گفت‌وگو با مجید ظریف، تهیه‌کننده برنامه‌ای که روایت جاماندگان کربلا را به تصویر کشید

از حسرت زیارت تا زیارت به نیابت

نیایش احمدی | در میان میلیون‌ها دلداده‌ای که دلشان برای کربلا می‌تپد، هستند کسانی که به هر دلیل از این سفر معنوی جا مانده‌اند؛ اما عشق به حضرت اباعبدالله الحسین(ع) را در دل زنده نگه داشته‌اند. برنامه «سلام آقا» با تکیه بر همین حس مشترک، روایتگر قصه‌های ناگفته جاماندگان از زیارت کربلای معلی است و با رویکردی متفاوت، مفهوم دلدادگی و زیارت را به تصویر می‌کشد. ویژگی شاخص این برنامه، پویش معنوی «زیارت به نیابت» است؛ پویشی که در آن عاشقان سیدالشهدا(ع)، با توجه به علاقه رهبر شهید به زیارت کربلا، به نیابت از ایشان زائر حرم حسینی می‌شوند و سلام دل خود را به این بارگاه نورانی می‌رسانند. «سلام آقا» با تهیه‌کنندگی مجید ظریف و سیدمحمد صفدری، اجرای صابر خراسانی و تولید گروه معارف اسلامی شبکه۲ سیما، از ۲۰ تیر ۱۴۰۵، شنبه تا سه‌شنبه ساعت ۲۲ روی آنتن می‌رود.

به همین بهانه، با مجید ظریف، تهیه‌کننده این برنامه، درباره شکل‌گیری «سلام آقا»، ایده پویش «زیارت به نیابت» و بازخورد مخاطبان گفت‌وگو کردیم که در ادامه می‌خوانید.

■نقطه شروع شکل‌گیری «سلام آقا» چه بود؟

«سلام آقا» از یک دغدغه رسانه‌ای شکل گرفت؛ دغدغه‌ای برای روایت حسرت زیارت کربلا و ایجاد پیوندی میان مخاطبان و قصه کسانی که سال‌ها آرزوی زیارت امام حسین(ع) را در دل داشتند، اما به دلایل مختلف از این توفیق محروم مانده بودند. همین روایت‌ها هسته اصلی شکل‌گیری برنامه شد. از سوی دیگر، رهبر شهید در سال‌های اخیر بارها از حسرت زیارت امام حسین(ع) سخن گفته بودند. با الهام از این نگاه، پویش «زیارت به نیابت» در دل برنامه شکل گرفت تا زائران کربلا، سفر خود را به نیابت از ایشان انجام دهند. خوشبختانه این پویش با استقبال گسترده مخاطبان روبه‌رو شده و تنها پس از پخش پنج یا شش قسمت، حدود ۵۰۰هزار نفر برای شرکت در آن نام‌نویسی کرده‌اند.

■انتخاب میهمان‌ها به چه شکل بود؟

انتخاب میهمان‌ها تا امروز از مسیرها و فرایندهای مختلفی انجام شده است. ما در ابتدا قصه‌ها را براساس گروه‌های مختلف دسته‌بندی کردیم؛ از خانواده‌های شهدا و جانبازان گرفته تا افرادی که با محرومیت‌های اقتصادی و اجتماعی دست و پنجه نرم می‌کردند. همچنین، روایت‌های معلولان، هنرمندان، شاعران و نویسندگان نیز در این دسته‌بندی قرار گرفت. پس از این مرحله، تلاش کردیم با روش‌های مختلف، این روایت‌ها را شناسایی و جمع‌آوری کنیم. در نهایت، به فهرستی متشکل از حدود هزار و ۶۷۰ نفر رسیدیم. سپس با بررسی و ارزیابی این روایت‌ها، ۴۰ نفر برای حضور در فصل نخست برنامه «سلام آقا» انتخاب شدند و مقابل دوربین رفتند. در انتخاب میهمانان، مجموعه‌ای از عوامل را در نظر گرفتیم و نمی‌توان تنها یک معیار را ملاک قرار داد. قصه فرد باید حتماً ظرفیت روایت و جذابیت لازم را داشته باشد، اما در کنار آن، شخصیت خود فرد نیز اهمیت زیادی دارد. برای ما مهم بود که میهمان بتواند روایت خود را به‌درستی منتقل کند؛ به‌اصطلاح، خوش‌صحبت باشد، بتواند با مخاطب ارتباط برقرار کند و قصه‌اش را به شکلی بیان کند که مخاطب با آن همراه شود و امکان همذات‌پنداری داشته باشد.

■چطور به صابر خراسانی برای اجرای برنامه رسیدید؟

آقای صابر خراسانی از همان ابتدا یکی از گزینه‌های اصلی ما برای اجرای برنامه و میزبانی از میهمانان «سلام آقا» بود. این انتخاب، هم به‌دلیل ویژگی‌های شخصیتی و هویتی ایشان به‌عنوان یک مجری آیینی انجام شد و هم به‌خاطر توانایی‌های فردی‌شان در خوب شنیدن، همراهی با میهمان و مدیریت گفت‌وگوهای روایت‌محور. بخشی از توانمندی‌های آقای خراسانی که کمتر دیده شده، مهارت ایشان در هدایت گفت‌وگو و شنیدن روایت‌های انسانی است. مخاطبان تاکنون بیشتر اجرای آیینی و پرفورمنس‌های اجرایی ایشان را دیده‌اند، اما در این برنامه تلاش کردیم وجه دیگری از توانایی‌های او را به نمایش بگذاریم. در نهایت نیز از میان مجریانی که توانایی اجرای چنین قالبی را داشتند، به این جمع‌بندی رسیدیم که صابر خراسانی بهترین گزینه برای میزبانی «سلام آقا» است.

■در برنامه‌ای با موضوع زیارت، خطر افتادن به کلیشه زیاد است. شما در طراحی «سلام آقا» چه تصمیمی گرفتید که برنامه فقط یک روایت مذهبی تکراری نباشد؟

در دوره‌ای زندگی می‌کنیم که مخاطب، از نظر فرم و شیوه روایت، آثار متنوعی را دیده و تجربه کرده است. به همین دلیل، تکراری شدن یک برنامه همیشه یک تهدید جدی محسوب می‌شود؛ به‌ویژه در برنامه‌های مذهبی که تنوع قالب‌ها محدودتر است و بخش قابل توجهی از آن‌ها بر گفت‌وگو و روایت استوار هستند. در «سلام آقا» تلاش کردیم زاویه روایت را با آنچه مخاطب تاکنون دیده، متفاوت انتخاب کنیم. هدف ما این نبود که فقط درباره موضوعات و محورهای تکراری صحبت کنیم، بلکه می‌خواستیم روایت‌های شخصی و تجربه‌های زیسته افراد را بشنویم؛ روایت‌هایی که کمتر شنیده شده‌اند و می‌توانند مخاطب را با نگاهی تازه به مفهوم زیارت و حسرت آن همراه کنند. به همین دلیل، تمرکز ما بیش از آنکه بر تکرار مفاهیم رایج باشد، بر شنیدن قصه آدم‌ها و تجربه‌های منحصربه‌فرد آن‌ها قرار گرفت؛ رویکردی که به نظر ما توانسته «سلام آقا» را از روایت‌های کلیشه‌ای این حوزه متمایز کند.

■برنامه‌های مذهبی متعددی در ایام مناسبتی برای تلویزیون ساخته می‌شود، «سلام آقا» قرار است چه خلأیی را پر کند؟

در تلویزیون تاکنون برنامه‌های مذهبی متعددی با محوریت زیارت و ارتباط مخاطبان با حرم امام حسین(ع) تولید شده‌اند، اما برنامه‌ای که به‌طور مشخص بر موضوع «زائر اولی‌ها» و تحقق آرزوی زیارت برای افرادی که سال‌ها در حسرت سفر به کربلا مانده‌اند، تمرکز داشته باشد، وجود نداشت. البته برنامه‌های موفق و پربیننده‌ای همچون «مخاطب خاص» در سال‌های گذشته نقش مهمی در تقویت ارتباط مخاطبان با فرهنگ زیارت و معارف حسینی ایفا کرده‌اند و هر کدام کارکرد و مأموریت خود را داشته‌اند اما «سلام آقا» با هدفی متفاوت شکل گرفت. این برنامه تلاش می‌کند حسرت زیارت را در دل مخاطبانی که سال‌ها چشم‌انتظار این سفر معنوی بوده‌اند، روایت و بازنمایی کند. همچنین با سازوکاری که در برنامه پیش‌بینی شده و با همراهی خیران، می‌کوشد دل‌های مشتاق زیارت را به حرم مطهر امام حسین(ع) پیوند بزند و زمینه تحقق این آرزو را برای زائر اولی‌ها فراهم کند.

■بعضی برنامه‌های مذهبی تصور می‌کنند هر چه پیام صریح‌تر باشد، اثرگذاری بیشتر است. شما در «سلام آقا» چقدر به‌جای پیام مستقیم، روی کشف معنا از دل قصه تکیه کردید؟

در پاسخ به این پرسش، ابتدا باید به تفاوت گونه‌های مختلف برنامه‌سازی مذهبی اشاره کنم. اگر هدف یک برنامه، افزایش دانش و آگاهی مخاطب باشد، طبیعتاً با شیوه‌ای مستقیم روبه‌رو هستیم؛ یعنی مفاهیم برگرفته از روایات، احادیث، تاریخ، تفسیرها و حتی گاهی متن روضه، به‌صورت صریح و مستقیم بیان یا تحلیل می‌شوند. این جنس از برنامه‌ها، اقتضائات خود را دارند و مستقیم‌گویی در آن‌ها کاملاً طبیعی است. گونه دیگری از برنامه‌های مذهبی، بر اجرای آیین‌ها و مناسک مذهبی استوار است؛ آثاری که با بهره‌گیری از فرم‌های هنری، نمایشی، آوایی و موسیقایی، آیین‌هایی مانند تعزیه، سینه‌زنی یا دیگر مراسم مذهبی را بازنمایی می‌کنند. در این قالب نیز پیام‌ها معمولاً به‌صورت روشن و مستقیم به مخاطب منتقل می‌شوند. اما «سلام آقا» از جنس دیگری است. ما در این برنامه بیش از آنکه به‌دنبال انتقال مستقیم پیام باشیم، به‌دنبال «کشف» هستیم. ممکن است مجری در بخش‌هایی از برنامه به‌صورت مستقیم صحبت کند یا در طراحی دکور، نشانه‌هایی مانند گنبد و بارگاه امام حسین(ع) دیده شود، اما هسته اصلی برنامه بر روایت انسان‌ها و قصه‌های واقعی آن‌ها استوار است. در نهایت، این مخاطب است که از دل روایت، معنا را کشف می‌کند. ما تلاش کرده‌ایم جذابیت این کشف را از او نگیریم و نتیجه‌گیری را تا حد ممکن به خود مخاطب واگذار کنیم. معتقدیم وقتی مخاطب خودش به معنا و پیام یک روایت برسد، احساس عمیق‌تر و ماندگارتری را تجربه خواهد کرد؛ به همین دلیل، در «سلام آقا» از مستقیم‌گویی فاصله گرفته‌ایم و روایت را محور اصلی انتقال معنا قرار داده‌ایم.

■نسل جوان با شیوه‌های جدید روایت ارتباط بیشتری دارد. آیا «سلام آقا» تلاشی برای نزدیک کردن ادبیات برنامه‌های مذهبی به ذائقه جدید مخاطب داشته است؟

درباره اینکه چقدر توانستیم با مخاطب نسل جوان ارتباط برقرار و ادبیات برنامه‌های مذهبی را به ذائقه جدید مخاطب نزدیک کنیم، شاید هنوز برای قضاوت، کمی زود باشد. ابتدا باید مخاطب با برنامه ارتباط اولیه برقرار کند و سپس با شناخت بهتر از نیاز و ذائقه او، مسیر را اصلاح و تکمیل کرد. البته این به معنای آزمون و خطای بدون برنامه نیست، بلکه منظور، شناخت تدریجی مخاطب و سنجش این موضوع است که چه نوع روایت و چه محتوایی را بهتر می‌پذیرد. حتی در روند تولید «سلام آقا» نیز تجربه‌هایی از این جنس داشتیم. برای مثال، پیش از ضبط یکی از قسمت‌ها تصور من این بود که شاید موضوع انتخاب‌شده چندان برای مخاطب جذاب نباشد و ارتباط زیادی با آن برقرار نکند، اما پس از پخش قسمت ششم، بازخورد مخاطبان درباره پویش برنامه و همراهی آن‌ها برای فراهم شدن امکان زیارت زائر اولی‌ها نشان داد این تصور اولیه درست نبوده است. در همان قسمت، حدود ۴۰هزار نفر در پویش شرکت کردند و استقبال مخاطبان از کمک به تحقق سفر زیارتی افراد مشتاق، نشان داد مخاطب با چنین روایت‌هایی ارتباط عمیقی برقرار می‌کند. به همین دلیل، معتقدم رسیدن به ذائقه مخاطب یک فرایند تدریجی است. برنامه‌ساز نمی‌تواند انتظار داشته باشد از همان روزهای ابتدایی، مخاطبی که هنوز با فضای برنامه آشنا نشده، ارتباط کاملی برقرار کند. باید به‌تدریج نشان داد برنامه چه حرفی برای گفتن دارد و چگونه می‌تواند به علایق و دغدغه‌های مخاطب نزدیک شود. بنابراین، اگرچه «سلام آقا» تلاش کرده مسیر متفاوتی را در روایت برنامه مذهبی تجربه کند، اما در قسمت‌های ابتدایی فصل نخست نمی‌توانیم ادعا کنیم که به نقطه نهایی این هدف رسیده‌ایم. شاید در پایان فصل، بتوان ارزیابی دقیق‌تری از میزان موفقیت این مسیر ارائه کرد.

آگهی مفقودی
گواهینامه مدرک موقت پایان تحصیلات کارشناسی ناپیوسته اینجانب علی توکلی نیا فرزند محمد حسین به شماره ملی ۰۸۴۹۶۹۸۰۰۶ در رشته حسابداری صادره از دانشگاه آزاد اسلامی مشهد مفقود گردیده است و فاقد اعتبار می باشد . از یابنده تقاضا میشود اصل مدرک را به دانشگاه آزاد اسلامی واحد مشهد ، اداره دانش آموختگان ارسال نماید.
۱۴۰۵۰۷۲۴۰

آگهی مفقودی
برگ سبز و کارت شناسایی و سند مالکیت موتورسیکلت تیز پر طوس مدل ۱۳۹۳ به رنگ آبی به شماره موتور ۰۱۲۵N۳N۰۰۹۸۸۱ وشماره تنه N۳N***۱۲۵T۹۳۴۵۴۳۱ وشماره پلاک۷۷۲ ایران ۷۷۶۷۱ متعلق احمد فدوی مفقود گردیده و فاقد اعتبار می باشد.
۱۴۰۵۰۷۱۹۵ ف

آگهی مفقودی
برگ سبز و سند کمپانی و کارت موتورسیکلت شباب ۱۵۰ به شماره انتظامی ۷۷۹-۱۶۳۲۵وشماره شاسی N۱U***۱۵۰H۸۹۳۱۹۳۵ و شماره موتور ۱۶۲FMJSB۴۰۰۴۰۳۸ بنام رضا ربانی به شماره ملی ۰۶۸۲۰۳۱۳۸۰ مفقود و اعتبار ندارد.
۱۴۰۵۰۷۱۹۴ ف

آگهی مفقودی
برگ سبز خودرو سواری پراید تیپ جی تی ایکس ای مدل ۱۳۸۵ رنگ نوک مدادی متالیک شماره موتور ۱۴۵۳۰۲۴ شماره شاسی S۱۴۱۲۲۸۵۷۸۰۴۳۴ شماره پلاک ایران ۴۲ - ۴۶۶ ط ۵۶ به نام مختار کاظمی مفقود گردیده و اعتبار ندارد.
۱۴۰۵۰۷۱۹۳ ف

آگهی مفقودی
برگ سبز خودرو وانت -وانت تویوتا لند کروز اف جی ۷۵ مدل ۱۹۸۶ به رنگ نقره‌ای معمولی به شماره موتور ۰۰۲۴۰۹۷ به شماره شاسی ۰۰۳۰۷۳۸ به شماره پلاک ۹۲۴م۶۴ ایران ۲۷ به مالکیت صالح سلیمانی مفقود گردیده و از درجه اعتبار ساقط می باشد/ ایرانشهر
۱۴۰۵۰۷۲۴۴

آگهی مفقودی
برگ سبز وبرگ کمپانی و کارت خودرو پژو ۴۰۵ جی ال مدل ۱۳۸۲ به شماره پلاک ۱۲ ایران ۹۶۱ د ۳۴ به شماره موتور ۱۲۴۸۲۰۰۶۹۲۳ وشاسی ۸۲۰۳۹۵۵۵ به مالکیت سید داود یعقوبی مفقود گردیده از درجه اعتبار ساقط است.
۱۴۰۵۰۷۲۶۷

آگهی مفقودی
برگ سبز و کلیه مدارک موتورسیکلت امجد مدل ۱۳۹۵ رنگ قرمز به شماره موتور ۰۱۲۵NC۵۰۷۰۹۰۶ و شماره تنه NC۵***۱۲۵A۹۵۶۷۸۰۲ و شماره پلاک ۴۸۱۹۴ ایران ۷۶۴ بنام حسین محمدی چاهک مفقود و فاقد اعتبار می‌باشد.
۱۴۰۵۰۷۲۵۴

آگهی مفقودی
برگ سبز و سند کمپانی موتورسیکلت پرواز مدل ۱۴۰۲ به شماره موتور ۰۲۰۸۲۹ و شماره تنه ۲۵۷۳۵ و شماره پلاک ۸۵۶۳۵ ایران ۸۵۸ مفقود و فاقد اعتبار می‌باشد.
۱۴۰۵۰۷۲۵۳

آگهی مفقودی
کلیه مدارک موتور سیکلت احسان CDI۱۲۵ مدل ۱۳۸۸ رنگ مشکی شماره موتور N۲N۰۹۰۳۴۴۴۷ شماره تنه N۲N***۱۲۵G۸۸۱۰۷۸۵ وشماره پلاک ۴۸۶۲۴ ایران ۷۶۹ متعلق به زهرا ذوالفقاری مفقود شده و فاقد اعتبار است.
۱۴۰۵۰۷۲۴۹ ف

آگهی مفقودی
برگ سبز خودرو سواری سیستم پژو تیپ PARSTU۵ به شماره شهربانی ۱۲ ن ۹۶۶ ایران ۷۴ به شماره شاسی NAAN۱۱FEVJH۱۷۳۱۵۱ و شماره موتور ۱۸۱B۰۰۹۷۵۸۴ مفقود گردیده و از درجه اعتبار ساقط می‌گردد.
۱۴۰۵۰۷۲۴۱

آگهی مفقودی
برگ سبز خودرو سواری سیستم پراید تیپ جی تی ایکس آی مدل ۱۳۸۹ به شماره شهربانی ۷۷ ق ۳۸۶ ایران ۷۴ به شماره شاسی S۱۴۱۲۲۸۹۴۲۴۸۲۴ و شماره موتور ۳۳۵۲۱۹۳ به مالکیت سعید نیرومند فیروز آباد مفقود گردیده و از درجه اعتبار ساقط می‌گردد.
۱۴۰۵۰۷۲۴۶

آگهی مفقودی
سند کمپانی خودرو وانت مزدا مدل ۱۳۹۱ رنگ آبی نفتی متالیک به شماره موتور FEA۰۹۲۶۳ و شماره شاسی NAGP۲PC۱۱CA۰۹۸۵۲۸ و شماره پلاک ۳۲۰۷۷۳ ایران ۱۲ بنام حسن مختاری مفقود گردیده و فاقد اعتبار می‌باشد.
۱۴۰۵۰۷۱۸۷

آگهی مفقودی
دانشنامه پایان تحصیلات اینجانب حامد حاجی پور فرزند اکبر با شماره ملی ۰۹۲۳۲۱۰۹۷۰ در مقطع کاردانی رشته نقشه برداری صادره از دانشگاه آزاد اسلامی واحد مشهد (سما) مفقود گردیده است و فاقد اعتبار می‌باشد. از یابنده تقاضا میشود اصل مدرک را به دانشگاه آزاد اسلامی واحد مشهد (سما) اداره دانش آموختگان ارسال نماید.
۱۴۰۵۰۶۲۹۲

آگهی مفقودی
برگ سبز یکدستگاه تراکتور کشاورزی مدل ۱۳۶۵ به رنگ سبز - روغنی به شماره موتور ۶۹۹۹۳۲CD به شماره شاسی ۵۷۶۲۰۵L به شماره پلاک ۱۲ ایران ۱۵۹ ک ۴۵ به مالکیت موسسه دامپروری صنعتی قدس رضوی مفقود گردیده و از درجه اعتبار ساقط می باشد.
۱۴۰۵۰۷۱۸۹

آگهی مفقودی
برگ سبز خودرو وانت نیسان زامیاد تیپ ۲۴۰۰ به رنگ آبی -روغنی مدل ۱۳۸۵ به شماره موتور ۳۳۹۳۵۵ به شماره شاسی J۰۲۸۲۲۳ به شماره پلاک ۴۷۲م۲۹ ایران۷۳ به مالکیت زهرا اسماعیلی مفقود گردیده و از درجه اعتبار ساقط می باشد/ ایرانشهر
۱۴۰۵۰۷۲۹۷ پ

آگهی مجمع عمومی عادی به طور فوق العاده سالیانه نوبت دوم
شرکت تعاونی مصرف کارکنان بانک ملت استان خراسان رضو ی
تاریخ انتشار ۱۴۰۵/۰۵/۰۳

جلسه مجمع عمومي عادی به طور فوق العاده شرکت تعاوني در روز شنبه مورخ ۱۴۰۵/۰۵/۱۷ رأس ساعت ۱۷ در محل کانون بازنشستگان بانك ملت واقع در خیابان ملك الشعرا بهار بین چهارراه استانداردی و چهارراه لشکر برگزار خواهد شد. از کلیه اعضای محترم دعوت مي شود با همراه داشتن مدارك عضویت در جلسه مجمع جهت اتخاذ تصمیم نسبت به موضوعات دستور جلسه حضور به هم رسانند . اعضایي که امکان حضور آنان در جلسه مقدور نمي باشد مي توانند حق رای خود را به موجب وکالتنامه کتبي به فرد دیگری واگذار نمایند در اینصورت تعداد آرای وکالتي هر عضو سه رای و هر فرد غیر عضو یك رای خواهد بود اشخاص دارای وکالت مي توانند ازتاریخ درج آگهي تا تاریخ ۱۴۰۵/۰۵/۱۷ از ساعت ۸ صبح الي ۱۳ روزهای ادار ی به دفتر تعاوني واقع در خیابان امام رضا (ع) جهت تایید وکالت مراجعه نمایند.

دستور جلسه:
۱. قرائت گزارش عملکرد سال ۱۴۰۴تعاوني توسط هیئت مدیره و بازرسین
۲. طرح و تصویب صورت‌های مالي سال ۱۴۰۳ و۱۴۰۴ شامل عملکرد ترازنامه ، حساب سود و زیان، تقسیم سود، پاداش هیئت مدیره ، بازرسین ، پرسنل و سایر گزارش های مال ي تعاوني
۳. طرح و تصویب بودجه پیشنهادی سال ۱۴۰۵ ۴. انتخاب بازرسین برای مدت یك سال مالي

هیئت مدیره شرکت تعاونی مصرف کارکنان بانک ملت استان خراسان رضو ی
۱۴۰۵۰۷۲۴۳

« آگهی مناقصه عمومی یک مرحله ای با ارزیابی فشرده » نوبت دوم

شرکت آب و فاضلاب استان خراسان رضوی در نظر دارد مناقصه عمومی یک مرحله ای با ارزیابی فشرده با موضوعات ذیل از طریق سامانه تدارکات الکترونیک دولت برگزار نماید. کلیه مراحل برگزاری فراخوان مناقصه عمومی، از طریق درگاه سامانه تدارکات الکترونیک دولت (ستاد) به آدرس www.setadiran.ir انجام خواهد شد ولازم است مناقصه گران در صورت عدم عضویت قبلی، مراحل ثبت نام در سایت مذکور ودریافت گواهی امضای الکترونیکی را جهت شرکت در مناقصه محقق سازند.تاریخ انتشار فراخوان در سامانه ۱۴۰۵/۰۵/۳۱ باشد . اطلاعات واسناد و دعوتنامه مناقصه عمومی موضوع فوق الذکراز طریق سامانه ستاد به مناقصه گران ارسال خواهد شد.

ردیف	موضوع مناقصه	شماره فراخوان	مبلغ برآورد کار	میزان تضمین شرکت در مناقصه
۱	انجام فعالیتهای بهره برداری و نگهداری از تاسیسات آب شرب امور آب و فاضلاب شهرستان جغتای	۲۰۰۵۰۰۱۴۴۶۰۰۰۱۲۸	(۷۶/۵۰۵/۲۵۳/۲۵۰ریال) هفتاد و شش میلیارد و پانصد و پنج میلیون و دویست و پنجاه و سه هزار و دویست و پنجاه ریال	۳/۸۲۵/۲۶۲/۶۶۳ ریال سه میلیارد و هشتصد و بیست و پنج میلیون و دویست و شصت و دو هزار و ششصد و شصت و سه ریال
۲	طرح آبرسانی روستای عمارت شهرستان قوچان	۲۰۰۵۰۰۱۴۴۶۰۰۰۱۲۹	۱۲۵.۵۲۲.۴۶۴.۴۲۷ریال(یکصد و بیست و پنج میلیارد و پانصد و بیست و دو میلیون و چهارصد و شصت و چهار هزار و چهارصد و بیست و هفت ریال)	۶/۲۷۶/۱۲۳/۲۲۱ریال(شش میلیارد و دویست و هفتاد و شش میلیون ویکصد و بیست و سه هزار و دویست و بیست و یک) ریال
۳	طرح آبرسانی روستای آبقد شهرستان گلبهار	۲۰۰۵۰۰۱۴۴۶۰۰۰۱۳۰	۳۳/۳۱۸/۵۲۰/۱۹۹ ریال (سی و سه میلیارد و سیصد و هجده میلیون و پانصد و بیست هزار و یکصد و نود و نه ریال)	۱/۶۶۵/۹۲۶/۰۱۰ ریال (یک میلیارد و ششصد و شصت و پنج میلیون و نهصد و بیست و شش هزار و ده ریال)
۴	خریدتجهیزات‌وپشتیبانی‌سیستمهای کنترل از راه دور (تله متری) تاسیسات آب و فاضلاب در سطح استان خراسان رضوی	۲۰۰۵۰۰۱۴۴۶۰۰۰۱۳۱	۱۰۰/۰۰۰/۰۰۰/۰۰۰ریال(یکصد میلیارد ریال)	۵/۰۰۰/۰۰۰/۰۰۰ریال(پنج میلیارد ریال)
۵	طرح آبرسانی مجتمع کروژده (مخزن ۱۰۰۰ متر مکعبی) شهرستان جوین	۲۰۰۵۰۰۱۴۴۶۰۰۰۱۳۲	۱۰۴/۸۲۳/۷۰۶/۰۳۱ ریال (یکصد و چهار میلیارد و هشتصد و بیست و سه میلیون و هفتصد و شش هزار و سی و یک ریال)	۵/۲۴۱/۱۸۵/۳۰۲ ریال (پنج میلیارد و دویست و چهل و یک میلیون یکصد و هشتاد و پنج هزار و سیصد و دو ریال)
۶	انجام فعالیتهای بهره برداری و نگهداری از تاسیسات آب شرب امور آب و فاضلاب شهرستان کلات	۲۰۰۵۰۰۱۴۴۶۰۰۰۱۱۱	۹۷/۰۵۲/۹۸۳/۹۷۴ریال (نودو هفت میلیارد و پنجاه و دو میلیون و نهصدو هشتادو سه هزارو نهصدو هفتادو چهار ریال)	۴/۸۵۲/۶۴۹/۱۹۹ ریال (چهار میلیارد و هشتصد و پنجاه و دو میلیون ششصدو چهل و نه هزارو یکصد و نود و نه ریال)

دفتر روابط عمومی و آموزش همگانی شرکت آب و فاضلاب استان خراسان رضوی سایت اینترنتی : www.abfakhorasan.ir
۱۴۰۵۰۷۱۹۲