



भूकूम, जि. पुणे येथे जयवंत पाटील याचा दूध पाश्चरायझेशन प्लॅन्ट.

आयटी इंजिनिअर जेव्हा शेतीत उतरतात...



अमित गद्रे

आयटी इंजिनिअर ते ऑनलाइन दूध, शेतमाल विक्रीचे 'स्टार्टअप' व्हाया प्रत्यक्ष मातीतला शेतकरी असा जयवंत आणि मालविका यांचा प्रवास चढ-उतारांचा आहे. आता शेती करायचे म्हणजे एकेकट्याने राबण्यात मतलब नाही, तसेच नुसतं पिकवून भागणार नाही, तर समूहशक्तीची वज्रमूठ करून शेतकरी आणि ग्राहक यांच्यातली दरी भरून काढावी लागेल. तरच भविष्यात शेतीधंद्यात टिकून राहता येईल. नव्हे नवी भरारी घेता येईल. या दृष्टीने शेतीत बॅकवर्ड आणि फॉरवर्ड लिंकेज विकसित करण्याचे मॉडेल त्यांनी विकसित केले आहे. शेतकऱ्यांच्या कष्टाला माहिती तंत्रज्ञानाची जोड देऊन एक नवी वाट त्यांनी धुंडाळली आहे.



''मी शहरी भागात राहणारा आयटी इंजिनिअर. शेतीची पार्श्वभूमी नाही. शिक्षणानंतर पुण्यातील नामवंत आयटी कंपनीत नोकरी सुरु केली. दरम्यानच्या काळात शेतीची आवड निर्माण झाली. दोन वर्षे अभ्यास केला. शेतीत काहीतरी करावे, अशी मनाने उचल खाल्ली. मित्रांशी बोललो, त्यातले दोघे तयार झाले. मग आम्ही तिघांनी गुंतवणूक करून वाडेगव्हाण (ता. पारनेर, जि. नगर) गावात साडेअकरा एकर शेती घेतली. पाण्याची सोय केली. दर आठवड्याला शुक्रवार ते रविवार शेतीवर जाऊ लागलो. शेतावर मजूर जोडपे होते. ते दैनंदिन काम करायचे. आजूबाजूचे शेतकरीही पीक व्यवस्थापनात मदत करायचे. परिसरातील शेतकऱ्यांच्या चर्चेतून नवरात्र, दिवाळीचा हंगाम साधण्यासाठी चार एकर झेंडू लावला. पीकही दृष्ट लावण्यासारखे निघाले. मन खूश झाले. आता चांगले पैसे होणार, या आनंदात पिकअपमध्ये झेंडू भरून दिवाळीच्या आदल्या दिवशी रात्री दोन वाजता पुण्यात गुलटेकडी मार्केटमध्ये पोचलो. बाजार सुरु झाला. दर निघाला ५ ते ७ रुपये किलो. काही केल्या त्या सकाळी झेंडूचा दर चढलाच नाही. अशाश्वत बाजारपेठेचा पहिला जोरदार फटका बसला. कसाबसा झेंडू विकून परत आलो ते नवीन धडा शिकूनच. आपले ज्ञान ज्या विषयात आहे आणि ज्या भागात आपण राहतो तिथल्या बाजारपेठेचा अभ्यास करूनच शेती करायची. आपल्याला पिकवणे आणि विक्री जमली नाही; परंतु माहिती तंत्रज्ञानाचे हत्यार आपल्या हातात आहे. त्यातून शेतमालाचे ऑनलाइन मार्केट, ऑप विकसित करायचे...''

जयवंत पाटील हा तरुण उद्योजक सांगत होता.

ही गोष्ट २००९ ची. शेतीत मोठा फटका बसला. त्यानंतर गेल्या सात वर्षात शेती, शेतकरी आणि बाजारपेठेच्या अभ्यासातून जयवंत पाटील आणि त्याची सहकारी मालविका गायकवाड यांनी ऑनलाइन मार्केटिंगवर लक्ष केंद्रित केले. त्या अथक धडपडीतून त्यांनी 'द ऑर्गेनिक कार्बन प्रायव्हेट लिमिटेड' या कंपनीची एप्रिल २०१६ मध्ये नोंदणी केली. ब्रँड ठरवला 'हंपी ए२'. कंपनीने ऑनलाइन बाजारपेठेत उतरवलेले पहिले उत्पादन म्हणजे देशी गाईचे दूध. दुधापासून का सुरवात केली, या प्रश्नावर जयवंत आणि मालविका यांचे उत्तर मासलेवाईक आहे. ते सांगतात, 'गेल्या दहा वर्षात आम्ही मार्केटिंगमधील फंडे शिकलोय. कुठलीही वस्तू विकायची असेल तर ब्रँड महत्त्वाचा असतो. ग्राहक ब्रँडवर खरेदी करतो. त्यातली इंटरेस्टिंग गोष्ट म्हणजे ग्राहकाला सकाळी ज्या गोष्टी लागतात,

त्या उत्पादनांच्या ब्रँडबाबत तो अधिक आग्रही असतो. त्या उत्पादनांची ब्रँड व्हॅल्यू सगळ्यात जास्त असते. पुढे मग दुपारी, संध्याकाळी ग्राहक जी उत्पादने वापरतो त्यात विशिष्ट ब्रँडचा आग्रह कमी कमी होत जातो. त्यामुळे कंपनीचा ब्रँड ठसवायचा असेल, तर रोज सकाळी लागणारे आणि आरोग्य, पोषणाशी संबंधित उत्पादन म्हणून दुधाची निवड केली. चांगल्या गुणवत्तेचे देशी गाईचे दूध. हा प्रयोग यशस्वी ठरला. एका महिन्यात पुणे, पिंपरी-चिंचवडमधून ४३५ ऑनलाइन ग्राहक मिळाले. रोज ४०० लिटर दुधाची विक्री करतोय. दिवसेंदिवस मागणी वाढतेय. ब्रँडबरोबर लोक जोडले जातायत. दुधाची गुणवत्ता आणि आमची सॅटिस्फायिंग यामुळे खूश झालेल्या लोकांकडून आता सॅट्रिय धान्य, भाजीपाला, फळे, गावरान अंडी, प्रक्रिया उत्पादनांची मागणी होऊ लागली आहे. लवकरच त्यात आम्ही उतरणार आहोत.'

जयवंत विकास पाटील हा धुळे जिल्ह्यातील मध्यमवर्गीय कुटुंबातील मुलगा. वडील शिक्षक. जयवंतने बीई (इलेक्ट्रॉनिक्स) पूर्ण केल्यानंतर २००७ मध्ये पुण्यातील नामांकित आयटी कंपनीत त्याला नोकरी मिळाली. नोकरीचे, कामाचे रहाटगाडगे सुरु झाले; पण आपण आयटी क्षेत्रापेक्षा वेगळे काही तरी करावे, असे जयवंतच्या डोक्यात होते; पण नेमके काय करायचे, याचा अंदाज येत नव्हता. सन २००९ मध्ये जयवंत डॉ. अभय बंग यांच्या गडचिरोली येथील 'निर्माण' उपक्रमात सहभागी झाला. यातून त्याला दिशा मिळाली.

'नोकरी सुरु ठेवून दोन वर्षांच्या निर्माण उपक्रमात सहभागी होण्याची संधी मिळाली. तिथे आरोग्य, शेती, पर्यावरण, ग्रामविकास, लेखन, शिक्षण अशा वेगवेगळ्या क्षेत्रातील लोकांच्या ओळखी झाल्या. तिथेच मला बाएफ संस्थेत धान्य पिकांच्या देशी बियाणांवर काम करणारा संजय पाटील भेटला. त्याच्याकडून शेतीचे अनेक पैलू कळाले. अधिक अभ्यासातून आवड निर्माण होत गेली. आजही बाजारभाव शेतकऱ्यांच्या हातात नाही. हे लक्षात घेऊन शेती निविष्टांचा खर्च कमी करता येईल का, यावर विचार करू लागलो. बियाणे, खते, कीडनाशके आणि मजुरी यातील मजुरी सोडली तर काही प्रमाणात निविष्टांच्या खर्च कमी करणे शक्य आहे. या दरम्यान सॅट्रिय शेतीची माहिती मिळाली. उपलब्ध पालापाचोळा, शेणखतातून सॅट्रिय खतनिर्मिती, वनस्पतीजन्य कीडनाशके, चांगले उत्पादन देणाऱ्या पिकांच्या देशी जातींची लागवड, मिश्र पीक पद्धती या गोष्टी चर्चेतून कळत गेल्या;



झेंडू, भाजीपाला व्यवस्थापनात रमलेला जयवंत पाटील.

परंतु स्वतःची शेती नसल्याने प्रत्यक्ष अनुभव घ्यायचं ठरवलं," जयवंत सांगतो.

या दरम्यान, पुण्याजवळ सेंद्रिय पद्धतीने शेती करणाऱ्या शेतकऱ्यांना जयवंत भेटला. त्यांच्याकडून लागवड ते मार्केटिंगचे गणित समजावून घेतलं. चर्चेमध्ये शेतकरी म्हणाले, की आम्ही सर्व काही सेंद्रिय पद्धतीने करतो, उत्पादनही दर्जेदार घेतो, शहरी ग्राहकांकडून मागणी आहे, परंतु आम्ही या ग्राहकांपर्यंत पोचू शकत नाही. आम्हाला शेतमाल विकताना अडचणी येतात. हा एक महत्त्वाचा प्रश्न समोर आला. जयवंतने त्यावर काम करायचे ठरवले. सेंद्रिय उत्पादन घेणाऱ्या शेतकऱ्यांचा शेतमाल पुण्यात विकायचे ठरविले. माहिती तंत्रज्ञान क्षेत्रातील कामाचा अनुभव होता. त्यामुळे ऑनलाइन पोर्टल तयार करून शेतकरी ते ग्राहक असा दुवा बनवण्याचे ठरवले. त्याने २००९ साली शनिवार, रविवार पुण्याच्या आसपास असणाऱ्या सेंद्रिय उत्पादक शेतकऱ्यांच्या शेतीला भेटी देऊन उत्पादन, बाजारपेठेचा अभ्यास सुरु केला. हे काम सोपे नाही, हे हळूहळू त्याच्या लक्षात येऊ लागले.

प्रत्यक्ष शेतीचा अनुभव

हे करताना 'कर के देखो' हा 'निर्माण'चा नारा डोक्यात होता. त्यामुळे स्वतः शेती करण्याचा निर्णय घेतला. त्यातूनच जयवंत आणि त्याच्या दोन मित्रांनी २०१० साली वाडेगव्हाणला साडेअकरा एकर हलकी, माळ जमीन विकत घेतली. दोन वर्षांतच मालविका गायकवाड त्यांच्या प्रकल्पात सहभागी झाली. तीसुद्धा आयटी क्षेत्रातली. "माझ्या मित्रांनी आर्थिक गुंतवणूक म्हणून शेतजमीन खरेदी केली होती; मी आणि मालविका मात्र प्रत्यक्ष शेती करू लागलो. पहिल्यांदा जमीन समतल केली. बागायती करण्यासाठी पाइपलाइन केली. मजुरांना रहाण्यासाठी घरे बांधली. पायाभूत सुविधांच्या उभारणीत २० ते २५ लाखांचा खर्च झाला. पहिली तीन वर्षे शुक्रवार दुपार ते रविवार संध्याकाळपर्यंत शेती आणि बाकीचे दिवस आयटी कंपनी, असे आमचे शेड्यूल होते. या शेतीत पारंपरिक पिकांच्या बरोबरीने सेंद्रिय शेतीची सुरवात केली," जयवंत म्हणाला.

दोन वर्षांतले अनुभव चढ उताराचेच होते. म्हणावा तसा आर्थिक फायदा झाला नाही; परंतु दुसऱ्या बाजूला या मंडळींचा मार्केटिंगचा अभ्यास सुरुच होता. त्यांना ओळखीतून कळाले, की पुणे शहरातील बऱ्याच जणांना सेंद्रिय भाजीपाला, धान्य वर्षभर हवे आहे. ते ठराविक दर बांधून पैसे देण्यासही तयार आहेत. त्यांच्यापैकी काही जणांशी बोलणे झाले. जयवंत आणि मालविका यांनी ग्राहकांच्या मागणीनुसार शेतात १० ते १२ प्रकारचा भाजीपाला लावला. तसेच लेट्यूस, आइसबर्ग, बेबीकॉर्न, ब्रोकोली, पॉकचॉय या विदेशी भाजीपाल्याचीही लागवड केली. पहिल्यांदा ग्राहकांकडून चार महिन्यांची मागणी होती. त्यानंतर वर्षभराचे ग्राहक तयार झाले. काही प्रमाणात मॉलला भाजीपाला पुरवला; परंतु आर्थिक गणित जमले नाही. त्यामुळे पुण्यातील सेंद्रिय भाजीपाला विक्रेत्यांच्या माध्यमातून

विक्री सुरु केली. यातून सेंद्रिय भाजीपाला, धान्य उत्पादक शेतकऱ्यांशी ओळखी झाल्या. "दरम्यानच्या काळात वाडेगव्हाण आणि परिसरातील आठ सेंद्रिय उत्पादक शेतकऱ्यांचा गट आम्ही तयार केला. प्रमाणीकरणही (सर्टिफिकेशन) मिळाले. पुणे, मुंबईतील सेंद्रिय होलसेल विक्रेते, रिटेलर यांच्याशी बोलून गटातील शेतमालाची विक्री वाढविली. मी आणि मालविकाने २०१० ते १५ पर्यंत नोकरी करत नफा न घेता शेती आणि शेतमाल विक्रीचे जमेल तसे नियोजन पाहिले. वेगवेगळ्या ठिकाणी फिरलो," जयवंत सांगतो.

'स्टार्टअप'च्या दिशेने...

हा सगळा अनुभव गाठीशी आल्यावर माहिती तंत्रज्ञान क्षेत्रातील कौशल्य वापरून जयवंत आणि मालविकाने स्वतःची स्टार्टअप कंपनी सुरु करण्याचे ठरवले. शेतकरी ते ग्राहक अशी ऑनलाइन साखळी विकसित करणे हे या कंपनीचे उद्दिष्ट. या दोघांनी ऑक्टोबर २०१५ मध्ये आयटी कंपनीतील नोकरी सोडली. स्वतःच्या कंपनीच्या उभारणीसाठी सगळी जुळवाजुळव सुरु केली. एप्रिल २०१६ मध्ये 'द ऑर्गॅनिक कार्बन प्रायव्हेट लिमिटेड' कंपनी रजिस्टर झाली. जयवंत आणि मालविका प्रमोटर आहेत. या वाटचालीबाबत जयवंत म्हणाला, "कंपनीत आम्हा दोघांची आणि काही मित्रांची गुंतवणूक आहे. ऑर्गॅनिक कार्बन अर्थात सेंद्रिय कर्ब हा जमिनीच्या गुणवत्तेचा एक प्रमुख घटक. त्यामुळे आम्ही 'द ऑर्गॅनिक कार्बन' हे नाव दिले. कंपनीच्या माध्यमातून शेतकरी ते ग्राहक साखळी विकसित करतोय. 'क्लायमेट स्मार्ट डिजिटल ऑर्गॅनिक फार्मिंग' ही आमची थीम आहे. गेल्या सहा वर्षांत आम्ही राज्यभरातील सेंद्रिय शेतकरी तसेच ग्राहकांशी जोडले गेलेय. सध्या माझ्याकडे ८०० शेतकऱ्यांचा डेटा आहे."

'द ऑर्गॅनिक कार्बन'ने देशी गाईच्या दुधापासून सुरवात केली. देशी गाईला वशिंग असते. त्याला इंग्रजीत हंप म्हणतात. म्हणून कंपनीने 'हंपी ए-२' (Humpy A2) या ब्रँडने दुधाची विक्री सुरु केली. जयवंत म्हणाला, "आमच्याशी आधीपासून जोडलेले ग्राहक होतेच. शिवाय व्हॉट्सअप आणि फेसबुकवरून अप आणि दुधाची जाहिरात केली. त्याला ग्राहकांनी चांगला प्रतिसाद दिला. ग्राहक मोबाईलवर आमचे अप डाउनलोड करून दुधाची मागणी नोंदवितात. त्यानुसार पुरवठा केला जातो. ग्राहकांकडून महिनाभराचे आगाऊ पैसे आमच्या खात्यात जमा होतात. देशी गाईचे दूध हे आमच्या सेंद्रिय गटातील शेतकऱ्यांकडून येते. दूध गोळा करण्यासाठी गटातील दोन शेतकऱ्यांकडे जबाबदारी आहे. आम्ही दर १५ दिवसांनी शेतकऱ्यांना दुधाचे पेमेंट देतो. दूध वाहतुकीच्या गाडीमध्ये आम्ही सुधारणा केली. बल्क मिल्ककूलरची सोय करत आहोत. गोठ्यात दूध गोळा करण्यापासून ते बाटली भरेपर्यंत चारवेळा तपासणी केली जाते."

सध्या पुणे शहर, पिंपरी-चिंचवडमधील ४३५ ग्राहकांना दररोज एकूण ४०० लिटर दुधाची विक्री होते. मागणीनुसार काचेच्या बाटलीतून





मालविका गायकवाड उत्पादनाचे ब्रँडिंग आणि ग्राहकांशी संवाद साधण्याची जबाबदारी सांभाळते, तर बाजारपेठेचे नियोजन जयवंत पाटील पाहतो.

देशी गाईचे दूध पोचविले जाते. पाश्चराइझ आणि पाश्चराइझ न केलेले अशा दोन्ही प्रकारचे दूध पुरवले जाते. दूध पाश्चराइझ करण्यासाठी पुण्याजवळील भुकूम येथे प्रक्रिया केंद्र उभारले आहे. दूध वितरणासाठी ११ माणसे काम करतात. तसेच दोन वितरण कंपन्यांशी करार केला आहे. प्रत्येक ग्राहकाला क्यूआर कोड दिला आहे. त्यावर सर्व नोंदी होतात. "आम्ही १४ दिवसांची ट्रायल ऑफर देतो. त्यात ९९ रुपये प्रतिलिटर दुधाचा दर असतो. जो ग्राहक पुढे दूध घेईल त्याला आम्ही ८९ रुपये प्रतिलिटर या दराने दुधाचा पुरवठा करतो. येत्या काही दिवसांत दुधाच्या बरोबरीने तूप, दही, चीज, श्रीखंड विक्रीचे नियोजन

पूर्ण झाले आहे," जयवंतने माहिती दिली.

सध्या ४२ पशुपालकांकडून दूध गोळा केले जात आहे. बहुतेकांक गीर गाई आहेत. त्यांना सेंद्रिय पद्धतीने चारा पीक लागवड, जनावरांच्या आरोग्य व्यवस्थापनाची माहिती दिली जाते. चांगल्या दर्जाचे पशुखाद्य उपलब्ध करून दिले जाते. गटातील पशुवैद्यकांच्या शिफारशीनुसार आयुर्वेदिक, होमिओपॅथी उपचार केले जातात. अन्त्या पशुपालकांच्या मदतीने प्रत्येक गोठ्यात जातिवंत दुधाळ गीर गाय ठेवण्याचा प्रयत्न आहे. देशी गाईची प्रतिकारशक्ती चांगली असल्याने फारसा औषधोपचार करावा लागत नाही. दहा गाईंचा गट तयार करून



मोबाईलवर मार्केट

Raw A2 Milk
Fresh, Unprocessed milk with natural enzymes and immunity building good bacteria

CHOOSE PLAN

Pasteurised Milk
Ready-to-drink rich and creamy milk with farm-fresh goodness

CHOOSE PLAN



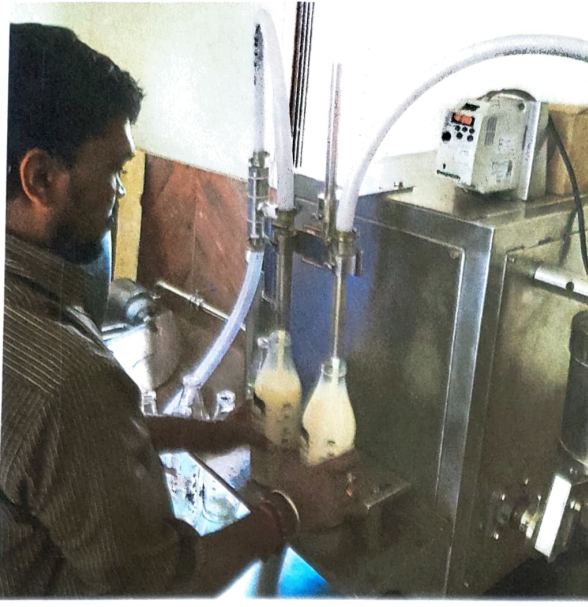
ग्राहकांच्यासाठी बनविलेले ॲप

जयवंत आणि मालविकाने दूध आणि शेतमाल विक्रीसाठी मोबाईल ॲप तयार केले आहे. मालविका म्हणाली, की येत्या दोन वर्षात कॉम्प्युटरचा डेस्कटॉप मागे पडेल आणि सगळे काही मोबाईलवर असेल. दर सहा महिन्यांनी मोबाईल तंत्रज्ञान बदलतेय. त्यामुळे मोबाईल हेच आमचे विक्री केंद्र. आमच्या ॲपवरून १ ऑगस्ट २०१७ पासून देशी गाईच्या दुधाची विक्री सुरु केली. येत्या काळात हंपी ब्रँडने दुधाच्या बरोबरीने सेंद्रिय धान्य, भाजीपाला, फळे, डाळी, गूळ, देशी कोंबड्यांची अंडी, तेलघाणीतील तेल, स्टिव्हिया पावडर, स्फिरुलिना पावडरची विक्री करणार आहोत. त्या दृष्टीने तयारी सुरु असल्याचे तिने सांगितले.



२६

संक्रान्त अंगोवन दिवाळी २०१७



स्वयंचलीत यंत्रावर दुधाच्या बाटल्या भरल्या जातात.

त्यांचे दूध ए २ प्रमाणीकरणासाठी दिले जात आहे. गाईचे टॅगिंगही केले आहे. प्रत्येक गाईचे दूध उत्पादन, एसएनएफ, फॅटची नोंद होते. ती ऑपवरही दिसते.

फॅमिली फार्मर

फॅमिली डॉक्टरच्या धर्तीवर फॅमिली फार्मर ही संकल्पना विकसित करण्यात आली आहे. ग्राहक व शेतकरी यांच्यात थेट नातं निर्माण व्हावं, त्यांच्यातील बंध घट्ट व्हावेत, हा त्या मागचा उद्देश. जयवंतच्या 'स्टार्टअप'शी जोडलेला प्रत्येक शेतकरी हा एकात्मिक पद्धतीने शेती करणारा असेल, अशा पद्धतीने त्यांचे नियोजन सुरु आहे. हंगामानुसार विविध प्रकारचा भाजीपाला, धान्य, देशी गाई, देशी

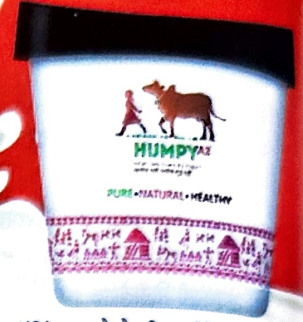


शीतगुहात ठेवलेल्या दुधाच्या बाटल्या.

कोंबड्या, शेळीपालन आणि प्रक्रिया उद्योग या शेतकऱ्यांकडे असेल. त्यामुळे वर्षभर हे शेतकरी हंगामानुसार सॅन्ड्रिय उत्पादने पुरवतील. ग्राहकांच्या गरजा पूर्ण करता येतील. यातून शेतकऱ्यांचे आर्थिक चक्र वर्षभर सुरु राहील. आता शेती करायचे म्हणजे एकेकट्याने राबण्यात मतलब नाही, तसेच नुसतं पिकवून भागणार नाही. तर समूहशक्तीची वज्रमूठ करून शेतकरी आणि ग्राहक यांच्यातली दरी भरून काढावी लागेल. तरच भविष्यात शेतीधंद्यात टिकून राहता येईल. नव्हे नवी भरारी घेता येईल. त्या दृष्टीने आमचे मॉडेल अधिक विस्तारण्यासाठी प्रयत्न करणार आहोत, असे जयवंतने सांगितले. येत्या काळात शेतकरी आणि आयटी पदवीधरांच्या सहयोगातून प्रत्येक जिल्ह्यात हे मॉडेल उभे करण्याचे जयवंत आणि त्याच्या सहकाऱ्यांचे स्वप्न आहे.



ग्राहकांच्यापर्यंत दुधाच्या बाटल्या सुरक्षित पोहचविण्यासाठी दुचाकीवर बसविलेल्या खास प्रकारच्या बॅग्स.



आकर्षक पॅकिंगमध्ये देशी गाईचे दूध आणि

◆ माहिती तंत्रज्ञानाची मिळणार जोड

माहिती तंत्रज्ञान कंपनीत काम केल्यामुळे जयवंतचा अमेरिकेतील काही कंपन्यांशी संपर्क आहे. या कंपन्या शेतीमध्ये माहिती तंत्रज्ञानाचा वापर कसा करता येईल याबाबत संशोधन करतात. एका कंपनीने ड्रोन विकसित केला आहे. त्यामध्ये बारा सेन्सर आहेत. या सेन्सरमध्ये आपल्या शेतीच्या चारही सीमा नोंदविल्या, की हा ड्रोन शेताच्यावर ठराविक उंचीवर फिरतो. त्यातील यंत्रणेत शेती परिसरातील तापमान, जमिनीतील ओलावा, आर्द्रता, पानातील अन्नद्रव्यांची कमतरता नोंदविली जाते. अगदी पिकावरील शत्रू कीड आणि मित्र किडींचीही माहिती मिळते. यंत्रणेत जमा झालेल्या माहितीचे विश्लेषण करून २ ते ३ वर्षांचा डेटा शेतकऱ्यांकडे जमा झाला, की परिसरातील वातावरणाचा अभ्यास करून पुढील काळात हंगामाचे नियोजन करणे शक्य होईल. ठिबकमध्ये स्वयंचलित यंत्रणा आहे. त्याच्या जोडीला सॉइल सेन्सर जोडला तर ओलावा कळून नेमके किती पाणी घ्यायचे हे कळते. दर ९० सेकंदाला सेन्सर संगणकास माहिती पाठवितो. त्यामुळे जमिनीतील ओलाव्यानुसार स्वयंचलित ठिबक यंत्रणा चालते. अशा पद्धतीची नवनवीन तंत्रे येत्या काळात शेतकऱ्यांपर्यंत पोचविणार आहेत, असे जयवंत म्हणाला.



◆ अकरावीच्या पुस्तकात धडा

अकरावी इयत्तेच्या मराठी विषयाच्या युवक भारती या पुस्तकात जयवंत पाटील यांच्या धडपडीवर आधारित 'आयटीतज्ज्ञ-शेतकरी' हा धडा समाविष्ट करण्यात आला आहे. आहे. जयवंतचा आयटी इंजिनियर ते शेतकरी हा प्रवास त्यात रेखाटला आहे.

✉ : जयवंत पाटील, ७६२०९९८९९

