



شماره:

تاریخ: ۱۳۹۹/۰۴/۰۲

پیوست: ندارد

بسمه تعالی

به بهانه مواضع اخیر رئیس هیئت مدیره تعاونی تولیدکنندگان فرآورده های لبنی درباره موضوع صادرات شیر خشک

«خط مار» به جای آمار!

سید محمدرضا بنی طباطبائی، مدیر روابط عمومی انجمن صنایع فرآورده های لبنی ایران

اظهارات اخیر آقای ظفری، رئیس هیات مدیره تعاونی تولیدکنندگان فرآورده های لبنی در نشست اخیر خبری که با موضوع صادرات شیرخشک برگزار کرده اند، برای هر کسی که دستی بر صنعت لبنیات داشته باشد، موجب حیرت است و خارج از ظرف طاقت. استدلال های سست بنیان و اعداد و ارقامی از واقعیت گریزان، آنچنان در جای جای اظهارات آقای ظفری موج میزند که گویی ایشان را از چرخه صنعت لبنیات آگاهی نیست. یا اگر ظن آگاهی هم باشد، سنگ منفعت آنچنان سنگین نشسته که صداقت از کفه تراز انصاف جسته است.

ای کاش روابط عمومی «انجمن» یا «وزارت خانه ای» که مدافع سهمیه بندی و صادرات شیرخشک بوده و تدارک چنین نشست خبری را برای ایشان دیده بود، پیش از تدارک آن کنفرانس خبری، مستنداتی را در اختیار آقای ظفری می گذاشت تا دست کم اطلاعات و آمارهایی که از صنعت ارائه میفرمایند موجبات استهزا ایشان در میان اهالی صنعت و اهل فن را فراهم نمیکرد. با اینحال برای اطلاع مخاطبان رسانه هایی که فرمایشات ایشان را حسب وظیفه رسانه ای پوشش داده اند، نکاتی را معروض می شود تا شاید تنویری بر افکار عمومی در ماجرای صادرات شیر خشک باشد.

۱. برخلاف اظهارات ایشان شیوع کرونا باعث افت فروش محصولات لبنی نشد. افت فروش تنها در هفته های اول اتفاق افتاد و پس از آن به حالت نرمال بازگشت. بخصوص از این جهت که مصرف لبنیات سنتی به دلایلی که جای طرح آن در این مجال نیست، کاهش یافت و تمایل مصرف کننده به مصرف لبنیات مورد تأیید نهادهای بهداشتی و نظارتی بود. افزایش تولید شیرخام در اسفند ماه و فروردین ماه گذشته نه به دلیل شیوع کرونا که به دلیل همزمان شدن فصل پرشیری دام ها و نیز کاهش صادرات محصولات لبنی به دلیل محدودیت های مرزی بود و ارتباطی با کاهش مصرف، آنچنانکه مراد آقای ظفری است نداشته و ندارد. جهت اطلاع ایشان باید بگوئیم که حداکثر شیرخامی که جذب خطوط شیر خشک میشود بین ۱۰ تا ۱۵ درصد است. نکته دیگر اینکه شلف لایف شیر خشک قریب به دو سال است و با توجه به اخباری که از قاچاق شیر خشک در ماه های اخیر منتشر شده، نگرانی ایشان درباره فاسد شدن شیرخشک محلی از توجیه نخواهد داشت.

۲. بعد از اشاره به افزایش تولید شیرخام، فرموده اند که «بخش عمده شیر خام که توسط صنایع لبنی جذب شده بود، تبدیل به شیر خشک شد.» ظن قوی می رود که معنای کلمه «عمده» در نظر ایشان با آنچه عامه مردم درک میکنند متفاوت است چه اینکه اگر بخش عمده شیرخام، راهی خطوط شیرخشک شده بود، امروز باید در بازار محصولات لبنی با کاهش عرضه محصولات روبرو میبودیم. بیش از ۶ میلیون تن شیرخام در طول سال جذب صنایع لبنی می شود که قریب به ۷۵ درصد آن به کالاهای



شماره:

تاریخ: ۱۳۹۹/۰۴/۰۲

پیوست:

لبنی ضروری مردم (شیر، ماست و پنیر) اختصاص می یابد و ۲۵ درصد دیگر به سایر محصولات لبنی تعلق دارد که مشمول قیمت گذاری دولتی نیست.

۳. فرموده اند که: «از پایان سال گذشته تا کنون ۵۳ هزارتن دپوی شیر خشک در کشور داشتیم و این در حالی است که مصرف شیر خشک سالانه کشور حدود ۱۵ هزارتن است.» هرکس با صنعت لبنیات کمترین آشنایی را داشته باشد میداند که اظهارات آقای ظفری مبنی بر اعلام ۱۵ هزار تن شیر خشک برای مصرف کشور، نه آمار دادن که به قول معروف خط مار کشیدن است. جهت اطلاع آقای ظفری عرض میکنیم که نیاز مصرفی کشور به شیرخشک، بین ۶۰ تا ۷۰ هزار تن است و ذخایر استراتژیکی که باید همواره حفظ شود ۱۵ هزار تن است. امیدوارم آقای ظفری دست کم امنیت غذایی کشور را گروگان منافع ناشی از سهم بندی صادرات نبینند.

۴. آقای ظفری در میان اظهارات خود ادعایی را مطرح کرده اند که یا ناشی از عدم آگاهی است یا نشان از تغافل و اصرار بر ایراد اطلاعات خلاف و کذب. عنوان داشته اند که: «قیمت فروش فرآوردههای لبنی ایرانی در عراق و افغانستان بسیار ارزان تر از بازار داخلی کشور خودمان است که این امر در واقع به نفع منافع عمومی کشور نیست.» جدول مقایسه قیمت محصولات ایرانی در عراق و ایران که در ذیل قابل مشاهده است نشان میدهد بر خلاف اظهارات آقای ظفری قیمت محصولات ایرانی در بازار داخل به مراتب ارزان تر از قیمت همین محصولات در کشورهای مقصد است. لازم به توضیح است که بخش عمده ای از قیمت محصولات ایرانی در بازارهای خارجی در جیب تولیدکننده ایرانی نمیروود بلکه مصروف هزینه هایی مثل تعرفه های سنگین واردات و سهم طرف خارجی واردکننده، سهم شرکت های توزیع و پخش در کشور خارجی و نیز سهم شبکه فروشگاهی کشورهای مقصد می شود.

مقایسه قیمت مصرف کننده بعضی از محصولات در بازار عراق					
ردیف	نام محصول	قیمت مصرف کننده تهران (ریال)	قیمت مصرف کننده اربیل (دینار)	معادل تومانی قیمت مصرف کننده اربیل	قیمت هر دینار به تومان
1	دوغ بطری 1/5 لیتری نعنایی	7000	1250	18750	1500
2	دوغ بطری 1/5 لیتری گازدار	7000	1250	18750	
3	ماست 2 کیلو گرمی 3 درصد	15000	3500	52500	
4	پنیر خامه ای 100 گرمی مربعی	3000	500	7500	
5	خامه صبحانه 100 گرمی	3000	500	7500	
6	شیر پاکتی تترایک 1.5%	6400	1250	18750	
7	شیر پاکتی تترایک 3%	7200	1250	18750	
8	پنیر خامه ای 200 گرمی	5000	750	11250	
9	ماست 900 گرمی همزده 5/5 درصدی	9800	1500	22500	
10	ماست 1500 گرمی همزده 5/5 درصدی	17000	2500	37500	
11	ماست 1500 گرمی همزده 5/5 درصدی	24000	3500	52500	
لازم به ذکر است به طور متوسط حدود 100 الی 120 درصد شامل گمرک، حمل، زنجیره توزیع و بخش به قیمت های تحویل مرز کارخانجات اضافه می گردد					

شماره:

تاریخ: ۱۳۹۹/۰۴/۰۲

پیوست:

اظهارات ایشان در این فقره حکایت از این دارد که موضع صنایع لبنی در تاکید بر نگاه تخصصی به صادرات و شناختن بازار درست و بجا است. شناختی که متأسفانه در اظهارات آقای ظفری نشانی از آن نیست. اگر این اطلاعات را سهوا ارائه کرده اند که نشان از غیر مستند و غیر معتبر بودن سایر مواضع ایشان است و اگر به عمد این آمار غلط را ارائه کرده اند نشان از فقدان صداقت و خلاف گویی ایشان است.

جای تعجب اما اینجاست که آقای ظفری با چه محاسبه ای به این نتیجه رسیده اند که صادرکننده در کشور مقصد توانسته قیمت ارائه محصول اش کمتر از قیمت بازار داخلی باشد؟ آیا ایشان میدانند که فلسفه صادرات جذابیت قیمت محصولات در بازار هدف است و اگر قرار باشد که محصولات در کشور خودمان گرانتر از بازار خارج باشد، اصولاً منفعت تولید کننده حضور در بازار داخلی است و نه خارجی؟ آنچه از آن به عنوان دامپینگ شرکت های لبنی در بازارهای خارجی یاد کرده اند، هیچ تطابقی با واقعیت ندارد. مگر چند سال یک تولید کننده قادر است در یک کشور خارجی آن هم با حضور رقبای داخلی آن کشور و همچنین رقبای بین المللی دامپینگ کند؟ آن هم با این هدف که شرکت های ایرانی در بازار هدف حضور نداشته باشند؟ آیا واقعا آقای ظفری به آنچه بیان میکنند فکر هم میکنند؟ آیا اساساً موضعی که ایشان اتخاذ میکنند از سوی اعضای تشکل ایشان مورد پرسش قرار نمیگیرد؟ آیا چنین اظهارات غیر کارشناسانه ای در شان جایگاه ریسات هیئت مدیره یک اتحادیه هست؟

اظهارات آقای ظفری درباره دامپینگ شرکت های ایرانی و فروش محصولات به قیمتی کمتر از بازار داخلی نشان از عدم آگاهی ایشان از بازار خارجی محصولات لبنی ایران است و حجتی است بر اینکه امر صادرات امری تخصصی است و شایسته حضور متخصصان آن است تا منافع کشور در شرایط تحریم فدای منفعت طلبی و دلالی و خرید و فروش سهمیه بندی نشود.

۵. آقای ظفری در اظهاراتی ضمن اشاره به تولید کره داخلی عنوان کرده اند « تولید این محصول در داخل کشور از محل تولید شیر خشک باعث اعتراض وارد کنندگان کره شده است و دنبال احیای دوباره واردات این محصول با ارز ۴۲۰۰ تومانی هستند.» در بخش دیگری از اظهاراتشان فرموده اند: « با این ۵۳ هزارتن شیر خشک، ۲۰ هزارتن کره تولید شده است. این مقدار کره کشور را به واردات کره بی نیاز می کند. این موضوع برای انجمن فرآورده های لبنی این نگرانی را ایجاد کرده است که ارز ۴۲۰۰ تومانی کره قطع می شود.»

اینجا هم بخش دیگری از خلاف گویی آقای ظفری مشاهده می شود. اول اینکه بخش عمده تولیدکنندگان شیر خشک، کارخانه های لبنی هستند و با خشک کردن شیر خام، بهترین خطوط تولید کره داخلی را در اختیار دارند و اتفاقاً برخلاف اظهارات آقای ظفری عدم واردات کره و تولید آن در داخل به سود این کارخانه هاست.

دوم اینکه در کشور ۲۰ هزار تن کره تولید نشده است بلکه تبدیل به خامه شده و برای مصرف خامه داخلی و نیز صادرات خامه مورد استفاده قرار میگیرد. در حقیقت در این فقره هم آمارهای اشتباه از ایشان صادر شده است که باز هم شاهدی بر فقدان آگاهی ایشان بر مسائل صنعت لبنیات است.

سوم اینکه آنچه باعث شد دولت تصمیم به واردات کره بگیرد، مقابله با تحریم ها و تامین نیاز داخلی به کالاهای اساسی بود تا قیمت این محصول افزایش نیابد. هم اکنون نیاز داخلی به کره تا پایان سال تامین است و اتفاقاً به دلیل اینکه تولید کره داخلی



شماره:

تاریخ: ۱۳۹۹/۰۴/۰۲

پیوست:

قیمت تمام شده به مراتب بیشتری نسبت به کره وارداتی دارد، تولیدکنندگان محصولات لبنی بیش از هر تولیدکننده دیگری با واردات کره مخالف اند. اصولاً عدم افزایش یا افزایش جزئی قیمت کره برخلاف سایر محصولات لبنی به دلیل وجود همین کره وارداتی در بازار است چرا که قیمت تمام شده کره داخلی بیش از قیمت تمام شده کره وارداتی است. این بدان معنی نیست که کره داخلی قابلیت رقابت با کره وارداتی را ندارد بلکه این اختصاص ارزش ترجیحی به کره وارداتی است که باعث اختلال در نظام بازار کره شده و انجمن ما اولین و اصلی ترین حامی حذف اختصاص هرگونه ارزش ترجیحی به هر بخش از چرخه صنعت است.

چهارم اینکه آمار اعلامی ایشان درباره «اختصاص ۲۰ تا ۳۰ میلیون یورو برای واردات کره» نیز دور از واقعیت است. جهت اطلاع ایشان از آمار صنعت باید عرض کنیم که قریب به ۲۰۰ میلیون یورو به واردات کره اختصاص یافته بود. از ایشان تقاضا داریم قبل از اعلام آمار حتماً ابعاد عدد اعلامی خود را قیاس فرمایند.

پنجم اینکه موضوع اصولی انجمن مخالفت با اختصاص ارزش به هر بخش از زنجیره صنعت چه در حوزه نهاده ها و چه در موضوع کره است. این موضعی است که بارها و بارها بر آن تاکید شده و انجمن اصرار دارد تا هرگونه حمایت از دامدار یا مصرف کننده، در قالب تسهیلات و یا طرح هایی چون شیرمدرسه که اتفاقاً کارنامه آقای ظفری در آن درخشان است، باشد.

۶. به موضوع صادرات شیرخشک اشاره کرده اند و عنوان داشته اند راهی به غیر از صادرات نداریم. موضوع اصولی انجمن صنایع فرآورده های لبنی، مخالفت با صادرات شیرخشک بوده و هست اما با توجه به فشاری که بر بخشی از چرخه صنعت یعنی تولیدکنندگان شیرخشک وارد آمده بود، انجمن با صادرات ده هزار تن شیر خشک موافقت کرد.

اما دلایل مخالفت اصولی با صادرات شیر خشک به این شرح است:

نخست اینکه شیر خشک «ماده اولیه» و با تساهل «ماده خام» در صنعت لبنیات محسوب می شود و صادرات آن به معنای خام فروشی است. امیدواریم که آقای ظفری این آگاهی را داشته باشند که کشورهایی که هدف صادرات شیرخشک ایران هستند، در واقع واردکنندگان محصولات لبنی ایران نیز هستند و در راستای حمایت از تولید داخلی خود تعرفه ورود شیرخشک را کاهش داده و تعرفه سایر محصولات لبنی را افزایش داده اند. این بدان معنی است که این کشورها در تلاش هستند تا سهم ایران از بازار لبنیات کشور خود را کاهش دهند و با واردات شیرخشک، کارخانه های رقیب کارخانه های ایرانی را حمایت کنند. آیا آقای ظفری می پسندند که وزارت صمت جمهوری اسلامی ایران حمایت از صادرات و تولید داخلی را وانهد و مانند آنچه آقای عباسی رئیس مرکز اصلاح نژاد دام وزارت جهاد عنوان کرده اند کاری به کار تبعات ناشی از صادرات شیر خشک نداشته باشد؟ ولو به قیمت از دست رفتن ارزآوری لبنیات در شرایط تحریم برای کشور باشد؟

دوم اینکه ضریب تبدیل شیرخام به شیر خشک، ۱۲ به ۱ است. یعنی برای تولید یک کیلو شیر خشک، قریب به ۱۲ کیلو شیرخام مصرف می شود. وقتی برای تولید شیر خام، با هدف حمایت از مصرف کننده ایرانی، یارانه و ارزش ۴۲۰۰ تومانی به نهاده های دامی اختصاص می یابد، صادرات شیرخشک به معنی صدور یارانه مصرف کننده ایرانی است. بنا بر محاسبات انجمن قبل از جهش کنونی نرخ ارز، صادرات هر ۱۰ هزار تن شیرخام به معنی خروج ۲۷ میلیون دلار از کشور بود که با جهش کنونی دلار افزایش نیز یافته است. این چه منفعت طلبی است که حاضر است یارانه مصرف کننده ایرانی را بر سر سفره مصرف کننده خارجی ببیند؟



شماره:

تاریخ: ۱۳۹۹/۰۴/۰۲

پیوست:

ممکن است آقای ظفری به حق بپرسند که مگر سایر محصولات لبنی که صادر میشوند همین شرایط را ندارند. در پاسخ باید عرض کنیم که اولاً برای سایر محصولات لبنی ضریب تبدیل شیر به محصولات بسیار کمتر از ضریب شیرخشک (حداکثر ۵) است و ثانیاً برخلاف شیر خشک سایر محصولات لبنی، ماده اولیه نیستند و فروش آنها به معنی فروش ماده اولیه نیست و ثالثاً سایر محصولات لبنی ارزش افزوده به مراتب بیشتری از شیر خشک دارند. توضیح اینکه: «برای ایجاد یک واحد شیرخشک با تجهیزات ساخت داخل با جذب ۲۰۰ تن شیر، قریب به ۲۰ میلیارد تومان سرمایه لازم است که منجر به اشتغال ۱۰ نفر می شود و برای ایجاد یک کارخانه لبنی با ظرفیت جذب ۲۰۰ تن قریب ۵۰ میلیارد تومان سرمایه لازم است که به ایجاد ۲۰۰ نفر شغل می انجامد. در یک کیلو شیر خشک حد اکثر ارزش افزوده ۲۰ سنت است و میانگین ارزش افزوده در صادرات محصولات لبنی قریب ۷۵ سنت است» آقای ظفری کلاهشان را قاضی کنند و نتایج حاصل از مقایسه این اعداد و ارقام را در نزد وجدان خود به سنجش بگذارند.

سوم اینکه آنچه آقای ظفری از آن به عنوان «مازاد شیرخشک» یاد میکنند در واقع مازاد نیست بلکه سهم دهک های کم برخوردار کشور از شیر و محصولات لبنی است که در سبد این خانوارهای ننشسته است. برای آگاهی آقای ظفری توجه ایشان را به نقدی که اخیراً به آقای عباسی، رئیس مرکز اصلاح نژاد دام وزارت جهاد که مسئولیت سهمیه بندی صادرات شیرخشک را بر عهده گرفته اند، داشته ایم و آن نقد را در تشکیل نشست خبری آقای ظفری بی تاثیر نمی بینیم! جلب میکنیم که: «وقتی سرانه مصرف لبنیات در ایران خوشبینانه ۸۰ کیلو برای هر فرد در سال است و وقتی این میزان از سرانه مصرف با استاندارد ۱۶۰ کیلو در جهان و ۱۲۰ کیلو در سند چشم انداز فاصله دارد، این بدان معنی است که ۴ دهک کم درآمد نتوانسته اند شیر و محصولات لبنی را در سبد خانوار خود داشته باشند. در حقیقت این سهم دهک های فقیر جامعه است که تبدیل به شیرخشک شده و وزارت جهاد اصرار بر صادرات آن دارد! در حقیقت مسئولان وزارت جهاد که طبق برنامه چهارم، پنجم و ششم توسعه موظف اند برای افزایش سرانه مصرف هزینه کنند و مطابق این برنامه منابع این هزینه هم مشخص شده، بجای برنامه ریزی بر روی افزایش سرانه مصرف و حمایت از دهک های کم برخوردار، ترجیح داده اند صورت مسئله را پاک کنند و سهم دهک های محروم را به خطوط شیر خشک راهی کنند!»

چهارم اینکه به دلیل مابه التفاوت بالایی که قیمت شیر خشک در بازار داخل با بازار منطقه دارد و در مواضع آقای ظفری نیز بدان اشاره شده، (داخلی بین ۱۸ تا ۲۰ هزار تومان و خارجی بین ۳۰ تا ۳۵ هزار تومان) طبیعی است که تمایل بخش عمده ای تولیدکنندگان شیرخشک به صادرات آن باشد. این مابه التفاوت باعث می شود که تقاضا برای شیرخام افزایش یافته و در نتیجه قیمت شیرخام که در حال حاضر نیز مطابق با قیمت مصوب نیست، با افزایش روبرو شود. افزایش قیمت شیرخام به معنی افزایش هزینه های تولید و در نتیجه افزایش قیمت برای مصرف کننده داخلی و در نهایت به هم خوردن تعادل قیمت در زنجیره صنعت است. آیا آقای ظفری انکار میکنند که افزایش تقاضا در شرایطی که به سمت فصل کم شیری دام ها میرویم، باعث افزایش قیمت شیرخام می شود؟ آیا آقای ظفری شایسته میبینند که وزارت صمت هم مثل برخی وزارتخانه ها با بخشی نگری تنها و تنها به فکر «روان بودن جذب شیرخام» باشد و تعادل قیمت برای مصرف کننده را قربانی منافع بخشی کند؟



شماره:

تاریخ: ۱۳۹۹/۰۴/۰۲

پیوست:

۷. همانطور که اشاره شد با وجود موضوع اصولی انجمن مبنی بر مخالفت با صادرات شیرخشک، به دلیل اینکه خطوط و کارگاه های تولید شیرخشک با فشار اقتصادی مواجه بودند، انجمن صنایع فرآورده های لبنی با صادرات ده هزار تن شیرخشک مشروط به اعمال برخی شرایط موافقت کرد. از جمله این شرایط این بود که جایی مانند دفتر توسعه صادرات وزارت جهت مسئولیت هماهنگی میان صادرکنندگان را بپذیرد تا با هجوم خیل مشتاقان صادرات شیرخشک آن هم در بازه زمانی محدود، قیمت شیر خشک ایران کاهش پیدا نکند. آقای ظفری در صحبت‌های اخیرشان تغافل کرده اند که عنوان کنند در شرایطی که قیمت شیرخشک ۲ دلار و ۴ سنت است، قیمت مبادله شیرخشک ایران به ۱ دلار و ۵ سنت افت کرده است.

از جمله دیگر شرایط انجمن این بود و هست که صادرات به عنوان امری تخصصی نباید سهمیه بندی شود. اصولاً آقای ظفری و مسئولان وزارت جهاد در کجای دنیا سراغ دارند که صادرات یک محصول بین صادرکنندگان سهمیه بندی شود؟ آقای ظفری و مسئولان وزارت جهاد میدانند که هم اکنون به سبب تدبیر متحیر العقولی که در سهمیه بندی صادرات شیرخشک داشته اند، موجبات فساد و رانت و بازار خرید و فروش سهمیه شیرخشک را ایجاد کرده اند. آیا بهتر نیست این عزیزان برای سنجش اعتبار موضع خود هم که شده بر صادرات شیرخشک عوارض صادراتی وضع کنند تا با واقعی شدن مابه التفاوت قیمت بازار داخلی و خارجی شیرخشک، میزان تمایل به صادرات آن شفاف شود؟ آیا شایسته نیست که به جای فرافکنی و انتشار اطلاعات نادرست، شجاعت به خرج دهند و کمر همت به اصلاح رویکردهای گذشته خود ببندند؟

۸. آقای ظفری عنوان کرده اند که از ده هزار تن مجوز اولیه صادرات شیر خشک، قریب به ۸۲۰۰ تن صادر شده و مابقی آن به دلیل مشکلات ناشی از فقدان تمدید کارت بازرگانی شرکت ها صادر نشده است. اول اینکه این آمار با آمار اعلامی آقای عباسی که میران صادرات انجام شده شیرخشک را ۷۵۰۰ تن ارزیابی کرده بود تفاوتی جزئی دارد. با اینحال آقای ظفری پاسخ نداده اند که چگونه حامیان سهمیه بندی صادرات شیرخشک مدعای صادرکننده بودن دارند اما کارت بازرگانی ندارند؟

۹. انجمن صنایع فرآورده های لبنی بر موضع اصولی خود درباره زنجیره صنعت لبنیات مبنی بر لزوم ایجاد شفافیت و رقابت سالم و تفوق عرضه و تقاضا بر بازار اصرار دارد و از هرگونه تلاشی برای حذف ارزش ترجیحی به هر بخش از زنجیره صنعت چه در نهاده های دامی و چه در کره و چه در هر بخش دیگری از زنجیره حمایت میکند و تاکید دارد که عدم دخالت دولت در نتیجه عدم اختصاص ارزش ترجیحی و همینطور تثبیت تعرفه یکسان واردات و صادرات میتواند به توسعه صنعت لبنیات ایران منجر شود. چنانکه تجربه سالهای میانی دهه ۷۰ تا ۸۰ موید آن است. سهمیه بندی در صادرات، اختصاص ارزش ترجیحی به بخشی از زنجیره صنعت و مانند آن برخلاف منطق بازار و عرضه و تقاضا است و کسانی که بر این موضوع اصرار دارند در واقع در مقام توجیه توزیع رانت و فقدان شفافیت و توسعه بازار دلالتی و واسطه گری به جای تولید و حمایت از مصرف کننده داخلی هستند.

سیدمحمد رضا بنی طباطبائی

مدیر روابط عمومی انجمن صنایع فرآورده‌های لبنی ایران