स्ट्रॉबेरी

बाजारपेठांशी जोडणी विषयी माहिती

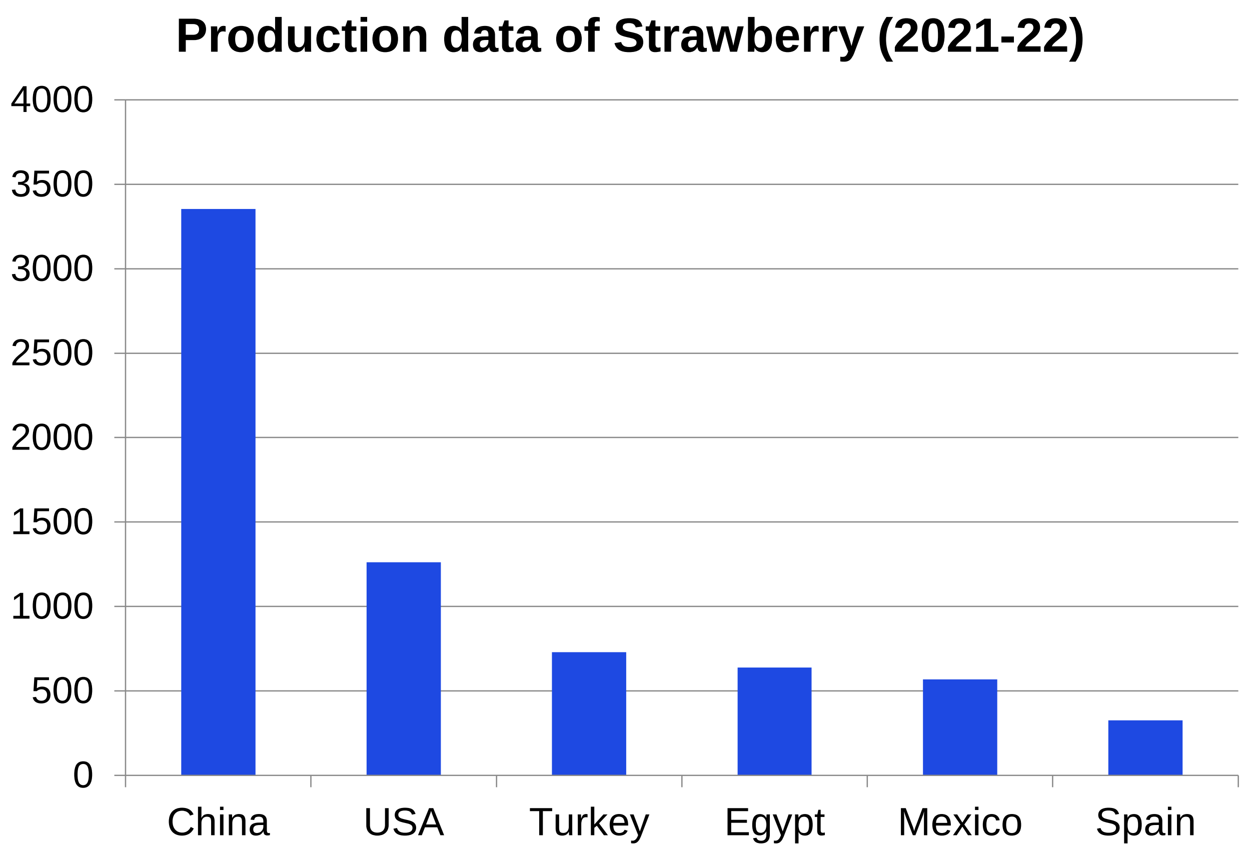
महाराष्ट्र ॲग्रीबिझनेस नेटवर्क प्रकल्प (मॅग्नेट)

२०२४

स्ट्रॉबेरीचे जागतिक उत्पादन: सद्यस्थिती

जागतिक उत्पादन सद्यस्थिती

- स्ट्रॉबेरीचे प्रमुख वाण: कॅमोरॉस, चॅन्डलर , स्वीट चार्ली, फर्न,अल्बिओन, कॅमरॉस आणि अरोमा
- स्ट्रॉबेरीचे उत्पादन घेणारे प्रमुख देश: चीन, युएसए, तुर्की इजिप्त, मेक्सिको, स्पेन, रशिया आणि उत्तर कोरिया
- स्ट्रॉबेरी निर्यात करणारे प्रमुख देश: स्पेन, युएसए, मेक्सिको, ग्रीस , नेदरलँड आणि तुर्की
- स्ट्रॉबेरी आयात करणारे प्रमुख देश : युएसए, जर्मनी , कॅनडा, इंग्लंड आणि फ्रान्स
- सन २०२२ मध्ये चीन देशाने ३३ लाख मे. टन पेक्षा जास्त स्ट्रॉबेरी पिकाचे उत्पादन घेतले असून जागतिक स्ट्रॉबेरी उत्पादनामध्ये चीन देशाचा प्रथम क्रमांक लागतो.



स्ट्रॉबेरीचे भारतातील उत्पादन: सध्यस्थिती

भारतीय उत्पादन सध्यस्थिती

सन २०१७-१८ पासून ते सन २०२०-२१ पर्यंत भारतातील स्ट्रॉबेरी पिकाचे उत्पादन ११२ टक्यांनी वाढले आहे

- **भारतामध्ये लागवड केले जाणारे प्रमुख वाण:**

कॅमोरॉस, चॅन्डलर, स्वीट चार्ली, फर्न, अल्बिओन, कामयात, पुसा अर्ली, नविंदा आणि विंटर डॉन

भारतातील प्रमुख स्ट्रॉबेरी उत्पादक राज्य:

हरियाणा, महाराष्ट्र,मेघालय, मिझोराम, मध्य प्रदेश, आणि जम्मू काश्मीर

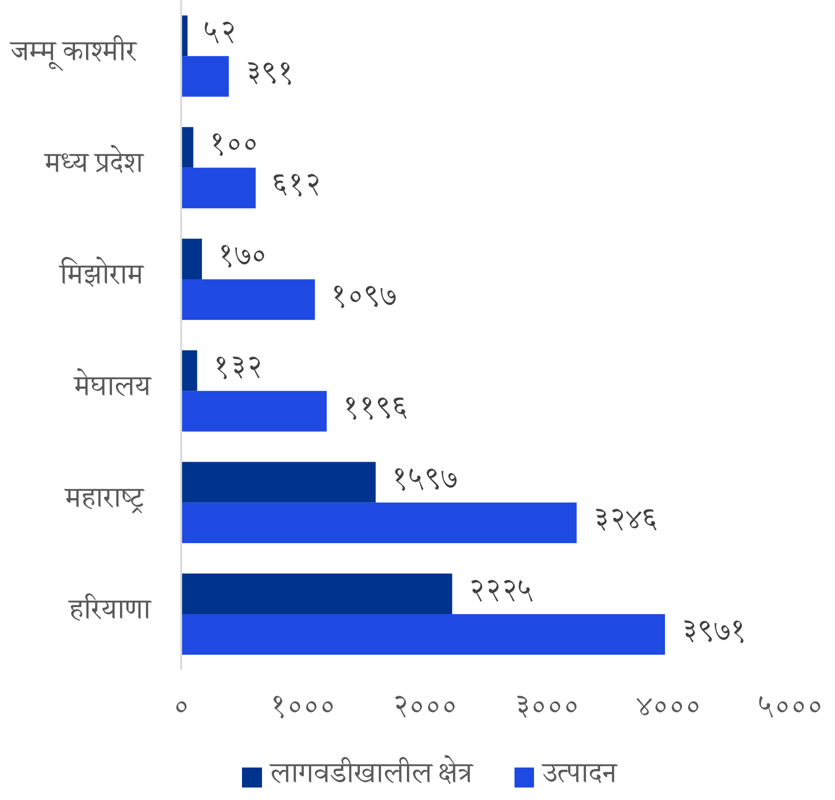
- **भारतीय स्ट्रॉबेरी आयात करणारे प्रमुख ५ देश:**

नेपाळ, भूतान, मालदीव, यूएई, सौदी अरेबिया, कतार आणि ओमान

- **स्ट्रॉबेरीसाठी भारतातील महत्त्वाच्या बाजारपेठा :**

पुणे, नाशिक आणि चंदीगड

वर्ष	उत्पादन (मे.टन)	लागवडीखालील क्षेत्र (हे.)	उत्पादकता (मे.टन/हे.)
२०१८-१९	४९११	७४२	६.६३
२०१९-२०	८१९५	८६५	९.४७
२०२०-२१	१९८३५	३३०९	५.९९
२०२१-२२	११२९०	२५१३	४.४९



स्ट्रॉबेरीचे महाराष्ट्रातील उत्पादन: सध्यस्थिती

महाराष्ट्रातील बाजारपेठेची सध्यस्थिती

- **राज्यातील स्ट्रॉबेरी उत्पादन**

  सन २०२२-२३ मध्ये महाराष्ट्र राज्यात एकूण 1233 हेक्टर क्षेत्रावरती स्ट्रॉबेरी पिकाची लागवड झाली असुन एकूण 5853 मेट्रिक टन स्ट्रॉबेरीचे उत्पादन झाले होते. भारत देशामध्ये महाराष्ट्र राज्य स्ट्रॉबेरी लागवडीखालील क्षेत्र आणि स्ट्रॉबेरी उत्पादनामध्ये द्वितीय क्रमांकावर आहे

- **महाराष्ट्रातील प्रमुख स्ट्रॉबेरी उत्पादक जिल्हे**

  राज्यातील स्ट्रॉबेरी उत्पादनामध्ये सातारा जिल्हा अग्रगण्य असून सातारा जिल्हा हा महाराष्ट्राची "स्ट्रॉबेरीची राजधानी" म्हणून ओळखला जातो. महाराष्ट्रातील एकूण स्ट्रॉबेरी उत्पादनापैकी ९५-९८ % स्ट्रॉबेरीचे उत्पादन सातारा जिल्ह्यामध्ये घेतले जाते. याव्यतिरिक्त, नाशिक जिल्ह्यातील थोड्या प्रमाणामध्ये स्ट्रॉबेरीचे उत्पादन घेतले जाते

- **महाराष्ट्रामध्ये स्ट्रॉबेरी लागवडीचे प्रमुख वाण**

  कॅमोरॉस,चॅन्डलर , स्वीट चार्ली, फर्न, कामयात, पुसा अर्ली, विंटर डॉन आणि नबिला

महाराष्ट्रातील प्रमुख स्ट्रॉबेरी उत्पादक जिल्हे (सन २०२२-२३)

जिल्हा	उत्पादन (000मे.टन)	क्षेत्र (000हेक्टर)	उत्पादकता (मे.टन/ हेक्टर)
सातारा	5.127	1.082	4.7
नाशिक	0.700	0.140	5

महाराष्ट्राचे वार्षिक स्ट्रॉबेरी उत्पादन

वर्ष	उत्पादन (मे टन)	क्षेत्र (हेक्टर)
२०२०-२१	३२४६	१५९७
२०२१-२२	३२८०	१६४०

महाराष्ट्रातील स्ट्रॉबेरी पिकाची मूल्यसाखळी

विक्री मार्ग १
शेतकरी ▶ थेट शेतातून विक्री ▶ ग्राहक

विक्री मार्ग २
शेतकरी ▶ संकलक ▶ दूरच्या बाजारपेठेतील घाऊक विक्रेता (दिल्ली/लखनऊ/चंदीगड/बिहार/कोलकाता) ▶ किरकोळ विक्रेता ▶ ग्राहक

विक्री मार्ग ३
शेतकरी ▶ शेतकरी उत्पादक संस्था/आघाडीचे शेतकरी/गावातील संकलक ▶ स्थानिक किंवा दूरच्या बाजारपेठेतील घाऊक विक्रेता ▶ किरकोळ विक्रेता ▶ ग्राहक

विक्री मार्ग ४
शेतकरी ▶ संघटित किरकोळ विक्रेते/खाजगी खरेदीदार ▶ ग्राहक

विक्रीव्यवस्थेतील अडचणी आणि उपाय

अडचणी

किंमत अस्थिरता:

- मागणी आणि पुरवठ्यातील फरकांमुळे स्ट्रॉबेरीच्या 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 थेट बाजारपेठांशी जोडणी:

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

स्ट्रॉबेरी निर्यात जागतिक सध्यस्थिती

निर्यात बाजारपेठा

प्रस्थापित बाजारपेठा:

भारतीय उपखंडातील बाजारपेठा - नेपाळ, भूतान, मालदी श्रीलंका

मध्य पूर्व देशातील बाजारपेठा - यूएई, सौदी अरेबिया, क आणि ओमान.

इतर बाजारपेठा- ऑस्ट्रेलिया, न्यूझीलंड, सिंगापूर

नव्याने विकसीत बाजारपेठा :

आशिया खंडातील बाजारपेठा- व्हिएतनाम, थायल सिंगापूर, मलेशिया, इंडोनेशिया, कंबोडिया

युरोप मधील बाजारपेठ - जर्मनी, फ्रान्स

प्रमुख प्रतिस्पर्धी देश

मध्य पूर्वेकडील देशांच्या बाजारपेठा

इजिप्त आणि यूएसए हे देश त्यांच्या उत्कृष्ट स्ट्रॉबेरी उत्पादनामुळे मध्य पूर्वेकडील देशांच्या स्ट्रॉबेरी पिकाच्या बाजारपेठातील

प्रमुख प्रतिस्पर्धी देश आहेत.

स्ट्रॉबेरी पिकाच्या जागतिक बाजारपेठातील भारताच्या इतर प्रतिस्पर्धी देशामध्ये दक्षिण कोरिया, ऑस्ट्रेलिया, इजिप्त आणि यूएसए यांचा समावेश होतो

स्ट्रॉबेरी 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 स्ट्रॉबेरी निर्यात

सध्यस्थिती

जागतिक सद्यस्थिती

- सन २०२० मध्ये जागतिक स्तरावर २.९ दशलक्ष डॉलर्स पेक्षा जास्त स्ट्रॉबेरीची निर्यात झाली
- सन २०२० मध्ये जागतिक स्तरावर स्पेन देश हा स्ट्रॉबेरीचा सर्वात मोठा निर्यातदार देश होता

भारतातील सद्यस्थिती

- सन २०२० मध्ये जागतिक स्तरावर ५२ लक्ष रुपयांपेक्षा जास्त किंमतीच्या स्ट्रॉबेरीची निर्यात झाली आहे होती
- नेदरलँड हा देश भारतीय स्ट्रॉबेरीचा सर्वात मोठा आयातदार देश असून भारतातील एकूण स्ट्रॉबेरी निर्यातीपैकी ३६ टक्के निर्यात या देशामध्ये केली जाते.

भारतीय स्ट्रॉबेरीचे प्रमुख आयातदार देश (सन२०२०-२१)

आयातदार देश	निर्यात मूल्य (दशलक्ष युएस डॉलर्स)
नेदरलँड	११.६१
चीन	३.१४
युएसए	३.०४
युनायटेड किंगडम	२.६६
सौदी अरेबिया	१.८३

स्ट्रॉबेरी निर्यात करण्यासाठीचे निकष

वाण	कॅमोरॉस, स्वीट चार्ली, अल्बिओन, विंटर ड्रान
रंग	गर्द लाल ते गुलाबी
वजन	२५ ग्रॅम /फळ
तापमान	रेफ्रिजरेटेड कंटेनर मध्ये, ० ते ३ °C
काढणी	
बॉक्सची गुणवत्ता	• निर्यातीसाठी स्ट्रॉबेरीची पॅकेजिंग करताना एलडीपीइ (LDPE) किंवा पीपी (पॉलीप्रॉपिलीन) पासून बनवलेल्या बॉक्सचा वापर करावा. • एका ५ किलो सीएफबी (CFB) बॉक्समध्ये २X२X५ आकारमानानुसार २५० ग्रॅमचे वीस बॉक्स बसतात • कोरुगेटेड फायबर बोर्ड (CFB) बॉक्ससाठी तपशील:(५ किलो) आयाम : ४५०X२६५X११० मिमी

भारतातून स्ट्रॉबेरी निर्यातीसाठी येणारे अडथळे

प्रमुख बाजारपेठा	अडथळे
यूरोपियन देश	• शेतमाल सुरक्षिततेसाठी आणि गुणवत्तेसाठी अत्यंत कठोर मानके • उच्च निर्यात खर्च • उच्च वाहतूक खर्च
मध्य पूर्व आणि आशिया खंडातील देश	• अपुरी शीतगृह साठवण सुविधा • आधुनिक बंदरांचा अभाव
भारतीय उपखंडातील देश	• दरांमधील अनिश्चितता • अपुरी शीतगृह साठवण सुविधा • आधुनिक बंदरांचा अभाव

स्ट्रॉबेरी निर्यातीसाठीचे पर्याय

पर्याय १	निर्यातदार शोधणे	फायदे	तोटे
निर्यातदारा मार्फत	**राष्ट्रीय व्यापार संमेलनामध्ये सहभाग घेणे.** • 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 **व्यापारासाठी संकेतस्थळांचा वापर करणे.** • शेतमाल निर्यातीसाठी www.indiamart.com आणि www.exporters.com या संकेतस्थळाचा वापर करावा • देशांतर्गत शेतमालाची ऑनलाइन विक्रीसाठी www.india.com या संकेतस्थळाचा वापर करावा	• नव्याने निर्यात करणाऱ्यांसाठी योग्य पर्याय • जोखीम कमी • किमान कालावधीमध्ये रक्कमेची उपलब्धता • शेतमाल निर्यातीसाठी आवश्यक बाबींची खातरजमा निर्यातदाराद्वारे केली जाते - शेतकरी उत्पादक संस्था केवळ शेतमालाच्या गुणवत्तेमध्ये लक्ष देते	• शेतमाल निर्यातीच्या अंतिम बाजारभावाचा फायदा निर्यातदारास मिळतो • आयातदाराशी संपर्क नसल्याने दीर्घकालीन उपाययोजना करण्यास मर्यादा उदा. निर्यात-भिमुख पायाभूत सुविधांसाठी गुंतवणूक करण्यामध्ये मर्यादा येतात • निर्यातदारकडे शेतमाल खरेदीसाठी विविध पर्याय उपलब्ध असल्याने कमाल दर प्राप्त होण्यामध्ये मर्यादा येतात • कमी किमतीत इतर कोणत्याही विक्रेत्याकडून समतुल्य गुणवत्तेचा शेतमाल निर्यातदार खरेदी करू शकतात

स्ट्रॉबेरी निर्यातीसाठीचे पर्याय

पर्याय २	निर्यातदार शोधणे	फायदे	तोटे
आयातदारा मार्फत	**विविध संस्था/संघटनेद्वारे आयोजित केलेल्या इतर आंतरराष्ट्रीय व्यापार संमेलनामध्ये सहभाग घेणे.** • 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/events • इतर संकेतस्थळे - https://www.hcisingapore.gov.in/events	• जास्त बाजारभाव • दीर्घकालीन 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.	• 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 बद्दल योग्य आणि संपूर्ण ज्ञान व माहिती असणे महत्वाचे आहे

देशांतर्गत बाजारपेठ

देशांतर्गत बाजारपेठ आणि प्रतिस्पर्धी

- बाजार समित्या व खाजगी व्यापारी
- देशातील सर्व राज्यांमध्ये स्ट्रॉबेरीची मागणी
- हरियाणा महाराष्ट्राचे मुख्य स्पर्धक राज्य आहे कारण महाराष्ट्रामध्ये लागवड केल्या जाणाऱ्या स्ट्रॉबेरीच्या वाणांची लागवड तेथे देखील केली जाते. इतर प्रतिस्पर्धी राज्यांमध्ये मिझोराम या राज्यांचा समावेश होतो.

देशांतर्गत बाजारपेठेतील आव्हाने

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

देशांतर्गत बाजारपेठेतील पर्याय आणि संपर्क

- 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.
- स्ट्रॉबेरीच्या व्यापारासाठी ऑनलाइन खरेदीदार ते खरेदीदार(B2B) व्यासपीठे / व्यापार संकेतस्थळे

www.kisanmandi.com

www.indiamart.com

www.tradeindia.com

फायदे आणि संबंधित जोखीम

फायदे:

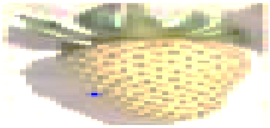
- देशांतर्गत बाजारपेठेत विक्री केल्याने शेतमालाच्या पैसे बुडण्याचा धोका लक्षणीयरीत्या कमी होतो.
- शेतमाल विक्रीसाठी देशांतर्गत बाजापेठेमध्ये विविध पर्याय उपलब्ध

जोखीम:

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

भारतामध्ये स्ट्रॉबेरी किरकोळ विक्री करण्यासाठीचे मापदंड

स्ट्रॉबेरीची श्रेणी	वजन मापदंड
अ+	**२५ च्या वर**
अ	**२०-२५**
ब	**१५-२०**
क	**१०-१५**

स्ट्रॉबेरी परिपक्वतेचे टप्पे	रंग	ब्रिक्स*
टप्पा १ (०%)		**४.३०**
टप्पा २ (२५%)		**५.१०**
टप्पा ३ (५०%)		**५.३०**
टप्पा ४ (७५%)		**६.२५**
टप्पा ५ (१००%)		**६.४०**

स्ट्रॉबेरी नाकारण्याची कारणे
• फळाचा रंग पूर्ण हिरवा असल्यास • फळाला इजा झालेली असेल • फळाचे तुकडे झालेले असल्यास • फळाला भेगा पडलेल्या असल्यास • फळ अपरिपक्व असल्यास • फळ अतिरिक्त पिकलेले असल्यास • फळावरती उन्हामुळे चट्टे पडलेले असल्यास • कीटकांच्या प्रादुर्भावामुळे फळ खराब झाले असल्यास

संघटित किरकोळ विक्रेते आणि ई कॉमर्स

उपलब्ध व्यासपीठ आणि स्पर्धक

संघटित क्षेत्राची आव्हाने

बाजारपेठेतील पर्याय आणि संपर्क

फायदे आणि संबंधित जोखीम

उपलब्ध व्यासपीठ आणि स्पर्धक

- स्ट्रॉबेरीसाठी 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 स्वत:चे ब्रँडने विक्री करतात.

संघटित क्षेत्राची आव्हाने

- पुरवठा साखळीमधील क्लिष्ठता
- 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

बाजारपेठेतील पर्याय आणि संपर्क

- 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.
- मॅग्नेट 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 आणि संबंधित जोखीम

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-कॉमर्स कंपन्या शेतमालाची खरेदी केल्यानंतर साधारणतः ३ दिवस ते ३०दिवसांच्या दीर्घ कालावधीनंतर रक्कम देतात
- किरकोळ विक्रेते२-३दिवसांच्या कालावधीनंतर रक्कम देतात
- शेतमाल गुणवत्तेचे नियम कठोर असतात
- कठोर गुणवत्ता निकषांमुळे शेतमालच्या किंमतीमध्ये कपात केली जाते

प्रक्रियादार

मूल्यवर्धित उत्पादने

- स्ट्रॉबेरीवर दुय्यम किंवा तृतीयक प्रक्रिया करून मूल्यवर्धित उत्पादन तयार करणे
- स्ट्रॉबेरीचे प्रमुख मूल्यवर्धित उत्पादने: स्ट्रॉबेरी प्युरी, ज्यूस, कँडीज, सिरप, फ्लेवर्स आणि पावडर

मूल्यवर्धन आणि प्रक्रियेची आव्हाने

- 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

स्पर्धक

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

बाजारपेठेतील पर्याय आणि संपर्क

- 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 आणि संबंधित जोखीम

फायदे:

- निम्न दर्जाच्या स्ट्रॉबेरी 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 सामान्यत: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 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 बाजारपेठमध्ये 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 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.

स्ट्रॉबेरी खरेदीदारांची यादी

खरेदीदाराचे नाव	खरेदीदाराचा तपशील
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
Zepto (Kiranakart Technologies Pvt. Ltd.)	Domestic-Ecommerce
Krishiacharya Technology Pvt Ltd -BIJAG	Trade Facilitator

स्ट्रॉबेरी 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