

CONNECTING FARMERS AND METROPOLITAN CONSUMERS IN INDIA

Tarannum Kadarbhai

- ◉ “What do we live for, if it is not to make life less difficult for each other?” ~George Eliot
- ◉ Which one of this is true in case of producers and consumers towards each other?
- ◉ Consumption is the sole end and purpose of all production; and the interest of the producer ought to be attended to, only so far as it may be necessary for promoting that of the consumer.
Adam Smith

भाव (प्रतिकिलो, रुपये)

पोड रस्ता	मिहगड रस्ता
४० ते ५०	४० ते ५०
६० ते ६५	६० ते ६५
४० ते ४५	३० ते ३५
२० ते २५	२० ते २५
६० ते ६५	६० ते ६५
४० ते ४५	४० ते ४५
२० ते २५	२० ते २५

वारजे	विववेवाडी
५० ते ६०	६० ते ६५
६० ते ६५	६० ते ६५
३० ते ३५	३० ते ३५
२० ते २५	२० ते २५
६५ ते ७०	६० ते ६५
५५ ते ६०	५० ते ५५
२० ते २५	३० ते ३५

गोखलेनगर	केशवनगर
६० ते ७०	५० ते ५५
५० ते ५५	७० ते ७५

भाज्या कडाडल्या; बजेट कोलमडले

कात्रज, ता. २९ : सलग तीन महिने कांद्यासह भाजीपाला, फळभाज्यांचे वाढलेले भाव कमी होतील, या प्रतीक्षेत असलेल्या कात्रज व धनकवडीतील ग्राहकांना पितुपंधरवड्यात गवार, भेंडी, कारले, लाल भोपळा, मेथीच्या वाढलेल्या भावाने अधिकच मेटाकुटीस आणले आहे. स्वस्त भाजीच्या शोधात तासभर बाजारात घुटमळणाऱ्या महिलांच्या पदरी मात्र निराशा आली आहे.

धनकवडी, बालाजीनगर, भारती विद्यापीठ परिसर, आंबेगाव पठार या परिसरात कांद्याचा भाव साठ रुपये किलो; तर कात्रजमध्ये पन्नास रुपये किलो आहे. कोथिंबीची गड्डी तीस रुपयांना, तर मेथीने वीस रुपये भाव खाल्ला आहे. किलोत खरेदी करण्याची ऐपत नसणाऱ्या बहुतांश सर्वसामान्यांना पाच किलोने फळभाज्यांच्या खरेदीत किलोमागे दहा रुपयांचा नाहक भुर्दंड सोसावा लागत असल्याचे चित्र आहे.

बटाटा, कोबी वीस रुपये आणि टोमॅटो तीस रुपये किलो, हा क्षणभर दिलेला देणार भाव वगळता

परलोवर, काकडी, कारले, मिरची, दोबळी मिरची, वांगी, दोडका, भेंडी पन्नास रुपयांपर्यंत पोचण्याच्या तयारीत आहेत. वाटाण्याने किलोला एकशेवीस रुपयांपर्यंत उसळी मारली आहे. विक्रेत्याला भाज्यांचे भाव सांगायची हिंमत होत नाही, तर भाव ऐकायची ताकद ग्राहकात उरली नसल्याची स्थिती भाजी मार्केटमध्ये आहे. धनकवडीतील भाजी विक्रेते रामभाऊ वाघभसे म्हणाले, “मार्केट यादीत जागीच भाजी महाग मिळत आहे. नाइलाजाेने महाग विक्री करावी लागत आहे. आमच्या विक्रीवरही परिणाम झाला आहे. शेतकरी, विक्रेते आणि ग्राहक भरडला जात आहे. दलालांची मात्र चंगळ आहे.”

मीना बुरसे या कोंढव्यात खानावळ चालवतात. त्या स्वस्त भाजीच्या शोधात कात्रज भाजी मार्केटमध्ये आल्या होत्या. त्यांच्या मते मार्केट यादीत भाजी खरेदीपेक्षा उपमार्गातील भाजी मार्केटमधील भाजी खरेदी निश्चितच महाग आहे. मार्केट यादीत सातशे रुपयांत मिळणाऱ्या भाजीसाठी कात्रजमध्ये एक हजार रुपये खर्च करावे लागत असल्याचे त्यांनी सांगितले.



विववेवाडी : स्वामी विवेकानंद मार्गावरील रम्यनगरी सोसायटीसमोर सकाळी भाजीविक्रेते रस्त्यावर भाजी विकतात. त्यामुळे येथे मंडईचे स्वरूप आले आहे.

विक्रेत्यांकडील भावात तफावत

विववेवाडी, ता. २९ : छत्रपती शिवाजी मार्केट यादीतील भाजीपाला, फळांचे भाव आणि परिसरात विक्री करणारे भाजीवाल्यांच्या दरात तफावत आढळते. मार्केट यादीत भेंडीचा भाव तीस रुपये किलो; तर किरकोळ विक्रेत्यांकडे पंचेचाळीस ते पन्नास रुपये किलो असा आहे. मार्केट यादीत किरकोळ विक्री होत नसल्याने किमान पाच किलोप्रमाणे खरेदी करावी लागते. विववेवाडीत भाजी मंडई नसल्यामुळे स्वामी

विवेकानंद मार्गावरील रम्यनगरी सोसायटी, भारत ज्योती बसथांबा, इंदिरानगर पट्टेश सोसायटी चौक, अग्रर बस डेपो भागात भाजीवाले रस्त्यावर भाजीची विक्री करतात. विववेवाडीतील गृहिणी सुनीता मळादेश्वर म्हणाल्या, “मार्केट यादीच्या तुलनेत येथे भाज्या काही वेळा दुप्पट पैसे देऊन घ्याव्या लागतात. घराजवळच्या चार-पाच जणांनी मार्केट यादीत एकत्र भाजीची खरेदी केली तर चाळीस ते पन्नास टक्क्यांपर्यंत बचत होते.” भाजीविक्रेते प्रकाश मारणे व अंकुश नवळे

म्हणाले, “ज्या प्रमाणात भाज्यांची मार्केट यादीत आवक होते त्या प्रमाणे विक्री करावी लागते. आवक कमी असलेल्या भाज्यांचे दर महाग असतात; परंतु त्या लवकर खपतात. मार्केटमध्ये दोन तीन किलोच्या खरेदीने भाज्या घेऊन किरकोळ विक्रीला परवडत नाही. त्यात भाज्या शिल्लक राहिल्यास शिळ्या भाज्या फेकून द्याव्या लागतात.”

आवक घटली

वारजे, ता. २९ : मार्केट यादीमध्ये भाज्यांची आवक कमी होत असल्याने किमतीतली वाढ झाली आहे.

योग्य झाले आहे. एका कुटुंबासाठी आम्हाला किमान एक किलो भाजी खरेदी करावी लागते. त्यासाठी ७० ते ८० रुपये खर्च होतो. त्यामानाने



श्रीरंग वाल्हेकर राखी येवले

भाज्यांचे नुकसान

मागणी वाढल्यामुळे भाव दुप्पट

मुंबवा, ता. २९ : पितुपंधरामुळे भाजीपाल्याला मागणी वाढल्यामुळे त्याचे भावही वाढले आहेत. भाज्यांचे भाव नेहमीच्या तुलनेत



महागाई पाचपटीने वाढली; पण पगारात वाढ नाही, त्यामुळे घर चालविणे मुश्कील होते. भाजीपाला खरेदी करताना अर्धा किलोऐवजी पाच किलो खरेदी कराव्या

आर्थिक अंदाजपत्रकावर महागाईमुळे परिणाम

पौड रस्ता, ता. २९ : भाज्यांचे भाव वाढल्यामुळे कुटुंबाचे आर्थिक अंदाजपत्रक कोलमडले आहे. पौड रस्त्यावर किनारा परिसर, सुतार दवाखाना, माथवड मंडई येथे भाजी खरेदीसाठी ग्राहकांची गर्दी असते. दहा ठिकाणी चौकशी केल्यावर सोन्याच्या भावाप्रमाणे सगळीकडे एकच भाव आढळतो. घासाधीस



आमच्या डोळ्यांत कांढ्याने अक्षरशः पाणी आणले आहे. कांदा खरेदी ही आता चैनीची आणि प्रतिष्ठेची बाय मानली जात आहे. सोन्यासारखी किंमत कांढाला आली आहे. ज्योती जाधव



कांढाचे भाव एवढे वाढले आहेत की, सत्तीचा चातुर्मास पाळावा लागला. ज्यात कांदा लागतो त्या भाज्या टाळल्या. कांढाऐवजी ओल्या नारळाचा वापर वाढवला.

लता मोहकर



भाज्यांचे भाव वाढल्याने सर्वसामान्य कुटुंबांचे आर्थिक गणित कोलमडले आहे. रॉकेलप्रमाणे कांदाही रेशनवर मिळण्याची व्यवस्था करण्याची आवश्यकता आहे.

नंदा वामगुडे

कांढाचे भाव विचारायचेही भीती वाटते. महिन्याला चार किलो कांदा घ्यायचे. आता एक कांदा सकाळी आणि संध्याकाळी अर्धा वापरून दिवस काढावा लागत आहे.

अनिता कडू



“भाज्यांपेक्षा आजकाल जीवन जगणंही अशक्य झाले आहे. त्यासाठी सरकारने यावर नियंत्रण ठेवणे गरजेचे आहे.”

भाव वाढल्याने कोटकसर करावी लागते. घरात भाजी बनविताना शिल्लक राहणार नाही, याची काळजी घ्यावी लागते.

पालक, तांदळा, लसूण, पालक, शेपू, चुका या पालेभाज्या २० रुपये पेंडी असे भाव आहेत.



आहे. त्या काळात महिलांचा उपास असल्यामुळे भाज्यांचे भाव थोडे कमी होतील.

गोपाल सेजेराव



हडपसर भाजी मंडई : आवक घटल्याने व पितुंधरवड्या मूल असल्याने भाज्यांचे दर गगनाला भिडले आहेत.

महागाईवर पावसाचाही परिणाम

हडपसर, ता. २९ : पितुंधरवड्यामुळे भाज्यांचे भाव सामान्यांच्या आवक्याबाहेर गेले आहेत. पावसामुळे भाजी पिकांचे नुकसान झाले आहे. किरकोळ बाजारात कांदा ४० ते ४५, तर हिरवी मिरची ३० ते ३५ रुपये किलो, कोथिंबीर २० ते ३० रुपये जुडी, टोमॅटो २० ते २५, पालक ४० ते ५० रुपये, भेंडी ३५ ते ४०, चवळी ३० ते ४०, शिमला मिरची ३५ ते ४०, कारले ३० ते

३५, काकडी २५ ते ३०, गाजर ३० ते ४०, तोंडले ६० ते ७०, आले ८० ते १००, लसूण ७५ ते १००, भेंडी ४० ते ४५, गवार ६० ते ६५, फुलकोबी ४० ते ५०, पताकोबी ३५ ते ४०, वांगे ५० ते ६०, बटाटे २० ते २५, दोढके ३५ ते ४० प्रतिक्विलो विक्रीला आहे. या शिवाय, मेथी ४० रुपये, पांढरा मुळा ३० ते ५० रुपये, पालक २० रुपये जुडी असा भाव सुरू आहे.

भाज्यांच्या दरवाढीचा फटका ग्राहकांबरोबरच हॉटेलचालक, भेळविक्रेते व भोजनालयांनाही बसत आहे. पितुंधरवड्या संपल्यानंतर भाज्यांचे भाव कमी होण्याची शक्यता आहे. मात्र पाऊस वाढला तर भाज्यांचे नुकसान झाले म्हणून भाज्यांचे भाव चढेच राहतील.

अनिल काळे, विक्रेते



पावसामुळे अथवा पितुंधरवड्यामुळे भाज्या महागल्या, हे अर्धसत्य आहे. गलेलढ पगार घेणारे ग्राहक, विक्रेते सांगतील तितके पैसे देऊन भाज्या खरेदी करतात, त्यामुळे सर्वसामान्यांचे गणित कोलमडले आहे.

सुनीता जगताप, गृहिणी

भाववाढीमुळे सर्वसामान्यांच्या डोळ्यांत पाणी धानोरीमध्ये मागणीत वाढ

गोखलेनगर, ता. २९ : बी. डी. किल्लेदार भाजीमार्केटच्या रस्त्यावर मोठ्या प्रमाणात गर्दी असते. किरकोळ विक्रेत्यांना भाजीमार्केटपेक्षा भाज्या आणून विकणे परवडत नसल्याचे अनेकांनी सांगितले. कांढासोबत इतर भाज्यांचे भावही सामान्य नागरिकांच्या डोळ्यांत पाणी आणत आहेत.

आर्थिक गणित कोलमडले

औंध : औंध, पाषाण परिसरात

चाळीस वर्षांपासून या ठिकाणी भाजी व्यवसाय करतो. मार्केटमध्येच भाज्यांचे भाव जास्त असल्याने भांडवल जास्त लागते. येथे जास्तीत जास्त ड्रॉपडपट्टी भाग असल्याने विक्रेत्यांनाही भाज्यांचे भाव परवडत नाहीत. काही वेळेस निम्मी भाजी फेकून टावी लागते, त्यामुळे कमी भावात विक्री करावी लागते.

शिवाजी वाघमारे, भाजीविक्रेते

भाज्यांचे भाव परवडत नाहीत. रोजंदारीवर १०० ते १५० रुपये हजेरी मिळताना भाज्या घेणे परवडत नाही. काही गरजेच्या वस्तू अर्धापाव घ्याव्या लागतात. कडधान्यांचाच आधार घ्यावा लागत आहे.

राधिका पटेल

धानोरी, ता. २९ : पितुंधरवड्यामुळे भाज्यांची मागणी वाढल्यामुळे भाव वाढले आहेत, त्यामुळे फळभाज्या व पालेभाज्यांची खरेदी करताना सर्वसामान्य नागरिकांचे बजेट कोलमडले आहे.

धानोरी विद्यानगर परिसरात किरकोळ बाजारात किस, गवार ८० रुपये किलो, काकडी, भेंडी, वांगे, शिमला मिरची, पावट, गाजर आदी प्रत्येकी ६० रुपये किलोने विकले जात आहे.

टोमॅटो वीस रुपये किलोने विकले जात आहेत. परिसरातील भाजीविक्रेत्यांकडे कमी-अधिक प्रमाणात भाव चढेच आहेत. पितुंधरवड्यामुळे ही भाववाढ झाली असून, लवकरच भाज्यांचे भाव उतरतील असे भाजी विक्रेते गौतम बनसोडे यांनी सांगितले. भाज्यांचे भाव वाढल्यामुळे कडधान्यांचा वापर करावा लागत असून गृहिणींचे बजेट कोलमडले आहे, असे धैरवगर येथील गृहिणी शेवंता शिर्के यांनी सांगितले.

महागाई वाढली म्हणून जगणं नाही सोडून देता येत...

शेतकऱ्यांकडूनही विक्री

IN THIS PRESENTATION

- ◉ Conventional supply chains in India
- ◉ Initiatives by 3 different stakeholders
 - a) Government initiative
 - b) Farmers initiative
 - c) NGO initiative



CONSUMER EXPENDITURE PATTERN

Figure 35: Food constitutes the biggest segment of the monthly household spending

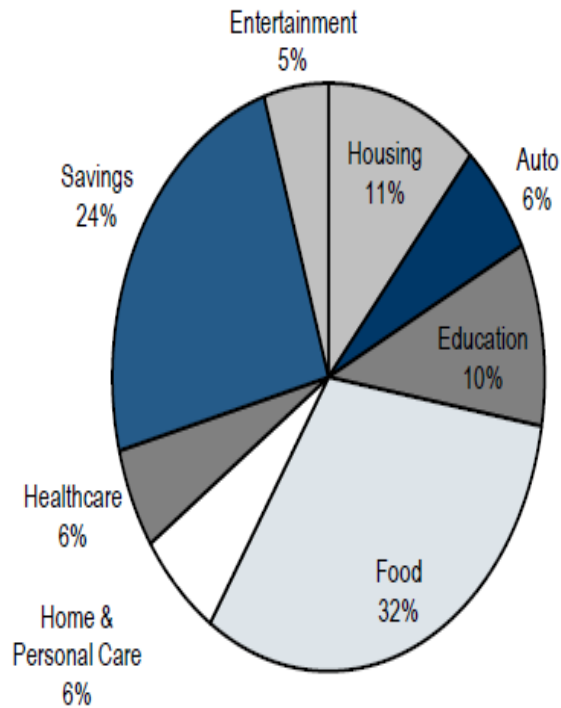
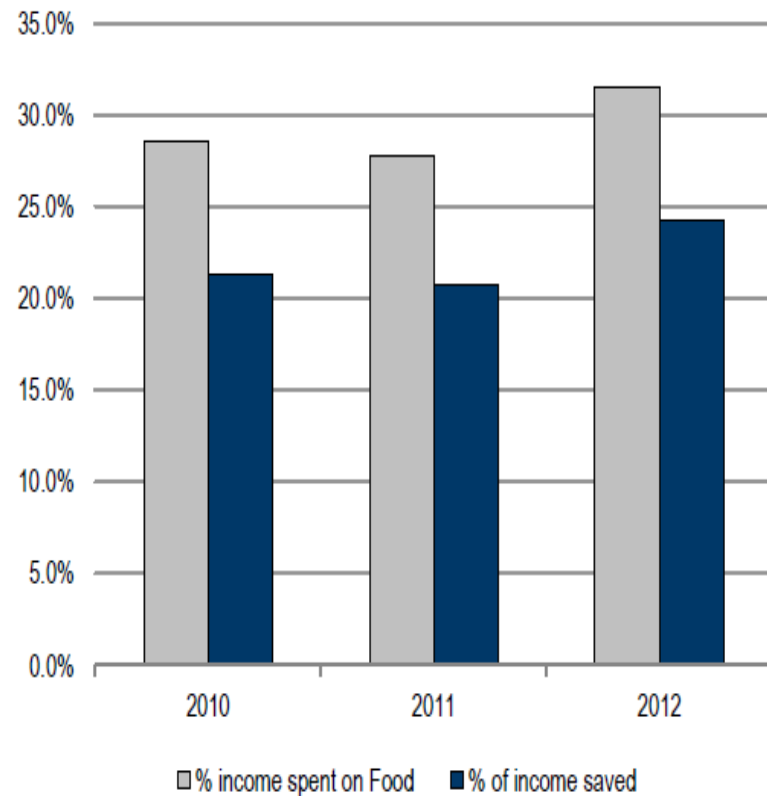


Figure 36: Indians are now saving more; spending on food also increased

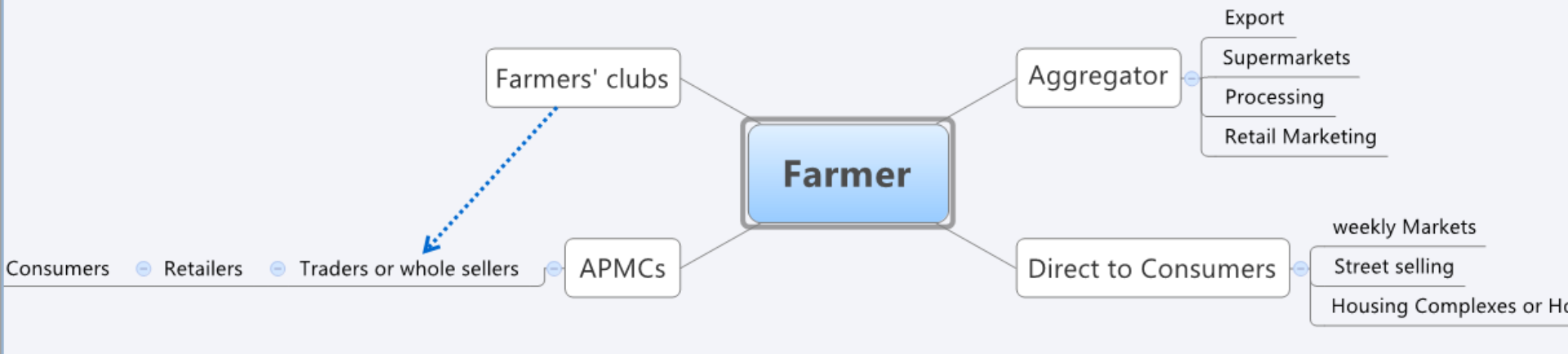


MAJOR DRIVERS OF CHANGE IN THE FOOD DEMANDS IN METRO POLES

- ◉ Changing age structure (53.7% below 25 yrs & 65% below 35yrs)
- ◉ Changing food habits: convenience & western food
- ◉ Growing health and food quality consciousness
- ◉ Rising incomes :Urban consumers 40.7% Spend on food
- ◉ Increasing working women

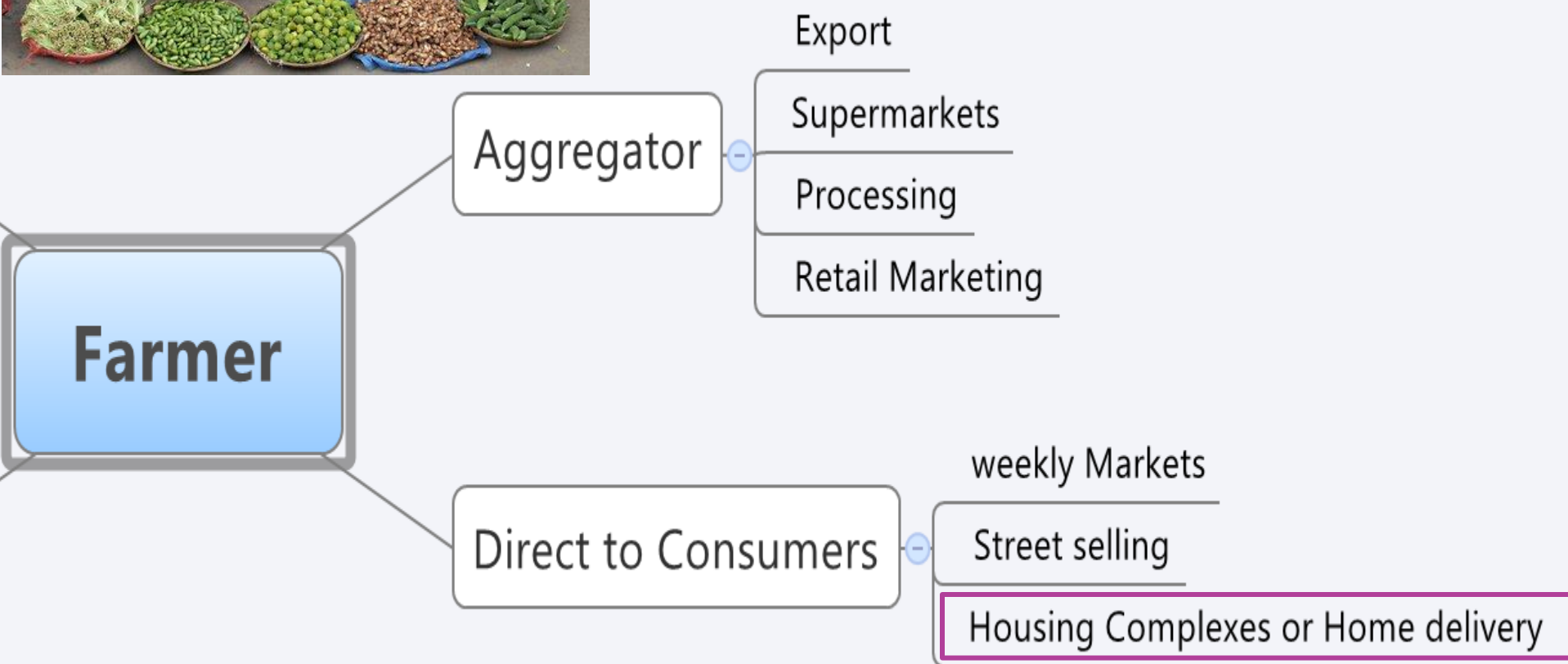


CURRENT SUPPLY CHAINS LINKING FARMERS AND CONSUMERS



Aggregators:

- ◉ Individual traders or farmers
- ◉ Super markets with their own selling network
- ◉ Private companies in exports or processing
- ◉ Cooperatives mainly in Milk or fruit industry



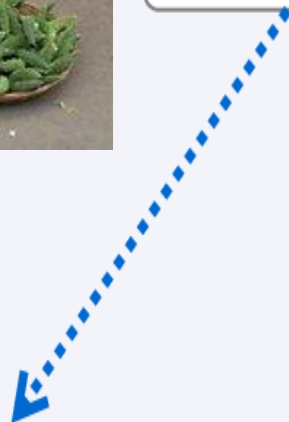


Farmers' clubs

Farmer

Consumers - Retailers - Traders or whole sellers

APMCs



TRADITIONAL RETAIL OUTLETS FOR FRUITS & VEGETABLES



TRADITIONAL RETAIL OUTLETS FOR FRUITS & VEGETABLES





IN SUPERMARKETS



CHALLENGES : METRO POLE CONSUMERS' PERSPECTIVE

- ◉ **Assured** availability of **safe** and **good quality** vegetables at **affordable** prices

High prices

Fluctuations in supply and prices

Quality/ hygiene/ negligible back tracing

- ◉ Perishability
- ◉ Food habits demand for fresh unprocessed vegetables and fruits

CHALLENGES : FARMERS' PERSPECTIVE

- ◉ Poor returns due to lesser control over the supply chain
- ◉ High dependence on aggregators (high bargaining power)
- ◉ Inadequate price transparency while dealing with traders
- ◉ Delayed payments
- ◉ Dealing with grade B & C material
- ◉ Street selling or weekly markets -time intensive and can sell only small volumes
- ◉ High price fluctuations due to glut or shortages
- ◉ Inadequate Storage or processing Infrastructure : Only 2% processing*
- ◉ Small land holding: 64.8% ≤ 1 ha & 18% 1-2 ha

* Source Journal of food distribution research March 2012

INITIATIVES

- ◉ Governmental
- ◉ Self initiatives by farmers
- ◉ NGO interventions



VEGETABLE INITIATIVE FOR URBAN CLUSTERS BY GOVT. OF INDIA

- ◉ 40 million Euroes for 2011-12
- ◉ Objectives
 - A) Enhancing production, productivity, and profitability
 - B) Assured availability of affordable, safe & quality vegetables
- ◉ Special initiative for development of vegetables with 100% assistance
- ◉ Cities with a population over 1 million
- ◉ Allowing farmers to sell directly to consumers

CURRENT STATUS

- ◉ 221 centers in Maharashtra in 17 cities
- ◉ Every city assigned production districts
- ◉ 21 commodities
- ◉ Except Mumbai, in other cities, farmers' clubs are allotted housing complexes
- ◉ Subsidies given for production & marketing
- ◉ 10% cheaper to consumers than conventional markets
- ◉ Over 20% higher prices to farmers
- ◉ Subsidies to aggregators and also producers
- ◉ Need for research on Consumer needs and preferences



CURRENT STATUS: MUMBAI

- ◉ 112 centers
- ◉ Dealing in multiple commodities
- ◉ Vegetables & fruits are procured from the APMC by association of traders
- ◉ Rates are declared by a governing body
- ◉ 20-25% cheaper than conventional markets



FARMERS' INITIATIVE

- Farmers' club in 2004
- Currently 256 farmers from 17 villages cultivate vegetables over 138 hectares
- Employment to local women for Packing, grading, cleaning
- Orders placed through voice sms, e mails, phone calls
- Direct supply to houses





GRAIN FESTIVALS BY NGOS

- Buyers sellers platform
- In metro poles for Grains & fruits
- Direct selling to Consumers
- Consumers prefer to buy from farmers
- Producer in a role of a marketer
- Farmers control large part of the supply chain
- Short duration activity
- Gap between the two,
- Linking consumer demands with supply is lacking.

अमरावती सोसा आॅग कॉलेन प्रोग्रामर कंपनी

थेट शेतकरी ते ग्राहक
प्रदर्शनी व विक्री

‘धान्य महोत्सव’

दिनांक १८, १९ व २० मे २०१३, सकाळी १०.०० ते रात्री १०.०० पर्यंत
ठिकाण : संत ज्ञानेश्वर सांस्कृतिक भवन, अमरावती.

● गहू
● तुरदाळ
● हळद
● दूग्धजन्य पदार्थ
● बचत गटांचे उत्पादने
● हरभरा

★ शेतकऱ्यांच्या कष्टांवर उत्पादने केलेले उत्पादने
★ प्रत्येक पोहोचविण्याची सुविधा.

आयोजक - इंदिरा ग्रामीण सहितेस अर्थसहाय्य - सर रत्न टाटा ट्रस्ट

- CONTACT NO -
8888890193 / 8888882823 / 8888882794

Some Glimpses

CHALLENGES OF CONNECTING FARMERS AND CONSUMERS

- ◉ Logistics to reach large consumer and farmer number directly (52% population in agriculture)
- ◉ Assured supply of affordable quality vegetables
- ◉ Preference of farmers to mainly be producers
- ◉ Tendency to wait till others take initiatives
- ◉ Both sectors : unorganized.
- ◉ Direct selling of perishable items in bulk quantities
- ◉ Replicating these successful models

ROLE OF STUDENTS PURSUING EDUCATION IN HORTICULTURE

- ◉ Research on the market (Demand & supply)
- ◉ Taking a role of an aggregator and setting up of network for distribution
- ◉ Developing a common (IT Based) platform for Consumers & farmers
- ◉ Data base and information compilation on vegetable & fruit supply
- ◉ Helping farmers to plan

THANK YOU!!!

- ⊙ *“Never doubt that a small group of thoughtful committed citizens can change the world; indeed, it's the only thing that ever has.” Margaret Mead*

OVER VIEW OF FARMING SCENARIO

- ◉ 52% population engaged in Agriculture
- ◉ 14.5% (2010-11) and 13.9% (2011-12) contribution to GDP and further falling down
- ◉ Land area owned by farmers in India
- ◉ 64.8% ≤ 1 ha
- ◉ 18% 1-2 ha
- ◉ 16% Between 2-10 ha
- ◉ Less than 1 % above 10 ha

CONSUMER EXPENDITURE PATTERN

- Rural consumer (2009-10)
 - 53.6% food & 46.4% on non food
- Urban Consumer
 - 40.7% on food & 59.3% on Non food