर जैविक किसानों को आर्थिक सहयोग मिलता है। इससे यह भी सुनिश्चित होता है कि देश में दूर-दराज क्षेत्रों में गुरबत की जींदगी बिता रहे ग्रामीणों तक सुरक्षित व पोषणयुक्त भोजन पहुंच रहा है। आइसीडीएस (ICDS), एमडीएमएस (MDMS), पीडीएस (PDS) आदि में बढ़े आवंटन से यह भरोसा पैदा होता है। अगर

सरकार जैविक उत्पादन पर वर्तमान न्यूनतम समर्थन मूल्य से 20 फीसदी ज्यादा रेट देने को तैयार होती है तो आशा इस कदम की भी सराहना करता है।

5. प्रोसेसिंग और वैल्यू एडिशन

प्रोसेसिंग में इस्तेमाल होने वाली तकनीकों को पर्याप्त मात्रा में रखना चाहिए। कम ऊर्जा खपत वाली मशीनें और जहां तक संभव हो अक्षय ऊर्जा को इस्तेमाल में लाना चाहिए। मशीनों की रख-रखाव और मरम्मत की सुविधा स्थानीय स्तर पर ही की जानी चाहिए। अगर ऐसे तकनीकों को विकसित करने के लिए शोध की जरूरत हो तो सरकारों को उसमें जरूर निवेश करना चाहिए। ऑर्गेनिक मार्केटिंग के लिए ईको-फ्रेंडली पैकेजिंग की जरूरत है। इस संबंध में शोध किया जाना चाहिए। जल्दी खराब या तय समय की जीवन अवधि वाले पदार्थों की जैविक मूल्यों को सहेजना भी एक चुनौती है। इस संबंध में भी शोध में निवेश करने की जरूरत है।

6. जैविक मार्केटिंग के लिए सांस्थानिक ढांचों का सहयोग

किसी भी उपक्रम की शुरुआत बहुतेरे संभावनाओं को जन्म देते हैं। यह उत्पादन के अंतिम सिरे पर किसानों का सांगठनिक ढांचा हो सकता है या विक्रेता के सिरे से बाजार की संभावना टटोलना हो सकता है। या फिर इन दोनों स्थितियों के बीच की भी कोई संभावना हो सकती है।

जैविक उत्पादकों को उपभोक्ताओं से मिलाने के लिए नियमित मेलों का आयोजन किया जा सकता है या जैविक पदार्थों के वितरण मंडियों की स्थापना की जा सकती है। सरकार को हर तरह के ऑर्गेनिक मार्केटिंग को टैक्स में रियायत देकर, शहरी क्षेत्रों में विक्रेता केन्द्रों का प्रस्ताव, 'किसानों का बाजार' आदि मुहिमों से जैविक किसानों का प्रोत्साहन करना चाहिए।

हमारी प्रस्तावना: **जैविक उपक्रमों (एंटरप्राइसेज़) के लिए**

7. जैविक उपभोक्ताओं से संवाद

चाहे ग्रामीण या शहरी क्षेत्रों में विक्रेता स्तर पर हो, आशा हर तरह के जैविक उपक्रमों को बढ़ावा देता है। आशा चाहता है कि ये उपक्रम उपभोक्ताओं पर निवेश करें ताकि वे जैविक खेती आंदोलन की मुहिम में स्वेच्छा से जुड़ें। उन्हें जोड़ने के लिए विशेष ऑरिएंटेशन, 'अपने किसानों को जानिए' जैसे संवाद, फिल्म स्क्रिनिंग और संवाद आदि आयोजित किए जा सकते हैं।

स्वैच्छिक (वॉलेन्ट्री लेवल) और सक्षम उपभोक्ता भी इसमें अपनी भूमिका निभा सकते हैं। वे यह सुनिश्चित करने में भागीदार बन सकते हैं कि कैसे किसानों को उपभोक्ताओं के लिए कीमत घटाकर किसानों को ज्यादा से ज्यादा मुनाफा मुहैया कराया जा सकता है। एक ऐसे व्यवस्था पर भी काम किए जाने की जरूरत है जहां जैविक उत्पाद गैर-अभिजात्य वर्ग के पास भी आसानी से उपलब्ध हो सके। विक्रेता के सिरे से क्रॉस-सब्सिडाइजेशन मॉडल की संभावनाओं पर विचार किया जाना चाहिए।

8. स्वैच्छिक (वॉलेन्ट्री) कोड ऑफ कंडक्ट विकसित करना

आशा जैविक क्षेत्र में ज्यादा से ज्यादा लोगों का स्वागत करता है। व्यैक्तिक (इंडिविड्युअल) जैविक किसान, जैविक किसानों का उपक्रम, विक्रेताओं या आम आदमी- आशा सबकी भागीदारी का अभिनंदन करता है। लक्षित दिशा में एक काम सुनिश्चित करने के लिए स्वैच्छिक आचरण नियमावलियों (स्व-नियमन) का पालन करना महत्वपूर्ण है। स्त्रोत, दाम तय करने की प्रक्रिया, गुणवत्ता सुधार, प्रोसेसिंग, पैकेजिंग, तकनीक आदि जैसे तमाम मामलों को पारदर्शी रखना महत्वपूर्ण है। जमीनी स्तर पर जैविक पदार्थों की गुणवत्ता की भी पड़ताल की जानी चाहिए। ऑर्गेनिक मार्केटिंग सामाजिक बराबरी और सबसे पिछले पायदान पर मौजूद किसानों की बेहतरी की ओर लक्षित होनी चाहिए।

हमारी प्रस्तावना: युवा जो जैविक खेती आंदोलन से जुड़ना चाहते हैं

आशा युवाओं से अपील करता है कि वे भारतीय कृषि और पृथ्वी के सतत भविष्य में अपना योगदान दें। आपकी शिक्षा और नये तकनीक किसानों के लिए बहुत मददगार साबित हो सकते हैं। आप किसानों के बरक्स शहरी या ग्रामीण उपभोक्ता की मानवीकी को बेहतर समझते हैं। आप छोटे-छोटे विक्रेता केन्द्र खोल सकते हैं जहां जैविक उत्पाद सीधे उत्पादकों से उपभोक्ताओं तक पहुंचाया जा सकता है। आप जैविक किसानों को सहयोगी योजनाओं और परियोजनाओं के बारे में शिक्षित कर सकते हैं। जैविक किसानों को कानूनी कागजात में आने वाली अड़चनों में आप युवा अपना सहयोग दे सकते हैं। इसके अलावा और भी कई तरीके हो सकते हैं जिससे किसानों को सतत विकास पथ की चुनौतियों से पार पाने में मदद कर सकते हैं।

संदर्भ सूची-

- *You can access presentations from a September 2015 Skillshare Course that ASHA organised, which have several interesting case studies: https://drive.google.com/open?id=1e3SifXeaj4lROfmEMO2TJBDERgo00cte*
- *A 2013 booklet created by ASHA called "Small Organic Retail is Beautiful": http://www.kisanswaraj.in/wp-content/uploads/small-organic-retail-is-beautiful.pdf*
- *Workshop proceedings report of a national workshop organised by ASHA and XIM-B in 2012 is accessible here: http://www.kisanswaraj.in/wp-content/uploads/ASHA-XIMB-Workshop-Proceedings-report2.pdf*
- *Some case studies: https://sahajaaharam.org/ ; http://navadarshanam.org/web/navadarshanam/nd-csa; http://timbaktu-organic.org/ ; http://www.sahajaorganics.com/;http://www.tribalhealth.org/?page_id=51; http://vikalpsangam.org/static/media/uploads/Vikalp%20Sangam%20Case%20Studies/retailingofmkavithakuruganti.pdf; https://organic-bazaar.in/home ; www.chetnaorganic.org.in ; http://www.restore.org.in/ ; http://www.vikalpsangam.org/article/placing-faith-in-the-farmer/*
- *A web portal called http://www.ecofarmersmarket.in/ is run by ASHA to enable information flows between ecological producers and procurers. However, we did not find the use of this portal effective or optimal. For easing out information flow issues, ASHA runs a google group called asha-organic-markets@googlegroups.com where producers and procurers have been brought together to exchange queries and information.*