



روزنامه جوان | شماره ۵۸۰۵ |

گفت‌وگوی «جوان» با محمد درخشان، رئیس فدراسیون جودو درباره چگونگی عملی شدن «اقتصاد مقاومتی، تولید و اشتغال» در ورزش

چرخ ورزش باید با تولید داخلی بچرخد

گفت‌وگو
سعید احمدیان

مقام‌معمّر رهبری سال ۹۶

راقتصاد مقاومتی، تولیدو اشتغال نامگذاری کرده‌اند

ورزش هم یکی از بخش‌هایی است که پتانسیل‌های زیادی برای تحقق شعار سال و مطالبه رهبر انقلاب دارد. در این زمینه با محمد درخشان، رئیس فدراسیون جودو گفت‌وگو کرده‌ام و نظرات وی را درباره چگونگی عملی شدن شعار سال در حوزه ورزش جویا شده‌ام.

جناب درخشان، سال جدید از سوی رهبر معظم انقلاب به عنوان سال اقتصاد مقاومتی، تولید و اشتغال نامگذاری شده است، در حوزه ورزش چگونه باید به سمت عملی شدن این مطالبه برویم؟

تجر به‌ای که در دوران تحریم داشتیم، واقعیتی بود که امریکا با استفاده از تحریم‌ها فشارهایی به ما آورد که به خیلی از بخش‌های کشور آسیب زد. خوشبختانه ما به خاطر نعمت‌های خدادادی و همچنین رهبر فرزانه‌ای که داریم، موضوع اقتصاد مقاومتی مطرح شد. ابتدا برخی مسئولان در بدنه نظام این مسئله را جدی نگرفتند و در حد شعار باقی ماند. در ادامه موضوع اقتصاد مقاومتی با تأکیدات مکرر مقام معظم رهبری برای مسئولان تبیین شد و نکته مهم این بود که مقام معظم رهبری در سخنرانی‌ای که در مشهد داشتند در اولین بار گفتند که خریدن جنس خارجی در صورتی که جنس مشابه داخلی وجود دارد و از نظر کیفیت قابل قبول است و کمبودی در کشور وجود ندارد، شرعاً حرام است. صحبت‌های رهبر انقلاب کلیدواژه‌های مهمی دارد که باید سرلوحه کار مدیران قرار بگیرد. ایشان اشاره کرده‌اند ما در ایران نیروها و استعدادهایی داریم که توانسته‌اند موکش بسازند، اوراتیوم غنی کنند، چطور ممکن است در صنایع دیگر به این پیشرفت‌ها برسیم؟ با توجه به این رهنمودها، ما اگر در کشور به توانی که در داخل کشور داریم، توجه کنیم، به اهدافی که در چشم‌انداز کشور ترسیم کرده‌ایم، می‌رسیم.

البته این مسئله به نوع نگاه مدیران هم بستگی دارد.

قطعاً، در موضوع اقتصاد مقاومتی، تأکیدی که مقام معظم رهبری دارند، این است که از مدیران با نشاط و بالنگیزه استفاده کنید. به هر حال قایل آنکار نیستند که بعضی از مدیران کشور اراده‌ای برای استفاده از تولیدات داخلی ندارند و یاد گرفته‌اند که برای احتیاجات زیرمجموعه‌شان، ثبت سفارش برای واردات انجام دهند و از کالای خارجی استفاده کنند. تنها راه استحکام ما در برابر نوساناتی که غربی‌ها در اقتصاد جهانی برای کشورمان به وجود می‌آورند، اقتصاد مقاومتی است و مستعدم که هدایت‌های تمام مقام معظم رهبری نسخه شفافیش مشکلات کشور است و مدیران ورزش نیز باید این تأکیدات را در حوزه‌های مختلف مانند اقتصاد



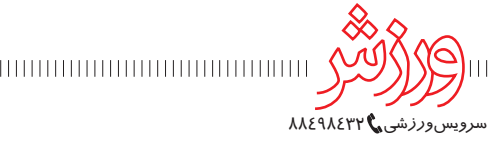
مقاومتی سرلوحه کارشان قرار دهند.

ورزش کشورمان چه ظرفیت‌ها و پتانسیل‌هایی برای عملی کردن اقتصاد مقاومتی، تولید و اشتغال دارد؟

باید در زمینه تولید لوازم ورزشی، روی برندسازی کار کنیم. متأسفانه در بحث برندسازی در زمینه محصولات ورزشی ضعیف عمل کرده‌ایم، مثلاً برند آدیداس چطور



چرا با وجود مشکلات اقتصادی ورزشکاران و مسئولان کشورمان با پروازهای بیزینس کلاس به المپیک هزینه‌های گزاف را به کشور تحمیل کرد. این در حالی بود که من شنیدم که جودوکاران کشورهایی مانند روسیه که دو مدال طلا گرفت، با بلیت عادی و اکونومی به برزیل آمده بودند



سرویس ورزشی، ۴۳۲۹۸۴۹۸

اقتصاد مقاومتی، تولید و اشتغال» در ورزش

از طریق الزمات و قوانین در دستگاه‌های اجرایی کشور، آغاز شود. برای تحقق این مسئله، بحث الزامات به سرعت جواب می‌دهد که باید در قوانین گنجانده شود. در کنار آن فرهنگ‌سازی هم که زمان بیشتری تحقق آن می‌طلبد، باید صورت بگیرد. به عنوان نمونه در کشوری مانند کویت که از ثروتمندترین کشورهای دنیاست، تمامی مقامات برجسته و ورزشی آن باید برای سفرهای خارجی از پروازهای خطوط هوایی کویت استفاده کنند. من انتقاد دارم که چرا با وجود مشکلات اقتصادی ورزشکاران و مسئولان کشورمان با پروازهای بیزینس کلاس به المپیک روبرو رفتند و کمیته ملی المپیک این هزینه‌های گزاف را به کشور تحمیل کرد و ۳۰ میلیون هزینه بلیت برای هر نفر دادند! این‌در حالی بود که من وقتی به عنوان نماینده فدراسیون جهانی در ریو حضور داشتم، شنیدم که جودوکاران کشورهایی مانند روسیه که دو مدال طلا گرفت، حتی کشوری مانند امارات، با بلیت عادی و اکونومی به برزیل آمده بودند. باید این هزینه‌ها مدیریت شود.

شما در فدراسیون جودو چه قدم‌هایی در راستای اقتصاد مقاومتی برداشته‌اید؟

در حوزه ورزش و محبخت اقتصاد مقاومتی و تولید داخلی، یک مسئله به تجهیزاتی برمی‌گردد که استفاده می‌کنیم و بخش دیگر مدیریت منابع مالی در راستای اقتصاد مقاومتی است. در فدراسیون جودو به عنوان یکی از بخش‌های ورزش کشور در راستای تحقق اقتصاد مقاومتی قدم‌هایی را برداشته‌ایم که بیشتر به محصولاتی مورد نیاز ورزش جودو در بخش تجهیزات و پوشاک ورزشی برمی‌گردد. تولید تاماتی و تشک جودو یکی از بخش‌هایی است که از تولیدات کارخانه‌های داخلی استفاده می‌کنیم و با تقویت تولید داخلی، به دنبال این هستیم تا این تجهیزات را علاوه بر استفاده‌های که در داخل کشور می‌شود، به کشورهای دیگر صادر هم کنیم. در موضوع لباس جودو هم که برای این رشته اهمیت ویژه‌ای دارد، به خودکفایی رسیده‌ایم و حتی یکی از شرکت‌های تولیدکننده لباس جودو، در سطح محدودی صادرات هم دارد. متأسفانه در گذشته لباس‌های جودو به صورت قاچاق از مرزهای پاکستان و شرقی کشور وارد کشور می‌شد و با برندهای خارجی به فروش می‌رسید که ما امسال جلوی این کار را گرفتیم و از ابتدای امسال ورزشکاران و تیم‌های جودو باید تنها از سر برند داخلی که مورد تأیید فدراسیون است، استفاده کنند.

استفاده از تولیدات داخلی ورزشی، فرصت اشتغال را هم فراهم می‌کند.

مسلم است که هر چه تولید بیشتر شود، به دنبال آن فرصت بیشتری برای اشتغال هم فراهم می‌شود و این مسئله سبب می‌شود تا پول و سرمایه‌مان در داخل کشور در حال گردش باشد. به عنوان کسانی که داعیه انقلابی‌گری داریم با توجه به فرمایشات و تأکیدات صریح حضرت اقا، استفاده از کالا و تولید داخلی را باید به عنوان یک شاخص در زندگی‌مان قرار دهیم.

اقتصاد مقاومتی، تولید و اشتغال نیازمند نظارت و برنامه‌ریزی مدیریتی

برنامه‌ای که اقتصاد ورزش را متحول می‌کند



تیم‌های رده‌های سنی ندارند. در حالی که سایر کشورها با برنامه‌ای دقیق و مدون از تمام قدرت و توانایی‌های نونهالان، نوجوانان و جوانسان بهره می‌گیرند و نیروهای باگذیره را به تیم‌های ملی و باشگاهی‌شان تزریق می‌کنند شوند دفعه‌های غیرفوتبالی‌شان را کنار می‌گذارند و اندکی به فکر تیم‌های پایه و پشتوانه‌سازی بودند. حالا دلالت و اختاپوس‌ها نمی‌توانستند بازیکنان بی‌کیفیت هم هزاران دلار از بودجه بیت‌المال حیف و میل شود. در صورتی که با داشتن برنامه‌ریزی حرفه‌ای یافتن استعدادهای ناب‌ایرانی از دل شهرهای مختلف کشور کار دشواری نخواهد بود. راهی که رشته‌هایی چون والیبال،



بازیکنانی که حتی یک دقیقه هم به‌میدان نمی‌روند اما هزاران دلار از بودجه دولتی را به جیب می‌زنند. ضررهایی که در همین چند سال اخیر از بابت خسارت دادن به خارجی‌های دسته‌چندمی متحمل شده‌ایم کم‌از یک بحران اقتصادی جدی ندارد

اعتماد و صداقت لازمه تولید و اشتغال در ورزش

نگاه
دنیا جدری

سال ۹۶ از سوی رهبر انقلاب با عنوان سال اقتصاد مقاومتی، تولید

و اشتغال نامگذاری شده است. نام با مسمایی که اگر سرلوحه کارها

قرار گیرد می‌تواند مشکلات زیادی را از سر راه برداشته و موفقیت‌های

چشمگیری را به دنبال داشته باشد. اما به شرط آنکه خیلی زود به شعار تبدیل نشده و در قاب

بزه‌های رنگارنگ زندانی نشده و با اقدام و عمل همراه باشد.

اهمیت اقتصاد مقاومتی به اندازه‌ای است که طی سال‌های قبل بارها و بارها تکرار شده، اما آنچه امسال در کنار این مسئله مهم مورد توجه قرار گرفته است، تولید و اشتغال است که مطرح شدن آن در قالب نام سال ۹۶، لزوم و اهمیت توجه به آن را متذکر می‌شود. مسئله‌ای که باید در تمام حوزه‌ها مورد توجه قرار گیرد نمی‌توان و نباید گفت که این مسئله مختص اقتصاد کشور است. وقتی حوزه‌های اجتماعی و فرهنگی نیز با روبرو هستند بیره نیست که عنوان کنیم ورزش هم می‌تواند نقش مؤثری در تحقق این هدف بزرگ داشته باشد. ورزش ایران به رغم تمام کم و کاستی‌هایی که دارد، از پتانسیل بسیار بالایی نیز برخوردار است که بارها و بارها گفته شده در صورت اندکی توجه و اهمیت بیشتر به آن، می‌تواند نتایج درخشانی را در پی داشته باشد. از پتانسیل بالای ورزش کشور همین بس که امروز باوجود تمام ضعف‌های مشهودی که وجود دارد، وجود اصلی جودو بازیکنان و مربیان بسیاری در رشته‌های مختلف در بدنه ورزش سایر کشورها هستیم. از بازیکنان فوتبال، بسکتبال، والیبال و… گرفته که به عنوان لژیونر در کشورهای مختلف مشغول فعالیت هستند تا مربیانی که سکان هدایت تیم‌های ملی کشورهای دیگر را در رشته‌هایی چون کشتی و تکواندو و… به دست گرفته‌اند.

اما آنچه امروز ورزش کشور بدان نیاز دارد، حداقل برای به اجرا در آوردن هر کندن به نامی که برای سال ۹۶ در نظر گرفته شده، اندکی اعتماد و صداقت است. اعتماد برای استفاده از داشته‌هایی که بارها و بارها ثابت شده در زمینه‌های مختلف به مراتب از نمونه‌های غیروطنی آن بهتر هستند. به طور نمونه می‌توان به موفقیت‌های تیم ملی فویتال اشاره کرد که با دو مربی ایرانی توانست به دو موفقیت قابل توجه (چهارمی جهان و برنز جهانی) در مسابقات جام جهانی ۲۰۱۴میلون هزینه بیشتری به آن اختصاص داد. در واقع استفاده از پتانسیل‌های داخلی، البته در زمینه‌هایی که توانایی مربیان و همچنین بازیکنان از نمونه‌های خارجی بهتر است، توجه به اشتغال و حمایت از آن است. بیکاری همیشه برای جوان‌هایی نیست که در صفحات روزنامه به دنبال شغل می‌گردند. بیکاری و عدم اشتغال به بازیکنان و ورزشکارانی که شغل آنها ورزش است و پشت خط مربیان و بازیکنان بی‌کیفیت خارجی می‌ماند نیز برمی‌گردد. علاوه بر آن، استفاده از پتانسیل‌های داخلی و بهیادادن به آنها می‌تواند به معنای تولید باشد. درست همانند کاری که فدراسیون فوتبال و فووالد خورستان سال‌های سال است که در زمینه بازیکن‌سازی در فوتبال انجام می‌دهند. مسئله‌ای که اگر توجه بیشتری به آن شود، می‌تواند در مدت زمان نه چندان زیادی، نیاز استفاده از گزینه‌های خارجی را به شکلی چشمگیر کاهش دهد. علاوه بر آن همپا کردن امکانات زیرساختی نیز می‌تواند هم در زمینه اشتغال و هم تولید و مهم‌تر از آن عدم خروج ارز از کشور نقش مؤثری داشته باشد. برای نمونه می‌توان به اردوهای خارجی که تیم‌ها ابتدا و در میان فصل می‌روند، اشاره کرد. اردوهای خارجی در شرایط برگزاری آن در کشور مهیا باشد، می‌تواند گامی بلند باشد در اجرای اقتصاد مقاومتی، تولید و اشتغال.

بدون شک کاستی‌های کمبودها را نمی‌توان نادیده گرفت و نواقص را باید با استفاده از بهترین‌ها برطرف کرد اما با این وجود ورزش ایران توانایی‌های زیادی دارد که می‌تواند با بهره‌گیری درست از آن، این فقط شعار سال ۹۶ و حتی سال‌های قبل را عملی کند که می‌تواند نقش مهم در شکوفایی هر چه بیشتر توانمندی‌های ورزش کشور داشته باشد. چه در زمینه ساخت و پرورش و استفاده از بازیکنان و مربیان داخلی، چه بهره‌برداری از امکانات رهاهی و ورزشی کشور و چه حتی سودرسانی به صنعت تولید پوشاک و البسه و ورزشی. در واقع عملی کردن نام با مسمای سال ۹۶ در صورت کالاهای یک برند دست چندم آلمانی یا واسطه‌های ایرانی کار را به جایی رساند که تقریباً تمامی تیم‌های فوتبال ایران از این برند استفاده می‌کردند.

اما این تعدد موارد استفاده در سایه عدم نظارت و درخواست منطقی باعث شده بود تا شرکت مورد نظر کوچک‌ترین زحمتی برای ارائه طرح و رنگ و کیفیت جدید به خود ندهد. به لباس‌های تیم‌های فوتبال

که نگاه می‌کردید طی چندین فصل همه با یک طرح و یک رنگ خاص و یکدست ارائه می‌شد؛ مسئله‌ای که به جنبه بصری فوتبال باشگاهی ایران به شدت ضربه می‌زد. اینکه در تمامی بازی‌ها یک

تیم یکدست آبی بیوشت و نیم مقابل یکدست قرمز و هر دو با یک طرح از نکاتی است که متأسفانه بنا

به نوع عقد قرارداد با این شرکت املاقیال طرح نبود. البته کار به اینجا ختم نشد و وقتی پای استفاده از توپ‌های این برند در لیگ برتر به میان آمد مشخص شد که ما حتی قادر به اعتراض هم نیستیم، چون مسئولان وقت سازمان لیگ توفتقنامه‌ای را با این شرکت به امضا رسانده بودند که ما مجبور به استفاده از توپ‌های این برند بودیم بدون اینکه بتوانیم روی کیفیت آن نظر بدهیم یا اعتراض داشته باشیم. مسئله سبب آرام این برند بازی‌ها می‌شود، کار بیشتر بالا گرفت ولی دریغ از یک معذرت‌خواهی یا تقاضای فسخ قرارداد. تصور می‌شد پس از این اتفاق حداقل شرکت آلمانی با بازخواست نماینده خود در امارات که طرف قرارداد با ایران بود حداقل برای وجهه خود هم که شده تلاشی برای بهبود کیفیت کالاهای خود انجام دهد. اما اتفاقی که پیش از جام جهانی ۲۰۱۴ برزیل رخ داد این حقیقت تلخ را روشن کرد که مسئولان وقت فدراسیون فوتبال در عقد قرارداد حتی با طرف اصلی روبرو و پیوه نبوده‌اند.

تیم ملی فوتبال با استفاده از این برند به اردوی اتریش رفت. اما برخی از لباس‌هایس از اولین شست‌وشو آب رفت. هم‌زمان با حضور مدیران اصلی شرکت آلمانی در اردوی تیم ملی و بیان این مسئله که این

لباس‌ها اصلاً تولید ما نیست، همه چیز را روشن کرد. البته آنها قول دادند که لباس‌های با کیفیت اصلی

را برای حضور در برزیل به ما تحویل دهند اما واقعیت این بود که تیم ملی و بسیاری از باشگاه‌ها

طی تمامی سال‌های قبل با البسه بازی می‌کردند که بسیاری از آنها تولید داخلی بود و تنها نامی از یک

برند البته نه چندان مطرح روی آن درج می‌شد. فراموش نکنیم که طی چند سال گذشته این برند به

فعالیت خود در فوتبال ایران ادامه داده و هر چند سعی کرده با برخی تغییرات در طرح، رنگ و کیفیت

دوباره جای خود را باز کند ولی خود را تولید داخلی با طرف اصلی عبرت گرفت ن ندارد. امروز در کنار این

برند، برندهای عجیب و غریب و گمنام دیگر خارجی نیز در ایران حضور دارند، برندهایی که با استفاده از

شرایط فوتبال ایران و بهره‌گیری از عدم آشنایی و مدیریت مناسب حاکم در بازار اقتصادی فوتبال ایران

عظرو که بخواهند در این بازار اسب می‌تازانند و کالاهای بی‌کیفیت خود را به راحتی و با قیمت‌های

آجناتی راهی فوتبال ایران می‌کنند. این اتفاق در حالی رخ می‌دهد که هستند تولیدکنندگان داخلی و

برندهای خوبی که تا همین دو سه دهه قبل هم لباس باشگاه‌ها را تأمین می‌کردند و هم البسه و ملزومات

تیم ملی را هم اکنون هم در برخی رشته‌ها چون والیبال شاهد استفاده از برندهای ایرانی هستیم. پس

می‌توان با استفاده از ظرفیت‌های داخلی در سالی که قرار است سال تولید و اشتغال باشد هم شرکت‌های

داخلی را سراپا کرد و هم برای تعداد زیادی از نیروهای کار بازار کار ایجاد کرد.



بازار ورزش در تسخیر برندهای بی کیفیت غیرایرانی

خارجی تولید داخل!

حاشیه
فریدون حسن

بر کسی پوشیده نیست که طی دهه‌های گذشته تاکنون استفاده بی‌حد

و حصر از محصولات خارجی در ورزش کشور اینقدر زیاد بوده که غیر

قابل تصور است. طی دهه‌های گذشته هجوم برندهای بی کیفیت

خارجی در سایه عدم نظارت صحیح روی آنها باعث شد تا جناس بی‌کیفیت خارجی به بازار

مصرف‌گرای ورزش کشور سرازیر شود، فوتبال بیشترین استفاده را در این میان داشت. حضور

کالاهای یک برند دست چندم آلمانی یا واسطه‌های ایرانی کار را به جایی رساند که تقریباً تمامی

تیم‌های فوتبال ایران از این برند استفاده می‌کردند.

اما این تعدد موارد استفاده در سایه عدم نظارت و درخواست منطقی باعث شده بود تا شرکت مورد نظر

کوچک‌ترین زحمتی برای ارائه طرح و رنگ و کیفیت جدید به خود ندهد. به لباس‌های تیم‌های فوتبال

که نگاه می‌کردید طی چندین فصل همه با یک طرح و یک رنگ خاص و یکدست ارائه می‌شد؛ مسئله‌ای که به جنبه بصری فوتبال باشگاهی ایران به شدت ضربه می‌زد. اینکه در تمامی بازی‌ها یک

تیم یکدست آبی بیوشت و نیم مقابل یکدست قرمز و هر دو با یک طرح از نکاتی است که متأسفانه بنا

به نوع عقد قرارداد با این شرکت املاقیال طرح نبود. البته کار به اینجا ختم نشد و وقتی پای استفاده از

توپ‌های این برند در لیگ برتر به میان آمد مشخص شد که ما حتی قادر به اعتراض هم نیستیم، چون

مسئولان وقت سازمان لیگ توفتقنامه‌ای را با این شرکت به امضا رسانده بودند که ما مجبور به استفاده

از توپ‌های این برند بودیم بدون اینکه بتوانیم روی کیفیت آن نظر بدهیم یا اعتراض داشته باشیم. مسئله

سبب آرام این برند بازی‌ها می‌شود، کار بیشتر بالا گرفت ولی دریغ از یک معذرت‌خواهی یا تقاضای

فسخ قرارداد. تصور می‌شد پس از این اتفاق حداقل شرکت آلمانی با بازخواست نماینده خود در امارات

که طرف قرارداد با ایران بود حداقل برای وجهه خود هم که شده تلاشی برای بهبود کیفیت کالاهای

خود انجام دهد. اما اتفاقی که پیش از جام جهانی ۲۰۱۴ برزیل رخ داد این حقیقت تلخ را روشن کرد که

مسئولان وقت فدراسیون فوتبال در عقد قرارداد حتی با طرف اصلی روبرو و پیوه نبوده‌اند.

تیم ملی فوتبال با استفاده از این برند به اردوی اتریش رفت. اما برخی از لباس‌هایس از اولین شست‌وشو

آب رفت. هم‌زمان با حضور مدیران اصلی شرکت آلمانی در اردوی تیم ملی و بیان این مسئله که این

لباس‌ها اصلاً تولید ما نیست، همه چیز را روشن کرد. البته آنها قول دادند که لباس‌های با کیفیت اصلی

را برای حضور در برزیل به ما تحویل دهند اما واقعیت این بود که تیم ملی و بسیاری از باشگاه‌ها

طی تمامی سال‌های قبل با البسه بازی می‌کردند که بسیاری از آنها تولید داخلی بود و تنها نامی از یک

برند البته نه چندان مطرح روی آن درج می‌شد. فراموش نکنیم که طی چند سال گذشته این برند به

فعالیت خود در فوتبال ایران ادامه داده و هر چند سعی کرده با برخی تغییرات در طرح، رنگ و کیفیت

دوباره جای خود را باز کند ولی خود را تولید داخلی با طرف اصلی عبرت گرفت ن ندارد. امروز در کنار این

برند، برندهای عجیب و غریب و گمنام دیگر خارجی نیز در ایران حضور دارند، برندهایی که با استفاده از

شرایط فوتبال ایران و بهره‌گیری از عدم آشنایی و مدیریت مناسب حاکم در بازار اقتصادی فوتبال ایران

عظرو که بخواهند در این بازار اسب می‌تازانند و کالاهای بی‌کیفیت خود را به راحتی و با قیمت‌های

آجناتی راهی فوتبال ایران می‌کنند. این اتفاق در حالی رخ می‌دهد که هستند تولیدکنندگان داخلی و

برندهای خوبی که تا همین دو سه دهه قبل هم لباس باشگاه‌ها را تأمین می‌کردند و هم البسه و ملزومات

تیم ملی را هم اکنون هم در برخی رشته‌ها چون والیبال شاهد استفاده از برندهای ایرانی هستیم. پس

می‌توان با استفاده از ظرفیت‌های داخلی در سالی که قرار است سال تولید و اشتغال باشد هم شرکت‌های

داخلی را سراپا کرد و هم برای تعداد زیادی از نیروهای کار بازار کار ایجاد کرد.