http://krishipravahika.vitalbiotech.org/

कृषि प्रवाहिका: ई-समाचार पत्रिका

e-ISSN: 2583 – 0430

कृषि-प्रवाहिका: ई-समाचार पत्रिका, (2025) वर्ष 5, अंक 9, 30-35

Article ID: 665

प्राकृतिक खेती से पैदा हुई फसल का उचित मूल्य कैसे प्राप्त करें

रूपेंद्र कुमार[1]
मम्ता कम्बोज [2]
नवीश कुमार कम्बोज[3]

[1]कृषि विज्ञान केन्द्र, रोहतक
[2]कपास अनुभाग
आनुवंशिकी और पादप प्रजनन
[3]सहायक वैज्ञानिक (सस्य विज्ञान)
चौधरी चरण सिंह हरियाणा
कृषि विश्वविद्यालय , हिसार

*अनुरूपी लेखक

रूपेंद्र कुमार*

परिचय

भारत एक कृषि प्रधान देश है। यहाँ किसान अपनी मेहनत से देश के लिए अन्न, फल, सब्जियाँ, दालें, तिलहन और अनेक कृषि उत्पाद पैदा करते हैं। खेती केवल आजीविका का साधन नहीं, बल्कि हमारी अर्थव्यवस्था, संस्कृति और खाद्य सुरक्षा का आधार भी है। लेकिन आज किसान के सामने एक बड़ी चुनौती यह है कि अच्छी फसल पैदा करने के बावजूद उसे कई बार अपनी उपज का उचित मूल्य नहीं मिल पाता। विशेष रूप से प्राकृतिक खेती अपनाने वाले किसानों के सामने यह सवाल महत्वपूर्ण है कि उनकी उपज को बाजार में अलग पहचान कैसे मिले और उपभोक्ता उसकी गुणवत्ता के अनुसार उचित कीमत देने के लिए कैसे तैयार हों। प्राकृतिक खेती में किसान मिट्टी की सेहत सुधारने, स्थानीय संसाधनों का उपयोग करने तथा रासायनिक कृषि आदानों पर निर्भरता कम करने का प्रयास करता है। लेकिन केवल प्राकृतिक तरीके से खेती कर लेना ही अधिक मूल्य मिलने की गारंटी नहीं है। इसके लिए उपज की गुणवत्ता, सुरक्षित उत्पादन, सही समय पर बिक्री, बाजार की जानकारी, उपभोक्ताओं का विश्वास और प्रभावी विपणन व्यवस्था भी जरूरी है।

प्राकृतिक खेती से पैदा हुई फसल का उचित मूल्य प्राप्त करने का मूल मंत्र है—अच्छी गुणवत्ता, विश्वसनीय पहचान, सही बाजार, पारदर्शी जानकारी और किसानों का सामूहिक प्रयास। यदि किसान उत्पादन के साथ-साथ विपणन पर भी ध्यान दें, तो वे अपनी उपज की बेहतर कीमत प्राप्त करने और खेती को अधिक लाभकारी बनाने की दिशा में आगे बढ़ सकते हैं।

1. प्राकृतिक खेती की उपज की अलग पहचान बनाएँ

बाजार में किसी भी उत्पाद की कीमत उसकी गुणवत्ता, उपलब्धता, माँग और उपभोक्ताओं के विश्वास पर निर्भर करती है। प्राकृतिक खेती की उपज को उचित मूल्य दिलाने के लिए सबसे पहले उसकी वास्तविक पहचान स्थापित करना जरूरी है। किसान को यह स्पष्ट करना चाहिए कि उसने कौन-सी फसल उगाई है, किस मौसम में उत्पादन किया है, बीज कहाँ से प्राप्त किए हैं और फसल प्रबंधन में कौन-सी विधियाँ अपनाई हैं। इन जानकारियों का रिकॉर्ड रखने से उपज के बारे में पारदर्शिता बढ़ती है। उदाहरण के लिए, यदि कोई किसान प्राकृतिक तरीके से गेहूँ, सरसों, बाजरा, मूँग, चना या सब्जियाँ उगाता है, तो वह बुवाई की तारीख, बीज का स्रोत, खेत में अपनाई गई तकनीकों, सिंचाई, कटाई और भंडारण का रिकॉर्ड रख सकता है।यदि उत्पाद के लिए प्रमाणन उपलब्ध है, तो उसके मानकों और नियमों के अनुसार प्रमाणन का उपयोग किया जा सकता है। लेकिन बिना प्रमाण के किसी उत्पाद को प्रमाणित जैविक बताना या यह दावा करना कि उसमें किसी भी प्रकार के रसायन का प्रयोग नहीं हुआ, उचित नहीं है। प्राकृतिक खेती, जैविक खेती और

प्रमाणित जैविक उत्पादों के बीच अंतर समझना भी आवश्यक है। किसान को अपने उत्पाद के बारे में वही जानकारी देनी चाहिए जिसे वह रिकॉर्ड या उपयुक्त प्रमाण से स्पष्ट कर सके।

2. गुणवत्ता सुधारें, तभी बढ़ेगा बाजार में विश्वास

उचित मूल्य प्राप्त करने के लिए केवल खेती की विधि नहीं, बल्कि उपज की वास्तविक गुणवत्ता भी महत्वपूर्ण है। साफ, अच्छी तरह सूखी, रोगमुक्त और सही तरीके से भंडारित फसल को बाजार में बेहतर अवसर मिल सकते हैं। किसान को कटाई के बाद उपज की सफाई, छँटाई, सुखाने और भंडारण पर विशेष ध्यान देना चाहिए। अनाज में नमी की मात्रा उपयुक्त स्तर पर रखना जरूरी है। अधिक नमी से फफूंद, दुर्गंध और भंडारण के दौरान नुकसान हो सकता है। दालों में कंकड़, मिट्टी और अन्य अशुद्धियाँ हटाने से उनकी गुणवत्ता बेहतर दिखाई देती है। फल और सब्जियों में आकार, रंग, ताजगी तथा क्षतिग्रस्त उत्पादों को अलग करना उपयोगी होता है।

किसान निम्नलिखित उपाय अपना सकते हैं:

- कटाई सही समय पर करें, ताकि उपज की गुणवत्ता बनी रहे।
- अनाज को सुरक्षित नमी स्तर तक सुखाकर ही भंडारित करें।
- साफ और सूखे बोरे, डिब्बे या अन्य उपयुक्त पैकेजिंग सामग्री का उपयोग करें।
- भंडारण स्थल को नमी, कीटों और चूहों से सुरक्षित रखें।
- उपज की ग्रेडिंग करके अलग-अलग गुणवत्ता के अनुसार पैकिंग करें।
- आवश्यकता के अनुसार प्रयोगशाला में गुणवत्ता की जाँच कराएँ।

3. सीधे उपभोक्ता को बेचें, बिचौलियों पर निर्भरता घटाएँ

किसानों को कई बार अपनी उपज मंडी या स्थानीय व्यापारियों को बेचनी पड़ती है। इससे बिक्री आसान हो सकती है, लेकिन किसान को अंतिम उपभोक्ता द्वारा चुकाई गई कीमत का पूरा लाभ नहीं मिलता। प्राकृतिक खेती करने वाले किसान जहाँ संभव हो, सीधे उपभोक्ताओं तक पहुँचने के विकल्प तलाश सकते हैं। इसमें स्थानीय परिवारों, आवासीय समितियों, दुकानों, होटलों, भोजनालयों और संस्थागत खरीदारों से संपर्क करना शामिल है।

सीधे बिक्री करने के कुछ प्रमुख तरीके हैं:

किसान से परिवार तक: किसान अपने गाँव या नजदीकी शहर में ग्राहकों का समूह बनाकर नियमित रूप से अनाज, दालें, सरसों का तेल या मौसमी सब्जियाँ बेच सकते हैं।

साप्ताहिक किसान बाजार: स्थानीय किसान बाजारों, मेलों और कृषि प्रदर्शनियों में भाग लेकर अपनी उपज की पहचान बना सकते हैं।

अग्रिम बुकिंग: किसान बुवाई या कटाई के मौसम से पहले संभावित ग्राहकों से संपर्क कर सकते हैं। इससे माँग का अनुमान लगाने और बिक्री की योजना बनाने में मदद मिल सकती है।

स्थानीय दुकानों से समझौता: किराना दुकानों, अनाज विक्रेताओं और अन्य खुदरा व्यापारियों को नियमित रूप से गुणवत्ता वाली उपज उपलब्ध कराई जा सकती है।

हालाँकि, सीधे बिक्री में पैकिंग, परिवहन, ग्राहक सेवा और समय की लागत भी होती है। इसलिए किसान को केवल बिक्री मूल्य नहीं, बल्कि सभी खर्च घटाने के बाद मिलने वाला वास्तविक लाभ देखना चाहिए।

4. किसान उत्पादक संगठन (FPO) से जुड़ें

छोटे किसानों के लिए अकेले पैकेजिंग, भंडारण, परिवहन और बड़े खरीदारों तक पहुँच बनाना कठिन हो सकता है। ऐसे में किसान उत्पादक संगठन यानी FPO एक उपयोगी माध्यम बन सकता है। FPO के माध्यम से किसान सामूहिक रूप से अपनी उपज इकट्ठी कर सकते हैं, गुणवत्ता के आधार पर छँटाई कर सकते हैं और खरीदारों के साथ बातचीत कर सकते हैं।

सामूहिक विपणन के प्रमुख लाभ हैं:

- बड़ी मात्रा में उपज उपलब्ध होने से संस्थागत खरीदारों तक पहुँच आसान हो सकती है।
- पैकिंग, परिवहन और भंडारण की लागत साझा की जा सकती है।
- बाजार की जानकारी और कीमतों पर बातचीत करने की क्षमता बढ़ सकती है।
- सामूहिक ब्रांड बनाकर उपज को अलग पहचान दी जा सकती है।
- प्रसंस्करण और मूल्य संवर्धन की सुविधाएँ विकसित की जा सकती हैं।

उदाहरण के लिए, यदि किसी क्षेत्र के किसान प्राकृतिक तरीके से बाजरा, सरसों या दालें पैदा करते हैं, तो वे अपनी उपज को एकत्रित करके गुणवत्ता के अनुसार अलग कर सकते हैं। इसके बाद सामूहिक रूप से स्थानीय दुकानों, थोक खरीदारों या उपभोक्ता समूहों से संपर्क किया जा सकता है। हालाँकि, FPO से जुड़ने से अपने आप अधिक कीमत मिलने की गारंटी नहीं होती। संगठन की कार्यक्षमता, बाजार की माँग, प्रबंधन और पारदर्शिता महत्वपूर्ण हैं।

5. प्रसंस्करण से बढ़ाएँ उपज का मूल्य

किसान यदि केवल कच्ची उपज बेचने के बजाय कुछ उत्पादों का उचित प्रसंस्करण करें, तो मूल्य संवर्धन के नए अवसर पैदा हो सकते हैं। लेकिन इसके लिए लागत, गुणवत्ता, स्वच्छता और बाजार की माँग का आकलन आवश्यक है।

उदाहरण के लिए:

- गेहूँ की सफाई और पैकिंग करके उपभोक्ताओं को बेचा जा सकता है।
- सरसों से तेल निकालकर तेल और खली जैसे उत्पाद तैयार किए जा सकते हैं।
- बाजरे और अन्य मोटे अनाज से आटा तैयार किया जा सकता है।
- दालों की सफाई, छिलाई और पैकिंग करके बिक्री की जा सकती है।
- फल और सब्जियों से उपयुक्त परिस्थितियों में अचार, जैम या अन्य प्रसंस्कृत उत्पाद बनाए जा सकते हैं।

प्रसंस्करण से उत्पाद की उपयोगिता बढ़ सकती है और किसान को नए बाजार मिल सकते हैं। लेकिन प्रसंस्करण हमेशा अधिक लाभ नहीं देता। मशीन, बिजली, श्रम, पैकेजिंग, गुणवत्ता परीक्षण, परिवहन और खराब होने के जोखिम को ध्यान में रखना चाहिए। खाद्य उत्पाद बेचने से पहले लागू खाद्य सुरक्षा और लाइसेंस संबंधी नियमों की जानकारी लेना आवश्यक है। उदाहरण के लिए, खाद्य प्रसंस्करण और पैकिंग के लिए लागू FSSAI आवश्यकताओं की जाँच करनी चाहिए। किसान शुरुआत में छोटे स्तर पर बाजार का परीक्षण कर सकते हैं। यदि ग्राहकों की नियमित माँग और उचित लाभ दिखाई दे, तभी प्रसंस्करण का विस्तार करना समझदारी होगी।

6. ब्रांडिंग और पैकेजिंग से बनाएँ भरोसा

आज उपभोक्ता उत्पाद की गुणवत्ता के साथ उसकी पहचान और पैकेजिंग पर भी ध्यान देते हैं। इसलिए प्राकृतिक खेती की उपज के लिए स्थानीय ब्रांड विकसित करना एक उपयोगी रणनीति हो सकती है। किसान या किसान समूह अपने क्षेत्र, गाँव, फसल या कृषि परंपरा से जुड़ा सरल नाम चुन सकते हैं। पैकेट पर उत्पाद का नाम, शुद्ध वजन, पैकिंग की तारीख,

उत्पादक या पैकर का विवरण तथा लागू नियमों के अनुसार आवश्यक जानकारी स्पष्ट रूप से दी जानी चाहिए।

ब्रांडिंग के लिए कुछ महत्वपूर्ण सुझाव हैं:

1. नाम सरल और आसानी से याद रहने वाला रखें।
2. पैकेट पर साफ और पढ़ने योग्य जानकारी दें।
3. उत्पाद की गुणवत्ता के बारे में बढ़ा-चढ़ाकर दावे न करें।
4. जहाँ आवश्यक हो, बैच नंबर और पता जैसी जानकारी दें।
5. उपयुक्त भंडारण और उपयोग संबंधी निर्देश शामिल करें।
6. उपभोक्ताओं की शिकायतों और सुझावों का उत्तर दें।

यदि उत्पाद के लिए किसी प्रमाणन या विशिष्ट गुणवत्ता मानक का दावा किया जाता है, तो उसके लिए आवश्यक प्रमाण और नियमों का पालन किया जाना चाहिए। अच्छी ब्रांडिंग का उद्देश्य केवल सुंदर पैकेट बनाना नहीं है, बल्कि ग्राहकों का भरोसा अर्जित करना और उत्पाद की गुणवत्ता में निरंतरता बनाए रखना है।

7. डिजिटल बाजार और सोशल मीडिया का उपयोग करें

मोबाइल फोन और इंटरनेट ने किसानों के लिए ग्राहकों तक पहुँचने के नए अवसर पैदा किए हैं। प्राकृतिक खेती करने वाले किसान सोशल मीडिया, मैसेजिंग समूहों और डिजिटल कृषि बाजारों का उपयोग करके अपनी उपज के बारे में जानकारी साझा कर सकते हैं। किसान अपनी फसल की तस्वीरें, कटाई का समय, उपलब्ध मात्रा, पैकिंग के विकल्प और बिक्री की जानकारी साझा कर सकते हैं। ग्राहक अग्रिम ऑर्डर दे सकते हैं और किसान उसके अनुसार पैकिंग तथा वितरण की योजना बना सकते हैं।

डिजिटल विपणन के लिए उपयोगी उपाय हैं:

- व्हाट्सऐप पर स्थानीय ग्राहकों का समूह बनाएँ।
- हर सप्ताह उपलब्ध फसलों और उनकी कीमतों की सूची भेजें।
- उपज की वास्तविक तस्वीरें साझा करें।
- डिजिटल भुगतान की सुविधा उपलब्ध रखें।
- ग्राहकों के ऑर्डर और वितरण का रिकॉर्ड रखें।
- कृषि मंडियों और सरकारी बाजार सूचना सेवाओं से कीमतों की तुलना करें।

लेकिन ऑनलाइन बिक्री शुरू करने से पहले यह तय करना जरूरी है कि परिवहन का खर्च कौन वहन करेगा, उत्पाद कितने समय तक सुरक्षित रहेगा और ग्राहक तक समय पर कैसे पहुँचेगा। ऑनलाइन मंचों पर कीमत देखकर ही निर्णय न लें। वास्तविक बिक्री मूल्य, कमीशन, पैकिंग, परिवहन और भुगतान की शर्तों की तुलना करना आवश्यक है।

8. प्रमाणन और पारदर्शिता से उपज की विश्वसनीयता बढ़ाएँ

प्राकृतिक खेती की उपज के लिए बाजार में विश्वसनीय पहचान बनाना बहुत महत्वपूर्ण है। उपभोक्ता को उत्पाद के बारे में सही जानकारी मिलनी चाहिए, ताकि वह सोच-समझकर खरीदारी कर सके।किसान को अपने खेत का रिकॉर्ड रखना चाहिए, जिसमें फसल का नाम, बीज का स्रोत, कृषि प्रबंधन की विधियाँ, उपयोग की गई सामग्री, कटाई की तारीख और भंडारण की जानकारी शामिल हो। यदि किसान जैविक उत्पाद के रूप में उपज बेचने की योजना बना रहे हैं, तो उन्हें लागू जैविक प्रमाणन मानकों और नियमों को समझना चाहिए। भारत में संबंधित परिस्थितियों के अनुसार PGS-India या राष्ट्रीय जैविक उत्पादन कार्यक्रम (NPOP) जैसे ढाँचों की जानकारी ली जा सकती है। यह ध्यान रखना आवश्यक है कि प्राकृतिक खेती से उत्पादन और प्रमाणित जैविक उत्पादन एक ही बात नहीं हैं।

किसान को अपने उत्पाद पर केवल वही दावा करना चाहिए जिसे लागू नियमों के अनुसार प्रमाणित किया जा सके। पारदर्शी रिकॉर्ड और सही जानकारी से ग्राहकों का भरोसा बढ़ सकता है। इससे लंबे समय में नियमित खरीदारों का समूह विकसित करने में सहायता मिल सकती है।

9. बाजार की माँग समझकर फसल उगाएँ

उचित मूल्य प्राप्त करने की योजना बुवाई से पहले ही शुरू हो जानी चाहिए। यदि किसान बाजार की माँग को समझे बिना केवल परंपरा के आधार पर फसल उगाता है, तो कटाई के समय उसे कम कीमत या बिक्री की कठिनाई का सामना करना पड़ सकता है। इसलिए किसान को बुवाई से पहले स्थानीय मंडियों, खुदरा दुकानों, प्रसंस्करण इकाइयों और संभावित ग्राहकों से जानकारी लेनी चाहिए।

कुछ महत्वपूर्ण प्रश्न हैं:

- किस फसल की माँग अधिक है?
- बाजार में किस गुणवत्ता की उपज पसंद की जाती है?
- कटाई के समय संभावित कीमत क्या हो सकती है?
- परिवहन और भंडारण का खर्च कितना होगा?
- क्या फसल को प्रसंस्करण या पैकिंग के माध्यम से बेहतर बाजार मिल सकता है?
- क्या खरीदार के साथ पहले से समझौता करना संभव है?

फसल विविधीकरण भी उपयोगी हो सकता है। किसान अपने क्षेत्र के अनुसार अनाज, दालें, तिलहन, सब्जियाँ और अन्य उपयुक्त फसलों के संयोजन पर विचार कर सकते हैं। इससे एक ही फसल पर निर्भरता कम हो सकती है। हालाँकि, किसी फसल की वर्तमान ऊँची कीमत भविष्य में भी बनी रहेगी, इसकी गारंटी नहीं है। इसलिए निर्णय बाजार की जानकारी, पानी की उपलब्धता और खेती की लागत को ध्यान में रखकर लेना चाहिए।

10. सरकारी योजनाओं और बाजार सुविधाओं का लाभ उठाएँ

किसानों को अपनी उपज का बेहतर मूल्य दिलाने के लिए सरकारी योजनाओं, मंडियों और संस्थागत बाजारों की जानकारी भी उपयोगी हो सकती है। ई-नाम (e-NAM) जैसे इलेक्ट्रॉनिक कृषि बाजार मंचों से जुड़ी मंडियों में उपलब्ध सुविधाओं की जानकारी ली जा सकती है। किसान अपने क्षेत्र में मंडी पंजीकरण, गुणवत्ता परीक्षण, व्यापारियों की उपलब्धता और लागू नियमों की जाँच कर सकते हैं। किसान उत्पादक संगठनों, सहकारी समितियों और कृषि विभाग के माध्यम से सामूहिक बिक्री, भंडारण तथा विपणन संबंधी अवसरों की जानकारी भी प्राप्त की जा सकती है। कुछ कृषि उत्पादों के लिए न्यूनतम समर्थन मूल्य (MSP) की व्यवस्था होती है, लेकिन सभी फसलों की खरीद हर स्थान पर एक समान तरीके से नहीं होती। किसान को अपने राज्य, फसल, खरीद केंद्र और लागू खरीद नियमों की जानकारी पहले से लेनी चाहिए। इसी तरह भंडारण और प्रसंस्करण के लिए उपलब्ध योजनाओं की पात्रता, आवेदन प्रक्रिया और वर्तमान शर्तों की पुष्टि संबंधित विभाग से करनी चाहिए।

11. उचित मूल्य की गणना कैसे करें?

किसान को केवल बाजार में मिलने वाली कीमत देखकर यह तय नहीं करना चाहिए कि उसकी फसल लाभकारी है या नहीं। वास्तविक लाभ जानने के लिए उत्पादन से लेकर बिक्री तक के सभी खर्चों को जोड़ना जरूरी है। उदाहरण के लिए, यदि किसान गेहूँ की उपज सीधे ग्राहक को बेचता है, तो उसे निम्नलिखित खर्चों का हिसाब रखना चाहिए:

खर्च का प्रकार	उदाहरण
उत्पादन लागत	बीज, सिंचाई, श्रम और खेत की तैयारी
कटाई एवं सफाई	कटाई, मड़ाई, सफाई और छँटाई
पैकिंग	बोरे, थैले, लेबल और अन्य सामग्री
भंडारण	गोदाम, नमी नियंत्रण और रखरखाव
परिवहन	मंडी, दुकान या ग्राहक तक पहुँचाना
विपणन	विज्ञापन, कमीशन और बिक्री संबंधी खर्च

वास्तविक लाभ = कुल बिक्री से प्राप्त राशि – कुल उत्पादन एवं विपणन लागत।

कभी-कभी थोक बिक्री में प्रति किलोग्राम कीमत कम होती है, लेकिन बड़ी मात्रा में एक साथ बिक्री हो जाने से कुल खर्च कम हो सकता है। दूसरी ओर, सीधे ग्राहक को अधिक कीमत पर बेचने में समय, पैकिंग और वितरण का खर्च बढ़ सकता है।\इसलिए किसान को विभिन्न बिक्री विकल्पों का मूल्यांकन वास्तविक लाभ के आधार पर करना चाहिए, केवल बिक्री मूल्य के आधार पर नहीं।

12. किसानों के लिए एक व्यावहारिक कार्ययोजना

प्राकृतिक खेती से प्राप्त उपज का उचित मूल्य पाने के लिए किसान निम्नलिखित चरण अपना सकते हैं:

पहला चरण — गुणवत्ता: उपज की सही समय पर कटाई करें, सफाई और ग्रेडिंग करें तथा सुरक्षित भंडारण अपनाएँ।

दूसरा चरण — बाजार सर्वेक्षण: स्थानीय मंडियों, दुकानों, उपभोक्ता समूहों और संभावित खरीदारों से संपर्क करें।

तीसरा चरण — रिकॉर्ड और पहचान: खेती की विधियों, उत्पादन और गुणवत्ता से संबंधित रिकॉर्ड रखें।

चौथा चरण — सामूहिक प्रयास: अपने गाँव के अन्य किसानों के साथ मिलकर बिक्री, परिवहन और पैकिंग की व्यवस्था पर विचार करें।

पाँचवाँ चरण — छोटे स्तर पर परीक्षण: सीधे बिक्री या प्रसंस्करण का प्रयोग सीमित मात्रा में शुरू करें और लागत तथा लाभ का हिसाब रखें।

छठा चरण — विस्तार: जब नियमित ग्राहक, गुणवत्ता और लाभ की स्थिति स्पष्ट हो जाए, तभी विपणन व्यवस्था का विस्तार करें।

इस प्रकार किसान धीरे-धीरे एक ऐसी व्यवस्था विकसित कर सकता है जिसमें उत्पादन और विपणन दोनों को बराबर महत्व दिया जाए।