

राष्ट्रीय कृषि बाजार - एक दूरगामी सुधार

—गार्गी परसाई

'नाम' पोर्टल की परिकल्पना कृषि क्षेत्र में दूरगामी सुधारों हेतु एक प्रारंभिक बिंदु के रूप में की गई है। इससे न केवल पारदर्शिता आएगी, बल्कि उसमें ऐसी प्रणाली अंतर्निहित होगी जिसमें किसानों को अपनी उपज की बेहतर कीमत मिल सकेगी। मंडी में स्थानीय व्यापारी को 'नाम' पोर्टल एक व्यापक बाजार प्रदान करता है।

कर्नाल में एक किसान ट्रैक्टर भाड़ा कर अपना गेहूं बाजार में लेकर आया, इस गेहूं को उसने छह महीने की मेहनत और परिश्रम के बाद उगाया था। कमीशन एजेंट आगे बढ़ा और उसके लिए नीलामी का सेट बना दिया। छह या सात व्यापारी उसके गेहूं के टिले के चारों ओर जमा होने लगे। उन सबने गेहूं को मुट्टी में भर कर उठाया और उसकी गुणवत्ता की परख की। और फिर इसके बाद कमीशन एजेंट और खरीदारों के बीच सांकेतिक भाषा में 'बोली' लगनी शुरू हो गई।

कमीशन एजेंट की उंगलियों के ऊपर रूमाल फैला हुआ था, जोकि इच्छुक खरीदारों को कीमत के बारे में संकेत करता था कि यह सरकार द्वारा तय किए गए न्यूनतम समर्थन मूल्य से भी नीचे है। यदि खरीदार रूमाल के नीचे एक उंगली रखता है तो इसका मतलब हुआ कि दाम कम है। जिसके बाद कमीशन एजेंट जो दाम बताता है उसे निराश किसान आमतौर पर स्वीकार कर लेता है। वैकल्पिक तौर पर किसान को जो भुगतान मिलने वाला होता है उसे स्थगित कर दिया जाता है और उसे बिक्री पट्टी (इनवॉयस) पर दे दिया जाता है। कभी-कभी व्यापारी मंडी करों से बचने के लिए पट्टी भी नहीं देता जिसके चलते किसान का संकट बरकरार रहता है। इसके बाद उसके सामने अग्रिम या

ऋण लेने के सिवा कोई दूसरा रास्ता नहीं होता। जब किसान के उत्पादन का सौदा कमीशन एजेंट और व्यापारी के बीच पक्का हो जाता है तब एजेंट अपनी दलाली को तय करता है जोकि नियमतः 2 फीसदी ही है लेकिन वह 6 प्रतिशत तक जा सकता है। वह अन्य शुल्क मसलन ट्रैक्टर से गेहूं को उतारना और उसकी सफाई को भी कम कर देता है। इन शुल्कों को कम करने के बाद किसान का अगर कोई ऋण आगे बढ़ा दिया गया है तो उसके पैसे भी एजेंट किसान को देता है।

एक कमीशन एजेंट को गांव के उस साहूकार के तौर पर समझा जाना चाहिए जो किसानों और जरूरतमंदों को पैसे देता है। किसान इस चक्र को तोड़ नहीं सकते। क्योंकि कमीशन एजेंट चिकित्सा, शादी, शिक्षा और इन जैसी अन्य जरूरतों के लिए उच्च ब्याज दर पर पैसे उपलब्ध कराने के लिए चौबीसों घंटे उपलब्ध रहता है। यह पीढ़ी-दर-पीढ़ी चलता आ रहा रिश्ता है, किसानों को इससे बाहर नहीं निकलने देता। इस रिश्ते को बॉलीवुड की क्लासिक फिल्म 'मदर इंडिया' में बेहतर तरीके से दिखाया गया है। कमीशन एजेंट ना तो खरीदार है और ना ही विक्रेता। वह एक बिचौलिया है जोकि दोनों तरफ से कमाता है और किसानों या फिर गांव के जरूरतमंदों को दिए गए ऋण पर ब्याज लेता है।



सालों से मंडियों में किसानों के उत्पादन की खरीद का यह तरीका चल रहा है, जहां केवल लाइसेंसधारी कमीशन एजेंट और व्यापारियों को ही कार्य करने की अनुमति है। अरसी फीसदी छोटे और सीमांत किसान इस श्रेणी में आते हैं जिनके पास एक हेक्टेयर से कम भूमि है (जो अपने गांव से चल कर आते हैं, ट्रैक्टर भाड़ा करते हैं; जिन्होंने ऋण ले रखा है,) उनके पास इन मंडियों में अपने उत्पाद को बेच देने के अलावा कोई चारा नहीं होता। चूंकि रबी फसल गेहूं का उत्पादन साल में एक बार ही होता है, इसी से वह अपने घर का खर्चा चलाता है और अगली खरीफ या अन्य फसलों



की खेती के लिए योजना बनाता है। उसके सामने और कोई दूसरा रास्ता नहीं होता। लिहाजा आजीविका के लिए ऋण लेने और जमानत के तौर पर भूमि गिरवी रखने की मजबूरी होती है। मंडियों का संचालन कृषि उत्पाद विपणन समिति (एपीएमसी) अधिनियम द्वारा होता है, जहां व्यापारी किसानों से सीधे खरीदी नहीं कर सकते। सरकारों ने राज्यों से एपीएमसी एक्ट में संशोधन करने और कम से कम फलों और सब्जियों को अधिसूचित वस्तुओं की सूची से बाहर निकालने का आग्रह किया है ताकि किसानों को उनकी बकाया राशि मिल सके और उपभोक्ताओं को उचित मूल्य पर उत्पाद। लेकिन मंडी शुल्क और करों के रूप में अर्जित राजस्व खोने के डर से कई राज्य इस महत्वपूर्ण सुधार पर ध्यान नहीं दे पाते।

इसके अलावा किसान अनपढ़ और असंगठित हैं, उनके हित की ओर झुकाव रखने वाली राजनीतिक इच्छाशक्ति भी कम है। कई समितियों और आयोगों की सिफारिशों के बावजूद वे अपनी उपज के लिए उचित कीमत पाने से विफल हैं। हमेशा उसे लागत की तुलना में कम ही लाभ हासिल होता है। उपभोक्ताओं को उसके बदले भुगतान करने में पसीने छूट जाते हैं। जाहिर है बाजार निहित स्वार्थों द्वारा विकृत हो रहे हैं।

अब इस ठहराव को दूर करने और डिजिटलीकरण के साथ व्यवस्था में पारदर्शिता लाने के मकसद से राजग सरकार ने विपणन प्रणाली में सुधार करने के लिए एक बड़ा कदम उठाया है। 200 करोड़ रु. के प्रारंभिक बजट के साथ कृषि तकनीक इन्फ्रास्ट्रक्चर फंड के माध्यम से एक राष्ट्रीय कृषि बाजार (एनएएम) की स्थापना करने का निर्णय लिया गया है जो राज्य एपीएमसी अधिनियम को मानेंगे वे ही इसके सुधार उपाय में भाग लेने के लिए सक्षम होंगे, जिसे लघु कृषक कृषि व्यवसायी संघ द्वारा साल 2018 तक चरणबद्ध तरीके से लागू किया जाएगा।

जिन राज्यों ने अब तक एपीएमसी एक्ट में संशोधन किया है और सुधारों की दिशा में आगे कदम बढ़ाया है, वे हैं—आंध्र प्रदेश, छत्तीसगढ़, गोवा, गुजरात, हिमाचल प्रदेश, झारखंड, कर्नाटक, मध्य प्रदेश, मिजोरम, राजस्थान और तेलंगाना। आधिकारिक सूत्रों के मुताबिक हरियाणा में एक प्रशासनिक आदेश के माध्यम से अधिनियम में संशोधन किया गया है, जबकि उत्तर प्रदेश ऐसा करने की प्रक्रिया में है। जिन राज्यों को शुल्क और करों से मंडी राजस्व खोने का भय है उनमें एक पंजाब है जहां यह उच्चस्तरीय 14 प्रतिशत है। दिलचस्प बात यह है कि बिहार में एपीएमसी एक्ट को समाप्त कर दिया है, लेकिन इसकी जगह कोई और साधन स्थापित नहीं किया गया है जोकि एक वांछनीय बात नहीं है। केरल में भी एपीएमसी अधिनियम नहीं है।

एपीएमसी अधिनियम औपनिवेशिक सत्ता की देन है उसके नियम में एक बड़ी खामी है कि एक व्यापारी को एक ही राज्य के भीतर विभिन्न मंडियों में कामकाज के लिए अलग-अलग व्यापार लाइसेंस हासिल करना पड़ता है। एक अनुमान के मुताबिक 7,000 मंडियों में 14 लाख एजेंट हैं। मंडी वाणिज्य के इस तथ्य का मूल्यांकन अकेले दिल्ली की आजादपुर मंडी से किया जा सकता है जहां अनुमानित कारोबार 100 करोड़ रुपये है। हर मंडी में एक विपणन बोर्ड है जो इस तरह की अधिसूचित मंडियों के बुनियादी ढांचे के विकास और सेवाओं की देख-रेख मसलन स्वच्छ शौचालय, किसानों और व्यापारियों के लिए सुविधाएं आदि प्रदान करता है। वह चालान और अन्य शोषण के तहत शिकायतों समेत किसान कल्याण के लिए सुनवाई करता है। लेकिन एक किसान ने इस संवाददाता को बताया कि उन जैसे की आवाज इस सिस्टम में सबसे कमजोर पड़ जाती है। वे एक दिन के भीतर अपनी उपज बेचना और पैसे संग्रह करना चाहते हैं। इलेक्ट्रॉनिक राष्ट्रीय कृषि बाजार की पहल के साथ सरकार ने शोषणपूर्ण इस बाजार संरचना को दूर करने के इरादे का संकेत दिया है। राज्यों को केवल एक सुर में काम करना होगा।

कुछ महीने पहले नई दिल्ली में 'नाम' (राष्ट्रीय कृषि बाजार) के एक सम्मेलन का उद्घाटन करते हुए केंद्रीय कृषि मंत्री श्री राधामोहन सिंह ने कहा था कि 'नाम' अखिल भारतीय इलेक्ट्रॉनिक ट्रेडिंग पोर्टल है जो मौजूदा एपीएमसी मंडियों और अन्य बाजार नेटवर्क के लिए कृषि का एक एकीकृत राष्ट्रीय बाजार बनाना चाहता है। एक मायने में 'नाम' एक 'वर्चुअल बाजार' है, जहां कीमतों की तलाश और बोलियों को ऑनलाइन आयोजित किया जाएगा। 'नाम पोर्टल' के द्वारा उदाहरण के लिए कोलकाता का एक खरीदार हरियाणा में बोली लगाने और एक वस्तु का उपयोग करने में सक्षम हो जाएगा। कमीशन एजेंट एक सेवा प्रदाता के अपने नए अवतार में वितरण और कमीडिटी की दुलाई की सुविधा दे सकेगा। वह शुरू से अंत तक सक्रिय हो जाएगा।

ऑनलाइन पोर्टल में सहभागी बनने के लिए प्रत्येक राज्य को अपनी ई-मार्केटिंग पोर्टल की स्थापना करनी होगी। 'नाम' के केंद्र में प्लग-इन करने के लिए केंद्र सरकार ने राज्यों के लिए तीन बुनियादी मानदंडों को स्थापित किया है। सबसे पहला, राज्य एपीएमसी अधिनियम में संशोधन करे और इलेक्ट्रॉनिक ट्रेडिंग की सुविधा उपलब्ध कराए। दूसरा, राज्य एपीएमसी अधिनियम स्थानीय मंडियों में 'नाम पोर्टल' के माध्यम से व्यापार करने के लिए निजी कंपनियों सहित भारत में किसी को लाइसेंस जारी करने के लिए प्रदान करे। तीसरा, और सबसे महत्वपूर्ण बात यह कि प्रत्येक राज्य लेनदेन शुल्क का एक एकल बिंदु लेवी के साथ राज्य के भीतर सभी मंडियों को शामिल करे ताकि सबके लिए एकल लाइसेंस हो। मौजूदा एपीएमसी अधिनियम के तहत एक व्यापारी

को विभिन्न मंडियों के लिए अलग-अलग लाइसेंस प्रस्तुत करना होता था और लेनदेन का शुल्क देना पड़ता था। उदाहरण के लिए एक मंडी से दूसरी मंडी में भुगतान बाजार अर्थव्यवस्था के खिलाफ चला जाता है। राज्यों को उनकी मंडियों में नई सुधार संरचना लागू करने के लिए 30 लाख रु. का अनुदान दिया गया है।

‘नाम पोर्टल’ की शुरुआत के साथ किसानों के सामने विकल्प होगा कि वह अपने उत्पाद को स्थानीय मंडी में प्रस्तुत करे या ऑनलाइन खरीदारों (व्यापारियों) की मांग के मुताबिक अन्य बाजारों में एक बड़ा खिलाड़ी बनना चाहे। यह किसी को एक दूसरे राज्य में माल बेचने के प्रतिबंध को दूर करता है। एक ही समय कारगिल और आईटीसी जैसी बहुराष्ट्रीय दिग्गज कंपनियां बाजार में प्रवेश करेंगी। फ्लोर मिलर्स जो कथित तौर पर अनाज के बड़े लाभार्थियों में थे, वे सार्वजनिक खाद्य वितरण प्रणाली से हटकर पारदर्शी व्यापार के लिए जा सकते हैं।

जैसी कि इस प्रणाली की परिकल्पना की गई है, उसके तहत डिजिटल प्रक्रिया में सक्रिय और जागरूक बनने के लिए एजेंट और उनके प्रत्याशियों का क्षमता निर्माण किया जाएगा। एक किसान या उसकी ओर से एक एजेंट, एक सहकारी या यहां तक कि एक स्थानीय व्यापारी प्रयोगशाला प्रमाणित उपज की गुणवत्ता और विक्रेता (किसान) की कीमत को अपलोड कर सकेगा। पंजीकृत क्रेता/व्यापारी/कंपनी/आटा मिलर आदि कीमतों को ऑनलाइन देख सकेंगे। किसान या उनके प्रतिनिधि को एसएमएस द्वारा सबसे अधिक बोली भेजी जाएगी। दिन खत्म होने पर किसान ‘वाई’ यानी ‘हां’ या फिर ‘एन’ यानी ‘ना’ की सहमति या असहमति भेज सकेंगे और अगले दिन बिक्री के लिए अपने उत्पाद को रख पाएंगे।

यदि सौदा हो जाता है तो सामान्य कटौती के बाद कमीशन एजेंट द्वारा एक प्राथमिक चालान बनाया जाएगा और खरीदारों को भेजा जाएगा जोकि किसी भी क्षेत्रीय और सहकारी बैंक में ऑनलाइन भुगतान कर देगा। खरीदार के राशि जमा करने और समाशोधित राशि बैंक खाते में निपटान होने पर ही प्रत्यक्ष तौर पर राशि का वितरण किया जाएगा। एसएफएसी ने संघ के भागीदारों और रणनीति की पहचान कर ली है और इस साल अप्रैल तक राष्ट्रीय पोर्टल के तहत 5-6 मंडियों के साथ एक ई-प्लेटफॉर्म का पायलट शुभारंभ करने जा रहा है। विभिन्न चरणों में 2015-16, 2016-17 और 2017-18 में क्रमशः 250, 200 और 135 मंडियों को कवर करने का लक्ष्य रखा गया है।

कर्नाटक, गुजरात, महाराष्ट्र, तेलंगाना, झारखंड, छत्तीसगढ़, मध्य प्रदेश, राजस्थान जैसे राज्य ई-विपणन पोर्टलों की स्थापना और उसके साथ अपनी मंडियों को जोड़ने के लिए इस प्रस्ताव के साथ आगे बढ़कर आए हैं। उदाहरण के लिए कर्नाटक के 24

जिलों में 73 बाजारों के साथ जुड़ाव हुआ है और पिछले कुछ ही महीनों में करीब 939 लाख क्विंटल का संचालन किया गया है। कई अन्य राज्यों ने इस सुधार प्रक्रिया का हिस्सा बनने की अपनी इच्छा जताई है।

‘नाम’ पोर्टल की परिकल्पना कृषि क्षेत्र में दूरगामी सुधारों हेतु एक प्रारंभिक बिंदु के रूप में की गई है। यह ना केवल पारदर्शिता स्थापित करेगा, बल्कि किसानों को उसकी उपज का उचित मेहनताना दिलाने के लिए एक मूल्य खोज तंत्र भी बनेगा। मंडी में स्थानीय व्यापारी को ‘नाम’ पोर्टल एक व्यापक बाजार प्रदान करता है। थोक खरीदार, निजी कंपनियां, प्रोसेसर्स, निर्यातक आदि स्थानीय मंडी स्तर पर प्रत्यक्ष व्यापार करने में सक्षम हो जाएंगे। ‘नाम’ पोर्टल में राज्य की सभी मंडियों के एकीकरण के लाइसेंस जारी करने, लेनदेन शुल्क और उत्पाद की मुक्त आवाजाही की लेवी के लिए सामान्य प्रक्रियाओं को सुनिश्चित किया जाएगा। उम्मीद है कि धीरे-धीरे किसानों को उनकी उपज का लाभकारी मूल्य मिलेगा और भुगतान के लिए इंतजार नहीं करना पड़ेगा। बेशक उन्हें नई प्रक्रिया में प्रशिक्षित, शिक्षित और कुशल बनना होगा। इस प्रक्रिया में एक ओर स्थानीय मंडियों की क्षमताओं का प्रयोग होगा, वहीं दूसरी ओर मंडियों का एक राष्ट्रीय नेटवर्क बनेगा जो ऑनलाइन उपलब्ध होगा।

उम्मीद है कि इस मोर्चे पर माल का लंबी दूरी तक का परिवहन, एकीकृत मूल्य शृंखला, वैज्ञानिक और आधुनिक भंडारण की सुविधा उपलब्ध होगी। कमीशन एजेंट्स को धीरे-धीरे कुशल सेवा प्रदाताओं के रूप में विकसित करना होगा। यह माना गया है कि पारदर्शी और प्रत्यक्ष खरीद-बिक्री से लागत में कटौती और अंततः उपभोक्ताओं को लाभ होगा। मृदा स्वास्थ्य कार्ड योजना, हाल ही में शुरू हुई ग्राम आधारित फसल बीमा योजना, प्रधानमंत्री कृषि सिंचाई योजना और राष्ट्रीय कृषि बाजार संयुक्त रूप से कृषि क्षेत्र को सुधार के साथ मजबूत बनाएंगे और मौजूदा 250 मिलियन टन के औसत स्तर से साल 2020 तक खाद्यान्न उत्पादन में काफी वृद्धि होगी।

राष्ट्रीय कृषि बाजार एक संभावनाशील पहल है, लेकिन यह देखना होगा कि यह कैसे काम करता है और एजेंट या बिचौलियों पर कब्जा जमाने में क्या भूमिका निभाता है। एक किसान के लिए यह चकित करने वाला है कि स्थानीय व्यापारी/एजेंट जब उसका उत्पाद न्यूनतम समर्थन मूल्य पर स्थानीय मंडी से खरीदते हैं और इसे ऑनलाइन एक मंडी से दूसरे मंडी में ऊंची कीमत पर बेचते हैं। वास्तव में सरकार को किसानों के हितों की रक्षा के तंत्र को लेकर सोचना होगा।

(लेखक वरिष्ठ पत्रकार हैं।)

ई-मेल: gargiparsai@yahoo.com
अनुवाद-संजीव श्रीवास्तव