همکاری ایران، روسیه و چین در حوزه‌های سیاسی و امنیتی به سایر حوزه‌ها توسعه پیدا نکرده است

جای خالی ائتلاف رسانه‌ای تهران-پکن-مسکو

صادق امامی
دبیر بین‌الملل

فرهیختگان: پس از توافق هسته‌ای ایران و ۱+۵، دولت یازدهم با هدف تضمین تداوم برجام تلاش کرد زمینه سرمایه‌گذاری شرکت‌های اروپایی در ایران را فراهم کند. بر همین اساس از میانه زمستان ۹۴ چندین و چند قرارداد در حوزه‌های مختلف نفتی، خودروسازی و... با شرکت‌های اروپایی و آمریکایی به امضا رسید تا منافع این قراردادها، آنان را در این توافق حفظ کند. اما ۱۸ اردیبهشت ۹۷، با خروج آمریکا از برجام و اولتیماتوم حداکثر ۶ ماهه به کشورها برای خروج از بازار ایران، شرکت‌های غربی از ایران رفتند تا ایران در چنین شرایطی یکبار دیگر سراغ راهبردی برود که پیش از سال ۹۲ از آن برای کم‌اثر کردن تحریم‌ها بهره گرفته بود. راهبرد «نگاه به شرق» یک‌بار دیگر در دستور کار قرار گرفت و دولت برای دریافت تضمین تامین منافع ایران از سوی اروپا پیش از سفر به بروکسل، محمدجواد ظریف وزیر امور خارجه را ابتدا به چین و روسیه یعنی کشورهایی که در این راهبرد تعریف می‌شوند، اعزام کرد. در راهبرد نگاه به شرق، علاوه‌بر چین و روسیه، هند و کشورهای جنوب شرق آسیا نیز حضور دارند اما دو کشور چین و روسیه، از جایگاه ویژه‌تری نسبت به سایر کشورها برخوردارند. این دو کشور علاوه‌بر قدرت نظامی، عضو دارای حق وتوی شورای امنیت سازمان ملل متحد هستند و توانایی اثرگذاری بر تصمیمات شورا را علیه ایران دارند. علاوه‌بر این، هر دو کشور به نحوی با آمریکا درگیر هستند؛ چین در جنگ اقتصادی و همچنین تهدیدات نظامی در دریای چین با آمریکا درگیر است و روسیه نیز از بحران اوکراین و الحاق کریمه به خاک روسیه، تحت تحریم‌های آمریکا قرار دارد. سوابق این دو کشور در دوره پیش از برجام نیز نشان می‌داد که تهران می‌تواند در راهبرد نگاه به شرق، بی‌نیاز از اروپا و آمریکا، اثر تحریم‌ها را حداقلی کند چراکه در دوره پیشین با وجود تحریم‌های سازمان ملل، چین و روسیه در برخی حوزه‌ها با تهران همکاری و مراوده اقتصادی داشتند. محاسبات گذشته ایران نشان می‌داد در دوره فعلی نیز این ظرفیت در شرق وجود دارد. اتفاقات ۱۴ ماه گذشته به‌خوبی نشان می‌دهد برخلاف اروپاییان که تلاش می‌کنند تهران را با وعده در برجام نگه دارند، روسیه و چین، گام‌هایی در این راستا برداشته‌اند. به‌عنوان مثال چین با وجود تحریم‌های آمریکا همچنان از ایران نفت می‌خرد. روسیه نیز اعلام کرده است اگر سازوکار مالی اروپا توانایی تامین نیازهای ایران را نداشته باشد، حاضر است توافق چند سال گذشته را ادامه دهد و روزانه حدود ۵۰۰ هزار بشکه نفت ایران را بخرد. روس‌ها در دوران برجام و به‌ویژه یک‌سال گذشته، آزادتر از چینی‌ها در برابر اقدامات اروپا و آمریکا موضع‌گیری کرده‌اند. مقامات روسی در دو ماه گذشته که ایران به طرف غربی برای کاهش تعهداتش اولتیماتوم داد، همواره جانب ایران را گرفته و اروپا را به عدم اجرای تعهداتش محکوم کرده است. آنان حتی پس از اعلام عبور ذخیره اورانیوم ایران از مرز ۳۰۰ کیلوگرم، در حالی که اروپایی‌ها به تهران در این باره هشدار می‌دادند، گفتند که این یک مساله عادی است و مشکلی محسوب نمی‌شود. این نیاز البته یکطرفه نیست و روسیه و چین نیز به ایران به‌عنوان کشوری مستقل با سیاست خارجی مشخص نیاز دارند. روسیه و چین به‌خوبی می‌دانند که مسکو و پکن، بخشی از پروژه تعریف‌شده برای گروهک تروریستی داعش بودند. هرچند با درایت و هوشیاری فرماندهان نظامی ایران، روسیه وارد نبرد سوریه شد و طراحی داعش در این کشور با شکست مواجه شد ولی انتقال عناصر باقی‌مانده این گروهک به آسیای میانه، با هدف تاثیرگذاری بر روسیه و چین صورت گرفته است. در کنار این مساله، ایران تنها کشوری در غرب آسیاست که منبع تامین انرژی است و در برابر آمریکا ایستادگی کرده است. اگر ایران در این منطقه با سیاست‌های آمریکا همراهی کند، چین که اقتصادش متکی به انرژی است، با چالش‌های نگران‌کننده‌ای مواجه خواهد شد. نیاز سه کشور به یکدیگر، باعث شده برخی کارشناسان از ائتلاف استراتژیک تهران-پکن-مسکو سخن بگویند. این ائتلاف اگر چه در حوزه سیاسی و امنیتی شکل گرفته و مستحکم شده اما در سایر حوزه‌ها، با مشکلاتی مواجه است.

صادرات و واردات ناچیز

در حوزه مراودات تجاری دو کشور ایران و چین، حجم مراودات اقتصادی به نسبت با سایر کشورها رقم قابل توجهی است. البته باید این نکته را نیز در نظر گرفت که یکی از دلایل این اتفاق، تحریم‌های آمریکاست. ایران پیش از خروج آمریکا از برجام، عملا انگیزه‌ای برای همکاری با چینی‌ها و شرکت‌های چینی نداشت و بر اروپا متمرکز شده بود. این اقدام ایران باعث شد پس از خروج آمریکا از برجام، چینی‌ها این رفتار را به تهران یادآوری کنند. صرف‌نظر از چین و تولیدات متنوع و ارزانش، تعاملات اقتصادی ایران و روسیه بسیار پایین‌تر از آن چیزی است که تصور می‌شود. با وجود این که دو کشور طی سال‌های گذشته و به‌ویژه پس از بحران سوریه، همکاری‌های استراتژیکی داشته‌اند اما این همکاری در حوزه اقتصاد توسعه پیدا نکرده است. آمارها نشان می‌دهد واردات روسیه در سال ۲۰۱۷، رقمی معادل ۲۲۸ میلیارد دلار بوده است. از میان محصولاتی که روس‌ها وارد کردند، ۸۵ قلم جنس از اقلامی هستند که ایران صادر می‌کند اما روسیه مقصد بسیاری از این محصولات نبوده است. مجموع تجارت خارجی ایران و روسیه در بهترین حالت به یک میلیارد و ۷۶۳ میلیون دلار در سال ۹۵ رسیده است. در سال بعد البته این میزان کاهش پیدا کرد و به رقم حدود ۹۹۰ میلیون دلار رسید. حال اگر میزان صادرات ایران به روسیه در سال ۹۶ (حدود ۲۸۶ میلیون دلار) را با میزان کل واردات روسیه (۲۲۸ میلیارد دلار) مقایسه کنیم، سهم ایران از بازار روسیه کمتر از ۰/۱۳ درصد است که رقم بسیار ناچیزی است. در زمینه واردات نیز بیشترین میزان واردات ایران از روسیه مربوط به سال‌های ۹۱ و ۹۵ با نزدیک به یک میلیون و ۶۰۰ هزار دلار است که این میزان حدود ۳/۵ درصد از کل واردات ایران است. در سال ۹۶ نیز ایران ۷۰۴ هزار دلار کالا از روسیه وارد کرده که این میزان فقط ۳/۱ درصد نیاز کشور به واردات است. این وضعیت نشان می‌دهد که دو کشور نتوانسته‌اند در این زمینه همکاری لازم را با وجود همراهی‌های استراتژیک با یکدیگر داشته باشند.

رسانه ضعیف‌تر از اقتصاد

سلاح دوران جنگ، بمب، موشک و تفنگ است و سلاح دوران صلح، «رسانه» در دوره کنونی اگر رسانه‌ها بتوانند نقش خود را به‌خوبی ایفا کنند، شاید نیازی به جنگ و خونریزی برای تصاحب یک کشور نباشد. شاید به همین دلیل است که سیاستمداران امروز جهان، در کنار سایر ابزارها، «قدرت رسانه‌ای» را نیز در چارچوب توانمندی‌های کشورشان قرار می‌دهند. اگر در سده گذشته هیچ کشوری بدون قدرت نظامی، توان تبدیل شدن به یک قدرت اقتصادی را نداشت، در قرن ۲۱ کشورها بدون قدرت رسانه‌ای، توان تبدیل شدن به یک عنصر اثرگذار جهانی را نخواهند داشت. به‌عنوان نمونه کشور قطر پس از تاسیس شبکه «الجزیره» تبدیل به یکی از اثرگذارترین کشورهای عربی در خلیج‌فارس شد. آنان در بحران‌های منطقه‌ای به‌ویژه بحران سوریه، با استفاده از همین ابزار، به آشوب‌ها دامن زدند و دولت اسد را تا مرز سقوط پیش بردند. متاسفانه این ابزار کارآمد در ایران آن‌طور که باید جدی گرفته نشد و در بخش‌هایی نیز، تحریم‌های غربی مانع اثرگذاری شبکه‌های برون‌مرزی کشورمان شد. در پرونده سوریه همین ضعف رسانه‌ای نتوانست نقش ایران را به‌عنوان اصلی‌ترین کشور در مقابل تروریست‌ها در جهان تثبیت کند. ایران علاوه‌بر اینکه در رقابت با رسانه‌های غربی و منطقه‌ای حرفی برای گفتن ندارد، همچون عربستان و امارات، توان لابی و سرمایه‌گذاری در رسانه‌های اثرگذار جهانی را نیز ندارد. در چنین شرایطی یکی از راه‌های ممکن، بهره‌گیری از ظرفیت کشورهایی است که تهران با آنها در یک ائتلاف سیاسی و استراتژیک تعریف می‌شود. در بین کشورهایی که رسانه‌هایشان در دنیا دارای اثر هستند، روسیه و چین بیشترین نزدیکی با ایران را دارند. در سال‌های گذشته رایزنی‌های مختلفی برای همکاری رسانه‌ای بین ایران با هر یک از این کشورها صورت گرفته است و حتی مقاماتی از خبرگزاری شینهوای چین به ایران سفر کرده و مقاماتی از ایران نیز به روسیه سفر کرده‌اند اما هیچ‌کدام از این سفرها نتیجه خاصی دربر نداشته است. این وضعیت باعث شده این کشورها با وجود همراهی سیاسی، در حوزه رسانه‌ای، گاهی مواضعی همسو با کشورهای غربی علیه ایران داشته باشند. در ادامه به ظرفیت‌های رسانه‌ای دوکشور که ایران می‌تواند از ظرفیت آن در حوزه‌هایی که اثرگذاری ندارد استفاده کند، اشاره می‌شود.

روس‌ها و امپراتوری راشاتودی

تلویزیون موثرترین رسانه در کشور روسیه است. بر اساس گزارش سالانه سازمان فدرال چاپ و ارتباطات جمعی روسیه، شمار شبکه‌های تلویزیونی در روسیه به ۳۳۰ شبکه می‌رسد که از این تعداد ۱۶ شبکه سراسری، ۱۱۷ شبکه ماهواره‌ای، هفت شبکه برون‌مرزی، ۱۸۰ شبکه منطقه‌ای و استانی و ۳۰ شبکه خرد در حال فعالیت هستند. اما هیچ‌کدام از این شبکه‌ها به اندازه کانال تلویزیونی «Russia Today» اثرگذاری جهانی ندارد. این شبکه، به زبان انگلیسی و در بحبوحه بحران مالی اروپا و آمریکا در آوریل ۲۰۰۵ با دستور نخست‌وزیر نخستین گام تاسیس خود را برداشت و در دسامبر آن سال پخش رسمی را آغاز کرد. پس از گذشت یک سال و نیم در ماه می ۲۰۰۷ بخش عربی این شبکه موسوم به «روسیاالیوم» نیز گشایش یافت و دسامبر سال ۲۰۰۹ بخش اسپانیولی این شبکه آغاز به کار کرد. موفقیت و نفوذ راشاتودی در منطقه، اروپا و آمریکا آنقدر بزرگ و موثر بود که خبرگزاری «ریانووستی» که از آن به‌عنوان مادر این شبکه یاد می‌شود، تعطیل شد و این شبکه با نام روسی «راسیا اسوودنیا» یا نام بین‌المللی «راشاتودی» یا RT رسما به‌عنوان یک خبرگزاری بین‌المللی مکتوب و رادیو و تلویزیونی عهده‌دار وظایف آن شد. علاوه‌بر سه زبانه بودن این شبکه، سایت خبری آن، به دو زبان فرانسه و آلمانی اطلاعات خود را ارائه می‌کنند. این شبکه در تمام مناطق جهان و برای ۷۰۰ میلیون مشتری، قابل دریافت و اشتراک است. طبق آخرین گزارش‌ها تنها در قاره آمریکا ۸۵ میلیون آمریکایی شبکه آرتی را در فهرست شبکه‌های قابل دسترسی خود دارند و برای آن پول پرداخت می‌کنند. محتوای برنامه‌های راشاتودی غیرتجاری و غیرتبلیغاتی است و غالب آن را موضوعات خبری، ورزشی، گفت‌وگو، سیاسی، مستند و برنامه‌های فرهنگی تشکیل می‌دهد. بیش از یک چهارم محتوای راشاتودی به اخبار و مسائل داخلی روسیه می‌پردازد و بقیه نیز به ارائه دیدگاه‌های متنوع در باره تحولات و تفسیر رویدادهای جهان اختصاص دارد و معتقد است: «تفسیر جهان، مقدمه تغییر جهان است.» این شبکه روسی در حال حاضر در بیش از ۱۶ کشور مهم دفتر فعال و در بیش از ۳۵ کشور خبرنگار و گزارشگر حرفه‌ای دارد. این شبکه در تحولات اروپا که در آن جریان راست جدید (راست افراطی) در حال قدرت گرفتن هستند، بسیار موثر بوده و توانسته است بخشی از افکار عمومی ضدروسی را به روسیه نزدیک کند.

اسپوتنیک

اسپوتنیک یکی دیگر از رسانه‌های اثرگذار روسی است. این سرویس خبری چندرسانه‌ای بین‌المللی است که در سال ۲۰۱۴ و پس از اینکه خبرگزاری دولتی بین‌المللی «ریانووستی» و رادیو «صدای روسیه» منحل شدند، توسط «روسیاسوُدنیا» آغاز به کار کرد. «روسیاسوُدنیا» سازمانیِ است که تماما در مالکیت دولت روسیه بوده و توسط آن اداره می‌شود. این سازمان در ۹ دسامبر ۲۰۱۳ با فرمان رئیس‌جمهور روسیه ایجاد شد. اسپوتنیک جایگزین ریانووستی در عرصه بین‌المللی و صدای روسیه شد. محصولات این خبرگزاری عبارتند از اخبار، سایت، سایت‌های اجتماعی و برنامه‌های کاربردی تلفن همراه، برنامه‌های رادیویی و مراکز خدمات رسانه‌ای مدرن. دفتر مرکزی اسپوتنیک در مسکو قرار دارد. مراکز خدمات رسانه‌ای آن در مناطق و کشورهای جهان از جمله در آمریکا، چین، فرانسه، آلمان، مصر و بریتانیا (لندن و ادینبورگ) فعال هستند. آژانس مخاطبان اسپوتنیک شهروندان کشورهای خارجی هستند. هم‌اکنون خبرگزاری اسپوتنیک به بیش از ۳۰ زبان، از جمله انگلیسی، اسپانیولی، فرانسوی، آلمانی، عربی و چینی و... کار می‌کند.

قدرت رسانه‌های روسی تا جایی پیش رفت که در اواخر سال ۲۰۱۶ پارلمان اتحادیه اروپا قطعنامه‌ای را علیه پروپاگاندای رسانه‌های روسی، راشاتودی، اسپوتنیک و موسسه جهان روسی «Russkiy Mir Foundation» تصویب و این رسانه‌ها را به ایجاد شکاف و دودستگی در جامعه اروپایی متهم کرد.

تلویزیون دولتی چین؛ اصلی‌ترین رسانه

در حوزه رسانه، چینی‌ها به اندازه روس‌ها نفوذ در اروپا و آمریکا ندارند، با این حال رسانه‌های چینی هم به واسطه جمعیت چین حداقل یک میلیارد مخاطب دارند. از مهم‌ترین رسانه‌های چینی، تلویزیون مرکزی چین است که به اختصار سی‌سی‌تی‌وی (CCTV) نامیده می‌شود. این شبکه در سال ۱۹۵۸ تحت عنوان «تلویزیون پکن» تاسیس شد و در سال ۱۹۷۳ پخش رنگی خود را آغاز کرد. نام این تلویزیون در سال ۱۹۷۸ به CCTV تغییر کرد و در حال حاضر این شبکه ۱۰۲۱۶ برنامه را به ۷۷ ایستگاه تلویزیونی خارجی ارسال می‌کند. CCTV با دارا بودن ۱۰ هزار کارمند، تحت نظارت اداره دولتی رادیو، فیلم و تلویزیون قرار دارد که این اداره نیز خود وابسته به شورای حکومتی جمهوری خلق چین است. در سال ۲۰۰۴ نیز CCTVInternational به زبان انگلیسی شروع به کار کرد که بزرگ‌ترین شبکه تلویزیون ملی چین است و از طریق ۶ ماهواره به‌طور ۲۴ ساعته اخبار و برنامه‌های خود را به سراسر جهان ارسال می‌کند و بیشتر روی اخبار و مسائل چین تکیه می‌کند. سی‌سی‌تی‌وی دارای ۴۵ شبکه تلویزیونی مختلف با برنامه‌های متفاوت است که در دسترس بیش از یک میلیارد بیننده قرار دارد. عمده برنامه‌های این شبکه‌ها ترکیبی از مستند، کمدی، سرگرمی و درام است.

خبرگزاری شینهوا

شینهوا، خبرگزاری رسمی دولت چین در سال ۱۹۳۱ تاسیس شده است. این خبرگزاری بزرگ‌ترین مرکز جمع‌آوری آمار و کنفرانس‌های خبری است. این یکی از دو خبرگزاری در چین است و دیگری سرویس خبری چین است. این خبرگزاری بیش از ۱۰ هزار کارمند دارد. ۱۰۷ دفتر در تمام دنیا و پنج دفتر منطقه‌ای (آسیا اقیانوسیه در هنگ کنگ، آمریکای لاتین در مکزیکوسیتی، آفریقا در نایروبی، خاورمیانه در قاهره و اروپا در پاریس) برای جمع‌آوری و همچنین اشاعه اطلاعات درباره چین دارد. در چین هم این خبرگزاری ۳۱ دفتر دارد. هر استان یک دفتر به علاوه یک مرکز نظامی دارد.

آگهی مناقصه عمومی

دانشگاه آزاد اسلامی واحد کاشان در نظر دارد امور مربوط به تهیه مواد اولیه و طبخ غذای دانشجویی خود را از طریق مناقصه عمومی برای مدت یک سال به اشخاص واجد شرایط واگذار نماید. متقاضیان می‌توانند از تاریخ نشر آگهی حداکثر به مدت ۱۰ روز کاری جهت دریافت اسناد مناقصه و تحویل پاکت پیشنهادی به دبیرخانه دانشگاه به آدرس: کاشان، بلوار قطب‌راوندی، خیابان استادان- کد پستی: ۸۷۱۵۹۹۸۱۵۱ و یا به آدرس اینترنتی www.iaukashan.ac.ir مراجعه نمایند. جهت شرکت در مناقصه واریز مبلغ ۵۰۰,۰۰۰ ریال بابت خرید اسناد و مبلغ ۱۵۰,۰۰۰,۰۰۰ ریال بابت تضمین شرکت در مناقصه به شماره حساب ۰۲۰۲۱۲۰۲۱۲۰۰۰ به نام دانشگاه آزاد اسلامی کاشان یا ارائه ضمانت‌نامه بانکی معادل آن الزامی است. هزینه درج آگهی به عهده برنده مناقصه می‌باشد و دانشگاه در رد یا قبول هر یک یا تمامی پیشنهادها مختار است.
تلفن سایر اطلاعات: داخلی ۷۴۳-۵۵۵۴۰۰۵۵-۰۳۱-۰۹۱۳۲۶۱۳۸۴۹

آگهی مناقصه

دانشگاه آزاد اسلامی واحد بندرانزلی در نظر دارد تامین نیروی انسانی مربوط به امور خدماتی و نگهداری فضای سبز خود را از طریق مناقصه به پیمانکار واجد شرایط و توانمند (اشخاص حقوقی) که دارای مجوز قانونی به همراه ارائه رزومه مشخص در این امر بوده را به مدت یک سال واگذار نماید. لذا از کلیه متقاضیان حقوقی دعوت می‌شود برای خرید اسناد مناقصه از تاریخ نشر آگهی به مدت ۱۰ روز کاری در ساعت اداری به آدرس: بندر انزلی- طالب‌آباد- جنب سردخانه- دانشگاه آزاد اسلامی واحد بندرانزلی- کد پستی ۴۳۱۳۱۷۸۱۴۱- طبقه سوم- امور اداری مراجعه نموده یا جهت کسب اطلاع بیشتر با شماره تلفن ۰۱۳۴۴۴۰۱۶۲۴ تماس حاصل نمایند.
مبلغ خرید اسناد مناقصه ۱,۰۰۰,۰۰۰ ریال (غیرقابل استرداد) بوده که متقاضیان می‌بایست مبلغ یادشده را حداکثر تا ۱۰ روز پس از نشر آگهی به حساب شماره ۰۲۲۰۴۲۷۹۲۳۰۰۴ به نام دانشگاه آزاد اسلامی واحد بندرانزلی نزد بانک ملی شعبه دهکده ساحلی واریز نمایند. در ضمن هزینه درج آگهی به عهده برنده مناقصه می‌باشد. دانشگاه در رد یا قبول هر یک از پیشنهادات مختار بوده و در این خصوص هیچ‌گونه مسئولیتی متوجه دانشگاه نخواهد بود.
روابط عمومی دانشگاه آزاد اسلامی واحد بندر انزلی

آگهی مناقصه عمومی

دانشگاه آزاد اسلامی-آموزشکده فنی و حرفه‌ای سما تهرانسر در نظر دارد پروژه آسانسور دانشکده را برابر مفاد مندرج در جدول ذیل از طریق مناقصه عمومی به پیمانکاران واجد شرایط واگذار نماید:

شرح عملیات	مبلغ سپرده شرکت در مناقصه به ریال	رتبه پیمانکار	مهلت تحویل اسناد مناقصه به دانشگاه
آماده‌سازی چاهک، خرید، حمل نصب و راه‌اندازی یک دستگاه آسانسور مسافربر کششی ۶ نفره در ۵ ایستگاه طبق اسناد مناقصه	۵۰.۰۰۰.۰۰۰	دارنده پروانه معتبر طراحی و مونتاژ آسانسور و دارای سوابق کاری مرتبط به مدت حداقل ۳ سال مقیم استان	۱۰ روز کاری از تاریخ انتشار

۱-سپرده شرکت در مناقصه به یکی از روش‌های ذیل ارائه گردد. الف: ضمانت‌نامه بانکی معادل مبلغ فوق که به مدت ۹۰ روز اعتبار داشته و قابل تمدید باشد. و یا ب: واریز فیش نقدی به مبلغ فوق به حساب ۰۱۰۹۵۸۲۶۹۰۰۰۲ به نام آموزشکده سما تهرانسر نزد بانک ملی شعبه مسجد جامع تهرانسر ۲-برندگان نفر اول، دوم و سوم مناقصه هرگاه حاضر به انعقاد قرارداد نشوند، سپرده آنان به ترتیب ضبط خواهد شد. ۳-دانشگاه در رد یا قبول هر یک از پیشنهادات مختار است. ۴-مبلغ ۲۰۰,۰۰۰ ریال بابت هزینه خرید اسناد به حساب مبلغ فوق به حساب ۰۱۰۹۵۸۳۲۶۹۰۰۰ به نام آموزشکده سما تهرانسر نزد بانک ملی شعبه مسجد جامع تهرانسر واریز و رسید آن را ارائه نمایند. ۵-متقاضیان می‌توانند از تاریخ انتشار آگهی جهت خرید اسناد مناقصه و بازدید محل آسانسور به آدرس تهرانسر، بلوار گلها، بلوار یاس، خیابان فجر، جنب بوستان فجر، دانشگاه آزاد اسلامی واحد سما تهرانسر، مدیریت امور اداری مراجعه نمایند. ۶-در هر صورت مدارک مندرج در اسناد مناقصه ملاک فروش اسناد و متعاقبا عقد قرارداد خواهد بود. ۷-سایر اطلاعات و جزئیات در اسناد مناقصه مندرج است. بازدید از محل آسانسور الزامی است. ۹-پیشنهادات می‌بایست در پاکت‌های مجزا الف، ب، ج لاک و ممهور به مهر شرکت شده و پس از مهر و موم کردن حداکثر تا ۱۰ روز کاری پس از تاریخ انتشار به آدرس تهرانسر، بلوار گلها، بلوار یاس، خیابان فجر- دانشگاه آزاد اسلامی واحد سما تهرانسر- مدیریت امور اداری تحویل داده شود. ۱۰-هزینه چاپ آگهی به عهده برنده مناقصه می‌باشد. در ضمن متقاضیان جهت کسب اطلاعات بیشتر می‌توانند با شماره تلفن‌های ۴۴۵۱۶۱۸۹-۴۴۵۱۶۲۳۴-۰۲۱ تماس حاصل نمایند.
روابط عمومی دانشگاه آزاد اسلامی آموزشکده فنی و حرفه‌ای سما تهرانسر