



دکتر علیخانی:

ما به بخش خصوصی می‌بالیم زیرا شریک تجاری دولت است

عصرهنگام دومین روز زمستان ۸۸، دکتر حمید علیخانی، معاون وزیر و مدیر عامل شرکت بازرگانی دولتی ایران میزبان مطبوعات تخصصی کشاورزی به ویژه گندم، آرد و نان بود.

دکتر علیخانی که علاوه بر مناصب اداری، استاد دانشگاه نیز هست بیش از ربع قرن سابقه مدیریت، تدریس و کار کارشناسی و برنامه‌ریزی دارد.

او با ذکر مستندات درباره وضعیت فعلی گندم و آرد و نان کشور گفت: باید در وضعیت آرد و نان نیز تغییر ایجاد شود زیرا همه چیز مشمول تغییر شده است و مردم در انتظار پاسخ مناسب از مسوولان هستند، آنها دیگر نسخه‌های دیروز را شفا بخش نمی‌دانند. مردم از وضعیت فعلی رضایت ندارند و باید الگو تغییر کند.

وی از مطبوعات خواست با تحلیل‌های عمیق و گزارش‌های کارشناسی برای تغییر نگرش و بینش ارائه طریق کنند و نسبت به تغییرات فردی و گروهی کمک کنند.

دکتر علیخانی، باورهای بزرگی دارد و ۲۷ سال سابقه مدیریت، تدریس در دانشگاه و سفر به کشورهای مختلف دنیا از وی مدیری اثرگذار با قابلیت‌های فراوان ساخته است از رسانه‌های تخصصی حوزه آرد، نان و کشاورزی به عنوان اتاق فکر (چون علیخانی معتقد است تلاش فکری بیش از تلاش جسمی اثربخش است) یاد کرد تا شرکت بازرگانی دولتی را با تعامل خود یاری رسانند و مخاطبان را نیز درگیر مساله تغییر کنند تا آنها نیز همکاری و همفکری کنند و همه با تغییر کنار بیایند و خود را تطبیق دهند.

معاون وزیر بازرگانی با ۱۷-۱۶ اداره و سازمان و بیش از ۷۵۰۰ پرسنل و با امید به این که مجموعه بزرگ شرکت مادر تخصصی بازرگانی دولتی روزی به هلدینگ تبدیل شود معتقد است باید کار به بخش خصوصی سپرده شود و دولت فضا سازی، بازاری سازی، اعتماد سازی و حمایت کند و رسانه‌ها باید رغبت و انگیزه‌های مورد نظر را برای حضور بیشتر بخش خصوصی در سیلوسازی، نگهداری گندم، آرد سازی، تجهیز واحدها به تکنو

کشورهای مدرن و پیشرفته و... مطرح نمایند. زیرا بخش خصوصی شریک تجاری دولت است و نظام به این شریک تجاری افتخار می‌کند.

گرچه دکتر حمید علیخانی بسیار صریح و شفاف است اما از آن جا که جامعه شرقی و فرهنگ شرقی با غیرمستقیم صحبت کردن سازگارتر است، وی معتقد است اهداف ملی و استراتژیک این معاونت

می‌تواند توسط رسانه‌ها به دور از تبلیغات و به صورت فرهنگ سازی به خوبی منعکس شود.

امروزه مدیریت خرید و فرآوری ۱۰ میلیون تن گندم، توزیع همین مقدار آرد و نظارت بر امور عرضه نان موجب شده تا بیش از ۲ میلیون نفر مستقیماً با شرکت مادر تخصصی بازرگانی دولتی همکاری شوند.

دکتر علیخانی می‌گوید دولت نهم کارهای زیادی انجام داده اما این عرصه تلاش بیشتری می‌طلبد به عنوان نمونه دولت نهم به عدد ۲۵ سال گذشته سیلو ساخته است ولی باید بخش خصوصی علاقه‌مندی بیشتری به ساخت سیلو پیدا کند.

معاون وزیر بازرگانی باورهای بزرگی را مطرح می‌کند که استراتژی ملی ما نیز هست. او با محاسبه‌ای سرانگشتی برآورد می‌کند کشورهای آسیای میانه از جمله شوری، قزاقستان و اوکراین همسایگان شمالی ما ۴۰ میلیون تن گندم مازاد بر مصرف تولید می‌کنند. در حالی که عراق، سوریه، یمن، اردن و... به عنوان همسایگان جنوبی و جنوب شرقی سالانه به حدود ۲۰ میلیون تن واردات گندم و آرد نیاز دارند. از طرفی کارخانجات آرد کشور نیز با ظرفیت کمتر از ۵۰ درصد فعال هستند، یعنی سالانه بیش از ۱۰ میلیون تن ظرفیت خالی دارند.

این موقعیت ژئوپلیتیک منطقه‌ای در میان صادرکنندگان و واردکنندگان گندم و آرد و امکانات و تجهیزات فرآوری، تولید و بسته‌بندی در داخل، بهترین شرایط را برای تبدیل ایران به هاب غلات منطقه ایجاد کرده است. ده‌ها هزار شغل، روغنکاری چرخ اقتصاد و کارگاه‌ها، انبارها، کشتی‌ها، کامیون‌ها، کارخانجات و... راهی آسان است که برای طی کردن و رسیدن به آن، نیاز به همکاری رسانه‌ها به شدت احساس می‌شود.

وی خطاب به رسانه‌ها می‌گوید شما حق اشتباه ندارید، قلم ارزشمند است بیایید مخاطبان را نیز درگیر این ایده‌ها و مسایل کنید تا همراهی و همفکری به صورت جمعی حاصل دهد.

دکتر علیخانی از رسانه‌های تخصصی درخواست کرد در یک هم‌اندیشی ملی، روزی را برای تقدیر و بزرگداشت گندم، آرد، نان و تولیدکنندگان آن پیشنهاد نمایند.

در این نشست خبرنگارانی از نشریات آرد، نان و غذا، سنبله، خوشه، نگاه هستی و دام، کشت و صنعت حضور داشتند و هر یک نظرات خود را در رابطه با نحوه تعامل و همفکری برای به ثمر رساندن اهداف ملی دکتر علیخانی اعلام کردند.

