مجله علوم پزشکی رازی دوره ۲۷، شماره ۹، آذر ۱۳۹۹ http://rjms.iums.ac.ir

مقاله پژوهشی

بررسی وضعیت تمایلات رفتاری– روانی افراد مرتبط با سرویس‌های کودک در زمان شیوع ویروس کویید–۱۹

بیتا نیک نژاد: گروه مدیریت بازرگانی- بازاریابی، واحد علی آباد کتول، دانشگاه آزاد اسلامی، علی آباد کتول، ایران

پرویز سعیدی: دانشیار، گروه مدیریت، واحد علی آباد کتول، دانشگاه آزاد اسلامی، علی آباد کتول، ایران (* نویسنده مسئول) Dr.Parvizsaeedi@yahoo.com

امیر اخوان فر: استادیار، گروه مدیریت، دانشگاه پیام نور، جمهوری اسلامی ،ایران

چکیده

زمینه و هدف: شیوع ویروس کویید–۱۹ توانسته است روند فعالیتی صنایع مختلف را در سرتاسر جهان با مشکلات عمده‌ای مواجه نماید. هدف از انجام تحقیق حاضر بررسی وضعیت تمایلات رفتاری افراد مرتبط با سرویس‌های کودک در زمان شیوع ویروس کویید–۱۹ بود.

روش کار: روش تحقیق حاضر از منظر گردآوری اطلاعات به صورت میدانی بود. جامعه آماری تحقیق حاضر شامل تمامی افراد بازار خدمات کودک در شهر گرگان بود که متاسفانه آمار دقیقی از تعداد آنان در دسترس نبود. بر اساس فرمول حجم نمونه کوکران در شرایط نامشخص بودن جامعه، تعداد ۳۸۴ نفر به عنوان نمونه تحقیق مشخص شدند. ابزار گردآوری پژوهش حاضر شامل پرسشنامه استاندارد البایراک و همکاران (۲۰۱۶) و پرسشنامه تمایلات روانی محقق ساخته بود. در تحقیق حاضر جهت تحلیل داده ها، از آزمون کلوموگراف اسمیرنف، آزمون تی تک نمونه ای، تی مستقل و تحلیل واریانس استفاده شد.

یافته‌ها: نتایج نشان داد که میانگین تمایلات رفتاری و روانی افراد مرتبط با سرویس‌های کودک در زمان شیوع ویروس کویید–۱۹ نمونه‌های تحقیق به ترتیب ۲/۵۷ و ۲/۱۵ می باشد بنابراین، می‌توان اعلام داشت که میزان وضعیت تمایلات رفتاری و روانی افراد مرتبط با سرویس‌های کودک در زمان شیوع ویروس کویید–۱۹ در میان نمونه‌های تحقیق به صورت معناداری پایین‌تر از سطح مطلوب می‌باشد.

نتیجه‌گیری: بدون شک آثار روانشناختی شیوع ویروس کویید–۱۹ توانسته است تا افراد مرتبط با سرویس‌های کودک را نیز دچار مشکلاتی نماید. توجه به گروه‌های درگیر با آثار روان‌شناختی این ویروس می‌تواند در جهت بهبود وضعیت تمایلات رفتاری مشتریان بازار خدمات کودک این باز مفید باشد.

تعارض منافع: گزارش نشده است.

منبع حمایت کننده: حامی مالی نداشته است.

کلیدواژه‌ها

ویروس کویید–۱۹،

تمایلات رفتاری–روانی،

کودک

تاریخ دریافت: ۹۹/۰۶/۲۳

تاریخ چاپ: ۹۹/۰۹/۱۶

شیوه استناد به این مقاله:

Niknezhad B, Saeidi P, Akhavan Far A. Assessing the status of behavioral-psychological tendencies of people related to child services during the outbreak of Covid-19 virus. Razi J Med Sci. 2020;27(9):79-87.

*انتشار این مقاله به‌صورت دسترسی آزاد مطابق با CC BY-NC-SA 3.0 صورت گرفته است.

[Downloaded from rjms.iums.ac.ir on 2026-11-21]

Razi Journal of Medical Sciences. 2020;27(9):79-87. http://rjms.iums.ac.ir

Original Article

Assessing the status of behavioral-psychological tendencies of people related to child services during the outbreak of COVID-19 virus

Bita Niknezhad: PhD Candidate, Department of Business-Marketing Management, Aliabad Katoul Branch, Islamic Azad University, Aliabad Katoul, Iran

Parviz Saeidi: Associate Professor, Department of Management, Aliabad Katoul Branch, Islamic Azad University, Aliabad Katoul, Iran (*Corresponding author) Dr.Parvizsaeedi@yahoo.com

Amir Akhavan Far: Assistant Professor, Department of Management, Payame Noor University, Islamic Republic of Iran

Abstract

Backgroiund and Aims: Today, customers are the most important assets of any organization and organizations that strive to have committed and loyal customers have taken a big step towards success (3). In the meantime, paying attention to important aspects of customer orientation can have positive and desirable effects on their decisions and behaviors and also subject customers' behaviors to fundamental changes (4). In this regard, one of the important functions of customer orientation and customer attention in industries and companies is to influence the behavioral tendencies of customers (5). Behavioral tendencies influence the behavior of influential people and increase the likelihood of performing a behavior and improve their loyalty, as well as the likelihood of customers buying (6, 7). Improving customer behavioral tendencies and adapting it to industry policies has been one of the constant concerns of managers. In an effort to align customer behavioral tendencies with the services provided by companies and organizations (8). The outbreak of Covid-19 virus has disrupted people's lives due to economic, social, occupational and psychological problems. Due to the lack of vaccines, non-pharmacological interventions are the only way to prevent the disease, which significantly affects the daily habits of the body, mental conditions, social and economic status (12). Meanwhile, the criteria of social distance, school closures and work environments challenge people and lead to many psychological problems that will have long-term effects (13). Coronary heart disease is now a pandemic. While this pandemic is spreading rapidly around the world, it has caused fear and anxiety among the general public (14). Also, the spread of this virus while involving industries has caused the world to face major challenges from an economic, political, social and cultural perspective (15).

Understanding the behavioral tendencies of customers in some markets, including the opening of child services in the event of a Quid-19 virus outbreak, can help to determine the current state of customer tendencies in these markets. This issue undoubtedly raises the necessary concern to respond to the above situation in order to improve the behavior and psychology of customers in the child service market. Therefore, the researcher is trying to answer the question, what is the state of behavioral and psychological tendencies of these people at the time of the outbreak of Quid-19 virus?

Methods: The present study was a descriptive-survey and applied research that was conducted in the field. The statistical population of this study consisted of all people related to child services in Gorgan, but unfortunately accurate statistics were

Keywords

COVID-19,

Behavioral-psychological tendencies,

Child

Received: 13/09/2020

Published: 06/12/202

[Downloaded from rjms.iums.ac.ir on 2026-11-21]

not available. Based on the Cochran sample size formula in the uncertainty of the community, 384 people were identified as the research sample. To identify the research samples, we first referred to some stores active in the field of child services market in Gorgan. In selecting these stores, we tried to consider the geographical areas of Gorgan. After obtaining the necessary licenses to obtain initial information from some customers of these stores, the contact information of some of these customers was received and through the information system of the stores, the link of the research questionnaire was sent for research samples. Due to the possibility of a large drop in research samples, 400 text messages were sent to customers of the child services market in Gorgan. After distributing and collecting research questionnaires, 327 questionnaires were collected and analyzed. Data collection tools included the standard questionnaire of Bayrak et al. (2016) and the researcher-made psychological inclination questionnaire.
Finally, descriptive statistics, Smirnov clomograph test, one-sample t-test, independent t-test, one-way analysis of variance and Tukey's follow-up were used to compare the behavioral tendencies of the research samples. The whole process of data analysis was performed in SPSS software version 20.
Resaults: The results showed that there is a significant difference between the levels of behavioral and psychological tendencies and also the post hoc test between all groups in all components. Table 2 shows the results of the independent t-test on the status of behavioral and psychological tendencies at the time of the outbreak of Quid-19 virus according to gender characteristics. The results showed that there was a significant difference between the behavioral and psychological tendencies of male and female samples of child service market customers during the outbreak of Quid-19 virus. It was also found that the average behavioral and psychological tendencies of the research samples at the time of the outbreak of Quaid-19 virus were lower than 0.05, which indicates the undesirable behavioral and psychological tendencies of customers.
Conclusion: The present study showed that the level of behavioral and psychological tendencies of customers in the child services market at the time of the outbreak of Quid-19 virus among the research samples is significantly lower than the desired level (number 3). Low visibility of this disease not only threatens the physical health of people, but also affects the mental health of people, especially in terms of emotions and cognition. Prolonged negative emotions reduce a person's immune function and upset the balance of their normal physiological mechanisms. People may overreact to any illness, leading to avoidant behaviors. Uncertainty about the future also causes cognitive inconsistencies and insecurity, and people behave conservatively and cautiously when they feel threatened by illness (21). These cases may be the reason for the undesirable behavioral and psychological tendencies of customers.

Conflicts of interest: None
Funding: None

Cite this article as:

Niknezhad B, Saeidi P, Akhavan Far A. Assessing the status of behavioral-psychological tendencies of people related to child services during the outbreak of Covid-19 virus. Razi J Med Sci. 2020;27(9):79-87.

*This work is published under CC BY-NC-SA 3.0 licence.

[Downloaded from rjms.iums.ac.ir on 2026-11-21]

مقدمه

در دنیای امروز نقش مشتری به یکی از مهمترین عوامل کسب و کار تبدیل شده است و موفقیت هر سازمانی به چگونگی ارتباط موثر با مشتری و ایجاد نگرش مثبت از کالا و خدمات خود به مصرف کنندگان در هم آمیخته است (۱). در هر کسب وکاری رضایت مشتری به عنوان بالاترین و مهمترین پارامتر موفقیت آن کسب و کار شناخته می‌شود. لذا بدست اوردن جایگاه مناسبی در ذهن مشتری و ایجاد تعهد برای مصرف کننده از جمله مواردی است که مدیران ارشد شرکت‌ها و سازمان‌ها در تلاش برای دستیابی به آن از هیچ تلاشی فروگذار نمی‌کنند (۲). امروزه مشتریان مهمترین سرمایه‌های هر سازمانی هستند و به طور حتم سازمان‌هایی که معتقدند مشتریان ولی نعمت سازمانند و بر اصل مشتری مداری تاکید دارند؛ بزرگترین و با ارزش‌ترین دارایی را در اختیار دارند. بنابراین سازمان‌هایی که بکوشند تا مشتریانی متعهد و وفادار داشته باشند، گام بزرگی در رسیدن به موفقیت طی نموده‌اند (۳). در این بین توجه به جنبه‌های مهم مشتری مداری می تواند در تصمیم‌گیری‌ها و رفتارهای آنان تاثیرات مثبت و مطلوبی داشته باشد و رفتارهای مشتریان را نیز دستخوش تغییرات اساسی نماید (۴). در همین رابطه یکی از کارکردهای مهم مشتری مداری و توجه به مشتریان در صنایع و شرکت ها، تاثیرگذاری بر تمایلات رفتاری مشتریان می باشد (۵).

تمایلات رفتاری اشاره به وضعیتی ذهنی و رفتاری در مشتریان دارد که آنان را جهت انجام و یا عدم انجام یک سلسله فعالیت ترغیب می‌کند. به عبارتی تمایلات رفتاری سبب تاثیرگذاری بر انجام رفتارهای افراد تاثیرگذار شده و احتمال انجام یک رفتار را قوی‌تر می‌کند (۶). و سبب بهبود وفاداری آنان شده، همچنین احتمال خرید مشتریان را تحت تاثیر قرار می‌دهد (۷). بهبود تمایلات رفتاری مشتریان و متناسب‌سازی آن با سیاست‌های حاکم بر صنایع به عنوان یکی از دغدغه‌های همیشگی مدیران مشخص بوده است. به صورتی که تلاش‌هایی جهت همسوسازی تمایلات رفتاری مشتریان با خدمات ارائه شده شرکت ها و سازمان ایجاد گردد (۸).

اگرچه تلاش جهت بهبود تمایلات رفتاری همواره به عنوان یک مساله مهم مورد توجه مدیران قرار گرفته است، اما برخی مسائل محیطی سبب بروز مشکلاتی در این حوزه گردیده است. شیوع ویروس کووید-۱۹ به عنوان یک مساله جهانی، توانسته است ضمن بروز مشکلات پزشکی، بر جنبه‌های مختلف صنایع نیز تاثیر گذار باشد و روند فعالیتی این صنایع را با مشکلات عمده‌ای مواجه نماید. شیوع ویروس کووید-۱۹ در تاریخ ۳۱ دسامبر ۲۰۱۹ در ووهان کشور چین گزارش شد. سازمان جهانی بهداشت در سال ۲۰۲۰ با اعلام نام این ویروس به نام ویروس کووید-۱۹ اعلام نمود که این ویروس شبیه ویروس سارس (SARS) (این ویروس بین سال‌های ۲۰۰۳-۲۰۰۲ وجود داشت که حدود ۸۰۰۰ مورد ابتلا و ۸۰۰ کشته برجای گذاشت) و ویروس مرس (MERS) (این ویروس در سال ۲۰۱۲ گزارش شد که حدود ۲۵۰۰ مورد ابتلا و ۸۰۰ کشته برجای گذاشت) می‌باشد (۹). قدرت سرایت گسترده این ویروس سبب گردیده است تا نگرانی‌های عمده‌ای را در سطح جهان ایجاد نماید (۱۰). پتانسیل بالای رشد این ویروس سبب گردیده است تا این ویروس تبدیل به یک بیماری همه گیر شود و خطر جدی را برای سلامت عمومی ایجاد نماید. کشورهای بسیاری در سطح جهان با این ویروس درگیر شده‌اند و رشد این ویروس هر روز در حال گسترش می‌باشد و کشورها، مناطق و شهرهای بسیاری را آلوده نموده است (۱۱). شیوع ویروس کووید-۱۹ به علت بروز مشکلات اقتصادی، اجتماعی، شغلی و روانی باعث بروز اختلال در زندگی افراد گردیده است. به دلیل نداشتن واکسن، مداخلات غیر دارویی تنها راه پیشگیری از بیماری است که به طور چشمگیری عادات روزانه بدن، شرایط روحی، موقعیت اجتماعی و اقتصادی را تحت تاثیر قرار می‌دهد (۱۲). در این بین معیارهای فاصله اجتماعی، بسته شدن مدارس و محیط‌های کاری، افراد را به چالش می‌کشد و منجر به مشکلات روان‌شناختی متعددی می‌شود که اثرات طولانی مدتی بر جای خواهد گذاشت (۱۳). بیماری کرونا اکنون به وضعیت پاندمی رسیده است. در حالی که این پاندمی به سرعت در سراسر جهان در حال گسترش است، باعث ایجاد ترس و نگرانی در عموم مردم شده است (۱۴). همچنین شیوع این ویروس ضمن درگیر نمودن صنایع سبب گردیده است تا جهان

[Downloaded from rjms.iums.ac.ir on 2026-11-21]

از منظر اقتصادی، سیاسی، اجتماعی و فرهنگی دچار چالش‌های عمده‌ای گردد (۱۵).

شیوع ویروس کووید-۱۹ بر حوزه مشتریان نیز تاثیرات خود را بر جای گذاشته است و سبب بروز آسیب‌های جدی به صنایع شده است. یکی از نگرانی-های مهم در خصوص شیوع ویروس کووید-۱۹ ماندگاری آثار نامطلوب آن در حوزه کسب و کارها و ایجاد تغییرات در رفتارهای مشتریان می‌باشد. پی بردن به تمایلات رفتاری مشتریان در برخی بازارها از جمله باز خدمات کودک در زمان شیوع ویروس کووید-۱۹ می‌تواند، به مشخص نمودن وضعیت فعلی تمایلات مشتریان در این بازارها کمک نماید. این مساله بدون شک سبب می گردد تا دغدغه لازم در جهت پاسخگویی به وضعیت فوق در جهت بهبود رفتاری مشتریان بازار خدمات کودک ایجاد گردد. با این توجه تحقیق حاضر با هدف بررسی وضعیت تمایلات رفتاری و روانی افراد مرتبط با سرویس های کودک در زمان شیوع ویروس کووید-۱۹ سعی در پاسخگویی به این سوال دارد که وضعیت تمایلات رفتاری و روانی این افراد در زمان شیوع ویروس کووید-۱۹ به چه صورت می‌باشد؟

روش کار

تحقیق حاضر از نوع توصیفی-پیمایشی و کاربردی بود که به صورت میدانی انجام شد. جامعه آماری این تحقیق را تمامی افراد مرتبط با خدمات کودک در شهر گرگان تشکیل دادند که متاسفانه آمار دقیقی از تعداد آنان در دسترس نبود. بر اساس فرمول حجم نمونه کوکران در شرایط نامشخص بودن جامعه، تعداد ۳۸۴ نفر به عنوان نمونه تحقیق مشخص شدند. جهت شناسایی نمونه‌های تحقیق، ابتدا به برخی فروشگاه های فعال در حوزه بازار خدمات کودک در شهر گرگان مراجعه گردید. در انتخاب این فروشگاه ها سعی گردید مناطق جغرافیایی شهر گرگان مدنظر قرار گیرد. پس از کسب مجوزهای لازم جهت کسب اطلاعات اولیه از برخی مشتریان این فروشگاه‌ها، اطلاعات تماس برخی از این مشتریان دریافت و از طریق سیستم اطلاع رسانی فروشگاه ها، لینک پرسشنامه تحقیق برای نمونه های تحقیق ارسال گردید. با توجه به احتمال ریزش فراوان نمونه های تحقیق، تعداد ۴۰۰ پیامک به مشتریان بازار خدمات کودک در شهر گرگان ارسال گردید. پس از پخش و جمع‌آوری پرسش‌نامه‌های پژوهش، تعداد ۳۲۷ پرسش‌نامه جمع آوری و مورد تحلیل قرار گرفت.

ابزار گردآوری پژوهش حاضر شامل پرسشنامه استاندارد البایراک و همکاران (۲۰۱۶) و پرسشنامه تمایلات روانی محقق ساخته بود. این پرسشنامه در سال ۲۰۱۶ توسط البایراک و همکاران طراحی گردید. این پرسشنامه دارای ۴ سوال می باشد که سوالات آن به بررسی تمایلات رفتاری مشتریان می پردازد. میزان پایایی پرسشنامه‌ها به ترتیب ۰/۸۷ و ۰/۸۵ مشخص گردید. روایی محتوایی پرسشنامه‌ها با استفاده از نظرات ۸ تن از اساتید دانشگاهی مورد بررسی قرار گرفت.

نهایتا از آمار توصیفی، آزمون کلوموگراف اسمیرنف، تی تک نمونه‌ای، تی مستقل، تحلیل واریانس یک طرفه و تعقیبی توکی جهت مقایسه وضعیت تمایلات رفتاری نمونه های تحقیق استفاده شد. کلیه روند تجزیه و تحلیل داده های تحقیق حاضر در نرم افزار SPSS نسخه ۲۰ انجام گردید.

یافته‌ها

نتایج تحقیق حاضر جدول ۱ نشان داد که بین میزان تمایلات رفتاری افراد در زمان شیوع ویروس کووید-۱۹ بر حسب رده سنی به علت پایین تر بودن سطح معناداری از ۰/۰۵ تفاوت معناداری وجود دارد. به صورتی که میانگین تمایلات رفتاری گروه سنی زیر ۴۰ سال با ۲/۴۵ پایین ترین میانگین در میان گروه های مختلف رده سنی دارد. نتایج تحقیق حاضر همچنین نشان داد که بین میزان تمایلات رفتاری افراد در زمان شیوع ویروس کووید-۱۹ بر حسب سطح تحصیلات به علت پایین تر بودن سطح معناداری از ۰/۰۵ تفاوت معناداری وجود دارد. به صورتی که میانگین تمایلات رفتاری گروه کارشناسی ارشد و بالاتر با ۲/۳۲ پایین ترین میانگین در میان گروه های مختلف تحصیلی دارد. نتایج تحقیق حاضر نشان داد که بین میزان تمایلات رفتاری مشتریان بازار خدمات کودک در زمان شیوع ویروس کووید-۱۹ بر حسب سابقه خرید به علت بالاتر بودن سطح معناداری از ۰/۰۵ تفاوت معناداری وجود ندارد. نتایج تحقیق حاضر نشان داد که بین میزان

[Downloaded from rjms.iums.ac.ir on 2026-11-21]

تمایلات رفتاری نمونه ها در زمان شیوع ویروس کووید-۱۹ بر حسب سطح اقتصادی به علت پایین تر بودن سطح معناداری از ۰/۰۵ تفاوت معناداری وجود دارد. به صورتی که میانگین تمایلات رفتاری گروه دارای سطح اقتصادی خوب با ۲/۲۶ پایین ترین میانگین در میان گروه های مختلف سطح اقتصادی دارد. همچنین آزمون تعقیبی نشان داد بین تمام گروهها در تمام مولفهها تفاوت معناداری وجود دارد. جدول شماره ۲ نتایج آزمون تی مستقل در خصوص وضعیت تمایلات رفتاری و روانی در زمان شیوع ویروس کووید-۱۹ با توجه به ویژگی جنسیت را نشان می دهد.

نتایج آزمون تی مستقل جدول ۳ نشان داد که بین تمایلات رفتاری و روانی نمونه‌های مرد و زن مشتریان بازار خدمات کودک در زمان شیوع ویروس کووید-۱۹ تفاوت معناداری وجود دارد.

نتایج آزمون تی تک نمونه ای نشان داد که میانگین تمایلات رفتاری و روانی نمونه‌های تحقیق در زمان شیوع ویروس کووید-۱۹ پایین تر از ۰/۰۵ می باشد، که نشان دهنده نامطلوب بودن تمایلات رفتاری و روانی مشتریان می‌باشد.

بحث

شیوع ویروس کووید-۱۹ آثار روانشناختی مختلفی را بر سطح جهانی گذاشته است. به صورتی که این آثار در

جدول ۱- نتایج آزمون تحلیل واریانس در خصوص وضعیت تمایلات رفتاری و روانی مشتریان بازار خدمات کودک در زمان شیوع ویروس کووید-۱۹ با توجه به ویژگی سطح تحصیلات، رده سنی، سابقه خرید و وضعیت اقتصادی

متغیر جمعیت شناختی	گروه ها	تعداد	میانگین	انحراف استاندارد	مجموع مربعات	درجه آزادی	میانگین مربعات	F	سطح معناداری
رده سنی	زیر ۴۰ سال	۱۳۳	۲/۴۵	۱/۲۲۷	۷/۷۰۹	۲	۳/۸۵۴	۳/۳۲۱	*۰/۰۳۷
	۴۰-۵۰ سال	۱۲۴	۲/۴۷	۱/۱۷۶	۳۷۶/۰۵۳	۳۲۴	۱/۱۶۱		
	بالای ۵۰ سال	۷۰	۲/۷۷	۰/۸۱۴	۳۸۳/۷۶۱	۳۲۶			
سطح تحصیلات	دیپلم و پایین تر	۱۳۹	۲/۶۰	۱/۰۶۰	۸/۳۱۱	۲	۴/۱۵۵	۳/۵۸۶	*۰/۰۲۹
	فوق دیپلم و کارشناسی	۱۰۳	۲/۷۴	۱/۱۰۸	۳۷۵/۴۵۱	۳۲۴	۱/۱۵۹		
	کارشناسی ارشد و بالاتر	۸۵	۲/۳۲	۱/۰۶۲	۳۸۳/۷۶۲	۳۲۶			
سابقه خرید	زیر ۵ سال	۱۰۴	۲/۴۹	۱/۰۷۹	۱/۱۸۱	۲	۰/۵۹۰	۰/۵۰۰	۰/۶۰۷
	۵-۱۰ سال	۱۴۵	۲/۶۱	۱/۰۸۱	۳۸۲/۵۸۱	۳۲۴	۱/۱۸۱		
	بیش از ۱۰ سال	۷۸	۲/۶۲	۱/۱۰۶	۳۸۳/۷۶۱	۳۲۶			
سطح اقتصادی	خوب	۱۰۵	۲/۲۶	۱/۰۸۴	۷/۸۰۸	۲	۳/۹۰۴	۳/۳۶۴	*۰/۰۳۶
	متوسط	۱۵۸	۲/۶۳	۰/۹۹۱	۳۷۵/۹۵۴	۳۲۴	۱/۱۶۰		
	ضعیف	۶۴	۲/۶۶	۱/۱۰۹	۳۸۳/۷۶۱	۳۲۶			

*: معناداری در سطح ۰/۰۵

جدول ۲- نتایج آزمون تی مستقل در خصوص وضعیت تمایلات رفتاری و روانی مشتریان بازار خدمات کودک در زمان شیوع ویروس کووید-۱۹ با توجه به ویژگی جنسیت

متغیر	گروه ها	تعداد	میانگین	انحراف استاندارد	تی	درجه آزادی	سطح معناداری
تمایلات رفتاری	مرد	۱۰۸	۳/۲۴	۱/۳۸۶	۸/۵۷۷	۳۲۵	*۰/۰۰۱
	زن	۲۱۹	۲/۲۵	۰/۷۰۱			
تمایلات روانی	مرد	۱۰۸	۳/۴۶	۱/۰۹	۷/۳۲۴	۳۲۵	*۰/۰۰۱
	زن	۲۱۹	۲/۱۲	۱/۰۴			

*: معناداری در سطح ۰/۰۵

جدول ۳- نتایج آزمون تی تک نمونه ای در خصوص وضعیت نمونه ها در زمان شیوع ویروس کووید-۱۹

متغیر	میانگین	انحراف استاندارد	میانگین فرضی	تی	سطح معنادری	وضعیت
تمایلات رفتاری	۲/۵۷	۱/۰۸۴	۳	-۷/۰۳۴	*۰/۰۰۱	نامطلوب
تمایلات روانی	۲/۷۴	۱/۱۲	۳	-۷/۲۹۶	*۰/۰۰۱	نامطلوب

*: معناداری در سطح ۰/۰۵

[Downloaded from rjms.iums.ac.ir on 2026-11-21]

حوزه های مختلف خود را نمایان ساخته است. شناسایی این آثار می تواند در جهت برنامه ریزی های مطلوب در مسیر کنترل این آثار مفید و کلیدی باشد. به طور حتم بررسی وضعیت تمایلات رفتاری و روانی افراد خدمات کودک در زمان شیوع ویروس کووید-۱۹ می تواند به عنوان یک مساله کاربردی، سبب بهبود برنامه ریزی ها در جهت بهبود وضعیت روانشناختی مشتریان بازار خدمات کودک در زمان شیوع ویروس کووید-۱۹ گردد. تحقیق حاضر نشان داد که میانگین تمایلات رفتاری و روانی مشتریان بازار خدمات کودک در زمان شیوع ویروس کووید-۱۹ پایین تر از ۰/۰۵ می باشد، می توان اعلام داشت که میزان وضعیت تمایلات رفتاری و روانی مشتریان بازار خدمات کودک در زمان شیوع ویروس کووید-۱۹ در میان نمونه های تحقیق به صورت معناداری پایین تر از سطح مطلوب (عدد ۳) می باشد. با این توجه می توان چنین مشخص نمود که مشتریان بازار خدمات کودک در زمان شیوع ویروس کووید-۱۹ تحت تاثیر شیوع ویروس کووید-۱۹ قرار گرفته اند و تمایلات رفتاری و روانی آنان را تحت شعاع قرار داده است.

مطالعات مختلف نشان دادند شیوع ویروس کووید-۱۹ آثار نامطلوب روانشناختی را در تمامی گروه ها ایجاد نموده است (۱۵، ۱۶، ۱۷). ویروس کووید-۱۹ سبب گردیده است تا رفتار خرید مشتریان به صورت کلی تحت تاثیر قرار گیرد. به نظر می رسد همه گیری این ویروس و قدرت سرایت آن سبب گردیده است تا نگرانی های عمومی را ایجاد کند که این نگرانی ها بر تمایلات رفتاری و روانی مشتریان بازار کودک نیز تاثیر گذار باشد. این نگرانی ها توانسته است تا تمایلات رفتاری مشتریان بازار خدمات کودک را تحت شعاع قرار دهد. به عبارتی شیوع ویروس کووید-۱۹ سبب گردیده است تا ترس و نگرانی ذهنی بر رفتارهای مشتریان نیز تاثیرگذار شود و تمایلات رفتاری مشتریان بازار خدمات کودک را به صورت کاملا معناداری کاهش دهد (۱۹،۲۰).

بطور کلی عدم قطعیت و پیش‌بینی‌پذیری پایین این بیماری نه تنها سلامت فیزیکی افراد را تهدید می‌کند، بلکه سلامت روانی افراد، به ویژه از نظر احساسات و شناخت را نیز تحت تاثیر قرار می‌دهد. احساسات منفی طولانی مدت، عملکرد ایمنی افراد را کاهش می‌دهد و تعادل مکانیزم‌های فیزیولوژیکی نرمال آنها را از بین می‌برد. افراد ممکن است بیش از حد به هر بیماری واکنش نشان دهند، که منجر به رفتارهای اجتنابی می‌شود. همچنین عدم اطمینان از وضعیت آتی باعث ناهماهنگی شناختی و ناامنی می‌شود و مردم زمانی که احساس خطر بیماری می‌کنند، به شیوه‌ای محافظه‌کارانه و محتاطانه رفتار می‌کنند (۲۱). که این موارد ممکن است دلیل نامطلوب بودن تمایلات رفتاری و روانی مشتریان باشد.

تحقیق حاضر مشخص نمود که بین میزان تمایلات رفتاری و روانی مشتریان بازار خدمات کودک در زمان شیوع ویروس کووید-۱۹ بر حسب رده سنی تفاوت معناداری وجود دارد. به صورتی که میانگین تمایلات رفتاری گروه سنی زیر ۴۰ سال، پایین ترین میانگین در میان گروه های مختلف رده سنی دارد. نتایج تحقیق حاضر همچنین نشان داد که بین میزان تمایلات رفتاری مشتریان بازار خدمات کودک در زمان شیوع ویروس کووید-۱۹ بر حسب سطح تحصیلات تفاوت معناداری وجود دارد به صورتی که میانگین تمایلات رفتاری گروه کارشناسی ارشد و بالاتر، پایین ترین میانگین در میان گروه های مختلف تحصیلی دارد. نتایج تحقیق حاضر نشان داد که بین میزان تمایلات رفتاری مشتریان بازار خدمات کودک در زمان شیوع ویروس کووید-۱۹ بر حسب سابقه خرید، تفاوت معناداری وجود ندارد. نتایج تحقیق حاضر نشان داد که بین میزان تمایلات رفتاری مشتریان بازار خدمات کودک در زمان شیوع ویروس کووید-۱۹ بر حسب سطح اقتصادی تفاوت معناداری وجود دارد. به صورتی که میانگین تمایلات رفتاری گروه دارای سطح اقتصادی خوب، پایین ترین میانگین در میان گروه های مختلف سطح اقتصادی دارد. نتایج همچنین نشان داد که میزان تمایلات رفتاری و روانی مشتریان مرد بازار خدمات کودک در زمان شیوع ویروس کووید-۱۹بیشتر از میزان مشتریان زن می باشد. به عبارتی زنان بیشتر تحت شعاع شیوع ویروس کووید-۱۹ قرار گرفتند که این امر ممکن است به دلیل ترس از دست دادن عزیزان و وابستگی بیشتر زنان نسبت به مردان باشد.

شیوع ویروس کووید-۱۹ در میان گروه های مختلف

[Downloaded from rjms.iums.ac.ir on 2026-11-21]

جمعیت شناختی آثار متفاوتی را ایجاد نموده است. به صورتی که در برخی گروه ها توانسته است تا تاثیرگذاری بیشتری داشته باشد (۲۲). برخی گروه های خطر (گروه‌های حمل و نقل- کارمندان کارخانجات- موسسات آموزشی و غیره) بیشتر تحت تاثیر جو روانی ناشی از شیوع ویروس کووید-۱۹ قرار گرفته‌اند (۲۳). بدون شک شیوع ویروس کووید-۱۹ در برخی گروه‌های سنی، جنسیتی، تحصیلاتی و اقتصادی می تواند آثار قوی تری را برجای گذارد و منجر به مشکلات روانشناختی بیشتری گردد. این مساله در تحقیق حاضر سبب گردیده است تا تمایلات رفتاری مشتریان بازار خدمات کودک در زمان شیوع ویروس کووید-۱۹ در وضعیت های مختلف جنسیتی، تحصیلاتی، سنی، سابقه خرید و اقتصادی در برخی گروه‌ها متفاوت باشد. بدون شک توجه به این تفاوت‌ها می‌تواند برنامه‌ریزی‌ها در جهت کنترل تمایلات رفتاری مشتریان بازار خدمات کودک در زمان شیوع ویروس کووید-۱۹ در میان گروه های حساس تر در وضعیت های مختلف جمعیت شناختی را به صورت عمیق تر اجرایی نماید. با توجه به نتایج تحقیق حاضر پیشنهاد می گردد تا ضمن توجه به گروه های حساس جمعیت شناختی، برنامه‌ریزی جهت کاهش نگرانی های این افراد در راستای بهبود تمایلات رفتاری مشتریان بازار خدمات کودک در زمان شیوع ویروس کووید-۱۹ انجام گردد. از طرفی پیشنهاد می گردد تا بازار خدمات کودک ضمن ارتقا پروتکل های بهداشتی به کاهش نگرانی های مشتریان در جهت خرید از این بازار اقدام نمایند. همچنین نتایج تحقیق حاضر نشان دهنده کاهش تمایلات رفتاری و روانی مشتریان خدمات کودک و وجود ترس و اضطراب در بین آنها دارد بنابراین پیشنهاد می‌شود ارگان‌های مسول ضمن ارائه هشدارهای مناسب به عموم مردم ترس و اضطراب را در بین مردم از بین برده و با آشناسازی آنها به روش‌های صحیح ترس و اضطراب را به حداقل رسانده تا بدینوسیله زمینه زندگی اجتماعی عادی را در بین اقشار مختلف جامعه و مخصوصا مشتریان بازار خدمات کودک ایجاد نمایند.

نتیجه‌گیری

بیماری همه‌گیر کرونا در سراسر جهان به عنوان تهدیدی بزرگ برای سلامت جسمی و روانی شناخته شده که با تاثیر بر رفتار روزمره مردم و ایجاد احساسات منفی و ترس شدید بر زندگی افراد تاثیر گذاشته است. مرور مطالعات انجام شده نشان از وجود پیامدهای روان‌شناختی گسترده در سراسر جهان دارد و سلامت روانی و تمایلات رفتاری را در سطح فردی، بین فردی و اجتماعی تحت تاثیر قرار داده است.

References

1. El-Adly MI. Modelling the relationship between hotel perceived value, customer satisfaction, and customer loyalty. J Retail Consum Serv. 2019;50:322-332.
2. Geetha M, Singha P, Sinha S. Relationship between customer sentiment and online customer ratings for hotels-An empirical analysis. Tourism Manag. 2017;61:43-54.
3. Wang Q, Zhao X, Voss C. Customer orientation and innovation: A comparative study of manufacturing and service firms. Int J Prod Econom. 2016;171:221-230.
4. Kopalle PK, Kumar V, Subramaniam M. How legacy firms can embrace the digital ecosystem via digital customer orientation. J Acad Market Sci. 2020;48(1):114-131.
5. Frambach RT, Fiss PC, Ingenbleek PT. How important is customer orientation for firm performance? A fuzzy set analysis of orientations, strategies, and environments. J Bus Res. 2016;69(4):1428-1436.
6. Coba L, Rook L Zanker M. Choosing between hotels: impact of bimodal rating summary statistics and maximizing behavioral tendency. Inform Technol Tourism. 2020;22(1):167-186.
7. Khan S, Liang D, Shah AM, Ullah R. The Buffering Role of Ethical Leadership in Moral Disengagement: Anticompetitive Behavioral Tendency Link. In ECMLG 2018 14th European Conference on Management, Leadership and Governance (p. 345). Academic Conferences and publishing limited. 2018, October.
8. Vahedi M. The Effect of E-Learning Readiness on Self-Regulated Learning Strategies and Students' Behavioral Tendency to Web-based Learning: The Mediating Role of Motivational Beliefs. Bim Educ Strateg Med Sci. 2020;13.
9. Cascella M, Rajnik M, Cuomo A, Dulebohn SC, Di Napoli R. Features, evaluation and treatment coronavirus (COVID-19). In StatPearls [Internet]. StatPearls Publishing. 2020.
10. Wang C, Horby PW, Hayden FG, Gao GF. A novel coronavirus outbreak of global health concern. Lancet. 2020;395(10223):470-473.

[Downloaded from rjms.iums.ac.ir on 2026-11-21]

11. Ahani A, Nilashi M. Coronavirus Outbreak and its Impacts on Global Economy: The Role of Social Network Sites. J Soft Comput Dec Support Syst. 2020;7(2):19-22.
12. Yeen H, NingZh, . Generalized anxiety disorder,depressive symptoms and sleep quality during COVID-19 epidemic in China:a web-based cross-sectional survey. medrixiv. The Preprint Server for Health Sciences. March 09, 2020.
13. Farahati M. Psychological consequences of coronavirus outbreak in society. J Soc Impact Assess. 2020; 12: 207-225.
14. Schoch-Spana M. COVID-19's Psychosocial Impacts The pandemic is putting enormous stress on all of us but especially on health care workers and other specific groups. Journal ofscientific american April, 2020.
15. Rani R. The Impact of Corona Virus on Indian Economy. Stud Indian Place Names. 2020;40(60):3618-3626.
16. Pfefferbaum B, North CS. Mental health and the Covid-19 pandemic. NEng J Med. 2020.
17. Duan L, Zhu G. Psychological interventions for people affected by the COVID-19 epidemic. Lancet Psychiatry. 2020;7(4):300-302.
18. Chen Q, Liang M, Li Y, Guo J, Fei D, Wang L, et al. Mental health care for medical staff in China during the COVID-19 outbreak. Lancet Psychiatry. 2020;7(4):e15-e16.
19. Andersen AL, Hansen ET, Johannesen N, Sheridan A. Consumer responses to the COVID-19 crisis: Evidence from bank account transaction data. Available at SSRN 3609814. 2020.
20. Brough AR, Martin KD. Consumer Privacy During (and After) the COVID-19 Pandemic. J Pub Policy Market. 2020:0743915620929999.
21. Li S, Wang Y, Xue J, Zhao N, Zhu T. The Impact of COVID-19 Epidemic Declaration on Psychological Consequences: A Study on Active Weibo Users. Int J Environ Res Public Health. 2020;17:2032
22. Wang C, Pan R, Wan X, Tan Y, Xu L, McIntyre RS, et al. A longitudinal study on the mental health of general population during the COVID-19 epidemic in China. Brain Behav Immun. 2020.
23. Roy D, Tripathy S, Kar SK, Sharma N, Verma SK, Kaushal V. Study of knowledge, attitude, anxiety & perceived mental healthcare need in Indian population during COVID-19 pandemic. Asian J Psychiatry. 2020;102083.

[Downloaded from rjms.iums.ac.ir on 2026-11-21]