

केळी

बाजारपेठांशी जोडणी विषयी माहिती

महाराष्ट्र अॅग्रीबिझनेस नेटवर्क प्रकल्प (मॅग्नेट)

दिनांक : ऑगस्ट २०२४

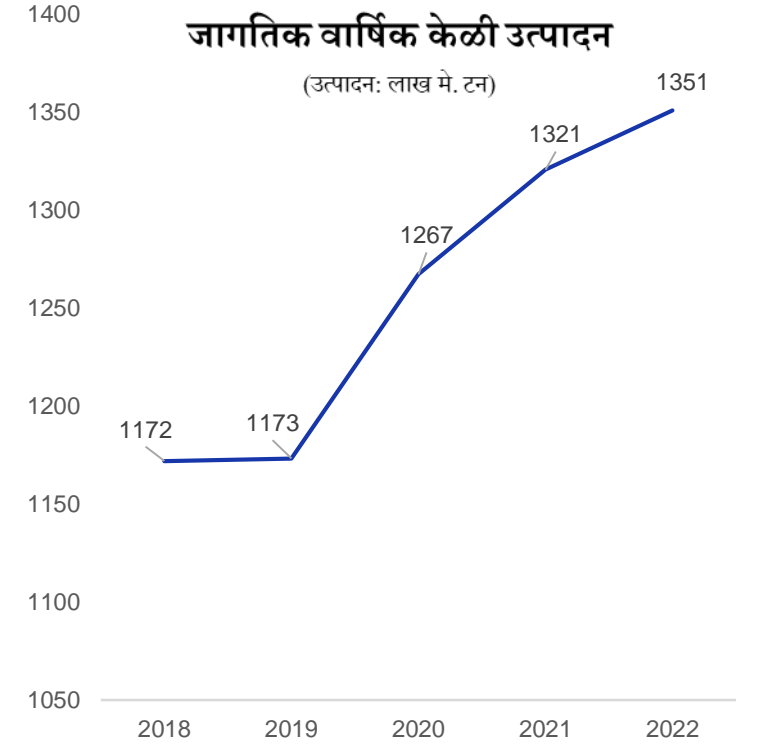
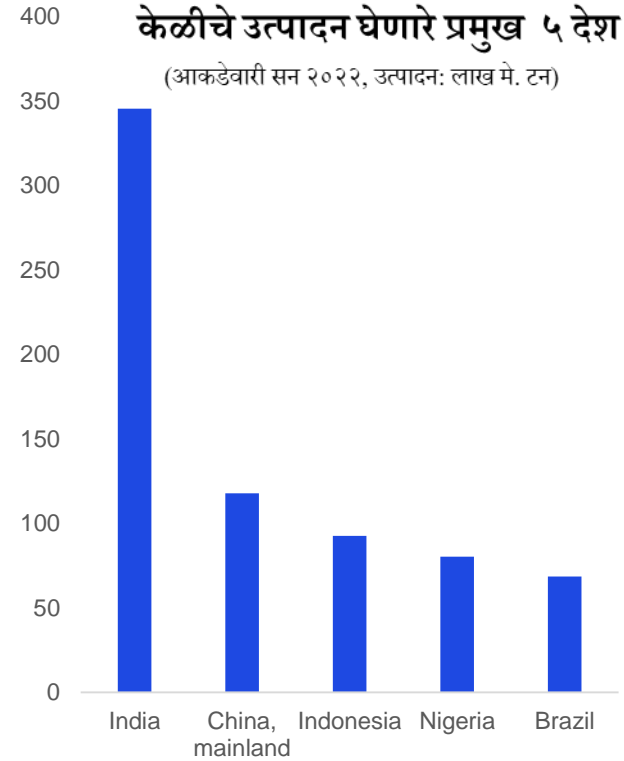
केळीचे जागतिक उत्पादन: सध्यस्थिती

जागतिक उत्पादन सध्यस्थिती

- जगभरात केळीच्या १००० पेक्षा जास्त वाणांची स्थानिक पातळीवर लागवड केली जाते.
- केळीचे प्रमुख वाण: कॅव्हेंडिश कल्टिव्हर्स, प्लांटेन कल्टिव्हर्स आणि ईस्ट आफ्रिकन हायलॅंड केळी
- केळीच्या कॅव्हेंडिश वाणाचा सर्वात जास्त व्यापार केला जातो.
- केळीचे उत्पादन घेणारे प्रमुख १० देश: भारत चीन, इंडोनेशिया, नायजेरिया, ब्राझील, इक्वेडोर, फिलीपिन्स, ग्वाटेमाला आणि अंगोला
- केळी निर्यात करणारे प्रमुख ५ देश: इक्वाडोर, फिलीपिन्स, कोस्टा रिका, ग्वाटेमाला आणि कोलंबिया
- केळीचा सर्वात मोठा आयातदार देश युरोपियन युनियन आहे.
- केळी आयात करणारे प्रमुख ५ देश: यूएसए, चीन, रशियन फेडरेशन, जर्मनी आणि नेदरलँड

जागतिक केळी उत्पादनामध्ये भारत देशाचा वाटा जवळपास २६ टक्के आहे.

सन २०१८ पासून सन २०२२ पर्यंत जागतिक केळी उत्पादामध्ये १५ टक्क्यांची वाढ झाली आहे



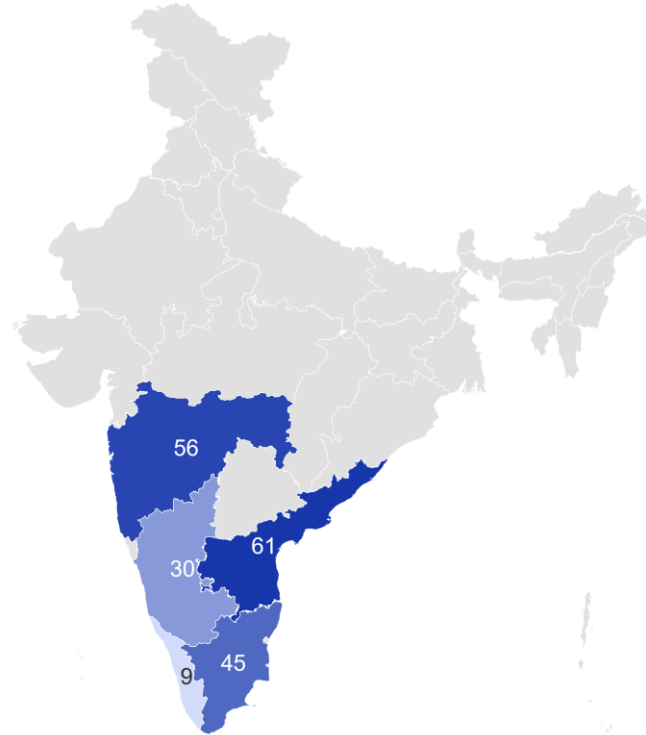
केळीचे भारतातील उत्पादन: सध्यस्थिती

भारतीय उत्पादन सध्यस्थिती

भारतातील प्रमुख केळी उत्पादक राज्य²
(लाख मे. टन) (आकडेवारी सन २०२२-२३)

सन २०१९-२० पासून ते सन २०२३-२४ पर्यंत
केळीचे उत्पादन १४.९६ टक्यांनी वाढले आहे

- भारतामध्ये लागवड केले जाणारे प्रमुख वाण:
ड्वार्फ कॅव्हेंडिश, रोबस्टा, रस्थाली, नेंद्रन आणि सफेद वेल्ची.
- भारतातील प्रमुख केळी उत्पादक राज्य:
आंध्र प्रदेश, तामिळनाडू, कर्नाटक, केरळ, महाराष्ट्र, उत्तर प्रदेश, पश्चिम बंगाल, गुजरात, आसाम आणि बिहार
- भारतीय केळी आयात करणारे प्रमुख ५ देश:
इराण, यूएई, इराक, ओमान आणि नेपाळ
- भारतातील महत्त्वाच्या केळी बाजारपेठा:
बुरहानपूर (मध्य प्रदेश), यावल (महाराष्ट्र), आग्रा (उत्तर प्रदेश), लखीमपूर (उत्तर प्रदेश) आणि नरवाल (जम्मू)



Powered by Bing
© GeoNames, Microsoft, TomTom

भारतातील वर्षनिहाय केळी उत्पादन²

वर्ष	उत्पादन (लाख मे.टन)	लागवडीखालील क्षेत्र ('००० हे.)	उत्पादकता (मे.टन/हे.)
२०१९-२०	३२५.९७	८९७	३६.३४
२०२०-२१	३३३.७९	९२३	३६.१६
२०२१-२२	३२४.५४	८७९	३६.८९
२०२२-२३	३६६.१४	९९४	३६.८३
२०२३-२४	३७४.७४	९९५	३७.६६

केळीचे महाराष्ट्रातील उत्पादन: सध्यास्थिती

महाराष्ट्रातील बाजारपेठेची सध्यास्थिती

राज्यातील केळी उत्पादन

भारतात केळी उत्पादनामध्ये महाराष्ट्र राज्य आघाडीवर आहे. महाराष्ट्र राज्य केळी लागवडीखालील क्षेत्र आणि उत्पादनामध्ये दुसऱ्या क्रमांकावर आहे. सन २०२२-२३ मध्ये राज्यातील १०१३८० हेक्टर क्षेत्रामध्ये केळीची लागवड झाली असून एकूण ६०६११०० मे टन केळीचे उत्पादन झाले होते. सन २०२०-२१ पासून ते २०२३-२४ पर्यंत केळी उत्पादनामध्ये ५४.७ टक्यांची वाढ झालेली आहे

महाराष्ट्रातील प्रमुख केळी उत्पादक जिल्हे

केळी उत्पादनामध्ये जळगाव हा जिल्हा अग्रगण्य असून जळगाव जिल्हा हा भारताची केळीची राजधानी म्हणून ओळखला जातो. महाराष्ट्रातील एकूण केळी उत्पादनापैकी ५०-६०% केळीचे उत्पादन जळगाव जिल्ह्यामध्ये घेतले जाते. याव्यतिरिक्त नांदेड, नंदुरबार, सोलापूर आणि अकोला हे प्रमुख केळी उत्पादक जिल्हे आहेत.

महाराष्ट्रातील केळी लागवडीचे प्रमुख वाण

ग्रँड नैन, ड्वार्फ कॅव्हेंडिश आणि बसराई

महाराष्ट्रातील महत्त्वाच्या केळीच्या बाजार समित्या आणि त्यांची एकूण आवक(मे. टन)

○ पुणे – १६८९४ मुंबई – १०५४५

○ नागपूर – ३३७७ नाशिक – २८९३

महाराष्ट्राचे केळी उत्पादन^३ (सन २०२२-२३)

जिल्हा	उत्पादन (‘००० मे.टन)	क्षेत्र (‘००० हेक्टर)	उत्पादकता (मे.टन/ हेक्टर)
जळगाव	४३६९.१	६२.४	७०.०
सोलापूर	४२४.१	७.७	५५.०
नांदेड	४१९.८	१०.०	४२.०
नंदुरबार	३६६.०	५.८	६३.१
अकोला	९३.८	२.६	३६.५
एकूण	५६७३	८८	६४.१

महाराष्ट्राचे वार्षिक केळी उत्पादन^३

वर्ष	उत्पादन (‘००० मे टन)	क्षेत्र (‘००० हेक्टर)
२०२०-२१	४२२३.०	८४.२६
२०२१-२२	४६२८.०	८३.५२
२०२२-२३	६०६१.१	१०१.३८
२०२३-२४*	६५३३.७	११०.२

महाराष्ट्रातील केळी पीक मूल्यसाखळी

विक्री मार्ग १

शेतकरी ► काढणी पश्चात कंत्राटदार / कमिशन एजंट ► दूरच्या बाजारपेठेतील घाऊक विक्रेता (दिल्ली / लखनौ / चंदीगड / बिहार / कोलकाता) ► किरकोळ विक्रेता ► ग्राहक

विक्री मार्ग २

शेतकरी ► गावातील संकलक ► खरेदी एजंट ► प्रक्रिया कंपन्या ► दूरच्या बाजारपेठेतील घाऊक/ किरकोळ विक्रेते ► ग्राहक

विक्री मार्ग ३

शेतकरी ► शेतकरी उत्पादक संस्था / आघाडीचे शेतकरी ► कमिशन एजंट / स्थानिक किंवा दूरच्या बाजारपेठेतील घाऊक व्यापारी ► ग्राहक

विक्रीव्यवस्थेतील अडचणी आणि उपाय

अडचणी



किंमत अस्थिरता:

- मागणी आणि पुरवठ्यातील फरकांमुळे केळीच्या किमती मोठ्या प्रमाणात चढ-उतार होतात



वाहतूक खर्च:

- शेतापासून दूरच्या बाजारपेठेपर्यंत वाहतूक खर्च जास्त असल्यामुळे शेतकऱ्यांना त्यांचे उत्पादन दूरच्या बाजारपेठांमध्ये विकता येत नाही जेथे त्यांना चांगले भाव मिळू शकतात



मर्यादित बाजार माहिती:

- शेतकरी उत्पादक संस्थांना अद्ययावत बाजारपेठेबद्दल मर्यादित माहिती असते. ज्यामुळे शेतमालास रास्त दर मिळत नाही.



व्यावसायिक कौशल्यांचा अभाव:

- शेतकऱ्यांची व्यावसायिक कौशल्ये मर्यादित असल्यामुळे साठवणुकीच्या व्यवस्थापन माहिती नसते त्यामुळे नुकसान होते



मध्यस्थांचे वर्चस्व:

- शेतकऱ्यांना आपला माल विकण्यासाठी अनेकदा मध्यस्थांवर अवलंबून राहावे लागते. ज्यामुळे त्यांच्या नफ्याचे प्रमाण कमी होते.

उपाय



शेतमालाची खरेदी:

- शेतकरी उत्पादक संस्थेने खरेदीदारांच्या गरजेनुसार सातत्याने पुरेशा प्रमाणात शेतमालाचा पुरवठा करावा
- खरेदीदारांच्या गरजेनुसार शेतकरी उत्पादक संस्थांनी शेतमालाची खरेदी इतर भागामधून करावी



प्रशिक्षण आणि क्षमता विकास:

- शेतकऱ्यांनी उत्पादन आणि बाजारपेठेची माहिती मिळविण्यासाठी विविध प्रशिक्षण कार्यक्रमांमध्ये सहभाग घ्यावा



मार्केट इंटेलिजन्स सिस्टीमचा वापर :

- शेतकऱ्यांना बाजारपेठेतील आवक, बाजारभावाचा चढ-उतार आणि शेतमालाची मागणी इत्यादी बाबत वेळेवर माहिती मिळण्यासाठी मार्केट इंटेलिजन्स सिस्टीमचा वापर करावा
- संकेतस्थळे – www.faostat.com, www.ers.usda.gov, www.agriculture.ec.europa.eu/international/, www.ourworldindata.org



शेतकऱ्यांची श्रेट बाजारपेठांशी जोडणी:

- ई-मार्केट प्लॅटफॉर्म आणि कंत्राटी शेती व्यवस्थेद्वारे खरेदीदारांशी जोडणी करावी

केळी निर्यात जागतिक सध्यस्थिती

निर्यात बाजारपेठा



प्रस्थापित बाजारपेठा:

युरोप

जर्मनी, नेदरलँड, रशिया, युनायटेड किंगडम, बेल्जियम, इटली, फ्रान्स, स्पेन आणि पोलंड

यूएसए, चीन, जपान आणि कॅनडा

नव्याने विकसीत बाजारपेठा :

रशिया आणि मध्य पूर्व

सौदी अरेबिया, इराक, इराण, यूएई, कुवेत, कतार, सीरिया, जॉर्डन आणि ओमान

प्रमुख प्रतिस्पर्धी देश



मध्य पूर्वेकडील देशांच्या बाजारपेठा

इक्वाडोर आणि फिलीपिन्स हे देश त्यांच्या उत्कृष्ट केळी उत्पादनामुळे मध्य पूर्वेकडील देशांच्या केळी बाजारपेठामध्ये प्रमुख प्रतिस्पर्धी देश आहेत.

युरोप

इक्वाडोर, कोलंबिया, पनामा आणि डोमिनिकन रिपब्लिक हे युरोपियन बाजारपेठेतील प्रमुख प्रतिस्पर्धी देश आहेत.

केळी निर्यातीतील आव्हाने



- गुणवत्ता नियंत्रण आणि निर्यात मानकांचे पालन
- पायाभूत सुविधांचा अभाव
- निकषानुसार कीड व्यवस्थापन
- अपरिपूर्ण पुरवठा साखळी
- उच्च आंतरराष्ट्रीय वाहतूक दर
- उच्च देशांतर्गत वाहतूक दर
- वाहतूक खर्च
- वित्तपुरवठा आणि खेळत्या भांडवलाचा अभाव
- जागतिक बाजारपेठेतील स्पर्धा

भारतातून केळी निर्यात

सद्यस्थिती

जागतिक सद्यस्थिती⁴

- सन २०२१-२२ मध्ये जागतिक स्तरावर सुमारे २४३.७ लाख टन केळीची निर्यात केली आहे
- सन २०२१-२२ मध्ये जागतिक केळी निर्यातीमध्ये भारत देशाचा वाटा केवळ १.५ टक्क्यांचा आहे

भारतातील सद्यस्थिती⁵

- सन २०२३-२४ मध्ये भारतातून ५.९ लाख मे.टन केळीची निर्यात करण्यात आली आहे
- सन २०१९ पासून सन २०२३ पर्यंत भारतीय केळीच्या निर्यात मुल्यात २६५ टक्क्यांची वाढ झाली आहे

भारताची केळी निर्यात⁵ (सन २०२३-२४)

आयातदार देश	निर्यात (मे.टन)
इराक	१७१०४८.०
इरान	१२९९८८.३
युनायटेड अरब	९७८९८.२
उझबेकिस्तान	५८५९५.९
ओमान	३८४०४.०
सौदी अरब	२३३११.४

मध्य-पूर्व देशांमध्ये केळी निर्यात करण्यासाठीचे निकष

वाण	जी ९, कॅव्हेंडिश, ग्रीन बनाना
रंग	हिरवा
लांबी	किमान १८ सेमी ते २५ सेमी
तापमान	रेफ्रिजरेटेड कंटेनर मध्ये, १३.५°C
पक्वता	४० ते ४६% (वय, आकार आणि लांबी यावर अवलंबून)
फण्या (हॅन्डस)	४,५,६ फण्या ८५% व ७ फण्या १५%
पॅकेजिंग	
निव्वळ वजन	प्रति बॉक्स १३ ते १३.५ किलो
एकूण वजन	प्रति बॉक्स १४.१ किलो
बॉक्सची गुणवत्ता	खालचा पुठ्ठा ५ प्लाय आणि वरचा पुठ्ठा ३ प्लाय मजबुतीचा

- निर्यातीसाठी ४० फुट (२० मे.टन) रेफ्रिजरेटेड कंटेनर वापरले जातात
- एका कंटेनरमध्ये १५४० कार्टन बॉक्स भरले जाऊ शकतात

भारतातून केळी निर्यातीसाठी येणारे अडथळे

प्रमुख बाजारपेठा	अडथळे
यूरोपियन देश	<ul style="list-style-type: none">शेतमाल सुरक्षिततेसाठी आणि गुणवत्तेसाठी अत्यंत कठोर मानकेउच्च निर्यात खर्चउच्च वाहतूक खर्च
मध्य पूर्व आशिया देश	<ul style="list-style-type: none">अपुरी शीतगृह साठवण सुविधाआधुनिक बंदरांचा अभाव
भारतीय उपखंडातील देश	<ul style="list-style-type: none">दरांमधील अनिश्चितताअपुरी शीतगृह साठवण सुविधाआधुनिक बंदरांचा अभाव

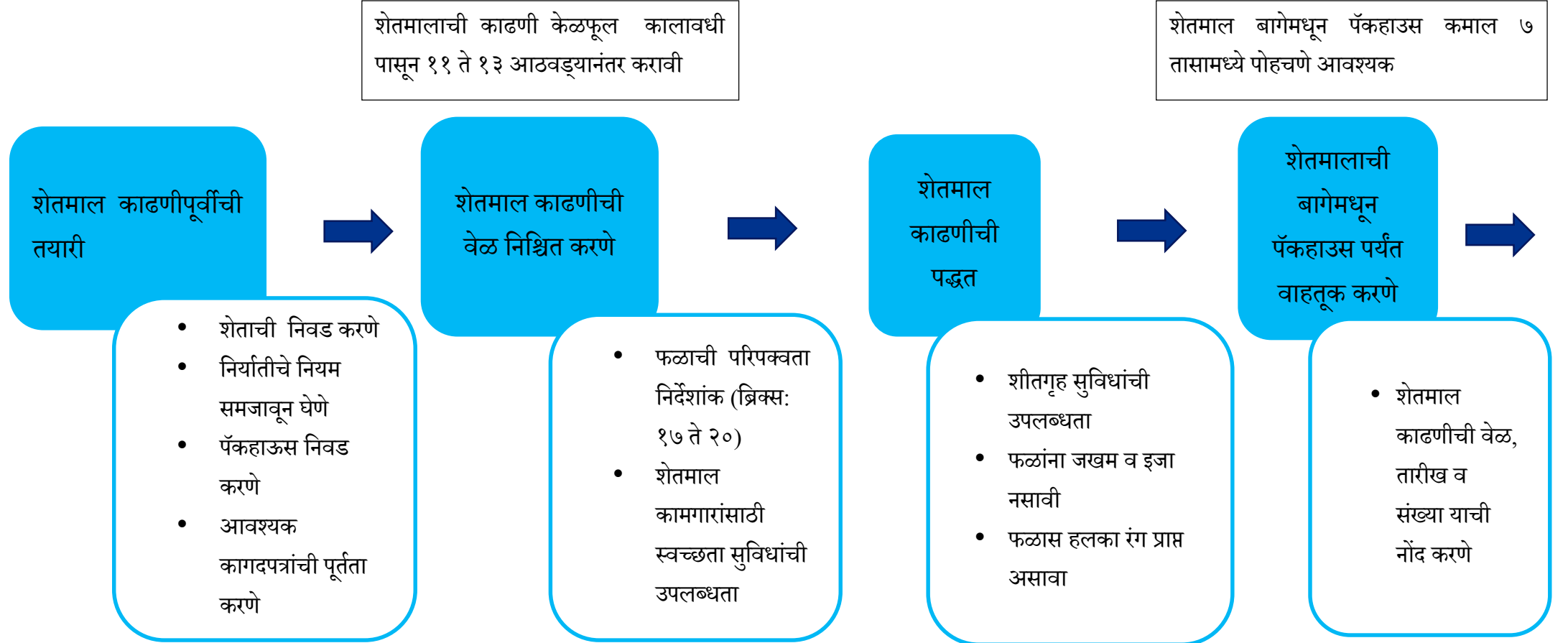
केळी निर्यातीसाठीचे पर्याय

पर्याय १	निर्यातदार शोधणे	फायदे	तोटे
निर्यातदारा मार्फत	<p>राष्ट्रीय व्यापार संमेलनामध्ये सहभाग घेणे.</p> <ul style="list-style-type: none">अपेडा संस्थेद्वारे आयोजित व्यापारी संमेलनामध्ये सहभाग घेणे (संकेतस्थळ www.apeda.gov.in)संमेलनाची यादी कृषी जागरण त्यांच्या संकेतस्थळावर प्रकाशित करते (www.krishijagran.com)मॅग्नेट व इतर प्रकल्पांतर्गत आयोजित खरेदीदार-विक्रेत्याची संमेलन बैठकीमध्ये सहभाग घेणे <p>व्यापारासाठी संकेतस्थळांचा वापर करणे.</p> <ul style="list-style-type: none">शेतमाल निर्यातीसाठी www.indiamart.com आणि www.exporters.com या संकेतस्थळाचा वापर करावाशेतमाल देशांतर्गत ऑनलाइन विक्रीसाठी www.india.com या संकेतस्थळाचा वापर करावा	<ul style="list-style-type: none">नव्याने निर्यात करणाऱ्यांसाठी योग्य पर्यायजोखीम कमीकिमान कालावधीमध्ये रक्कमेची उपलब्धताशेतमाल निर्यातीसाठी आवश्यक बाबींची खातरजमा निर्यातदाराद्वारे केली जाते - शेतकरी उत्पादक संस्था केवळ शेतमालाच्या गुणवत्तेमध्ये लक्ष देते	<ul style="list-style-type: none">शेतमाल निर्यातीच्या अंतिम बाजारभावाचा फायदा निर्यातदारास मिळतोआयातदाराशी संपर्क नसल्याने दीर्घकालीन उपाययोजना करण्यास मर्यादा उदा. निर्यात-भिमुख पायाभूत सुविधांसाठी गुंतवणूक करण्यामध्ये मर्यादा येतातनिर्यातदारकडे शेतमाल खरेदीसाठी विविध पर्याय उपलब्ध असल्याने कमाल दर प्राप्त होण्यामध्ये मर्यादा येतातकमी किमतीत इतर कोणत्याही विक्रेत्याकडून समतुल्य गुणवत्तेचा शेतमाल निर्यातदार खरेदी करू शकतात

केळी निर्यातीसाठीचे पर्याय

पर्याय २	निर्यातदार शोधणे	फायदे	तोटे
आयातदारा मार्फत	<p>विविध संस्था/संघटनेद्वारे आयोजित केलेल्या इतर आंतरराष्ट्रीय व्यापार संमेलनामध्ये सहभाग घेणे.</p> <ul style="list-style-type: none">अपेडा संस्थेद्वारे आयोजित आंतरराष्ट्रीय व्यापारी संमेलनामध्ये सहभाग घेणे (संकेतस्थळ https://apeda.gov.in/apedawebsite/trade_promotion/international_trade_event)आंतरराष्ट्रीय खरेदीदार-विक्रेता संमेलन जसे की: बर्लिन, जर्मनी येथील आयोजित 'फ्रूट लॉजिस्टिक', हाँगकाँग/बँकॉक येथील आयोजित 'एशिया फ्रूट लॉजिस्टिक', माद्रिद, स्पेन येथील आयोजित 'फ्रूट अट्रॅक्शन'फलोत्पादन व्यापारावरील आंतरराष्ट्रीय कार्यक्रमांबाबत माहिती नियमितपणे सेंटर फॉर द प्रमोशन ऑफ इम्पोर्ट्स फ्रॉम डेव्हलपिंग कंट्रीज (CBI) संस्थेच्या संकेतस्थळावर प्रकाशित केले जातात.. www.cbi.eu/eventsइतर संकेतस्थळे - https://www.hcisingapore.gov.in/events	<ul style="list-style-type: none">जास्त बाजारभावदीर्घकालीन व्यवसायाची संधी. शेतकरी उत्पादक संस्था ही इतर शेतकरी उत्पादक संस्था/बाजारपेठेतील व्यापाऱ्याकरिता निर्यातदार होऊ शकते.शेतकरी उत्पादक संस्था इतर पिकांचा समावेश करून निर्यात वाढवू शकते.	<ul style="list-style-type: none">शेतकरी उत्पादक संस्था कमीत कमी आवश्यक प्रमाणात शेतमाल प्रति कंटेनर पाठविण्यास सक्षम असावी.आयातदारांकडून पैशांमध्ये फसवणूक होऊ शकते.आयातदाराकडून पैसे मिळण्याचा कालावधी ३० ते ६० दिवसांचा असू शकतो.शेतमाल निर्यात करण्यासाठी आवश्यक गुणवत्ता निकष व नियम बदल योग्य आणि संपूर्ण ज्ञान व माहिती असणे महत्वाचे आहे

भारतातून केळी निर्यात करण्यासाठीचे टप्पे



भारतातून केळी निर्यात करण्यासाठी आवश्यक टप्पे

शेतमालाची काढणी केल्यानंतर त्याचे तापमान १३ अंश सेल्सिअस पर्यंत कमी करावे.

जास्तीत जास्त 2 दिवसामध्ये कस्टम एजन्टद्वारे शिपमेंटसाठी कागदपत्रांची पूर्तता करेल.

१३.५ अंश सेल्सिअस तापमानात कमाल 28 दिवस

शेतमालाची 8 दिवसाची टिकवण क्षमता शिल्लक असणे गरजेचे .

शेतमाल पॅकहाऊसमध्ये आणणे

- शेतमालाचे वजन करणे
- स्वच्छता करणे(टँक १)- २ ते ५ मिनिटे, पाण्याचा सामू = ७.५
- निर्जंतुकीकरण (टँक २)- २ ते ५ मिनिटे, पाण्याचा सामू = ७.५
- स्वच्छ धुणे, वजन करणे, वाळवणे फण्यांना बुरशीनाशक लावणे
- प्रतवारी आणि वर्गीकरण
- बॉक्स भरणे, लेबलिंग आणि पॅलेटाईझेशन.
- प्री-शिपमेंट गुणवत्ता तपासणी

निर्यातीसाठी शेतमाल पाठविणे

- रीफर कंटेनर किंवा ट्रकची तपासणी
- गुणवत्ता प्रमाणपत्रे
- तापमान मापक लावून शेतमाल कंटेनरमध्ये भरणे
- पॅकेजिंग तपशील:
- प्रत्येक बॉक्सचे निव्वळ वजन १३.५ किलो
- ४-६ हात/गुच्छे जो ८०-१२० हात/बॉक्स आहे
- शेतमालाचा विमा उतरविणे

शेतमाल पॅकहाऊस पासून बंदरा पर्यंत पाठविणे

- CHA द्वारे शिपिंग आणि दस्तऐवजीकरण (Documentation)
- रेफ्रिजरेटेड ट्रक आणि रीफर कंटेनरच्या तापमानाच्या सेटिंग्ज तपासणे

निर्यातीच्या ठिकाणी शेतमाल पोहचणे

- निर्यातच्या ठिकाणाचा सीमाशुल्क
- शेतमाल खाली उतरविणे आणि गुणवत्ता तपासणी करणे
- शीतगृहात साठवणूक
- ग्राहकांना शेतमालाचा पुरवठा

देशांतर्गत बाजारपेठ



देशांतर्गत बाजारपेठ
आणि प्रतिस्पर्धी



देशांतर्गत
बाजारपेठेतील
आव्हाने



देशांतर्गत
बाजारपेठेतील
पर्याय आणि संपर्क



फायदे आणि
संबंधित जोखीम

- बाजार समित्या व खाजगी व्यापारी
- देशातील सर्व राज्यांमध्ये केळीची मागणी
- गुजरात हे महाराष्ट्राचे मुख्य स्पर्धक राज्य आहे कारण महाराष्ट्रामध्ये लागवड केल्या जाणाऱ्या केळीच्या वाणांची लागवड तेथे देखील केली जाते. इतर प्रतिस्पर्धी राज्यांमध्ये आंध्र प्रदेश, तामिळनाडू, उत्तर प्रदेश, कर्नाटक आणि मध्य प्रदेश या राज्यांचा समावेश होतो.

- शेतमाल किंमतीतील चढउतार
- शेतमालाची गुणवत्ता आणि भेसळ समस्या
- पायाभूत सुविधांचा अभाव
- अपूर्ण पुरवठा साखळी
- कुशल आणि अकुशल कामगारांचा अभाव
- ग्राहकांमध्ये गुणवत्तापूर्ण शेतमालाबाबत जागरूकतेचा अभाव
- हवामान बदल

- शेतकरी उत्पादक संस्था देशांतर्गत बाजारपेठेत विविध बाजारपेठेतील व्यापारी आणि प्रक्रियादार यांना शेतमालाचा थेट पुरवठा करून पुरवठा करू शकतात.
- विविध शहरांतील बाजार समित्यांना भेटी देऊन संबंध प्रस्थापित केले जाऊ शकतात.
- केळीच्या व्यापारासाठी ऑनलाइन खरेदीदार ते खरेदीदार(B2B) व्यासपीठे / व्यापार संकेतस्थळे

www.kisanmandi.com

www.indiamart.com

www.tradeindia.com

फायदे:

- देशांतर्गत बाजारपेठेत विक्री केल्याने शेतमालाच्या पैसे बुडण्याचा धोका लक्षणीयरीत्या कमी होतो.
- शेतमाल विक्रीसाठी देशांतर्गत बाजारपेठेमध्ये विविध पर्याय उपलब्ध

जोखीम:





- दूरच्या देशांतर्गत बाजारपेठेत विक्री करताना पैसे उशिरा मिळण्याचा किंवा पैसे बुडण्याचा धोका जास्त असतो
- शेतमालाचा सातत्यपूर्ण पुरवठा करणे आवश्यक

भारतामध्ये केळी किरकोळ विक्री करण्यासाठीचे मापदंड

केळीचा वाण	आकार	रंग
रोबस्टा	<ul style="list-style-type: none">लांबी: १५-१७ सेंमीव्यास: ३५-४० मिमी	हलका हिरवा पिवळा
येल्लाकी	<ul style="list-style-type: none">लांबी: ८-९ सेंमीव्यास: ३० मिमी	हलका हिरवा पिवळा
नेंद्रा	<ul style="list-style-type: none">लांबी: २३-२७ सेंमीव्यास: ४०-४५ मिमी	हलका हिरवा

केळी नाकारण्याची कारणे
<ul style="list-style-type: none">फळाचा रंग पूर्ण हिरवा असावाफळाला इजा झालेली असेलफळाचे तुकडे झालेले असतीलफळाला भेगापडलेल्या नसाव्यातदबावामुळे झालेले फळाचे नुकसान झालेले नसावेबॉक्स मध्ये अतिरिक्त फळे असणेफळाचे देठ तुटलेले असणेफळावरती मोठे काळे डाग असतीलफळे अतिरिक्त पिकली असल्यास

भारतामध्ये केळी किरकोळ विक्री करण्यासाठीचे मापदंड

केळीचा वाण	रोबस्टा	येल्लाकी	नेंद्रा
बाजारपेठेमध्ये स्विकारण्यात येणारी केळी			
बाजारपेठेमध्ये नाकारण्यात येणारी केळी			

संघटित किरकोळ विक्रेते आणि ई कॉमर्स



उपलब्ध व्यासपीठ
आणि स्पर्धक



संघटित क्षेत्राची
आव्हाने



बाजारपेठेतील
पर्याय आणि संपर्क



फायदे आणि
संबंधित जोखीम

- केळीसाठी संघटित किरकोळ विक्रेते आणि ई-कॉमर्स हे वेगाने वाढणारे विक्री मार्ग आहेत.
- संघटित किरकोळ विक्रेत्यांमध्ये रिलायन्स, मोर आणि डी-मार्ट सारख्या मोठ्या राष्ट्रीय किरकोळ विक्रेत्या कंपन्या समाविष्ट आहेत.
- बिग बास्केट सारख्या ई-कॉमर्स कंपन्या त्यांच्या स्वतःचे ब्रँडने विक्री करतात.

- पुरवठा साखळीमधील क्लिष्टता
- अपूर्ण शीतसाखळी /पायाभूत सुविधा
- ग्राहकांकडून समान गुणवत्तेची मागणी
- किंमतीतील चढ-उतार
- ग्राहकांची अविश्वासाहर्ता
- पॅकेजिंग आणि ब्रँडिंग
- विक्री व्यवस्थेतील अंतिम टप्पा मधील जास्त हाताळणी
- खरेदी केलेला शेतमाल परत करणे व त्याचे रिफंड करण्याची कार्यवाहीची मर्यादा
- शेतमालाचे व्यवस्थापन

- शेतमाल विक्रीसाठी www.indiamart.com आणि www.tradeindia.com सारख्या ऑनलाइन व्यापार संकेतस्थळांवर नोंद करणे
- विविध संस्था/संघटनेद्वारे आयोजित केलेल्या इतर राष्ट्रीय व्यापार संमेलनामध्ये सहभाग घेणे.
- मॅनेट व इतर प्रकल्पामार्फत आयोजित खरेदीदार-विक्रेत्याचे संमेलन.
- खरेदीदार-विक्रेते संमेलनामध्ये सहभाग घेणे.
- खरेदीदार-विक्रेत्याच्या संमेलनाच्या माहितीसाठी संकेतस्थळे

<https://krishijagran.com/events>

<https://www.kisaanhelpline.com/agriculture-events>

<https://ficci-web.com/events>

<https://www.2exhibitions.com/agriculture-and-forestry/>

फायदे:

- शेतकरी उत्पादक संस्था बाजारपेठेतील विविध प्रकारच्या ग्राहकांच्या गरजांची पूर्तता करू शकतात
- उत्तम प्रतीच्या शेतमालास चांगला बाजारभाव मिळतो
- संघटित किरकोळ विक्रेते आणि ई-कॉमर्स हे वेगाने वाढणारे विक्री मार्ग असल्यामुळे ग्राहकांशी चांगले व्यावसायिक संबंध निर्माण केल्यास शेतकरी उत्पादक संस्थांना विक्रीसाठी एक स्थिर बाजारपेठ मिळते

जोखीम:

- काही ई-कॉमर्स कंपन्या शेतमालाची खरेदी केल्यानंतर साधारणतः ३ दिवस ते ३० दिवसांच्या दीर्घ कालावधीनंतर रक्कम देतात
- किरकोळ विक्रेते २-३ दिवसांच्या कालावधीनंतर रक्कम देतात
- शेतमाल गुणवत्तेचे नियम कठोर असतात
- कठोर गुणवत्ता निकषांमुळे शेतमालाच्या किंमतीमध्ये कपात केली जाते

प्रक्रियादार



मूल्यवर्धित उत्पादने



मूल्यवर्धन आणि प्रक्रियेची आव्हाने



स्पर्धक



बाजारपेठेतील पर्याय आणि संपर्क



फायदे आणि संबंधित जोखीम

- केळीवर दुय्यम किंवा तृतीयक प्रक्रिया करून मूल्यवर्धित उत्पादन तयार करणे
- केळीचे मुख्य मूल्यवर्धित उत्पादने: केळी प्युरी, चिप्स आणि पावडर

- कुशल मनुष्यबळाचा अभाव आणि मजूर टंचाई
- आधुनिक तंत्रज्ञानाचा अभाव
- काढणीपश्चात हाताळणी
- प्रक्रिये दरम्यान तयार होणार कचरा
- ऊर्जा खर्च
- पायाभूत सुविधांचा अभाव
- बाजारपेठेमध्ये प्रवेश आणि वितरण
- भांडवल मर्यादा
- इतर देशांकडून होणारी स्पर्धा

- स्थानिक बाजारपेठा
- घाऊक विक्रेते आणि व्यापारी आहेत
- प्रक्रियादार कंपन्यांचे पुरवठादार

- थेट स्थानिक भागातील प्रक्रियादारांशी संपर्क साधणे
- प्रक्रियादार कंपन्यांच्या पुरवठादारांशी संपर्क साधणे
- www.indiamart.com आणि www.tradeindia.com सारख्या ऑनलाइन व्यापार संकेतस्थळांवर नोंद करणे
- मॅग्नेट प्रकल्प व इतर विभाग यांचेमार्फत आयोजित खरेदीदार-विक्रेत संमेलनामध्ये सहभाग घेणे

फायदे:

- निम्न दर्जाच्या केळी विक्रीसाठी एक स्थिर बाजारपेठ मिळते.
- प्रक्रियादाराना शेतमालाचा पुरवठा टप्प्या-टप्प्यांमध्ये(बॅच) केला जाऊ शकतो.
- बॅच वाहतूक करून वाहतूक खर्च कमी केला जाऊ शकतो.

जोखीम:

- प्रक्रियादार सामान्यतः १५-१६ दिवसांच्या दीर्घ कालावधीनंतर रक्कम देतात. त्यामुळे रक्कम बुडण्याचा धोका निर्माण होतो.
- एकाच प्रक्रियादार कंपनीवर अवलंबून राहिल्यास धोका संभवू शकतो

शेतकरी उत्पादक संस्था व खरेदीदार जोडणी

आवश्यक बाबी:

बाजारपेठेतील शेतमालाची आणि शेतकऱ्यांची माहिती (कमोडिटी रिसोर्स मॅपिंग अँड नो युवर फार्मर्स) :

विविध पिकांखालील लागवड क्षेत्राची व उपलब्ध शेतमालाची माहिती शेतकरी उत्पादक संस्थांकडे असावी. शेतमाल विक्रीकरिता ही माहिती शेतकरी उत्पादक संस्थांना उपयोगी पडते. ज्यामुळे शेतमालाचे नुकसान टाळण्यासाठी आवश्यक उपाय-योजना करणे शक्य होते.

पुरवठा पर्यायांमध्ये विविधतेची आवश्यकता:

१. सर्वोत्तम श्रेणींच्या फळाची निर्यात करणे



२. उच्च-मध्यम श्रेणींच्या फळाची देशांतर्गत बाजारपेठेमध्ये विक्री करणे (B2B, B2C)



प्रमुख अडचणी :

- शेतमाल मागणी व किमतीतील चढ-उतार
- सातत्यपूर्ण शेतमालाचा पुरवठा
- पायाभूत सुविधांचा अभाव
- रक्कम मिळण्यास लागणार कालावधी

परिणामी बाजारातील प्रमुख खरेदीदार थेट बाजार समितीतील व्यापाऱ्यांकडून शेतमाल खरेदी करण्यास प्राधान्य देतात.

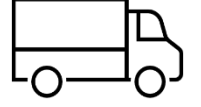
३. कमी दर्जाची फळांची प्रक्रियेसाठी प्रक्रियादार यांना विक्री करणे



शेतकरी उत्पादक संस्था व खरेदीदार जोडणी

आवश्यक बाबी:

खरेदीदाराच्या मागणीनुसार शेतमाल संकलन आणि काढणीपश्चात पायाभूत सुविधांची उभारणी करावी



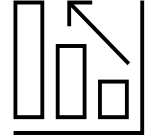
खरेदीदारांकडून रक्कम प्राप्त करणेसाठी अटी-शर्तीतील लवचिकता :

देशांतर्गत बाजारपेठेसाठी खरेदीदारांकडून रक्कम अदा करण्याचा कालावधी किमान ५ ते ७ दिवस आणि निर्यातसाठी शेतमाल परदेशात (आखाती देश) पाठवल्यापासून पैसे अदा करण्याचा कालावधी किमान ३० दिवसांचा असू शकतो



देशासह जगभरातील शेतमालाची बाजारस्थिती आणि हवामानाची माहिती अद्यायावत असावी :

त्यानुसार शेतमालाचे उत्पादन आणि दर्जाचे नियोजन करावे.



उत्पादन आणि विक्री नियोजनासाठी व्यवस्थापकाची नियुक्ती करावी आणि विविध शेतकऱ्यांकडून खरेदीदारांशी समन्वय असावा : शेतमालाची खरेदी आणि देयक अदा करण्यासाठी दिवस आणि कालावधी निश्चित करावेत.



केळी खरेदीदारांची यादी

खरेदीदाराचे नाव	खरेदीदाराचा तपशील
Nisarga Business Holdings LLP	Exporter
Vegrow- Chifu Agritech Pvt Ltd	Exporter- Domestic
DeHaat - Geen Agrevolution Pvt Ltd	Exporter- Domestic
Amazon Fresh	Domestic-Retail
Reliance Fresh	Domestic- Retail
INI Farms	Exporter-Domestic
Kay Bee Exports	Exporter
KD Exports	Exporter
More Retail	Domestic-Retail
Go4Fresh (Fresh Produce Value Creation Services Pvt. Ltd.)	Domestic-Retail
Krishiacharya Technology Pvt Ltd -BIJAG	Trade Facilitator
Agreeta Solutions Pvt. Ltd.	Domestic- Retail
Mulyam Agronomics	Domestic
Pan exports Pvt ltd	Exporter
Star Bazaar (Trent Hypermarket Pvt. Ltd.)	Domestic -Retail

केळी निर्यातीसाठी कस्टम हाऊस एजन्ट (CHA) बाबत माहिती

कंपनीचे नाव	संपर्क व्यक्ती	संपर्क क्रमांक
Source Produce Deliver	Mr.Augustine Chalissery	+91 91675 72814
CHA Five stars	Mr.Shubham	+91 98199 66009
Shiv Sai Enterprises	Mr.Somnath	+91 86522 69739