

الله

الله أكبر



دانشگاه پیام نور  
دانشکده علوم پایه و کشاورزی  
مرکز تهران

**پایان نامه برای**  
**دریافت مدرک کارشناسی ارشد**  
**رشته مهندسی کشاورزی**  
**گروه اقتصاد کشاورزی**

**عنوان پایان نامه**

**بررسی حاشیه بازاریابی شیر و عوامل موثر بر آن**  
**در استان مازندران**

**نام کامل نویسنده:**

**ساناز داداشی کرچنگی**

**استاد راهنمای اول**

**جناب آقای دکتر غلامرضا یآوری**

**استاد راهنمای همکار**

**جناب آقای دکتر سیدمجتبی مجاوریان**

**استاد مشاور**

**جناب آقای دکتر محسن شوکت فدایی**

**ماه و سال**

**آبان ۸۹**

الله! معرفت‌ده که با آغ راه تو جویم، زبان‌ده که با آغ شکر تو گویم  
دسترده که با قلم، شناخت تو نگاریم و پای‌ده که با آغ کور مهر تو جویم  
الله! تو ما را برگزفتی و کسر نغفت که بردار  
لاکنوخ که برگزفتی و انگذار و در سایه لطف و عنایت خود می‌دار

با سپاسگزاری از خدای قادر و توانا که توفیق اندیشیدن و تلاش را به من عطا کرد.

این اثر ناچیز را تقدیم می‌کنم به:

پدر و مادر مهربان و عزیزم که زحمات بسیار زیادی در زندگی ام متحمل شدند، به من چگونه زیستن را  
آموختند و مشوق راه دانشم بودند و همواره دعای خیرشان بدرقه راهم بوده و خواهد بود. تا آخرین لحظه  
عمرم مدیون زحمات و ملتمس دعایشان هستم و کمال تشکر و قدردانی را از آن‌ها دارم.

خواهران نازنین و مهربانم که همواره با محبت خود، محیط آرامی را برای من فراهم کردند و در تمام مراحل  
زندگی و تحصیل مشوقم بودند.

شوهر خواهرهای عزیزم و خواهر زاده ناز و دوست داشتنی ام شهرادجون، به خاطر کمک‌هایی که به من  
کردند.

خدایا عافیت، عاقبت به خیری و طول عمر را برای آنان از درگاهت مسئلت دارم.

## **تقدیر و تشکر از**

استاد بزرگوار، جناب آقای دکتر غلامحسین یآوری که در طول مدت تحقیق مرا صمیمانه یاری و راهنمایی کردند. استاد ارجمند و گرانقدر، جناب آقای دکتر سید مجتبی مجاوریان که در انجام مراحل مختلف پایان نامه مرا از راهنمایی های ارزنده و زحمات بی دریغ خویش بهره مند ساخته و یاری کردند. استاد محترم، جناب آقای دکتر محسن شوکت فدایی که با راهنمایی های مفید شان مرا کمک کردند و تمامی دوستان و عزیزانی که مرا در اجرای بهتر پایان نامه یاری کردند.

## چکیده

در ایران با وجود مداخله دولت به منظور مدیریت حاشیه بازاریابی شیر و فرآورده‌ها، حاشیه بازاریابی این محصولات همواره در حال گسترش بوده است. گسترش حاشیه بازاریابی طی زمان و تأثیرات منفی آن بر سطوح سه گانه تولید، فرآوری، خرده فروشی و همچنین وجود دو نوع بازار شیر پاستوریزه و غیر پاستوریزه در ایران، نشان دهنده ضرورت بررسی حاشیه بازاریابی انواع شیر است. هدف اصلی این تحقیق، بررسی و مقایسه عوامل موثر بر حاشیه بازاریابی دو نوع شیر در استان مازندران با استفاده از داده های ماهانه طی سال های ۱۳۸۶-۱۳۷۹ است. هدف دیگر، محاسبه و بررسی کشش انتقال قیمت شیر می باشد.

برای بررسی عوامل موثر بر حاشیه بازاریابی دو نوع شیر، الگوی مارک آپ با توجه به شرایط خاص بازار شیر ایران به کار می رود. نتایج تحقیق نشان می دهد قیمت خرده فروشی، هزینه فرآوری و متغیر موهومی فصل بهار بر حاشیه بازاریابی شیر پاستوریزه اثر مستقیم و معنی داری دارند. در شیر غیر پاستوریزه، قیمت خرده فروشی، شاخص دستمزد نیروی کار، متغیر موهومی فصل بهار و تابستان بر حاشیه بازاریابی این نوع شیر اثر مستقیم و معنی داری دارند. قیمت خرده فروشی دو نوع شیر در این استان باکشش می باشند و کشش قیمت خرده فروشی شیر غیر پاستوریزه از کشش شیر پاستوریزه بیشتر است. در بین متغیرها، قیمت خرده فروشی مؤثرترین متغیر بر حاشیه بازاریابی هر دو نوع محصول می باشد. با محاسبه کشش انتقال قیمت دو نوع شیر مشاهده می شود که کشش انتقال قیمت شیر غیر پاستوریزه از شیر پاستوریزه بیشتر است.

**واژگان کلیدی:** حاشیه بازاریابی، الگوی مارک آپ، کشش انتقال قیمت، شیر پاستوریزه، شیر غیر

پاستوریزه

## فهرست مطالب

عنوان	صفحه
مقدمه	۱

### فصل اول: کلیات

۱-۱- مقدمه	۴
۲-۱- اهمیت غذایی شیر	۴
۳-۱- وضعیت تولید شیر در ایران	۷
۴-۱- وضعیت تولید شیر در استان مازندران	۹
۵-۱- وضعیت مصرف سرانه شیر در ایران	۱۱
۶-۱- اهمیت و ضرورت تحقیق	۱۲
۷-۱- فرضیات تحقیق	۱۷
۸-۱- اهداف تحقیق	۱۸
۹-۱- سازمان دهی تحقیق	۱۸

### فصل دوم: مبانی نظری و مروری بر مطالعات صورت گرفته

۱-۲- مقدمه	۲۱
۲-۲- بازاریابی	۲۱
۳-۲- بازاریابی محصولات کشاورزی	۲۲
۴-۲- حاشیه بازاریابی	۲۲

## فهرست مطالب

عنوان	صفحه
۵-۲- مطالعات صورت گرفته در ایران.....	۲۳
۶-۲- مطالعات صورت گرفته در جهان.....	۲۹
<b>فصل سوم: متدولوژی تحقیق</b>	
۱-۳- مقدمه.....	۳۴
۲-۳- روش‌های اندازه‌گیری حاشیه بازاریابی.....	۳۴
۱-۲-۳- حاشیه مطلق بازاریابی.....	۳۴
۲-۲-۳- حاشیه نسبی بازاریابی.....	۳۶
۳-۲-۳- سهم هزینه کشاورز و واحد‌های فرآوری از درآمد خرده‌فروشی $(S_b, S_a)$ .....	۳۷
۴-۲-۳- حاشیه درصدی بازاریابی.....	۳۸
۳-۳- الگوهای حاشیه بازاریابی.....	۳۹
۱-۳-۳- الگوی مارک آپ.....	۴۲
۲-۳-۳- الگوی حاشیه نسبی.....	۴۳
۳-۳-۳- الگوی هزینه بازاریابی.....	۴۳
۴-۳-۳- الگوی انتظارات عقلایی.....	۴۴
۴-۳- فرآیند تصادفی ایستا (پایا).....	۴۵
۵-۳- کشش انتقال قیمت.....	۴۹

## فهرست مطالب

صفحه	عنوان
۵۰.....	۳-۶- داده‌ها.....
<b>فصل چهارم: نتایج و بحث</b>	
۵۲.....	۴-۱- مقدمه.....
۵۲.....	۴-۲- محاسبه حاشیه مطلق بازاریابی شیر پاستوریزه و غیرپاستوریزه.....
۵۴.....	۴-۳- محاسبه حاشیه درصدی بازاریابی شیر پاستوریزه و غیرپاستوریزه.....
۵۷.....	۴-۴- نتایج برآورد الگوی تجربی حاشیه بازاریابی.....
۶۱.....	۴-۵- نتایج محاسبه کشش انتقال قیمت.....
<b>فصل پنجم: نتیجه گیری و پیشنهادات</b>	
۶۷.....	۵-۱- مقدمه.....
۶۷.....	۵-۲- نتیجه گیری.....
۷۲.....	۵-۳- پیشنهادات.....
۷۵.....	پیوست ها.....
۸۱.....	منابع.....



## فهرست جداول

عنوان	صفحه
جدول ۱-۱- ترکیبات شیمیایی شیر بر حسب گرم در لیتر	۵
جدول ۱-۲- میزان تأمین نیازهای انسان از طریق مصرف نیم لیتر شیر	۷
جدول ۱-۳- وضعیت تولید شیر در کشور و جذب آن توسط کارخانه‌های لبنی (۱۳۶۵-۱۳۸۶)	۸
جدول ۱-۴- میزان جمعیت دامی و تولیدات شیر در استان مازندران	۱۰
جدول ۴-۱- نتایج آزمون ایستایی سری زمانی براساس آزمون ADF	۵۷
جدول ۴-۲- نتایج برآورد ضرایب الگوی مارک‌آپ شیر پاستوریزه و غیرپاستوریزه در مازندران	۵۸
جدول ۴-۳- میانگین کشش انتقال قیمت	۶۴
جدول ۴-۴- میانگین کشش انتقال قیمت شیر پاستوریزه و غیر پاستوریزه به صورت ماهانه	۶۵

## فهرست نمودارها

عنوان	صفحه
نمودار ۱-۱- روند تولید سرانه شیر در کشور (۱۳۶۵-۱۳۸۶) .....	۹
نمودار ۱-۲- روند تولید شیر در استان مازندران طی سال های ۱۳۷۹-۱۳۸۶ .....	۱۰
نمودار ۱-۳- روند مصرف سرانه شیر در کل کشور .....	۱۱
نمودار ۱-۴- روند قیمت خرده فروشی شیر پاستوریزه و غیرپاستوریزه طی ماه های مختلف در مازندران .....	۱۶
نمودار ۳-۱- تغییرات حاشیه بازاریابی در اثر تغییرات عرضه و تقاضا .....	۴۱
نمودار ۴-۱- حاشیه مطلق بازاریابی شیر پاستوریزه و غیر پاستوریزه در استان مازندران .....	۵۳
نمودار ۴-۲- حاشیه درصدی بازاریابی شیر پاستوریزه و غیرپاستوریزه در استان مازندران .....	۵۵
نمودار ۴-۳- کشش انتقال قیمت شیر پاستوریزه و غیر پاستوریزه در مازندران .....	۶۳

## فهرست شکل

صفحه

عنوان

شکل ۱-۳-۱-ارتباط بین انواع حاشیه بازاریابی ..... ۳۶

## مقدمه

شیر بعد از آب به عنوان حیاتی ترین ماده موجود در کره زمین، کامل ترین غذا و حاوی پروتئین های ارزشمند، چربی، ویتامین ها و املاح مورد نیاز بدن انسان می باشد ، بنابراین وجود آن در سبد مصرفی خانوارها ضروری است. با توجه به اهمیت تولید و مصرف شیر و فرآورده های لبنی در سلامت عمومی جامعه و لزوم افزایش این محصولات در سبد غذایی خانوار، قیمت تولید کننده و مصرف کننده، حاشیه بازاریابی و نوع رفتار حاشیه بازار این محصولات نیز دارای اهمیت می باشد.

در اغلب کشورهای جهان، دولتمردان با اتخاذ سیاست هایی چون پرداخت یارانه ها یا حتی توزیع رایگان آنها، سعی در افزایش مصرف این فرآورده ها در بین افراد جامعه دارند به گونه ای که یکی از شاخص های توسعه یافتگی کشورها، میزان مصرف این محصولات می باشد. در ایران، با وجود اجرای سیاست های مختلف دولت برای رسیدن به استانداردهای تولید و به ویژه مصرف و به منظور مدیریت حاشیه بازاریابی شیر و فرآورده های آن، حاشیه بازاریابی این محصولات همواره در حال گسترش بوده است. این مشکل موجب نارضایتی مصرف کنندگان از قیمت های زیاد خرده فروشی شده است که نتیجه آن، مصرف کمتر شیر و فرآورده های آن می باشد. همینطور، تولیدکنندگان نیز همواره از قیمت های کم فروشی به فرآوران و از طرف دیگر فرآوران نیز به دلیل شرایط ویژه این کالا ( مانند فسادپذیر بودن آنها ) از هزینه های زیاد فرآوری و بازاریابی اظهار نارضایتی می کنند، از این رو سیاست گذاری مناسب دولت در تنظیم بازار بیش از پیش اهمیت می یابد.

در سال های گذشته، مداخله گسترده دولت در تنظیم بازار شیر پاستوریزه و غیر پاستوریزه و فرآورده های آن و همچنین ارتباط این بازارها با هم، سبب شده است تا رفتار قیمتی این بازارها برای تولیدکنندگان، مصرف کنندگان، سیاست گذاران و برنامه ریزان اهمیت بیشتری یابد.

در ایران میزان تولیدات شیر از ۵,۶۰۰ هزار تن در سال ۷۹ به ۸,۲۰۰ هزار تن در سال ۸۶ افزایش یافته است. استان مازندران با مساحت حدود ۲۴۰۰۰ کیلومترمربع و شرایط اقلیمی خاص خود، یکی از بهترین زیستگاه های دام می باشد که با تولید شیر در سال ۸۶، به میزان ۶۸۰ هزار تن، سهمی معادل ۷/۵ درصد تولید کشور را به خود اختصاص داده است که از اهمیت بسزایی در سطح

کشور برخوردار می‌باشد و تولیدات گسترده فوق در سطح استان، این موضوع را تأیید می‌کند.  
(سازمان جهاد کشاورزی مازندران، ۱۳۸۶)

در این پژوهش رفتار حاشیه بازاریابی شیر و عوامل موثر بر آن در این بازارها در استان مازندران مورد بررسی قرار می‌گیرد و در نهایت، پیشنهادهایی در زمینه سیاست‌گذاری مناسب‌تر برای اصلاح سیاست‌های تنظیم حاشیه بازاریابی و اصلاح فرآیند بازاریابی و افزایش مصرف سرانه شیر و فرآورده‌های آن بیان می‌شود.

فصل اول

کلیات

## ۱-۱- مقدمه

در این فصل، نخست به بیان اهمیت غذایی شیر، وضعیت تولید و مصرف سرانه شیر در کشور و استان مازندران پرداخته می شود، سپس اهمیت و ضرورت این تحقیق، فرضیات و اهداف این مطالعه بیان می شود.

## ۱-۲- اهمیت غذایی شیر

شیر یک مایع سفید زرد رنگ است<sup>۱</sup> و ماده ای مغذی است که به عنوان غذا استفاده می شود. شیر تنها غذای انسان و همچنین حیوانات در طی اولین مراحل زندگی است و به تنهایی قادر است تا سن معینی کلیه احتیاجات ارگانسیم موجود زنده را فراهم نماید، به همین دلیل است که گفته می شود شیر کامل ترین غذاست. ترکیبات شیمیایی شیر را می توان به صورت زیر خلاصه کرد:

۱. آب ۸۷/۳٪ ( ۸۸/۷٪ - ۸۵/۵٪ )

چربی ۳/۹٪ ( ۵/۵٪ - ۲/۴٪ )

۲. کلیه مواد جامد شیر

مواد جامد غیر از چربی<sup>۲</sup> (SNF) ( ۱۰٪ - ۷/۹٪ )

که شامل پروتئین ها، لاکتوز، مواد معدنی، اسیدها، آنزیم ها، گازها و ویتامین ها می باشد .

(احسانی، ۱۳۸۶)

<sup>۱</sup> رنگ سفید شیر در نتیجه پراکندگی نور منعکس شده به وسیله گلبول های چربی و ذرات کلوئیدی کازوئین و فسفات کلسیم می باشد و وجود کاروتن محلول در چربی شیر، ظاهری زرد رنگ به این محصول می دهد.

<sup>۲</sup> میزان پروتئین در شیر ۳/۲۵٪، میزان لاکتوز در شیر ۴/۶٪ و میزان مواد معدنی ۰/۶۵٪ که شامل کلسیم، فسفر، منیزیم، پتاسیم، سدیم، روی، کلر و .....، میزان اسیدها ۰/۱۸٪ شامل استات، فرمات، سترات و .....، آنزیم ها شامل لیپاز، فسفاتاز، کاتالاز، پراکسیداز، گازها شامل اکسیژن و نیتروژن، ویتامین ها شامل A, C, D، تیامین، ریبوفلاوین و ..... و

جدول ۱-۱: ترکیبات شیمیایی شیر بر حسب گرم در لیتر

ترکیبات شیمیایی	گرم در یک لیتر شیر	دامنه نوسانات گرم در لیتر شیر
آب	۹۰۲	—
چربی	۳۹	۴۵ - ۲۵
پروتئین	۳۳	۴۰ - ۲۵
لاکتوز	۴۹	۵۵ - ۴۵
املاح	۹	۱۰ - ۷
ماده خشک کل	۱۳۰	—
ماده خشک بدون چربی	۹۱	۱۰۰ - ۸۰

مأخذ: مرکز تحقیقات کشاورزی استان مازندران

شیر ارزش غذایی بسیار بالایی دارد و نقش پر اهمیت آن خصوصاً در اطفال و سالخوردگان جوامع، حیاتی و زندگی ساز است. چربی شیر در میان چربی ها و روغن های مختلف بیشترین قابلیت هضم را داراست زیرا حاوی میزان نسبتاً بالایی ( ۱۰ تا ۱۵٪ ) از اسیدهای چرب با زنجیره های کوتاه و متوسط می باشد. در نتیجه چربی شیر به دلیل هضم و جذب آسان، جزء با ارزشی در رژیم غذایی افراد مبتلا به معده، روده، کلیه، کبد، کیسه صفرا و اختلالات گوارشی است.

پروتئین های شیر در مقایسه با دیگر پروتئین های حیوانی، ارزان تر و از ارزش غذایی بالایی برخوردار می باشد. این پروتئین ها باعث قوی تر شدن ماهیچه ها و بافت ماهیچه ای می شوند به همین منظور در رژیم غذایی برای بیماران مبتلا به بیماری های کبدی، کیسه صفرا، دیابت از پروتئین های شیر استفاده می شود. همچنین این پروتئین ها در تغذیه مبتلایان به اختلالات کلیوی و افراد مبتلا به ازدیاد چربی خون نیز به کار می رود.



افراد سالمند، نیازهای مربوط به پروتئین و اسیدهای آمینه ضروری آنها به علت نزول ظرفیت پروتئین سازی بدن و میزان متابولیسم پروتئین، افزایش می یابد. مطالعه رژیم غذایی افراد سالخورده نشان داده است که برای تأمین مقادیر کافی پروتئین، کلسیم، ویتامین A و B<sub>2</sub>، از شیر می توان استفاده کرد که غنی از این مواد مغذی است و قادر است نیاز مربوط به آنها را به طور قابل ملاحظه ای برطرف سازد.

شیر سهم و تأثیر مهمی در تأمین مقدار کلسیم و فسفر مورد احتیاج بدن دارد و از پوکی استخوان جلوگیری می کند و باعث قوی تر شدن استخوان ها و همچنین دندان ها می شود و ۷۰ تا ۸۰% کلسیم را می توان از شیر و فرآورده های آن تأمین کرد. همچنین با مصرف شیر و استفاده از فلوئور موجود در آن ، می توان از پوسیدگی دندان جلوگیری کرد. شیر منبع مهمی از ویتامین ها می باشد و سهم مهمی از ویتامین های A, B<sub>1</sub>, B<sub>2</sub>, B<sub>6</sub>, D را فراهم می کند. ویتامین D در شیر به دلیل ممانعت از نرمی استخوان در اطفال و کودکان، اهمیت ویژه ای دارد . ویتامین B<sub>2</sub> موجود در شیر برای تبدیل غذا و مواد غذایی به انرژی مورد نیاز بدن و ویتامین A در شیر برای قدرت بینایی و سلامت پوست بدن بسیار مفید می باشند. پتاسیم موجود در شیر نیز باعث برقراری فشار خون مناسب در بدن می شود. همینطور ، وجود برخی آنزیم های شیر خاصیت باکتری کشی داشته و تأثیر مهمی در سیستم ایمنی بدن دارا هستند.

جدول ۱-۲: میزان تأمین نیازهای انسان از طریق مصرف نیم لیتر شیر

افراد	نیاز کل پروتئین در روز (گرم)	کلسیم (میلی گرم)	فسفر (میلی گرم)	ویتامین B <sub>1</sub> (میلی گرم)
مرد	۵۶	۸۰۰	۸۰۰	۲
زن	۵۴	۸۰۰	۷۰۰	۱/۸
کودک	۵۲	۸۰۰	۸۰۰	۱/۶
ترکیبات شیمیایی نیم لیتر شیر	۱۶/۵	۵۹۰	۴۵۰	۱

مأخذ: مرکز تحقیقات کشاورزی مازندران

با توجه به مطالب یاد شده در مورد ترکیبات و خواص تغذیه ای شیر، متوجه می شویم که شیر در سلامت عمومی افراد جامعه نقش مهم و بسزایی دارد و در بین غذاهای متعدد با منشأ حیوانی و گیاهی از جایگاه خاص و پراهمیتی برخوردار است.

### ۱-۳- وضعیت تولید شیر در ایران:

در کشورمان میزان سرانه تولیدات شیر روند صعودی را طی نموده است به طوری که از ۶۵/۷ کیلوگرم در سال ۱۳۶۵ به ۱۱۷ کیلوگرم در سال ۱۳۸۶ رسیده است و نرخ رشد در طی این سالها ۱/۷ می باشد ولی این مقدار نسبت به رشد جمعیت، جوابگوی تأمین مصرف سرانه شیر که توسط انستیتو تحقیقات تغذیه ایران (حدود ۱۶۰ کیلوگرم در سال) توصیه شده نمی باشد. (مهربانیان،

(۱۳۸۴)

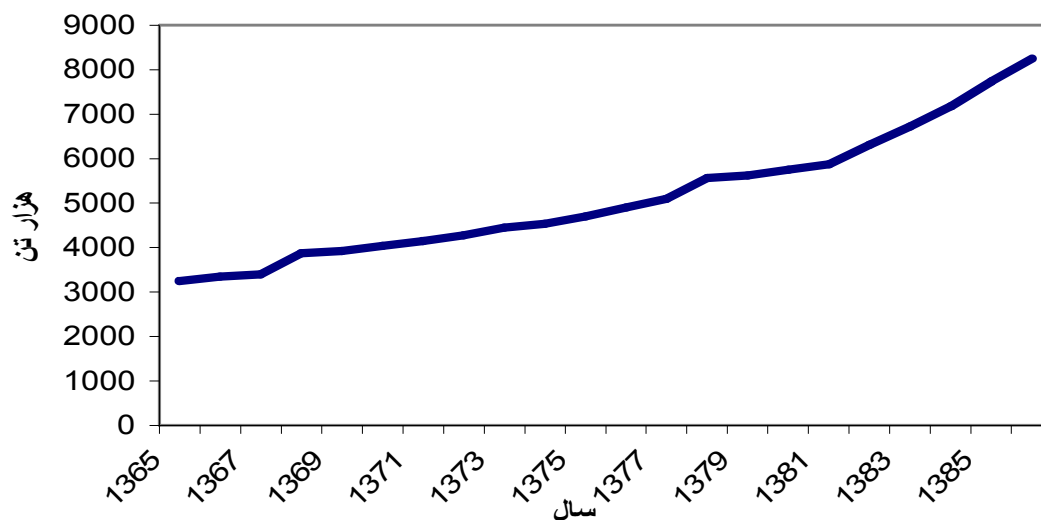
جدول ۱-۳: وضعیت تولید شیر در کشور و جذب آن توسط کارخانه های لبنی (۸۶-۱۳۶۵)

سال	مقدار تولید (هزارتن)	مقدار سرانه تولید بر حسب کیلوگرم	شیر خام دریافتی کارخانه های لبنی (هزارتن)
۱۳۶۵	۳۲۵۰	۶۵/۷	۲۲۸/۳
۱۳۶۶	۳۳۵۰	۶۵/۹	۲۳۴/۷
۱۳۶۷	۳۴۰۰	۶۵/۲	۲۹۹/۴
۱۳۶۸	۳۸۷۲	۷۱/۶	۳۶۹/۷
۱۳۶۹	۳۹۲۹	۷۱/۹	۵۰۸/۸
۱۳۷۰	۴۰۳۵	۷۲/۳	۵۸۲/۵
۱۳۷۱	۴۱۴۵	۷۳/۱	۶۲۵
۱۳۷۲	۴۲۸۱	۷۴/۴	۷۵۰
۱۳۷۳	۴۴۵۰	۷۶/۲	۸۳۰
۱۳۷۴	۴۵۴۰	۷۶/۷	۸۶۰
۱۳۷۵	۴۷۰۵	۷۸/۳	* —
۱۳۷۶	۴۸۹۵	۸۰/۴	* —
۱۳۷۷	۵۱۰۵	۸۲/۶	* —
۱۳۷۸	۵۵۶۴	۸۸/۷	* —
۱۳۷۹	۵۶۲۳	۸۸/۳	۲۰۲۴/۳
۱۳۸۰	۵۷۴۸	۸۹/۰	۲۰۹۱
۱۳۸۱	۵۸۷۷	۸۹/۷	۲۲۳۳
۱۳۸۲	۶۳۱۶	۹۵/۰	۲۵۲۶/۴
۱۳۸۳	۶۷۲۰	۹۹/۶	۲۵۷۰
۱۳۸۴	۷۱۷۹	۱۰/۶	۴۲۹۳
۱۳۸۵	۷۷۴۱	۱۱۲	۴۵۹۲
۱۳۸۶	۸۲۵۱	۱۱۷	۴۸۳۲

مأخذ: معاونت امور دام، آمار نامه کشاورزی، جلد دوم، وزارت جهاد کشاورزی، سالنامه آماری مرکز آمار ایران

\* عدم دسترسی به آمار

نمودار ۱-۱ : روند تولید سرانه شیر در کشور (۱۳۶۵-۱۳۸۶)



مأخذ : معاونت امور دام ، آمارنامه کشاورزی ، جلد دوم ، وزارت جهاد کشاورزی ، سالنامه آماری ، مرکز آمار

#### ۱-۴- وضعیت تولید شیر در استان مازندران

استان مازندران با مساحتی حدود ۲۴۰۰۰ کیلومتر مربع حدود ۱/۵٪ مساحت کل کشور را تشکیل می دهد و به جهت موقعیت خاص جغرافیایی و دارا بودن منابع فیزیکی ( اقلیم و آب و خاک ) مناسب، استعداد بالقوه ای جهت پویایی دامپروری داشته است. استان مازندران در سال ۸۶ با جمعیت دامی ۳,۶۰۰ هزار رأس و میزان تولید شیر ۶۸۰ هزار تن، سهمی معادل ۷/۵٪ تولید کشور را به خود اختصاص داده است.