

Osiguranje domaće i uvozne opreme: Servis će osigurati investitorima kompletnu opremu i uređaje iz domaće proizvodnje ili iz uvoza. Ovo je za investitore bio dosad jedan od najvećih problema, jer nije bilo tijela, koje bi udovoljilo u cijelosti takvom traženju, nego je investitor morao obilaziti cijeli niz poduzeća i ustanova, dok nije bar donekle kompletirao svoju mljekarsku opremu. S radom ovoga servisa nestat će i ovog problema.

Iz naprijed izloženog vidi se svrha, zadaci i organizacija rada servisa za mljekarstvo, pa je time naše mljekarstvo konačno dobilo ustanovu, koja će se brinuti da podmiri sve potrebe našeg mljekarstva u zemlji.

Ing. Radovan Noveski, Skoplje

Konzumna mlekarar

DISTRIBUCIJA MLEKA U LONDONU

Poznato je da se Engleska ubraja u red zemalja gde je potrošnja konzumnog mleka po stanovniku dosta visoka. Glavni faktori povećanja potrošnje mleka jesu: visoka proizvodnja, propaganda i organizacija distribucije mleka u industriskim centrima.

Kada je reč o propagandi, ovde se misli na ulogu države koju igra preko Nacionalno propagandnog mljekarskog udruženja u kome su obavezno učlanjene sve mljekarske kompanije i »Mlekarsko trgovinsko preduzeće« (Milk Marketing Board) koje je predstavnik proizvođača-farmera i nosioc celokupne proizvodnje mleka na teritoriji Engleske i Velsa. Visina članarine koju uplaćuju članovi udruženja zavisi od prometa, odnosno od prerađene količine mleka. Ovo udruženje organizuje propagandni rad, izdaje brošure, održava popularna predavanja, štampa knjige, časopise i drugo.

Mleko u ishrani naroda je postavljeno kao »Lek hrana«, pa čak postoji i specijalni časopis za mljekarstvo od strane Ministarstva ishrane sa tim značenjem (Drug and Food). Da bi bila stimulirana što veća potrošnja i upotreba mleka naročito u ishrani dece, posebnim zakonom regulisano je da sva preškolska i školska deca do 16 godine dobijaju besplatno svakoga dana po 1/3 pinte (300 grama) mleka, pa čak i za vreme letnjih raspusta kada su grupisana u letovališta, odmarališta i sl. Isto tako besplatno se daje i majkama trudnicama i dojiljama na taj način, što majka pred porođaj na tri meseca ide na klinički pregled i dobija recept za primanje besplatnog mleka.

Korišćenje ovog prava može da traje do 6 meseca, što zavisi od njezinog zdravstvenog stanja i zdravlja deteta. Sve su ove mere doprinele da se potrošnja konzumnog mleka od 81 litar, kolika je bila 1939 godine po jednom stanovniku, povećala na 135 litara u 1954 godini.

Poseban doprinos i ulogu u povećanju potrošnje mleka igra distribucija mleka, kome pitanju je uglavnom posvećen ovaj napis. Činjenica da je u ovoj zemlji na distribuciju mleka angažovano oko 60.000 ljudi, potvrđuje njenu važnost.

U toku moje šestomesečne specijalizacije po mljekarstvu u Engleskoj želja mi je bila da se pored ostalih problema oko proizvodnje, zatim prerade i druge problematike, upoznam i sa problematikom oko distribucije mleka u Londonu.

Imajući na umu da deset-milionsko stanovništvo ovog velegrada konzumira dnevno oko 4,000.000 litara mleka, nameće se pitanje: kako je organizovana

distribucija mleka do potrošača. Pitanje prihvatanja i obrade tako velike količine mleka rešeno je postojanjem široke mreže konzumnih mlekara raznih kompanija kao: »Ujedinjene mlekare« (United Dairies) »Zadružne mlekare« (Cooperative Dairies) i dr.

Sama kompanija »Ujedinjene mlekare« (United Dairies) ima 5 konzumnih mlekara u Londonu sa kapacitetom od 300.000 litara. Svaka mlekara ima široku mrežu distribucionih depoa. Mleko u bocama iz mlekare ide u depoe, a odatle se liferuje po prodavnicama i direktno do potrošača.

Kompanija »Ujedinjene mlekare« pored svojih 5 mlekara ima 85 depoa i 640 prodavnica za mleko i mlečne proizvode. Distribicioni depoi su izgrađeni po istom planu, a kapacitet magazinskih prostorija (hladnjača) različit je u zavisnosti od veličine reona za snabdevanje. Prodavnice nisu strogo specijalizirane samo za mleko i mlečne proizvode, već se u njima prodaje razna kolonijalna roba, konzerve, delikatesi i drugo. Prenos mleka od depoa do potrošača (prodavnice, škole, restorani i direktno po kućama), vrši se specijalnim mlekarskim konjskim kolima: no u zadnje vreme ona se brzo zamenjuju sa vrlo praktičnim motornim vozilima na električni pogon t. zv. Vehicles. S dostavom mleka po kućama (na stepenice pred vratima) počelo se pre 20 godina.

Rad distribucionih depoa

Da se upoznam sa organizacijom posla oko distributivne mreže, proveo sam nekoliko dana u jednom od najvećih depoa Londona, koji pripadaju kompaniji »Ujedinjene mlekare« preko koje se snabdeva 25 prodavnica, 30 škola i preko 2.500 domaćinstava. Ovaj depo na ulici Wulham Road 248 raspolaže sa 12 električnih kola (Vehicles) i 46 konjskih kola kojima se raznosi mleko do potrošača.

Raspodela mleka po kućama vrši se od 6,30 do 12 časova na taj način, što raznosac ostavlja pune boce sa mlekom pred glavnim vratima potrošača, a prazne boce sakuplja. Potrošači nisu obavezni da redovno ostavljaju prazne boce pred vratima. Avans za boce se naplaćuje. Iako na prvi pogled izgleda da je ovaj posao vrlo jednostavan i da je obezbeđen normalan rad, postoji i dosta poteškoća sa kojima se susreće rukovodstvo depoa, među kojima su sledeći:

1. Kako se mleko daje na kredit od 8 dana (na veresiju), ima i neredovnih platiša, kojima se moraju slati razne urgencije preko pošte ili na drugi način.

2. Dešava se da usled odsustva potrošača ostavljeno mleko ne bude iskorišćeno, i pri isplati čine se reklamacije.

3. Želja je svih potrošača da mleko dobijaju što ranije izjutra, no to je otežano, a s druge strane izbegava se i noćni rad za koji se mora više platiti radnicima, a time bi se u velikoj meri povećali i troškovi distribucije.

4. Radi toga što se boce kauciraju, potrošači često ne samo što ne vode računa o njima, već ih lome, zagađuju ili ih odlazeći na razne izlete bacaju.

Poseban problem pretstavlja i činovnički aparat, koji ne radi subotom i nedeljom, a raspodela mleka vrši se svakodnevno. Ukupno radno vreme je 36,5 časova nedeljno, i to ponedeljkom, utornikom i sredom po 7,5 časova, a četvrtkom i petkom po 7 časova. Ostali personal radi 46 časova nedeljno. Teškoća ima i sa smenjivanjem raznosaca mleka oko korišćenja nedeljnog odmora. Ranije ovaj problem nije postojao jer se potrošačima nosilo mleko 6 dana u nedelji, a kasnije se počelo svakoga dana.

Inače poslovanjem ovih depoa rukovodi Glavna direkcija kompanije. Njihov osnovni zadatak je da prodaju mleko i prikupljene pare odmah dostave na tekući račun Glavne direkcije. Direktor depoa ima glavni zadatak da kontroliše rad raspodeljivača mleka i stara se za proširenje plasmana. U najčešćim slučajevima direktor depoa stanuje u neposrednoj blizini, što je i opravdano, jer se mleko prima i preko noći. Činovnički aparat vodi svakodnevnu evidenciju potrošnje mleka, koju crpe iz knjige prenosača mleka, zatim vodi kartoteku svih potrošača, pravi povremene obračunske izveštaje o primljenom i predatom mleku, koje šalje direkciji. Rukovodstvo distribucionih depoa nije ovlašćeno da pravi vlastite kalkulacije i da prema tome podešava i menja organizaciju posla, već se radi po direktivi Glavne direkcije. Tako naprimer rukovodstvo depoa (Wulham Road) je protiv držanja konja za prenos mleka i ima ubedljive dokaze da se njihovim držanjem otežava higijena i poskupljuje prodaja mleka, no Glavna direkcija se ne slaže da se konji izbace iz upotrebe. Što se tiče cene mleka dostavljenog po kućama, interesantno je, da je ista sa cenom u prodavnici.

U vezi sa tim postoje podvojena mišljenja. Dok jedni smatraju da je dobar način prodaje mleka preko prodavnica, drugi su pristalice za prodaju mleka po kućama. Prvi pravdaju svoj stav time, što se sa prodajom po kućama u velikoj meri tereti cena mleka, koja se kalkulira sa svim troškovima uključujući i troškove oko distribucije. Sa ovom činjenicom slažu se i drugi, ali radi toga što je već stvorena dvadesetgodišnja tradicija takvog poslovanja i takva navika potrošača, ne mogu dozvoliti izmenu tog sistema, koji je inače u skladu sa visokim standardom i interesima potrošača.

Z a k l j u č a k

Dostignuća u mlekarskoj praksi i uopšte u organizaciji ove grane u Engleskoj rezultat su dugogodišnjih težnji i napora, i usled toga prenošenje njihovih iskustava prilagođavajući ih našim ekonomskim uslovima, potrebama i mogućnostima može da bude od dragocene važnosti u naporima naše socijalističke zajednice u razvitku mlekarstva. U svakom slučaju distribucija mleka po kućama ima obeležje jedne kulturne trgovine, i kao takva zaslužuje svaku pažnju. Posebno je pitanje, što su momentane prilike kod nas takve, da ne možemo zasad na široku frontu sprovesti ovaj zadatak, ali moramo postepeno ići za tim da se stvore nužni uslovi za ovaj način raspodele mleka.

Jedan od osnovnih zadataka bio bi, da se po većim gradovima pored konzumnih mlekara izgrade depoi (prihvatišta), gde bi se uskladištavalo konzumno mleko, a odatle organizovala dalja distribucija. Ovaj zadatak se nameće s druge strane i radi toga što konzumne mlekare nemaju dovoljno prostorija (hladnjače) za smještaj ambalažiranog mleka, koje zauzima skoro pet puta veći prostor nego kad je u cisternama.

Kada i kako će se početi sa dostavom mleka direktno do potrošača, zavisi od mnogo momenata, a najvažniji je da se obezbedi stalna i dovoljna proizvodnja mleka preko cele godine, inače može da se doživi neuspeh i izazove nezadovoljstvo kod potrošača. S druge strane takvu organizaciju treba da uslovi porast životnog standarda naših radnih ljudi i njihova sopstvena želja, tako da će domaćica radije skuplje platiti mleko, da joj bude pred vratima, nego da ustaje rano i ide u prodavnice da ga kupuje.