

Studiu privind vânzarea laptelui prin intermediul unui dozator

Studiu realizat de: Daniel Chiciudean în cadrul “Programului de dezvoltare a capacității fermierilor de subzistență”



Cuprins

1. Introducere
2. Scopul instalării unui dozator de lapte
3. Analiza comparativă a prețului la lapte (vânzare prin dozator vs. la procesator)
4. Pașii necesari pentru achiziția și punerea în funcțiune a unui dozator de lapte
 - 4.1 Verificarea reglementărilor legale
 - 4.2 Evaluarea pieței și a cererii
 - 4.3 Achiziționarea dozatorului de lapte
 - 4.4 Autorizări și reglementări
 - 4.5 Instalarea dozatorului
 - 4.6 Asigurarea igienei și calității laptelui
5. Costuri
6. Avantajele vânzării/ achiziției laptelui prin intermediul unui dozator de lapte
7. Promovarea și marketingul
8. Posibilități de finanțare
9. Concluzii
10. Testimoniale
11. Bibliografie

1. Introducere

În contextul agriculturii moderne, fermierii se confruntă cu provocări din ce în ce mai complexe legate de sustenabilitatea economică și competitivitatea pe piață. Piața laptelui este una fluctuantă, caracterizată de prețuri volatile, competiție acerbă și cerințe din ce în ce mai ridicate din partea consumatorilor în ceea ce privește calitatea și trasabilitatea produselor lactate. În acest cadru, fermierii sunt în căutarea unor soluții care să le permită să adauge valoare produselor lor, să obțină o relație mai directă cu consumatorii și să își optimizeze profiturile.

Una dintre soluțiile identificate la nivelul pieței este achiziționarea și utilizarea dozatoarelor de vânzare a laptelui. Aceste echipamente permit fermierilor să își vândă direct laptele crud sau pasteurizat către consumatori, eliminând intermediarii și obținând un preț mai ridicat pe litru. În același timp, consumatorii beneficiază de lapte proaspăt, neprocesat industrial, pe care îl pot cumpăra în cantități dorite, contribuind la reducerea risipei alimentare și la susținerea economiei locale.

Această lucrare vine în sprijinul fermierului care își propune să exploreze avantajele, provocările și impactul economic al deciziei de a investi în dozatoare de vânzare a laptelui, oferind informații pertinente pentru cei interesați să adopte această metodă de comercializare.

1. Scopul instalării unui dozator de lapte

Dozatoarele de lapte sunt soluții moderne pentru distribuția laptelui proaspăt, de obicei produs local și permit consumatorilor să-și procure laptele direct, fără intermediari. Instalarea unui dozator permite fermierilor să obțină un preț mai mare pe litru și oferă posibilitatea vânzării directe către consumatorul final. Această strategie ar putea mări veniturile nete și ar asigura un control mai mare asupra distribuției produsului.

2. Analiza comparativă a prețului la lapte (vânzare prin dozator vs. la procesator)

Prețul cu care fermierii vând laptele la dozator versus prețul colectării laptelui de către procesatori poate varia în funcție de mai mulți factori, precum zona geografică, costurile de producție și cererea locală. În general, fermierii pot obține un câștig mai mare din vânzarea directă la dozator decât din vânzarea către procesatori, deoarece elimină intermediarii și vând produsul direct consumatorilor.

În România, **prețul mediu plătit de procesatori** pentru laptele colectat, poate varia între 1,5 și 2,5 lei pe litru, în funcție de cantitatea și calitatea laptelui, de anotimp și de regiune, ceea ce poate însemna un câștig mai mic al fermierului din cauza prețurilor mai reduse și costurilor de producție mari (muncă, hrana animalelor, servicii veterinare, etc.).

În cazul **vânzării la dozator**, **prețul laptelui** poate fi mai mare, între 4 și 5 lei pe litru, în funcție de localitate și de cererea consumatorilor. Aceasta înseamnă că fermierul poate obține între 2 și 3 lei pe litru în plus față de prețul primit de la procesator însă, pe lângă costul brut al laptelui trebuie să suporte și costurile cu dozatorul (achiziție, întreținere, chirie), dar și alte cheltuieli logistice (transport, efectuarea unor analize periodice).

În sprijinul fermierilor care doresc să investească într-un astfel de aparat, în cele ce urmează, sunt prezentate câteva aspecte importante de care ar trebui să țină cont.

3. Pașii necesari pentru achiziția și punerea în funcțiune a unui dozator de lapte

3.1. Verificarea reglementărilor legale

În primul rând, înainte de a efectua orice alt demers în privința achiziției și instalării unui dozator de lapte, fermierul trebuie să se asigure că poate să îndeplinească toate reglementările legale privind vânzarea directă a laptelui prin dozatoare. Verificarea legislației sanitare și a procedurii de obținere a avizelor este necesară deoarece aceste considerente pot afecta costurile și planificarea afacerii.

3.2. Evaluarea pieței și a cererii

În ideea maximizării succesului, înainte de a achiziționa și instala un dozator, fermierul ar trebui să facă o evaluare a pieței și a cererii locale de lapte proaspăt precum și a amplasamentelor potențiale pentru dozator.

Aceștia pot utiliza mai multe metode pentru a înțelege potențialul pieței și a evita riscurile:

a. Studiul pieței locale

În primul rând, fermierii ar trebui să analizeze **structura demografică** a zonei în care intenționează să instaleze dozatorul. O zonă cu mulți consumatori tineri, familii sau persoane interesate de produse naturale și sănătoase poate avea o cerere mai mare pentru laptele proaspăt. Cercetarea **obiceiurilor de consum ale locuitorilor** din zonă este esențială. Dacă oamenii preferă produse locale, naturale și mai puțin procesate, există o șansă mare ca laptele proaspăt de la dozator să fie atractiv.

Este important să identifice **concurenții**, adică alți furnizori de lapte sau produse lactate din zonă. Dacă există deja mai multe dozatoare, va trebui să concureze prin preț, calitate sau alte avantaje. Dacă zona este neacoperită, fermierii ar putea avea o oportunitate excelentă.

b. Analiza cererii prin sondaje și feedback

Fermierii pot efectua **sondaje** în zonele în care doresc să instaleze dozatoarele. Aceste sondaje pot fi realizate online (prin rețele sociale precum Whatsapp sau Facebook) sau fizic și pot include întrebări despre obiceiurile de cumpărare a laptelui, preferințele pentru laptele proaspăt și interesul față de un dozator în zonă. De asemenea, aceștia pot **interacționa/discuta direct** cu locuitorii zonei (de exemplu, la târguri, piețe sau magazine locale) pentru a obține feedback direct despre interesul lor față de laptele proaspăt de la dozator.

c. Evaluarea concurenței

Fermierii ar trebui să **identifice și să analizeze concurența existentă**, cum ar fi alte dozatoare de lapte, ferme care vând direct sau chiar magazine/ supermarketuri din zonă care oferă lapte de calitate superioară. Evaluarea prețurilor și serviciilor oferite de concurenți poate ajuta la stabilirea unei strategii de succes. Dacă există deja dozatoare de lapte în regiune, fermierii pot **observa frecvența utilizării** acestora, cum sunt întreținute și cât de popular este acest tip de vânzare. Acest lucru le poate da o idee despre cererea reală în zonă.

d. Teste de vânzare pilot

Înainte de a investi într-un dozator, fermierii pot face teste prin **vânzare de probă** a laptelui în piețe locale sau la standuri temporare. Astfel, își pot evalua cererea fără a face investiții majore și pot înțelege mai bine preferințele consumatorilor (de exemplu, cantitatea de lapte cumpărată frecvent, tipul de ambalaj preferat, cum li se pare prețul per litru, etc.).

O altă metodă de testare este **colaborarea temporară cu mici magazine locale** pentru a vinde laptele fermierului la raft. Astfel, pot evalua dacă există o cerere suficientă pentru laptele proaspăt.

e. Analiza puterii de cumpărare și a prețului din perspectiva consumatorului

În vederea stabilirii unui preț corect, fermierii trebuie să analizeze **cât de mult sunt dispuși locuitorii să plătească** pentru laptele proaspăt. Dacă prețurile dozatoarelor sunt mai mari decât ceea ce consumatorii sunt dispuși să plătească, cererea cu siguranță va fi una redusă, ceea ce poate duce la pierderi financiare. În acest sens, o evaluare a nivelului de trai al locuitorilor este esențială deoarece în zonele cu o putere de cumpărare mai mare, consumatorii ar putea fi mai deschiși la a plăti mai mult pentru lapte proaspăt de calitate superioară, în timp ce în alte zone ar putea fi necesară o ajustare a prețului.

f. Evaluarea locației pentru dozator

Alegerea unei locații strategice este esențială în vederea amplasării dozatorului. Este important a se alege o locație accesibilă, vizibilă, frecventată de persoane care fac cumpărături zilnice sau de comunități orientate spre un stil de viață sănătos (piețe agroalimentare, supermarketuri locale, zone rezidențiale).

g. Identificarea și observarea de bune practici

Fermierii pot căuta exemple de succes din alte regiuni, analizând cum au reușit alți fermieri să-și promoveze laptele la dozator, ce prețuri au stabilit și cum și-au fidelizat clienții. Acest lucru îi poate ajuta să evite greșelile comune și să adopte strategii dovedite eficiente.

Așadar, prin utilizarea acestor metode, fermierii pot evalua mai bine cererea și potențialul pieței pentru instalarea unui dozator de lapte, minimizând riscurile și crescând șansele de succes ale afacerii lor.

3.3. Achiziționarea dozatorului de lapte

După evaluarea pieței și bugetului disponibil, următorul pas este achiziționarea unui dozator. Este important să se aleagă un dozator care să corespundă normelor de igienă, cerințelor tehnice impuse de autorități și cantității de lapte ce se dorește a fi tranzacționată (ținând cont de mărime cererii) prin intermediul acestuia.

Componente tehnice ale unui dozator de lapte sunt:

- Rezervor pentru lapte din inox, pentru păstrarea igienică a laptelui;
- Capacitatea variază între 50 și 500 litri;
- Sistem de răcire care menține laptele la o temperatură optimă de 2-4°C;
- Pompa de dozare care controlează fluxul de lapte, oferind o experiență de utilizare ușoară pentru clienți;
- Panoul de control care permite monitorizarea temperaturii și a volumului de lapte rămas;
- Sistemul de igienizare, având în vedere că unele dozatoare sunt dotate cu un sistem automat de curățare pentru asigurarea igienei constante.

Tinând cont de cele menționate mai sus există mai multe tipuri de dozatoare de lapte, iar prețurile acestora variază în funcție de capacitatea, tehnologia și funcționalitățile suplimentare. Astfel există:

- a. Dozatoare Manuale - acestea sunt cele mai simple și ieftine. Clientul umple recipientele manual,

b. dozatorul fiind mai puțin sofisticat.

- Capacitate: 50-100 litri

Preț: 2.000 - 4.000 euro

c. Dozatoare Automate - acestea oferă funcții automate de umplere, dezinfectare și menținere a temperaturii optime.

- Capacitate: 100-200 litri
- Preț: 4.000 - 8.000 euro

d. Dozatoare de Capacitate Mare - sunt ideale pentru locații cu trafic ridicat, cum ar fi piețele sau fermele care își distribuie direct laptele.

- Capacitate: 200-500 litri
- Preț: 8.000 - 15.000 euro

Conform Agro-business.ro „un lucru important de care trebuie să țină cont un potențial investitor în acest gen de afacere este acela că piața dozatoarelor de lapte este inundată de falsuri, mult mai ieftine, care pot însă compromite întreaga afacere.

Cristian Lungu, președintele onorific al Asociației Fermierilor Utilizatori de Automate de Lapte (AFUAL) a afirmat că „automatele de lapte construite în România sunt făcute cu kit-uri de afară, de fapt niște improvizații care nu sunt avizate de Institutul de Cercetări Electronice și de Metrologie. Sunt produse la Ploiești, Sibiu și Târgu-Mureș și costă 5.500 de euro, față de 7.800 de euro cât este unul de 200 litri original, adus de afară, sau față de 10.500, cât este unul străin de 400 de litri“.

3.4. Autorizări și reglementări

Pentru a instala un dozator de lapte, trebuie respectate o serie de norme și reglementări impuse de autoritățile sanitar-veterinare și obținerea unor autorizații:

- *Autorizarea sanitar-veterinară*: este obligatorie obținerea unei autorizații de la Direcția Sanitar-Veterinară și pentru Siguranța Alimentelor (DSVSA). Aceasta include inspecția fermelor, testarea calității laptelui și verificarea dozatorului;
- *Autorizarea spațiului*: dozatorul trebuie amplasat într-un spațiu care să respecte toate normele igienico-sanitare;
- *Certificare privind siguranța alimentelor*: laptele trebuie să respecte standardele europene și naționale în vigoare;

- *Verificări periodice:* vor fi necesare inspecții regulate pentru a asigura calitatea și igiena laptelui distribuit.

3.5. Instalarea dozatorului

După obținerea autorizațiilor, fermierul poate instala dozatorul într-o locație identificată ca fiind cea care îi maximizează vânzările. Așa cum s-a mai menționat, aceasta trebuie să fie bine amplasată și accesibilă publicului.

Este important a se menționa că în unele cazuri este necesară o amenajare a spațiului precum și asigurarea de utilități (apă, electricitate) ceea ce pot însemna costuri suplimentare.

De asemenea, instalarea unui dozator poate necesita prezența unui specialist pentru punerea în funcțiune și realizarea unui training pentru persoanele ce urmează să îl exploateze.

3.6. Asigurarea igienei și calității laptelui

Fermierul trebuie să mențină un nivel ridicat de igienă atât la fermă, cât și în jurul dozatorului. Curățarea dozatorului și testarea periodică a laptelui sunt esențiale pentru a asigura siguranța alimentară și pentru a câștiga încrederea consumatorilor.

Pașii pe care fermierii trebuie să-i urmeze pentru a garanta igiena și calitatea laptelui:

- *Îngrijirea corectă a animalelor* presupune asigurarea unei diete echilibrate și de calitate vacilor, cu furaje curate, proaspete și acces la apă potabilă ceea ce va influența în bine calitatea laptelui. De asemenea, este important să se asigure că vacile sunt sănătoase, fără infecții precum mastita, care poate afecta calitatea laptelui, iar în acest sens controlul veterinar periodic și vaccinarea adecvată sunt măsuri preventive obligatorii;
- *Igiena mulsului* presupune ca persoanele care efectuează mulsul trebuie să respecte măsuri stricte de igienă personală (spălarea mâinilor, purtarea de mănuși și îmbrăcăminte curată). Pasul următor înainte începerii mulsului constă în curățarea și dezinfectarea corespunzătoare a ugerului, pentru a preveni contaminarea laptelui cu bacterii. De asemenea, echipamentele de muls automate sau manuale trebuie să fie curățate și dezinfectate riguros după fiecare utilizare;
- *Depozitarea și manipularea corectă a laptelui* - după mulș, laptele trebuie răcit imediat pentru a preveni dezvoltarea bacteriilor și păstrat la o temperatură între 2°C și 4°C până la distribuirea către dozator. Depozitarea laptelui se face în recipiente curate, ermetice, pentru a evita contaminarea cu praf, bacterii sau alți factori externi.

- *Întreținerea dozatorului de lapte*: dozatorul de lapte trebuie curățat și igienizat zilnic.

Rezervoarele și conductele prin care trece laptele trebuie să fie spălate cu soluții dezinfectante și clătite corespunzător pentru a evita acumularea bacteriilor sau reziduurilor. Este esențial să se verifice periodic dozatorul pentru a preveni scurgerile, contaminările sau alte probleme tehnice care ar putea compromite calitatea laptelui;

Întreținerea automatelor de răcire: sistemul de răcire din interiorul dozatorului trebuie să funcționeze în parametri optimi pentru a menține laptele la o temperatură sigură pe toată durata stocării și vânzării

- *Testarea regulată a calității laptelui*: fermierii ar trebui să efectueze periodic teste de laborator pentru a verifica calitatea laptelui. Aceste teste pot măsura conținutul de grăsime, proteine, dar și prezența bacteriilor patogene (cum ar fi E. coli sau Salmonella). De asemenea, ar trebui să aibă un protocol pentru a verifica zilnic temperatura laptelui, igiena echipamentului și calitatea produsului;
- *Trasabilitatea produsului*: este important să se mențină un sistem de trasabilitate a laptelui, astfel încât să se poată identifica rapid orice problemă de igienă sau calitate și să se ia măsuri corective;
- *Educația și instruirea personalului*: oricine este implicat în procesul de producție și vânzare a laptelui trebuie să fie instruit în ceea ce privește bunele practici de igienă și siguranță alimentară. Instruirea regulată privind igiena personală și manipularea corectă a laptelui este esențială pentru menținerea standardelor de calitate;
- *Comunicarea calității către consumatori*: pentru a oferi consumatorilor încredere în produs, etichetarea laptelui cu toate informațiile necesare privind proveniența, termenul de valabilitate și condițiile de păstrare este esențială concomitent cu afișarea certificatelor de calitate sau menționarea testelor efectuate pentru controlul igienei;
- *Gestionarea deșeurilor din lapte*: reziduurile din laptele nevândut sau rămășițele din procesul de curățare trebuie gestionate corespunzător pentru a evita contaminarea mediului și pentru a menține standardele igienice la fermă.

Prin aplicarea acestor măsuri, fermierii pot asigura că laptele oferit la dozator este proaspăt, sigur pentru consum și respectă cele mai stricte standarde de igienă și calitate, ceea ce îi ajută să-și fidelizeze clienții și să evite riscurile legate de siguranța alimentară.

4. Costuri

Pe lângă efortul/ timpul dedicat studiului de piață sau a reglementărilor în vigoare există și alte costuri care trebuie luate în considerare:

- *Achiziția aparatului:* ținând cont de caracteristicile și necesitățile identificate (vezi subcapitolul 4.3 Achiziționarea dozatorului de lapte);
- *Chiria și amenajarea spațiului:* în funcție de amplasare și de vadul comercial, chiria poate varia între 50 – 200 euro/ lună. De asemenea instalarea aparatului poate necesita cheltuieli suplimentare cu amenajarea spațiului în funcție de necesități și eventual cu asigurarea utilităților;

Consumabile: filtre, analize, soluții de curățare și dezinfectare (aproximativ 100-300 euro/lună)

- *Costuri de întreținere:* întreținerea regulată și eventualele reparații pot costa între 200- 500 euro/an;
- *Electricitate:* consumul de energie electrică pentru funcționarea sistemului de răcire și automatizare poate varia între 30-100 euro/lună;
- *Transportul* de la fermă la dozator cu mașina frigorifică.

Președintele onorific al Asociației Fermierilor Utilizatori de Automate de Lapte (AFUAL) a afirmat că „Este nevoie de puțină logistică pentru o astfel de afacere, pe lângă dozatoarele în sine. În primul rând ai nevoie de o mașină frigorifică, care costă cca 11.000 de euro, dar fără de care nu se poate. Apoi, sunt tot felul de avize și autorizații. (...) Există însă câteva avantaje. Profiturile sunt imediate, iar rulajul este constant, spre deosebire de alte zone ale agriculturii, unde oamenii sunt subnutriți financiar. Laptele îl vinzi cu 3-3,5 lei pe litru, iar zilnic intră bani, nu ca la ceilalți producători care îi primesc de la procesatori la 2-3 luni. În plus, aceștia (procesatorii – n.r.) schimbă regulile jocului când vor ei. Vara, de exemplu, spun că laptele nu are destulă grăsime și scad prețul“

5. Avantajele vânzării/ achiziției laptelui prin intermediul unui dozator de lapte

a. Din perspectiva fermierului:

- *Suținerea producătorilor locali:* fermierii pot obține un venit suplimentar semnificativ, ceea ce le conferă o oportunitate de optimizare a profitului. De exemplu, vânzarea directă la dozator poate aduce un câștig net de 2-3 lei/litru în plus, dar trebuie să se ia în calcul și costurile de operare lunară, estimate la 440 euro (~2.200 lei). Profitul net rămâne însă superior vânzării la procesator, unde prețul este limitat la aproximativ 2 lei/litru;
- O relație directă cu consumatorii, ceea ce îi conferă posibilitatea de a afla nevoile acestora și

- să îi fidelizeze;
- O mai mare stabilitate a prețului în contextul unei piețe volatile;
- Control total asupra calității și prețului;
- Crearea propriului brand, ceea ce, pe termen lung, poate aduce avantaje semnificative pe piață în comparație cu alți fermieri concurenți;

b. Din perspectiva consumatorului:

- Costuri reduse pentru consumator: eliminarea intermediarilor poate aduce un preț mai mic pentru lapte;

Achiziția unui produs proaspăt și calitativ care provine din surse locale. De regulă, laptele nu trece prin procese industriale complexe, păstrându-și astfel proprietățile nutritive și gustul natural.

Consumatorii pot achiziționa lapte crud sau pasteurizat, în funcție de oferta fermierului, având mai mult control asupra procesării produsului pe care îl consumă;

- Sănătate și beneficii nutriționale: Laptele neprocesat sau minim procesat își păstrează o mare parte din nutrienți, precum calciul, proteinele și vitaminele esențiale.
- Trasabilitate și încredere în originea produsului: prin achiziționarea laptelui direct de la fermier, consumatorii au o transparență mai mare în ceea ce privește originea produsului. Ei pot cunoaște detalii despre ferma de unde provine laptele, condițiile de creștere a animalelor și practicile agricole utilizate. Această trasabilitate sporește încrederea consumatorilor în calitatea și siguranța produsului;
- Sustenabilitate și impact redus asupra mediului: un alt avantaj important al laptelui de la dozator este reducerea amprente de carbon asociate cu ambalajul și transportul.
Consumatorii pot utiliza recipiente reutilizabile, evitând astfel risipa de ambalaje din plastic sau carton. În plus, laptele provine din surse locale, ceea ce înseamnă că nu parcurge distanțe lungi până la consumator, reducând emisiile de CO₂ legate de transport;
- Susținerea economiei locale și a fermierilor mici: prin achiziționarea laptelui de la dozatoare, consumatorii sprijină direct fermierii locali, contribuind la dezvoltarea economiei locale. Aceasta înseamnă că o proporție mai mare din banii cheltuiți pe lapte rămâne în comunitate, sprijinind afacerile mici și promovând practici agricole sustenabile.

6. Promovarea și marketingul

Fermierul poate promova laptele vândut prin dozator prin afișe, pliante, social media sau participarea la târguri locale. Este important să informeze clienții despre avantajele laptelui proaspăt și local prin diverse strategii care să atragă consumatorii și să sublinieze calitatea produsului lor, spre

exemplu:

➤ *Promovarea locală și la punctul de vânzare prin:*

În zonele unde sunt amplasate dozatoarele, pot fi folosite afișe sau panouri care să informeze trecătorii despre beneficiile laptelui proaspăt, calitatea produsului, originea locală și avantajele de sănătate;

- Distribuirea materialelor informative (broșuri și fluturași) în piețe, magazine sau la evenimente locale poate atrage atenția asupra laptelui disponibil la dozator;
- Participarea la târguri locale sau piețe de fermieri, unde pot oferi mostre gratuite de lapte, este o modalitate excelentă de a crește vizibilitatea;

➤ *Marketing online prin:*

- Rețelele sociale (Facebook, Instagram sau TikTok) pot fi platforme utile pentru a promova laptele de la dozator. Fermierii pot posta imagini și videoclipuri despre procesul de producție, avantajele laptelui proaspăt sau testimoniale ale clienților;
- Crearea unui site web simplu, unde să se ofere informații despre fermele lor, beneficiile consumului de lapte proaspăt și locațiile dozatoarelor;
- Folosirea de reclame plătite pe Google sau pe rețelele sociale pentru a ajunge la publicul local interesat de produse proaspete și sănătoase.

➤ *Colaborări și parteneriate locale:*

- Întreprinderile locale (magazine și restaurante) ar putea fi interesate să promoveze sau chiar să comercializeze laptele proaspăt de la dozator în propriile locații, menționând originea locală;
- Oferirea de lapte la prețuri speciale pentru instituții educaționale (școli sau grădinițe) sau parteneriate cu acestea poate fi o modalitate de a crește vizibilitatea și încrederea în produs;

➤ *Educație despre beneficiile laptelui proaspăt:*

- Informarea publicului despre beneficiile laptelui proaspăt, neprocesat excesiv (cum ar fi conținutul bogat în nutrienți, absența aditivilor, prospețimea) poate face diferența. Aceasta poate include articole pe bloguri, postări pe rețele sociale sau chiar demonstrații la fața locului;
- Oferirea de tururi ghidate ale fermei poate construi o legătură directă între consumatori și producători, ceea ce va crește loialitatea față de produs.

➤ *Programe de fidelizare:*

- Oferirea de reduceri sau beneficii pentru clienții fideli care cumpără frecvent lapte de la dozator poate încuraja revenirea lor;
- Reduceri, promoții de tipul „cumperi 5 litri, primești unul gratuit” sau oferte sezoniere pot

- atrage noi clienți și îi pot fideliza pe cei existenți.

Ambalaje eco-friendly și reutilizabile

- Oferirea de sticle reutilizabile pentru laptele cumpărat de la dozator sau reducerea folosirii ambalajelor din plastic poate atrage consumatorii preocupați de mediu. Promovarea acestui aspect poate fi un avantaj competitiv important.

7. Posibilități de finanțare

Există mai multe programe de finanțare și subvenții care sprijină inițiativele de promovare a produselor locale. Fondurile europene și programele de sprijin pentru fermieri pot acoperi o parte din costurile de achiziție și instalare a dozatoarelor. De exemplu, pentru un dozator de 10.000 euro, fondurile pot reduce cheltuiala directă la 5.000 euro, iar astfel este facilitată recuperarea rapidă a investiției.

8. Concluzii

Dincolo de avantajele pentru clienți, care au acces la un produs de calitate superioară la prețuri mai mici decât în hipermarket-uri, afacerea cu dozatoare de lapte distribuite în piețe și zone aglomerate ar fi una bună și pentru producători, cu toate că „intermediarii“ au devenit concurenți serioși. Obținerea avizelor poate fi inițial un proces dificil, însă producătorii de lapte susțin că efortul este justificat, având în vedere că piața laptelui vândut prin dozatoare atinge aproximativ 7.500 de tone anual.

Decizia de a investi într-un dozator de lapte nu este însă una simplă. Ea depinde de o serie de factori economici, tehnologici și de piață, precum și de contextul specific al fermei. Fermierul trebuie să evalueze costurile inițiale de achiziție și întreținere a echipamentului, cererea locală pentru laptele crud, reglementările legale și potențialul de creștere a veniturilor prin vânzări directe. De asemenea, considerentele de marketing, poziționarea produsului și crearea unei relații directe cu consumatorii devin elemente esențiale în succesul acestei inițiative.

9. Testimoniale

1. Fermierul din localitatea Dascălu, județul Ilfov, a intrat pe piața dozatoarelor de lapte în urmă cu aproape trei ani, iar acum are trei aparate pe piața bucureșteană. O astfel de investiție poate fi recuperată în cinci ani, susține el. Într-o lună bună vânzările ajung și la 400-500 litri de lapte pe zi, spune producătorul. Depinde foarte mult și de locul unde este amplasat dozatorul. Acest

fermier, de exemplu, are aparate în București în zone precum Doamna Ghica, Piața Moghioroș și Valea Ialomiței.

- ii. Dozatoarele sunt o afacere mai ales iarna, spun fermierii, pentru că vara cererea scade foarte mult. „Fermierii nu pot să vândă doar la dozatoare, pentru că vara cererea este mică. Eu am șase automate în trei locații, unde vând iarna 3.000 litri de lapte pe zi. Acum, vara, cererea scade la 1.000 litri pe zi. Vara, când sunt zarzavaturi și legume, nu mai cumpără oamenii lapte“, a declarat Mihai Petcu, un cunoscut fermier din Pantelimon care are 300 de vaci.

Bibliografie

- 1) <https://ro.scribd.com/document/221541675/Nstalatii-Si-Utilaje-Pentru-Industrializarea- Laptelui-Si-a-Produselor-Lactate>
- 2) <https://www.agro-business.ro/cat-de-greu-este-sa-pui-pe-picioare-o-afacere-cu-dozatoare- de-lapte/2013/07/01/>
- 3) <https://www.agroinfo.ro/tractoare-si-utilaje>
- 4) https://www.google.com/search?q=dozator+de+lapte&oq=dozator+de+lapte&gs_lcrp=EgZjaHJvbWUyDggAEEUYORhDGIAEGIoFMgcIARAAGIAEMgcIAhAAGIAEMg0IAXAuGK8BGMcBGIAEMggIBBAAGBYHjIICAUQABgWGB4yCAgGEAAYFhgeMggIBxAAGBYHjIICAgQABgWGB4yCAgJEAAYFhge0gEIODM4OGowajeoAgiwAgE&sourceid=chrome&ie=UTF-8
- 5) <https://www.agrostandard.ro/cat-de-greu-este-sa-pui-pe-picioare-o-afacere-cu-dozatoare- de-lapte/>