

# लिंगू

## बाजारपेठांशी जोडणी विषयी माहिती

महाराष्ट्र अॅग्रीबिझनेस नेटवर्क प्रकल्प (मॅग्नेट)

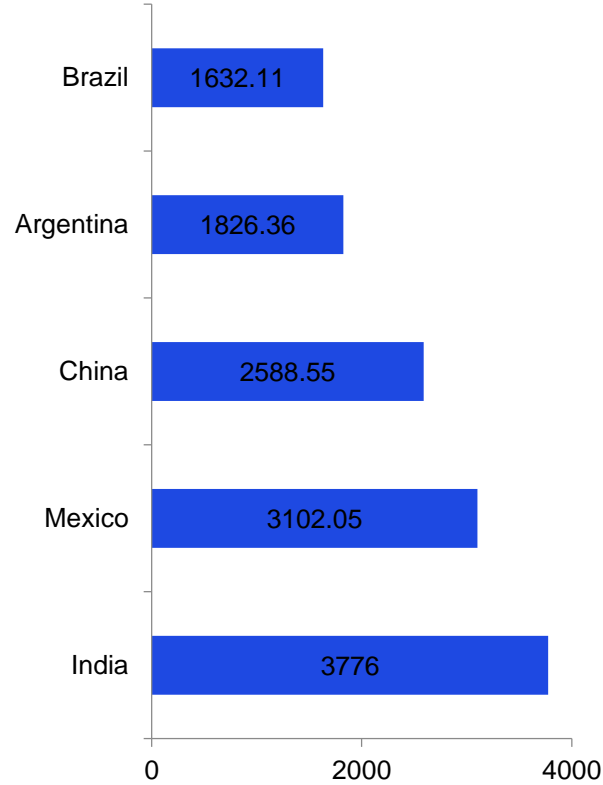
२०२४

# लिंगूचे जागतिक उत्पादन: सद्यस्थिती

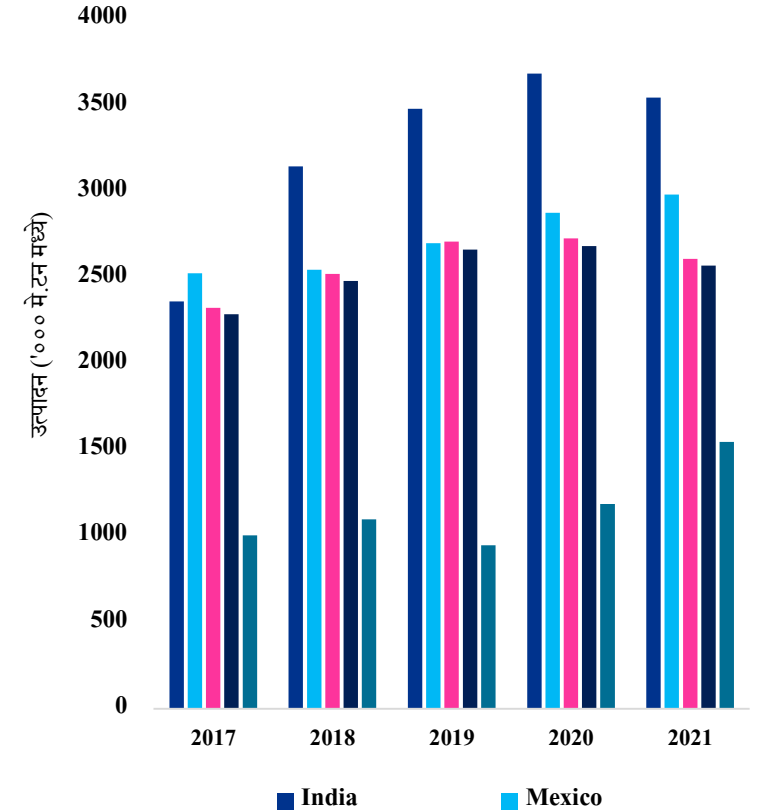
## जागतिक उत्पादन सद्यस्थिती

- सन २०२१-२२ मध्ये भारत देशातील लिंगू उत्पादन आणि लागवड हे जागतिक लिंगू उत्पादनाच्या १८ टक्के आणि लागवड क्षेत्रफळाच्या २३ टक्के आहे. भारत हा जगातील सर्वात मोठा लिंगू उत्पादक देश आहे. लिंगू उत्पादनामध्ये मेक्सिको आणि चीन हे देश अनुक्रमे दुसऱ्या आणि तिसऱ्या क्रमांकावर आहेत. गेल्या पाच वर्षांपासून सातत्याने भारत देश लिंगू उत्पादनामध्ये अव्वल स्थानावर आहे.
- लिंगूचे उत्पादन घेणारे प्रमुख १० देश: भारत, मेक्सिको, चीन, अर्जेन्टिना, ब्राझील, तुर्की, यूएसए, स्पेन, दक्षिण आफ्रिका आणि इराण
- जागतिक स्तरावरील लागवड केले जाणारे लिंगूचे प्रमुख वाण:
  - चीन: मेयर
  - स्पेन: व्हर्ना, फिनो आणि युरेका
  - अर्जेन्टिना: जेनोव्हा आणि युरेका
  - यूएसए: युरेका, ॲलन, कॅस्केड, कुक, मीक, थॉर्टन, लिस्बन, ब्रॅडबरी, कॅव्हर्स, डेव्हर, हॉल आणि जेम्सन

## लिंगूचे उत्पादन घेणारे प्रमुख ५ देश (आकडेवारी २०२१-२२) (000 MT)



## जागतिक वार्षिक लिंगू उत्पादन (आकडेवारी 2017 - 21)

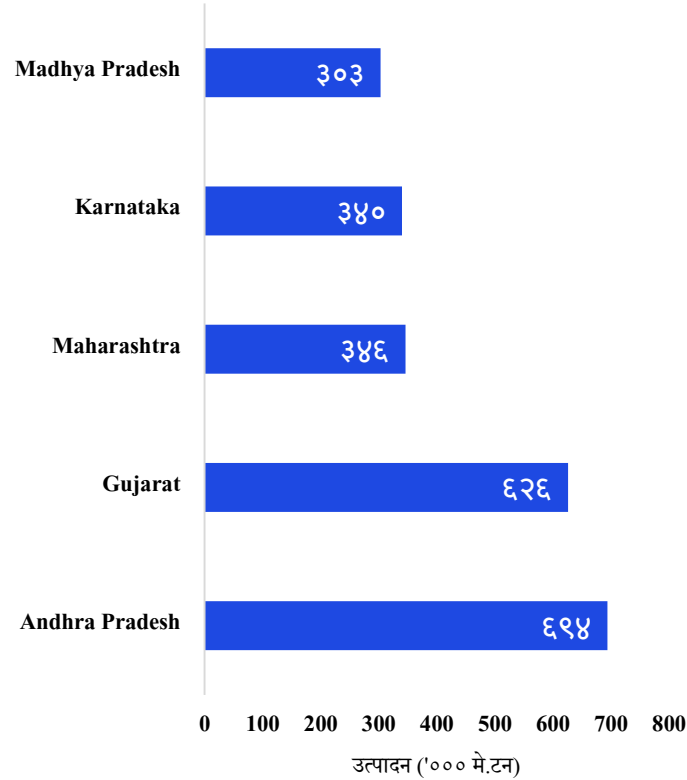


# लिंगूचे भारतातील उत्पादन: सद्यस्थिती

## भारतीय उत्पादन सद्यस्थिती

- गेल्या पाच वर्षात भारतात लिंगू उत्पादनात ८% आणि लिंगू लागवडीखालील क्षेत्र २% ने वाढले आहे
- भारतातील प्रमुख ५ लिंगू उत्पादक राज्य: आंध्रप्रदेश, गुजरात, मध्यप्रदेश, कर्नाटक आणि ओडिशा
- लिंगू लागवडीखालील सर्वाधिक क्षेत्र गुजरात राज्यामध्ये असून लिंगूची सर्वाधिक उत्पादकता कर्नाटक राज्यामध्ये आहे
- आंध्र प्रदेश, गुजरात आणि महाराष्ट्र ही राज्ये लिंगू उत्पादनात अव्वल तीन आहेत

## भारतातील प्रमुख लिंगू उत्पादक राज्य (आकडेवारी सन २०२०)



## सन २०१७-१८ पासून ते सन २०२१-२२ पर्यंत लिंगूचे उत्पादन २० टक्यांनी वाढले आहे

वर्ष	उत्पादन ('००० मे.टन)	लागवडीखालील क्षेत्र ('००० हे.)	उत्पादकता (मे.टन/प्रति हेक्टर)
२०१७	३,१४८	२८६	११
२०१८	३,४८२	३०५	११
२०१९	३,६८७	३२२	११
२०२०	३,५४८	३२७	११
२०२१	३,७७६	३१३	१२

# लिंगूचे महाराष्ट्रातील उत्पादन: सधयस्थिती

## महाराष्ट्रातील बाजारपेठेची सधयस्थिती

- राज्यातील लिंगू उत्पादन  
देशाच्या उत्पादनापैकी ७% लिंगू उत्पादक राज्यांमध्ये महाराष्ट्र हे भारतातील पहिल्या दहा लिंगू उत्पादक राज्यांपैकी एक आहे.
- महाराष्ट्रातील प्रमुख लिंगू उत्पादक जिल्हे  
जळगाव, अहमदनगर आणि सोलापूर हे जिल्हे लिंगू उत्पादनामध्ये आघाडीवर आहेत. लिंगू उत्पादनात जळगाव आणि अहमदनगर जिल्हयांचा वाटा राज्य लिंगू उत्पादना पेक्षा ५० टक्यांनी जास्त आहे.
- महाराष्ट्रामध्ये लिंगू लागवडीचे प्रमुख वाण  
कागदी लिंगू, विक्रम, प्रमालिनी आणि साई शरबती

महाराष्ट्राचे वार्षिक लिंगू उत्पादन			
वर्ष	उत्पादन ('००० मे.टन)	लागवडीखालील क्षेत्र ('००० हे.)	उत्पादकता (मे.टन/प्रति हेक्टर)
२०१७	२५०.६२	२७.२७	९
२०१८	२६४.७७	२९.३४	९
२०१९	४१५.०२	३४.०६	१२
२०२०	३२४.७०	३३.३०	१०
२०२१	२६१.७९	२९.१३	९

महाराष्ट्राचे लिंगू उत्पादन (सन २०२२-२३ )			
अनु. क्र	जिल्हा	लागवडीखालील क्षेत्र ('००० हे.)	उत्पादन ('००० मे.टन)
१	अहमदनगर	९.९२७	१००.२२०
२	जळगाव	४.२४९	८६.१४८
३	सोलापूर	४.९६२	३६.६६६
४	अकोला	२.८७०	२८.६५०
५	बीड	२.९	१४.४९९

# महाराष्ट्रातील लिंबू 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 कंपनी ► 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

### हंगामी उपलब्धता:



- लिंबू पिकाचे उत्पादन हंगामी असते. त्यामुळे लिंबूच्या पुरवठ्यात व किंमतमध्ये मध्ये चढ-उतार होतात.

### टिकवण क्षमता:



- लिंबू पिकाची टिकवण क्षमता कमी आहे
- लिंबूचा ताजेपणा टिकवून ठेवण्यासाठी योग्य साठवणूक सुविधांची आवश्यकता असते
- टिकवण क्षमता कमी असल्यामुळे लिंबूचे काढणीपश्चात नुकसान जास्त होते आणि साठवणूक व वाहतुकीसाठी वाढीव खर्च होतो

### किंमत अस्थिरता:



- विपरीत हवामान परिस्थिती, कीटकांचा प्रादुर्भाव, मागणी आणि पुरवठ्यातील फरक यांसारख्या कारणांमुळे लिंबूच्या किंमतीत मोठ्या प्रमाणात चढ-उतार होतात.

### बाजारपेठेतील स्पर्धा:



- इतर लिंबूवर्गीय फळे आणि आयातित लिंबू यांच्यात जोरदार स्पर्धा आहे. याव्यतिरिक्त, लिंबूचे प्रीमियम उत्पादन म्हणून विपणन करणे त्यांच्या सामान्य उपलब्धतेमुळे आणि त्यांना मूलभूत वस्तू म्हणून समजणे आव्हानात्मक असू शकते.

## उपाय

### ब्रँड निर्माण करणे:



- सेंद्रिय शेती पद्धती, उत्कृष्ट चव किंवा देशी वाण यासारखे लिंबूचे अद्वितीय गुण ग्राहकांवरती बिबवून लिंबू विक्रीसाठी एक ब्रँड निर्माण करावा
- जेणेकरून बाजारपेठेमध्ये इतर शेतमालाच्या तुलनेत आपला शेतमाल उठून दिसेल आणि यामुळे ग्राहकांना शेतमाल खरेदीसाठी आकर्षित करण्यात मदत होऊ शकेल



### मूल्यवर्धित उत्पादने:

- लिंबूचा रस आणि स्वच्छतेसाठी लागणारे लिंबू-आधारित उत्पादने किंवा सौंदर्यप्रसाधने यांसारखी मूल्यवर्धित उत्पादने तयार केल्यामुळे लिंबू विक्रीसाठी नवीन बाजारपेठ मिळू शकेल



### विपणन:

- विशिष्ट ग्राहक वर्गापर्यंत पोहोचण्यासाठी सोशल मीडिया, खरेदीदारासमवेत भागीदारी आणि विविध विपणन साधनांचा फायदा घेऊन लिंबूचे फायदे आणि वापर यांचा प्रभावीपणे प्रचार करता येऊ शकतो



### पायाभूत सुविधा :

- टिकवण क्षमता वाढविण्यासाठी आणि काढणीपश्चात नुकसान कमी करण्यासाठी चांगल्या साठवणूक आणि वाहतूक पायाभूत सुविधांच्या उभारणी करावी

# लिंबू निर्यात जागतिक सध्यस्थिती

## निर्यात बाजारपेठा



### प्रस्थापित बाजारपेठा:

यूएई, कतार, ओमान आणि सौदी अरेबिया.

### नव्याने विकसीत बाजारपेठा:

रशिया, जर्मनी, इराक आणि फ्रान्स

## प्रमुख प्रतिस्पर्धी देश



### मध्य पूर्वेकडील देशांच्या बाजारपेठा:

चीन, तुर्की आणि इराण

### इतर बाजारपेठा:

दक्षिण आफ्रिका, अर्जेन्टिना, ब्राझील आणि पेरू

## लिंबू निर्यातीतील आव्हाने



- टिकवण क्षमता
- हंगामी उपलब्धता
- जागतिक बाजारपेठेतील स्पर्धा
- किंमतीमधील चढ-उतार
- वाहतूक खर्च
- गुणवत्ता नियंत्रण
- पायाभूत सुविधांचा अभाव
- विपणन आणि ब्रँडिंग
- ग्राहकांची खरेदीबाबत पसंती

# भारतातून लिंबू निर्यात

## सध्यस्थिती

### जागतिक सद्यस्थिती

- सन २०२१ मध्ये मेक्सिको देशाने सर्वात जास्त लिंबूची निर्यात केली आहे. सन २०२१ मध्ये सुमारे ७०० दशलक्ष युएस डॉलर्सची किंमतीच्या लिंबूची निर्यात मेक्सिको देशाने केली आहे.
- सन २०२२ मध्ये अमेरिका देश हा सर्वाधिक लिंबू आयातदार देश होता.

### भारतातील सद्यस्थिती

- भारताने सन २०२२-२३ मध्ये ४५.५ दशलक्ष युएस डॉलर्स किंमतीच्या लिंबूची निर्यात केली आहे.

## लिंबूची निर्यात करणारे प्रमुख ५ देश (२०२१-२२)

देश	निर्यात मूल्य (दशलक्ष युएस डॉलर्स)
स्पेन	824
मेक्सिको	800
दक्षिण आफ्रिका	398
तुर्की	292
नेदरलँड	283

## मध्य-पूर्व देशांमध्ये लिंबू निर्यात करण्यासाठीचे निकष

वाण	कागदी लिंबू, साई शरबती, गोंधोराज, पाट नेबू, नेमू टेंगा
रंग	हलका हिरवा आणि चमकदार असावा
जाडी	किमान ३० मिलीमीटरच्या वर असावा
तापमान	१०-१३° अंश सेल्सिअस तापमान
सापेक्ष आर्द्रता	८५-९०%
<b>काढणी</b>	
वजन	<ul style="list-style-type: none"><li>लिंबूचा रंग एकसमान पिवळा असावा</li><li>लिंबूची बॉक्समधील संख्या लिंबूच्या आकारानुसार ७५, ९५, ११५, १४०, १६५, २०० आणि २३५ नग असू शकते</li><li>लिंबूचे पॅकेजिंग १८ किलो (४० lb) कार्डबोर्ड बॉक्समध्ये श्रेणीनुसार केली जाते</li></ul>



# भारतातून लिंबू निर्यातीसाठी येणारे अडथळे

प्रमुख बाजारपेठा	अडथळे
यूरोपियन देश	<ul style="list-style-type: none"><li>• शेतमाल सुरक्षिततेसाठी आणि गुणवत्तेसाठी अत्यंत कठोर मानके</li><li>• उच्च निर्यात खर्च</li><li>• उच्च वाहतूक खर्च</li></ul>
मध्य पूर्व आशिया देश	<ul style="list-style-type: none"><li>• अपुरी शीतगृह साठवण सुविधा</li><li>• आधुनिक बंदरांचा अभाव</li></ul>
भारतीय उपखंडातील देश	<ul style="list-style-type: none"><li>• दरांमधील अनिश्चितता</li><li>• अपुरी शीतगृह साठवण सुविधा</li><li>• आधुनिक बंदरांचा अभाव</li></ul>

# लिंगू निर्यातीसाठीचे पर्याय

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

# लिंबू 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"><li>अपेडा संस्थेद्वारे आयोजित आंतरराष्ट्रीय व्यापारी संमेलनामध्ये सहभाग घेणे (संकेतस्थळ <a href="https://apeda.gov.in/apedawebsite/trade_promotion/International_trade_event">https://apeda.gov.in/apedawebsite/trade_promotion/International_trade_event</a>)</li><li>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'</li><li>फलोत्पादन व्यापारावरील आंतरराष्ट्रीय कार्यक्रमांबाबत माहिती नियमितपणे सेंटर फॉर द प्रमोशन ऑफ इम्पोर्ट्स फ्रॉम डेव्हलपिंग कंट्रीज (CBI) संस्थेच्या संकेतस्थळावर प्रकाशित केले जातात.. <a href="http://www.cbi.eu/events">www.cbi.eu/events</a></li><li>इतर संकेतस्थळे - <a href="https://www.hcsingapore.gov.in/events">https://www.hcsingapore.gov.in/events</a></li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>जास्त बाजारभाव</li><li>दीर्घकालीन व्यवसायाची संधी. शेतकरी उत्पादक संस्था ही इतर शेतकरी उत्पादक संस्था/बाजारपेठेतील व्यापान्याकरिता निर्यातदार होऊ शकते.</li><li>शेतकरी उत्पादक संस्था इतर पिकांचा समावेश करून निर्यात वाढवू शकते.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>शेतकरी उत्पादक संस्था कमीत कमी आवश्यक प्रमाणात शेतमाल प्रति कंटेनर पाठविण्यास सक्षम असावी.</li><li>आयातदारांकडून पैशांमध्ये फसवणूक होऊ शकते.</li><li>आयातदाराकडून पैसे मिळण्याचा कालावधी ३० ते ६० दिवसांचा असू शकतो.</li><li>शेतमाल निर्यातीची गुणवत्ता व नियम बदल योग्य आणि पूर्ण ज्ञान असणे आवश्यक आहे</li></ul>

# देशांतर्गत बाजारपेठ



देशांतर्गत बाजारपेठ  
आणि प्रतिस्पर्धी



देशांतर्गत  
बाजारपेठेतील  
आव्हाने



देशांतर्गत  
बाजारपेठेतील  
पर्याय आणि संपर्क



फायदे आणि  
संबंधित जोखीम

- बाजार समित्या व खाजगी व्यापार
- अहमदनगर, पुणे, जळगाव, सोलापूर, अकोला, अमरावती आणि बीड हे जिल्हे लिंबू उत्पादनामध्ये अग्रेसर आहेत
- देशांतर्गत व्यापारासाठी प्रतिस्पर्धी राज्यांमध्ये कर्नाटक, तेलंगणा आणि गुजरात या राज्यांचा समावेश होतो

- शेतमाल किंमतीतील चढउतार
- शेतमालाची गुणवत्ता आणि भेसळ समस्या
- पायाभूत सुविधांचा अभाव
- अपरिपूर्ण पुरवठा साखळी
- कुशल आणि अकुशल कामगारांचा अभाव
- ग्राहकांमध्ये गुणवत्ता पूर्ण शेत मलाबाबत 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.
- लिंबूच्या व्यापारासाठी ऑनलाइन खरेदीदार ते खरेदीदार(B2B) व्यासपीठे / व्यापार संकेतस्थळे

[www.kisanmandi.com](http://www.kisanmandi.com)

[www.indiamart.com](http://www.indiamart.com)

[www.tradeindia.com](http://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

# संघटित किरकोळ विक्रेते आणि ई कॉमर्स



उपलब्ध व्यासपीठ  
आणि स्पर्धक



संघटित क्षेत्राची  
आव्हाने



बाजारपेठेतील  
पर्याय आणि संपर्क



फायदे आणि  
संबंधित जोखीम

- लिंबू विक्रीसाठी 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 शेतमालाची 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](http://www.indiamart.com) आणि [www.tradeindia.com](http://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

- लिंबूवर दुय्यम किंवा तृतीयक प्रक्रिया करून मूल्यवर्धित उत्पादन तयार करणे
- लिंबूचे मुख्य मूल्यवर्धित उत्पादने: लिंबू ज्यूस 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](http://www.indiamart.com) आणि [www.tradeindia.com](http://www.tradeindia.com) सारख्या ऑनलाइन व्यापार संकेतस्थळांवर नोंद करणे
- मॅनेट प्रकल्प व इतर विभाग यांचेमार्फत आयोजित खरेदीदार-विक्रेत संमेलनामध्ये सहभाग घेणे

फायदे:

- निम्न दर्जाच्या लिंबू 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 फळांची निर्यात करणे



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



३. कमी दर्जाच्या फळांची प्रक्रियेसाठी प्रक्रियादार यांना विक्री करणे



## प्रमुख अडचणी :

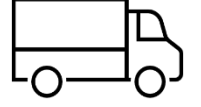
- शेतमाल मागणी व किमतीतील चढ-उतार
- सातत्यपूर्ण शेतमालाचा पुरवठा
- पायाभूत सुविधांचा अभाव
- रक्कम मिळण्यास लागणार कालावधी

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

# शेतकरी उत्पादक संस्था व खरेदीदार जोडणी

## आवश्यक बाबी:

खरेदीदाराच्या मागणीनुसार शेतमाल संकलन आणि काढणीपश्चात पायाभूत सुविधांची उभारणी करावी



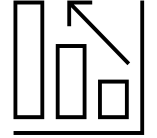
खरेदीदारांकडून रक्कम प्राप्त करणेसाठी अटी-शर्तीतील लवचिकता:

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 अद्यायावत माहिती 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.





# लिंगू खरेदीदारांची यादी

खरेदीदाराचे नाव	खरेदीदाराचा तपशील
Agreeta solutions Pvt. Ltd.	Domestic-Retail
Zepto (Kiranakart Technologies Pvt. Ltd.)	Domestic-ecommerce
Amazon Fresh	Domestic-Retail
Reliance Fresh	Domestic- Retail
More Retail	Domestic-Retail
Star Bazaar (Trent Hypermarket Pvt. Ltd.)	Domestic -Retail

# लिंगू 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