

### علمگرایی

### برای حمایت از کالای ایرانی در ورزش

حمایت از کالای ایرانی در ورزش عزمی جدی می‌خواهد، هر چند در آغاز سال جدید وزارت ورزش از الزام

فدراسیون‌ها و باشگاه‌ها به استفاده از تولیدات داخلی خبر داده و کمیته ملی المپیک از انتخاب یک برند ایرانی برای البسه کاروان ایران در بازی‌های آسیایی خبر داده است، با این حال به نظر می‌رسد چنین اقداماتی برای رسیدن به نتیجه باید تا پایان پیگیری شود و به چند دستورالعمل و آیین‌نامه‌هایی که خیلی از آنها فقط در بایگانی‌ها و کار تایل مدیران خاک می‌خورد، گرفتار نشود و تنها در حد شعار باقی نماند. به خصوص که مرور صحبت‌های مدیران بیانگر این است که برخی از وعده‌ها تنها برای رفع تکلیف است و برنامه‌ای برای عملی شدن آن دیده نمی‌شود به ویژه که در سال‌های اخیر نمونه‌های زیادی از وعده‌های عملی نشده مسئولان را می‌توان ردیف کرد که فقط در حد حرف و بخشنامه باقی مانده است. در همین راستا دبیهی است که متولیان ورزش از مسئولان وزارت و کمیته ملی المپیک گرفته تا رؤسای فدراسیون‌ها و مدیران عامل باشگاه‌ها نسبت به تحقق مطالبه رهبر انقلاب مبنی بر حمایت از کالای ایرانی که به عنوان شعار سال ۹۷ انتخاب شده است، عزمی جدی داشته باشند. بدیهی است سال به سال در رشته‌های مختلف ورزشی جای برندهای تولید ملی به خصوص پوشاک ایرانی تنگ‌تر و تنگ‌تر می‌شود و ورود بی‌ضابطه و بدون کنترل برندهای گمنام خارجی سبب شده تا این برندها با استفاده از غفلت مسئولان و نبود شاخص‌های کنترل کیفی برای البسه خارجی میدان‌دار شوند و تولیدی‌های داخلی به خصوص در بخش پوشاک روز به روز بیشتر به حاشیه رانده شوند تا جایی که امروز کمتر نشانی از نام برندهای البسه ورزشی ایرانی روی پیراهن‌های ورزشکاران کشورمان دیده می‌شود و جولان پوشاک خارجی زمینه تعطیلی و کاهش فعالیت تولیدات داخلی را رقم زده است. این واقعیت به خوبی در رشته فوتبال قابل مشاهده است و اکثر باشگاه‌ها گرفتار برندهای بی کیفیت و بی‌نام و نشان خارجی شده‌اند.

در چنین شرایطی ضروری است که برای بازگشت نام برندهای ایرانی به روی پیراهن‌های ورزشکاران، مدیران وزارت ورزش، کمیته ملی المپیک و سایر بخش‌هایی که دستی در ورزش دارند، نقشی اساسی دارند. در اولین قدم باید حمایت از تولیدکننده ایرانی برای تأمین جنس باکیفیت در اولویت برنامه‌ها قرار بگیرد. به طور قطع حمایت‌های تولیدکننده‌ای که سال‌هاست مورد بی توجهی قرار گرفته، سبب خوارشدن آنها نسبت برای تولید با کیفیت مطلوب تلاششان را افزایش دهند. علاوه بر این، تصمیم وزارت ورزش مبنی بر استفاده دانشگاه‌ها و فدراسیون‌ها از البسه ایرانی باید پیگیری و اجرایی شود. هر چند در بخشی از تجهیزات و امکانات ورزشی، تولیدکننده‌های کشورمان توان رقابت و تولید با کیفیت مطلوب استاندارد‌های روز دنیا را ندارند اما حمایت از بخش‌ها هم برای رسیدن به تکنولوژی روز سبب خواهد شد تا استفاده از کالای ایرانی در ورزش گسترش پیدا کند. علاوه بر این وضع قوانین سختگیرانه برای جلوگیری از استفاده از البسه ورزشی و تولید با کیفیت خارجی در ورزش کشور از دیگر الزاماتی است که باید برای حمایت از کالای ایرانی در ورزش مورد توجه قرار بگیرد و تحقق چنین شرایطی تنها عزم جدی مسئولان را می‌خواهد.

### جولان برندهای بی کیفیت خارجی

در حالی اسمال از سوی رهبر معظم انقلاب به نام سال حمایت از کالای ایرانی نامگذاری شده است که در

سال‌های اخیر ورزش کشورمان در قرق برندهای بی کیفیت خارجی بوده است، برندهایی که در بازار بی‌توجهی باشگاه‌ها و مسئولان وزارت ورزش و کمیته ملی المپیک با اجناس نامرغوب‌شان در حال جولان دادن هستند و زمینه‌ساز کنار گذاشته شدن تولیدی‌های ورزشی داخلی از بازار مصرف شده‌اند.

فوتبال یکی از بازارهای بزرگ برندهای خارجی در دو دهه گذشته در کشورمان بوده است. ابتدا این تیم ملی فوتبال بود که به توجه به قوانین فیفا در جام‌های جهانی از برندهای معتبر خارجی استفاده کرد و در جام جهانی آرژانتین با برند آدیداس، در جام‌های جهانی فرانسه و آلمان با برند آلمانی پوما، در جام جهانی برزیل با برند آلمانی آل اسپورت به میدان رفت و قرار است ملی‌پوشان کشورمان برای جام جهانی روسیه هم با لباس‌های برند آلمانی آدیداس به میدان بروند. در عرصه باشگاهی هم تا یک دهه پیش استفاده از برندهای خارجی در لیگ ایران معمول نبود و از اواسط دهه ۸۰ بود که با ورود برند آلمانی آل اسپورت به بازار ایران، تیم‌های استقلال و پرسپولیس با این برند در مسابقات به میدان رفتند. در ادامه این برند آلمانی توانست باشگاه‌های بیشتری را تحت پوشش قرار دهد و یکی از برندهای پرطرفدار در بین باشگاه‌ها باشد. شرکت آلمانی آل اسپورت به طور رسمی مرداد ۹۱ به عنوان اسپانسر تیم‌های ملی، معرفی شد تا بازار این برند سکه شود. از دیهشت ۹۲ این کمپانی، اسپانسرینگ لیگ برتر ایران را نیز برعهده گرفت و فعالیت خود را در ایران گسترده کرد.

مدت زمان همکاری تیم ملی با این برند حواشی بسیاری داشت، از توبه‌های مورد استفاده در لیگ برتر تا اعتراض بازیکنان تیم ملی به کیفیت پایین لباس‌ها قبل از جام جهانی که مشخص شد آن لباس‌ها اصل نبوده و در منیره تهران دوخته می‌شود. یکی از پرچالش‌ترین حاشیه‌های برند آلمانی، درگیری با کارلوس کرش بود. سرمربی پرترغالی در اردوی تیم ملی در افریقای جنوبی پیش از جام جهانی برزیل با انتقاد از کمبود لباس در اردو، از آب رفتن لباس‌ها پس از شستشو گلایه کرد. در ادامه نماینده کمپانی آل اسپورت در اردوی اتریش لباس‌های تیم ایران را لباس اصل این برند نداشتند و آن را تقلبی عنوان کرد، اعتراضی که نشناس می‌داد نماینده این برند در خاورمیانه لباس بی کیفیت به تیم ملی کشورمان داده است.

پس از پایان همکاری با آل اسپورت، سال ۹۵ بار دیگر فدراسیون فوتبال با یک برند خارجی دیگر به نام جیووی ایتالیایی قرار داد بست، قرار دادی که از همان ابتدا پر حاشیه در آمد و مشخص شد لباس‌های این کمپانی در منیره تهران تولید می‌شود و تنها مارک جیووی ایتالیا می‌خوردا این اتفاق سبب شدت تا همکاری با این برند به پایان برسد و تیم ملی فوتبال با برند آدیداس تا پایان جام ملت‌ها قرار داد ببندد. علاوه بر آل اسپورت و جیووا، تیم‌های فوتبال باشگاهی کشورمان مانند استقلال از برند چینی لی‌نینگ و پرسپولیس از برند اسپانیایی جوما نیز استفاده می‌کنند. برند لی‌نینگ ابتدا پس از انتخاب به عنوان اسپانسر پوشاک کاروان ایران در بازی‌های آسیایی اینچونگ به بازار ایران وارد شد و سپس به سراغ باشگاه‌های فوتبال رفت.

لزوم حمایت از کالای ایرانی در گفت‌وگوی «جوان» با دکتر مجید ساعدی فر تولیدکننده پوشاک ورزشی

# بهترین پاداش رفتن روی سکو با لباس ایرانی است

زمانی یک برند پیشرفت می‌کند که چند برند قوی در کنار آن کار کنند و تک‌محوری نباشد



### گفت‌وگو دنیاچیدری

۱۴ سال پیش،

درست وقتی

بازکنار تیم ملی

استدک پول‌های توجیبی‌شان را برای خرید لباس‌های ورزشی در سفرهای خارجی خرج می‌کردند، دکتر مجید ساعدی فر، پزشک تیم ملی در این آرزو بود که روزی بتواند ما بپتاج ورزشی این بازیکنان را در داخل تولید کند. حالا بعد از ۱۴ سال اواصاحب یکی از برندهای مطرح پوشاک ایران است و حمایت از کالای ایرانی ورزشی‌ها را بر آن داشته تا سرغای توان رقابت و تولید با کیفیت. بروند به طوری که حالا برند «مجید» قرار است اسپانسر کاروان ایران در رقابت‌های آسیایی باشد و پوشاک ورزشکاران کشور را تهیه کند. اتفاقی که تحقق روایی است که پزشک تیم ملی ۱۴ سال پیش در سر داشت و حال به آن دست یافته است.

■ ■ ■

**روزی که شروع کردید، تصور می‌کردید زمانی بر سسد که اسپانسر کاروان ایران باشید؟ به هر حال قدم در راه پر مخاطره‌ای گذاشته بودید.** ایران برندهای معتبر خوبی چون شکاری، حصاری، امینی و... را هم داشت که با نتوانستند پیشرفت کنند و در جاز دند با به ورطه نابودی کشیده شدند. نتر سیدید به روزگار آنها دچار شوید؟

از روز اول با برنامه شروع کرده و با یک بیزینس پلن مرتب و منظم پیش رفتم و سعی کردم با اصول بازاریابی درست و حرفه‌ای کار را پیش ببرم چرا که رمز موفقیت در این رشته، اصولی کار کردن است.

**ورزش ایران هر زنه زیادی صرف خرید البسه ورزشی می‌کند اما با وجود برندهای**

### گزارش فریدون حسن

کیفیت آن باشد نه از سر اجبار.

**به عنوان یک برند معتبر که از لحاظ کیفی هم حرف‌های زیادی برای گفتن دارید، فکر می‌کنید برای حمایت از کالای داخلی چه باید کرد؟**

ببینید، این کار سختی‌های فراوانی دارد. شخصاً این کار را زوری عشق و علاقه آغاز کردم و با توجه به اینکه یک سرمایه‌سنگین و شخصی پشت آن بود توانستم به کار ادامه‌دم اما خیلی‌هانی نتوانند با این شرایط کار کنند. آنهایی که با وام و تسهیلات پیش می‌روند وقتی آنها با بدهی‌های هنگفتی که دارند بندت است. در پرداخت تسهیلات خود را به فروش برسانند، در پرداخت اقساط وام‌های خود به مشکل می‌خورند و کم‌کم در دور خارج شده و نابود می‌شوند. برای حمایت چیزی بیش از شعار لازم است. باید بستر لازم را فراهم کرد. همیشه تسهیلات پول نیست. برای مثال برزیلی‌ها چند سال قبل آمدند برای حمایت از صنایع داخلی گمرک و مالیات را برسرای آنها حذف کردند. حمایت‌های انجام شده کار راه جایی رساند که حالا برزیل یکی از صادرکننده‌های قوی در صنعت کفش و پوشاک است و به سختی می‌شود چیزی به آنجا صادر کرد چون به خود کفایی رسیدند. می‌توانیم با دادن تسهیلات در گمرکی‌ها و مالیات به صنعت داخلی کمک کنیم اما وقتی هر روز تعرفه‌های گمرک بالا می‌رود، بابت هر مسئله‌ای باید مالیات بدهید و علاوه بر آن برای ارگان‌های خاصی خرج و هزینه کنید، نمی‌توانید تا آخر راه بروید و سرپایمانید!

**یعنی اجبار برای استفاده از برند داخلی نمی‌تواند کمک باشد؟**

نه. زمانی یک برند پیشرفت می‌کند که چند برند قوی در کنار آن کار کنند و تک‌محوری نباشد و این شرایط را مسئولان باید با حمایت‌هایشان فراهم کنند. همه سرمایه شخصی ندارند و با وام زندگی

خود و کارمندان‌شان را پیش می‌برند. باید شرایط را فراهم کرد. تسهیلات داد. روی مالیات‌ها، گمرکی‌ها باید آموزش داد. تکنولوژی جدید را باید آموزش داد. نمایشگاه‌هایی از ماشین‌آلات جدید برپا و کمک کرد برای پیشرفت صنعت داخلی و گرفته هیچ تیمی نمی‌تواند به صنعت داخلی کمک کند. چون شرایط خود آنها با بدهی‌های هنگفتی که دارند بندت است. شخصاً ۱۴ میلیارد از تیم‌های مختلف طلب دارم. مدام مدیرعامل عوض می‌شود. این فرد می‌اید زمان احتیاج، می‌سرد و قول می‌دهد سر موقع پولش را برداخت کند و نفر بعدی مسئولیت قبول نمی‌کند. این مسئله باعث دلسردی برندهای داخلی از همکاری با تیم‌های ورزشی می‌شود و حتی می‌تواند آنها را بابت بدهی‌هایی که دارند پایین بکشد. در حالی که اگر مسئولان کمک کنند، شرایط فرق می‌کند و نه فقط باعث پیشرفت می‌شود که قیمت‌ها نیز کنترل می‌شود و وقتی تقاضا بیشتر باشد، کارخانه‌ها مجبور به استفاده نیروی انسانی بیشتر می‌شوند و این یعنی رونق بخشیدن به بازار کار و رشد اقتصادی.

**برند مجید کیفیت خود را مدیون چیست؟**

علم رو به پیشرفت است. برای عقب نماندن از آن باید همگام با علم روز دنیا پیش رفت؛ کاری که ما خود را موظف بیه انجام آن کردیم. سخت بود اما می‌رود، بابت هر مسئله‌ای باید مالیات بدهید و علاوه بر آن برای ارگان‌های خاصی خرج و هزینه کنید، نمی‌توانید تا آخر راه بروید و سرپایمانید!

**یعنی اجبار برای استفاده از برند داخلی نمی‌تواند کمک باشد؟**

نه. زمانی یک برند پیشرفت می‌کند که چند برند قوی در کنار آن کار کنند و تک‌محوری نباشد و این شرایط را مسئولان باید با حمایت‌هایشان فراهم کنند. همه سرمایه شخصی ندارند و با وام زندگی آنها بودیم یا به مراتب بهتر. سختگیری زیادی شد و

## د

**زمانی یک برند پیشرفت می‌کند که چند برند قوی در کنار آن کار کنند و این شرایط را مسئولان باید با حمایت‌هایشان فراهم کنند. باید تسهیلات داد. روی مالیات‌ها، گمرکی‌ها باید آموزش داد. تکنولوژی جدید را باید آموزش داد.**

همین به بالا رفتن هرچه بیشتر کیفیت برند ما کمک به‌سزایی کرد. در المپیک ریو هم ۶۸ کشتی‌گیر از ۳۶۰ کشتی‌گیری که در مسابقات بودند از دوینده برند مجید استفاده می‌کردند و این تعداد از برندهای معتبری که سال‌ها کار می‌کردند هم بیشتر بود و اکنون نیز ۳۰ کشور از دوینده‌های ما استفاده می‌کنند و این باعث خوشحالی و افتخار من است.

**تیم ملی والیبال هم سال‌هاست از برند مجید استفاده می‌کند و حالا هم که قرار است اسپانسر کاروان اعزامی ایران به مسابقات آسیایی باشید.**

خیلی از تیم‌ها از برند ما استفاده می‌کنند. تا همین چهار سال قبل کشتی‌هم با ما همکاری کرد که بعد به دلایل برخی مشکلات ترجیح دادیم فقط دوست باشیم. با بسکتبالی‌ها هم مدتی کار کردیم اما چون به تعهدات خود عمل نکردند ادامه ندادیم اما با والیبال همچنان کار می‌کنیم چون برند مجید یکی از ۱۲ برند مورد تأییدی است که فدراسیون جهانی والیبال با آن کار می‌کند و طبق قوانین والیبال، در تورنمنت‌های بین‌المللی، تیم‌ها تنها می‌توانند از برندهایی استفاده کنند که مورد تأیید فدراسیون جهانی است. ما هر ساله ۷۰ هزار فرانک سوئیس حق عضویت می‌دهیم و بابت هر لباس ۱۰ تا ۱۰ هزار فرانک برای انجام انواع آزمایش‌ها هزینه می‌کردیم و سرلیند بیرون آدمیم چون از تکنولوژی روز استفاده می‌کنیم. در ۹۰ درصد لباس‌های ما از تکنولوژی کول‌مکس استفاده می‌شود که باعث می‌شود عرق بازیکنان زودتر تبخیر شده و به دلیل مواد شیمیایی که در آن به کار می‌رود، زود خشک شوند و عضلاتشان نگیرد. تکنولوژی‌های دیگری هم البته هست که باعث می‌شود اشعه ماورای بنفش خورشید به پوست آسیب نزنند یا موادی که باعث نرمی پارچه می‌شود تا بدین بازیکنان آذیت نشود. الان هم همان طور که اشاره کردید، صحبت‌هایی کردیم برای اسپانسری کاروان ایران.

**افراد مشهور زیادی از برند دکتر ساعدی فر استفاده می‌کنند اما دبدین پیراهن‌های مجید بر تن چه کسانی اورا خیلی خوشحال می‌کند؟**

بهترین پادش برایم زمانی است که بازیکنانی که پیراهن‌های ما را بر تن دارند روی سکوهای قهرمانی می‌روند و مدال می‌گیرند. این بهترین پادش است اما یک بار هم چند سال قبل در اندیمشک وارد نمازگام که شدم دیدم برادرم می‌خندد و می‌گوید چند نفر می‌خواهند اسپانسرشان شوی. گفتم چه تیمی، گفت تیم چوپان‌ها. دو تیم از روستاها اندیمشک بودند که اسپانسرشان شدیم و یک روز قبل از دربی که پای تلویزیون نشسته بودم خارج از کشور، چوپانی را در حال نزن نشانی می‌داد که وقتی دوربین جلوی‌ت گرفت، دیدم برند مجید را بر تن دارد که برایم خیلی جالب بود.

خارجی‌پسندی ورزش بلای جان کالای ایرانی

## وقتی تولیدکننده داخلی به راحتی اوت شد



### بلای به نام پول

آنچه امروز در فوتبال دیده می‌شود مربوط به همین دو دهه گذشته است. درست مربوط به زمانی که پول زیاد و البته مفت بیت‌المال به فوتبال سرازیر شد و الا آنها که کمی قدیمی‌تر باشند حتماً به یاد می‌آورند که تا اواسط دهه ۷۰ تمامی تیم‌های باشگاهی از تولیدات داخلی استفاده می‌کردند که اتفاقاً بنا بر حسب زمان از کیفیت خوبی هم برخوردار بودند.

تیم‌های ملی فوتبال نیز از این قاعده مستثنی نبودند و در رقابت‌های بین‌المللی از تولیدات داخلی

و پر حاشیه ورزش ایران در طول سال‌های گذشته کم‌ترین استفاده را از تولیدات داخلی داشته است. نکته جالب توجه اینکه در رقابت‌های بین‌المللی کشتی دیده شده برخی از کشورها از تولیدات یک شرکت معتبر ایرانی استفاده می‌کنند، در حالی که کشتی‌گیران ایران برندهای دیگری بر تن دارند که اگر عنوان کنیم فوتبال ایران جولانگاه شرکت‌های

خارجی تولیدکننده پوشاک و محصولات ورزشی

است که البته در اکثر مواقع هم اجناس بی کیفیت خودشان را روانه بازار کشورمان کرده‌اند.

در این زمینه هیچ‌گاه تداوم و پافشاری والیبال در استفاده از کالای ایرانی را نداشته‌اند.

تولیدکنندگان با استفاده از تولیدات ایندیا پاسخ تلاش‌های آنها را داده‌اند. سال‌هاست تیم ملی والیبال کشورمان در مسابقات بزرگ و مهمی چون لیگ جهانی، المپیک، رقابت‌های قهرمانی جهان و... از پوشاک تولید داخل استفاده می‌کند و از این لحاظ پیش‌از شسته‌های دیگر است.

### فوتبال خارجی‌پسند

در این میان فوتبال از همه رشته‌ها غریبه‌تر به با محصولات و تولیدات داخلی است، رشته پرسروصدا