

# पेरू

## बाजारपेठांशी जोडणी विषयी माहिती

महाराष्ट्र अॅग्रीबिझनेस नेटवर्क प्रकल्प (मॅग्नेट)

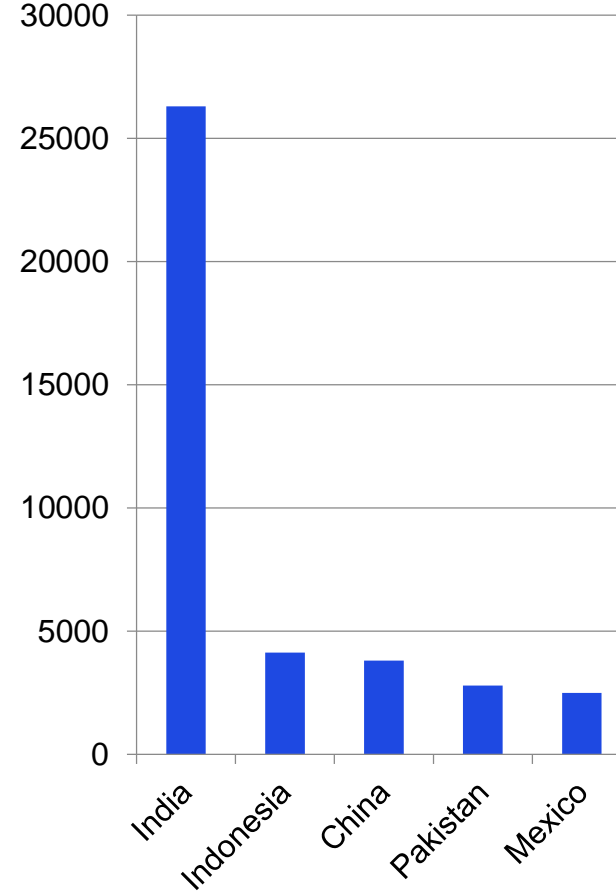
२०२४

# पेरूचे जागतिक उत्पादन: सद्यस्थिती

## जागतिक उत्पादन सद्यस्थिती

- पेरू हे एक उष्णकटिबंधीय फळ असून मध्य आणि दक्षिण अमेरिका, उत्तर आफ्रिका आणि दक्षिण आशियातील उष्णकटिबंधीय आणि उप-उष्णकटिबंधीय भागात घेतले जाते
- जागतिक अन्न आणि कृषी संघटनेनुसार (FAO) भारत हा जगातील सर्वात मोठा पेरू उत्पादक देश आहे.
- सन २०१८-१९ पासून ते सन २०२१-२२ पर्यंत भारतातून होणाऱ्या पेरूच्या निर्यातीमध्ये ५३% वार्षिक दराने वाढ झाली आहे
- युरोप, अमेरिका आणि चीन यासारख्या मोठ्या बाजारपेठांमध्ये पेरूची मागणी कमी असल्यामुळे भारतातील पेरू उत्पादनच्या तुलनेत निर्यातीचे प्रमाण अजूनही कमी आहे

## Production of Guava, Mango and Mangosteen in World



सन २०२२ मध्ये जागतिक पेरू, आंबा निर्यातीमध्ये थायलंड देश प्रथम क्रमांकावर होता

## जागतिक पेरू व आंबा निर्यातीतील प्रमुख पाच देश (सन २०२२)

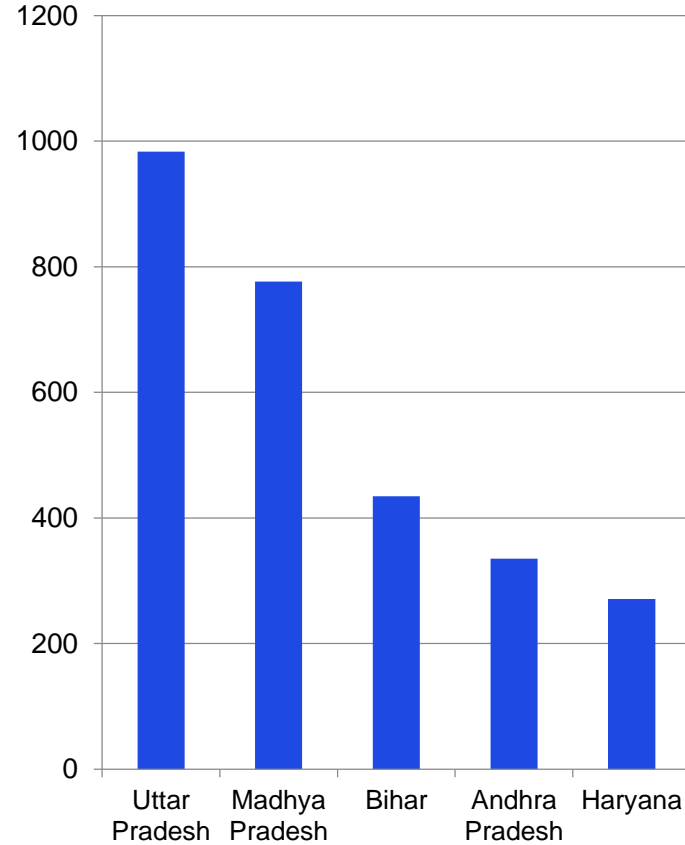
देश	निर्यात (मे. टन)
थायलंड	316,905
मेक्सिको	443,063
पेरू	268,447
ब्राझील	267,207
नेदरलँड	76,397

# पेरूचे भारतातील उत्पादन: सद्यस्थिती

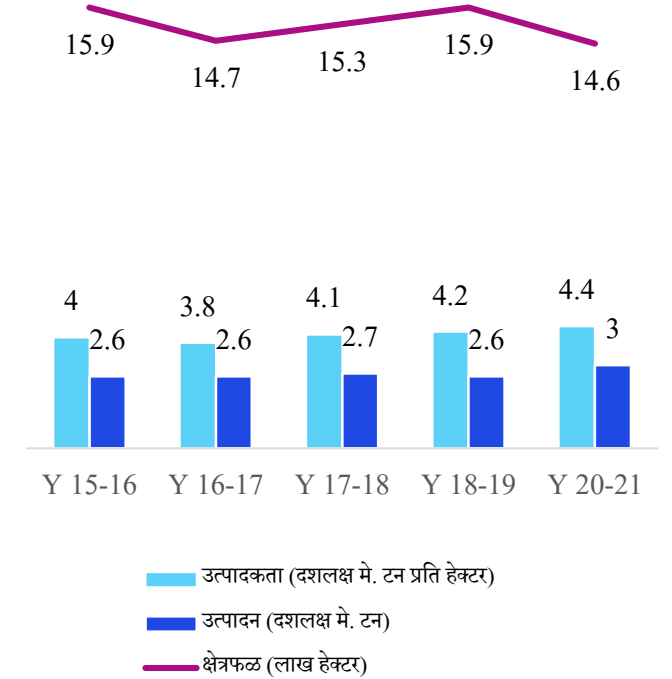
## भारतीय उत्पादन सद्यस्थिती

- भारतामध्ये लागवड केले जाणारे प्रमुख वाण : अलाहाबाद सफेदा, लखनौ ४९, ललित, गुलाबी तैवान, बनारसी सुरखा आणि अर्का मृदुला
- भारतातील प्रमुख पेरू उत्पादक राज्य: उत्तर प्रदेश, मध्यप्रदेश, बिहार, आंध्र प्रदेश, हरियाणा, पश्चिम बंगाल, छत्तीसगड आणि गुजरात
- नेपाळ हा देश भारतीय पेरूचा सर्वात मोठा आयातदार देश आहे. सन २०२१-२०२२ मध्ये भारतातील एकूण पेरू निर्यातीपैकी ६५% पेरू निर्यात नेपाळ देशाला केलेली आहे
- पेरूसाठी भारतातील महत्त्वाच्या बाजारपेठा: आझादपूर, अजमेर, गाझियाबाद, मुंबई, पुणे, आग्रा, दुर्ग आणि अलीगढ

## भारतातील प्रमुख पेरू उत्पादक राज्य (००० टन) (आकडेवारी सन २०२२)



## भारतातील वार्षिक पेरू उत्पादन



# पेरूचे महाराष्ट्रातील उत्पादन: सद्यस्थिती

## महाराष्ट्रातील बाजारपेठेची सद्यस्थिती

- राज्यातील पेरू उत्पादन:

सन २०२१-२२ च्या आकडेवारीनुसार भारतातील एकूण पेरू उत्पादमध्ये महाराष्ट्र राज्याचा १२वा क्रमांक लागतो. सन २०१७-१८ ते सन २०२१-२२ दरम्यान भारतातील पेरू उत्पादनामध्ये महाराष्ट्र राज्याचा वाटा २.५ ते ३.५% इतका होता. राज्याची पेरूची उत्पादकता सन २०१७-१८ (१३.५५ मे. टन /हेक्टर) पासून सन २०२२-२३ (११.३३ मे. टन /हेक्टर) पर्यंत कमी झाली आहे.

- महाराष्ट्रातील प्रमुख पेरू उत्पादक जिल्हे:

अहमदनगर, पुणे, नांदेड, बीड, नाशिक, बुलढाणा, जळगाव, उस्मानाबाद, सोलापूर आणि सांगली

- महाराष्ट्रातील पेरू लागवडीचे प्रमुख वाण:

अलाहाबाद सफेदा आणि लखनौ ४९

- महाराष्ट्रातील महत्वाच्या पेरूच्या बाजार समित्या:

मुंबई, पुणे, सोलापूर, छत्रपती संभाजीनगर आणि अमरावती

## महाराष्ट्राचे पेरू उत्पादन (सन २०२२-२३ )

प्रदेश	उत्पादन (हजार मे. टन)	क्षेत्र (हजार हेक्टर)	उत्पादकता (मे. टन प्रति हेक्टर)
अहमदनगर	36.696	2.171	16.90
पुणे	28.224	2.352	12
नाशिक	14.249	1.571	9.07
नांदेड	12.690	0.850	14.92
बीड	12.504	0.834	14.99

## महाराष्ट्राचे वार्षिक पेरू उत्पादन

वर्ष	उत्पादन (हजार मे. टन)	क्षेत्र (हजार हेक्टर)	उत्पादकता (मे. टन प्रति हेक्टर)
२०२०-२१	१२९.७५	१२.१८	१०.६५
२०२१-२२	१४१.६५	१३.४७	१०.५२
२०२२-२३	161.254	14.227	11.33

# महाराष्ट्रातील पेरू 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



### टिकवण क्षमता आणि पायाभूत सुविधांचा अभाव:

- पेरू हे अत्यंत नाशवंत फळ असल्यामुळे वाहतूक आणि साठवणूक करणे आव्हानात्मक असते
- फळे चांगल्या परिस्थितीमध्ये ग्राहकांपर्यंत पोहोचण्यासाठी योग्य पायाभूत सुविधा आणि वेळेवर फळ वितरणासाठी एक सुसंघटित पुरवठा साखळी आवश्यक असते



### ग्राहक जागरूकता:

- बाजारपेठांमध्ये पेरू प्रसिद्ध फळ नसल्यामुळे ग्राहक पेरूची खरेदी कमी प्रमाणात करतात



### किंमत अस्थिरता:

- पेरूचे उत्पादन हंगामी असते त्यामुळे मागणी आणि पुरवठ्यातील फरकांमुळे काजूच्या किंमतीमध्ये मोठ्या प्रमाणात चढ-उतार होतात



### बाजारपेठेमधील स्पर्धा:

- पेरू हे लोकप्रिय फळ नसल्यामुळे बाजारपेठेमध्ये ग्राहकांचा पेरू खरेदीचा कल कमी असतो
- स्पर्धात्मक बाजारपेठेमध्ये पेरू पिकाची विक्री वाढविण्यासाठी ब्रँडिंग, उत्कृष्ट चव आणि विशिष्ट वाण यांच्या प्रसिद्धीबाबत कामकाज करणे आवश्यक आहे

## उपाय



### मूल्यवर्धित उत्पादने:

- पेरूचा रस, जाम किंवा पेरू वाळवून तयार केलेले काप यांसारखी मूल्यवर्धित उत्पादने तयार करावीत.
- यामुळे पेरू विक्रीसाठी नवीन बाजारपेठ मिळू शकेल



### विपणन:

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



### डिजिटल व्यासपीठाचा फायदा करून घेणे

- डिजिटल व्यासपीठ आणि शेती संबंधित मोबाईल अनुप्रयोगांचा वापर करून शेतकऱ्यांनी दैनंदिन बाजारपेठेतील शेतमालाचे दर/आवक, हवामान आणि कृषी सल्याबाबत अद्यावत माहिती घ्यावी



### ब्रँड निर्माण करणे:

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

# पेरू निर्यात जागतिक सध्यस्थिती

## निर्यात बाजारपेठा



### प्रस्थापित बाजारपेठा:

नेपाळ, टांझानिया, नेदरलँड, युनायटेड किंगडम आणि जर्मनी

### मध्य पूर्वेकडील देश

यु ए ई, सौदी अरेबिया, इराण, ओमान, इजिप्त, कतार, इराक, कुवेत, सीरिया, इस्रायल, जॉर्डन आणि बहरीन.

### उदयोन्मुख/संभाव्य बाजारपेठा:

युरोप, यूएसए आणि चीन फ्रान्स, स्पेन, इटली, डेन्मार्क आणि बेल्जियम.

## प्रमुख प्रतिस्पर्धी देश



### • मध्य पूर्वेकडील देश बाजारपेठा:

इजिप्त

### इतर बाजारपेठा:

मेक्सिको, ब्राझील, पेरू, चीन आणि थायलंड हे इतर प्रतिस्पर्धी देश आहेत

## पेरू निर्यातीतील आव्हाने



- टिकवण क्षमता
- गुणवत्ता नियंत्रण आणि निर्यात मानकांचे पालन
- पॅकेजिंग
- निर्यात आणि वाहतूक
- हंगामी परिवर्तनशीलता
- पायाभूत सुविधांचा अभाव
- ग्राहक प्राधान्ये

# भारतातून पेरू निर्यात

## सद्यस्थिती

### भारतातील सद्यस्थिती

- सन २०१८-१९ या वर्षामध्ये भारताने एकूण ९५६.७ मे. टन पेरू निर्यात केली आहे

## भारतातील पेरू निर्यात (सन २०१८-१९)

आयातदार देश	प्रमाण (मे. टन)	निर्यात मूल्य (दशलक्ष अमेरिक डॉलर)
नेपाळ	१९१.३	०.०२
कतार	१२१.५	०.११
संयुक्त अरब अमिरात	१०६.७	०.०८
ब्रिटन (युनायटेड किंगडम)	९३.४१	०.०८
बहारीन	८०.७९	०.०५
एकूण	९५६.७	०.६४

## मध्य-पूर्व देशांमध्ये पेरू निर्यात करण्यासाठीचे निकष

वाण	धारवाड, धोलका
रंग	हिरवा ते किंचित पिवळा
आकार	अंडगोलाकार
वजन	प्रति नग १०० ग्रॅम पेक्षा अधिक
चव	नैसर्गिकरित्या पिकलेल्या फळाची गोड चव.
ब्रिक्स	९ ते ११
फळ नाकारण्याची कारणे	<ul style="list-style-type: none"><li>फळ अतिरिक्त पिकले असल्यास</li><li>फळे खराब झाले असल्यास</li><li>फळाला इजा झालेली असेल</li><li>फळाला कीड किंवा बुरशी लागलेली असेल</li><li>सूर्यप्रकाशामुळे फळावरती तपकिरी/ काळे चट्टे पडले असतील</li></ul>



# भारतातून पेरू 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>

# पेरू 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 संकेतस्थळांचा वापर करावा</li><li>शेतमाल देशांतर्गत ऑनलाइन विक्रीसाठी <a href="http://www.india.com">www.india.com</a> या संकेतस्थळांचा 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>

# पेरू 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 व्यापाऱ्याकरिता 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



बाजारपेठेतील  
पर्याय आणि संपर्क



फायदे आणि  
संबंधित जोखीम

- महाराष्ट्रातील शेतकरी उत्पादक संस्थांची स्पर्धा ही देशातील प्रमुख पेरू उत्पादक राज्यांशी आहे
- गुजरात, मध्य प्रदेश आणि छत्तीसगड या राज्यांतील पेरूची विक्री महाराष्ट्रातील बाजारपेठेमध्ये केली जाते
- दिल्ली, बंगळूरु, हैद्राबाद, कोलकाता, लखनऊ, पाटणा, अहमदाबाद आणि चेन्नई या प्रमुख बाजारपेठांमध्ये पेरूची विक्री करण्यासाठी स्पर्धा करावी लागते

- 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.
- पेरूच्या 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

- पेरू 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
- अल्पोपहाराशी संबंधित ग्रीनडॉट हेल्थ फूड्स प्रा.लि. (कॉर्निटोस), हापिल्लो आणि योगा बार सारख्या कंपन्यांचे स्वतःचे पेरू ब्रँड आहेत

- 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 कमी किमतीत इतर कोणत्याही शेतकऱ्यांकडून समतुल्य गुणवत्तेचा शेतमाल खरेदी करू शकतात
- 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

- पेरूवर दुय्यम किंवा तृतीयक प्रक्रिया करून मूल्यवर्धित उत्पादन तयार केली जातात
- पेरूचे मुख्य मूल्यवर्धित उत्पादने: पेरू ज्यूस, जाम, पेरू वाळवून तयार केलेले काप 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:

प्रक्रियादार कंपन्यांशी दीर्घकालीन व्यावसायिक संबंध टिकविल्यास निम्न दर्जाच्या पेरू उत्पादन विक्रीसाठी एक स्थिर बाजारपेठ सुनिश्चितपणे मिळते. शेतकरी उत्पादक संस्थाकडे पुरेशी दर्जेदार पेरू उपलब्ध असली तर प्रक्रियादार कंपन्यांना शेतमालाचा पुरवठा बॅचमध्ये केला जाऊ शकतो. बॅच वाहतूक करून वाहतूक खर्च कमी केला जाऊ शकतो.

जोखमी:

प्रक्रियादार सामान्यतः १५-१६ दिवसांच्या दीर्घ कालावधीनंतर पैसे देतात. त्यामुळे पैसे बुडण्याचा धोका निर्माण होतो

# शेतकरी उत्पादक संस्था व खरेदीदार जोडणी

## आवश्यक बाबी:

बाजारपेठेतील शेतमालाची आणि शेतकऱ्यांची माहिती (कमोडिटी रिसोर्स मॅपिंगअँड 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.

## 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.

## पुरवठा पर्यायांमध्ये विविधतेची आवश्यकता:

१. सर्वोत्तम श्रेणींच्या फळांची निर्यात करणे



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



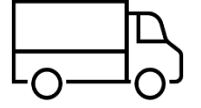
३. कमी दर्जाच्या फळांची प्रक्रियेसाठी प्रक्रियादार यांना विक्री करणे



# शेतकरी उत्पादक संस्था व खरेदीदार जोडणी

## आवश्यक बाबी:

खरेदीदाराच्या मागणीनुसार शेतमाल संकलन आणि काढणीपश्चात पायाभूत सुविधांची उभारणी करावी



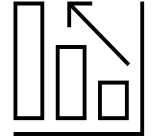
खरेदीदारांकडून रक्कम प्राप्त करणेसाठी अटी-शर्तीतील लवचिकता :

देशांतर्गत बाजारपेठेसाठी खरेदीदारांकडून रक्कम अदा करण्याचा कालावधी किमान ५ ते ७ दिवसांचा 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.





# पेरू खरेदीदारांची यादी

खरेदीदाराचे नाव	खरेदीदाराचा तपशील
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
More Retail	Domestic-Retail
Zepto (Kirana Cart.Com)	Domestic-Retail
Star Bazaar (Trent Hypermarket Pvt. Ltd.)	Domestic -Retail

# पेरू 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