

عنوان مقاله:

پتانسیل بازار و ضرورت تجاری سازی فرآورده های لبنی محلی در ایران

محل انتشار:

فصلنامه توسعه تکنولوژی صنعتی، دوره 18، شماره 40 (سال: 1399)

تعداد صفحات اصل مقاله: 18

نویسندگان:

امیررضا شویک لو - رییس بخش فرآوری تولیدات دامی، موسسه تحقیقات علوم دامی کشور، سازمان تحقیقات، آموزش و ترویج کشاورزی، کرج، ایران

اکرم قره داغی - پژوهشگر، مرکز تحقیقات و آموزش کشاورزی و منابع طبیعی استان آذربایجان شرقی، سازمان تحقیقات، آموزش و ترویج کشاورزی، تبریز، ایران

علیرضا چگنی - استادیار پژوهشی، مرکز تحقیقات و آموزش کشاورزی و منابع طبیعی استان لرستان، سازمان تحقیقات، آموزش و ترویج کشاورزی، خرم آباد، ایران

راحله نژادرمجوی اخگر - استادیار پژوهشی و رییس بخش علوم دامی، مرکز تحقیقات و آموزش کشاورزی و منابع طبیعی استان آذربایجان غربی، سازمان تحقیقات، آموزش و ترویج کشاورزی، ارومیه، ایران

خلاصه مقاله:

در ۳ دهه ی گذشته هرچند حمایت های دولتی از سرمایه گذاری در بخش دامپروری منجر به گسترش صنایع شیر و فرآورده های آن در کشور شده، ولی بی توجهی به فرآورده های دامی بومی از جمله لبنیات محلی موجب عدم توسعه ی این بخش از صنایع روستایی و عشایری و حتی از بین رفتن دانش بومی تولید برخی از این فرآورده ها شده است. موسسه ی تحقیقات علوم دامی کشور و مراکز پژوهشی وابسته، تلاش های زیادی برای شناسایی و معرفی محصولات لبنی محلی در کشور انجام داده اند. مجموع این پژوهش ها منجر به بهبود کیفیت و ایمنی برخی از این فرآورده ها از جمله پنیر لیوان، پنیر سیاه مزگی، پنیر کوزه یی و پنیر لاکتیکی شده است. هرچند در بسیاری از استان های کشور فرآورده های لبنی محلی مختلفی با سابقه ی تولید چند صد ساله وجود دارد ولی عدم معرفی آن ها به مصرف کنندگان، دستگاه های نظارت بهداشتی و صنعت، ادامه ی تولید آن ها را به مخاطره انداخته است. در این مقاله، بر پایه ی ۳۰ سال پژوهش کاربردی در آن موسسه و مراکز پژوهشی مربوط، تلاش شده است تا ضمن معرفی این فرآورده ها، فرصت ها و پتانسیل بازار برای تجاری سازی این فرآورده ها در کشور مشخص و سازوکار پیشنهادی برای تجاری سازی و عرضه به بازار محصولات لبنی محلی ارائه شود. نویسندگان باورمندند که تولید تجاری این فرآورده ها موجب توسعه ی کارآفرینی و تضمین کیفیت محصولات محلی/ بومی و رونق اقتصادی روستاییان و جامعه ی عشایری می شود.

کلمات کلیدی:

محصولات لبنی محلی، تجاری سازی، پتانسیل بازار، دانش محلی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1214206>



