



Investigating the impact of the corona disease (Covid-19) on the economic performance of clubs (Case of study: fitness clubs in Tehran province)

Somayeh Saebnia¹ and Aqeela Bastani Asl²

1. PhD student, public administration, human resources, Islamic Azad University, Ardabil branch, Iran

2. Senior accounting expert, Industrial Management Applied Scientific Training Center, Ardabil, Iran

*Corresponding author: Somayeh saebnia

Received: 7 August, 2023

Accepted: 19 December, 2023

Abstract: Today, due to the rapid spread of severe acute respiratory syndrome (corona disease), it has led to an epidemic of the disease all over the world .that this has created many problems in the performance of businesses; Among these businesses are sports businesses .Sports businesses have many advantages; Including added value, innovation, job creation and greater flexibility . Based on this, in this research, it is intended to investigate the effect of corona disease (Covid-19) on business performance in fitness sports clubs in Tehran province .The statistical population includes all the employees of bodybuilding sports clubs in Tehran province. Using Cochran's formula, the sample size was equal to 339 people who were selected based on judgmental non-random sampling method. In order to measure the variables related to business performance, the standard questionnaire of Mamoun-Akrush and Samerul-Mahmoud, (2010) was used, and for the corona disease (Covid-19), a researcher-made questionnaire was used .The validity of the questionnaire was evaluated based on construct, diagnostic and convergent validity and the reliability of the questionnaire with Cronbach's alpha coefficient .The research model was tested based on structural equation method and LISREL 8.8 software. The results showed that the significant relationship of corona disease on customer performance was confirmed with an impact factor of 0.73 and also the significant relationship of corona disease on the economic performance of fitness sports clubs was confirmed with a factor of 0.69 and the significant relationship of financial performance on disease Corona was confirmed with an impact factor of 0.71 and finally, based on the research results, suggestions were made to improve business performance.

Keywords: Corona disease (Covid-19), market performance, financial performance, sports businesses



بررسی تاثیر بیماری کرونا (کووید-۱۹) بر عملکرد اقتصادی باشگاه ها (مورد مطالعه: باشگاه های تناسب اندام استان تهران)

سمیه صائب نیا* و عقيله بستانی اصل^۲

۱. دانشجوی دکتری، مدیریت دولتی، گرایش منابع انسانی، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد اردبیل، ایران

۲. کارشناس ارشد حسابداری، مرکز آموزش علمی کاربردی مدیریت صنعتی، ایران، اردبیل

* نویسنده مسئول: سمیه صائب نیا

تاریخ پذیرش: ۲۸ آذر ۱۴۰۲

تاریخ دریافت: ۱۶ مرداد ۱۴۰۲

چکیده: امروزه با توجه به گسترش سریع سندرم تنفسی حاد شدید (بیماری کرونا) منجر به همه گیری بیماری در سراسر جهان شده است. که این امر مشکلات بسیار زیادی در عملکرد کسب و کارها ایجاد کرده است؛ از جمله این کسب و کارها، کسب و کارهای ورزشی است. کسب و کارهای ورزشی مزایای بسیاری دارند؛ از جمله ارزش افزوده، نوآوری، اشتغال آفرینی و انعطاف پذیری بیشتر. بر این اساس در این پژوهش قصد بر این است تا تاثیر بیماری کرونا (کووید-۱۹) بر عملکرد کسب و کار در باشگاه ها ورزشی تناسب اندام استان تهران مورد بررسی قرار گیرد. جامعه آماری شامل تمامی کارکنان باشگاه های ورزشی پرورش اندام استان تهران است. حجم نمونه با استفاده از فرمول کوکران برابر با ۳۳۹ نفر به دست آمد که بر اساس روش نمونه گیری غیر تصادفی قضاوتی انتخاب شدند. به منظور اندازه گیری متغیرهای مربوط به عملکرد کسب و کار از پرسشنامه استاندارد مأمون آکروش و سامرالمحمود، (۲۰۱۰) و برای بیماری کرونا (کووید-۱۹) از پرسشنامه محقق ساخته استفاده گردید. روایی پرسشنامه بر اساس روایی سازه، تشخیصی و همگرا و پایایی پرسشنامه با ضریب آلفای کرونباخ بررسی گردید. آزمون مدل پژوهش بر اساس روش معادلات ساختاری و نرم افزار LISREL ۸.۸ انجام گرفت. نتایج نشان داد که رابطه معنادار بیماری کرونا بر عملکرد مشتری با ضریب تاثیر ۰/۷۳ تایید شد و همچنین رابطه معنادار بیماری کرونا بر عملکرد اقتصادی باشگاه های ورزشی تناسب اندام با ضریب ۰/۶۹ مورد تایید قرار گرفت و رابطه و معنادار عملکرد مالی بر بیماری کرونا با ضریب تاثیر ۰/۷۱ تایید شد و نهایتاً بر اساس نتایج تحقیق پیشنهادهایی برای ارتقای عملکرد کسب و کار ارائه گردید.

واژگان کلیدی: بیماری کرونا (کووید-۱۹)، عملکرد بازار، عملکرد مالی، کسب و کارهای ورزشی

مقدمه

گسترش سریع سندرم تنفسی حاد شدید (ویروس کرونا) منجر به همه گیری در سراسر جهان شده است. از ۸ آوریل ۲۰۲۰، بیش از ۱.۴ میلیون مورد و ۸۶۰۰۰ مرگ و میر ناشی از این ویروس در سراسر جهان وجود دارد. در نتیجه، کشورها استراتژی های سرکوب و کاهش را برای کنترل گسترش اجتماع، از جمله مسافت دوری اجتماعی اجباری، محدودیت های مراقبت های پزشکی فوری و بسته شدن مشاغل غیر ضروری، به کار گرفته اند. با وجود این تلاش ها، گسترش بیماری کورونا هنوز ادامه دارد (جیمز سگارس، ۲۰۲۰). از سوی دیگر، همانطور که پیشتر نیز اشاره گردید این بیماری موجب بسته شدن بسیاری از کسب و کارهای از جمله کسب و کارهای کوچک و متوسط شده است که این امر تاثیر بسیاری در عملکرد کسب و کارها ایجاد کرد. برای ارزیابی موفقیت اقتصادی سازمان، عملکرد مقیاسی است که در مطالعات تجربی، بسیار مورد استفاده قرار گرفته است. برای سنجش عملکرد، شاخص های مختلفی مورد استفاده قرار گرفته است و هیچ رویه ثابت یا مشابهی در

این زمینه دیده نمی شود. اما رویه معمول، به این صورت است که در ابتدا چند مولفه در ارتباط با عملکرد انتخاب می شود و سپس به روش عینی یا ذهنی و هر یک از مولفه ها را با یک سوال می سنجد شاخص های ذهنی، شاخص های قضاوتی هستند که با استفاده از پاسخ دهندگان درونی یا بیرونی اندازه گیری می شود و اغلب هر دو مقیاس مالی و غیر مالی را در بر می گیرد و توصیفی غنی از اثر بخشی سازمان را ارائه می کند (رحیم نیا و همکاران، ۱۳۹۴). کسب و کارهای ورزشی با توجه به اینکه خیلی از فارغ التحصیلان دانشگاهی رشته تربیت بدنی و هم چنین مربیان جوان در رشته های مختلف ورزشی را شامل می شود، در این بین با توجه با استقبال خیلی از افراد جامعه از باشگاه های تناسب اندام بنابراین مساله اصلی پژوهش این است که بیماری کرونا (کووید-۱۹) چه تاثیری بر عملکرد اقتصادی باشگاه های تناسب اندام دارد؟

کروناویروس ها (نام علمی: Coronaviruses) خانواده بزرگی از ویروس ها و زیر مجموعه کروناویروس هستند که از ویروس سرماخوردگی معمولی تا عامل بیماری های شدیدتری همچون سارس، مرس و کووید ۱۹ را شامل می شود کروناویروس ها در دهه ۱۹۶۰ کشف شدند و مطالعه بر روی آن ها به طور مداوم تا اواسط دهه ۱۹۸۰ ادامه داشت. این ویروس به طور طبیعی در پستانداران و پرندگان شیوع پیدا می کند، با این حال تاکنون هفت کروناویروس منتقل شده به انسان، کشف شده است. آخرین نوع آن ها، کروناویروس سندرم حاد تنفسی ۲ (SARS-CoV-2)، در دسامبر ۲۰۱۹ در شهر ووهان چین با همه گیری در انسان شیوع پیدا کرد. این چالش های فوری، شدید و گسترده، به نیاز مدیریتی به یک چارچوب اشاره دارد که متغیرهای گسترده اجتماعی، تکنولوژیکی و ساختاری نامتبط را برای درک تأثیر و پاسخهای احتمالی به بیماری همه گیر COVID-19 در نیروی فروش به حساب می آورد. نظریه سیستم های فنی و اجتماعی (بوستروم و هاین، ۱۹۷۷) که بر اهمیت ارتباط متقابل اجتماعی تأکید می کند. (یعنی افراد و تعامل آنها) و جنبه های فنی (یعنی مراحل و دانش مرتبط با آن از جمله نرم افزار و سخت افزار) و نتایج مدل، و الگوی تغییر سازمانی لوویت (۱۹۶۵) می تواند مسلماً چنین بنیادی باشد. مدل لوویت، که بر اساس آن تئوری سیستم های اجتماعی و فنی ساخته شده است (سیدل و همکاران^۱، ۲۰۱۳). پیشنهاد می کند که چهار متغیر به هم پیوسته (به عنوان مثال، انسان، وظیفه، ساختار و فناوری) در هنگام بررسی تغییرات سازمانی در نظر بگیرد و که با این امر تغییر در یک متغیر را می توان پیش بینی کرد و یا تغییر در یک یا چند متغیر دیگر را ایجاد کرد (ناتانیل هارتمان، برونو لوسیر^۲، ۲۰۱۹). عملکرد کسب و کار یکی از مهم ترین سازه های مورد بحث در پژوهش های مدیریت است؛ ولیکن به طور کلی درباره اینکه شاخص های عملکرد کدامند، هنوز توافق نظر کاملی در بین صاحب نظران وجود ندارد. به طور کلی شاخص های سنجش عملکرد به دو دسته ذهنی و عینی تقسیم پذیر است. شاخص های عینی عملکرد، شاخص هایی است که بصورت کاملاً واقعی و بر اساس داده های عینی مثل بازده دارایی، بازده حقوق صاحبان سهام بازده سرمایه گذاری و غیره اندازه گیری می شود. اما شاخص های ذهنی عملکرد بیشتر معیارهایی را شامل می شود که بر مبنای قضاوت گروه های ذی نفع سازمان شکل می گیرد و از جمله آنها می توان به رضایت مندی مشتری، تصویر ذهنی در بازار، تعهد شغلی کارکنان و غیره است (احمدزاده فرد و همکاران، ۲۰۱۸). به طور کلی عملکرد کسب و کار معیاری برای اندازه گیری میزان دست یابی خوب و موثر یک اقدام بر اهداف تعیین شده تعریف می شود که می تواند به وسیله کارایی و اثربخشی سازمان در دستیابی به اهداف برآورد شود. (استونر و همکاران، ۱۳۸۶). کارآفرینی به عنوان موتور اصلی رشد اقتصادی در بسیاری از کشورها در نظر گرفته می شود، کشورها به دنبال ایجاد زیر ساخت و توسعه آموزش کارآفرینی برای تامین منابع کانال کسب و کار هستند. در بازننگری متون فرهنگ و کارآفرینی را با سه جریان اصلی مرتبط می کنند؛ جریان اول روی تأثیر فرهنگ ملی یا کسب و کارهای جدید ایجاد شده تمرکز می کند، جریان دوم هماهنگی بین فرهنگ ملی و ویژگی های فردی کارآفرینان را مورد خطاب قرار می دهد و جریان سوم تأثیر فرهنگ ملی را بر کارآفرینی مورد بررسی قرار می دهد. (موسیوند، مریم؛ فرازبانی، فاتح و..... ۱۳۹۶ مطالعات رفتار سازمانی در ورزش). کارآفرینی فرایندی است که طی آن کارآفرین با ایده های نو و خلاق و شناسایی فرصت های جدید و با بسیج منابع مبادرت به کسب و کار نو، سازمانی جدید، نوآور و رشد یافته نموده که توام با پذیرش مخاطره و ریسک منجر به معرفی محصول یا خدمت می گردد. (بیگلری، ۱۳۹۶). اکثریت صنایع بزرگ متمایل به کنترل و در دست داشتن قیمتهای محصولات کلیدی خود به منظور افزایش حاشیه سودشان می باشند. صنایع کوچک در این حالت با فراهم کردن رقابت سالم و جلوگیری از انحصار و نیروهای بازار نقش ایفا می نمایند در این مسیر آنها به اطمینان دادن به سیستم اقتصادی از کارآ بودن خود کمک می کنند (کروس^۳، ۱۹۸۹؛ محمدپور ترکایش و میرزازاده باریجوق، ۱۳۸۹). اولین گام برای توسعه کسب و کارهای ورزشی شناخت عوامل موثر بر موفقیت آنهاست، بدون موفقیت امکان استمرار این کسب و کارها به حداقل می رسد. از دیگر سو رشد و توسعه کسب و کارهای کوچک و متوسط در راستای فعالیت چرخه اقتصادی اجتناب ناپذیر می باشد.

¹ Seidel et al

² Nathaniel Hartmann, Bruno Lussier

³ Cross

ورزش به عنوان یک صنعت، فرصت های کارآفرینی فراوانی را در دل خود جای داده و جنبه های گسترده اقتصادی در صنعت ورزش، امکان کارآفرینی را در این بخش فراهم نموده است. ایجاد کسب و کارهای ورزشی جدید، رشد و توسعه کسب و کارهای ورزشی موجود، نوآوری در عرضه انواع خدمات ورزشی، نوآوری در فنون و فرایندهای ورزشی، نوآوری در تولید لوازم و تجهیزات ورزشی و ... مستلزم مدیریت دانش و تسهیم دانش بین کارکنان است. با توجه به ابعاد گسترده صنعت ورزش می توان آن را در زمره سربرترین بخش های اصلی اقتصادی، اجتماعی و سیاسی جهان مطرح کرد. (براززاده، حمید؛ رضوی، سیدمحمدحسین؛ سجادی، سیدنصراله و .. ۱۳۹۸). بحران ها بخشی از فضای کسب و کارها هستند و حذف تمامی بحران هایی که سازمانها را تهدید می کنند ناممکن است، در کشور ما نیز با وجود اینکه همگان به اهمیت ورزش به عنوان پدیده ای اجتماعی آگاه هستند و می دانند هر پدیده اجتماعی می تواند به دلایل گوناگون تحت تاثیر عوامل خطرزا قرار گیرد و مشکلاتی را برای جامعه و کشور فراهم نماید، اما تحقیقات اندکی در زمینه شناسایی و پیشگیری از عوامل بحران زا در زمینه ورزش کشور صورت گرفته است. (فراهانی، ابوالفضل؛ کشاورز، لقمان و مروی اصفهانی، ناهید (۱۳۹۹). پاندمی کووید-۱۹ یک موفقیت ایده آل است که در آن می توان در زندگی شخصی، با درک وضعیت، تجدیدنظر کرد که می تواند در این شرایط دشوار که عملاً کل جهان را تحت تأثیر قرار می دهد، ارتقا یابد. (جاکیس و همکاران، ۲۰۲۰). برداشت منفی از تغییرات COVID-19 مبتنی بر کار ممکن است بر توانایی کارکنان در انجام کارهای روزمره تأثیر گذاشته و بنابراین بر کیفیت مراقبت های ارائه شده تأثیر بگذارد. مربیان و کارکنان نیمه وقت نگران امنیت شغلی بودند و نیاز به ساختارهای پشتیبانی بیشتر کارمندان را به دنبال همه گیری نشان می دادند. صنعت اتومبیلرانی سلامت و ایمنی کارکنان را در اولویت خود قرار داده است اما ادامه تأمل در مورد رفاه کارکنان، خواسته ها و شیوه های کار توانایی کارکنان را برای مراقبت از اسپه های تحت مسئولیت خود به حداکثر می رساند. یافته ها حاکی از آن است که بیشتر تغییراتی که صنعت اتومبیلرانی توسط کارفرمایان برای مقابله با بیماری همه گیر ایجاد شده مثبت بوده و برای کارکنانی که هنوز در حین قفل کار می کنند، سلامت و ایمنی آنها در اولویت قرار دارد. توسعه مداوم ساختارهای حمایتی کارمندان برای ارتقا امنیت شغلی و ثبات نیروی کار توصیه می شود. (ایما و همکاران، ۲۰۲۰). در حالی که صنعت ورزش یکی از کارآفرین ترین بخشهای اقتصادی اقتصاد جهانی را نشان می دهد، بیماری ویروس کرونا (COVID-19) تأثیر مهمی بر توانایی آن در رقابت پذیری دارد. علی رغم این فرض که صنعت ورزش روحیه کارآفرینی دارد، بحران COVID-19 منجر به تعجب و ناراحتی در مورد آنچه باید انجام شود شد. با توجه به تأثیر مداوم و اخیر COVID-19 در ورزش، هنوز چیزهای زیادی در مورد این موضوعات وجود دارد. قبلاً مباحث کارآفرینی ورزشی و مدیریت بحران به ندرت تلاقی کرده اند و در مورد بحث ویروس کرونا مطالب کمی انجام شده است. ویروس کرونا ویروس (COVID-19) همه بخش های اقتصاد جهانی را تحت تأثیر قرار داده است اما برخی بیشتر از بقیه تحت تأثیر قرار گرفته اند. بخش ورزش به ویژه تحت تأثیر بحران COVID-19 قرار گرفته است که قبلاً هرگز دیده نشده است. این به معنای نیاز فوری اکثر بنگاه های ورزشی برای فکر کردن در مورد مدل های جدید تجاری برای مقابله با این تغییر بوده است. همه مشاغل ورزشی، ورزشکاران، مدیران، هواداران و مصرف کنندگان برای عملکرد خلاقانه باید از تفکر کارآفرینی استفاده کنند. این امر به مبارزه با ناآرامی و عدم اطمینان مرتبط با بحران COVID-19 و ایجاد اکوسیستم های کارآفرینانه بیشتر برای توسعه کمک می کند (راتن و همکاران، ۲۰۲۰). این اوقات بی سابقه به دلیل همه گیری COVID-19 زندگی روزمره افراد را تحت تأثیر قرار داده است. فعالیت خاصی که تحت تأثیر این همه گیری قرار دارد، اوقات فراغت است. در اوقات فراغت، یک فعالیت مهم برای افزایش نتایج اجتماعی (به عنوان مثال، مشارکت مدنی) و بقای سازمان ها و رویدادها داوطلبانه است. با این حال، و با توجه به اقدامات فاصله اجتماعی و ترکیبی از به تعویق انداختن یا لغو عملیات سازمانی یا رویدادی، شکل سنتی داوطلبانه حضوری تهدید می شود. (اریک، ۲۰۲۰). COVID-19 تأثیر بسزایی در جامعه جهانی از منظر کارآفرینی فرهنگی، اجتماعی و سبک زندگی داشته است. (وانسا، ۲۰۲۰). با آموختن درس از این بحران کووید ۱۹، باید اطمینان حاصل شود که مدیران و دست اندرکاران ورزش در ورزش و جامعه برای رویدادهای مشابه در آینده آمادگی بیشتری دارند. (دانیل، ۲۰۲۰). با در نظر گرفتن اینکه چگونه اشکال مختلف جمعی - به ویژه هواداران، بازیکنان و باشگاه ها - تحت تأثیر COVID-19 قرار گرفته اند، به جستجوی این دنیای پویای فوتبال می پردازیم. ما در مورد پیامدهای بالقوه برای ساختار پیوندی شبکه گسترده تر و معنای این مشاهدات برای تحقیقات بالقوه آینده اظهار نظر می کنیم. در واقع، این همه گیری کووید ۱۹ جعبه شکنندگی مالی فوتبال را باز کرده است. در حالی که فوتبال می توانست در یک رکورد اقتصادی بزرگ یک دهه پیش ادامه یابد، COVID-19 این پیش بینی را از بین برد، با رویدادهای فوتبال اروپا برای اولین بار از زمان جنگ جهانی دوم لغو شد. با این کار، ضعف "اکوسیستم" فوتبال را کشف شد، به طوری که مالکان باشگاه ها، سرمایه گذاران، پخش کننده ها و تبلیغ کنندگان مجبور شده اند که تأثیر پایین دست لغو رویدادها را برآورده کنند و تغییرات عملیاتی ایجاد کنند. در واقع، نگاهی ساختاری به

اکوسیستم فوتبال از طریق این بحران به ما امکان می دهد تا دنیای فوتبال شبکه ای و خصوصیات در حال ظهور آن را بهتر مشاهده و درک کنیم. این تفسیر بینش هایی را در مورد مسائل بوجود آمده در صنعت فوتبال در میان بیماری همه گیر COVID-19 ارائه می دهد. (دانیل و آلکس و همکاران، ۲۰۲۰). کووید ۱۹ ترس از بحران اقتصادی قریب الوقوع و رکود اقتصادی را برانگیخته است. فاصله اجتماعی، انزوای شخصی و محدودیت های سفر منجر به کاهش نیروی کار در تمام بخش های اقتصادی شده و باعث از بین رفتن مشاغل زیادی شده است. مدارس تعطیل شده و نیاز به کالاها و محصولات تولیدی کاهش یافته است. در مقابل، نیاز به تجهیزات پزشکی به طور قابل توجهی افزایش یافته است. بخش مواد غذایی نیز به دلیل خرید وحشت و ذخیره سازی محصولات غذایی با افزایش تقاضا روبرو شده است. (ماریا و همکاران، ۲۰۲۰). همه گیری COVID-19 تأثیر قابل توجهی در وضعیت اقتصادی ورزش به طور کلی و فوتبال حرفه ای به طور خاص دارد. در حالی که برخی از بخشها مانند گردشگری و پذیرایی به شدت آسیب دیده اند، اما تأثیرات جبران اقتصادی نیز وجود دارد، به عنوان مثال، در تجارت آنلاین یا فناوری ارتباطات. ورزش حرفه ای متعارف، به ویژه "صنعت ورزش تیمی" نیز یکی از بخشهایی است که از دیدگاه مالی به طور قابل توجهی تحت تأثیر همه گیر قرار دارد. بیماری همه گیر COVID-19 چالش های جدیدی را برای تقریباً همه صنایع ایجاد کرده است. از جمله، بسیاری از شرکت ها تا زمان تعطیلی شرکت ها در معرض مشکلات اقتصادی و مالی بودند. شرکت های ورزشی به طور کلی و باشگاه های فوتبال به طور خاص از این قاعده مستثنی نبودند. (میکایل و همکاران، ۲۰۲۰). به دنبال همه گیری بیماری کووید ۱۹ محدودیت های بی سابقه سفر جهانی و سفارشات در خانه باعث شدیدترین اختلال در اقتصاد جهانی از زمان جنگ جهانی دوم شده است. با ممنوعیت سفرهای بین المللی که بیش از ۹۰٪ جمعیت جهان را تحت تأثیر قرار می دهد و محدودیت های گسترده ای در اجتماعات عمومی و تحرک جامعه، گردشگری در مارس ۲۰۲۰ متوقف شد. شواهد اولیه در مورد تأثیرات سفرهای هوایی، سفرهای دریایی و اقامتگاه ها ویرانگر بوده است. محدودیت های سفر بین المللی، منطقه ای و محلی بلافاصله بر اقتصاد ملی تأثیر می گذارد، از جمله سیستم های جهانگردی، سفرهای بین المللی، گردشگری داخلی، بازدیدهای روزانه و بخشهایی از حمل و نقل هوایی، سفرهای دریایی، حمل و نقل عمومی، محل اقامت، کافه ها و رستوران ها، کنوانسیون ها، جشنواره ها، جلسات، یا رویدادهای ورزشی. با توجه به اینکه بحران سفرهای هوایی بین المللی به سرعت کند می شود و بسیاری از کشورها ممنوعیت سفر، بستن مرزها یا ایجاد دوره های قرنطینه را در نظر گرفته اند، گردشگری بین المللی و داخلی طی چند هفته کاهش چشمگیری داشته است. کشورها در تلاش بودند تا مسافران خود را به خانه بازگردانند، که در مورد بازارهای مهم خروجی، صدها هزار شهروند در تمام نقاط جهان درگیر آن بودند. (استیفن و همکاران، ۲۰۲۰). با همه گیری بیماری COVID-19، امکانات ورزشی در سراسر جهان مجبور شده اند که در آینده ای قابل پیش بینی دروازه خود را به روی هواداران ببندند، و راه های تعامل یک سازمان ورزشی با مصرف کنندگان خود را برای ارائه تجربیات استثنایی محدود می کند، و پرورش احساس اجتماع. در زمان چنین عدم اطمینان، و بدون تجربه قبلی برای استفاده، ورزشکاران و دانشگاهیان باید پیامدهای یک فضای جدید ورزشی را در نظر بگیرند. (براندون و همکاران، ۲۰۲۰).

روش

جامعه آماری این تحقیق کلیه کارکنان باشگاه های ورزشی تناسب اندام در استان تهران می باشد. تناسب اندام یکی از مهمترین دغدغه های انسان است؛ بنابراین طبیعی است که باشگاه های تناسب اندام به این نیاز پاسخ دهند. با اینحال، باشگاه های ورزشی حتما باید مجهز و پیشرفته باشند چون گذشت زمانی که می شد با قرار دادن چند تردمیل و دمبل و هالتر در یک سالن کوچک باشگاه تناسب اندام راه انداخت. بهترین باشگاه های ورزشی جهان آنهایی هستند که امکانات و ابزار ورزشی پیشرفته را به تعداد کافی در اختیار ورزشکاران قرار می دهند، نه آنهایی که مجبورید برای استفاده از تردمیل یک ساعت منتظر بمانید تا فقط پنج دقیقه با آن تمرین کنید. از سوی دیگر، فضای باشگاه نیز بسیار مهم است چون هر چه فضا بیشتر باشد، امکان برنامه ریزی بهتر و تعبیه امکانات بیشتر وجود دارد. همچنین از آنجایی که در استان تهران کسب و کارهای ورزشی فراوان وجود دارد که البته بسیاری از کسب و کارهای ورزشی فعال در استان جزء واحدهای کوچک و متوسط محسوب می شوند. بنابراین با توجه به نقش فعال این صنعت در رونق اقتصاد کشور به عنوان جامعه آماری در نظر گرفته شد. جامعه آماری پژوهش بعد از محاسبه با فرمول کوکران ۳۳۹ نفر در مجموع انتخاب گردید و از این تعداد ۸۰ نفر مدیر و ۲۵۹ نفر پرسنل مالی باشگاه های فوق به روش نمونه گیری غیر تصادفی قضاوتی انتخاب شدند. ابزار جمع آوری اطلاعات در این پژوهش پرسشنامه می باشد. پرسشنامه در سه بخش نامه همراه، اطلاعات جمعیت شناختی و سؤالات اختصاصی تنظیم گردید. در بخش اول تحت عنوان نامه همراه، علاوه بر بیان عنوان پژوهش، هدف از گردآوری اطلاعات به وسیله پرسشنامه و ضرورت همکاری صمیمانه پاسخ دهندگان در تکمیل پرسشنامه توضیح داده شد. بخش جمعیت شناختی شامل سؤالات در مورد مشخصات عمومی پاسخ دهندگان از قبیل جنسیت، سن، میزان تحصیلات و سنوات خدمت پاسخ دهندگان می باشد.

آخرین بخش نیز شامل سؤالات اختصاصی در مورد متغیرهای مستقل و وابسته است. سؤالات مربوط به بیماری کرونا (۸ سؤال) محقق ساخته و عملکرد بازار (۴ سؤال) و عملکرد مالی (۴ سؤال) از پژوهش مورگان و همکاران (۲۰۱۲) استخراج شد؛ و همچنین عملکرد مشتری (۴ سؤال) برگرفته از تحقیق مأمون آکروش و سامرالمحمود، (۲۰۱۰) می‌باشد. همچنین مقیاس مورد استفاده طیف پنج‌درجه‌ای لیکرت است. این مقیاس به‌طور خاص از مبنای کاملاً مخالف، مخالف، بی‌نظر، موافق و کاملاً موافق استفاده می‌کند. بر این اساس از اعضای نمونه آماری درخواست گردید تا بر اساس مقیاس پنج نقطه‌ای لیکرت، به سؤالات پرسشنامه پاسخ دهند. روشی که در این پژوهش برای بررسی برازش مدل اندازه‌گیری استفاده می‌شود، شامل سه معیار روایی سازه^۴، روایی تشخیصی^۵ و روایی همگرا و نیز پایایی بر اساس ضریب آلفای کرونباخ است. روایی سازه مفهوم مرکبی است که مستلزم بررسی چند مرحله است و با روایی ضابطه شامل روایی همزمان، روایی پیشگویی‌کننده، روایی تمایز و روایی همگرایی سنجیده می‌شود. روایی سازه عبارت از میزان صحت مقیاس در اندازه‌گیری ساخت نظری یا ویژگی موردنظر است (محمد بیگی و همکاران، ۱۳۹۳). برای بررسی روایی سازه پرسشنامه، از تحلیل عاملی تأییدی استفاده می‌شود. برای بررسی روایی تشخیصی نیز از تجزیه تابع تشخیص استفاده می‌شود. در این شیوه یک گروه‌بندی اولیه از آزمودنی‌ها وجود دارد و هدف از این تجزیه و تحلیل آن است که گروه‌بندی اولیه بر اساس داده‌های دیگر نیز تأیید شود (مصر آبادی و همکاران، ۱۳۹۲). در نهایت روایی همگرا عبارت از همبستگی نسبتاً قوی میان سؤال و متغیر اصلی است در نهایت ضریب آلفای کرونباخ نشان‌دهنده سازگاری درونی سؤالات است که متغیر مشابهی را موردسنجش قرار می‌دهند. نتایج حاصل از سنجش روایی سازه، روایی تشخیصی و روایی همگرا و نیز پایایی شامل ضریب آلفای کرونباخ برای تمامی سؤالات پرسشنامه به تفصیل در بخش یافته‌ها در جداول ۴ و ۵ ارائه شده است. به‌منظور تجزیه و تحلیل داده‌ها در اولین گام به بررسی نرمال بودن توزیع داده‌ها با به‌کارگیری آزمون کلموگوروف - اسمیرنوف پرداخته می‌شود. سپس به‌منظور آزمون مدل پژوهش از روش معادلات ساختاری استفاده می‌شود. معادلات ساختاری، از یک بخش ساختاری که ارتباط بین متغیرهای مکنون را نشان می‌دهد و یک مؤلفه اندازه‌گیری که نحوه ارتباط متغیرهای مکنون و نشانگرهای آن‌ها را منعکس می‌کند، تشکیل شده است. استفاده از روش معادلات ساختاری از مزیت‌های بااهمیت برخوردار است که مهم‌ترین آن‌ها تخمین مجموعه‌ای از معادلات رگرسیون به‌صورت همزمان می‌باشد. معادلات ساختاری لیزرل ضمن آنکه ضرایب مجهول مجموعه معادلات ساختاری خطی را برآورد می‌کند برای برازش مدلهایی که شامل متغیرهای مکنون، خطاهای اندازه‌گیری در هر یک از متغیرهای وابسته و مستقل، علیت دوسویه، هم‌زمانی و وابستگی متقابل می‌باشد طرح‌ریزی می‌کند. برای انجام روش‌های آماری موردنظر از نرم‌افزار Lisrel استفاده می‌شود.

یافته‌ها

ویژگی‌های جمعیت شناختی پاسخ‌دهندگان

تجزیه و تحلیل ویژگی‌های جمعیت شناختی پاسخ‌دهندگان در جدول ۱ نشان داده شده است.

⁴. Construct Validity

⁵. Discriminant Validity

⁶. Mesrabadi

جدول ۱: ویژگی‌های جمعیت شناختی پاسخ‌دهندگان

ویژگی‌های جمعیت شناختی	طبقات	درصد
جنسیت	مرد	۷۴/۲
	زن	۲۵/۸
سن	۲۰-۳۰ سال	۴/۹
	۳۱-۴۰ سال	۱۱/۵
	۴۱-۵۰ سال	۴۹/۳
	بالتر از ۵۰ سال	۳۴/۳
تحصیلات	کاردانی	۱۴/۷
	کارشناسی	۳۶/۵
	کارشناسی ارشد	۳۹/۳
	دکتر و بالاتر	۹/۵
سابقه کاری	کمتر از ۵ سال	۱۲/۵
	۵-۱۰ سال	۶۲/۱
	۱۰-۲۰ سال	۲۰/۹
	۲۰-۳۰ سال	۴/۵

همان‌طور که در جدول ۱ نشان داده شده است، ۷۴/۲ درصد از پاسخ‌دهندگان مرد و ۲۵/۸ درصد از آن‌ها زن می‌باشند. از طرفی افراد ۴۱ تا ۵۰ سال با ۴۹/۳ درصد بیشترین و همچنین افراد با سن بین ۲۰ تا ۳۰ سال با ۴/۹ درصد کمترین بخش پاسخ‌دهندگان را تشکیل داده‌اند. افراد با مدرک تحصیلی کارشناسی ارشد با ۳۹/۳ درصد بیشترین و افراد با مدرک تحصیلی دکتری و بالاتر با ۹/۵ درصد کمترین بخش پاسخ‌دهندگان را تشکیل داده‌اند. نهایتاً بیشترین سابقه کاری شامل ۵ تا ۱۰ سال با ۶۲/۱ درصد و کمترین سابقه کاری نیز ۲۰ تا ۳۰ سال با ۴/۵ درصد می‌باشد.

آزمون کولموگروف - اسمیرنوف جهت بررسی توزیع داده‌های یک متغیر کمی از آزمون کولموگروف-اسمیرنوف استفاده می‌شود. در این آزمون، فرض صفر نشان‌دهنده ادعای مطرح‌شده در مورد نرمال بودن توزیع داده‌ها است. جدول ۲ نشان‌دهنده نتایج این آزمون است.

جدول ۲: آزمون کولموگروف-اسمیرنوف

متغیر	میانگین	انحراف استاندارد	آماره K-S	احتمال آماره K-S
بیماری کرونا	۱۶/۲۲	۳/۱۸	۱/۸۲	۰/۲۷۵
عملکرد مشتری	۱۷/۷۴	۴/۲۶	۱/۴۰	۰/۳۹۵
عملکرد بازار	۱۷/۷۴	۴/۲۶	۱/۴۰	۰/۳۹۵
عملکرد مالی	۱۲/۷۲	۳/۰۶	۲/۹۳	۰/۵۷۳

نتایج به‌دست‌آمده در جدول ۲ نشان می‌دهند که تمامی متغیرها از توزیع نرمال پیروی می‌کنند؛ چراکه سطح معنی‌داری این متغیرها بزرگ‌تر از ۰/۰۵ است و فرض صفر برای آن‌ها تأیید می‌شود. بنابراین با توجه به نرمال بودن توزیع تمامی متغیرها، به‌منظور اجرای روش‌های

مرتبط به مدل سازی معادلات ساختاری از نرم افزار Lisrel استفاده شد. در روش معادلات ساختاری^۷ به منظور بررسی برازش مدل اندازه گیری بر چندین معیار شامل روایی سازه، روایی تشخیصی، روایی همگرا و پایایی مبتنی است. روایی سازه^۸ با استفاده از روش تحلیل عاملی تأییدی مورد آزمون قرار داده می شود. در این پژوهش به منظور بررسی روایی پرسشنامه با توجه به اینکه متغیرهای تحقیق از چند بعد (مؤلفه) تشکیل شده اند، از آزمون تحلیل عاملی تأییدی بهره گرفته شده است. در انجام تحلیل عاملی باید از این مسأله اطمینان حاصل شود که آیا می توان داده های موجود را برای تحلیل مورد استفاده قرارداد یا نه؟ به عبارت دیگر آیا تعداد داده های مورد نظر برای تحلیل عاملی مناسب هستند یا خیر؟ بدین منظور از شاخص KMO و آزمون بارتلت استفاده گردیده است. خروجی این آزمون ها برای سؤالات پرسشنامه در جدول ۳ ارائه گردیده است.

جدول ۳. آزمون KMO و بارتلت

آزمون KMO	
آزمون بارتلت	χ^2
درجه آزادی	۲۷۷۶
Sig	۰/۰۰۰
	۰/۸۰۱
	۸۳۲۱/۶۹۴

با توجه به جدول ۳؛ مقادیر مربوط به شاخص KMO و بارتلت و معناداری آن گزارش شده است. بر اساس این دو آزمون داده ها زمانی برای تحلیل عاملی مناسب هستند که شاخص KMO بیشتر از (۰/۶) و نزدیک به یک و sig آزمون بارتلت کمتر از (۰/۰۵) باشد. شاخص KMO در تحقیق حاضر، بالاتر از مقدار ۰/۶ است که رقم قابل قبولی است و حاکی از آن است که نمونه انتخابی برای اجرای تحلیل عاملی کافی می باشد. قبل از وارد شدن به مرحله آزمون مدل مفهومی پژوهش، ابتدا لازم است نسبت به روایی و پایایی پرسشنامه اطمینان حاصل شود. جدول ۴ نتایج این روش شامل مقادیر بار عاملی، وزن سؤالات، پایایی ترکیبی و جذر میانگین واریانس را نشان می دهد.

جدول ۴. نتایج آزمون روایی و پایایی

بار عاملی	میانگین واریانس استخراج شده	پایایی ترکیبی	آلفای کرونباخ	گویه ها	بار عاملی
۰.۹۳	۰.۲۶	۰.۸۵	۰.۹۳	بیماری کرونا باعث تعطیل شدن کسب و کارهای کوچک و متوسط شده است.	۰.۹۳
۰.۹۳				کسب و کار های کوچک و متوسط نباید بخاطر بیماری کرونا تعطیل شود.	۰.۹۳
۰.۹۳				من پروتکل بهداشتی را در کسب و کارم رعایت می کنم	۰.۹۳
۰.۹۳				تمامی کارکنان در این شرکت پروتکل بهداشتی را رعایت می کنند.	۰.۹۳
۰.۹۳				بیماری کرونا باعث زیان جبران ناپذیری در کسب و کارهای کوچک و متوسط ایجاد کرده است.	۰.۹۳
۰.۹۳				با وجود بیماری کرونا کسب و کار ما رونق دارد.	۰.۹۳
۰.۹۳				شرکت برنامه ای برای ایجاد امنیت جانی کارکنان در مقابله با بیماری کرونا دارد.	۰.۹۳
۰.۹۳				شرکت در استفاده از پروتکل بهداشتی	۰.۹۳

⁷ Structural Equation Model (SEM)

⁸ Construct Validity

گروه‌ها	گویه‌ها	بار عاملی	میانگین واریانس استخراج شده	پایایی ترکیبی	آلفای کرونباخ
	نسبت به سایر شرکتهای مهارت دارد.				
عملکرد بازار	شرکت نیازهای بلندمدت مشتریان هدف را در کسب و کارهای کوچک و متوسط جهت اطمینان از تکرار خرید برآورده می‌نماید.	۰.۹۳	۰.۳۳	۰.۹۱	۰.۹۱
	استراتژی بازاریابی فعلی شرکت مطابق با انتظارات است.	۰.۹۳			
	مدیران فروش شرکت از مهارت‌های مناسبی برخوردارند.	۰.۹۰			
	شرکت در تبلیغات و ترفیعات در کسب و کارهای کوچک و متوسط خلایق داشته است.	۰.۹۰			
عملکرد مالی	شرکت برنامه‌ای برای ایجاد و حفظ وفاداری در بین مشتریان جذاب در کسب و کارهای کوچک و متوسط دارد.	۰.۷۹	۰.۴۶	۰.۷۳	۰.۸۰
	رضایتمندی مشتریان نسبت به شرکت بهبود یافته است.	۰.۸۰			
	شرکت در استفاده از ارتباطات بازاریابی در کسب و کارهای کوچک و متوسط مهارت دارد.	۰.۷۸			
عملکرد مشتری	وقتی مشتریان غیرجذاب به سمت رقبای خارجی می‌روند، شرکت ارتباط مثبت خود را با آنها حفظ می‌کند.	۰.۸۶	۰.۴۵	۰.۷۲	۰.۹۰
	این شرکت برنامه‌های ارتباطات بازاریابی در کسب و کارهای کوچک و متوسط را به صورت اثربخشی مدیریت نموده است.	۰.۸۵			
	رفتار شهروندی کارکنان شرکت در کسب و کارهای کوچک و متوسط تاثیر دارد.	۰.۸۶			

روایی تشخیصی در صورتی برقرار خواهد بود که مقدار میانگین واریانس استخراج شده بزرگ‌تر از مقدار بحرانی ۰/۵ باشد. همچنین سه شرط لازم برای تحقق روایی همگرا وجود دارد که بدین شرح است: ۱- مقدار پایایی ترکیبی بزرگ‌تر از ۰/۷ باشد؛ ۲- مقدار میانگین واریانس استخراج شده بزرگ‌تر از ۰/۵ باشد؛ و ۳- مقدار پایایی ترکیبی بزرگ‌تر از میانگین واریانس استخراج شده باشد. در صورتی که مقدار پایایی ترکیبی برای هر سازه بالاتر از ۰/۷ باشد، نشان‌دهنده پایداری درونی مناسب برای مدل‌های اندازه‌گیری است و مقدار ۰/۶ نیز بر عدم وجود پایایی دلالت دارد. نهایتاً صاحب‌نظران مقدار استاندارد برای ضریب آلفای کرونباخ را برابر با ۰/۷ در نظر گرفته‌اند (داوری و رضازاده، ۲۰۱۳)^۹ بنابراین با توجه به جدول ۴ ضریب همبستگی سؤالات با نمره کل پرسشنامه بالاتر از ۰/۳ و پایایی هر سؤال بیشتر از ۰/۵ است و همچنین علاوه بر این پایایی به روش آلفای کرونباخ بالاتر از ۰/۶ و پایایی مرکب نیز بیشتر از ۰/۷ می‌باشد که نشان می‌دهد هر ۴ عامل در تعیین تاثیر بیماری کرونا (کووید-۱۹) بر عملکرد اقتصادی باشگاه‌ها از دقت لازم برخوردارند. همچنین نتایج نشان می‌دهد که مقادیر استاندارد برای شاخص‌های

^۹. Davari and Reza Zadeh

موردنظر می‌توان نتیجه گرفت که روایی همگرا از طریق برآورد میانگین واریانس تبیین شده برقرار است. مقادیر CR برای عامل‌های این پژوهش $CR > AVE$ است و بنابراین چون شاخص AVE از ۰/۵ بالاتر هستند، این پرسشنامه از پایایی مطلوبی برخوردار است. نتایج ضرایب مسیر همراه با مقادیر آماره تی استیودنت و سطح معناداری در جدول ۵ نشان داده شده است.

جدول ۵ نتایج آزمون فرضیه‌های پژوهش

فرضیه	متغیر مستقل	متغیر وابسته	ضریب مسیر	آماره تی استیودنت	سطح معناداری
H ₁	بیماری کرونا (کووید-۱۹)	عملکرد مشتریان ورزشی	۰/۷۳	۳/۰۲	کمتر از ۰/۰۵
H ₂	بیماری کرونا (کووید-۱۹)	عملکرد بازار کسب و کارهای ورزشی	۰/۶۹	۳/۰۸	کمتر از ۰/۰۵
H ₃	بیماری کرونا (کووید-۱۹)	عملکرد مالی بنگاه‌های ورزشی	۰/۷۱	۲/۹۴	کمتر از ۰/۰۵

نتایج به‌دست‌آمده در جدول (۵) نشان داد که بیماری کرونا (کووید-۱۹) تأثیر مثبت و معنادار بر عملکرد مشتری دارد. و ضریب مسیر نشان می‌دهد که میزان تأثیر بیماری کرونا (کووید-۱۹) بر عملکرد مشتری ۰/۷۳ می‌باشد. تأثیر معنادار بیماری کرونا (کووید-۱۹) بر عملکرد بازار نیز با ضریب مسیر ۰/۶۹ تأیید شد. نهایتاً رابطه معنادار بین بیماری کرونا (کووید-۱۹) و عملکرد مالی با ضریب مسیر ۰/۷۱ مورد تأیید قرار گرفت. شاخص‌های برازش مدل از مهم‌ترین مراحل تحلیل مدل‌سازی معادلات ساختاری است. این شاخص‌ها برای پاسخ بدین پرسش است که آیا مدل بازنمایی شده با داده‌ها، مدل مفهومی پژوهش را تأیید می‌کند یا خیر. نتایج مربوط به برازش تحقیق در جدول ۶ قابل مشاهده است.

جدول ۶ مقایسه شاخص‌های برازش مدل با مقدار مجاز

معیارهای برازش مدل	شاخص	اعداد به‌دست‌آمده	مقدار مجاز	نتیجه
نسبت کای دو به درجه آزادی	K^2/df	۰/۷۲	کمتر از ۳	برازش مناسب
ریشه میانگین مجذورات	RMSEA	۰/۰۸	کمتر از ۱	برازش مناسب
ریشه مجذور مانده‌ها	RMR	۰/۰۵	نزدیک صفر	برازش مناسب
شاخص برازش هنجار شده	NFI	۰/۹۴	بالاتر از ۰/۹	برازش مناسب
شاخص نرم برازندگی	NNFI	۰/۹۵	بالاتر از ۰/۹	برازش مناسب
شاخص برازش تطبیقی	CFI	۰/۹۸	بالاتر از ۰/۹	برازش مناسب
شاخص برازش نسبی	RFI	۰/۹۷	بالاتر از ۰/۹	برازش مناسب
شاخص برازش اضافی	IFI	۰/۹۵	بالاتر از ۰/۹	برازش مناسب
شاخص برازندگی	GFI	۰/۹۷	بالاتر از ۰/۹	برازش مناسب
شاخص تعدیل یافته	AGFI	۰/۹۳	بالاتر از ۰/۹	برازش مناسب

با توجه به مقدار شاخص و مقدار مطلوب در جدول ۷، نشان می‌دهد که مدل تحقیق از برازش مطلوبی برخوردار است و ساختار عاملی در نظر گرفته شده برای آن قابل قبول است.

بحث، نتیجه گیری و پیشنهادها

همان گونه که پیش از این گفته شد، هدف اصلی این پژوهش بررسی تاثیر بیماری کرونا (کووید-۱۹) بر عملکرد کسب و کارهای ورزشی در استان اردبیل می باشد که پس از طی مراحل مقدماتی و مرور پژوهش ها و تحقیقات انجام شده داخلی و خارجی و همچنین مرور نظریات مختلف در زمینه بیماری کووید ۱۹ و عملکرد کسب و کار های ورزشی می باشد و نهایتاً نتایج نشان داد که بیماری کرونا بر عملکرد مشتری تاثیر معناداری دارد و همچنین بیماری کرونا بر عملکرد بازار تاثیر مثبت و معناداری دارد و نهایتاً رابطه مثبت و معنادار عملکرد مالی بر بیماری کرونا تایید شد. با توجه به یافته های پژوهش، پیشنهاد میشود مدیران بنگاه ها، باشگاه ها و اماکن ورزشی با رعایت پروتکل بهداشتی و با حداقل کارکنان به فعالیت خود ادامه دهند. همچنین پیشنهاد میشود از ظرفیت فضای مجازی جهت ادامه فرایندهای آموزشی سابق و جذب مشتریان جدید و حفظ مشتریان فعلی جهت جبران کاهش درآمد منتج از بیماری کووید ۱۹ اقدام نمایند. و به مدیران پیشنهاد میشود که در جهت حفظ مشتریان فعلی در هر صورت پاسخگوی نیازهای آنها همانند گذشته با رعایت پروتکل بهداشتی باشند. همچنین پیشنهاد میشود ضمن جذب سفارشات خدماتی ورزشی مشتریان از طریق فضای مجازی نسبت به تدوین و اجرای خدمات فوق با رعایت تمام موارد بهداشتی با تعداد نفرات کمتر برای حفظ سلامت شخصی و جلب اعتماد عمومی به برنامه های خود جهت جبران کاهش آسیب های اقتصادی منتج از بیماری کووید ۱۹ ادامه دهند. با شیوع ویروس کرونا اقتصاد ایران با دشواری های تازه ای روبرو شده است. برخی برآورد می کنند که ضربه ایپدمی کرونا بر اقتصاد ایران می تواند به مراتب سخت تر از تحریم های آمریکا باشد و اجماع این دو می تواند اقتصاد ایران را زمینگیر کند متأسفانه در این وضعیت اقتصادی، ایران که از دو سال پیش تحت تحریم های گسترده و همه جانبه آمریکا قرار دارد، ضربات بسیار سنگین تری را باید تاب بیاورد. در شرایط فعلی بسیاری از شرکت ها برای حفظ فاصله میان کارمندان خود و تبعیت از پیشنهادهای سازمان بهداشت جهانی و سازمان های بهداشت منطقه ای دورکاری را سرلوحه کاری خود قرار داده اند و تا آنجه که ممکن بوده است سعی کرده اند تا نیروی کار خود را از دور به کارگیرند. هر چند این اقدام در بخشی از فعالیت ها تاثیر گذار است اما امکان دورکاری در بسیاری از فعالیت ها از جمله کسب و کارهای ورزشی وجود ندارد. از همین رو پیش بینی می شود در این ویروس به صورت مستقیم می تواند بنگاه های ورزشی را تحت تاثیر قرار دهد و تاثیر منفی بر اقتصاد ورزش بگذارد. اختلال موقت اجرای فعالیت ها و خدمات ورزشی در باشگاه ها و بنگاه های ورزشی قطعاً موسسات ورزشی یا بنگاه های ورزشی را به ویژه آنهایی که نقدینگی ناکافی دارند را با مشکلات عدیده مواجه می کند. از سویی خیلی از حمایت کنندگان مالی با پیش آمدن همه گیری کووید ۱۹ از حمایت خود از باشگاه های ورزشی منصرف شده و مشکلات اقتصادی کسب و کارهای ورزشی را بیشتر کرده است. به این مشکلات باید بدهی های خیلی از کسب و کارهای ورزشی بابت تسهیلات دریافتی از مراجع دولتی بابت راه اندازی کسب و کارشان را نیز در نظر گرفت. با وجود سخت بودن پیش بینی در مورد آینده کسب و کارهای ورزشی اما نمی توان بدون ترسیم سناریوهای مختلف و بدون برنامه ریزی برای شرایط آتی به مقابله آن رفت. بخشش یا تعویق بدهی های بنگاه های کسب و کارهای ورزشی به مراجع دولتی به جهت شرایط پیش آمده پیشنهاد می گردد. گرچه که ماهیت فعالیت های ورزشی حضور فیزیکی مشتریان را می طلبند، با توجه به شرایط خدماتی که قابلیت ارائه مجازی و آنلاین دارند مانند آموزش برخی رشته های ورزشی به فراگیران بصورت الکترونیکی به مشتریان ارائه گردد. و نهایتاً پیشنهاد میشود که به تبلیغ فعالیت های خدماتی ورزشی بنگاه ها، باشگاه ها و اماکن ورزشی در جهت عملکرد بهتر، محتوای فعالیت های خود را بصورت ابزار رسانه ای در اختیار مشتریان قرار دهند.

منابع

۱. استونر جیمز. ای. اف، ادوارد فری من آر، گیلبرت، دانیل آر. (۱۳۸۶) "مدیریت" ترجمه پارساییان و اعرابی، دفتر پژوهش های فرهنگی، جلد اول.
۲. رحیم نیا، فریبرز؛ سجاده، عاطفه، (۱۳۹۴)، "تاثیر جهت گیری های راهبردی بر عملکرد شرکت های مستقر در پارک علم و فناوری خراسان به واسطه نوآوری سازمانی"، نشریه علمی و پژوهشی مدیریت نوآوری، سال چهارم، شماره ۲، صص ۸۷-۱۱۴.
۳. حجازی، سید رضا (۱۳۸۹)، ارزیابی تکنولوژی در شرکت های کوچک و متوسط، چاپ اول، انتشارات سازمان مدیریت صنعتی.
۴. محمدپور ترکایش، مهدی؛ میرزاده باریجوق، فرشاد، (۱۳۸۷)، بررسی تاثیر ایجاد و توسعه کسب و کارهای کوچک و متوسط در رشد اقتصادی، سایت تخصصی مدیریت کسب و کارهای کوچک.

۵. مصر آبادی، جواد. استوار، نگار. جعفریان، سکینه. (۱۳۹۲). بررسی روایی سازه و تشخیصی پرسشنامه معنا در زندگی در دانشجویان. *مجله علوم رفتاری*، ۷، (۱). ۸۳-۹۰.
۶. محمد بیگی، ابوالفضل. محمد صالحی، نرگس. علی گل، محمد. (۱۳۹۳). روایی و پایایی ابزارها و روش‌های مختلف اندازه‌گیری آنها در پژوهش‌های کاربردی در سلامت. *مجله دانشگاه علوم پزشکی رفسنجان*، ۱۳، ۱۱۱۷-۱۱۵۳.
7. <https://fa.wikipedia.org/wiki/%DA%A9%D8%B1%D9%88%D9%86%D8%A7%D9%88%DB%8C%D8%B1%D9%88%D8%B3>.
8. Mohhammd Hasan Ahmadzadeh Fard, Mahmood Gholami, Ali Taghavi, Amir Sadeghi. (2018). Impact of Strategic Orientation on Business Performance through Marketing Capabilities (Case of Study: Mehr Eghtesad Bank Branches in Isfahan). *Quarterly Journal of Modern Marketing Research*. Pp.87-104.
9. Seidel, S., Recker, J., & Brocke, J. vom. (2013). Sensemaking and Sustainable Practicing: Functional Affordances of Information Systems in Green Transformations. In *MIS Quarterly* (Vol. 37, pp. 1275–1299). Management Information Systems Research Center, University of Minnesota.
10. Cross M.(1983), "The United Kingdom", in Storey, D.J.(Ed), *The Small Firm – An International Survey*, Croom Helm, London,pp.84-119.
11. Whittaker, D.H.(1997), *Small Firms in the Japanese Economy*, Cambridge University Press,Cambridge.
12. Robertson, James.(2004) " Developing a knowledge management strategy " , Step Two Designs Pty Ltd . www.steptwo.com.au.
13. Wong, K. Y., & Aspinwall, E. (2004). Characterizing knowledge management in the small business environment. *Journal of Knowledge Management*, 8(3), 44–61.
14. James Segars, MD, Quinton Katler, MD, MS, Dana B. McQueen, MD, Alexander Kotlyar, MD, Tanya Glenn, MD, Zac Knight, PhD, Eve C. Feinberg, Hugh S. Taylor, MD, James P. Toner, MD, PhD, Jennifer F. Kawwass, MD, (2020), Prior and Novel Coronaviruses, COVID-19, and Human Reproduction: What Is Known? *Fertility and Sterility* (2020), doi: <https://doi.org/10.1016/j.fertnstert.2020.04.025>. pp 1-27.
15. Bostrom, R. P., & Heinen, J. S. (1977). MIS Problems and Failures: A Socio-Technical Perspective. Part I: The Causes. *MIS Quarterly*, 1(3), 17.
16. N. Hartmann and B. Lussier, *Managing the sales force through*
17. *the unexpected exogenous COVID-19 crisis*, *Industrial Marketing Management* (2019), *Journal Pre-proof*. <https://doi.org/10.1016/j.indmarman.2020.05.005>
18. Mohhammd Hasan Ahmadzadeh Fard, Mahmood Gholami, Ali Taghavi, Amir Sadeghi. (2018). Impact of Strategic Orientation on Business Performance through Marketing Capabilities (Case of Study: Mehr Eghtesad Bank Branches in Isfahan). *Quarterly Journal of Modern Marketing Research*. Pp.87-104.