

# फुले

## बाजारपेठांशी जोडणी विषयी माहिती

महाराष्ट्र अॅग्रीबिझनेस नेटवर्क प्रकल्प (मॅग्नेट)

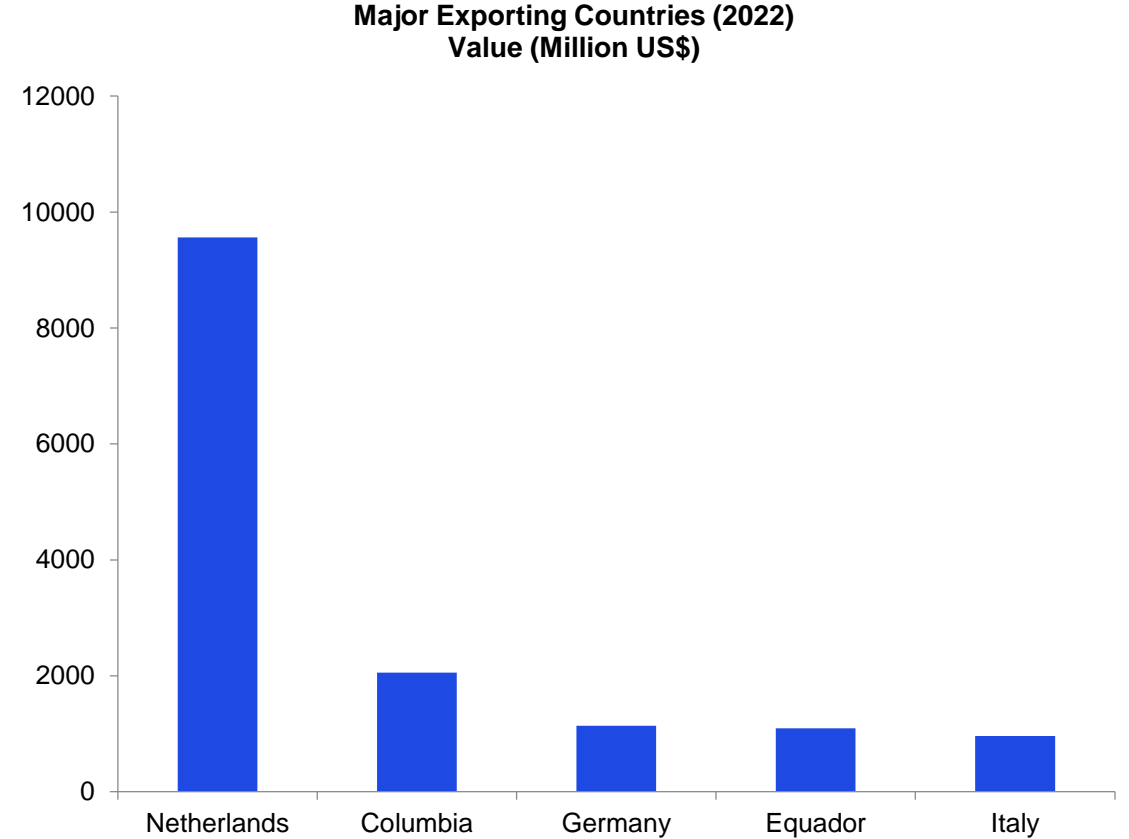
२०२४

# फुले जागतिक उत्पादन: सद्यस्थिती

## जागतिक उत्पादन सद्यस्थिती

- जागतिक फुलांच्या उत्पादनामध्ये नेदरलँड देश प्रथम क्रमांकावर आहे
- जागतिक फुल उत्पादनात भारताचा वाटा ०.६ टक्यांचा असून फुलांच्या उत्पादनामध्ये भारत १८व्या क्रमांकावर आहे
- फुलशेती लागवडीखालील क्षेत्रफळाच्या बाबतीत आशिया खंड (७ लाख ३९ हजार १२५ हेक्टर) प्रथम क्रमांकावर आहे
- परंतु, एकूण फुलशेती उत्पादन मूल्याच्या बाबतीत युरोप खंड जगामध्ये आघाडीवर आहे (उत्पादन मूल्य: ११ हजार १९१ दशलक्ष युरो)

जागतिक फुलांच्या उत्पादनामध्ये भारत देशाचा वाटा जवळपास ०.६ टक्यांचा आहे.

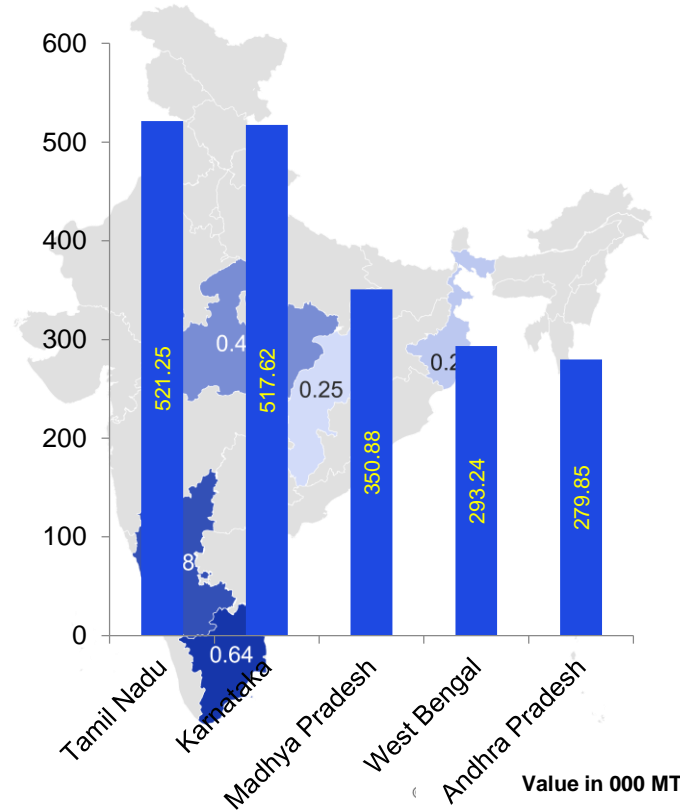


# फुलांचे भारतातील उत्पादन: सद्यस्थिती

## भारतीय उत्पादन सद्यस्थिती

- भारतामध्ये लागवड केले जाणारे फुलांचे प्रमुख प्रकार:  
गुलाब, निशिंगंध, शेवंती, जास्मिन, झेंडू आणि ग्लॅंडिओलस
- भारतातील प्रमुख फुले उत्पादक राज्य:  
तामिळनाडू, कर्नाटक, मध्य प्रदेश, पश्चिम बंगाल, छत्तीसगड, आंध्र प्रदेश, गुजरात, उत्तर प्रदेश, महाराष्ट्र, आणि आसाम
- भारतीय फुले आयात करणारे प्रमुख ५ देश:  
युएसए, नेदरलँड, जर्मनी, यूके(इंग्लंड) आणि यूएई (संयुक्त अरब)

भारतातील प्रमुख फुले उत्पादक राज्य  
(आकडेवारी सन २०२१-२२)



सन २०१७-१८ पासून ते सन २०२१-२२ पर्यंत  
फुलांचे उत्पादन १८.५६ टक्यांनी वाढले आहे

वर्ष	उत्पादन (लाख मे.टन)	लागवडीखालील क्षेत्र (लाख हे.)	उत्पादकता (मे.टन/हे.)
२०१७-१८	२.६४	०.३२	८.१
२०१८-१९	२.९१	०.३०	९.६
२०१९-२०	३.००	०.३२	९.३
२०२०-२१	२.९८	०.३२	९.३
२०२१-२२	३.१३	०.२८	११.०

# फुलांचे महाराष्ट्रातील उत्पादन: सद्यस्थिती

## महाराष्ट्रातील बाजारपेठेची सद्यस्थिती

### राज्यातील फुलांचे उत्पादन:

- फुलांच्या नियमित मागणीमुळे फुल पिकांचे उत्पादन सन २०१९-२० मधील ११४.५ हजार मेट्रिक टन वरून सन २०२०-२१ मध्ये १२७.२ हजार मेट्रिक टन पर्यंत वाढले आहे.
- पुणे हा महाराष्ट्रातील फुलांचा सर्वात मोठा उत्पादक जिल्हा आहे.

### महाराष्ट्रातील प्रमुख फुल उत्पादक जिल्हे:

- पुणे, सातारा आणि अहमदनगर हे महाराष्ट्रातील सर्वाधिक फुलांचे उत्पादन करणारे जिल्हे आहेत. सन २०२१-२२ मध्ये राज्यातील फुलांच्या उत्पादनात या ३ जिल्ह्यांचा वाटा ६०% आहे.
- महाराष्ट्रातील पुणे, सातारा, अहमदनगर, नागपूर, नाशिक, सांगली, जळगाव, अकोला, वाशीम आणि कोल्हापूर जिल्ह्यांमध्ये देखील फुल पिकांची व्यावसायिक दृष्ट्या लागवड केली जाते.

### महाराष्ट्राचे फुल उत्पादन (सन २०२१-२२)

जिल्हा	उत्पादन (‘००० मे.टन)	क्षेत्र (‘००० हेक्टर)	उत्पादकता (मे.टन/ हेक्टर)
पुणे	३८.९७२	३.१४४	१२.४
सातारा	१६.०९४	१.२४८	१२.९
अहमदनगर	१३.६८६	१.२३६	११.१
नागपूर	९.१७५	०.९०३	१०.२
नाशिक	७.७०६	०.५०१	१५.४
एकूण	११५.०९६	११.९२५	९.७

### महाराष्ट्राचे वार्षिक फुल उत्पादन

वर्ष	उत्पादन (‘००० मे.टन)	क्षेत्र (‘००० हेक्टर)
२०१९-२०	११४.५७०	११.१४३
२०२०-२१	१२७.२८५	११.४१०
२०२१-२२	११५.०९६	११.९२५

# महाराष्ट्रातील फुल पीक मूल्यसाखळी

विक्री मार्ग १

शेतकरी ► बांधावरील विक्री ► ग्राहक

विक्री मार्ग २

शेतकरी ► कमिशन एजंट ► घाऊक विक्रेता ► किरकोळ विक्रेता ► ग्राहक

विक्री मार्ग ३

शेतकरी ► संघटित किरकोळ विक्रेते/खासगी खरेदीदार ► ग्राहक

# विक्रीव्यवस्थेतील अडचणी आणि उपाय

## अडचणी



### किंमत अस्थिरता:

- मागणी आणि पुरवठ्यातील फरकांमुळे फुलांच्या किंमती 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](http://www.faostat.com), [www.ers.usda.gov](http://www.ers.usda.gov), [www.agriculture.ec.europa.eu/international/](http://www.agriculture.ec.europa.eu/international/), [www.ourworldindata.org](http://www.ourworldindata.org)



### शेतकऱ्यांची थेट बाजारपेठांशी जोडणी:

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

# फुल निर्यात जागतिक सध्यस्थिती

## निर्यात बाजारपेठा



### प्रस्थापित बाजारपेठा:

इजिप्त, सीरिया, इस्रायल, जॉर्डन, बहरीन, व्हिएतनाम, थायलंड, सिंगापूर, मलेशिया, इंडोनेशिया, कंबोडिया, लाओस, म्यानमार, फिलीपिन्स, ब्रुनेई, पूर्व तिमोर

### नव्याने विकसीत बाजारपेठा :

रशिया आणि मध्य पूर्व

सौदी अरेबिया, यूएई, कतार, कुवैत आणि ओमान

## प्रमुख प्रतिस्पर्धी देश



### मध्य पूर्वेकडील देशांच्या बाजारपेठा

नेदरलँड केनिया, इक्वेडोर, कोलंबिया, इथिओपिया, थायलंड आणि मलेशिया

### आग्नेय आशिया

थायलंड, इंडोनेशिया, व्हिएतनाम, फिलीपिन्स आणि मलेशिया

## फुले 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 फुल निर्यात

## सध्यस्थिती

### जागतिक सद्यस्थिती

- सन २०२०-२१ मध्ये जागतिक स्तरावर सुमारे २६६ लाख टन (निर्यात मुल्य - १३ अब्ज डॉलर) फुलांची निर्यात केली आहे
- जागतिक फुले निर्यातीमध्ये भारत देशाचा वाटा केवळ ०.८७ टक्क्यांचा आहे
- जागतिक फुले निर्यातीमध्ये नेदरलँड देशाचा वाटा ५० टक्क्यांचा आहे
- जागतिक स्तरावर फुले निर्यातीमध्ये फुल दांड्यांची निर्यात सर्वात जास्त केली जाते

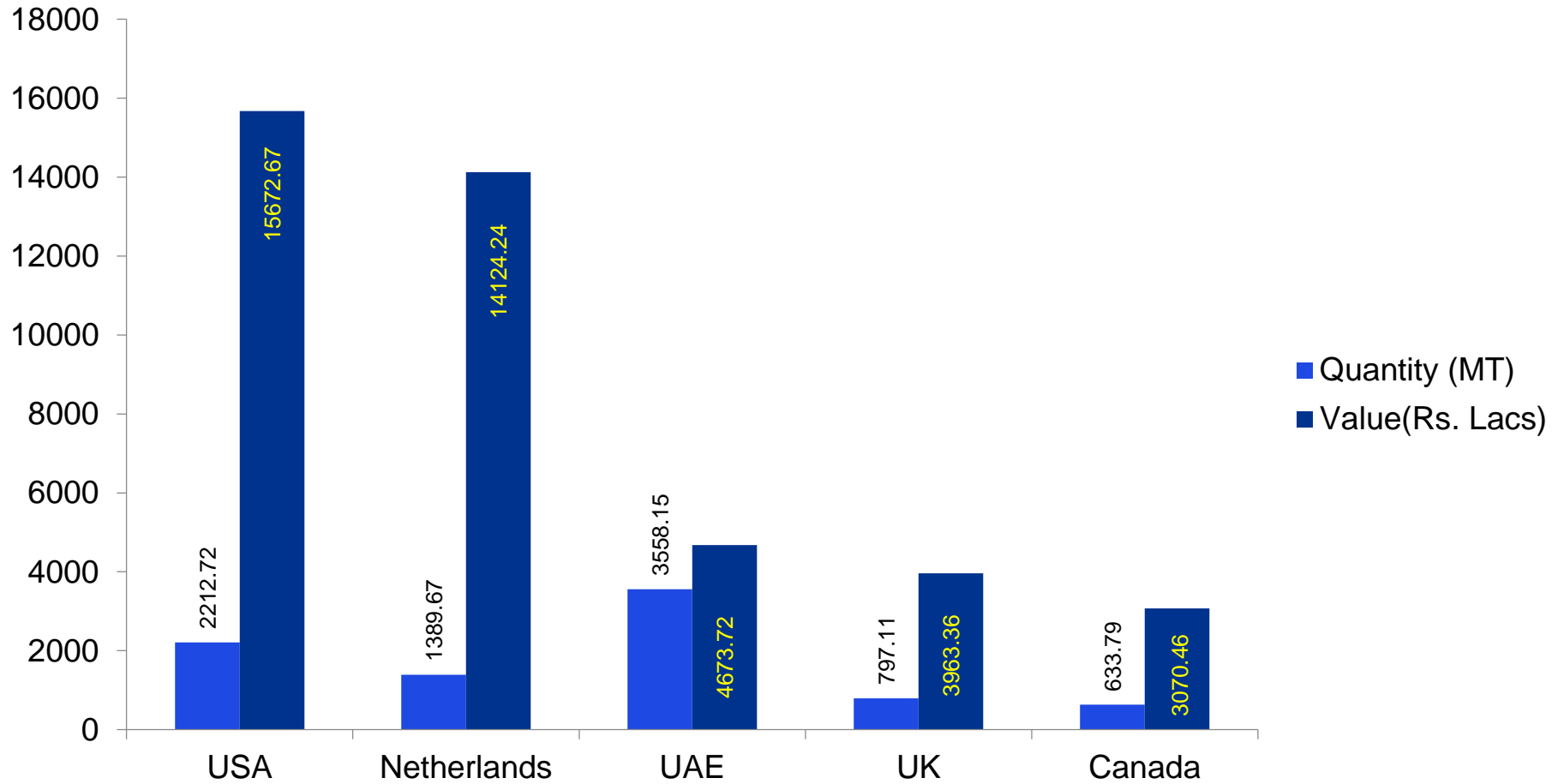
### भारतातील सद्यस्थिती

- सन २०२२-२३ मध्ये भारतातील एकूण २१०२४.४१ मेट्रिक टन फुल पिकांची निर्यात झाली असून त्याचे निर्यात मूल्य सुमारे रू. ७०७.८१ कोटी होती.
- सन २०२१-२२ मध्ये अमेरिका हा देश भारतीय फुलांचा सर्वात मोठा आयातदार देश असून सुमारे रू. ४१.६ कोटी किंमतीच्या फुलांची आयात केली आहे

भारतातून फुले निर्यातीचे प्रमुख १० ठिकाणे (सन २०२१-२२)					
निर्यात			निर्यात मुल्य		
अ. क्र.	देश	निर्यात (मे. टन)	अ.क्र.	देश	निर्यात मुल्य (रू. कोटी)
१	सिंगापूर	१९१७.८३	१	अमेरिका	४१.६
२	बांग्लादेश	१४४५.९७	२	मलेशीया	१६.१३
३	नेपाळ	१३३२.४८	३	सिंगापूर	१५.४७
४	यूएई	९१६.३१	४	युएई	१५.०७
५	मलेशीया	८३९.४७	५	युके	१२.८६
६	अमेरिका	७६९.९६	६	नेदरलँड	५.५३
७	युके	२४८.१७	७	नेपाळ	५.५
८	कुवेत	१५७.३६	८	कॅनडा	३.७३
९	कॅनडा	१२८.१७	९	कुवेत	३.७
१०	सौदी अरेबिया	१२४.२१	१०	जर्मनी	३.५३



## Floriculture exports from India (2023-24)



# भारतातून फुले 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>

# फुले निर्यातीसाठीचे पर्याय

पर्याय ?	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>देशांतर्गत शेतमाल 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>

# फुले 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.hcisingapore.gov.in/events">https://www.hcisingapore.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



देशांतर्गत  
बाजारपेठेतील  
पर्याय आणि संपर्क



फायदे आणि  
संबंधित जोखीम

- बाजार समित्या व खाजगी व्यापारी
- देशातील सर्व राज्यांमध्ये फुलांची मागणी
- प्रतिस्पर्धी राज्यांमध्ये तामिळनाडू, कर्नाटक, मध्य प्रदेश, पश्चिम बंगाल आणि छत्तिसगड या राज्यांचा समावेश होतो

- शेतमाल किंमतीतील चढउतार
- शेतमालाची गुणवत्ता आणि भेसळ समस्या
- पायाभूत सुविधांचा अभाव
- अपूर्ण पुरवठा साखळी
- कुशल आणि अकुशल कामगारांचा अभाव
- ग्राहकांमध्ये गुणवत्ता पूर्ण 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.
- फुलांच्या 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

# भारतामध्ये फुले किरकोळ विक्री करण्यासाठीचे मापदंड

फुलांचे नाव	गुच्छाचा तपशील
गुलाब	१०-२० नग
पुर्ण फुललेला जरबेरा	१० फुल दांडे
लहान जरबेरा	२० फुल दांडे
ऑर्किड	५-१० फुल दांडे
अँथुरियम	१ फुल दांडे
कार्नेशन	२५ फुल दांडे
शेवंती	५ फुल दांडे
ग्लॉडिओलस	१२ फुल दांडे

## फुले गुणवत्तेचे निकष

- चांगल्या श्रेणीच्या फुलांना योग्य स्वरूप, चांगला आकार असावा
- फुले कीड आणि जखमांपासून मुक्त असावीत
- बाजारपेठेतील मागणीनुसार फुलांसाठी आवश्यक गुणवत्तेचे निकष पुढीलप्रमाणे आहेत :
  - ✓ चांगला रंग
  - ✓ विशिष्ट आकर्षक सुगंध
  - ✓ चांगला आकार
  - ✓ आकर्षक पॅकेजिंग
  - ✓ चांगली टीकवन क्षमता

# संघटित किरकोळ विक्रेते आणि ई कॉमर्स



उपलब्ध व्यासपीठ  
आणि स्पर्धक



संघटित क्षेत्राची  
आव्हाने



बाजारपेठेतील  
पर्याय आणि संपर्क



फायदे आणि  
संबंधित जोखीम

- फुलांसाठी 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.

- 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.
- मॉनेट 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

- फुलांवर दुय्यम किंवा तृतीयक प्रक्रिया करून मूल्यवर्धित उत्पादन तयार केली जातात
- फुलांचे प्रमुख मूल्यवर्धित उत्पादने: फुल दांडे, अर्कयुक्त तेल आणि वाळविलेले फुले

- 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
- मॅग्नेट प्रकल्प व इतर विभाग यांचेमार्फत आयोजित खरेदीदार-विक्रेत संमेलनामध्ये सहभाग घेणे

## फायदे:

- निम्न दर्जाच्या फुले 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 श्रेणीच्या फुलांची निर्यात करणे



२. उच्च-मध्यम श्रेणीच्या फुलांची 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.

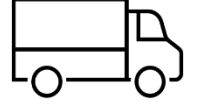
३. कमी दर्जाच्या फुलांची प्रक्रियेसाठी प्रक्रियादार यांना विक्री करणे



# शेतकरी उत्पादक संस्था व खरेदीदार जोडणी

## आवश्यक बाबी:

खरेदीदाराच्या मागणीनुसार शेतमाल संकलन आणि काढणीपश्चात पायाभूत सुविधांची उभारणी करावी



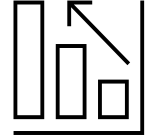
खरेदीदारांकडून रक्कम प्राप्त करणेसाठी अटी-शर्तीतील लवचिकता :

देशांतर्गत बाजारपेठेसाठी खरेदीदारांकडून रक्कम अदा करण्याचा कालावधी किमान ५ ते ७ दिवसांचा आणि निर्यातसाठी शेतमाल परदेशात (आखाती देशांमध्ये) 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.



# फुले खरेदीदारांची यादी

खरेदीदाराचे नाव	खरेदीदाराचा तपशील
Sanvi International	Domestic-Exporter
Soex Flora	Domestic-Exporter
Kelkar Foods and Fragrances	Domestic-Processor
Cutspray Aroma Sciences	Domestic-Processor

# फुले 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