

कृषि कुंभ
हिंदी मासिक पत्रिका

खण्ड 04 भाग 07, (दिसंबर, 2024)
पृष्ठ संख्या 74-75



भारत में मशरूम के विपणन प्रक्रिया

अमिता मीणा, अभिनव कुमार, अंकित कुमार एवं मॉ. असद
सहायक प्राध्यापक, कृषि विज्ञान संकाय
श्री खुशाल दास विश्वविद्यालय, हनुमानगढ़, राजस्थान, भारत।

Email Id: – abhinavkumar188@gmail.com

मशरूम खेती भारत में तेजी से लोकप्रिय होती जा रही है, क्योंकि यह कम समय में अधिक लाभ देने वाला व्यवसाय है। मशरूम एक पौष्टिक और उच्च मांग वाली फसल है, जिसका उपयोग खाद्य पदार्थ, औषधि और पोषण उत्पादों में किया जाता है। इसके सही विपणन से किसानों और उद्यमियों को आर्थिक समृद्धि मिल सकती है। इस लेख में हम मशरूम विपणन की प्रक्रिया, चुनौतियों और अवसरों पर चर्चा करेंगे।

की सही कीमत सुनिश्चित करने में भी महत्वपूर्ण भूमिका निभाता है।

मशरूम विपणन के प्रमुख चरण

1. उत्पादन और गुणवत्ता नियंत्रण:

बाजार में सफलता के लिए उच्च गुणवत्ता वाले मशरूम का उत्पादन आवश्यक है। गुणवत्ता नियंत्रण में ताजा, सफेद और स्वस्थ मशरूम का चयन महत्वपूर्ण है।

2. पैकेजिंग:

मशरूम को आकर्षक और टिकाऊ पैकेजिंग में प्रस्तुत करना



चाहिए।

उचित पैकेजिंग न केवल मशरूम की शेल्फ लाइफ बढ़ाती है, बल्कि ग्राहकों को आकर्षित भी करती है।

3. स्थानीय और राष्ट्रीय बाजार:

स्थानीय बाजारों में मशरूम बेचने से परिवहन लागत कम होती है। साथ ही, बड़े शहरों और सुपरमार्केट में मशरूम की उच्च



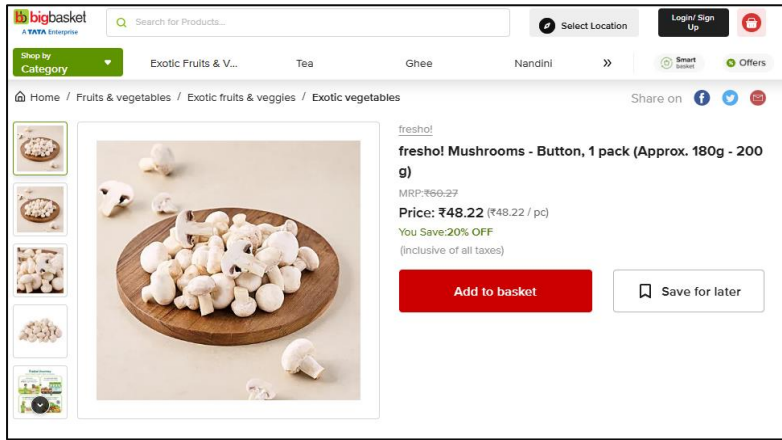
मशरूम विपणन की आवश्यकता

मशरूम एक नाजुक उत्पाद है जिसे ताजा स्थिति में ही बेचा जाना चाहिए। यदि इसे समय पर बाजार तक नहीं पहुंचाया गया तो गुणवत्ता और मूल्य में गिरावट हो सकती है। मशरूम का विपणन न केवल इसे उपभोक्ता तक पहुंचाने में सहायक है, बल्कि उत्पाद

मांग को देखते हुए राष्ट्रीय बाजार में प्रवेश भी लाभदायक हो सकता है।

4. ऑनलाइन बिक्री:

ई-कॉमर्स प्लेटफॉर्म जैसे अइंडवद, थसपचांतज, और टपहठेंमज पर मशरूम की बिक्री तेजी से बढ़ रही है। डिजिटल मार्केटिंग और सोशल मीडिया का उपयोग कर मशरूम उत्पादकों को अपने उत्पादों को व्यापक उपभोक्ता वर्ग तक पहुंचाने का



अवसर मिलता है।

5. थोक और रिटेल मार्केटिंग:

मशरूम को थोक विक्रेताओं और खुदरा विक्रेताओं के माध्यम से बेचा जा सकता है। होटल, रेस्तरां और कैटरिंग सेवाओं में भी मशरूम की भारी मांग होती है।

विपणन की चुनौतियां

भंडारण और परिवहन: मशरूम जल्दी खराब होने वाला उत्पाद है, इसलिए इसे सही तापमान पर रखना और तेजी से बाजार तक पहुंचाना चुनौतीपूर्ण है।

जागरूकता की कमी: भारत में कई लोग मशरूम के पोषण और स्वास्थ्य लाभ से अनजान हैं। इसके उपयोग के प्रति जागरूकता बढ़ाने की आवश्यकता है।

प्रतिस्पर्धा: मशरूम की खेती करने वालों की बढ़ती संख्या से प्रतिस्पर्धा बढ़ रही है, जिससे किसानों को सही कीमत प्राप्त करना मुश्किल हो सकता है।

समाधान और अवसर

प्रसंस्कृत उत्पाद: ताजा मशरूम के अलावा, प्रसंस्कृत उत्पाद जैसे ड्राई मशरूम, पाउडर, और मशरूम आधारित सूप भी बाजार में बेचे जा सकते हैं।

निर्यात: भारत से मशरूम का निर्यात यूरोप, अमेरिका और मध्य-पूर्व देशों में किया जा सकता है, जहां इसकी मांग अधिक है।

ब्रांडिंग और मार्केटिंग: अपने उत्पाद को एक ब्रांड के रूप में स्थापित करना और उचित प्रचार करना किसानों और

व्यवसायियों को प्रतिस्पर्धा में बढ़त दिला सकता है।

निष्कर्ष

मशरूम का विपणन भारतीय कृषि व्यवसाय के लिए एक उभरता हुआ क्षेत्र है। सही रणनीति और बाजार की समझ से मशरूम उत्पादक अच्छा मुनाफा कमा सकते हैं। किसानों को आधुनिक विपणन तकनीकों और ई-कॉमर्स का अधिकतम उपयोग करना चाहिए। साथ ही, सरकार और गैर-सरकारी संगठनों को मशरूम की खेती और विपणन के लिए अधिक समर्थन प्रदान करना चाहिए। इससे न केवल किसानों की आय में वृद्धि होगी, बल्कि देश के पोषण स्तर में भी सुधार होगा।