

رئیس سازمان راهداری و حمل‌ونقل جاده‌ای تشریح کرد؛

**خدمات رسانی بیش از ۱۱ هزار دستگاه اتوبوس برای تشییع رهبر شهیدانقلاب**



رئیس سازمان راهداری و حمل‌ونقل جاده‌ای از آمادگی و خدمات‌رسانی ۱۱ هزار و ۵۰۰ دستگاه اتوبوس برون شهری برای مراسم تشییع رهبر شهید انقلاب در ۳ استان تهران، قم و مشهد خبر داد و تمهیدات این سازمان را برای برگزاری این مراسم تشریح کرد.

به گزارش اقتصاد سرآمد، رضا اکبری معاون وزیر و رئیس سازمان راهداری و حمل‌ونقل جاده‌ای در نشست خبری تمهیدات وزارت راه و شهرسازی برای مراسم تشییع رهبر شهیدانقلاب به تشریح تازه‌ترین تمهیدات این سازمان پرداخت.

رئیس سازمان راهداری و حمل و نقل جاده‌ای از آمادگی و برنامه‌ریزی ۱۱ هزار و ۵۰۰دستگاه اتوبوس برون شهری برای مراسم تشییع رهبر شهیدانقلاب خبر داد و گفت: یک‌هزار و ۱۰۰ مجتمع خدماتی فاهی بین راهی برای این مراسم در ۳ استان تهران، قم و مشهد در نظر گرفته شده‌است.معاون وزیر راه و شهرسازی با تأکید بر اینکه تامین ناوگان حمل‌ونقل و ارایه خدمات جاده‌ای در ماموریت اصلی این سازمان در اجرای طرح ملی جابه‌جایی شرکت کنندگان در مراسم تشییع رهبر شهیدانقلاب است، توضیح داد: حدود ۱۱ هزار و ۵۰۰دستگاه اتوبوس فعال در مسیرهای بین‌شهری در این طرح به کار گرفته می‌شوند و بر اساس نیاز استان‌ها، به جابه‌جایی کاروان‌های مردمی اختصاص خواهند یافت.

**مردم از طریق سامانه سپاس پلیت‌های خود را**

**خرداری کنند**

اکبری با اشاره به پیش‌بینی ۷۵۰۰دستگاه اتوبوس برای مسافت‌های بالای ۴۰۰ کیلومتر در ایام تشییع رهبر شهیدانقلاب توضیح داد: از این تعداد، ۴۰۰۰ دستگاه اتوبوس بنا بر درخواست‌های استانی، به سفرهای گروهی و کاروانی اختصاص یافته و بقیه در دسترس عموم مردم قرار دارد به طوری که هموطنان می‌توانند از طریق سامانه سپاس اقدام به خرید اینترنتی پلیت کنند. همچنین، با استفاده از سامانه سپاس، امکان نظارت و رصد صندلی به صندلی ناوگان اتوبوسی فراهم شده‌است تا توزیع ظرفیت با شفافیت و عدالت انجام شود.وی با اشاره به محدودیت‌های زمانی این طرح گفت: در بازه زمانی اجرای عملیات، بخش عمده ظرفیت ناوگان به مسافرهای متبهی به سه شهر هدف تهران، قم و مشهد اختصاص می‌یابد و تنها بخشی از ناوگان برای پاسخگویی به سفرهای ضروری سایر نقاط کشور فعال خواهد بود. بر همین اساس، از جمعه تا دوشنبه فقط پلیت به مقصد تهران، روزهای دوشنبه و سه‌شنبه تنها به مقصد قم و از سه‌شنبه تا یکشنبه تیرماه نیز صرفاً به مقصد مشهد، امکان تامین پلیت وجود دارد.

**بکارگیری ۴ هزار دستگاه اتوبوس متعلق به سایر دستگاه‌ها برای مراسم تشییع**

به گفته وی، سازمان راهداری در تلاش است با همکاری دستگاه‌های اجرایی، حدود چهار هزار دستگاه اتوبوس متعلق به وزارتخانه‌ها، صنایع بزرگ، دانشگاه‌ها، شرکت‌های پتروشیمی و فولادی را نیز به ناوگان این طرح اضافه کند تا ظرفیت جابه‌جایی افزایش یابد. رئیس سازمان راهداری و حمل و نقل جاده‌ای درباره تمهیدات پایانه‌های مسافری اظهار کرد: برنامه‌ریزی لازم برای مدیریت تردد در پایانه‌های تهران، قم و مشهد انجام شده و در صورت افزایش ازدحام، محل‌های جایگزین از جمله مجموعه شهر آفتاب برای اعزام مسافران در نظر گرفته شده است. همچنین پارک‌سوارهای ویژه در ورودی‌های قم و مشهد برای مدیریت ورود و خروج اتوبوس‌ها تجهیز شده‌اند.

**افزایش سهمیه سوخت ناوگان حمل و نقل عمومی از ۱۵۰ به ۴۰۰لیتر**

وی از افزایش سهمیه سوخت ناوگان حمل‌ونقل عمومی در همکاری با وزارت نفت خبر داد و گفت: با هماهنگی شرکت ملی پخش فرآورده‌های نفتی، سقف سوخت‌گیری ناوگان عمومی از ۱۵۰ لیتر به ۴۰۰ لیتر افزایش یافته و سهمیه تنخواه نیز برای جلوگیری از کمبود سوخت در کارت ناوگان عمومی اختصاص یافته است. رئیس سازمان راهداری و حمل‌ونقل جاده‌ای با اشاره به اقدامات انجام‌شده برای ارتقای ایمنی جاده‌ها، افزود: عملیات خط‌کشی، اصلاح علائم، رفع نواقص مسیرها و آماده‌سازی محورهای متبهی به تهران، قم و مشهد در حال تکمیل است و تا پیش از آغاز مراسم به پایان خواهد رسید.



می‌شود، از نشانه‌های بارز این رویکرد اخلاق مدارانه است که بهره‌وری را نه از مسیر اعمال فشار، بلکه از طریق توانمندسازی و اعتمادآفرینی به ارمان می‌آورد. با این حال، دامنه اثرگذاری این اخلاق، هرگز به دیواره‌های فولادی کشتی محدود نمی‌شود و در نقطه‌ای حساس و استراتژیک با مفهوم مسئولیت اجتماعی پیوندی ناگسستنی می‌یابد. مسئولیت اجتماعی در مدیریت دریایی، آن روی سکه است که چهره سازمان را در آینه ادراک عمومی و نهادهای نظارتی بازتاب می‌دهد. صنعت دریانوردی، به دلیل ماهیت فراملی و عبور از آب‌های سرزمینی کشورهای گوناگون، همواره زیر ذره بین شفافیت و پاسخگویی قرار دارد. یک نشست نفتی کوچک، یک تخلیه غیر مجاز مواد زائد یا حتی یک تصمیم اشتباه در مسیریابی که منجر به برخورد با آیزیان نادر شود، می‌تواند اعتبار یک شرکت را که حاصل دهه‌ها تلاش بی‌وقفه است، در یک چشم‌برهم‌زدن بر باد دهد. از این منظر، مسئولیت اجتماعی دیگر یک خیره دواطلبانه یا یک اقدام پوپولیستی برای جلب توجه رسانه‌ها نیست، بلکه به یک ضرورت راهبردی برای تضمین دوام کسب و کار بدل شده است. مدیران دریایی هوشمند،

**گروه راهبردی - مرتضی فاخری - در**

روزگاری که تکنولوژی‌های ناوبری به پیچیده‌ترین شکل ممکن درآمده‌اند و کشتی‌ها به مثابه شهرهای شناور، هزاران کانتینر و میلیون‌ها تن محموله را بر روی شانه‌های امواج حمل می‌کنند، دیگر بسنده کردن به دانش فنی و تجربه عملی برای رهبری این کلان‌ساختارهای متحرک، نه تنها ناقص، بلکه بس خطرناک می‌نماید. مدیریت دریایی که روزگاری تنها در تعریف مسیر، محاسبه باد و تدبیر برای طوفان‌ها خلاصه می‌شد، اکنون در افقی بسیار گسترده‌تر و انسانی‌تر تعریف می‌گردد. در رکن اساسی که در این افق جدید می‌درخشد و خط تمایز یک مدیر صرفاً کارآمد از یک رهبر متعهد و ماندگار را ترسیم می‌کند، «اخلاق حرفه‌ای» و «مسئولیت اجتماعی» هستند. این دو ویژگی، دیگر عناصری حاشیه‌ای یا زینتی برای یک سازمان دریانوردی محسوب نمی‌شوند، بلکه به مؤلفه‌های هستی‌شناختی صنعت حمل و نقل آبی بدل گشته‌اند و بقاء، اعتبار و تداوم فعالیت در این عرصه پر تلاطم، بی‌گمان وابسته‌ای ژرف به التزام عملی به این اصول دارد.

برای درک عمیق‌تر این دگردیسی، ناگزیر باید به تحول مفهومی مدیریت در دهه‌های اخیر نظر افکند. مدیریت سنتی دریا، اغلب بر مدار فرماندهی مطلق و ساختاری سلسله‌مراتبی استوار بود که در آن، اطاعت محض از فرامین کاپیتان، ارزشی والا محسوب می‌شد و هر گونه پرسشگری یا تأمل در ابداع اخلاقی تصمیمات، نه تنها بی‌فایده، بلکه نشانه‌ای از ضعف در انضباط نظامی تلقی می‌گردید. اما تحولات شگرف در عرصه حقوق دریاه‌ا، کنوانسیون‌های بین‌المللی نظیر «مارپل» و «سولاس»، و از همه مهم‌تر، ظهور نسل جدیدی از دریانوردان و مدیران که خود را شهروندانی مسئول در برابر جامعه جهانی می‌دانند، این نگاه یک‌سویه را به چالش کشید و آن را به ورطه ناکارآمدی افکند. امروزه، یک مدیر دریایی نه تنها باید نسبت به برنامه‌ها و برنامه‌های تعمیراتی پاسخگو باشد، بلکه موظف است در برابر روح و جان خدمه، سلامت اقیانوس‌ها و منافع جوامع ساحلی که کشتی او تنها یک مهمان گذرا در حریم آن‌هاست، احساس تکلیف کند.

وجه تمایز اخلاق حرفه‌ای در مدیریت دریایی با سایر رشته‌های مدیریتی، در ذات بی‌بدیل محیط‌کار می‌گنجد. دریانوردی، شغلی است که در آن، انسان‌ها برای ماه‌ها در فضایی بسته، منزوی و سرشار از استرس‌های روانی به سر می‌برند و هر تصمیم مدیریتی، چه در سطح ناخدا و چه در سطح مدیرعامل یک شرکت کشتیرانی، می‌تواند پیامدهای جبران‌ناپذیری بر سلامت جسم و روان این افراد داشته باشد. اخلاق حرفه‌ای در این بستر، فراتر از یک منشور نوشتاری یا آیین نامه انضباطی است؛ این اخلاق، به مثابه نسیمی است که از روزنه‌های تصمیمات مدیرانه می‌وزد و فضای کشتی را از هوای مسموم بی‌اعتمادی، تبعیض و بی‌عدالتی پالایش می‌کند. مدیرانی که به این اصل حیاتی وفادارند، هرگز خدمه را به عنوان قطعاتی یدکی یا اعدادی در دفاتر حقوق و دستمزد نمی‌نگرند، بلکه آنان را سرمایه‌های گران‌سنگی می‌دانند که تجربه و تخصصشان، خط سیر موفقیت سازمان را رقم می‌زند. رفتار منصفانه، توزیع عادلانه وظایف، گوش‌سپردن به دغدغه‌های فردی و ایجاد فضایی که در آن، خطا پذیرفته شده و از آن درس گرفته

در واقع دارد بستر رقابتی جدیدی را برای سازمان خود می‌گشاید که در آن، قیمت تمام شده، تنها معیار انتخاب کارفرمایان نیست، بلکه میزان پایدنی به ارزش‌های پایدار، نقشی تعیین‌کننده در انعقاد قراردادهای کلان‌ایفا می‌کند. این همان جرقه‌ای است که تفکر مدیریتی را از حالت واکنشی به پیش‌کنشی سوق می‌دهد؛ یعنی به جای اینکه مدیر منتظر وقوع فاجعه و سپس جریان خسارت باشد، با پیش‌بینی پیامدهای اخلاقی و اجتماعی تصمیمات خود، از بروز بحران‌ها جلوگیری کرده و در نتیجه، هزینه‌های سرسام‌آور ناشی از دعاوی حقوقی، جریمه‌های سنگین و از دست دادن سهم بازار را به صفر می‌رساند.

اما شاید عمیق‌ترین تجلی این دو ویژگی در حوزه نیروی انسانی و نسل جدیدی از دریانوردان جلوه‌گر شود. جوانانی که امروز پا به عرشه کشتی‌ها می‌گذارند، دیگر تنها به دنبال حقوقی رقابتی یا ارتقای سریع درجه نیستند؛ آنان به دنبال معنا می‌گردند. آنان می‌خواهند بدانند که زحمات شبانه‌روزی و دوری طاقت‌فرسا از خانواده، صرف‌چه هدفی می‌شود و آیا سازمانی که برای آن کار می‌کنند، به جز سود سهام برای سهامداران، دغدغه‌ای برای آینده‌سپاره و سلامت همکارانش دارد یا خیر. در این نقطه، وظیفه مدیران دریایی بسیار ظریف و در عین حال خطرناک می‌شود: آنان باید بتوانند با زبان عمل، ثابت‌کنند که این صنعت، صرفاً یک ماشین بی‌روح برای جابجایی کالانیتست، بلکه بستری



به خوبی درک کرده‌اند که سرمایه‌گذاری در تجهیزات پیشرفته تصفیه‌آب، به کارگیری سوخت‌های پاک، رعایت دقیق مناطق ممنوعه صید و حتی آموزش خدمه برای مقابله با شرایط اضطراری زیست محیطی، نه تنها هزینه نیست، بلکه نوعی بیمه نامبه معتبر برای بقای سازمان در برابر ریسک‌های حقوقی، مالی و اعتباری است.

نکته شایان تأمل آنکه التزام به مسئولیت اجتماعی در این صنعت، مرزهای مرسوم سوددهی را نیز دگرگون می‌سازد. امروزه، مشتریان عمده حمل و نقل کالا، به ویژه آن دسته که برجسب محصولات سبز را یدک می‌کشند، به دقت کارنامه زیست محیطی و تمهذات انسانی ناوگان حمل‌کننده را رصد می‌کنند. بدین ترتیب، یک مدیر دریایی که پرچم اخلاق و مسئولیت را بر فراز ناوگان خود برافراشته است،

«سرآمد» بررسی می‌کند؛

# واکاوی جایگاه اخلاق حرفه‌ای ومسئولیت اجتماعی در نظام مدیریت دریایی نوین

که سودگرایی کوتاه مدت، پلکان این تعاملات سازنده را تخریب کند. برای مثال، در مواجهه با تصمیم به استفاده از مسیرهای کوتاه‌تر اما پرخطر از نظر زیست بوم دریایی، یک مدیر باوجدان، با شفاف سازی کامل مخاطرات و برگزاری جلسات مشورتی با تمام گروه‌های مرتبط، راه حلی مبتنی بر اجماع را جستجو می‌کند که ضمن حفظ ایمنی، کمترین آسیب را به محیط تحمیل نماید. این گونه رفتارها، اعتماد را نهادهینه کرده و سازمان را در موقعیتی قرار می‌دهد که در زمان بروز چالش‌های خارجی نظیر تحریم‌ها، بحران‌های اقتصادی یا همه‌گیری‌های جهانی، همچنان از حمایت همه‌جانبه و سرمایه اجتماعی لازم برخوردار باشد.

ناگفته نماند که مسیر نهادهینه سازی اخلاق و مسئولیت اجتماعی در مدیریت دریایی، همواره با موانع و چالش‌های گریزناپذیری همراه است. فشارهای رقابتی برای کاهش هزینه‌ها، نیز مقاومت‌های درونی در برابر تغییر از سوی مدیران کهنه کاری که هنوز به الگوهای سنتی فرماندهی دل بسته‌اند، از جمله این موانع به شمار می‌روند. با این حال، هیچ یک از این موانع نمی‌توانند انسکار کنند که جهان به سرعت در حال تغییر است و صنایع دریایی نیز از این قاعده مستثنی نیستند. سرمایه‌گذاران نهادی، شرکت‌های بیمه و حتی افکار عمومی، دیگر تخلفات اخلاقی یا بی‌توجهی به محیط زیست را با چشم‌پوشی تلقی نمی‌کنند و هزینه‌های ناشی از این بی‌توجهی، روز به روز گراف‌تر می‌شود. از این رو، چالش اصلی مدیران امروز، نه در پذیرش این اصول که در یافتن روش‌های خلاقانه برای پیاده‌سازی آن‌ها در بستر عملیات روزمره و با در نظر گرفتن محدودیت‌های واقعی ناوگان است. اینجاست که نقش فناوری‌های نوین نظیر هوش مصنوعی برای پیش‌بینی مصرف سوخت بهینه، سامانه‌های مانیטورینگ آنلاین برای پایش انتشار گازهای گلخانه‌ای و پلتفرم‌های دیجیتال برای ارتقای شفافیت و ارتباطات انسانی، به عنوان ابزارهای توانمندساز اخلاق مداری آشکار می‌گردد.

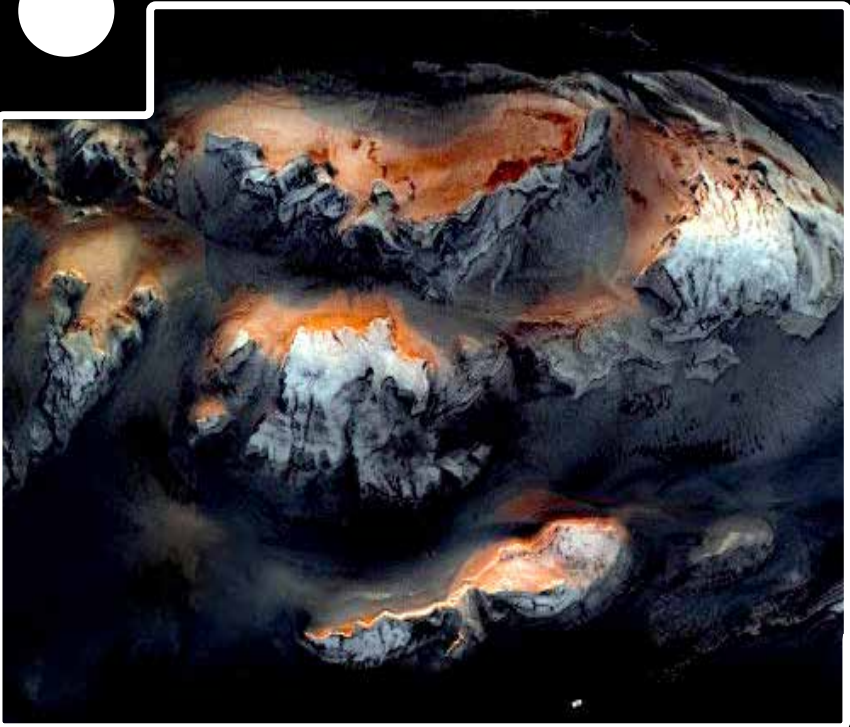
بنابراین، آنچه یک مدیر دریایی را به والاترین جایگاه ممکن در این حرفه پرافتخار می‌رساند، نه تعداد قراردادهای منعقدۀ یا ظرفیت حمل ناوگان، بلکه عمق نفوذ مثبتی است که بر زندگی خدمه، سلامت دریاه‌ا و آرامش جوامع ساحلی می‌گذارد. اخلاق حرفه‌ای و مسئولیت اجتماعی، دو بالی هستند که مدیریت دریایی را از سطح یک فن و حرفه، به عرصه علم و هنر و در نهایت به مقام «خدمت» ارتقا می‌دهند. وقتی یک ناخدا یا مدیر ارشد، خود را بخشی از یک اکوسیستم بزرگتر می‌داند و در هر تصمیم خود، سایه سنگین پیامدهای آن را بر دوش انسان‌ها و طبیعت احساس می‌کند، در حقیقت دارد به تعریف جدیدی از قدرت دست می‌یابد؛ قدرتی که نه با

انسانی برای رشد، تعالی و ایفای نقش در پیشرفت پایدار جهان است. پرورش چنین فرهنگی، نیازمند اصلاحات بنیادین در نظام‌های آموزشی، گزینش و ارزیابی عملکرد است تا جایی که روحیه پرسشگری اخلاقی و حس‌تعلق به جامعه جهانی، به عنوان معیارهای کلیدی برای انتصاب مدیران ارشد در نظر گرفته شود.

با نگاهی به تجربه زیسته مدیران موفق در بنادر بزرگ جهان و شرکت‌های پیشرو کشتیرانی، به روشنی می‌توان دریافت که این مدیران چگونه از هنر ظریف «مدیریت ذی‌نفعان» برای پیشبرد اهداف مسئولانه خود بهره می‌برند. آنان همواره بین منافع متضاد مالکان کشتی، افسران اجرایی، دولت‌های بندری، فعالان زیست محیطی و جوامع محلی، پلی از تفاهم و همکاری می‌سازند و هرگز اجازه نمی‌دهند

**بدون شرح**

**قاپ‌دوربین**



عکس: اصغر بشارتی

**بدون شرح...**



**فریداعیزی -اقتصاد سرآمد**