

تنور داغ بازارگرمی در فوتبال



هر فصل با رسیدن به هفته‌های پایانی رقابت‌های لیگ حرفه‌ای فوتبال کشورمان، یک داستان تکراری به نمایش درمی‌آید تا همه چیز این قصه، پرده به پرده پیش برود و عاقبت به افزایش کاذب و البته چشمگیر دستمزد مربیان و بازیکنان فوتبال بینجامد، بی‌آن که ذره‌ای به کیفیت فنی این مسابقه‌ها افزوده شود.

جام جم آنلاین: هر فصل با رسیدن به هفته‌های پایانی رقابت‌های لیگ حرفه‌ای فوتبال کشورمان، یک داستان تکراری به نمایش درمی‌آید تا همه چیز این قصه، پرده به پرده پیش برود و عاقبت به افزایش کاذب و البته چشمگیر دستمزد مربیان و بازیکنان فوتبال بینجامد، بی‌آن که ذره‌ای به کیفیت فنی این مسابقه‌ها افزوده شود.

در طول سال‌هایی که از لیگ حرفه‌ای فوتبال کشورمان می‌گذرد مربیان و بازیکنانی که در تیم‌های برتر این رقابت‌ها عضویت دارند بخوبی آموخته‌اند چه راه‌هایی را در پیش بگیرند تا مبلغ قراردادهای خود را بالا ببرند، در ضمن اغلب این افراد در عقد قراردادهای یک ساله مهارت ویژه‌ای دارند تا بتوانند هر سال این رویه را در پیش بگیرند، اما آیا همه این بازیکنان و مربیان تلاشی برای بالا بردن سطح دانش فنی و توانایی‌های فردی خود در فوتبال کرده‌اند؟

باید صادقانه گفت که همسو با سقوط فوتبال ایران به لحاظ کیفیت، دستمزد سالانه بازیکنان و مربیان در سطح اول این رشته پرطرفدار روز به روز بالاتر می‌رود و در این بازار مکاره هرکس باهوش‌تر باشد و پشتوانه محکم‌تری در بیرون از میدان فوتبال داشته باشد، می‌تواند رکورد قیمت را در این عرصه بشکند و به نوعی رکورددار شود.

شما از عوامل موثر در رشد بی‌رویه مبلغ قرارداد مربیان و بازیکنان فوتبال تا چه اندازه اطلاعات دارید؟ برای سر زدن به پشت پرده این اتفاقات با ما همراه باشید.

بازارگرمی

اگر در هفته‌های پایانی رقابت‌های لیگ برتر مصاحبه برخی مربیان و بازیکنان را ریز ذره‌بین ببرید و با نگاهی دقیق‌تر به آن بنگرید متوجه داغ کردن تنور شایعات و در حقیقت بازارگرمی این عده می‌شوید.

بعضی از مربیان داخلی که با کسب چند قهرمانی در کارنامه‌شان امروز موفق‌تر از سال‌های قبل هستند فعالیت خود را در این عرصه معمولاً با طرح جدایی از تیم‌هایشان در فصل آینده به دلیل مشکلات شخصی آغاز می‌کنند، اگر هم از مشکلات شخصی حرف نزنند حتماً از خداحافظی با تیمشان در اوج می‌گویند و این‌که دیگر امکانات برای کسب موفقیت‌های بزرگ‌تر کافی نیست.

بعد از آن مدیرعامل به تکاپو می‌افتد تا در این وانفسای کمبود مربی در ایران، برای حفظ مربی موفق کاری کند و این کار چیزی جز راضی کردن مربی جهت ادامه همکاری نیست. رضایتی که عاقبت با شل کردن سر کیسه توسط مدیرعامل به دست می‌آید و عجیب این‌که برای رسیدن به محبوبیت بیشتر مربی مورد نظر پای قرارداد، جای مبلغ را خالی می‌گذارد و به قولی قرارداد را سفید امضا می‌کند تا نشان دهد چقدر تیمش را دوست دارد، اما چه کسی است که باور کند سازی که برای جدایی کوه شده بود فقط برای مشکلات و کمبود امکانات بوده است.

در این میان از کسی اسم نبریم بهتر است. برای پیدا کردن مربیان به بالای جدول و نیمکت این تیم‌ها سری بزنید و از میان بازیکنان با جستجو کردن بین نام‌هایی که هر فصل صدرنشین جدول قیمت‌ها هستند، اسامی کسانی که بازارگرمی را با طرح پیشنهاد تیم‌های داخلی و خارجی خوب بلدند، پیدا کنید.

فعالیت تیم‌های رسانه‌ای

این درست که وظیفه رسانه‌ها اطلاع‌رسانی و پوشش اخبار است، اما در کمال تاسف باید گفت در این میان همچنان استثناهایی دیده می‌شود که در این بازی نقشی تعیین‌کننده ایفا می‌کنند.

شاید برخی رسانه‌ها ابزار رسیدن به هدف بازارگرمی می‌شوند، البته خواسته یا ناخواسته. به این ترتیب دور از انتظار نیست که مربیان و بازیکنان فعال در سطح اول فوتبال بخوبی دریافته باشند که برای رسیدن به آنچه می‌خواهند به مشاوران رسانه‌ای نیاز دارند و این مشاوره‌ها گاهی هنجارها را می‌شکنند و با آغاز پروسه‌ای بلندمدت، مبلغ قرارداد بازیکن یا مربی حتی تا 2 برابر افزایش پیدا می‌کند و در این میان سهم هر طرف محفوظ می‌ماند که اگر این‌گونه نباشد اخباری به بیرون راه می‌یابد که به صلاح مربی یا بازیکن نیست، اما

تعدادی از رسانه‌ها که بخش اعظم آنها را نیز شامل می‌شود بی‌آن‌که بدانند برای علاقه‌وافر مردم به این اخبار در دنیای فوتبال آنها را پوشش می‌دهند و آنقدر به حاشیه‌های آن می‌پردازند که آب به اندازه کافی برای آنها که می‌خواهند ماهی بگیرند گل‌آلود می‌شود!

مدیربرنامه‌ها

مدیربرنامه در دنیای فوتبال حرفه‌ای نقش مهمی در موفقیت یک بازیکن یا مربی ایفا می‌کند. وظیفه‌ای کاملاً تعریف شده که لازمه آن داشتن دانش کافی در این زمینه و حتی تحصیلات مرتبط است، اما در فوتبال ما خیلی از پست‌ها تشریفاتی است و فقط تقلید نام‌ها از دنیای فوتبال خارجی است بجز یکی دو مورد که حرفه‌ای این کار را دنبال می‌کنند بقیه در مسائلی که وظیفه یک مدیر برنامه نیست دخالت می‌کنند.

در لیگ برتر ما حتی مواردی هست که مدیر برنامه با مدیرعامل وارد معامله می‌شود و بعد از توافق بر سر یک مبلغ، سهمی به دو طرف می‌رسد. این اتفاق بیشتر در تیم‌هایی رخ می‌دهد که مدیر برای تامین منابع مالی از راه‌های مختلفی استفاده می‌کند و حتی با بالا رفتن مبلغ قراردادها، این امکان را دارد که بودجه بیشتری بگیرد.

دلال‌ها و واسطه‌ها

یکی از مهم‌ترین عوامل بالا رفتن قیمت‌ها در فصل نقل و انتقالات واسطه‌هایی هستند که کار جابه‌جایی مربیان و بازیکنان را انجام می‌دهند. این واسطه‌ها هم به چند دسته تقسیم می‌شوند.

نکته: با رسیدن به هفته‌های پایانی لیگ برتر فوتبال ایران، فعالیت بازیکنان و مربیان برای بالا بردن سقف قراردادها و دستمزدهایشان در فصل بعد آغاز شده است

گروهی با مربیان و بازیکنانی که فصل موفقی را پشت سر گذاشتند کار می‌کنند و دسته‌ای دیگر با بازیکنان و مربیان ضعیف‌تر وارد معامله می‌شوند و گاهی حتی برای بازیکنان مصدوم، تیم پیدا می‌کنند و از این طریق به سود کلانی می‌رسند. بعضی واسطه‌ها حتی با برخی مطبوعات ارتباطات خوبی دارند و با حربه‌هایی خاص عقد قراردادهای نجومی را ممکن می‌کنند. حتی این افراد باحتی مانعی به نام سقف قرارداد را برای بازیکن و مربی می‌شکنند. در حقیقت مبلغی را ثبت می‌کنند که بعداً بازیکن بدون هیچ مشکل، سهم خودش را بگیرد و البته واسطه سهم قابل توجهی را برمی‌دارد.

نکته جالب در مورد دلالی و واسطه‌گری این است که در تیم‌های درجه دوم و حتی لیگ دسته اول فعالیت این افراد بیشتر است، چون در مورد این موضوع هر چقدر توجه و پوشش خبری کمتر باشد واسطه راحت‌تر می‌تواند کار خودش را انجام دهد.

بودجه‌های نامشخص

نابرابری در بین تیم‌های حاضر در لیگ برتر فوتبال ما حرف اول را می‌زند، نابرابری در بودجه، مسائل اقتصادی و چگونگی تامین بودجه. از نگاه برخی کارشناسان این نابرابری لازمه تعریف رقابت است و هر کس توانا تر باشد می‌تواند گوی سبقت را از رقبایش برآید، اما از طرفی همین مشخص نبودن بودجه‌ها و کانال‌هایی که هر مدیر برای تامین هزینه‌های مورد نظر خود دارد یکی از عوامل بالا رفتن بی‌رویه دستمزد مربیان و بازیکنان در عالم فوتبال است که معادلات را کاملاً بر هم می‌ریزد.

تصور این که یک تیم با مبلغی حدود 15 میلیارد تومان فقط برای مربیان و بازیکنان و حق و حقوق سالانه‌اش بسته می‌شود و تیم دیگر برای استخدام یک بازیکن 300 میلیونی دچار چالش جدی می‌شود شاید در فوتبال ما ممکن‌تر از هر جای دیگری باشد.

وقتی یک باشگاه برای جلب رضایت بازیکن یا مربی مورد نظرش مبلغ را تا 2 برابر افزایش می‌دهد، آن بازیکن یا مربی دیگر حاضر نمی‌شود با چیزی کمتر از آن به تیم دیگری بپیوندد و این روال سال به سال ادامه می‌یابد و هر روز بالاتر می‌رود.

یکی از مدیرانی که سال‌ها در سطح اول فوتبال ما مدیریت کرده و حالا کنار رفته است در این مورد می‌گوید: مدیران در این عرصه رقابتی تلاش دارند به خاطر حفظ مدیریت خودشان هم که شده بودجه را تامین کنند تا همه از آنها به عنوان مدیری لایق و توانا نام ببرند، اما هر باشگاهی این ارتباطات را ندارد و این انتظارمربیان و بازیکنان را بالا می‌برد و فکر می‌کنند واقعا شایسته این قیمت‌ها هستند.

ضعف در مدیریت

نداشتن قاطعیت در مدیریت از جمله مواردی است که باعث افزایش مبلغ قراردادها می‌شود.

یکی از افراد نزدیک به یکی از باشگاه‌های معروف از حقایق پُرده برمی‌دارد که نشان از ضعف مدیریت در فوتبال ما دارد. در تغییر و تحولات مدیریتی این باشگاه در لیگ نهم 3 بازیکن سرشناس این تیم که باتجربه‌تر بودند در حالی که برای دریافت مبالغی حدود سقف قرارداد با مدیر قبلی توافق کرده بودند با مراجعه به مدیر جدید شرایط تازه‌ای گذاشتند، این که اگر 2 برابر آن مبلغ را نگیرند در تیمشان باقی نمی‌مانند و مدیر برای حفظ جایگاه خود نزد مردم و هواداران، عاقبت با آن موافقت می‌کند و در نهایت بین بازیکنان چنددستی ایجاد می‌شود. مدیران فوتبال بیش از آن که به واقعیت‌ها بیندیشند به جایگاه خود فکر می‌کنند و در این راستا ناچارند گاهی کاری را انجام دهند که بی‌دلیل به افزایش مبلغ قراردادها می‌انجامد.

هواداران و تماشاگران در فوتبال

علاقه وافر مردم کشورمان به فوتبال سبب شده این رشته جایگاه خاصی در ورزش ما داشته باشد، اما همین عشق و علاقه از برخی بازیکنان و مربیان ستاره‌های کاغذی ساخته است، بازیکنانی که گاهی فراموش می‌کنند چه جایگاهی در بین مردم دارند که اگر این گونه نبود بجز مسائل مادی به چیزهای دیگری نیز می‌اندیشیدند.

بسیاری از همین تماشاگران، منتقد دستمزدهای نجومی مربیان و بازیکنان فوتبال هستند و معتقدند در ازای این مبالغ فوتبال تماشاگرپسندی ارائه نمی‌شود. این که چرا باید این همه تفاوت بین فوتبالیست‌ها و بقیه باشد سوال آنهاست، اما شاید نمی‌دانند که توجه بی‌حد و حساب آنها به ستاره‌های محبوبشان هم یکی از عوامل موثر در این پدیده است.

سارا احمدیان / جام‌جم