یادداشت



امیرحسین اصلانیان
بازیکن پیشین پرسپولیس

چالش نبود استراتژی مدیریتی

وقتی اختلاف میان یک باشگاه و بازیکنش به انتشار آگهی فروش در روزنامه می‌رسد، باید بیش از هر چیز درباره شیوه مدیریت و میزان پایبندی مدیران به اصول حرفه‌ای فوتبال پرسش کرد. انتشار چنین آگهی‌ای نه راهکار مناسبی برای حل اختلافات است و نه با شأن و جایگاه یک باشگاه بزرگ مانند پرسپولیس تناسب دارد. فوتبال حرفه‌ای پیش از هر چیز به مدیریت، مذاکره و تعامل نیازمند است، نه تصمیم‌های احساسی و رسانه‌ای. نگاهی به دوران مدیریت امیر عابدینی در پرسپولیس نشان می‌دهد که چگونه می‌توان با درک درست از منافع باشگاه و آینده بازیکن، تصمیم‌هایی گرفت که به سود هر دو طرف تمام شود. نحوه انتقال مهدی مهدوی‌کیا به فوتبال آلمان، نمونه‌ای از انتخاب مسیری بود که به رشد و پیشرفت این بازیکن کمک و سرانجام نام او را به یکی از افتخارات فوتبال ایران تبدیل کرد. چنین تجربه‌هایی می‌توانست برای مدیران امروز باشگاه درس‌آموز باشد.

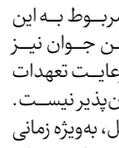
پرسپولیس در پرورش بازیکنان جوان سرمایه‌گذاری می‌کند و طبیعی است که انتظار داشته باشد حقوق و منافع باشگاه در قراردادها و توافقات مربوط به این بازیکنان رعایت شود. در مقابل، بازیکن جوان نیز باید بداند که پیشرفت فردی بدون رعایت تعهدات حرفه‌ای و احترام به ساختار باشگاه امکان‌پذیر نیست. مصاحبه‌های انتقادی و ورود به فضای تقابل، به‌ویژه زمانی که پای زیرسؤال بردن مربیان و بازخواست مدیران به میان می‌آید، کمکی به حل مسأله نمی‌کند.

به نظر می‌رسد در این اختلاف، باشگاه از حق خود برای پیگیری انضباطی برخوردار است و بازیکن نیز باید پاسخگوی رفتار و اظهاراتش باشد. حتی برخورد انضباطی قاطع، در چارچوب مقررات، می‌تواند پیام روشنی درباره ضرورت رعایت اصول حرفه‌ای به مجموعه تیم منتقل کند. البته اقتدار مدیریتی را نباید با رفتارهای نمایشی اشتباه گرفت.

انتشار آگهی فروش، اقدامی نیست که بتوان از آن دفاع کرد. بازیکن کالا نیست تا برای واگذاری او آگهی منتشر شود. مدیرعامل و معاونان باشگاه می‌توانستند با برگزاری جلسه‌ای خصوصی، شنیدن دیدگاه‌های طرفین و بهره‌گیری از ظرفیت پیشکسوتان، راهکاری منطقی برای پایان دادن به اختلاف پیدا کنند.

نکته مهم‌تر، جای خالی تجربه مدیریتی در چنین موقعیت‌هایی است. مشورت با مدیران پیشین و پیشکسوتان می‌توانست مانع از تبدیل یک اختلاف قابل حل به حاشیه‌ای رسانه‌ای شود. باشگاهی مانند پرسپولیس بیش از هر چیز به مدیریت هوشمندانه، حفظ اقتدار سازمانی و تصمیم‌گیری دوراندیشانه نیاز دارد. اعتبار یک باشگاه بزرگ را فقط نتایج داخل زمین نمی‌سازد؛ نحوه مواجهه مدیران با اختلافات و حفظ شأن مجموعه نیز بخشی جدایی‌ناپذیر از اعتبار آن است.

یادداشت



حمید درخشان
پیشکسوت پرسپولیس

آفت تصمیم‌های شتاب‌زده

توجیهات باشگاه پرسپولیس درباره انتشار آگهی فروش بازیکن در روزنامه، به‌هیچ‌وجه قانع‌کننده نیست. آنچه در این ماجرا بیش از هر چیز محل انتقاد است، نوع نگاه مدیریتی و شیوه مواجهه با یک موضوع داخلی باشگاه است؛ رویکردی که به جای حل اصولی مسأله، زمینه حاشیه‌سازی گسترده و خدشه‌دار شدن اعتبار باشگاه را فراهم کرده است.

استناد به الزامات قانونی شرکت‌های بورسی برای توجیه چنین اقدامی نیز پذیرفتنی نیست. آیا واقعاً برای تعیین یا افزایش دستمزد یک بازیکن، انتشار آگهی در روزنامه ضرورت دارد؟ مدیریت حرفه‌ای اقتضا می‌کند هر موضوعی از مسیر متعارف، شفاف و متناسب با جایگاه باشگاه پیگیری شود. اگر تصمیمی درباره ادامه همکاری با یک بازیکن وجود دارد، باید ابتدا در چارچوب ضوابط داخلی و از طریق سازوکارهای رسمی بررسی و سپس اطلاع‌رسانی شود. به نظر می‌رسد چنین توجیهاتی بیش از آنکه پاسخگوی افکار عمومی باشد، تلاشی برای پوشاندن یک تصمیم اشتباه است.

حتی اگر در مجموعه باشگاه تخلف یا اختلافی رخ داده باشد، مدیران باید پیش از هرگونه اقدام علنی، از مسیرهای قانونی و انضباطی استفاده کنند. انتشار آگهی فروش بازیکن پیش از طی شدن این مراحل، اقدامی شتاب‌زده است که با اصول مدیریت حرفه‌ای همخوانی ندارد. همچنین استفاده سرمربی از بازیکن در ترکیب تیم، در شرایطی که تصمیم دیگری از سوی مدیریت اعلام شده، نشان‌دهنده نبود هماهنگی و انسجام در ساختار تصمیم‌گیری باشگاه است. چنین وضعیتی ضرورت وجود یک مرجع تصمیم‌گیر واحد و ارتباط منظم میان ارکان باشگاه را یادآوری می‌کند.

پرسپولیس یک مجموعه معمولی نیست که بتوان با تصمیم‌های سلیقه‌ای و واکنش‌های مقطعی درباره آن رفتار کرد. اعتبار این باشگاه حاصل دهه‌ها تلاش، افتخار و عشق میلیون‌ها هوادار است. هیچ مدیر، عضو هیأت‌مدیره، سرمربی یا بازیکنی مالک این اعتبار نیست؛ همه آنها در مقاطع مختلف، امانتدار نام و جایگاه باشگاه هستند.

متأسفانه گاهی در فوتبال ما عنوان فرهنگی‌ورزشی باشگاه‌ها با برخی رفتارهای مدیریتی فاصله معناداری پیدا می‌کند. فرهنگ سازمانی پیش از هر چیز در نحوه تصمیم‌گیری، رعایت احترام متقابل، مسئولیت‌پذیری و حفظ شأن مجموعه نمایان می‌شود.

مدیران باید بدانند که پرسپولیس متعلق به مردم است و هیچ مصلحت فردی، اختلاف داخلی یا تصمیم مدیریتی نباید به اعتبار این برند مردمی لطمه بزند. مدیریت این باشگاه بیش از هر چیز به تدبیر، هماهنگی، احترام و درک جایگاه اجتماعی آن نیاز دارد. هوادار حق دارد از مدیران خود انتظار داشته باشد که به جای تولید حاشیه، حافظ آرامش، اعتبار و سرمایه اجتماعی پرسپولیس باشند.

«ایران» تصمیم بحث‌برانگیز مدیران پرسپولیس برای فروش بازیکن خاطی را بررسی می‌کند

حراج اعتبار به نام انضباط

سینا حسینی/ اقدام اخیر باشگاه پرسپولیس در انتشار آگهی فروش بازیکن در یکی از روزنامه‌های کثیرالانتشار، تصمیمی نامتعارف و بحث‌برانگیز است که نمی‌توان به‌سادگی از کنار ابعاد مدیریتی و رسانه‌ای آن عبور کرد. فارغ از دلایل و توجیهات احتمالی مدیرعامل و اعضای هیأت‌مدیره، انتخاب چنین روشی برای پیشبرد یک موضوع نقل‌وانتقالاتی، پرسش‌های جدی درباره شیوه تصمیم‌گیری در یکی از بزرگ‌ترین باشگاه‌های فوتبال ایران ایجاد می‌کند؛ پرسش‌هایی که پاسخ به آنها نیازمند توضیح روشن مدیران باشگاه است. پرسپولیس به واسطه سابقه ورزشی، گستره هواداری و جایگاه اجتماعی خود، از اعتبار یک برند بزرگ برخوردار است. طبیعی است که تصمیمات مدیران این باشگاه نیز بر تصویر عمومی آن تأثیر بگذارد. به همین دلیل، موضوعاتی مانند فروش بازیکن، جدایی اعضای تیم و مدیریت قراردادها باید با ملاحظات حرفه‌ای و در چارچوب سیاست‌های مشخص باشگاه دنبال شود. اعتبار یک باشگاه بزرگ، سرمایه‌ای است که در طول سال‌ها شکل می‌گیرد و ممکن است با تصمیمات نسنجیده، آسیب ببیند.

در فوتبال حرفه‌ای جهان، نقل‌وانتقالات فرآیندی تخصصی و مبتنی بر شناخت بازار است. باشگاه‌ها برای فروش بازیکنان خود از مسیر مدیران ورزشی، ارتباط با مدیران برنامه و مذاکره مستقیم با باشگاه‌های متقاضی اقدام می‌کنند. حتی زمانی که بازیکنی در فهرست خروج قرار می‌گیرد، تلاش می‌شود این فرآیند با حفظ منافع اقتصادی باشگاه و شأن حرفه‌ای بازیکن پیش برود. در چنین ساختاری، فروش بازیکن بخشی از برنامه نقل‌وانتقالاتی است، نه موضوعی که با انتشار یک آگهی عمومی به افکار عمومی سپرده شود.

انتشار آگهی فروش بازیکن می‌تواند بر برداشت بازار از شرایط او و موقعیت مذاکره باشگاه تأثیر بگذارد. وقتی باشگاهی به‌صورت علنی از آمادگی خود برای واگذاری یک بازیکن خبر می‌دهد، ممکن است قدرت چانه‌زنی‌اش در مذاکرات بعدی کاهش پیدا کند.

از سوی دیگر، چنین اقدامی می‌تواند هزینه اعتباری برای باشگاهی به همراه داشته باشد که همواره با انتظارات بالای هواداران و حساسیت رسانه‌ها روبه‌روست. بازیکنان نیز بخشی از سرمایه انسانی باشگاه هستند و حتی در شرایط اختلاف یا قرار گرفتن در فهرست خروج، حفظ شأن حرفه‌ای آنها باید مورد توجه قرار گیرد.

در این میان، مسئولیت مدیرعامل و اعضای هیأت‌مدیره قابل چشم‌پوشی نیست. آنها مسئول تصمیماتی هستند که به نام پرسپولیس اتخاذ می‌شود و باید درباره چرایی انتخاب چنین روشی توضیح دهند.

فروش یک بازیکن ممکن است به دلایل فنی، انضباطی یا اقتصادی ضروری باشد، اما شیوه اجرای آن نیز بخشی از مدیریت حرفه‌ای است. پرسپولیس برای حفظ جایگاه خود به ثبات مدیریتی، برنامه‌ریزی اقتصادی و تصمیماتی آینده‌نگرانه نیاز دارد.

مدیران باشگاه باید بدانند که انضباط، با تصمیمات سنجیده و سازوکارهای حرفه‌ای معنا پیدا می‌کند، نه با اقداماتی که ممکن است اعتبار مجموعه را در معرض قضاوت عمومی قرار دهد. آگهی فروش بازیکن شاید راهی برای اعلام یک تصمیم باشد، اما پرسش مهم همچنان پابرجاست؛ آیا حراج علنی بازیکن، بهایی نیست که پرسپولیس برای نمایش انضباط می‌پردازد؟

امیر عابدینی، مدیرعامل پیشین باشگاه پرسپولیس در گفت‌وگو با «ایران»:

باشگاه فوتبال، بنگاه خرید‌وفروش بازیکن نیست



منبع: فدراسیون فوتبال ایران

پریسا غفاری/ مدیریت پرسپولیس به جای حل‌وفصل حاشیه‌های ایجادشده پیرامون امیرحسین محمودی، با انتشار آگهی فروش این بازیکن در روزنامه کثیرالانتشار، تصمیمی گرفت که واکنش‌های زیادی را به دنبال داشت. اقدامی غیرحرفه‌ای که نه‌تنها به حل مسأله کمک نکرد، بلکه اعتبار مدیریتی باشگاه را نیز زیر سؤال برد. امیر عابدینی، مدیرعامل پیشین پرسپولیس، این تصمیم را نشانه افول مدیریتی می‌داند و معتقد است مدیران باشگاه باید به جای برخوردهای احساسی و غیرحرفه‌ای، با گفت‌وگو و مشورت با پیشکسوتان و کارشناسان، حاشیه‌های ایجادشده را مدیریت کنند. او در گفت‌وگو با «ایران» از اشتباه بزرگ مدیران پرسپولیس، جایگاه بازیکن در فوتبال حرفه‌ای و ضرورت عذرخواهی از محمودی و هواداران می‌گوید.

ارزیابی شما از تصمیم مدیران پرسپولیس برای انتشار آگهی فروش یک بازیکن در یکی از روزنامه‌های کثیرالانتشار چیست؟

این حرکت یک افول مدیریتی تمام‌عیار و تیرخلاصی به شأن و جایگاه باشگاهی بود که تاریخ آن با نام‌هایی چون همایون بهزادی و کلانی گره خورده است. مدیرعامل پرسپولیس به شیوه‌ای ناشیانه عمل کرد و به نظرم بهترین راه برای جبران این اشتباه، عذرخواهی و دلجویی از بازیکن است. امیدوارم خود محمودی هم در واکنش به این اتفاق، دست به اقدامات عجیب دیگری نزند و اجازه ندهد حاشیه‌ها بیش از این ادامه پیدا کند.

چنین اقدامی تا چه اندازه با اصول مدیریت در فوتبال حرفه‌ای همخوانی دارد؟

در مدیریت امروز گاهی اتفاقاتی رخ می‌دهد که خارج از پروتکل‌ها و چارچوب‌های تعریف‌شده مدیریتی است. هیچ‌گاه خدمات فنی یک مجموعه را با انتشار آگهی در روزنامه در معرض دید بازار قرار نمی‌دهند. در فوتبال مدرن، باشگاه‌ها برای انتقال بازیکنان خود از شبکه‌های پیچیده ارتباطی، دیتابیس‌های تخصصی، ایجنت‌های بین‌المللی و رایزنی‌های حرفه‌ای استفاده می‌کنند. در چنین شرایطی، باشگاهی مانند پرسپولیس با تصمیمی عجیب، آگهی فروش بازیکن خود را منتشر می‌کند! این اقدام از ناآگاهی کامل نسبت به اصول مدیریت فوتبال سرچشمه می‌گیرد. البته ممکن است برخی افراد مدرک دانشگاهی داشته باشند، اما مدرک تحصیلی به معنای برخورداری از دانش مدیریتی نیست.

شما معتقدید باشگاه‌های ورزشی با پسوند فرهنگی، نباید مانند یک بنگاه اقتصادی اداره شوند.

در هر باشگاهی، طی دوران مدیریت افراد مختلف، اتفاقات خوب و بد زیادی رخ می‌دهد، اما آنچه اهمیت دارد، شیوه برخورد مدیران با بازیکنان است. قبول دارم که بازیکن ممکن است خارج از چارچوب‌های انضباطی باشگاه رفتار کرده و مصاحبه‌هایی علیه باشگاه و سرمربی تیم انجام داده است، اما مدیرعامل پرسپولیس به‌عنوان پدر مجموعه می‌توانست با مدیریت این چالش، موضوع را به شکل بهتری حل کند و تنها به رأی کمیته انضباطی اکتفا کند.

مدیران باید بدانند که باشگاه ورزشی، بویژه باشگاهی با هویت فرهنگی، یک بنگاه اقتصادی معمولی نیست. ما نمی‌توانیم با بازیکن مانند یک کالا برخورد کنیم و بگوییم او را می‌فروشیم. آنچه در فوتبال قابلیت عرضه و فروش دارد، خدمات و محتوای فنی است. بازیکن بخشی از هویت و محتوای فوتبال است و انتقال او باید از مسیر حرفه‌ای و سازوکارهای مشخص مارکتینگ انجام شود. متأسفانه باید بگویم بسیاری از مدیران امروزی شناخت کافی از این حوزه ندارند.

> مدیران باید شهامت پذیرش اشتباه خود را داشته باشند. دو خط عذرخواهی از هواداران بابت این تصمیم و پذیرش صریح خطا، بسیار بهتر از ارائه توجیهات بی‌پایان است

برخی معتقدند برخورد مدیران پرسپولیس نه‌تنها به حل اختلاف کمک نکرده، بلکه باشگاه را بیشتر وارد حاشیه کرده‌اند؟

در اینکه مصاحبه بازیکن خطاکار پس از دیدار با فجرسپاسی حرفه‌ای و درست نبوده، تردیدی ندارم، اما برخورد مدیران پرسپولیس هم در این ماجرا به هیچ عنوان قابل دفاع نیست.

مدیران پرسپولیس پس از اولین حاشیه، با این اقدام خود محمودی را بیش از گذشته درگیر حاشیه کردند. مشخص نیست هدف آنها از انتشار چنین آگهی عجیب و دور از انتظاری چه بوده است. حالا هم شنیده می‌شود محمودی موضع سختی در برابر باشگاه گرفته و حتی حاضر است محرومیت چهارماهه را بپذیرد، اما با فسخ یک‌طرفه قرارداد از این برخورد تحقیرآمیز فاصله بگیرد. این شرایط به سود هیچ‌کدام از طرفین نیست و باشگاه باید هرچه سریع‌تر برای پایان دادن به این اختلاف اقدام کند.



واکنش‌های فضای مجازی به انتشار آگهی فروش بازیکن هم گسترده بوده است. این اتفاق چه تأثیری بر اعتبار و تصویر عمومی پرسپولیس دارد؟

فضای مجازی حالا پر از شوخی‌های تلخ درباره این اقدام است. انتشار آگهی فروش بازیکن، تصمیمی آنقدر سطحی و کودکانه بود که شأن پرسپولیس را تا سطح یک بنگاه معاملاتی دست‌دوم پایین آورد. البته مسأله مهم‌تر از خود آگهی، این است که اعتبار پیراهن پرسپولیس به دست مدیران باشگاه و با تصمیم‌های غیرحرفه‌ای خدشه‌دار شده است.

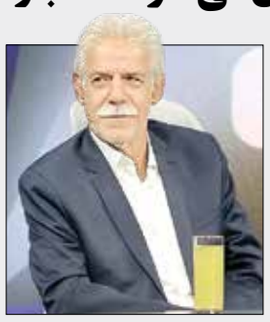
مدیران باید شهامت پذیرش اشتباه خود را داشته باشند. دو خط عذرخواهی از هواداران بابت این تصمیم و پذیرش صریح خطا، بسیار بهتر از ارائه توجیهات بی‌پایان است. هواداران پرسپولیس انتظار دارند مدیران باشگاه شأن و اعتبار این مجموعه را حفظ کنند. نباید اجازه داد تصمیم‌های شتاب‌زده و غیرکارشناسی، سرمایه اجتماعی باشگاه را تحت تأثیر قرار دهد.

برای جلوگیری از تکرار چنین اتفاقاتی، چه پیشنهادی برای مدیریت پرسپولیس دارید؟

امیدوارم ساختار مدیریتی باشگاه به شکلی ساماندهی شود که دیگر شاهد چنین اتفاقاتی نباشیم. مدیرعامل پرسپولیس بهتر است در کنار خود از کارشناسان و پیشکسوتان بزرگی مانند حمید درخشان، رضا شاهرودی و محمد پنجعلی استفاده کند؛ افرادی که هویت پرسپولیس هستند و اگر اظهارنظری می‌کنند، قطعاً از روی دلسوزی و علاقه به این باشگاه است. مدیران نباید تصور کنند که مشورت گرفتن از پیشکسوتان نشانه ضعف آنهاست. اتفاقاً یک مدیر توانمند کسی است که بداند در چه زمینه‌هایی به تجربه و دانش دیگران نیاز دارد. پرسپولیس باشگاهی با تاریخ و اعتبار بزرگ است و اداره چنین مجموعه‌ای به تصمیم‌های پخته، شناخت فوتبال و آگاهی از جایگاه اجتماعی آن نیاز دارد. بهتر است مدیرعامل به جای تصمیم‌های اشتباه و واکنش‌های احساسی، با افراد کاربلد مشورت کند. حفظ اعتبار پرسپولیس از هر اختلاف فردی و مدیریتی مهم‌تر است.

مرتضی فنونی‌زاده، پیشکسوت پرسپولیس در گفت‌وگو با «ایران»:

مشکلات با تدبیر حل می‌شوند، نه با رفتارهای غیرحرفه‌ای



گروه ورزشی/ اقدام باشگاه پرسپولیس در انتشار آگهی فروش امیرحسین محمودی در یک روزنامه رسمی، با انتقاد مرتضی فنونی‌زاده همراه شده است. پیشکسوت پرسپولیس این تصمیم را غیرمتعارف و دور از شأن باشگاه دانست و معتقد است چنین مسائلی باید با تدبیر مدیریتی و از مسیرهای حرفه‌ای حل‌وفصل شود.

فنونی‌زاده درباره انتشار آگهی فروش بازیکن در یک روزنامه به «ایران» می‌گوید: «این اتفاق در دنیای فوتبال کاملاً غیرمتعارف است. مگر بازیکن کالای مصرفی است که برای فروش او آگهی منتشر می‌کنند؟ پرسپولیس باشگاه بزرگی است و انتظار می‌رود تصمیمات مدیریتی آن نیز متناسب با اعتبار و جایگاه این مجموعه باشد.»

وی با اشاره به ضرورت مدیریت حرفه‌ای اختلافات داخلی باشگاه توضیح داد: «محمودی بازیکن مستعدی است که در مجموعه پرسپولیس و زیر نظر مربیان این باشگاه پرورش یافته است. در هر باشگاه حرفه‌ای، ضوابط و مقرراتی برای فعالیت بازیکنان وجود دارد و مدیریت نیز باید بر اجرای آنها نظارت کند، اما نحوه برخورد با چنین مواردی اهمیت زیادی دارد. این موضوع می‌توانست از طریق گفت‌وگو و تعامل میان کادر فنی و بازیکن مدیریت شود. حتی سرمربی می‌توانست از دستیارانش بخواهد با او صحبت کنند تا مسأله بدون بازتاب رسانه‌ای حل شود.»

پیشکسوت پرسپولیس با اشاره به توضیحات باشگاه درباره الزامات شفافیت شرکت‌های بورسی تصریح کرد: «مدیریت باشگاه اعلام کرده به دلیل بورسی بودن پرسپولیس، فعالیت‌ها و اقدامات آن باید با شفافیت انجام شود و انتشار آگهی نیز در همین چارچوب صورت گرفته است. شاید الزامات مربوط به ساختار مالی مالک، محدودیت‌هایی برای مدیران ایجاد کرده باشد. پیمان حدادی مدیر باتجربه‌ای است و بعید می‌دانم بدون وجود چنین الزاماتی به سراغ اقدامی برود که تا این اندازه غیرمتعارف به نظر می‌رسد. باید روشن شود چه کسانی درباره این شیوه تصمیم‌گیری کرده‌اند و دستور انتشار آگهی از سوی چه مرجعی صادر شده است.»

مرتضی فنونی‌زاده با تأکید بر ضرورت رعایت اصول حرفه‌ای در نقل‌وانتقالات ادامه داد: «هر بازیکنی مدیر برنامه دارد و انتقال او سازوکار مشخصی دارد. باشگاه‌ها برای مذاکره و جابه‌جایی بازیکنان از مسیرهای قانونی و قراردادی اقدام می‌کنند. انتشار آگهی فروش در روزنامه، تصویر مناسبی از مدیریت فوتبال ارائه نمی‌دهد و این پرسش را ایجاد می‌کند که چرا باید تصمیمات داخلی باشگاه به چنین شکلی در معرض افکار عمومی قرار بگیرد.»

وی با اشاره به جایگاه فرهنگی و اجتماعی پرسپولیس توضیح داد: «پرسپولیس تنها یک تیم فوتبال نیست و همواره به‌عنوان باشگاهی فرهنگی ورزشی شناخته شده است. بهتر بود این موضوع با تدبیر سرمربی، کمیته انضباطی و گفت‌وگوی مستقیم مدیریت حل می‌شد. حدادی می‌توانست از تجربه و نظر کریم باقری نیز استفاده کند. او سال‌ها برای پرسپولیس زحمت کشیده و ظرفیت حل‌وفصل چنین اختلافاتی را دارد. ما پیشکسوتان هم آماده‌ایم برای رفع این مسأله کمک کنیم. نقد من به شیوه تصمیم‌گیری و نوع مواجهه با موضوع است؛ چراکه چنین اقداماتی با شأن و اعتبار باشگاه بزرگی مانند پرسپولیس همخوانی ندارد.»

اسماعیل هلالی، بازیکن پیشین پرسپولیس در گفت‌وگو با «ایران»:

باید آداب فوتبال حرفه‌ای را یاد بگیریم



مهری رنجبر/ واکنش باشگاه پرسپولیس به اظهارات یکی از بازیکنان جوان این تیم و انتشار آگهی فروش او در روزنامه، بازتاب‌های متفاوتی در فوتبال ایران داشته است. درحالی‌که برخی پیشکسوتان و کارشناسان، شیوه برخورد باشگاه را غیرحرفه‌ای دانسته‌اند، گروهی نیز بر ضرورت رعایت تعهدات بازیکنان در قبال مجموعه تأکید کرده‌اند. اسماعیل هلالی، پیشکسوت پرسپولیس، اگرچه معتقد است باشگاه‌ها در پرورش بازیکنان جوان سرمایه‌گذاری می‌کنند و انتظار تعهد متقابل دارند، اما نحوه مواجهه مدیران با چنین اختلافاتی را نیز قابل نقد می‌داند.

اسماعیل هلالی در گفت‌وگو با «ایران» درباره ضرورت توجه به رابطه باشگاه و بازیکن توضیح می‌دهد: «اول باید دید بین باشگاه و بازیکن چه گذشته است؟ به هرحال باشگاه برای آکادمی و بازیکنانی که در آن با شرایط سخت اقتصادی تربیت می‌شوند، هزینه می‌کند و بعد از آن با فروش آنها به درآمدزایی باشگاه کمک می‌شود؛ بنابراین بازیکن هم باید در خدمت باشگاه خود باشد. وقتی تیم دو باخت داده، نباید بازیکن علیه باشگاه و مربی مصاحبه کند.»

پیشکسوت پرسپولیس در عین حال، انتشار آگهی فروش بازیکن در روزنامه را رفتاری نادرست دانست و درباره این اقدام می‌گوید: «به نظرم این رفتار درستی نیست، ولی باز هم معتقدم باید دید چه اتفاقاتی افتاده است. البته مدیریت باشگاه‌ها هم ضعف‌هایی از نظر حرفه‌ای‌گری دارند. هرچند من مدیر اقتصادی نیستم و نمی‌دانم حضور در بورس هم چه شرایطی دارد، شاید به خاطر اینکه باشگاه پرسپولیس در بورس است این کار قانونی باشد، اما در فوتبال مرسوم نیست و حتی شاید غلط باشد. از طرفی باشگاه وقتی ادعای محمودی را درباره پیشنهاد جدید شنیده، خواسته به او ثابت کند او هیچ‌کسی نیست.»

اسماعیل هلالی که شناخت نزدیکی از بازیکنان پرورش‌یافته در آکادمی پرسپولیس دارد، در ادامه به ضرورت توجه باشگاه‌ها به ابعاد تربیتی و فرهنگی فوتبال حرفه‌ای اشاره کرده و می‌گوید: «امیرحسین محمودی همراه پسرم در آکادمی از نونهالان رشد کرد و بالا آمد؛ به خاطر همین او را خوب می‌شناسم. درباره او که صحبت می‌کنم، انگار درباره پسر خودم صحبت می‌کنم. به هرحال ما می‌خواهیم به بچه‌هایی که از فوتبال حرفه‌ای تجربه ندارند، کمک کنیم تا آنها دیگر اشتباه خود را تکرار نکنند. به هرحال رفتار حرفه‌ای فقط بازی در زمین نیست، شخصیت بازیکنان هم باید حرفه‌ای رشد کند.»

او در ادامه با انتقاد از تبدیل اختلافات داخلی به موضوعات رسانه‌ای توضیح داد: «او باید به جای مصاحبه با رسانه‌ها علیه مدیرعامل باشگاه، به دفتر او می‌رفت و مستقیم با او صحبت می‌کرد، نه اینکه وقتی تیم شرایط خوبی ندارد و هواداران علیه سرمربی شعار می‌دهند، با حرف‌هایش حاشیه‌سازی کند.»

پیشکسوت پرسپولیس، گفت‌وگو و میانجیگری را راهکار حل اختلافات دانست و تأکید کرد: «این اشتباهی که رخ داد، با میانجیگری حل می‌شود. باید آداب فوتبال حرفه‌ای را به مدیران بیاموزیم. تیم ما دو باخت داده و مهم‌تر اینکه پرسپولیس در لیگ قهرمانان آسیا نیست و می‌تواند کار کند. امیرحسین محمودی باید بازنگری در رفتارش داشته باشد و بداند در قبال باشگاه چه وظیفه‌ای دارد. اگر رفتار باشگاه هم درست نبوده، باید عذرخواهی کند تا یک مسأله کوچک بزرگ نشود.»