

संत्रा

बाजारपेठांशी जोडणी विषयी माहिती

महाराष्ट्र अॅग्रीबिझनेस नेटवर्क प्रकल्प (मॅग्नेट)

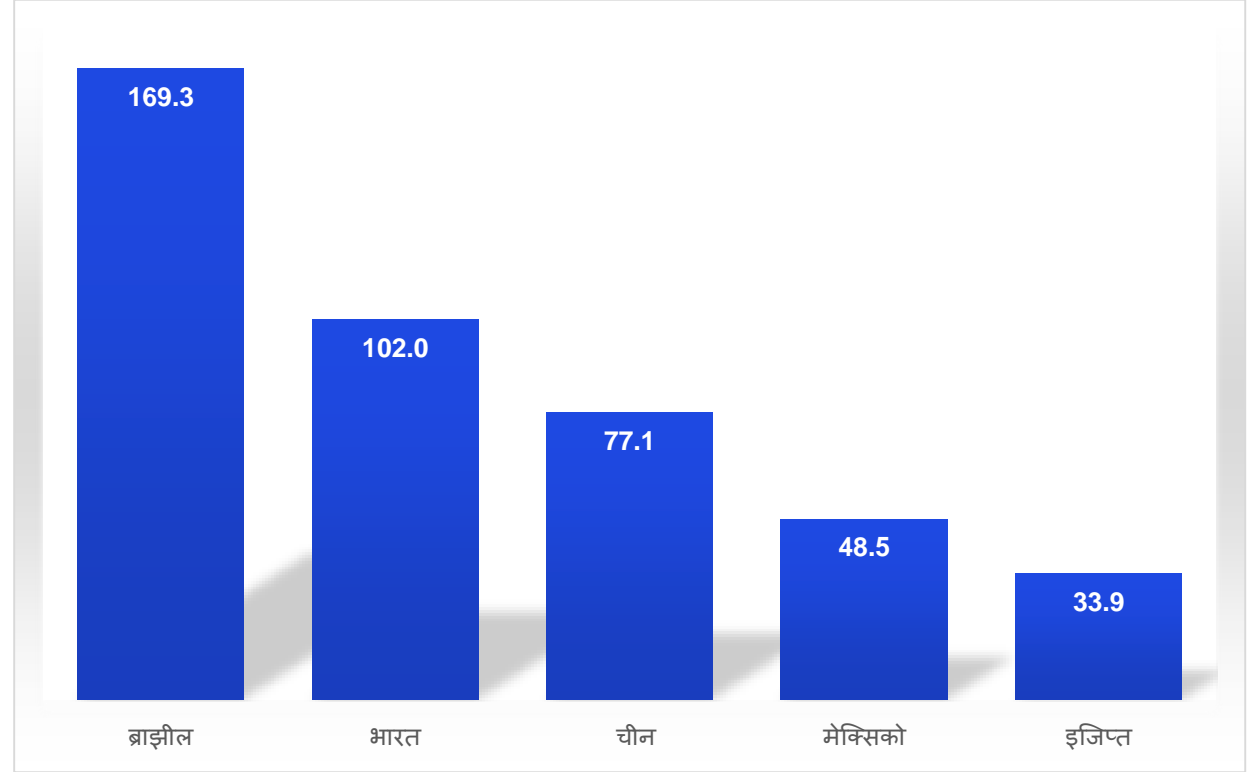
दिनांक : ऑगस्ट २०२४

संत्रा जागतिक उत्पादन: सध्यस्थिती

जागतिक उत्पादन सध्यस्थिती

- संत्राचे प्रमुख वाण: मँडरीन संत्रा, नेव्हल संत्रा, वलेन्सीया संत्रा, सेविल्ले संत्रा आणि ब्लड संत्रा
- संत्राचे उत्पादन घेणारे प्रमुख देश: भारत, ब्राझील, भारत, चीन, मेक्सिको, इजिप्त, युनायटेड स्टेट्स ऑफ अमेरिका, स्पेन, इंडोनेशिया आणि इराण (इस्लामिक रिपब्लिक ऑफ)
- संत्रा निर्यात करणारे प्रमुख देश: स्पेन, इजिप्त, दक्षिण आफ्रिका, आणि युएसए
- संत्राचा सर्वात मोठा आयातदार देश नेदरलँड आहे.
- संत्रा आयात करणारे प्रमुख देश: नेदरलँड, चीन, जर्मनी, फ्रान्स आणि रशिया

संत्रा उत्पादन घेणारे प्रमुख देश (सन २०२२)¹
(उत्पादन लाख मे/टन)



संत्रा भारतातील उत्पादन: सध्यस्थिती

भारतीय उत्पादन सध्यस्थिती

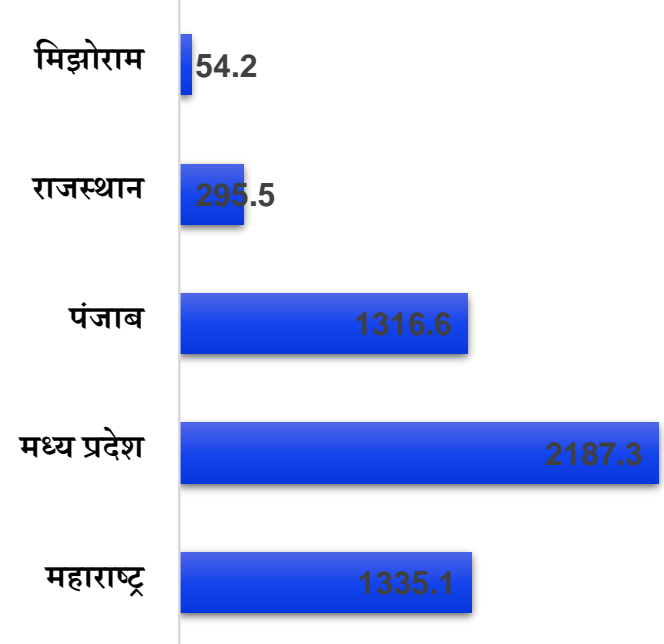
- भारतामध्ये लागवड केले जाणारे प्रमुख वाण: नागपूर संत्रा, किन्नो खासी, कूर्ग संत्रा आणि दर्जेलिंग संत्रा
- भारतातील प्रमुख संत्राउत्पादक राज्य: मध्य प्रदेश, पंजाब, महाराष्ट्र, राजस्थान आणि मिझोराम
- भारतीय संत्रा आयात करणारे प्रमुख देश: बांगलादेश, नेपाळ, संयुक्त अरब अमिराती, कुवेत, इजिप्त आणि कतार
- संत्रासाठी भारतातील महत्त्वाच्या बाजारपेठा: मुंबई, बंगळुरु, कोलकाता, हैदराबाद, नागपूर, आझादपूर, पाटणा, वाराणसी, जम्मू आणि श्रीनगर.

- संत्रा लागवडीखालील सर्वात जास्त क्षेत्र भारतात असून उत्पादनाच्या बाबतीत भारत जगात दुसऱ्या क्रमांकावर आहे.
- सन २०२०-२१ पासून ते सन २०२३-२४ दरम्यान संत्रा उत्पादन ०.७% कमी झाली आहे

भारतातील वर्षानिहाय संत्रा उत्पादन^२

वर्ष	उत्पादन ('००० मे/टन)	लागवडी खालील क्षेत्र ('००० हेक्टर)	उत्पादकता (मे-टन/हेक्टर)
२०२०-२१	६२१९.३	४७६.५१	१३.१
२०२१-२२	६३०३	४५४	१३.९
२०२२-२३	६१७८	४६०	१३.४
२०२३-२४	६१७०.३	४४६.२६	१३.८

सन २०२३-२४ भारतातील प्रमुख संत्रा उत्पादक राज्य^२ (उत्पादन '००० मे/टन)



संत्राचे महाराष्ट्रातील उत्पादन: सध्यस्थिती

महाराष्ट्रातील बाजारपेठेची सध्यस्थिती

राज्यातील संत्रा उत्पादन

सन २०२३-२४ मध्ये महाराष्ट्रात १४.०९ लाख मेट्रिक टन संत्र्याचे उत्पादन होते व उत्पादकता १०.२ मेट्रिक टन/हे होती. भारतात संत्राउत्पादनामध्ये महाराष्ट्र तिसऱ्या क्रमांकावर असून भारताच्या उत्पादनात राज्याचा वाटा २२.८ % आहे.

महाराष्ट्रातील प्रमुख संत्रा उत्पादक जिल्हे

महाराष्ट्रात संत्रा उत्पादनामध्ये अमरावती जिल्हा अग्रगण्य आहे. महाराष्ट्रातील एकूण संत्रा उत्पादनापैकी ६०- ७० % संत्राचे उत्पादन अमरावती जिल्ह्यामध्ये घेतले जाते. या व्यतिरिक्त नागपूर, अहमदनगर आणि अकोला जिल्यातही थोड्या प्रमाणात संत्राचे उत्पादन घेतले जाते

महाराष्ट्रामध्ये संत्रा लागवडीचे प्रमुख वाण

नागपूर संत्रा

संत्राच्यासाठी महाराष्ट्रातील महत्त्वाच्या बाजारपेठा आणि त्यांची एकूण आवक(मे. टन)

- पुणे - १०,७८२ मुंबई - ४२,६७९
- नागपूर - १४,४८८

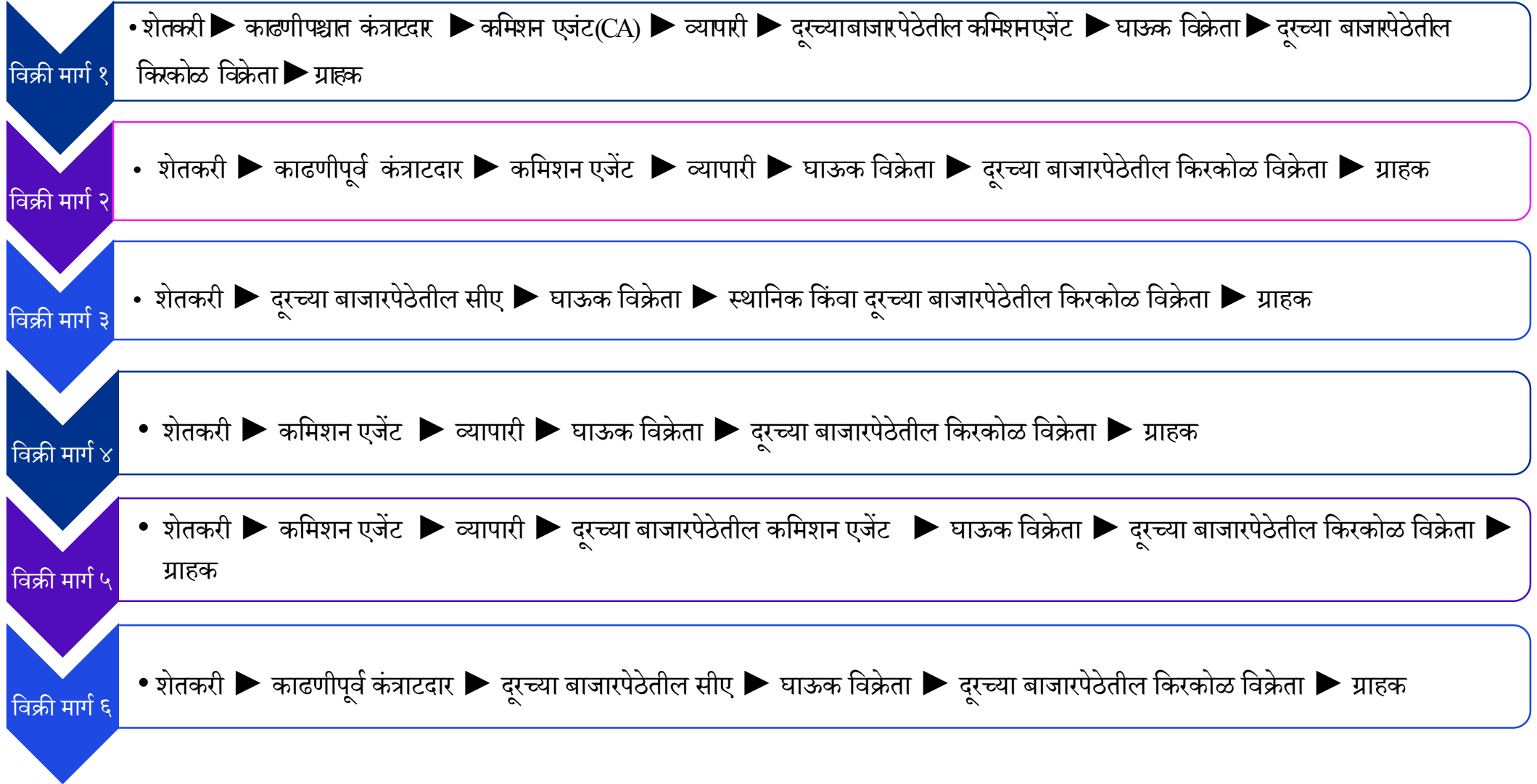
महाराष्ट्रातील प्रमुख संत्रा उत्पादक जिल्हे (सन २०२३-२४*)^३

जिल्हा	उत्पादन (मे.टन)	क्षेत्र (हेक्टर)	उत्पादकता (मे.टन/ हेक्टर)
अमरावती	७५१७६६	७९१३०	९.५
नागपूर	२१९७३६	२१९७४	१०.०
बुलढाणा	१२१४०८	५१००	२३.८
अहमदनगर	८६७४९	५६६९	१५.३
वाशिम	७२३००	१२०५०	६.०

महाराष्ट्राचे वार्षिक संत्रा उत्पादन^३

वर्ष	उत्पादन (मे. टन)	क्षेत्र (हेक्टर)	उत्पादकता (मे. टन/हेक्टर)
२०१९-२०	८९८२००	११४८००	७.८२
२०२०-२१	९८४८००	११३७००	८.६६
२०२१-२२	१०,२१,६६४	१,१९,५४८	८.५५
२०२२-२३	३२४०६७	३१०८३	१०.४
२०२३-२४	१४०९०३१	१३८०४४	१०.२

महाराष्ट्रातील संत्रा पीक मूल्यसाखळी



विक्रीव्यवस्थेतील अडचणी आणि उपाय

अडचणी



किंमत अस्थिरता:

- मागणी आणि पुरवठ्यातील फरकांमुळे संत्राच्या किंमतीमध्ये 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. त्यामुळे 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

संत्रानिर्यात जागतिक सध्यस्थिती

निर्यात बाजारपेठा



प्रस्थापित बाजारपेठा:

भारतीय उपखंडातील बाजारपेठा
बांगलादेश, नेपाळ, भूतान

मध्य पूर्वे व आफ्रिकेकडील देशांमधील बाजारपेठा
यूएई, बहारीन, सौदी अरेबिया, कतार आणि ओमान.

नव्याने विकसीत बाजारपेठा :

यूएई, बहारीन, सौदी अरेबिया, कतार आणि ओमान.

प्रमुख प्रतिस्पर्धी देश



मध्य पूर्वेकडील देशांच्या बाजारपेठा

इजिप्त आणि आफ्रिकेतील देश त्यांच्या उत्कृष्ट संत्राउत्पादनामुळे मध्य पूर्वेकडील देशांच्या संत्राबाजारपेठामध्ये भारताचे प्रमुख प्रतिस्पर्धी देश आहेत.

युरोप मधील बाजारपेठा

इजिप्त, दक्षिण आफ्रिका आणि पाकिस्तान हे युरोपियन बाजारपेठेतील भारताचे प्रमुख प्रतिस्पर्धी देश आहेत.

संत्रानिर्यातीतील 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 संत्रानिर्यात

सद्यस्थिती

जागतिक सद्यस्थिती⁴

- सन २०२२ मध्ये जागतिक स्तरावर सुमारे ७५.५ लाख मे.टन (निर्यात मुल्य - ५.०६ अब्ज डॉलर) संत्रा निर्यात केली होती
- सन २०२२ मध्ये जागतिक संत्रानिर्यातीमध्ये भारत देशाचा वाटा केवळ १.१७ % आहे
- जागतिक संत्रानिर्यातीमध्ये २५ टक्के वाटा एकट्या स्पेनचा आहे.

भारतातील सद्यस्थिती⁵

- सन २०२३-२४ मध्ये भारतातून ०.६९ लाख मे.टन संत्रा निर्यात करण्यात आली होती
- सन २०१८ पासून ते सन २०२२ पर्यंत भारतीय संत्राची निर्यात मुल्यात २५ टक्क्यांनी कमी झाली आहे

भारतीय संत्र्याचे प्रमुख आयातदार देश⁵ (सन २०२३-२४)

आयातदार देश	निर्यात (मे.टन)
बांग्लादेश	५३९७८.२८
नेपाळ	१५११९.६३
संयुक्त अरब अमिराती	३८२.४२
भूतान	३२८.९६
मालदीव	२९.०८

संत्रानिर्यात करण्यासाठीचे निकष

वाण	नागपूरी संत्रा
रंग	हलका पिवळसर हिरवा
व्यास	५०-८० मिमी
आकार	गोल १५०-२०० ग्रॅम

भारतातून संत्रानिर्यातीसाठी 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 आणि आशिया खंडातील 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

संत्रानिर्यातीसाठीचे 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)मॅनेट 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 करावादेशांतर्गत शेतमालाची 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

संत्रानिर्यातीसाठीचे 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.hcisingsapore.gov.in/events	<ul style="list-style-type: none">जास्त बाजारभावदीर्घकालीन व्यवसायाची संधी. शेतकरी उत्पादक संस्था ही इतर शेतकरी उत्पादक संस्था/बाजारपेठेतील व्यापान्याकरिता 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.आयातदारांकडून 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

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 संत्रा ची मागणी
- गुजरात हे महाराष्ट्राचे मुख्य स्पर्धक राज्य आहे कारण महाराष्ट्रामध्ये लागवड केल्या जाणाऱ्या केळीच्या वाणांची लागवड तेथे देखील केली जाते. इतर प्रतिस्पर्धी राज्यांमध्ये मध्य प्रदेश, राजस्थान, पंजाब 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.
- 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 संत्रा किरकोळ विक्री करण्यासाठीचे मापदंड

ऑनलाइन व्यवसायिक ते व्यवसायिक (B2B)		
संत्राचा वाण	आकार	रंग
नागपूरी संत्रा	<ul style="list-style-type: none">गोलव्यास: ५०-७० मिमी	हलका पिवळसर हिरवा
नागपूरी संत्रा लहान	<ul style="list-style-type: none">गोलव्यास: ५० मिमी पेक्षा कमी	हलका पिवळसर हिरवा

ऑनलाइन व्यवसायिक ते ग्राहक (B2C)		
संत्राचा वाण	आकार	रंग
नागपूरी संत्रा	<ul style="list-style-type: none">गोल १५०-२०० ग्रॅमव्यास: ५०-७० मिमी	हलका पिवळसर हिरवा
माल्टा संत्रा	<ul style="list-style-type: none">गोल १८०-२०० ग्रॅमव्यास: ६०-८० मिमी	हलका पिवळसर हिरवा

संत्रा नाकारण्याची कारणे
<ul style="list-style-type: none">फळाचा रंग अतिरिक्त/ पूर्ण हिरवा असल्यासफळाला इजा झालेली असल्यासफळाचे तुकडे झालेले असल्यासफळाला भेगापडलेल्या, वाळलेले असेलदबावामुळे फळाचे नुकसान झालेले असल्यासफळावरती मोठे काळे डाग असल्यासफळे अतिरिक्त पिकलेले, कुजलेले असल्यासफळावरती आकुंचन, बुरशी, पांढरे ठिपके, विकृत आकार, उग्र त्वचा, जखम असल्यासनैसर्गिक तपकिरी खुणा असल्यासकीटकांच्या प्रादुर्भावामुळे फळ खराब झाले असल्यासफळ अपरिपक्व असल्यास

संघटित किरकोळ विक्रेते आणि ई कॉमर्स



उपलब्ध व्यासपीठ
आणि स्पर्धक



संघटित क्षेत्राची
आव्हाने



बाजारपेठेतील
पर्याय आणि संपर्क



फायदे आणि
संबंधित जोखीम

- संत्रासाठी 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, ऍमेझॉन 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.
- 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 संस्थाबाजारपेठेतीलविविध प्रकारच्या ग्राहकांच्या गरजांची पूर्तता करू शकतात
- उत्तम प्रतीच्या शेतमालास चांगला बाजारभाव मिळतो
- संघटित किरकोळ विक्रेतेआणि ई-कॉमर्स हे वेगाने वाढणारे विक्री मार्ग असल्यामुळेग्राहकांशी चांगले व्यावसायिक संबंध निर्माण केल्यास शेतकरी उत्पादक संस्थांना विक्रीसाठी एक स्थिर बाजारपेठ मिळते

जोखीम:

- काही ई-कॉमर्सकंपन्याशेतमालाचीखरेदीकेल्यानंतरसाधारणतः ३ दिवस ते ३०दिवसांच्या दीर्घ कालावधीनंतर रक्कम देतात
- किरकोळविक्रेते२-३दिवसांच्याकालावधीनंतर रक्कम देतात
- शेतमालगुणवत्तेचेनियम कठोर असतात
- कठोर गुणवत्तानिकषांमुळेशेतमालाच्या किंमतीमध्ये कपातकेली जाते

प्रक्रियादार



मूल्यवर्धित उत्पादने



मूल्यवर्धन आणि प्रक्रियेची आव्हाने



स्पर्धक



बाजारपेठेतील पर्याय आणि संपर्क



फायदे आणि संबंधित जोखीम

- संत्रावर दुय्यम किंवा तृतीयक प्रक्रिया करून मूल्यवर्धित उत्पादन तयार करणे
- संत्राचे मुख्य मूल्यवर्धित उत्पादने: म्हणजे जॅम, जेली, ज्यूसचे 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
- मॅनेट प्रकल्प व इतर विभाग यांचेमार्फत आयोजित खरेदीदार-विक्रेत संमेलनामध्ये सहभाग घेणे

फायदे:

- निम्न दर्जाच्या संत्राविक्रीसाठी 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 फळांची निर्यात करणे



२. उच्च-मध्यम श्रेणीच्या फळांची 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.

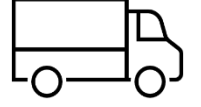
३. कमी दर्जाची फळांची प्रक्रियेसाठी प्रक्रियादार यांना विक्री करणे



शेतकरी उत्पादक संस्था व खरेदीदार जोडणी

आवश्यक बाबी:

खरेदीदाराच्या मागणीनुसार शेतमाल संकलन आणि काढणीपश्चात पायाभूत सुविधांची उभारणी करावी



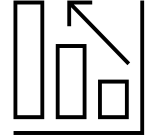
खरेदीदारांकडून रक्कम प्राप्त करणेसाठी अटी-शर्तीतील लवचिकता :

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



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.



संत्राखरेदीदारांची यादी

खरेदीदाराचे नाव	खरेदीदाराचा तपशील
Vegrow- Chifu Agritech Pvt Ltd	Domestic –B2B
DeHaat - Geen Agrevolution Pvt Ltd	Domestic –B2B
Amazon Fresh	Domestic-Retail
Reliance Fresh	Domestic- Retail
More Retail	Domestic-Retail
Go4Fresh (Fresh Produce Value Creation Services Pvt. Ltd.)	Domestic- B2B
Agreeta Solutions Pvt. Ltd.	Domestic- Retail
Star Bazaar (Trent Hypermarket Pvt. Ltd.)	Domestic –Retail
Universe Exports pvt ltd	Exporter-Domestic B2B
Zepto (Kiranakart Technologies Pvt. Ltd.)	Domestic-Ecommerce
Navanant Famer Producer company Limited	Domestic- B2B
Taj Fruit Company Pvt Ltd	Domestic-B2B

संत्रानिर्यातीसाठी 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