



एग्री मैगज़ीन

(कृषि लेखों के लिए अंतरराष्ट्रीय ई-पत्रिका)

वर्ष: 02, अंक: 04 (अप्रैल, 2025)

www.agrimagazine.in पर ऑनलाइन उपलब्ध

© एग्री मैगज़ीन, आई. एस. एस. एन.: 3048-8656

औषधीय पौधों के विपणन में आने वाली प्रमुख चुनौतियाँ और उनका समाधान

*अनुराग यादव, अमन श्रीवास्तव एवं हरि बक्श

उद्यान विज्ञान विभाग, तिलकधारी स्नातकोत्तर महाविद्यालय, जौनपुर, उत्तर प्रदेश, भारत

*संवादी लेखक का ईमेल पता: anuragyadav772002@gmail.com

परिचय

प्राकृतिक संपदा के रूप में औषधीय पौधों का ऐतिहासिक महत्व: भारत की सभ्यता और संस्कृति में औषधीय पौधों का उपयोग हजारों वर्षों से होता आ रहा है। प्राचीन ग्रंथों जैसे चरक संहिता, सुश्रुत संहिता और अथर्ववेद में 300 से अधिक औषधीय पौधों का वर्णन मिलता है, जो विभिन्न रोगों के उपचार में प्रयोग किए जाते थे। आयुर्वेद के अनुसार, प्रकृति में उपलब्ध हर पौधे का कोई न कोई औषधीय महत्व अवश्य होता है। उदाहरण के लिए, तुलसी (*Ocimum sanctum*) को 'जड़ी-बूटियों की रानी' माना जाता है, जो प्रतिरक्षा प्रणाली को मजबूत करती है; हल्दी (*Curcuma longa*) में कर्क्यूमिन नामक सक्रिय यौगिक पाया जाता है, जो एक शक्तिशाली एंटी-इंफ्लेमेटरी एजेंट है; और अश्वगंधा (*Withania somnifera*) को प्राकृतिक तनाव-निवारक (Adaptogen) माना जाता है।

वैश्विक और भारतीय बाजार में औषधीय पौधों की वर्तमान स्थिति: विश्व स्वास्थ्य संगठन (WHO) के अनुसार, विश्व की लगभग 80% आबादी किसी न किसी रूप में पारंपरिक औषधियों पर निर्भर है। वैश्विक हर्बल बाजार का आकार 2023 में 200 अरब डॉलर था, जो 2030 तक 500 अरब डॉलर को पार करने का अनुमान है। भारत इस मामले में एक विशेष स्थान रखता है: भारत में 7,000 से अधिक औषधीय पौधों की प्रजातियाँ पाई जाती हैं; देश का हर्बल उद्योग प्रति वर्ष 15% की दर से बढ़ रहा है; और भारत से निर्यात होने वाले प्रमुख औषधीय पौधों में एलोवेरा, सर्पगंधा, और सतावरी शामिल हैं।

तालिका: भारत में औषधीय पौधों से संबंधित प्रमुख आँकड़े

पैरामीटर	डेटा	स्रोत
कुल औषधीय पादप प्रजातियाँ	7,000+	आयुष मंत्रालय (2023)
हर्बल बाजार का आकार (2023)	₹50,000 करोड़	इंडिया ब्रांड इक्विटी फाउंडेशन
निर्यात मूल्य (2022-23)	\$1.2 बिलियन	डायरेक्टरेट जनरल ऑफ फॉरेन ट्रेड

औषधीय पौधों के विपणन की आवश्यकता और महत्व: औषधीय पौधों का विपणन (Marketing) एक जटिल प्रक्रिया है, जिसमें कृषि, संग्रहण, प्रसंस्करण, पैकेजिंग, ब्रांडिंग और वितरण जैसे कई चरण शामिल होते हैं। इन पौधों का सही विपणन न केवल किसानों की आय बढ़ा सकता है, बल्कि देश की अर्थव्यवस्था को भी मजबूत कर सकता है।

- आर्थिक महत्व:** औषधीय पौधों की खेती छोटे और सीमांत किसानों के लिए एक लाभदायक विकल्प है। हर्बल उत्पादों का निर्यात भारत के लिए विदेशी मुद्रा अर्जित करने का एक प्रमुख स्रोत है।
- सामाजिक महत्व:** यह ग्रामीण क्षेत्रों में रोजगार के अवसर पैदा करता है। स्थानीय ज्ञान और पारंपरिक चिकित्सा पद्धतियों को संरक्षित करने में मदद करता है।
- पर्यावरणीय महत्व:** औषधीय पौधों की खेती जैव-विविधता को बनाए रखती है। यह मिट्टी के संरक्षण और जल संचयन में भी सहायक है।

लेख का उद्देश्य: इस लेख का उद्देश्य औषधीय पौधों के विपणन में आने वाली चुनौतियों का गहन विश्लेषण करना और उनके संभावित समाधान प्रस्तुत करना है।

औषधीय पौधों के विपणन में प्रमुख चुनौतियाँ

भारत जैसे विशाल जैवविविधता वाले देश में औषधीय पौधों का विपणन एक जटिल प्रक्रिया है जिसमें अनेक स्तरों पर गंभीर चुनौतियाँ विद्यमान हैं। इन चुनौतियों को समझना और उनका विश्लेषण करना इसलिए आवश्यक है क्योंकि ये न केवल किसानों

की आय को प्रभावित करती हैं बल्कि पूरे हर्बल उद्योग के विकास में बाधक हैं। आइए इन प्रमुख चुनौतियों को विस्तार से समझते हैं।

1. आपूर्ति श्रृंखला प्रबंधन की जटिलताएँ: औषधीय पौधों की आपूर्ति श्रृंखला अत्यधिक खंडित और असंगठित है। लगभग 60% औषधीय पौधे जंगली स्रोतों से एकत्र किए जाते हैं, जिससे आपूर्ति में अनियमितता बनी रहती है। किसानों और संग्राहकों के पास अक्सर उचित भंडारण सुविधाओं का अभाव होता है, जिसके कारण उत्पादों की गुणवत्ता समय के साथ कम होती जाती है। परिवहन के दौरान नमी, तापमान में उतार-चढ़ाव और कीटों का प्रभाव उत्पादों को नुकसान पहुँचाता है। इसके अतिरिक्त, बिचौलियों की लंबी श्रृंखला के कारण किसानों को उनकी उपज का उचित मूल्य नहीं मिल पाता। एक अध्ययन के अनुसार, औषधीय पौधों के मूल्य का केवल 20-30% हिस्सा ही वास्तविक उत्पादकों तक पहुँचता है। इस समस्या का समाधान सीधे बाजार लिंकेज और सहकारी समितियों के गठन से संभव है।

2. गुणवत्ता नियंत्रण और मानकीकरण की कमी: औषधीय पौधों में सक्रिय औषधीय घटकों की मात्रा मिट्टी, जलवायु और संग्रहण विधियों के आधार पर भिन्न होती है। उदाहरण के लिए, हिमालयी क्षेत्र में उगने वाले अश्वगंधा में विथानोलाइड्स की मात्रा मैदानी क्षेत्रों की तुलना में अधिक होती है। इस भिन्नता के कारण उत्पादों की गुणवत्ता सुनिश्चित करना मुश्किल हो जाता है। बाजार में मिलावट की समस्या भी गंभीर है। कई उत्पादक सस्ते फिलर्स मिलाकर हर्बल पाउडर की मात्रा बढ़ाते हैं, जिससे उपभोक्ताओं का विश्वास कम होता है। गुणवत्ता मानकों के अभाव में नकली उत्पादों की पहचान करना भी चुनौतीपूर्ण है। इस संदर्भ में जीएमपी (GMP) और आयुष मार्क जैसे प्रमाणन महत्वपूर्ण हैं, लेकिन छोटे उत्पादकों के लिए इन मानकों को पूरा करना आर्थिक रूप से कठिन है।

3. बाजार पहुँच और वितरण नेटवर्क की सीमाएँ: छोटे किसानों और स्थानीय विक्रेताओं के लिए राष्ट्रीय और अंतर्राष्ट्रीय बाजारों तक पहुँचना एक बड़ी चुनौती है। अधिकांश किसान स्थानीय हाटों या मंडियों में ही अपना माल बेच पाते हैं, जहाँ उन्हें उचित मूल्य नहीं मिलता। डिजिटल मार्केटिंग और ई-कॉमर्स प्लेटफॉर्म का उपयोग अभी भी सीमित है, हालाँकि इस क्षेत्र में धीरे-धीरे सुधार हो रहा है। विदेशों में निर्यात के लिए जटिल प्रक्रियाएँ और उच्च गुणवत्ता मानकों को पूरा करना भी एक बाधा है। भारतीय उत्पादकों को अक्सर यूरोपीय संघ और अमेरिका के सख्त नियमों का सामना करना पड़ता है, जिसके कारण निर्यात की संभावनाएँ सीमित हो जाती हैं।

4. नीतिगत और विनियामक बाधाएँ: औषधीय पौधों के क्षेत्र में काम करने वाले उद्यमियों और किसानों को अनेक लाइसेंसिंग और विनियामक प्रक्रियाओं से गुजरना पड़ता है। आयुष मंत्रालय और औषधि नियंत्रण विभाग के नियम कभी-कभी इतने जटिल होते हैं कि छोटे उत्पादक उनका पालन नहीं कर पाते। बौद्धिक संपदा अधिकारों (IPR) से संबंधित मुद्दे भी महत्वपूर्ण हैं। कई बार विदेशी कंपनियाँ भारतीय जड़ी-बूटियों पर पेटेंट करा लेती हैं, जिससे स्थानीय उत्पादकों को नुकसान होता है। नीम और हल्दी जैसी पारंपरिक जड़ी-बूटियों के मामले में ऐसा पहले हो चुका है।

5. उपभोक्ता जागरूकता और माँग का अभाव: हालाँकि आयुर्वेदिक उत्पादों की लोकप्रियता बढ़ रही है, फिर भी बहुत से उपभोक्ताओं को इनके वास्तविक लाभों के बारे में जानकारी नहीं है। पारंपरिक औषधियों के प्रति भरोसा कम होने के कारण भी माँग प्रभावित होती है। इसके अलावा, आधुनिक चिकित्सा पद्धति से जुड़े चिकित्सक अक्सर हर्बल उत्पादों को लेकर संशय की दृष्टि रखते हैं, जिससे उपभोक्ताओं का विश्वास कम होता है। इन सभी चुनौतियों के बावजूद, सही रणनीतियों और नीतिगत समर्थन के माध्यम से औषधीय पौधों के विपणन को बेहतर बनाया जा सकता है। अगले भाग में हम इन समाधानों पर विस्तार से चर्चा करेंगे।

औषधीय पौधों के विपणन चुनौतियों के समाधान एवं रणनीतियाँ

भारत में औषधीय पौधों के विपणन से जुड़ी चुनौतियों का समाधान करने के लिए एक बहुस्तरीय रणनीति की आवश्यकता है जिसमें तकनीकी नवाचार, नीतिगत सुधार और बाजार संवर्धन शामिल हो। यहाँ हम विस्तार से उन समाधानों और रणनीतियों पर चर्चा करेंगे जो इस क्षेत्र में क्रांतिकारी बदलाव ला सकते हैं।

1. आपूर्ति श्रृंखला का सुदृढ़ीकरण एवं आधुनिकीकरण: कृषि आधारित खेती को प्रोत्साहन देकर जंगली संग्रहण पर निर्भरता कम करना। उच्च गुणवत्ता वाले बीज और रोपण सामग्री उपलब्ध कराना, क्लस्टर खेती मॉडल अपनाना और आधुनिक तकनीकों का प्रशिक्षण देना। विशेष भंडारण व्यवस्था, कोल्ड स्टोरेज यूनिट्स, सौर ऊर्जा से चलने वाले हर्बल ड्रायर्स और वैक्यूम पैकिंग तकनीक का उपयोग करना। ब्लॉकचेन टेक्नोलॉजी, मोबाइल एप्लिकेशन्स और IoT आधारित मॉनिटरिंग सिस्टम का प्रयोग करना।

2. गुणवत्ता नियंत्रण एवं मानकीकरण: GMP और आयुष मार्क प्रमाणन को अनिवार्य बनाना, अंतरराष्ट्रीय मानकों का अनुपालन और लैब टेस्टिंग इंफ्रास्ट्रक्चर का विस्तार करना। QR कोड सिस्टम, थर्ड पार्टी सर्टिफिकेशन और नियमित नमूना जाँच

की व्यवस्था करना। औषधीय पौधों में सक्रिय घटकों का वैज्ञानिक विश्लेषण, DNA बारकोडिंग तकनीक और स्टैंडर्डाइज्ड एक्सट्रैक्ट्स का विकास करना।

3. बाजार विस्तार एवं डिजिटल मार्केटिंग: Amazon, Flipkart, IndiaMART और GeM जैसे प्लेटफॉर्म पर औषधीय पौधों के उत्पादों को बढ़ावा देना। इंस्टाग्राम और यूट्यूब के माध्यम से जानकारी फैलाना, आयुर्वेद विशेषज्ञों के साथ सहयोग और इन्फ्लुएंसर मार्केटिंग का उपयोग करना। एक्सपोर्ट प्रमोशन काउंसिल के माध्यम से अंतर्राष्ट्रीय प्रदर्शनियों में भाग लेना, अंतर्राष्ट्रीय मानकों का अनुपालन और फ्री ट्रेड एग्रीमेंट्स का लाभ उठाना।

4. नीतिगत सुधार एवं संस्थागत सहयोग: आयुष्मान भारत और राष्ट्रीय आयुर्वेद मिशन से वित्तीय सहायता प्राप्त करना, किसान क्रेडिट कार्ड योजना का विस्तार और एग्री-एक्सपोर्ट जोन्स की स्थापना करना। CSIR और ICAR के साथ नई किस्मों का विकास, स्टार्टअप इंडिया के तहत उद्यमियों को प्रोत्साहन और किसान उत्पादक संगठनों का गठन करना। कृषि विश्वविद्यालयों में विशेष पाठ्यक्रम, डिजिटल लिटेरेसी कार्यक्रम और व्यावसायिक प्रशिक्षण कार्यक्रम आयोजित करना।

5. उपभोक्ता जागरूकता एवं ब्रांड निर्माण: आयुष मंत्रालय के सहयोग से जनजागरण कार्यक्रम, मीडिया कवरेज और शैक्षिक संस्थानों में जागरूकता कार्यक्रम चलाना। जैविक और प्राकृतिक टैग का प्रभावी उपयोग, स्टोरीटेलिंग और इको-फ्रेंडली पैकेजिंग का प्रयोग करना। मनी बैक गारंटी, ग्राहक फीडबैक सिस्टम और सेलिब्रिटी एंडोर्समेंट के माध्यम से विश्वसनीयता बढ़ाना।

इन समाधानों के व्यापक कार्यान्वयन से न केवल औषधीय पौधों के विपणन की चुनौतियों का समाधान होगा, बल्कि भारत को वैश्विक हर्बल बाजार में एक प्रमुख खिलाड़ी के रूप में स्थापित करने में भी मदद मिलेगी। सरकार, निजी क्षेत्र और स्थानीय समुदायों के सहयोग से यह संभव हो सकता है।

निष्कर्ष

भारत में औषधीय पौधों के विपणन से जुड़ी चुनौतियों और उनके समाधानों पर इस विस्तृत अध्ययन के आधार पर हम कई महत्वपूर्ण निष्कर्ष निकाल सकते हैं। यह क्षेत्र न केवल भारतीय अर्थव्यवस्था के लिए बल्कि वैश्विक स्वास्थ्य क्षेत्र के लिए भी अत्यंत महत्वपूर्ण है। औषधीय पौधों का बाजार वर्तमान में जिन चुनौतियों का सामना कर रहा है, उनका समाधान एक बहुआयामी रणनीति के माध्यम से ही संभव है जिसमें तकनीकी नवाचार, नीतिगत सुधार और सामाजिक जागरूकता सभी का समन्वय आवश्यक है।

इस अध्ययन से स्पष्ट होता है कि औषधीय पौधों के विपणन की प्रमुख चुनौतियों में आपूर्ति श्रृंखला की कमजोरियाँ, गुणवत्ता नियंत्रण का अभाव, बाजार पहुँच की सीमाएँ और नीतिगत बाधाएँ प्रमुख हैं। इन चुनौतियों के समाधान के लिए हमने जिन रणनीतियों पर चर्चा की है, उनमें कृषि आधारित खेती को बढ़ावा देने, आधुनिक भंडारण तकनीकों को अपनाने, गुणवत्ता प्रमाणन को अनिवार्य बनाने और डिजिटल मार्केटिंग के उपयोग जैसे उपाय शामिल हैं। इन सभी उपायों का सफल कार्यान्वयन तभी संभव है जब सरकार, निजी क्षेत्र और स्थानीय समुदाय मिलकर काम करें। औषधीय पौधों के क्षेत्र में भारत की स्थिति अद्वितीय है। हमारे पास ज्ञान का एक समृद्ध पारंपरिक भंडार है जो आयुर्वेद और अन्य पारंपरिक चिकित्सा पद्धतियों में निहित है। साथ ही, हमारे देश में जैव विविधता की एक विशाल संपदा उपलब्ध है। परंतु इन संसाधनों का पूरा लाभ उठाने के लिए हमें आधुनिक विज्ञान और प्रौद्योगिकी का समुचित उपयोग करना होगा। इस दिशा में किए गए प्रयासों से न केवल किसानों की आय में वृद्धि होगी बल्कि देश को विदेशी मुद्रा अर्जित करने में भी मदद मिलेगी। वर्तमान में वैश्विक हर्बल बाजार जिस तेजी से बढ़ रहा है, उसे देखते हुए यह क्षेत्र भारत के लिए एक सुनहरा अवसर प्रस्तुत करता है।

इस अध्ययन से यह भी स्पष्ट होता है कि औषधीय पौधों के विपणन में सुधार के लिए केवल तकनीकी समाधान ही पर्याप्त नहीं हैं। इसके लिए एक समग्र दृष्टिकोण की आवश्यकता है जिसमें सामाजिक और सांस्कृतिक पहलुओं को भी ध्यान में रखा जाए। उपभोक्ताओं में जागरूकता बढ़ाने, पारंपरिक ज्ञान को संरक्षित करने और आधुनिक विज्ञान के साथ उसे एकीकृत करने की दिशा में कार्य करना होगा। इसके साथ ही, हमें यह सुनिश्चित करना होगा कि औषधीय पौधों की खेती और संग्रहण प्रक्रियाएँ पर्यावरण के अनुकूल हों ताकि इसकी स्थिरता बनी रहे। आगे की राह में कुछ प्रमुख सुझावों पर विचार करना आवश्यक है। पहला, औषधीय पौधों के क्षेत्र में अनुसंधान और विकास को बढ़ावा देने की आवश्यकता है। दूसरा, छोटे किसानों और उद्यमियों को तकनीकी और वित्तीय सहायता प्रदान करने की आवश्यकता है। तीसरा, अंतर्राष्ट्रीय बाजारों में भारतीय उत्पादों की पहुँच बढ़ाने के लिए निर्यात संवर्धन उपायों को मजबूत करना होगा। चौथा, उपभोक्ता संरक्षण को मजबूत करने और नकली उत्पादों पर अंकुश लगाने की आवश्यकता है।

इस अध्ययन का अंतिम निष्कर्ष यह है कि औषधीय पौधों का क्षेत्र भारत के लिए एक विशाल आर्थिक अवसर प्रस्तुत करता है, लेकिन इसकी पूरी क्षमता का दोहन करने के लिए हमें व्यवस्थित और समन्वित प्रयास करने होंगे। सरकार, निजी क्षेत्र, अनुसंधान संस्थानों और स्थानीय समुदायों के बीच सहयोग बढ़ाने की आवश्यकता है। तभी हम इस प्राकृतिक संपदा का पूरा लाभ

उठा पाएंगे और भारत को वैश्विक हर्बल बाजार में एक प्रमुख खिलाड़ी के रूप में स्थापित कर पाएंगे। इस दिशा में किए गए प्रयास न केवल आर्थिक विकास को गति देंगे बल्कि लाखों किसानों और उद्यमियों के जीवन स्तर को भी ऊपर उठाने में मदद करेंगे।

संदर्भ

1. आयुष मंत्रालय, भारत सरकार (2023)। राष्ट्रीय औषधीय पादप बोर्ड रिपोर्ट।
2. विश्व स्वास्थ्य संगठन (WHO)। हर्बल मेडिसिन गाइडलाइंस।
3. नेशनल मेडिसिनल प्लांट्स बोर्ड (2022)। भारत में औषधीय पौधों की स्थिति।