

چالش‌ها و تغییرات مدل‌های کسب و کارهای باشگاه‌های ورزشی

پارسا مشایخی فرد

Department of Sport Management, Faculty of Sport Sciences, Ferdowsi University of Mashhad,
Mashhad, Iran

دکتر جواد غلامیان

Assistant Professor of Sport Management, Department of Sport Management, Faculty of Physical
Education and Sport Sciences, Ferdowsi University of Mashhad, Mashhad, Iran.

مقدمه و اهداف

امروزه باشگاه‌های ورزشی دچار تغییر شده‌اند و طی دهه‌های اخیر شاهد تغییر مدل‌های کسب و کار و البته دنیای صنعت بوده‌ایم. در واقع باید این نکته را در نظر گرفت که مهم‌ترین فوائد داشتن مدل کسب و کار، این است که سرمایه‌گذاران می‌توانند مدل‌های کسب و کارهای مختلف را ببینند و باشگاه ورزشی مورد نظر خود را جهت سرمایه‌گذاری انتخاب نمایند؛ همچنین شرکت‌هایی که مدل‌های کسب و کار ارائه می‌دهند، بهتر و راحت‌تر می‌توانند سرمایه‌گذاران مناسب را جذب کنند.

با این وجود، ممکن است که کسب و کار ورزشی که اتخاذ می‌کنیم، با چالش‌هایی روبه‌رو شود. لذا باید با دید ارزیابی مدل‌ها، به علل و عوامل تاثیرگذار که سبب بروز چالش برایمان می‌شود بپردازیم. هرچند ممکن است که مدل‌های جدیدتری ارائه شود، لکن در این مقاله به بررسی چند تحقیق و پژوهش پرداخته می‌شود و تلاش بر این است که با چالش‌های موجود سازگار شویم. در این میان صنعت ورزش نیز سودمندی و اهمیت برنامه ریزی استراتژیک بازاریابی را تشخیص داده (ترکولجا¹ و همکاران، 2022) و به طور فزاینده‌ای برای هدایت تصمیمات، رقابت و زنده ماندن به فناوری‌های دیجیتال متکی است (راتن²، 2020). در طول قرن جدید و به ویژه در دهه گذشته به دلیل تحولات فناوری و رویکردهای جدید در رفتار مصرف کننده استفاده از اینترنت و فضای مجازی افزایش یافته و به وسیله ارتباطی مهمی هم برای تک تک کاربران و هم برای شرکت‌ها تبدیل شده است (شاهین³ و همکاران، 2020). از همین رو کسب و کارها نیازمند تغییر در مدل‌های خود می‌باشند.

مواد و روش‌ها

در این پژوهش سعی بر این بوده است که از منابع و مقالات متعددی بهره گرفته تا با بررسی الگوهای مختلف و رویکردی که متخصصان این حوزه اتخاذ می‌کنند، بهره گیریم. در حال حاضر با بررسی‌های انجام شده به برخی موارد ذکر شده در

¹ Trkulja et al.

² Ratten

³ shahin

این مقالات استناد می‌کنیم. در مقاله ای تحت عنوان : مدیریت کسب‌وکار در دوره بحران: عوامل، چالش‌ها و راهبردها (مطالعه صنعت ورزش در شرایط رکود ناشی از ویروس کرونا)، یکی از مسائل مختلفی که گریبان‌گیر باشگاه‌های ورزشی بود، بحران کووید 19 می‌باشد. این موضوع همراه بود با بررسی‌های مختلف در بروز عواملی و چالش‌های دیگر با بررسی در مقالات مختلف مورد بررسی قرار گرفت و برخی چالش‌ها و تغییرات مدل‌های کسب و کارهای باشگاه‌های ورزشی استخراج و تحلیل‌ها بر اساس محتوای مطالب صورت گرفت و برای نشان دادن یافته‌ها از ترسیم دیاگرام استفاده شد.

یافته‌ها

در بخش یافته‌ها چارچوب مفهومی نهایی شامل 77 جزء، 22 بعد، 8 دیدگاه‌ها و 3 سطح شناسایی شد. این مدل شامل سه سطح زمینه‌ای - محیطی، ساختاری - قابلیت و فرآیند عملکردی بود. سطوح زمینه‌ای محیطی شامل دیدگاه‌های اطلاعات محیطی کسب و کار، شبکه حمایت محیطی برای تغییر و ظرفیت بازار برای تغییر است. سطح ساختاری قابلیت نیز شامل دیدگاه‌های تغییرپذیری کسب و کار و استراتژی تغییر سیستم کسب و کار بود. علاوه بر این، سطح عملکردی فرآیندی از جمله چشم‌اندازهای پیشرفت جدید تعیین شد. سیستم کسب و کار، انعطاف‌پذیری و سازگاری سیستم جدید و توسعه سیستم، چارچوب جدید، دیدگاه اطلاعات محیط کسب و کار مانند تحولات بازار و تجربیات کسب و کار را شامل می‌شود. دانش و مشاوره، چشم‌انداز شبکه پشتیبانی محیطی برای تغییر، ابعاد ترکیبی مانند پشتیبانی از نقشه‌ها و شخصیت‌ها، پشتیبانی از موسسات و مراکز مختلف و همکاری و مشارکت با سایر کسب و کارها؛ و دیدگاه ظرفیت بازار برای ابعاد تغییر، شامل فعالیت رقبا و ظرفیت بازار و رفتار مشتری در شرایط بحران کووید 19 از دیدگاه‌های مطرح شده بود. علاوه بر این، دیدگاه تنوع کسب و کار شامل ساختار و ماهیت سیستم کسب و کار بود مانند منابع و سرمایه کسب و کار، تفکر تغییر در مدیریت کسب و کار و فشارها و همچنین الزامات تغییر کسب و کار. علاوه بر این، چشم‌انداز استراتژی تغییر سیستم کسب و کار شامل برنامه ریزی تغییر تعیین شده و ظرفیت سازی است. پیشرفت سیستم کسب و کار جدید نیز بعد از تغییر در نقش اعضا و تیم تجاری بود. مشکلات متعددی که دیده شد همواره در بروز عوامل محیطی و بخصوص تحولات بازار صورت گرفت. هرچند که به صورت کلی نمی‌توانیم مدل کسب و کار خود را تنها به یک عامل مشخص و دقیق معطوف کنیم. در ادامه‌ی پژوهش‌های صورت گرفته نکته‌ی مهمی که حایز اهمیت هست، دید بازاریابی به مدل‌ها و انعطاف‌پذیری بالا نسبت به عوامل تجاری بوده است. همچنین به این موضوع پرداخته شده است که در شرایط اقتصادی کنونی، هنگام بررسی علت کاهش سودآوری و ضررهای مالی کسب و کارهای ورزشی، باید هم شرایط عمومی اقتصادی کشور و هم عوامل خاص داخلی صنعت یا مدیریت ضعیف داخلی به عنوان محرک‌های اضافی مدنظر قرار گیرد. در واقع مدیریت ضعیف و همچنین عدم رعایت اصول مدل‌های کسب و کار، خود می‌توانند عاملی حائز اهمیت در بروز چالش‌های فراوان در باشگاه‌های ورزشی شوند.

نتیجه‌گیری

همواره در طول سال‌های گذشته عوامل گوناگونی سبب شدند که باشگاه‌های ورزشی علاوه بر چالش‌های مختلفی که از لحاظ اجتماعی و اقتصادی بر پیکر این صنعت آوردند، دچار تحول گردند. بلکه به لحاظ مدیریتی هم دغدغه‌های فراوانی صورت گرفت که منجر به تغییرات زیادی شد. بخش مشاور کسب و کار نیز یکی از بخش‌هایی است که حضور فیزیکی و مجازی آن در هر کسب و کاری مهم و کارآمد است. این بخش می‌تواند سهم زیادی از مشکلات و موانع کاری کسب و کارها را از بین ببرد و از وقوع مشکلات در آینده جلوگیری کند. داشتن دانش و مشاوره کسب و کار می‌تواند مدیران کسب و کارها را با مدل‌های به روز دنیا و منطبق با نیازهای کسب و کار در بحران، با صنعت و بازار مشاور مدیریت و چالش‌های آن و آموزش شایستگی‌های لازم در مشاوره کسب و کار آشنا کند. برخی نتایج پژوهش‌های پیشین نیز مؤلفه‌ها و عوامل شناسایی شده در این سطح را به عنوان عوامل مهم و تعیین کننده تأیید می‌کنند.

منابع

H. Brakhas . M. R. Boroumand, S. Dastoom , B. Bozorgpour(2021) .Business Management in Crisis Period: Factors, Challenges and Strategies (Studying Sports Industry in a Recession Caused by Coronavirus)

Aminiroshan,z., ؛ Gholamian , J., & Esmaeili, M. (2022). The Development Model of Digital Sports Businesses . 13th international congress on sport sciences. 7-9 march 2022. Tehran. Iran.

Gholipour, N., & alidoust Ghahfaraki, E. (2023). Strategies for Renovation sports businesses in the post-COVID-19 era. *Sport Management Studies*, (), -. doi: 10.22089/smrj.2022.12258.3603

Şahin, E., Demirsel, M. T., Adam, A. A. (2020). The Effect of Social Media on Sports Marketing: Konyaspor Football Club Case, *Journal of Business Research-Turk*, 12 (1), 79-94.