ناگفته‌هایی از استقامت رسانه ملی

رئیس مرکز طرح و برنامه و بودجه سازمان صداوسیما جزئیاتی را از تلاش‌های چندین‌ساله سازمان برای اجرای سند مهم تحول تشریح کرد

نمایشگاه «روایت تحول» با محوریت دستاوردهای پنج‌ساله دوره تحول سازمان صداوسیما به‌طور رسمی از دوم شهریور در مرکز همایش‌های صداوسیما آغاز به‌کار کرده و همچنان در این محل برپاست. در این نمایشگاه، معاونت‌های مختلف سازمان صداوسیما، فرآیند تحول در حوزه‌های مأموریتی خود را از مرحله آسیب‌شناسی و طراحی راهبردی تا تعیین اولویت‌ها، تدوین برنامه عملیاتی و اجرای اقدامات تحولی برای بازدیدکنندگان درون‌وبرون‌سازمانی تشریح می‌کنند. شاهید مظفری، رئیس مرکز طرح و برنامه و بودجه سازمان صداوسیما، در جریان بازدید رئیس و اعضای هیأت علمی دانشکده هنر و رسانه شهید آوینی، در نشستی با استادان دانشگاه در حوزه رسانه، با اشاره به روند تحول در رسانه ملی گفت: برای ادامه مسیر تحول در سازمان صداوسیما، ۱۱۶۴ اقدام پیشرو در ۱۸ حوزه سازمان پیش‌بینی شده که هر یک از این اقدامات دارای هدف، شاخص ارزیابی، خروجی مورد انتظار و جدول زمان‌بندی مشخص است. به گزارش جام جم آنلاین، مظفری با بیان این‌که مسیر تحول سازمان صداوسیما در سال‌های اخیر به‌صورت مستند دنبال شده است، افزود: این روند در قالب ۳۰۰۰ صفحه گزارش مدیریت دانش و ۲۲ جلد کتابچه ثبت شده و درمجموع ۹۵۱ اقدام تحولی در این مجموعه مستندسازی شده است. وی ادامه داد: هریک از این ۹۵۱ اقدام تحولی، دارای شناسنامه مشخصی است که در آن، آسیب موجود در سنوات گذشته، نیاز احساس‌شده، ضرورت اصلاحی، مبنای اقدام، مدل مورد استفاده برای اجرایی شدن سند تحول، برنامه اجرایی، خروجی‌ها، شاخص ارزیابی موفقیت و میزان پیشرفت مشخص شده است.

تجربه‌ای قابل مطالعه در دانشگاه‌ها

مظفری با اشاره به تدابیر پیش‌بینی‌شده برای استمرار فعالیت رسانه‌ای تصریح کرد: لایه‌های مختلفی برای مقابله با چنین شرایطی طراحی شده بود. نوع توپولوژی شبکه، شیوه سیگنال‌رسانی و مدل تولید تغییر کرد و همین تدابیر باعث شد سازمان بتواند در برابر این حملات به فعالیت خود ادامه دهد. وی این تجربه را فراتر از یک تجربه سازمانی دانست و گفت: این تجربه به لحاظ رسانه‌ای در سطح بین‌المللی نیز قابل مطالعه است و اساتید دانشگاه می‌توانند بخش‌های مختلف آن را به موضوع پایان‌نامه و رساله تبدیل کنند. ما آمادگی داریم تجربیاتی را که در این مدت به دست آمده، در اختیار پژوهشگران قرار دهیم. رئیس مرکز طرح و برنامه و بودجه سازمان صداوسیما ادامه داد: هر یک از این تجربیات می‌تواند از ابعاد مختلف موضوع یک رساله باشد و حتی قابلیت تبدیل شدن به مدل‌های مفهومی را دارد. همچنین می‌توان این تجربیات را در قالب دوره‌های آموزشی و کارگاه‌های تخصصی برای مدیران ارشد رسانه‌ها، به‌ویژه رسانه‌های جبهه مقاومت، ارائه کرد. مظفری با اشاره به برخی نمونه‌های ثبت‌شده از حضور کارکنان رسانه در شرایط بحرانی بیان کرد: در یکی از مراکز ۳۰۰ تا ۴۰۰ نفره، پس از اعلام تعطیلی و الزام به تخلیه، تنها یک نفر در محل باقی ماند. تصاویر دوربین مداربسته نشان می‌دهد که این فرد در همان شرایط، ضمن سلام دادن به اهل بیت (ع) و گفتن شهادتین، تا آخرین لحظه در محل باقی مانده است. مظفری همچنین به نمونه‌های دیگری از فعالیت کارکنان رسانه در شرایط حمله اشاره کرد و گفت: اتفاقاتی که برای همکاران ما در استودیوهای مختلف، در رادیو و حتی بخش‌های کودک رخ داد، ثبت شده است و این موارد نیازمند بررسی و مطالعه دارند. وی با بیان این‌که حجم رخدادهای این دوره باعث شد برخی دیگر از اقدامات و دستاوردهای سازمان کمتر دیده شوند، اظهار کرد: این اتفاقات آن‌قدر سنگین و قابل توجه بود که بسیاری از اقدامات دیگر را تحت‌الشعاع قرار داد. به همین دلیل، مستندسازی روند تحول و ثبت تجربه‌های مدیریتی و اجرایی اهمیت بیشتری پیدا کرد. رئیس مرکز طرح و برنامه و بودجه سازمان صداوسیما درباره نظام مدیریت دانش سازمان نیز گفت: امروز مجموعه این تجربیات در ۳۰۰۰ صفحه گزارش مدیریت دانش و ۲۲ جلد کتابچه ثبت شده است. در این مجموعه، ۹۵۱ اقدام تحولی با جزئیات مستندسازی شده و برای هر اقدام، مشخص است که مسأله چه بوده، چه نیازی احساس شده، چه اصلاحی ضرورت داشته و مسیر اجرای آن چگونه طی شده است. مظفری ادامه داد: از میان این ۹۵۱ اقدام تحولی، برخی به‌صورت مستقل و برخی در کنار یکدیگر به دستاوردهای برجسته تبدیل شدند و در مجموع ۳۹۴ دستاورد تعهدی به ثبت رسید. این دستاوردها نیز در قالب ۲۰ سرفصل دستاوردی خلاصه شده‌اند.

تحول در صداوسیما ضرورتی توقف‌ناپذیر است

جلال غفاری، رئیس دانشکده هنر و رسانه شهید آوینی در این نشست با اشاره به روند تحولی سازمان صداوسیما در سال‌های اخیر گفت: تحول یک ضرورت است و نباید متوقف شود؛ چراکه تحول‌خواهی، یکی از الزامات حرکت انقلابی در رسانه است. وی با اشاره به فعالیت صداوسیما در دوره اخیر و تجربه این سازمان در ایام جنگ افزود: ما در بخش‌هایی در برنامه‌های روی آنتن، هم پیش از جنگ و هم در ایام جنگ، همکاری داشتیم و واقعا تلاش فوق‌العاده‌ای در سازمان صداوسیما به ثمر رسید. این دوره، دوره‌ای سخت و خاص بود و جا دارد از همه عزیزان سازمان صداوسیما تشکر و خداقوت عرض کنم. غفاری با اشاره به جایگاه صداوسیما در منظومه رسانه‌ای کشور اظهار کرد: تعبیر بلندی از سوی رهبر شهید درباره صداوسیما مطرح شده بود که این سازمان را «قرارگاه مقدم مقابله با جنگ نرم» دانسته بودند. این موضوع در حکم آقای جبلی نیز مورد توجه قرار گرفت و بر نقش قرارگاهی صداوسیما تأکید شد. در دستاوردهای این دوره نیز این نقش قرارگاهی تا حد زیادی قابل مشاهده بود و اتفاقات خوبی در این پنج سال رقم خورد.

موضوعات تخصصی رسانه‌ای در پژوهش‌های دانشگاهی

رئیس دانشکده هنر و رسانه شهید آوینی با اشاره به ظرفیت آموزشی این دانشکده گفت: امروز بیش از ۲۰۰ دانشجو در دانشکده هنر و رسانه در حوزه‌های مرتبط با رسانه تحصیل می‌کنند و بسیاری از پایان‌نامه‌های کارشناسی ارشد آنها نیز به موضوعات تخصصی رسانه اختصاص دارد. وی افزود: بخشی از این رویکرد به دلیل تعلق خاطر ما به صداوسیما و بخش دیگر به دلیل اهمیت این سازمان در شرایط کنونی است. به همین دلیل، بسیاری از پروژه‌های پژوهشی دانشجویان به سمت موضوع تحول در رسانه ملی سوق پیدا کرده است. رئیس دانشکده هنر و رسانه شهید آوینی با تأکید بر ضرورت استمرار تحول در رسانه ملی گفت: تحول یک ضرورت است و این موضوعی نیست که بتوان آن را متوقف کرد. تحول‌خواهی، مصداقی از حرکت انقلابی است و باید به عنوان یک مسیر مستمر در سازمان دنبال شود. غفاری با اشاره به تجربه مدیران صداوسیما در سال‌های اخیر اظهار کرد: آنچه در این مدت شاهد بودیم، نشان‌دهنده بنیه و ظرفیت مدیران موفق صداوسیما بود. این تجربه‌ها باید مورد توجه قرار گیرد و از آنها برای ادامه مسیر تحول استفاده شود. وی در ادامه با اشاره به فعالیت مشترک خود و برخی از همکاران در دبیرخانه دائمی جشنواره بین‌المللی فیلم مقاومت گفت: ما در سه دوره در کنار دوستان دبیرخانه دائمی جشنواره بین‌المللی فیلم مقاومت بودیم و عزیزان سازمان به عنوان دبیران جشنواره، تلاش فوق‌العاده‌ای انجام دادند. رئیس دانشکده هنر و رسانه شهید آوینی با اشاره به همکاری برخی مدیران و استادان حوزه رسانه خاطرنشان کرد: امیدوارم این مسیر با قوت ادامه پیدا کند. ما نیز خودمان را در این مجموعه، نیروی سازمان می‌دانیم و در کنار دوستان و همکاران صداوسیما هستیم.

متن کامل را در جام‌جم آنلاین بخوانید

یادداشت

سیدجلال رضوی مهر | رئیس مجمع نمایندگان طلاب و فضلای حوزه علمیه

ایران جان؛ آینه هویت ملی

لازم می‌دانم مراتب سپاس و تقدیر عمیق خود را از عوامل، دست‌اندرکاران و مسئولان صداوسیما برای موقعیت‌شناسی در رابطه با رویداد ملی و فاخر «ایران جان» اعلام کنم. این برنامه، امروز به یکی از محورهای اصلی ایجاد انسجام و وحدت میان دل‌های ایرانیان، چه در داخل و چه در خارج از مرزها تبدیل شده است. این رویداد ملی برنامه‌ای است که به‌خوبی رسوم، فرهنگ، دستاوردها و نیازهای جامعه را بازتاب می‌دهد و درواقع یک آینده‌پژوهی دقیق در سطح دانش کشوری را رقم زده است. این‌گونه برنامه‌های تأثیرگذار، با پرداختن به شاخص‌هایی چون فرهیختگان، افراد نام‌آور، ویژگی‌های جغرافیایی، محصولات بومی و امتیازات فرهنگی هر استان می‌تواند زمینه‌ساز انتقال تجربه میان مراکز استانی باشد. اگر ما نمادهایی نظیر قله دماوند، پرچم زیبای ایران همیشه پیروز، آرامگاه‌های بزرگان و مفاخری چون بوعلی‌سینا، سعدی، حافظ و فردوسی و همچنین تخت جمشید را به‌عنوان نشانه‌های ملی در گستره ملت‌های همجوار و فارسی‌زبان مهم و حائز اهمیت می‌شماریم، باید بدانیم آداب و رسوم اصیل ایرانیان نیز به‌نوبه خود ستودنی است. امروز رسالت نشان دادن این تأثیرگذاری، آداب، رسوم و محسنات این ملت برعهده صداوسیماست. این برنامه‌ها با غنای محتوایی و قدرت تأثیرگذاری خود، دل‌ها را تسخیر کرده، خاطره‌ها را مملو از نشاط ساخته و چشم‌ها را هم به صحنه‌های تاریخی گذشته و هم به افق‌های آینده روشن کرده و پیوندی میان گذشته و آیندگان محسوب می‌شود. یکی از جذابیت‌هایی که باعث می‌شود بینندگان لحظه‌شماری کنند تا دل‌های‌شان با زحمتکشان این عرصه همراه شود همین ایران جان است. برای ما جزیره خارک همان اهمیتی را دارد که تهران، قلب ایران برای‌مان مهم است.

متن کامل را در جام‌جم آنلاین بخوانید

سیما

«تولید» تا «آنتن»؛ پاسخ به یک شبهه

روزنامه جام‌جم به انتقادات محمدرضا شفیعی از رسانه ملی پاسخ می‌دهد

اصغر توسلی
گروه رسانه

بحث درباره کارنامه هر دوره مدیریتی در صداوسیما، بحث بسیار مهمی است اما برای رسیدن به یک ارزیابی دقیق، باید همه حلقه‌های زنجیره تولید تا پخش را کنار هم دید. نمی‌توان تنها با یک تاریخ -مثلا زمان نگارش یا کلیدخوردن یک سریال- درباره عملکرد یک دوره قضاوت کرد و بخش مهمی از فرآیند را نادیده گرفت. در روزهای اخیر، اظهاراتی از سوی محمدرضا شفیعی، تهیه‌کننده باسابقه تلویزیون، درباره عملکرد پنج‌ساله صداوسیما مطرح شده و در بخشی از آن، نسبت به قرارگرفتن برخی آثار در فهرست تولیدات و کارنامه دوره تحول انتقاد شده است. محور اصلی این انتقاد آن است که تعدادی از این آثار پیش از آغاز دوره مدیریتی فعلی وارد فرآیند تولید شده‌اند. این نکته البته می‌تواند محل بحث باشد اما سؤال مهم‌تری وجود دارد؛ آیا کارنامه یک مدیریت رسانه‌ای فقط از روزی محاسبه می‌شود که دوربین یک سریال روشن شده است؟ پاسخ به این سؤال، برای فهم دقیق‌تر ماجرا اهمیت زیادی دارد.

تلویزیون فقط «تولید» نیست

در ابتدا باید به این نکته اشاره کرد که در صنعت تلویزیون، میان «نگارش»، «تصویب»، «تولید»، «تکمیل»، «تدوین»، «بازبینی»، «اصلاح»، «تعیین کنداکتور» و در نهایت «پخش» فاصله وجود دارد. یک سریال ممکن است در یک دوره کلید بخورد اما در دوره‌ای دیگر به آنتن برسد. در این فاصله، تصمیم‌های متعددی درباره نحوه ادامه مسیر اثر، اصلاحات احتمالی، آماده‌سازی، زمان پخش و قرارگرفتن آن در جدول پخش اتخاذ می‌شود. به‌همین‌دلیل، اگر قرار است درباره عملکرد یک دوره مدیریتی حرف بزنیم، منطقی نیست فقط تاریخ شروع تولید را ببینیم و نقطه پایان زنجیره را حذف کنیم. آنتن، نقطه نهایی سرمایه‌گذاری تلویزیون روی یک اثر است. به‌بیان ساده‌تر، سریالی که سال‌ها تولید شده اما به پخش نرسیده، برای مخاطب هنوز «محصول تلویزیونی» محسوب نمی‌شود. زمانی که اثر روی آنتن قرار می‌گیرد، بخشی از تصمیم مدیریتی تلویزیون برای استفاده از آن محصول نیز به نتیجه رسیده است.

از «نوارزرد» و «برف بی‌صدا می‌بارد» تا «گیلدخت»

در همین چارچوب، می‌توان به آثاری اشاره کرد که نام آنها در بحث اخیر مطرح شده است. «برف بی‌صدا می‌بارد»، «نوار زرد» و سپس «گیلدخت»، «بازپرس» و «هشت‌پا» هرکدام فرآیند تولید و پخش متفاوتی داشته‌اند. حتی اگر پذیرفته شود که نگارش یا بخش‌هایی از فرآیند تولید بعضی از این آثار پیش از آغاز دوره تحول انجام شده، پرسش این است که چرا تصمیم مدیریتی برای رساندن آنها به مخاطب را نباید جزئی از عملکرد تلویزیون در دوره جدید دانست؟

گیلدخت در سال ۱۴۰۱ به پخش رسید، بازپرس در سال ۱۴۰۲ و هشت‌پا در سال ۱۴۰۳ روی آنتن رفتند. بنابراین، این آثار در حافظه مخاطب، محصولاتی هستند که در این سال‌ها از تلویزیون پخش شده‌اند و طبیعتا نمی‌توان نقش آنتن و سیاست پخش را از ارزیابی این دوره کاملا جدا کرد. بحث بر سر مصادره کارنامه دیگران نیست؛ بحث بر سر تعریف دقیق کارنامه رسانه‌ای است. اگر مدیری اثری را تولید نکرده اما تصمیم گرفته آن را تکمیل، اصلاح، آماده و در زمان مشخص روی آنتن ببرد، آیا این تصمیم هیچ نسبتی با عملکرد آن مدیریت ندارد؟ اتفاقا «پخش» یکی از مهم‌ترین تصمیم‌های تلویزیون است. تلویزیون فقط کارخانه تولید سریال نیست؛ یک رسانه است. ممکن است ده‌ها اثر تولید شود اما انتخاب این‌که کدام اثر، چه زمانی، از کدام شبکه و با چه شرایطی پخش شود، خودش بخشی از مدیریت رسانه‌ای است. سیمافیلم و شبکه‌های تلویزیونی در این فرآیند نقش مهمی دارند و طبیعتا تصمیم‌گیری درباره آثار آماده پخش نیز بخشی از حکمرانی محتوایی سازمان محسوب می‌شود. بنابراین وقتی درباره کارنامه یک دوره صحبت می‌کنیم، باید از خود بپرسیم این مدیریت با چه آثاری مواجه شد؟ با آنها چه کرد؟ چه آثاری را به سرمنزل پخش رساند؟ چه پروژه‌هایی را ادامه داد؟ چه تولیداتی را متوقف یا اصلاح کرد؟ و در نهایت چه چیزی را روی آنتن برد؟ این پرسش‌ها دقیق‌تر از آن است که صرفا بگوییم «این سریال قبل از این دوره کلید خورده است.» یک تهیه‌کننده باسابقه، بیش از هرکس این زنجیره را می‌شناسد. محمدرضا شفیعی سال‌ها در تلویزیون فعالیت کرده و طبیعتا با پیچیدگی‌های تولید و پخش سریال آشناست؛ از همین رو، اختلاف‌نظر درباره این‌که یک اثر به نام کدام دوره ثبت شود، می‌تواند موضوع یک بحث حرفه‌ای و تخصصی باشد اما بهتر است این بحث از مسیر شخصی‌سازی فاصله بگیرد و به اصل ماجرا برگردد. تلویزیون برای بسیاری از تهیه‌کنندگان و برنامه‌سازان، فقط یک سفارش‌دهنده نبوده، بلکه مدرسه‌ای برای رشد حرفه‌ای و محل شکل‌گیری بخش مهمی از کارنامه آنها بوده است.

متن کامل را در جام‌جم آنلاین بخوانید

شرکت توسعه لویزان (سهامی خاص)

آگهی مزایده عمومی فروش سهام

شرکت توسعه لویزان (سهامی خاص)

شماره ۱۴۰۵/۰۴

بانک رفاه کارگران
REFAH KARGARAN BANK

مجموعه بانک رفاه کارگران در نظر دارد نسبت به فروش ۱۵,۶۹ درصد سهام شرکت توسعه لویزان (سهامی خاص) به تعداد ۱۰,۵۶۰ سهم به ارزش ۴۱,۱۲۶,۰۰۴,۰۷۸,۷۲۰ ریال از طریق برگزاری مزایده عمومی به اشخاص حقیقی و حقوقی ذیصلاح اقدام نماید.

متقاضیان خرید سهام مزبور می‌توانند از تاریخ انتشار این آگهی حداکثر تا پایان وقت اداری روز پنج‌شنبه مورخ ۱۴۰۵/۰۷/۰۹ با در دست داشتن معرفی‌نامه کتبی مشتمل بر درج شماره شناسه ملی (اشخاص حقوقی) به همراه کد ملی (اشخاص حقیقی) در ساعات اداری به اداره سرمایه‌گذاری و امور مجامع شرکت‌ها بانک، به آدرس: تهران، بلوار کشاورز، رو به روی بیمارستان پارس، ساختمان بانک رفاه کارگران، اداره سرمایه‌گذاری و امور مجامع شرکت‌ها بانک مراجعه و اسناد مزایده را دریافت نمایند.

(شماره‌های تماس: ۰۲۱۴۱۳۷۳۳۰۴ - ۰۲۱۴۱۳۷۳۳۱۰)

شرایط شرکت در مزایده:

۱- ارزش پایه معامله و شرایط پرداخت ثمن معامله به شرح جدول ذیل به اطلاع متقاضیان می‌رسد.

مبالغ به ریال

نام شرکت	شرکت توسعه لویزان (سهامی خاص)
سرمایه ثبت شده	۳۳۶,۶۰۰,۰۰۰,۰۰۰
تعداد سهام قابل واگذاری	۱۰,۵۶۰
قیمت پایه کل سهام قابل واگذاری	۴۱,۱۲۶,۰۰۴,۰۷۸,۷۲۰
مبلغ سپرده شرکت در مزایده	۴۱۱,۲۶۰,۰۴۰,۷۸۷
شرایط واگذاری[1]	با شرایط تماما نقد و یکجا

[1] قیمت اعلامی، قیمت پایه بوده و اولویت واگذاری با خریدارانی است که قیمتی بالاتر را برای کل بلوک سهام قابل واگذاری پیشنهاد نمایند.

۲- سپرده شرکت در مزایده معادل ۱ درصد ارزش کل سهام قابل واگذاری می‌باشد که می‌بایستی به صورت وجه نقد واریزی به حساب شماره ۵۰۰۰۰۱۴ به نام اداره حسابداری نزد شعبه پردیس بانک رفاه کارگران یا ضمانتنامه بانکی معتبر، غیر از بانک رفاه کارگران با اعتبار ۳ ماهه به‌صورت عندالمطالبه قابل تمدید و بی‌قید و شرط ارائه گردد. حق فروشنده جهت بررسی، قبول یا رد و درخواست اصلاح متن ضمانتنامه در مهلت محدود، محفوظ و متقاضی مکلف به رعایت آن است.

۳- متقاضیان می‌بایست پیشنهادات خود را نسبت به کل سهام عرضه شده، حداکثر تا پایان وقت اداری روز شنبه مورخ ۱۴۰۵/۰۷/۱۱ به نشانی اعلام شده فوق تحویل و رسید دریافت نمایند. بدیهی است به پیشنهاداتی که بعد از موعد مقرر واصل گردد، ترتیب اثر داده نخواهد شد.

۴- شرکت در مزایده به معنی اطلاع و آگاهی کامل متقاضی نسبت به شرایط شرکت بوده و خریدار با شرکت در مزایده کلیه اختیارات خصوصا خیار غبن ولو فاحش را از سوی خود سلب و اسقاط می‌نماید.

۵- چنانچه برنده مزایده ظرف مهلت مقرر از تاریخ ابلاغ توسط مزایده‌گذار نسبت به امضای قرارداد تدوین شده توسط حوزه حقوقی بانک و پرداخت کامل ثمن معامله اقدام ننماید، هیچگونه ادعایی نسبت به سپرده شرکت در مزایده نخواهد داشت و مزایده‌گذار می‌تواند ضمانت نامه بانکی ارائه شده را به نفع خود ضبط نماید.

۶- پاکت‌های مزایده در ساعت ۱۰ صبح روز چهارشنبه مورخ ۱۴۰۵/۰۷/۱۵ در سالن جلسات بانک واقع در تهران، خیابان ولیعصر(عج)، نرسیده به میدان ونک ساختمان بانک رفاه کارگران مفتوح خواهد گردید. حضور پیشنهاددهندگان یا نماینده قانونی آنان در جلسه با ارائه مدارک شناسایی یا معرفی‌نامه معتبر مجاز می‌باشد. در جلسه مزبور صرفا خریداران حائز رتبه‌های اول و دوم معرفی گردیده و برنده نهایی متعاقبا اعلام خواهد شد.

۷- استرداد سپرده شرکت در مزایده برنده دوم (وجه نقد/ضمانتنامه بانکی معتبر -وفق بند ۲) منوط به انعقاد قرارداد و تسویه کامل ثمن معامله توسط برنده اول مزایده می‌باشد. سپرده شرکت در مزایده سایر مزایده‌گران پس از برگزاری جلسه مزایده مسترد می‌گردد.

۸- فروشنده در رد یا قبول هر یک از/کلیه پیشنهادات واصله مختار است.

www.refah-bank.ir

OICO ...make alive

آگهی مناقصه عمومی فراخوان دوم

شرکت راه‌اندازی و بهره‌برداری صنایع نفت (OICO)

در نظر دارد خدمات تأمین ۳ وعده غذای گرم (صبحانه، ناهار، شام) پرسنل خود، شاغل در پروژه‌های کارگاه مرکزی، پالایشگاه‌های پنجم، هفتم و هشتم پارس جنوبی و ستاد منطقه و انبار مرکزی واقع در منطقه عسلویه را به صورت تحویل در محل‌های مورد نظر این شرکت، از طریق برگزاری مناقصه عمومی به فروشنده واجد شرایط واگذار نماید.

جزئیات آگهی مناقصه و سایر اطلاعات مربوطه از تاریخ ۱۴۰۵/۰۷/۰۵ لغایت ۱۴۰۵/۰۷/۰۷ در تارنمای اینترنتی شرکت به نشانی https://tamin.oico.ir قابل مشاهده می‌باشد.

روابط عمومی شرکت راه اندازی و بهره‌برداری صنایع نفت (اُیکو)