



नेपालका लागि उच्च मूल्य कृषिवस्तु निर्यातका अवरोधहरू

सुशान्त आचार्य^१

सारंश

नेपालको कृषि प्रणाली परम्परागत र निर्वाहमुखी हुँदाहुँदै पनि पछिल्ला केही दशक यता उच्च मूल्यका कृषिवस्तु उत्पादनमा किसानहरूको रुचि बढ्दै गएको तथ्याङ्कहरूले देखाउँछ। उच्च मूल्यका कृषिवस्तुमध्ये पनि निर्यातजन्य चिया, अलैंची, अदुवा, कफीतर्फको आर्कषण वर्षेनी बढ्दो छ। तर नेपालको समग्र कृषिवस्तुको निर्यात भारतीय बजारमा निर्भर छ। भारतीय बजार निर्भर निर्यातले एकातिर जोखिम बढाएको छ भने अर्कोतिर अपेक्षित लाभ पाउनबाट नेपाली किसान तथा व्यापारीहरू वञ्चित छन् भन्ने सन्दर्भमा प्रस्तुत लेखले नेपाली कृषिवस्तुको पहुँच भारत बाहेकका बजारमा किन पुग्न सकेन भनेर खोतल्ने प्रयास गरेको छ। अलैंचीको घटना अध्ययनमा आधारित यस लेखका लागि प्राथमिक सूचना इलाम र भ्जापा जिल्लामा मार्च २०१८ देखि मार्च २०१९ को विचमा लिइएको हो र प्राप्त सूचनालाई ट्रिक्नेसको विकासशील राष्ट्रका लागि कृषिवस्तु मूल्य शृङ्खला फ्रेमवर्क अनुसार विश्लेषण गरिएको छ। प्राप्त नतीजा विश्लेषण अनुसार अलैंचीको विश्व बजारमा पहुँचका लागि प्रमुख चार किसिमका अवरोधहरू पहिचान गरिएको छ। पहिलो, भारत बाहेक नेपाली अलैंचीको बजार कहाँ छ भन्नेमा अलैंची व्यवसायी, नीति निर्माण र कार्यान्वयन तहमा द्विविधा रहेको छ। दोस्रो, नेपाली अलैंचीले विश्व बजारमा निर्धारण भएका खाद्य गुणस्तर तथा फाइटोसाइनेटरी प्रावधानहरूलाई सक्छ वा सक्दैन स्पष्ट छैन। तेस्रो, नेपालको भूपरिवेष्टित अवस्था तथा सीमित भारतीय स्थल र जलमार्गमा निर्भर पारवहन व्यवस्थाले अलैंचीको प्रतिस्पर्धी क्षमतामा कमी ल्याएको छ। चौथो, उच्च भन्सार कर तथा भन्सारटिलो भन्सारपास प्रक्रियाले नेपाली व्यापारीहरूलाई निरुत्साहित गरेको छ। यो अवस्थाले नेपाल अझै पनि अलैंची निर्यातका लागि भारतमा नै निर्भर रहनुपर्ने देखाउँदछ। नेपाली अलैंचीलाई भारतीय बजारमा टिकाइराख्न तथा विश्व बजारमा प्रवेशका लागि असल कृषि अभ्यास, निर्यात पूर्वाधारको विकास, फाइटोसाइनेटरी क्षमतामा बृद्धि, भन्सार र सहज पारवहन सुविधा तथा व्यापार प्रवर्द्धनका कार्यहरूमा सम्बद्ध संस्थाहरूको प्रभावकारी भूमिका आवश्यक छ।

मुख्य शब्दावली : कृषिवस्तु, भारतीय बजार, फाइटोसाइनेटरी, निर्यात अवरोध

सन्दर्भ

कृषि क्षेत्रलाई नेपाली अर्थतन्त्रको मेरुदण्ड मानिँदै आएको छ। कृषि क्षेत्रले देशको कूल गार्हस्थ उत्पादनमा २७ प्रतिशतभन्दा बढीको योगदान दिइरहेको छ भने भन्डै दुई तिहाइ जनशक्तिलाई रोजगारी दिएको छ। यो क्षेत्र स्थानीय, प्रादेशिक र सङ्घीय सरकारको आर्थिक विकासको प्रमुख आधारको रूपमा पनि रहेको छ। नेपालको कृषि उत्पादन प्रणाली विस्तारै निर्वाहमुखीबाट व्यवसायमुखी र परम्परागत खाद्यवस्तुको उत्पादनबाट नगदेवाली अझ भन्ने निर्यातजन्य उच्च मूल्यका वस्तु

उत्पादनतर्फ बढ्दै गएको छ। यस्ता वस्तुको उत्पादन क्षेत्र तथा परिमाण दुवैमा बढोत्तरी हुँदै गएको छ। कृषि मन्त्रालय(२०१९) को तथ्याङ्क अनुसार सन् २००८ देखि २०१८ सम्मको अवधिमा अलैंची, अदुवा, आलु, चिया, कफी, ताजा तरकारी, टमाटर लगायतका वालीहरूको उत्पादन क्षेत्र २४ प्रतिशतले बढेको थियो। यसैगरी निर्यातजन्य कृषिवालीहरूमध्ये मसलावालीको उत्पादन परिमाण छ प्रतिशतको हाराहारीमा बढेको पाइएको छ।

^१ लेखक काठमाडौं विश्वविद्यालय, विकास अध्ययन विभाग, स्कूल अफ आर्ट्समा पी.एच.डी. अनुसन्धानकर्ता हुनुहुन्छ।



भारत नेपालको कृषिवस्तु निर्यातको परम्परागत बजार हो। आज पनि नेपालबाट निर्यात हुने कृषि वस्तुमध्ये तीन चौथाइ बढी निर्यात भारततर्फ नै हुँदै आएको छ। अझ मसलाजन्त वालीको कुरा गर्ने हो भने ९५ प्रतिशत भन्दा बढी भारततर्फ निर्यात हुँदै आएको पाइन्छ। भारतीय बजारमा नेपाली कृषि वस्तुको सहज पहुँच एउटा राम्रो अवसर हुँदा हुँदै पनि यसले केही प्रश्नहरू भने अवश्य उब्जाएको छ। नेपाल सधैं भारतीय बजारमा निर्भर रहने कि बाह्य बजारको पनि सम्भाव्यता खोजी गर्ने, बाह्य बजार पहुँचमा के-के अवरोधहरू देखिन्छन्। कुन अवरोध आन्तरिक कारणले गर्दा भएका हुन् र कुन अवरोधमा बाह्य कारण प्रमुख रहेका छन्। नेपालले कृषि वस्तु निर्यात विविधीकरण गर्ने हो भने के-के कुरामा जोड दिनुपर्दछ। प्रस्तुत लेखले नेपालका निर्यातजन्य कृषि वस्तुको क्षेत्रीय तथा विश्व बजार पहुँचमा के-के कठिनाइ रहेका छन् भनेर केलाउने प्रयास गरेको छ। यस प्रयोजनका लागि नेपालबाट निकासी हुने कृषि वस्तुमध्ये सर्वाधिक वैदेशिक मुद्रा आर्जन गर्ने वस्तु अलैंचीलाई लिइएको छ।

यो लेख पूर्वी नेपालको इलाम जिल्लाको रोङ गाउँपालिका र भूपा जिल्लाको बिर्तामोड नगरपालिकामा गरिएको अलैंचीको स्थलगत अध्ययनमा आधारित रहेको छ। अलैंचीको मूल्य शृङ्खला विकासको अवस्था र बजार पहुँच सम्बन्धी आवश्यक प्राथमिक सूचना सङ्कलन सन् २०१८ को मार्च महिनादेखि सन् २०१९ को मार्च महिनाबिचमा गरिएको थियो भने सूचना विश्लेषणका लागि ट्रिक्नेन्स (२०११) को विकासशील मुलुकहरूको लागि कृषि वस्तु मूल्य शृङ्खला विकास विश्लेषण फ्रेमवर्कलाई आधार मानिएको छ।

नतीजा

अलैंचीको बाह्य बजार सम्बन्धी द्विविधा

हाल नेपाली अलैंचीको एक मात्र बजार भारत हो। यो कुरा स्थलगत अध्ययन तथा प्राप्त द्वितीय सूचनाहरूले पुष्टि गर्दछन्। बिर्तामोड स्थित अलैंची व्यवसायीहरूले

९९ प्रतिशत भन्दा बढी अलैंची भारत निर्यात गर्दछन्। उनीहरूले कहिलेकाहीँ र सानो परिमाणमा मात्र बङ्गलादेश, पाकिस्तान, संयुक्त अरब इमिरेट्स लगायतका देशमा अलैंची निर्यात गरेका छन्। कृषि मन्त्रालयबाट प्राप्त सूचना विश्लेषण गर्दा नेपालले औसत वार्षिक ६००० मेट्रिक टन (मे.ट.) अलैंची उत्पादन गर्दछ। यो परिमाण भनेको विश्वमा उत्पादन हुने यस प्रजातीको अलैंची (*Amomum subulatum* Roxb.) को आधा हिस्सा हो। नेपाल सरकार वाणिज्य मन्त्रालय अर्न्तगतको निर्यात व्यापार प्रवर्धन केन्द्रको सन् २०१३ देखि २०१८ सम्मको अलैंची निर्यातको तथ्याङ्क केलाउँदा जम्मा औसत वार्षिक ३४०० मे.ट. (सरदर ६० प्रतिशत मात्र) निर्यात भएको पाइन्छ। निर्यात गरिएको अलैंचीमध्ये ९९ प्रतिशत भारत र बाँकी एक प्रतिशतमध्ये उक्त छ वर्षको अवधीमा चीनतर्फ तीन मे.ट., संयुक्त अरब इमिरेट्सतर्फ एक मे.ट., फ्रान्सतर्फ ४० केजी र जर्मनीतर्फ ४० केजी निर्यात भएको पाइन्छ। उसो भए ४० प्रतिशतभन्दा बढी अलैंची कहाँ गएको छ त ?

नेपालमा अलैंची सम्बन्धी पहिल्यै भएका अनुसन्धानहरूले एक प्रतिशत कम आन्तरिक बजार रहेको देखाउँदछन्। अलैंची व्यवसायी तथा सम्बन्धित सरोकारवालाहरूसँगको छलफलको आधारमा भन्दा यो अलैंची पनि भारततर्फ नै निर्यात हुन्छ तर निर्यात गर्दा वास्तविक भन्दा कम परिमाण पनि देखाइने तथा अनौपचारिक माध्यमबाट पनि निर्यात हुनसक्ने कारणले गर्दा यसो हुन पुगेको हो।

नेपाली अलैंची व्यवसायीहरूले पहिलो प्राथमिकतामा भारतीय बजारलाई नै राख्दछन्। भारतमा अलैंचीको दाना प्रयोग गर्ने ठूलो समुदाय रहेको छ। यसैगरी मिश्रित मसला उत्पादनका लागि विभिन्न कम्पनीहरूले अलैंचीलाई कच्चा पदार्थका रूपमा प्रयोग गर्दछन्। अलैंची व्यवसायी तथा सरोकारवालाहरू भारत बाहेक पाकिस्तान, बङ्गलादेश, संयुक्त अरब इमिरेट्स, साउदी अरेबिया लगायतका मध्य पूर्वका देशहरूमा अलैंचीको खपत बढी हुन्छ भन्नेमा विश्वास गर्दछन्। नेपालको



अलैंची निर्यात रणनीति (२०१७ देखि २०२१ सम्म) तथा केही वैज्ञानिक जर्नलहरूमा प्रकाशित लेखहरूले पनि उक्त दावीलाई पुष्ट्याई गर्दछन्। उनीहरू यदि नेपालले ती देशहरूमा अलैंची निर्यात गर्न सकेमा हाल भारतीय बजारमा पाएको भन्दा २५ देखि ३० प्रतिशतसम्म बढी फाइदा कमाउन सकिने सम्भावना औल्याउँछन्। उनीहरूका अनुसार हाल भारतीय व्यापारीहरूले ती देशहरूमा नेपाली अलैंची पुनः निर्यात गरेर अतिरिक्त फाइदा पाइरहेका छन्।

अर्कोतिर अन्तर्राष्ट्रिय व्यापार केन्द्रको २०१९ को तथ्याङ्क केलाउँदा विश्व बजारमा वार्षिक औसत जम्मा ५०,००० मे.ट. बराबरको अलैंचीको आयात हुने गर्दछ। उक्त स्रोत अनुसार, साउदी अरेबिया, संयुक्त अरब इमिरेट्स, भारत, पाकिस्तान, बङ्गलादेश तथा मध्यपूर्वका देशहरू अधिक अलैंची आयात गर्ने देशमा पर्दछन्। सन् २०१८ को आयातको अवस्था हेर्दा साउदी अरेबिया, संयुक्त अरब इमिरेट्स, भारत, पाकिस्तान, बङ्गलादेशले विश्व बजारमा जम्मा आयातको ६० प्रतिशत भन्दा बढी हिस्सा ओगट्छन्। त्यसैगरी विश्व बजारमा औसत वार्षिक ६१,००० मे.ट. बराबरको अलैंची निर्यात हुने गर्दछ। अलैंची निर्यातक प्रमुख पाँच देशहरूमा क्रमशः ग्वाटेमाला, इन्डोनेसिया, भारत, संयुक्त अरब इमिरेट्स र नेपाल पर्दछन्। यी देशहरूले कूल निर्यातको भन्डै ९० प्रतिशत हिस्सा ओगट्छन्। जसमध्ये सबैभन्दा बढी ग्वाटेमालाले ६० प्रतिशतको हाराहारीमा निर्यात गर्दछ। पाँचौं अलैंची निर्यातक देश नेपालले जम्मा निर्यातमा छ प्रतिशतको योगदान पुऱ्याउँछ। अलैंचीको विश्व बजारमा आयात निर्यातको यो अवस्थाले नेपाल भारतीय बजारमा नै निर्भर हुनुपर्ने कारण देखाउँदैन। यसले अलैंचीको बजार सूचना सम्बन्धमा द्विविधा रहेको देखाउँदछ।

खाद्य गुणस्तर तथा फाइटोसाइनेटरी मापदण्ड

नेपालबाट भारततर्फ अलैंची निर्यात गर्दा नेपाली व्यवसायीलाई सबैभन्दा कठिन अवरोधक हो खाद्य गुणस्तर तथा फाइटोसाइनेटरी प्रमाणपत्र। अलैंची

लगायत कृषिवस्तु भारतीय भन्सार जाँचपास गराउन यो प्रमाणपत्र नभै हुँदैन। भारतीय भन्सार कार्यालयले नेपालको प्लान्ट क्वारेन्टाइन कार्यालयले प्रदान गर्ने फाइटोसाइनेटरी प्रमाणपत्रलाई मान्यता नदिएँदा नेपाली व्यापारीहरू भारतको कोलकता स्थित केन्द्रीय खाद्य प्रयोगशाला पुगेर उक्त प्रमाणपत्र लिनुपर्दछ। यस कार्यमा लाग्दा नेपाली व्यापारीहरूको लगभग दुई हप्ताको समय र करिब ३०,००० नेपाली रुपैया बराबरको खर्च एकपटकको प्रमाणपत्र लिँदा हुन्छ।

भारत बाहेकका क्षेत्रीय तथा विश्व बजारमा त खाद्य गुणस्तर तथा फाइटोसाइनेटरी सम्बन्धी प्रावधानहरू अझ कठिन रहेको व्यापारीहरू बताउँदछन्। हालको सन्दर्भमा व्यापारीहरूले अलैंची लगायत कृषि वस्तु निर्यात प्रयोजनका लागि पहिले नमूना सम्बन्धित देशमा पठाउने गर्दछन्। उक्त नमूना परीक्षणमा सफल भएपछि मात्रै निर्यात प्रक्रिया अघि बढ्दछ। अहिलेको अवस्थामा नेपाली व्यापारी तथा सरोकारवालाहरू खाद्य गुणस्तर तथा फाइटोसाइनेटरी सम्बन्धी प्रावधानहरू तथा अन्य भन्सार सम्बन्धी प्रक्रिया विकासशील तथा विकसित देशमा पूरा गर्न गाह्रो हुने बताउँदछन्। हाल किसानहरूले आगोको धुँवामा अलैंची सुकाउने गर्दछन्। धुँवाको गन्धरहित अलैंची उत्पादन प्रयोजनका लागि सरकारी तथा गैर सरकारी तवरबाट केही जनचेतना तथा सुधारिएको ड्रायर नमूनाको रूपमा बाँडिएको भए पनि किसानहरू त्यतातर्फ आर्कषित हुन सकेका छैनन्। यसको मूल कारण हो भारतीय बजारमा धुँवारहित अलैंचीको बिक्री नहुनु। विर्तामोड स्थित व्यापारीका अनुसार धुवाएर सुकाएको अलैंची बिसौ वर्षसम्म पनि रहन्छ र स्वादिलो पनि हुन्छ। धुँवारहित किसिमले सुकाएको अलैंची भने तीन चार महिनामा नै हुसी लागेर बिग्रन थाल्छ। एकजना व्यापारीको भनाइमा धुँवाएको अलैंची खाने बानी परेकोलाई धुँवारहित अलैंची खाऊ भन्नु पोलेको मासु खानेलाई उसिनेको मासु खाऊ भने जस्तै हो। भारतीय बजारमा बिक्री नहुने तथा भारत बाहिर बजारको सुनिश्चितता नहुँदासम्म किसानले धुँवारहित अलैंची उत्पादन गर्ने मनसाय देखाउँदैनन्।

प्रतिस्पर्धी क्षमता तथा भूपरिवेष्ठित अवस्था

नेपाली अलैचीको भारतीय तथा विश्व बजारमा प्रतिस्पर्धी क्षमता भन्नाले अलैची बजार माग अनुसारको परिमाण, गुणस्तर, मूल्य र समयमा पुऱ्याउन सक्ने सामर्थ्यलाई (बम्बर तथा साथीहरू, २०१३) लिइएको छ। अलैची व्यवसायीहरूका अनुसार भारतीय बजारमा माग अनुसारको परिमाणमा अलैचीको आपूर्ति गर्न कुनै समस्या छैन। गुणस्तरको हकमा भने नेपाली अलैची आसाम तथा भुटानको भन्दा राम्रो तथा सिक्किमको अलैचीसँग प्रतिस्पर्धी रहेको मानिएको छ। मूल्यको हकमा पनि नेपाली अलैचीलाई भारतीय बजारमा अन्य अलैचीको तुलनामा केही बढी मूल्य दिने गरेको व्यापारीहरू बताउँदछन्। यसैगरी मागको समयमा अलैची आपूर्ति गर्नमा पनि कुनै समस्या छैन। तर भारत बाहेकको बजारमा सानो परिमाण जस्तै चार/पाँच टनको माग हुँदा भने उनीहरू आपूर्ति गर्न उत्साहित हुँदैनन्। साथै कम समयको ढुवानी अवधिमा पनि उनीहरू उत्साहित हुँदैनन्।

यसो हुनुको प्रमुख कारण नेपालको ती बजारसम्म सिधा पहुँच मार्ग नहुनु हो। नेपालको भूपरिवेष्ठित परिवेशले गर्दा विश्व बजारको पहुँच भारत तथा चीनमा निर्भर रहेको छ। नेपालले चीनतर्फको बाटो हुँदै विश्व बजारमा अलैची निर्यातका लागि कमजोर सडक, सीमित नाका, लामो दूरी तथा भाषागत कठिनाई रहेकाले भारत नै एउटै मात्र विकल्पको रूपमा रहीआएको छ। तर भारतले सीमित सडक तथा बन्दरगाह नेपाली वस्तु आयात निर्यातको लागि उपयोग गर्न दिएको वर्तमान अवस्थामा पाकिस्तान तथा मध्यपूर्वी देशहरूतर्फको निर्यातमा ढुवानी समय तथा लागत दुवै बढ्न जाने हुनाले व्यापारीहरू उत्साहित देखिदैनन्। यसअघि पाकिस्तानमा अलैची निर्यात गरेका केही व्यापारीको अनुभवमा बित्तामोडबाट पठाएको अलैची भारतको कोलकता बन्दरगाह हुँदै पाकिस्तानको कराँचीसम्म पुग्न छ हप्ताभन्दा बढीको समय लाग्यो। यदि सोही अलैची भारतको अमृतसरको वगाह भन्सार हुँदै पाकिस्तान प्रवेश पाएको भए ढुवानी समय आधादेखि घटाउन सकिन्थ्यो।

कर तथा भन्सार जाँचपासको कठिनाई

नेपालको पूर्वीनाकाबाट बङ्गलादेशको सीमा नाका भन्डै दुईदेखि तीन घन्टाको गाडीयात्रामा पुग्न सकिन्छ। बङ्गलादेशमा पनि अलैचीको माग प्रशस्त रहेको छ। बङ्गलादेशको अलैचीको वर्तमान माग भुटान र भारतबाट पूर्ति हुँदै आएको छ। तर नेपाली अलैची लगायत अन्य कृषिवस्तु बङ्गलादेश निर्यात हुन नसक्नुमा बङ्गलादेशले नेपालका कृषिवस्तुमा लगाएको उच्च भन्सार दर रहेको छ। नेपाल, भारत, बङ्गलादेश, पाकिस्तान लगायत दक्षिण एसियाका आठ देश क्षेत्रीय सङ्गठन सार्कमा आबद्ध रहेका र यी देशहरूबिचको व्यापारमा भन्सार सुविधा रहेको हुँदाहुँदै पनि अन्य अतिरिक्त भन्सारको कारणले गर्दा नेपाली कृषिवस्तु बङ्गलादेश निर्यात गर्दा ६० प्रतिशतभन्दा बढी भन्सार तिर्नुपर्ने अवस्था रहेको व्यापारीहरू बताउँदछन्। यसैगरी नेपाली वस्तु बङ्गलादेश पठाउँदा डकुमेन्टेसनको प्रक्रियागत भन्कट पनि दिक्दारलाग्दो रहेको छ। बङ्गलादेश निकासीका लागि ७० भन्दा धेरै विभिन्न कागजातहरू तयार पार्नुपर्ने अवस्था रहेको छ।

निर्यात प्रवर्द्धनमा संस्थाहरूको भूमिका

अलैची लगायतका कृषिवस्तु निर्यात प्रवर्द्धनमा सरकारी र गैर सरकारी संस्थाहरूको भूमिका महत्त्वपूर्ण हुन्छ। अलैची सम्बद्ध सरोकारवालाहरू तथा व्यवसायीहरूका अनुसार नेपाल सरकारले अलैचीको ट्रेडमार्क Everest Big Cardamom, दर्ता गरेको छ। यसैगरी नेपालको निकासी प्रक्रिया सहज बनाउन पनि केही कदम चालेको छ जस्तै : निर्यातका लागि चाहिने अलैची उत्पत्तिको प्रमाणपत्र, क्वारेन्टाइनको प्रमाणपत्र सहज रूपमा प्राप्त हुने व्यवस्था गरेको छ। एकीकृत भन्सार प्रणाली लागू भएबाट भन्सार जाँचपासको काम छिटो र सहज भएको छ। यसैगरी नेपाल सरकारले कृषिवस्तु निर्यातमा मूल्य अभिवृद्धि कर फिर्ताको नीति, कृषि औजार तथा उपकरणहरू खरिदमा अनुदानको नीति लिएको छ। अलैची व्यवसायीहरूलाई अन्तर्राष्ट्रिय स्तरका खाद्य प्रदर्शनीहरूमा नियमित सहभागी गराउँदै आएको छ।



यी व्यवस्था भएवाट अलैंची उत्पादन, प्रशोधन तथा व्यापारमा सहयोगी वातावरण बन्न खोजेको छ। यति हुँदाहुँदै पनि निर्यात सम्बद्ध संस्थाहरूको भूमिकामा प्रश्न उठिरहेको छ।

अलैंची व्यवसायीहरूको भनाइमा अलैंचीको स्वदेशमा व्यवस्थित बजार हुन सकेन। अलैंची भण्डारणका लागि हालसम्म पनि भण्डार गृह बन्न सकेको छैन। भारत तथा भुटानमा अलैंचीको अक्सन प्रणाली भए पनि नेपालले यस्तो व्यवस्था लागू गर्न सकेको छैन। नेपाली अलैंचीको ट्रेडमार्क दर्ता भएको भए पनि भारतीय तथा अन्य बाह्य बजारमा यसको भिजिबिलिटी बढाउन सकिएको छैन। अलैंची व्यवसायीहरूका अनुसार भारतीय व्यापारीहरूले नेपाली अलैंचीको ट्रेडमार्क हटाएर आसाम तथा भुटानको अलैंचीसँग मिसाएर बेच्ने गर्दछन्। यस्ता खालको समस्या समाधान गर्न भन्दै निर्यात व्यापार प्रवर्द्धन केन्द्रले अलैंची व्यवसायी महासङ्घ मार्फत भारत, पाकिस्तान तथा संयुक्त अरब इमिरेट्समा नेपाली अलैंचीको ट्रेडमार्क दर्ताको प्रयास गरेको भए पनि २०१९ को मार्चसम्म कुनै पनि देशमा यो दर्ता हुन सकेको छैन। अलैंचीको बजार सम्बन्धी द्विविधा, खाद्य गुणस्तर तथा क्वारेन्टाइन प्रमाणपत्र, भन्सार जाँचपास सम्बन्धी प्रक्रियागत सहजीकरण, भारतसँग सहज पारवहन तथा बङ्गलादेशसँग भन्सार कर सम्बन्धी समस्या समाधान तथा विश्व बजारमा अलैंचीको पहुँच बढाउन निरन्तर सक्रिय हुनुपर्ने र यी समस्याको समाधान खोज्नुपर्नेमा नेपाली संस्थाहरूले निर्वाह गरेको भूमिका उपलब्धीको कसीमा नाप्दा कमजोर देखिएको छ। संस्थाहरूबिच अन्तरसम्बन्धित कामको लागि जुन समन्वय र सहकार्य हुनुपर्ने हो सो पनि हुन सकेको छैन।

छलफल

यस खण्डमा नतीजा विश्लेषणबाट प्राप्त निम्न चार प्रश्नहरूलाई केलाउने प्रयास गरिएको छ। पहिलो, के भारत बाहिर नेपाली अलैंचीको बजार छ? दोस्रो, नेपाली अलैंचीलाई विश्व बजारमा निर्यात गर्न खाद्य

गुणस्तर तथा फाइटोसाइनेटरी मापदण्ड पूरा गर्न सकिन्छ? तेस्रो, के पारवहन असहजता नेपाली अलैंची विश्व बजारमा पुग्न नसक्नुको कारण हो? चौथो, के नेपाली संस्थाहरू अलैंची निर्यातका अवरोधहरूको सहजीकरण गर्न सक्षम छन्?

नेपालले अलैंची निर्यात गर्न थालेको १०० वर्षभन्दा बढी भइसक्यो तर निर्यातको सुरु वर्षदेखि हालसम्म पनि अलैंचीको ९९ प्रतिशत बजार भारत निर्भर छ। माथि नतीजा खण्डमा प्रस्तुत तथ्याङ्कले भारत बाहिर पनि ठूलो बजार रहेको देखाउँछ तर पनि भारत बाहिर नेपाली अलैंची पुग्न सकेको छैन। कतै भारत बाहिरको अलैंची बजार सम्बन्धी बुझाइमा फरक पर्न गएको त होइन। अलैंची विश्व बजारमा कारोवार हुँदा सङ्केत नम्बर (Harmonized Code): ०९०८३० मा हुन्छ। यो सङ्केत नम्बर सुकुमेल (*Elletaria cardamomum*) ले पनि प्रयोग गर्दछ। अन्तर्राष्ट्रिय व्यापार केन्द्रको तथ्याङ्क २०१९ लाई हेर्दा विश्व बजारमा अलैंचीको हिस्सा सुकुमेलको तुलनामा एक चौथाइ मात्र रहेको छ। एकातिर सुकुमेलको बजार हिस्सा अलैंचीको तुलनामा ठूलो छ र अर्कोतर्फ दुवैको एउटै सङ्केत नम्बरबाट व्यापार हुन्छ। यस कारणले गर्दा आयातकर्ता देशहरूमा अलैंची र सुकुमेलको बेग्ला बेग्लै बजार माग र आपूर्तिको अवस्था छुट्टयाउन सकिएको छैन। भुटानले सन् २०१५ मा कुवेतमा गरेको अलैंची निर्यात सम्भावना सम्बन्धी अध्ययनले कुवेत लगायतका मध्य पूर्वका अन्य देशको बजार सुकुमेलको हो अलैंचीको होइन भन्ने देखाएको छ। यसैगरी हिरोसिमा विश्वविद्यालयका खोजकर्ताहरूले गरेको अध्ययनको नतीजाले पनि अलैंची र सुकुमेलको संयुक्त व्यापार सङ्केत नम्बरले व्यापारी, नीति निर्माता तथा अन्य सरोकारवालाहरूलाई बजार सम्बन्धी द्विविधा पारेको छ, भन्दछ। तर नेपालले अलैंचीको सम्भाव्य बजार सम्बन्धी अध्ययन नगरेको कारण ठोस रूपमा यही नै हो भन्न सकिने अवस्था छैन।

नेपाली अलैंचीले विश्व बजारले निर्धारण गरेका खाद्य गुणस्तर तथा फाइटोसाइनेटरी सम्बन्धी मापदण्ड पूरा गर्ने सामर्थ्य राख्दछ त भन्ने सन्दर्भमा अध्ययनबाट



प्राप्त नतिजाले के देखाउँदछ भने नेपालको खाद्य गुणस्तर तथा फाइटोसाइनेटरी प्रमाणपत्रलाई नेपाल जस्तै कम आय हुने मुलुकको सूचीमा पर्ने भारतले मान्यता दिंदैन। यस्तो अवस्थामा विकासशील तथा विकसित मुलुकहरूमा खाद्य गुणस्तर तथा फाइटोसाइनेटरी सम्बन्धी मापदण्ड भन्ने कडा हुने हुँदा यी प्रावधानहरूलाई वर्तमान अवस्थामा पूरा गर्न गाह्रो हुने देखिन्छ। अलैंची उत्पादन, प्रशोधन तथा निर्यातमा गुणस्तरको सुनिश्चितता, गुणस्तर सम्बन्धी अन्य कुनै प्रमाणपत्र जस्तै Fair trade पनि नभएकोले आयातकर्ता र उपभोक्तामा विश्वास जित्न कठिन हुन्छ। अमेरिकी सहयोग नियोगको २०१८ को अध्ययन र अन्तर्राष्ट्रिय व्यापार केन्द्रको २०१७ को अध्ययनले नेपाली खाद्य वस्तुले अमेरिकी तथा युरोपियन बजारको खाद्य गुणस्तर तथा फाइटोसाइनेटरी मापदण्ड पूरा गर्न सक्दैनन् भन्ने देखाउँदछ। नेपाली खाद्यवस्तुमा साल्मोनेला, टक्सिन तथा उपयोगका लागि अस्वीकार्य रंड रहेको भन्ने देखाएका छन्। उदाहरणहरूले नेपाल बाहेक भारत र चीनलाई कृषिवस्तु निर्यातमा विभिन्न समयमा खाद्य गुणस्तर तथा फाइटोसाइनेटरी सम्बन्धी अडचनहरू आइपरेको देखिन्छ। यसको सार हो कम आय भएका र विकासशील देशहरूलाई विकसित देशहरूको खाद्य गुणस्तर तथा फाइटोसाइनेटरी सम्बन्धी मापदण्ड पूरा गर्न सहज छैन।

के पारवहनमा भारतीय निर्भरता नै नेपाली कृषिवस्तुको अन्तर्राष्ट्रिय बजार पहुँचमा प्रमुख अवरोध हो त भन्ने प्रश्नमा यस अध्ययनको नतीजाले हो भन्दछ। भारतले नेपाललाई नेपालले चाहे अनुसारको स्थलमार्ग र जलमार्ग उपयोगको पहुँच नदिँदा नेपालले तेस्रो मुलुकमा समयमा नै हुवानी दिन सक्दैन, लामो रुटको कारणले गर्दा हुवानी लागत बढ्न जान्छ र कृषिवस्तुको प्रतिस्पर्धात्मक क्षमतामा कमी आउँछ। फाय तथा साथीहरू (२००४) को अध्ययनले कुनै पनि भू परिवेष्ठित देशले छिमेकीका पारवहन पूर्वाधार प्रयोगका अवसर ती देशहरूसँगको राजनैतिक सम्बन्धमा अत्यधिक निर्भर गर्दछ भन्ने देखाउँदछन्। यस तथ्यलाई मान्दा भारतले

नेपाललाई कृषिवस्तुको निर्यातमा समय समयमा अवरोध भइरहेका घटनाहरू बढी आइरहन्छन्। भारत र नेपालबिच असमान शक्ति सम्बन्ध रहेको छ। यस असमान शक्ति सम्बन्धको पछिल्लो र सबैभन्दा क्षति पुऱ्याएको घटना भनेको भारतले सन् २०१५ मा गरेको छ महिना लामो नाकाबन्दी हो।

नेपाली संस्थाहरू अलैंची निर्यातका अवरोधहरूको सहजीकरणमा निर्वाह गरेको भूमिका कमसल खालको छ। जस्तै अलैंचीका लागि अक्सन तथा भण्डारण गृहसमेत हुन सकेको छैन। यी सुविधाहरू नेपालभन्दा धेरै कम अलैंची उत्पादन गर्ने सिक्किम र भुटानमा छ। अलैंचीको ट्रेडमार्क दर्ता गरेर मात्र पुगेन ट्रेडमार्क अनुसार निर्यात भएको अलैंचीको मिसावट रोकन र नेपाली अलैंची वास्तविक ग्राहकसम्म पुग्न सहजीकरण गर्न नेपाली संस्थाहरूले सकेका छैनन्। यसमा नेपाली व्यवसायीहरू, व्यवसायीहरूको साभ्ना संस्था तथा नेपाल सरकारका सम्बन्धित संस्थाको भूमिका उपलब्धिको कसीमा हेर्दा कमजोर रहे। नेपालको खाद्य गुणस्तर तथा फाइटोसाइनेटरी प्रमाणपत्र भारतीय भन्सारबाट अस्वीकृत हुँदा कम्तीमा भारत तथा अन्य सार्क राष्ट्रहरूले मान्न सक्नेसम्म पनि हाम्रो खाद्य प्रयोगशालाहरूलाई स्तरबृद्धि गर्न किन सकिएन यो पनि प्रमुख प्रश्न हो।

निष्कर्ष

भारतीय बजार बाहेकका बजारमा नेपाली अलैंचीको पहुँच हुन नसक्नुमा अलैंची व्यवसायी र सम्बन्धित संस्थाहरूमा अलैंचीको बजार सम्बन्धी स्पष्ट जानकारी नहुनु एउटा कारण हो भने अर्को कारण भारतले नेपाली अलैंचीलाई सहज रूपमा खपत गरिदिने हुनाले अन्य बजारको खोजीमा नेपाली व्यवसायी तथा सरोकारवालाहरूबाट पर्याप्त पहल नहुनु हो। अलैंची र सुकुमेलले प्रयोग गर्ने साभ्ना व्यापार सङ्केत चिन्हले त अलैंची व्यवसायी, नीति निर्माता तथा अन्य सरोकारवालाहरूलाई अलैंचीको वास्तविक बजार कहाँ छ र कति छ भन्ने कुराले द्विविधामा पारेको छ। यसैगरी



नेपाली अलैंचीले विश्व बजारले माग गर्ने खाद्य गुणस्तर तथा फाइटोसाइनेटरीका मापदण्ड पूरा गर्न सक्छ कि सक्दैन भन्नेमा पनि अलैंची व्यवसायी र सरोकारवाला संस्थाहरू ढुक्क छैनन्। भारतीय बजार केन्द्रित भएर धुँवाएर अलैंची सुकाउने अभ्यासले विश्व बजारमा निर्यात गर्नको लागि गुणस्तर प्रमुख चुनौती हुन सक्छ। नेपालले भू-परिवेष्टित अवस्था र छिमेकी फेर्न नसक्ने अवस्थामा तेस्रो देश निर्यातका लागि उपयुक्त स्थल र जलमार्गसम्म सहज पहुँचका लागि भारतलाई मनाउन सक्नुको विकल्प देखिँदैन। तर नेपाली संस्थाहरू यस्ता सवालहरूमा भारत तथा अन्य देशका संस्थाहरूसँग समन्वय र सहजीकरण गर्न सकेको देखिएन। यसैले नेपाली अलैंची अझै धेरै समय भारतीय बजारमा नै निर्भर रहनुपर्ने देखिन्छ।

अलैंची निर्यातको यस्तो अवस्था हुँदाहुँदै पनि नेपाली अलैंची विश्व बजारमा पुऱ्याउन नसकिने भन्ने होइन। नेपालको विश्व बजारमा निर्यात क्षमता बढाउन आन्तरिक रूपमा असल कृषि अभ्यासको अवलम्बन, अर्गानिक तथा अन्य व्यापारिक प्रमाणीकरणका कार्यहरू, अलैंची भण्डारण गृह स्थापना, स्वदेशी बजारको व्यवस्थापनमा प्राथमिकताका साथ लाग्नुपर्ने देखिन्छ। अलैंचीको अक्सन प्रक्रियामा जाँदा किसान र व्यापारीहरूलाई के फाइदा हुन्छ हेरेर सुरु गर्न आवश्यक देखिन्छ। नेपाली अलैंचीको विश्व बजार पहुँचका लागि अलैंचीको बजार सम्भाव्यता अध्ययन गर्न जरुरी छ। यसैगरी विश्व बजारमा पहुँचका लागि प्रवर्द्धनात्मक कार्यहरूको निरन्तरता, पारवहन सहजता, भन्सारसँग सम्बन्धित निर्यात सहजताको लागि भारत, बङ्गलादेश, पाकिस्तान र नेपालका बिच उच्च स्तरमा निरन्तर संवाद बढाउने तथा निर्यातका वैकल्पिक उपायहरूको खोजी गर्नुपर्ने देखिन्छ। नेपालले आफ्नो निर्यात क्षमता हेरी सिधै विकसित बजारलाई प्राथमिकतामा राख्नुभन्दा अलैंची माग गर्ने कम आय भएका देशहरू र विकासशील देशहरूमा पहिले निर्यात पहल गरेर अधि बढ्नु उपयुक्त हुन्छ।

कृतज्ञता

यस अध्ययनमा प्रत्यक्ष सहभागी भइ आवश्यक सूचना उपलब्ध गराउनु हुने संपूर्ण सूचनादाताहरू प्रति हार्दिक आभार व्यक्त गर्दछु। यो अनुसन्धान “फेमिनाइजेसन, एग्रीकल्चरल ट्रान्जिसन एन्ड रुरल इम्प्लोइमेन्ट” (फेट) परियोजना अर्न्तगत रहेकामा फेट परियोजना तथा यसका आर्थिक सहयोगी निकायहरू स्वीस नेशनल साइन्स फाउन्डेशन/स्वीस एजेन्सी फर डेभेलोपमेन्ट को-अपरेशन प्रति पनि कृतज्ञता व्यक्त गर्दछु।

सन्दर्भ सामग्रीहरू

- Bamber, P., Fernandez-Stark, K., Gereffi, G. and Andrew, G.** 2013. Connecting local producers in developing countries to regional and global value chains. Paris: Organization for Economic Co-operation and Development
- Faye, M.L., McArthur, J.W., Sachs, J.D. and Snow, T.** 2004. The challenges facing landlocked developing countries. *Journal of Human Development* 5(1) : 31-68.
- ITC (International Trade Centre 2017b) Nepal.** Company Perspectives. An ITC Series on Non-Tariff Measures. Geneva.
- ITC (International Trade Centre 2019).** International Trade Statistics 2001-2019. Retrieved from <http://www.intracen.org/itc/market-info-tools/trade-statistics/>.
- Joshi, N. P. and Piya, L.** 2019. Large cardamom (*Amomum subulatum* Roxb.) production, marketing and trade in the Indian sub-continent. *Journal of Contemporary India Studies: Space and Society* 9:1 -13, Hiroshima University.
- MoALD (Ministry of Agriculture and Livestock Development 2019).** Statistical Information for Nepalese Agriculture. Kathmandu.
- MoICS (Ministry of Industries, Commerce and Supplies, 2019).** Profile of Province One : Export Promotion Import Substitution and Potential Commodities and Services for Inter-Province Trade (in Nepali). Trade Export Promotion Centre, Lalitpur.
- Trienekens, J. H.** 2011. Agricultural value chains in developing countries : A framework for analysis. *International Food and Agribusiness Management Review* 14(2) : 211-238.
- USAID (United States Agency for International Development 2018).** Nepal SPS Assessment: Roadmap to Adopting a Modern SPS System. Feed the Future