

Communication Management in Sports Media

Open
Access

ORIGINAL ARTICLE

Identifying and Validating Strategies Affecting the Development of E-sports Clubs in Iran

Ruholah Hosni¹, Nematullah Nemati^{2*}, Tahera Bagharpour³

1. Ph.D. student, Sports Management Department, Damghan Branch, Islamic Azad University, Damghan, Iran.

2. Assistant Professor, Department of Physical Education and Sports Sciences, Damghan Branch, Islamic Azad University, Damghan, Iran.

3. Assistant Professor, Department of Physical Education and Sports Sciences, Damghan Branch, Islamic Azad University, Damghan, Iran.

Correspondence

Author's Name:

Nematullah Nemati

Email: nemati@iau.ac.ir

How to cite

Hosni, R., Nemati, N., & Bagharpour, T. (2023). Identifying and Validating Strategies Affecting the Development of E-sports Clubs in Iran. *Communication Management in Sport Media*, 10(4), 29-41. doi: 10.30473/JSM.2022.62905.1599

ABSTRACT

The aim of the present research was to identify and validate the effective strategies for the development of e-sports clubs in Iran. The research method used a mixed qualitative-quantitative approach for data collection. The qualitative population consisted of experts, informed individuals, and authorities familiar with strategic sports management, as well as managers and officials of e-sports associations such as the development and progress committee and the e-sports association. The sampling method was non-probabilistic, with purposive selection and maximum diversity. The sample size for this research was determined to be 16 based on theoretical saturation. Additionally, in the quantitative section, the participants were managers and officials of e-sports clubs and e-sports athletes, totaling 360 individuals. The research tools included semi-structured interviews and a researcher-made questionnaire designed based on the extracted codes in the qualitative section. The qualitative data analysis was conducted using Maxqda software, while the quantitative analysis was performed using the AMOS structural equation modeling software. The results identified and validated 6 concepts and 44 codes related to the effective strategies for the development of e-sports clubs in Iran. Finally, the model results were confirmed in terms of validation. The results indicated that educational and research strategies, the development of official competitions, creating a platform for attracting financial support, differentiation, and interaction with the media formed the strategies for the development of e-sports clubs.

KEYWORDS

Clubs, E-sports, Sports Development.

Extended Abstract

Introduction

The aim of this study was to identify and validate effective strategies for the development of electronic sports clubs in Iran. The expansive influence of digital gaming, with its diverse and engaging content, has created a broad and varied audience, contributing to various societal, economic, and cultural goals. This dynamic and immersive medium holds great appeal and potential for any society. The findings of this research can address existing gaps in the field and serve as a basis for future investigations. In practical terms, the comprehensive research model can guide the future initiatives of relevant organizations such as the Ministry of Sports and Youth, the General Sports Federation, the Electronic Sports Association of the Islamic Republic of Iran, the National Foundation of Computer Games, and the managers of electronic sports clubs. Therefore, the primary question guiding this research is: What are the most effective development strategies for electronic sports clubs in Iran?

Methods

The research employed a mixed qualitative-quantitative approach for data collection. The qualitative segment involved experts, informants, and individuals well-versed in strategic sports management, as well as managers and officials of the electronic sports association, including the head of the development and progress committee. Non-probability sampling with targeted selection and maximum diversity was utilized, resulting in a sample size of 16 individuals based on theoretical saturation. Additionally, 360 managers, officials, and athletes from electronic sports clubs participated in a smaller portion of the study. Research tools included semi-structured interviews and a researcher-developed questionnaire comprising 25 effective strategies for the development of electronic sports clubs in Iran. The questionnaire's content validity was confirmed by 10 sports management professors who were external to the qualitative sample. To validate the model using the structural equation method, questions were designed using a 5-point Likert scale based on the extracted codes from the qualitative section. Qualitative data analysis was conducted using Maxqda software, while quantitative analysis was performed using AMOS structural equation modeling software.

Results

In the qualitative phase, codes were extracted and their related components were identified to determine effective strategies for the development of electronic sports clubs in Iran. This analysis allowed for addressing the primary and secondary research questions. The initial step in constructing the underlying theory involved open coding, which was

conducted line by line, phrase by phrase, or paragraph by paragraph, with each unit of analysis receiving a corresponding concept or code. These codes or concepts aimed to saturate the maximum conceptual space and convey their meaning. All information was coded in this initial stage, forming the foundation for subsequent major categories and the main components of the emerging contextual theory. Once all data were coded and initial codes or concepts were created, the second stage of open coding, also known as "focused" coding, commenced. At this stage, the researcher worked with the concepts produced to generate and extract major categories. The study identified that effective guidelines for the development of e-sports clubs in Iran comprise 5 components and 25 extracted codes. Factor loadings (λ) for the factor analysis of the development of electronic sports clubs in Iran revealed that the value of factor loadings for observable variables exceeded the threshold of 0.4, and their t-statistic value also surpassed the threshold of 2.567 ($P < 0.01$), indicating confidence in the target structure. The overall evaluation indices of the structural equation model, within the optimal range, suggested that the assumed model compiled by the research data is supported. In other words, the fit of the data to the model was established, and all indices indicated the desirability of the structural equation model. In conclusion, based on the results obtained, the validation of effective strategies for the development of e-sports clubs in Iran has been confirmed.

Conclusion

Strategies encompass specific actions or interactions arising from the central phenomenon (Danaei Fard and Emami, 2019). Within the strategy section, financial strategies play a crucial role in the development of various sectors, particularly in the sports industry. Establishing suitable fields and facilities to incentivize private sector investment is of paramount importance, given the private nature of professional sports. This creates an enabling environment for private sector participation and sports organization, fostering a more robust platform in this domain. Enhancing the professional infrastructure in electronic sports should enable sports managers to engage potential sponsors. Furthermore, the development of electronic sports clubs and the attraction of spectators can contribute to increased domestic and international tourism, generating income for the country. Additionally, hosting competitions can drive improvements in the quality of sports venues and equipment, significantly impacting the field's development. Based on the findings, it is recommended that electronic sports clubs facilitate a platform for the private sector to invest and engage as financial sponsors. Furthermore, the equitable distribution of events and competitions across different regions of the country can also significantly

contribute to the development of sports clubs, warranting adequate attention from officials.

KEYWORDS

Clubs, E-sports, Sports Development.

Ethical Considerations:

Compliance with ethical guidelines

The author has complied with all ethical considerations.

Funding

The authors state no funding involved.

Conflict of Interest

The authors declare that there are no conflicts of interest regarding the publication of this manuscript.

Acknowledgment

We are grateful to all those who helped us in this research.






نشریه علمی

مدیریت ارتباطات در رسانه‌های ورزشی

«مقاله پژوهشی»

شناسایی و اعتباریابی راهبردهای مؤثر بر توسعه باشگاه‌های ورزش الکترونیک در ایران

روح‌اله حسنی^۱، نعمت‌الله نعمتی^{۲*}، طاهره باقرپور^۳   

چکیده

هدف پژوهش حاضر، شناسایی و اعتباریابی راهبردهای مؤثر بر توسعه باشگاه‌های ورزش الکترونیک در ایران بود. روش پژوهش از نظر گردآوری داده‌ها، ترکیبی به صورت کیفی-کمی بود. جامعه آماری در بخش کیفی، کارشناسان، مطلعین و خیرگان آشنا با مدیریت مطالعات راهبردی ورزشی، مدیران و مسئولان انجمن ورزش‌های الکترونیکی مانند مسئول کمیته توسعه و پیشرفت، انجمن ورزش‌های الکترونیکی بودند. روش نمونه‌گیری غیراحتمالی با انتخاب هدفمند و با حداکثر تنوع یا ناهمگونی استفاده شد. اندازه نمونه در این پژوهش بر مبنای شاخص اشباع نظری برابر با ۱۶ نفر بود. همچنین جامعه آماری در بخش کمی، مدیران و مسئولان باشگاه‌های ورزش الکترونیک و ورزشکاران ورزش الکترونیک برابر با ۳۶۰ نفر بودند. ابزار پژوهش، مصاحبه‌های نیمه‌ساختارمند و پرسش‌نامه محقق‌ساخته‌ای بود که با توجه به کدهای استخراج شده در قسمت کیفی، طراحی شد. تجزیه و تحلیل قسمت کیفی با نرم‌افزار MAXQDA و قسمت کمی با نرم‌افزار مدل معادلات ساختاری AMOS انجام گرفت. نتایج مربوط به راهبردهای مؤثر بر توسعه باشگاه‌های ورزش الکترونیک در ایران نشان داد که ۶ مفهوم و ۴۴ کد نهایی شناسایی و تأیید شد. نتایج مدل به لحاظ اعتباریابی نیز تأیید شد. نتایج نشان داد که راهکارهای راهبردهای آموزشی و پژوهشی، توسعه رقابت‌های رسمی، بسترسازی جذب حامی مالی، ایجاد تمایز، تعامل با رسانه‌ها راهبردهای توسعه باشگاه‌های ورزش الکترونیک را تشکیل دادند.

واژه‌های کلیدی:

ورزش الکترونیک، توسعه ورزش، باشگاه.

۱. دانشجوی دکتری، گروه مدیریت ورزشی، واحد دامغان، دانشگاه آزاد اسلامی، دامغان، ایران
۲. دانشیار گروه تربیت‌بدنی و علوم ورزشی، واحد دامغان، دانشگاه آزاد اسلامی، دامغان، ایران
۳. استادیار گروه تربیت‌بدنی و علوم ورزشی، واحد دامغان، دانشگاه آزاد اسلامی، دامغان، ایران

نویسنده مسئول:

نعمت‌الله نعمتی

رایانامه: nemati@iau.ac.ir

استناد به این مقاله:

حسنی، روح‌اله؛ نعمتی، نعمت‌الله؛ و باقرپور، طاهره. (۱۴۰۲). شناسایی و اعتباریابی راهبردهای مؤثر بر توسعه باشگاه‌های ورزش الکترونیک در ایران. فصلنامه علمی مدیریت ارتباطات در رسانه‌های ورزشی، ۱۰(۴)، ۲۹-۴۱. doi: 10.30473/JSM.2022.62905.1599

<https://sportmedia.journals.pnu.ac.ir/>

مقدمه

جهان است. رسمیت‌دادن دولت‌ها به این بازی‌ها از طریق برگزاری لیگ‌های دیجیتال فوتبال و پوشش‌های رسانه‌ای، محبوبیت این بازی‌ها را دوچندان کرده است. باشگاه‌های ورزشی و ستارگان ورزشی منافع زیادی را از طریق صحنه‌گذاری بر این بازی‌ها کسب می‌کنند (نوانا و همکاران، ۲۰۰۷).

سابقه ورزش‌های الکترونیک به سال ۱۹۷۲ با بازی اسپیس‌وار^۸ در دانشگاه استنفورد^۹ برمی‌گردد. در دنیای امروزی ورزش‌های الکترونیک به‌عنوان یکی از متغیرهای جذاب در بین مردم شناخته شده است؛ به‌عنوان مثال، حدود ۸۰ میلیون نفر لیگ مسابقات قهرمانی جهان^{۱۰} در سال ۲۰۱۷ را تماشا کردند (ویلینگهام^{۱۱}، ۲۰۱۸). این ورزش از نظر کسب‌وکار نیز وضعیت امیدوارکننده‌ای دارد و دارای حجم بازار چند میلیارد دلاری است (بنار و همکاران، ۲۰۱۹).

ظرفیت بی‌اندازه بازی‌های دیجیتالی، در ایجاد تنوع بی‌نظیر در فرم و محتوا موجب ایجاد جامعه متنوع و بی‌شماری از مخاطبان می‌شود (عرب‌مختاری و همکاران، ۲۰۲۱) که در پی حضورشان، اهداف فراوانی را برای ساخت و تولید این بازی‌ها شکل می‌دهند؛ اهداف اقتصادی، فرهنگی، مذهبی، سیاسی، حقوقی، علمی و ... چنین رسانه پویا و محرکی برای هر جامعه‌ای جذاب و ایده‌آل به شمار می‌رود (حسین‌زاده شیخعلی کلایه و آقابگی کلاکی، ۲۰۱۷). گزارش شده است که می‌توان از ظرفیت‌های ورزش‌های الکترونیک در تقویت نگرش کارآفرینانه (محمودی و همکاران، ۲۰۱۷)، آموزش و یادگیری (دهقان‌زاده، ۲۰۱۹)، افزایش خلاقیت (مؤلفه سیالی)، انگیزه ریاضی (رغبتی، اجتنابی) و پیشرفت تحصیلی (دانش، نگرش و مهارت) دانش‌آموزان (احمدی‌صوفی حسن، ۲۰۱۸) و بهبود انگیزش و یادگیری (گلزارعزیز، ۲۰۱۹) بهره برد. در سال‌های آینده محبوبیت ورزش‌های الکترونیک سیر صعودی خواهد داشت؛ به‌طوری‌که طرفداران آن از ۱۴۸ میلیون نفر در سال ۲۰۱۶ به ۲۱۵ میلیون نفر در سال ۲۰۱۹ خواهند رسید (ماسی^{۱۲} و همکاران، ۲۰۲۰). نظر به اینکه ورزش‌های الکترونیک در بین اقشار مختلف جامعه به‌ویژه قشر جوان، مشتاقان و طرفداران فراوانی دارد، سامان‌دهی نیروها و تدوین برنامه‌های اجرایی جامع در سطوح مختلف برای این حوزه در ابتدای راه است. این موضوع سبب شده است تا درک نظری درباره این حوزه و این نوع از ورزش محدود باشد (هامری و سجویلوم^{۱۳}، ۲۰۱۷)؛ این در حالی است که ورزش‌های الکترونیک جای خود را در میان رویدادهای ورزشی جهانی باز کرده‌اند و در حال بررسی برای پیوستن

در سال‌های اخیر، بازی‌های رایانه‌ای (دیجیتال) به‌عنوان پدیده‌ای اجتماعی در کنار سایر رسانه‌های صوتی و تصویری در دنیای امروز، به دلیل رشد چشمگیر فناوری‌های ارتباطی ملی با کشش و جاذبه‌ای حیرت‌انگیز، عمده‌ترین مخاطبان خود را از میان کودکان و نوجوانان انتخاب کرده است. این بازی‌ها نه تنها بخش درخور توجهی از اوقات فراغت این قشر را به خود اختصاص داده است، بلکه به نظر می‌رسد حتی اوقاتی را نیز در بر گرفته است که آنان باید به انجام تکالیف درسی یا حضور در جمع خانواده اختصاص دهند. سن شروع بازی‌ها بیشتر از هفت‌سالگی و اوج آن دوازده تا سیزده‌سالگی است (نیئوز^۱، ۲۰۱۹). بازی‌های رایانه‌ای دومین سرگرمی بعد از تلویزیون شناخته شده است (کردافشاری، ۲۰۱۸). یکی از انواع بازی‌های رایانه‌ای نوپا، ورزش‌های الکترونیکی^۲ است؛ بازی‌های چندنفره‌ای که قابلیت رقابت و مسابقه میان بازیکنان را دارند و بازیکنان می‌توانند در بستر شبکه‌های محلی یا اینترنت به رقابت با یکدیگر بپردازند. ورزش‌های الکترونیکی به‌عنوان شکلی از ورزش تعریف می‌شود که در آن جنبه‌های اصلی ورزش توسط سیستم‌های الکترونیکی تسهیل می‌شوند (رادمن‌پسا و همکاران^۳، ۲۰۱۷). ورزش‌های الکترونیک شکلی از رقابت‌های ورزشی است که با استفاده از بازی‌های ویدئویی به‌صورت انفرادی یا تیمی بین ورزشکاران این حوزه انجام می‌شود. بررسی‌ها نشان می‌دهد، این ورزش‌ها طی سال‌های اخیر به‌سرعت رشد کرده‌اند و بین سال‌های ۲۰۱۶ تا ۲۰۱۸ تعداد کل بینندگان این حوزه از ورزش از ۲۸۱ میلیون نفر به ۳۸۰ میلیون نفر رسیده است (نیئوز^۴، ۲۰۱۹). به نقل از ماسی^۵ و همکاران، ۲۰۲۲). این استقبال گسترده از ورزش‌های الکترونیکی سبب شده است که این ورزش در حال حاضر به‌عنوان کسب‌وکار پردرآمد شناخته شود؛ به‌طوری‌که این ورزش در سال ۲۰۱۸ درآمدی بالغ بر ۱/۱ میلیارد دلار برای صاحبان آن داشته است و پیش‌بینی می‌شود تا سال ۲۰۲۲ این درآمد به بیش از ۱/۸ میلیارد دلار در سال برسد (نیئوز، ۲۰۱۹). به نقل از ماسی و همکاران، ۲۰۲۰). ورزش‌های الکترونیک، رویدادهای رقابتی براساس بازی‌های ویدئویی آنلاین است (سوترن^۶، ۲۰۱۷). نوانا^۷ و همکاران (۲۰۰۷) دلایل محبوبیت این بازی‌ها را چنین بیان می‌کنند: حدود ۳۵ درصد از مردم کل جهان به نحوی درگیر بازی‌های الکترونیک هستند. گیمن‌تها سومین مکان محبوب در بین نوجوانان و جوانان در سراسر

8. Spacewar
9. Stanford University
10. League of Legends World Championship
11. Willingham
12. Macei
13. Hamari & Sjöblom

1. Newzoo
2. E-Sport
3. Radman Peša
4. Newzoo
5. Macey
6. Southern
7. Nonava

و مديريت آن و نيز به وسيله نظريه پردازى در مورد ورزش الكترونيك پيشرفت كند. ژانگ^۳ (۲۰۱۹) در پژوهش خود با عنوان «مطالعه توسعه ورزشهاى الكترونيكي در چين» مطرح كرد كه توسعه ورزشهاى الكترونيك به رهبرى دولت براى بهبود نظارت بر ورزشهاى الكترونيكي نياز دارد و مدل كسب و كار ورزشهاى الكترونيكي بايد متنوع باشد. حرفه‌اى شدن ورزشهاى الكترونيك براى مشاركت به متخصصان بيشترى احتياج دارد و بايد رابطه خوبى بين ورزشكاران و ورزشهاى الكترونيك و باشگاههاى ورزشهاى الكترونيك برقرار شود. ويتان^۴ (۲۰۱۹) در پژوهش خود با عنوان «ورزشهاى الكترونيكي در فنلاند: وضعيت فعلى و چشم انداز توسعه» مطرح كردند كه ورزشهاى الكترونيك فنلاند طى دو سال گذشته گامهاى در جهت حرفه‌اى شدن برداشت. روندها ذيل ورزشهاى الكترونيك فنلاند مشاهده مى‌شود؛ برندهاى خارج از صنعت حمايت‌كننده رويداها، تيمهاى ورزشى سنتى تيمهاى تأسيس كرده يا همكارى مى‌كنند و مؤسسات آموزشى شروع به ارائه ورزشهاى الكترونيكي به عنوان بخشى از آموزش مى‌كنند. ها^۴ و همكاران (۲۰۲۰) نيز در پژوهش خود با عنوان «ورزشهاى الكترونيكي و ورزشهاى سنتى: آناليز مقايسه‌اى» مطرح كردند كه مى‌توان سه سناريو براى آينده ورزشهاى الكترونيك پيش بينى كرد: «به عنوان يك ضد فرهنگ يا جاگزين براى ورزش مدرن، به عنوان بخشى از هژمونى ورزش يا به عنوان ورزش هژمونيك آينده». سپس امكان پذيرى هر سناريو ارزيباى مى‌شود و از ميان اين سه سناريو دوم، به عنوان بخشى از هژمونى ورزش، پذيرفتنى ترين گزينه در نظر گرفته مى‌شود. موفقيت بين المللى بازيكان و تيمهاى فنلاندى باعث جلب توجه و آگاهى ورزشهاى الكترونيكي در فنلاند شده است. با توجه به اطلاعات ارائه شده، جنبه نوآورى تحقيق و اهميت نظرى آن تأييد مى‌شود؛ بنا بر اين نتايج اين تحقيق مى‌تواند به پر كردن خالهاى مطالعاتى اين حوزه كمك شايانى كند و به عنوان زيربنائى براى تحقيقات آتى قرار گيرد. در بُعد عملياتى نيز با توجه به جامعيت مدل نهايى پژوهش، نتايج اين تحقيق مى‌تواند راهگشاى فعاليتهاى آتى سازمانهاى مربوط مانند وزارت ورزش و جوانان، فدراسيون ورزش-هاى همگاني، انجمن ورزشهاى الكترونيك جمهورى اسلامى ايران، بنياد ملي بازيهاى رايانه‌اى و مديران باشگاههاى ورزشهاى الكترونيك، قرار گيرد؛ از اين رو سؤال اصلى تحقيق اين است كه راهبردهاى توسعه باشگاههاى ورزش الكترونيك در ايران کدامند؟

به المپيك توسط كميته بين المللى المپيك هستند؛ براين اساس نمى‌توان وجود آن‌ها را انكار كرد؛ بلكه در مقابل بايد با اتخاذ برنامه راهبردى و بلندمدت زمينه بهره‌ورى بهينه از آن را مهيا كرد. با توجه به اهميتى كه ورزشهاى الكترونيك در جامعه به خصوص در بين جوانان دارد، ضرورت دارد راهكارهاى براى توسعه آن‌ها در کشور ايران اتخاذ شود كه يكي از اين راهكارها ايجاد و توسعه باشگاههاى ورزشهاى الكترونيك در ايران است.

با مطالعه پيشينه تحقيق مشخص مى‌شود كه تاكنون تحقيقى با اين هدف انجام نشده است. در اين راستا، بنار و همكاران (۲۰۱۹) مطالعه‌اى با عنوان «طراحي مدل توسعه ورزشهاى الكترونيك با استفاده از نظريه داده بنياى: با رويكرد ايجاد كسب و كار و اشتغال زايى در استان گيلان» انجام دادند. كردافشارى (۲۰۱۸) مطالعه‌اى با هدف طراحي مركز بازيهاى ديگيتال در جهت جلب توجه نوجوانان با رويكرد تخليه انرژى در منطقه ۵ تهران انجام داد. رضادوست (۲۰۱۸) تحقيقى با عنوان «طراحي مركز بازيهاى ديگيتال در جهت جلب توجه نوجوانان با رويكرد تخليه انرژى در منطقه ۵ تهران» انجام داد. اسماعيلى (۲۰۱۶) تحقيقى با عنوان «اعتمادسازى در بازي آنلاين با استفاده از داور ديگيتال و تكنيك بازي» انجام داد. محمودى و همكاران (۲۰۱۷) تحقيقى با هدف «شناسايى قابليتهاى بازيهاى ديگيتال به منظور تقويت نگرش كارآفرينانه در كودكان (۷-۱۲ سال)» انجام دادند. حسيني الهاشمى (۲۰۱۸) مطالعه‌اى با هدف شناسايى و تحليل روندهاى مؤثر بر آينده بازيهاى ديگيتال انجام داد. درستكار كردآباد (۲۰۲۰) تحقيقى با عنوان «تأثير انجام بازي ديگيتال پرتاب آزاد بسكتبال بر مهارت پرتاب آزاد و تغييرات مبادله سرعت-دقت در نوجوانان پسر بسكتباليست مبتدى و ماهر» انجام داد. همان طور كه مشاهده شد، تنها تحقيق همسو مطالعه بنار و همكاران (۲۰۱۹) بود كه اين تحقيق نيز از جنبه هدف و قلمرو مكانى تحقيق، با مطالعه حاضر متفاوت است؛ چرا كه هدف تحقيق حاضر، توسعه باشگاههاى ورزش الكترونيك در کشور ايران است. كونيگام^۱ و همكاران (۲۰۱۸) تحقيقى با عنوان «ورزش الكترونيك: تعيين مشخصات ساختار و پيامدها براى مديريت ورزش» انجام دادند. تحليل داده‌هاى اين تحقيق نشان داد كه اختلاف نظرها و بحثها درباره اينكه ورزش الكترونيك تا چه حد نمايانگر ورزش رسمى است، احتمالاً از مفهوم سازىهاى ورزش و زمينه نشئت مى‌گيرد. همچنين دانش ورزش الكترونيك مى‌تواند از طريق مطالعه حاكميت، بازاریابى

روش‌شناسی پژوهش

تحلیلی آماری مبتنی بر همبستگی است. با توجه به مطلوب‌ترین مقدار درصد خطا ۰/۰۵، توان ۰/۸۰ و حجم اثر ۰/۰۵ افرادی که در مورد تحقیق حاضر آگاهی داشتند، به‌عنوان نمونه تحقیق مشخص شدند. با استفاده از روش نمونه‌گیری تصادفی در دسترس، این افراد به‌عنوان نمونه مشخص شدند. برای پخش پرسش‌نامه‌ها از روش ارسال پرسش‌نامه به‌صورت حضوری، پست الکترونیک و فضای مجازی استفاده شد.

ابزار پژوهش، مصاحبه‌های نیمه‌ساختارمند و پرسش‌نامه محقق‌ساخته‌ای بود که با توجه به اهداف و روش تحقیق، این پرسش‌نامه به دو شکل طراحی شد. به‌طور کلی این پرسش‌نامه حاوی ۲۵ راهبرد مؤثر بر توسعه باشگاه‌های ورزش الکترونیک در ایران بود؛ از این رو با توجه به راهبردهای شناسایی شده، در قالب پرسشنامه تنظیم گردید که روایی محتوای آن توسط ۱۰ نفر از اساتید مدیریت ورزشی تأیید گردید، این افراد خارج از نمونه‌های بخش کیفی بودند. سپس به منظور اعتباریابی مدل ترسیم شده در غالب روش معادلات ساختاری، سؤالات به‌صورت طیف ۵ ارزشی لیکرت طراحی گردید. جهت تجزیه و تحلیل داده‌های تحقیق حاضر از روش آمیخته (کیفی-کمی) استفاده گردید. همچنین تجزیه و تحلیل قسمت کمی (اعتباریابی) با نرم‌افزار مدل معادلات ساختاری AMOS انجام گرفت.

یافته‌های پژوهش

یافته‌های توصیفی مربوط به نمونه‌های آماری پژوهش حاضر در جدول ۱ ارائه شده است.

جدول ۱. یافته‌های توصیفی پژوهش

Table 1. Descriptive Findings of the Research

درصد	فراوانی	گروه‌ها	ویژگی‌های جمعیت‌شناختی
۵۷/۱۴	۹	مرد	جنسیت
۴۲/۸۶	۷	زن	
۸۵/۷۱	۱۲	دکتری	بخش کیفی تحقیق
۱۴/۲۹	۴	کارشناسی‌ارشد	سطح تحصیلات
۶۲/۵	۲۲۵	مرد	جنسیت
۳۷/۵	۱۳۵	زن	
۱۵/۸	۵۷	کمتر از ۳۵ سال	بخش کمی تحقیق
۵۱/۷	۱۸۶	۳۶-۴۵ سال	
۲۴/۲	۸۷	۴۶-۵۵ سال	
۳/۸	۳۰	بیشتر از ۵۵ سال	

پژوهش حاضر از نوع تحقیقات کاربردی بود که به‌صورت میدانی انجام شد. روش تحقیق حاضر از نظر روش گردآوری داده‌ها آمیخته بود که به دو روش کیفی و کمی انجام گرفت؛ به‌صورتی که در بخش کیفی با صاحب‌نظران مصاحبه شد و در روش کمی نیز کدهای استخراج‌شده به‌صورت پرسش‌نامه تنظیم شد و بعد از تأیید، پرسش‌نامه‌ها در میان جامعه آماری پخش و گردآوری شد. جامعه آماری در بخش کیفی، کارشناسان، مطلعین و خبرگان آشنا با مدیریت مطالعات راهبردی ورزشی، مدیران و مسئولان انجمن ورزش‌های الکترونیک مانند مسئول کمیته توسعه و پیشرفت، انجمن ورزش‌های الکترونیک بودند. از روش نمونه‌گیری غیراحتمالی با انتخاب هدفمند و با حداکثر تنوع یا ناهمگونی استفاده شد. اندازه نمونه در این پژوهش بر مبنای شاخص اشباع نظری برابر با ۱۶ نفر بود که با هریک از این افراد مصاحبه شد و تک‌تک مصاحبه‌ها تجزیه و تحلیل شد و کدهای مرتبط با پژوهش استخراج شد. همچنین جامعه آماری در بخش کمی، مدیران و مسئولان باشگاه‌های ورزش الکترونیک و ورزشکاران ورزش الکترونیک در دو طیف جنسیتی زن و مرد بودند.

به‌منظور برآورد حجم نمونه از نرم‌افزار SPSS Sample Power استفاده شد. با مدنظر قرار دادن حداکثر متغیر مستقل اثرگذار بر متغیرهای وابسته و درصد خطای ۰/۰۵، توان بیشتر از ۰/۸۰ و حجم اثر ۰/۰۵، حجم نمونه ۳۶۰ نفر برآورد شد. برای سوابق شغلی، تحصیلی و پژوهشی نمونه‌های آماری، از میان آنان روش‌های

در اين مرحله، سنگ بناى مقوله‌هاى عمده بعدى و نيز اجزائى اصلى نظريه زمينه‌اى در حال ظهور را شكل مى‌كند (محمديور، ۲۰۱۴). حال كه همه داده‌ها كدگذارى شده و كدها يا مفاهيم اوليه متعددى ساخته شدند، مرحله دوم كدگذارى باز آغاز مى‌شود. محقق در اين مرحله با متون خام كار ندارد؛ بلكه با مفاهيمى كه توليد كرده است، سروكار دارد. هدف اين مرحله از كدبندي باز كه به كدگذارى «متمركز» نيز مرسوم است، توليد و استخراج مقوله‌هاى عمده است. در جدول ۳، نحوه كدگذارى سطح اول (اوليه) و سطح دوم (متمركز) با عنوان درك معنائى شناسايى راهبردهاى مؤثر بر توسعه باشگاههاى ورزش الكترونيك در ايران آمده است.

نتايج درج شده در جدول ۲ نشان مى‌دهد كه راهبردهاى مؤثر بر توسعه باشگاههاى ورزش الكترونيك در ايران از پنج مؤلفه و ۲۵ كد تشكيل شده است.

نخستين گام در ساخت نظريه زمينه‌اى، كدگذارى باز است (دانايى فر و همكاران، ۲۰۱۹). كدبندي باز از نظر واحد تحليل به صورت سطر به سطر، عبارت به عبارت، يا پاراگراف به پاراگراف يا به صورت صفحه جداگانه انجام مى‌شود. اگر واحد كدبندي سطر باشد، به هريك از سطرها يا جمله‌ها، مفهوم يا كدى الصاق مى‌شود. اين كدها يا مفاهيم بايد بتواند حداكثر فضائى مفهومى و معنائى آن را اشباع كنند (بهشتى، ۲۰۱۶). در اين مرحله تمام اطلاعات كدبندي مى‌شود. در كدبندي اوليه محقق براساس واحد كدبندي، به هر واحد مدنظر يك كد (مفهوم، نام، برچسب) الصاق مى‌كند. مفاهيم يا كدهاى به دست آمده

جدول ۲. كدهاى اوليه و كدبندي ثانويه (متمركز) راهبردها

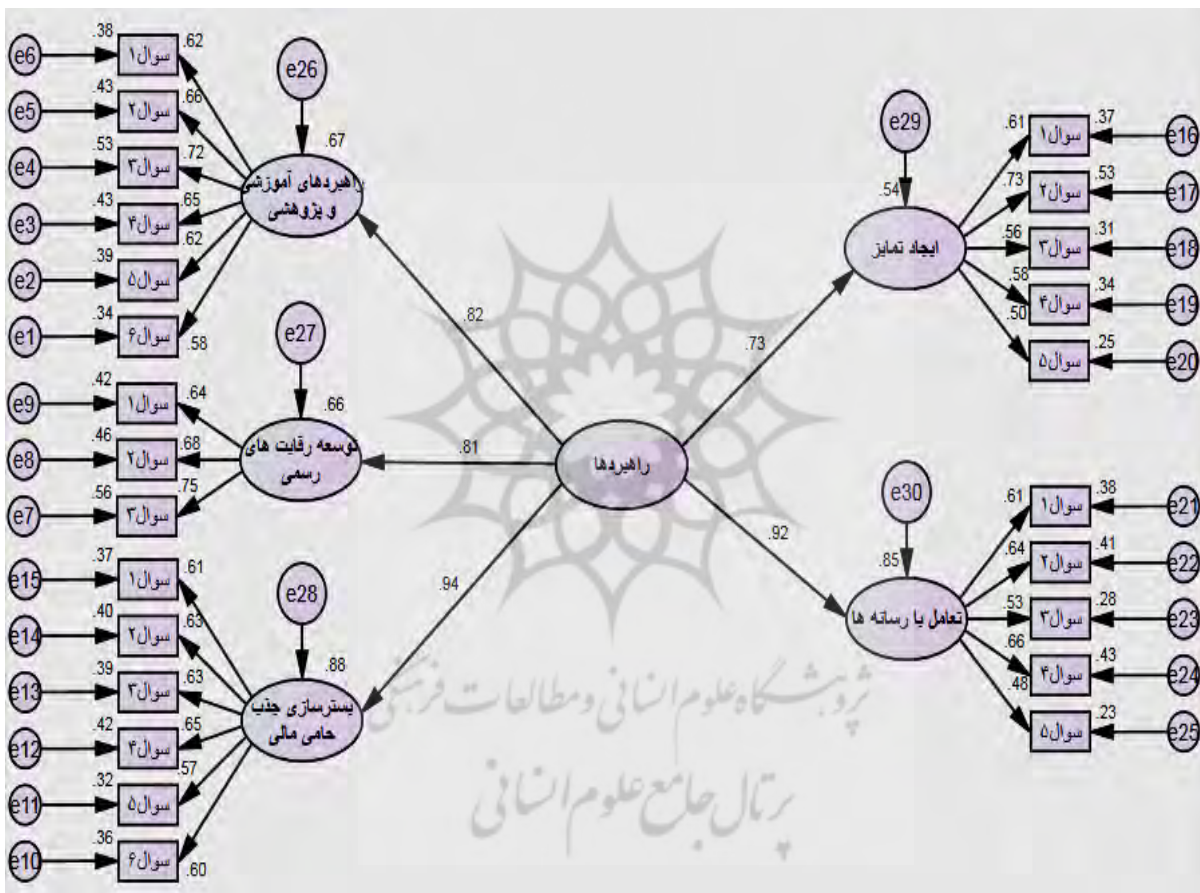
Table 2. Primary Codes and Secondary (Focused) Coding of Strategies

مقوله اصلى	زير مقوله فرعى	گزاره‌هاى منطقي (كداوليه)
راهبردهاى آموزشى و پژوهشى		حضور ورزش الكترونيك به عنوان يك رشته ورزشى در مدارس
		معرفى و آموزش منظم ورزش الكترونيك از طريق رسانه‌ها
		تهيه و توزيع كتب و نشریات آموزشی مختص ورزش الكترونيك
		طراحي پژوهش‌هاى مختلف دانشگاهى براى مطالعه جنبه‌هاى مختلف ورزش الكترونيك
توسعه رقابت‌هاى رسمى		استفاده از نتايج پژوهش‌هاى موجود براى استفاده در ورزش الكترونيك
		انتقال دانش و تجربه از طريق آموزش و پژوهش
		استمرار و منظم بودن رقابت‌ها در سطوح مختلف
		توجه جدى به مسابقات بانوان در سطوح مختلف
بسترسازى جذب حامى مالى راهبردها		توزيع مناسب و عادلانه رویدادها و مسابقات در مناطق مختلف کشور
		بسترسازى براى خصوصى‌سازى از طريق دولت
		همكارى بيشتر نهادهائى دولتى و خصوصى براى توسعه باشگاههاى ورزش الكترونيك
		كاهش تصدى دولت در ورزش کشور و واكدارى به بخش خصوصى
ايجاد تمايز		تأمین زیرساخت‌هاى سخت افزارى توسط دولت و ساير ارگان‌هاى متولى ورزش
		خطمشى گذارى مؤثر توسط نهادهائى دولتى در زمينه حمايت از باشگاههاى ورزش الكترونيك
		واكدارى مكان‌هاى با كاربرى ورزشى به شركت‌ها براى سرمايه‌گذارى در حوزه باشگاههاى ورزش الكترونيك
		مدىريت صحيح سالن‌ها و فضاهاى محل برگزارى مسابقات (مدىريت ايمنى و ازدحام، مدىريت خطر و...)
تعامل با رسانه‌ها		ارائه امكانات تهيه بليت و خدمات مطابق نيازها و ميل افراد (فروش اينترنتى و...)
		ارائه خدمات جانبى در قبل از برگزارى مسابقه نظير اجراى حرکات نمايشى، موسيقى و...)
		طبقه‌بندي ارائه خدمات براساس نيازها، انتظارات و درآمد افراد
		ارائه خدمات متنوع و مناسب با سن افراد (نوجوانان، جوانان، بزرگسالان)
		پوشش رسانه‌اى مناسب مسابقات و رویدادهاى ورزش‌هاى الكترونيك
		ايجاد جذابيت براى حاميان مالى از طريق افزايش پخش رسانه‌اى
		پوشش رسانه‌اى ورزش‌هاى الكترونيك در قسمت بانوان
		حمايت رسانه در زمينه ترويج ورزش‌هاى الكترونيك در شهرستان‌ها
تعامل صحيح مديران و چهره‌هاى محبوب ورزش‌هاى الكترونيك و مديران شركت‌ها با مديران رسانه‌اى		

سازنده یا ترکیبی استفاده از تحلیل آماری در سطح متغیرهای مشاهده‌پذیر است (اسکینر^۱ و همکاران، ۲۰۱۴). در اینجا سؤالی که مطرح می‌شود این است که آیا هر کدام از مشاهده‌پذیرها سهمی در متغیر پنهان تشکیل شده دارند و مفهوم مدنظر را منتقل می‌کنند؟ در این روش دو رابطه وجود دارد:

معناداری وزن‌ها: در اینجا هدف بررسی این است که آیا این متغیر مشاهده‌پذیر می‌تواند برای ایجاد متغیر پنهان تشکیل شونده مرتبط یا نامرتب باشد یا خیر. برای پاسخ به این سؤال معناداری معرف‌های تشکیل‌دهنده درخور توجه مدنظر قرار می‌گیرد (هنسلر^۲ و همکاران، ۲۰۰۹).

در ادامه در بخش کمی، تحلیل عاملی تأییدی مرتبه رابطه عامل یا عامل‌ها (متغیرهای پنهان) با گویه‌ها (متغیرهای مشاهده‌پذیر) سنجش می‌شود. در این روش هیچ‌گونه رابطه‌ای بین متغیرهای پنهان بررسی نمی‌شود. این نوع مدل اندازه‌گیری صرفاً برای اطمینان از آن است که متغیرهای پنهان به‌درستی اندازه‌گیری شده‌اند. در تحلیل عاملی تأییدی مرتبه اول می‌توان رابطه یک عامل با چند گویه یا چند عامل با چند گویه را بررسی کرد. برای تأیید عوامل استخراج‌شده از پرسش‌نامه‌های پژوهش از روش تحلیل عاملی تأییدی (مرتبه اول) بر پایه نرم‌افزار آموس استفاده شد. یکی از روش‌های ارزیابی متغیرهای پنهان در مدل اندازه‌گیری



شکل ۱. مدل تحلیل عاملی تأییدی راهبردهای مؤثر بر توسعه باشگاه‌های ورزش الکترونیک در ایران

Figure 1. Confirmatory Factor Analysis Model of Effective Strategies on the Development of Electronic Sports Clubs in Iran

شکل ۱ بارهای عاملی (۸) را برای تحلیل عاملی توسعه باشگاه‌های ورزش الکترونیک در ایران نشان می‌دهد. براساس نتایج، مقدار بارهای عاملی متغیرهای آشکار از نقطه برش ۰/۴ و مقدار آماره تی آن‌ها نیز از نقطه برش ۲/۵۶۷ بزرگ‌تر است ($P < 0/01$) که نشان از اطمینان به سازه مدنظر دارد.

جدول ۳. شاخص‌هاى ارزىابى كليت مدل معادله ساختارى
Table 3. Evaluation Indices of the Structural Equation Model

شاخص‌ها	نام شاخص	اختصار	مدل نهايى	برازش قابل قبول
شاخص‌هاى برازش	نيكوبى برازش	GFI	۰/۹۱۲	بزرگ‌تر از ۰/۹۰
	نيكوبى برازش اصلاح شده	AGFI	۰/۹۰۷	بزرگ‌تر از ۰/۹۰
	برازش هنجار شده	NFI	۰/۹۵۲	بزرگ‌تر از ۰/۹۰
شاخص‌هاى برازش مطلق	برازش تطبيقى	CFI	۰/۹۸۷	بزرگ‌تر از ۰/۹۰
	برازش نسبى	RFI	۰/۹۲۳	بزرگ‌تر از ۰/۹۰
	برازش افزائشى	IFI	۰/۹۸۹	بزرگ‌تر از ۰/۹۰
	برازش مقتصد هنجار شده	PNFI	۰/۶۲۵	بزرگ‌تر از ۰/۵۰
شاخص‌هاى برازش مقتصد	ریشه ميانگين مربعات خطاى برآورد	RMSEA	۰/۰۶۲	كمتراز ۰/۱۰
	نسبت كاى اسكوئر به درجه آزادى	CMIN/df	۲/۴۱۲	مقدار بين ۱ تا ۳

داده‌ها به مدل برقرار است و همگى شاخص‌ها بر مطلوبيت مدل معادله ساختارى دلالت دارند. در كل مى‌توان گفت با توجه به نتايج، اعتباريائى راهبردهاى مؤثر بر توسعه باشگاههاى ورزش الكترونيك در ايران تأييد مى‌شود.

شاخص‌هاى ارزىابى كليت مدل معادله ساختارى با توجه به دامنه مطلوب اين شاخص‌ها بيانگر اين است كه مدل مفروض تدوين شده توسط داده‌هاى پژوهش حمايت مى‌شود؛ به عبارت ديگر برازش

بحث و نتيجه‌گيرى

تسهيلات و خدمات‌رسانى، امكانات و تجهيزات، آموزشى و اطلاعاتى را جزو مهم‌ترين عوامل بيان كرده است. نتايج پژوهش‌هاى خزاى (۲۰۱۷)، خالدى فر (۲۰۱۸)، رضايى و همكاران (۲۰۲۲)، فريموت^۱ (۲۰۱۰)، روى^۲ و همكاران (۲۰۱۶) و نودهى و همكاران (۲۰۱۷) نيز با نتايج اين پژوهش همخوانى دارد.

مسئولان ورزش الكترونيك نيز مى‌توانند با ايجاد نوآورى در زمينه برگزارى مسابقات ورزش‌هاى الكترونيك و با ايجاد جذابيت، مخاطبان بيشترى را براى تماشاى رقابت‌هاى باشگاهى در ورزش‌هاى الكترونيك گرد هم آورند. در واقع به دليل ماهيت راكتى اين رشته مى‌توان با ايجاد جوى رقابتى و با برگزارى مسابقه بين محلات مختلف يك استان يا بين استان‌هاى مختلف در كشور به صورت منظم، زمينه توسعه اين رشته را فراهم كرد. از طرفى انجمن ورزش‌هاى الكترونيك مى‌تواند با اختصاص بودجه‌اى براى استعداديائى رايجان نونهالان در مدارس، افراد مستعد براى ادامه كار را شناسايى كند. همچنين بى‌توجهى‌هاى كه به مسابقات بانوان و نيز توزيع عادلانه رويداها و مسابقات در سطح كشور شده است، از ديگر موانع رقابتى ورزش الكترونيك به حساب مى‌آيد كه بايد با برنامه‌ريزى در ست به راهبرد مناسب تبديل شود. خالدى فر (۲۰۱۸) بيان مى‌كند كه موانع فرهنگى و اجتماعى مانع توسعه ورزش فوتبال بانوان است. در تنيس نيز ممكن است اين مانع حاكم با شد و چه بسا به دليل بودن رشته، اين مانع بيشتر نيز باشد؛ بنابراين بخش فرهنگى انجمن ورزش‌هاى الكترونيك بايد با نشر كتب و بروشورهاى به معرفى و

منظور از راهبردها، كنش‌ها يا برهم‌كنش‌هاى خاصى است كه از پديده محورى منتج مى‌شود (دانايى فرد و امامى، ۲۰۱۹). در بخش راهبردها مى‌توان به راهبردهاى مالى اشاره كرد كه همواره يكي از عوامل مؤثر بر توسعه در تمام حوزه‌ها به خصوص صنعت ورزش است. ايجاد زمينه‌ها و تسهيلات مناسب براى ترغيب بخش خصوصى به سرمايه‌گذارى در اين حوزه اهميت ويژه‌اى دارد. از آنجا كه ورزش حرفه‌اى ماهيتى خصوصى دارد، براى ايجاد وضع مطلوب به منظور مشاركت بخش خصوصى و سامان‌دهى ورزش، به بسطرسازى بهتر در اين زمينه نياز است. مديران ورزشى بايد با بهبود زيرساخت‌هاى حرفه‌اى در ورزش الكترونيك، زمينه‌هاى بهبود امكانات را به منظور حضور حاميان بالقوه در ورزش فراهم كنند (زمانى دادانه و همكاران، ۲۰۲۱). جدائى از بحث حمايت مالى، مديريت و مواردى از اين دست سازمان‌ها و انجمن ورزش‌هاى الكترونيك نقش بسزايى در توسعه باشگاه‌هاى ورزش الكترونيك ايفا مى‌كند. در واقع اگر اين انجمن ورزش‌هاى الكترونيك برنامه‌هاى مناسبى براى آموزش اين رشته در اقاص نقاط كشور، پژوهش در اين رشته و برگزارى جشنوارها و رقابت‌هاى رسمى براى توسعه آن داشته باشد، مى‌توان اميدوار بود اين رشته ورزشى با جذب مخاطبان بيشتر در كشور و شناسايى استعدادهاى ناشناخته و برتر مى‌تواند توسعه بيشترى پيدا كند. زرگر (۲۰۱۶) در رابطه با توسعه ورزش همگانى استان تهران، مسابقات تفريحي، خلاقيت و نوآورى،

آموزش هر چه بیشتر این رشته ورزشی همت کند. باید در نظر داشت برای توسعه باشگاه‌های ورزش الکترونیک، توجه و اهمیت به بانوان کمک شایانی به پیشبرد هر چه بیشتر این رشته خواهد کرد. با آموزش و اطلاع رسانی‌های سودمند باید از اثرات منفی موانع اجتماعی و فرهنگی برای حضور بانوان در رقابت‌های راکتی مانند ورزش‌های الکترونیک بیش از پیش کاست تا آن‌ها نیز هر چه بیشتر جذب این رشته ورزشی شوند. گرین و هولیان (۲۰۰۸) بیان می‌کنند که جایگاه بسیار خوب ورزش فرانسه در جهان مدیون وجود محل‌های آموزش ملی به همراه اسکان ورزشکاران و مربیان و توجه به حقوق آنان است. در این مکان‌ها ورزشکاران نخبه فرانسه به واسطه برنامه‌های آموزشی و تعلیمی ارائه شونده بر مبنای انفرادی، نه تنها ورزش خود را توسعه می‌دهند، بلکه به پیشبرد و گسترش شغل و حرفه خود نیز کمک می‌کنند.

این موضوع بسیار مهم است که برای آموزش ورزشکاران و تشویق آنان به شرکت در این دوره‌ها، وسایل و امکانات مورد نیاز آنان از جمله حقوق و مزایا فراهم شود. تا زمانی که در ایران ورزشکاران حرفه‌ای به لحاظ شغلی حمایت مالی نشوند، توسعه باشگاه‌های ورزش الکترونیک بسیار سخت خواهد بود؛ زیرا ورزشکاران حرفه‌ای که تمام وقت و انرژی خود را برای آموزش و تمرین صرف می‌کنند، به آرامش خیال در رابطه با حقوق و شغل خود نیاز دارند؛ به همین دلیل پیشنهاد می‌شود با تأسیس چنین مکان‌هایی که در آن دولت حامی ورزشکاران الکترونیک باشد، شرایط برای اسکان و آموزش ورزشکاران مستعد و تحقیق و توسعه مربیان از سراسر کشور فراهم باشد. ایجاد فضای رقابتی در بحث بازاریابی دیگر عاملی بود که باید مدنظر قرار گیرد. در فضای رقابتی به شدت رقابت وجود دارد که باید مدنظر قرار گیرد و تبلیغات در این راستا حرکت کند که بتوان میدان رقابت را از رده رقبا خارج کرد. در این راه باید وضعیت رقبا را سنجید و ضعف‌های آن‌ها را شناسایی کرد و به قوت‌ها تبدیل کرد. همچنین باید نیازهای جامعه هدف خود را که مشتریان محصولات ورزشی هستند، شناسایی کرد و تبلیغات به نحوی ساخته شود که مشتری بتواند نیازی که دارد را از طریق بازاریابی بشناسد و درصدد رفع آن برآید؛ از این رو توجه به سلیقه مشتری دیگر عامل مرتبط در این راستا است و باید با توجه به سلیقه مشتری محصولات را به‌وسیله تبلیغات به آن‌ها شناساند.

یکی دیگر از موارد شناسایی شده، تعامل رسانه‌ها با ورزش است که این نتیجه با نتایج تحقیقات سلطان حسینی و همکاران (۲۰۱۲)، رضانی‌نژاد و همکاران (۲۰۱۲) و سینگ و بهاتیا^۱ (۲۰۱۳) همسوس است. جذب حامیان مالی جز با بسترسازی مناسب و فراهم کردن پیش‌نیازها و عوامل انگیزاننده حامیان، امکان‌پذیر نیست. یکی از این عوامل پوشش رسانه‌ای مناسب مسابقات و

رویدادهای ورزشی است؛ چنانچه رمضانی‌نژاد و همکاران (۲۰۱۲) عنوان کردند که یکی از مهم‌ترین ملاک‌های حامیان برای حمایت از یک رشته ورزشی، پخش تلویزیونی آن است. در بخش عوامل رسانه‌ای به این موضوع اشاره شد که یکی از مشکلات کنونی ورزش ایلام، پوشش ندادن رسانه‌ای مناسب مسابقات و رویدادهای ورزشی است. پوشش رسانه‌ای با کیفیت کم و گاهی ناقص مسابقات سبب دل‌زدگی تماشاچیان و حامیان خواهد شد. گذشته از این، با افزایش پخش رسانه‌ای مسابقات می‌توان جذابیت لازم را برای حامیان مالی برای حمایت از ورزش‌های الکترونیک کرد؛ چنانچه سی‌کاک (۲۰۰۷) بیان می‌کند، برای توسعه ورزش قهرمانی، رفع موانع افزایش شرکت در ورزش قهرمانی، ایجاد محیطی مناسب برای ارتقای توانایی‌های افراد، کمک و هدایت ورزشکاران قهرمان مرد و زن برای کسب موفقیت در سطح جهان از طریق شیوه‌های عادلانه و اخلاقی، راهبردهای اثرگذار هستند؛ بنابراین آموزش‌های ورزش الکترونیک باید بدون سوگیری و برای مردان و زنان یکسان باشد؛ همچنین به‌گونه‌ای باشد که تمام کشور را پوشش دهد و فرصت آموزش را برای هر قشری فراهم آورد تا بدین صورت شاهد توسعه مستقیم و غیرمستقیم این رشته ورزشی در کشور باشیم. در این باره می‌توان برای آموزش ورزش الکترونیک از تجربیات مربیان خارجی، مربیان بدنسازی، کارشناس تغذیه و روان‌شناس بهره گرفت و با افزایش ساعات و تعداد جلسات تمرینی، حمایت معنوی از مربیان و ورزشکاران، بهره‌گیری از افراد متخصص و تحصیل کرده تربیت‌بدنی، گسترش ارتباطات با فدراسیون جهانی و کشورهای صاحب نام، راه‌اندازی کمیته تحقیقات، برنامه‌ریزی بلندمدت و هدفدار، حضور مدیران اهل فن و مجرب، حمایت سازمان تربیت‌بدنی و کمیته ملی المپیک، حمایت مالی ورزشکاران، حمایت مالی مربیان و جذب اسپانسر، نظام آموزشی یکپارچه، توسعه باشگاه‌های ورزش الکترونیک در مدارس، تنیس و استفاده مؤثر از تبلیغات و برگزاری مسابقات و اردوها، زمینه‌ساز گسترش باشگاه‌های ورزش الکترونیک در کشور باشیم.

زیاد است. معرفی دوستان به خرید کالا و خدمات یا نهی آن‌ها از اقدام به خرید، همیشه رفتار قبل و بعد از خرید مشتریان را اگر راهبردهای توسعه باشگاه‌های ورزش الکترونیک در کشور که شامل عوامل مختلفی مانند آموزش‌ها و برگزاری رقابت‌ها است، به‌درستی برگزار شود، می‌توان شاهد توسعه باشگاه‌های مستقیم و غیرمستقیم این رشته ورزشی، در سطح ملی، بود. در واقع اگر سیستم مدیریت باشگاه‌های ورزش الکترونیک به‌درستی انتخاب شود و مبتنی بر تجربه این رشته ورزشی و علم مدیریت باشد، می‌توان امیدوار بود که مربیان و عوامل فنی این رشته نیز به‌درستی انتخاب شوند و در پی آن

یکی دیگر از موارد شناسایی شده، تعامل رسانه‌ها با ورزش است که این نتیجه با نتایج تحقیقات سلطان حسینی و همکاران (۲۰۱۲)، رضانی‌نژاد و همکاران (۲۰۱۲) و سینگ و بهاتیا^۱ (۲۰۱۳) همسوس است. جذب حامیان مالی جز با بسترسازی مناسب و فراهم کردن پیش‌نیازها و عوامل انگیزاننده حامیان، امکان‌پذیر نیست. یکی از این عوامل پوشش رسانه‌ای مناسب مسابقات و

بود که به درآمذزایی منجر خواهد شد. همچنین به‌واسطه برگزاری رقابت‌ها کیفیت سالن‌ها و تجهیزات این رشته ورزشی رو به بهبود خواهد رفت و این خود تأثیر مهمی بر توسعه این رشته خواهد داشت.

با توجه به نتایج پژوهش پیشنهاد می‌شود که باشگاه‌های الکترونیک ورزشی بستری را فراهم کنند که بخش خصوصی به سرمایه‌گذاری راغب باشد و به‌عنوان حامی مالی حضور داشته باشد. توزیع مناسب و عادلانه رویدادها و مسابقات در مناطق مختلف کشور نیز می‌تواند بر توسعه باشگاه‌های ورزشی اثرگذار باشد و مسئولان نیز باید توجه کافی به این موضوع داشته باشند.

ورزشکاران توانمند و مستعدی تربیت خواهند شد. همچنین اگر رقابت‌های منظم و سازمان‌یافته‌ای در کشور در پرتو انجمن ورزش‌های الکترونیک برگزار شود، به دلیل رسمی‌بودن این رقابت‌ها جذابیت آن نیز بیشتر خواهد شد و با قوت رقابت‌های داخلی زمینه شرکت ر رقابت‌های خارجی نیز تقویت خواهد شد؛ همان‌گونه که زرگر (۱۳۹۵) بیان می‌کند که عامل شناختی و ارزشی در توسعه ورزش مهم و اساسی است؛ بنابراین بدون معرفی و ارزش‌آفرینی برای باشگاه‌های ورزش الکترونیک تحقق آن ممکن نخواهد بود و این شناخت درگرو آموزش و برگزاری رقابت‌ها است. از طرفی به‌واسطه توسعه باشگاه‌های ورزش الکترونیک در کشور و جذب تماشاگر، در کشور شاهد گردشگران داخلی و خارجی خواهیم

References

- Cunningham, G. B., Fairley, S., Ferkins, L., Kerwin, S., Lock, D., Shaw, S., & Wicker, P. (2018). eSport: Construct specifications and implications for sport management. *Sport Management Review*, 21(1), 1-6.
- Danaeifard, H., Alvani, S. M., & Azar, A. (2019). *Qualitative research methodology in management: A comprehensive approach*. Tehran: Ishraqi Publications, Saffar. (In Persian)
- Ehsani, M., Amiri, M., & Qarakhani, H. (2013). Designing and compiling a comprehensive system of professional sports in the country, *Sports Management Studies*, 17, 125-136. (In Persian)
- Eydipour, K., Ashrafkhaei, A., Aryan, E., & Gholami torkslouye, S. (2015). Challenges and barriers to the development of football in the West Country. *Scientific Journal Of Organizational Behavior Management in Sport Studies*, 2(1), 57-64. (In Persian)
- Fakhri, F. (2012). *Investigating the factors affecting the development and performance of championship sports in Iran* (Unpublished master's thesis). University of Tabriz, Tabriz, Iran. (In Persian)
- Freimuth, W. (2010). Vietnamese track and field athletes is heroes. Interviews to Vietnam track and field federation. Available at: <https://vietnamnews.vn/sports/>
- Haa, T. Y., Zhang, J. J., Wang, J. J., & Hulland, J. (2020). Beyond the game: Dimensions of esports online spectator demand. *Communication & Sport*, 8(6), 825-851.
- Hamari, J., & Sjöblom, M. (2017). What is eSports and why do people watch it?. *Internet research*. 27(2), 211-232.
- Heidarzadeh, B. (2012). *Identification and prioritization of barriers to the development of freestyle and western wrestling in Ilam province* (Unpublished master's thesis). Razi University, Kermanshah, Iran. (In Persian)
- Henseler, J., Ringle, C. M., & Sinkovics, R. R. (2009). The use of partial least squares path modeling in international marketing. In *New challenges to international marketing* (pp. 21-33). Leeds: Emerald Group Publishing Limited.
- Hosseini Al-Hashimi, R. S. (2018). *Identify and analyze trends affecting the future of digital games*. Master Thesis. Toloo Mehr Higher Education Institute, Qom. (In Persian)
- Hosseinzadeh Sheikh Ali Kalayeh, M., & Aghabigi Klaki, M. (2017). Examining the conditions of digital games from the perspective of e-commerce. Paper presented at the Digital Games Research Conference; Trends, Technologies and Applications, Tehran. (In Persian)
- Houlihan, B., & Green, M. (2008). *Comparative elite sport development: Systems, structures and public policy*. UK: Published by Elsevier Ltd.
- Iraqi, M., & Kashif, M. M. (2014). Challenges facing the development of public sports in Iran and its strategies, *Sports Management*, 4(6), 643-655. (In Persian)
- Ismaili, A. (2016). *Build trust in online games using digital referees and game techniques* (Unpublished master's thesis). Mehr Astan Higher Education Institute, Astaneh-ye Ashrafiyeh. (In Persian)
- Jang, W. W., & Byon, K. K. (2019). Antecedents and consequence associated with esports gameplay. *International Journal of Sports Marketing and Sponsorship*, 21(1), 1-22.
- Keshkar, S., Ghorbani, M., & Ghanbari Firoozabadi, A. (2020). Challenges and strategies for developing greater public access to swimming facilities in Iran. *Contemporary Studies On Sport Management*, 10(19), 51-68. (In Persian)
- Khaledifar, R. (2018). *Identifying factors affecting the development of Iranian women's football* (Unpublished master's thesis). University

- of Mazandaran, Bablsar, Iran. (In Persian)
19. Khazaei, A. (2017). Identifying the challenges of implementing resistance economics in sports development with emphasis on the guidelines of the supreme leader (Unpublished master's thesis). Allameh Tabatabai University, Tehran, Iran. (In Persian)
 20. Kordafshari, Gh. (2018). Designing a digital game center to attract the attention of adolescents with an energy depletion approach in Tehran's District 5. Paper presented at the 6th National Conference on Civil Engineering, Architecture and Sustainable Urban Development of Iran, Tehran. (In Persian)
 21. Kreuger, L., & Neuman, W. L. (2006). Social work research methods: qualitative and quantitative approaches: With research navigator. London: Pearson/Allyn and Bacon.
 22. Kykhosrovi, A., Moeinfard, M., Hamedia Nia, M., & Shooshinasab, P. (2018). Barriers of handball development in Sabzevar and presenting strategies. *Sport Management and Development*, 6(3), 134-151. (In Persian)
 23. Macey, J., Tyrväinen, V., Pirkkalainen, H., & Hamari, J. (2022). Does esports spectating influence game consumption? *Behaviour & Information Technology*, 41(1), 181-197.
 24. Mahmoudi, Narges and Moeini, Alireza and Noor Alizadeh, Hamidreza (2018). Identifying the capabilities of digital games in strengthening the entrepreneurial attitude of children. Paper presented at the 4th National Conference and the 2nd International Conference on Computer Games, Opportunities and Challenges, Kashan. (In Persian)
 25. Monafi, Fereydoun. (2015). Designing a model for the development of Iranian university sports (Unpublished master's thesis). University of Guilan, Rasht, Iran. (In Persian)
 26. Nevena, V., Žarko, M., & Aleksandar, D. (2007). Video Games in South Korea.
 27. Radman Peša, A., Čičin-Šain, D., & Blažević, T. (2017). New business model in the growing e-sports industry. *Poslovna Izvrnost: Znanstveni Casopis za Promicanje Kulture Kvalitete i Poslovne Izvrnosti*, 11(2), 121-131.
 28. Rezaoust, P. (2018). Designing a digital games center to attract the attention of teenagers with an energy depletion approach in Tehran's District 5 (Unpublished master's thesis). Islamic Azad University, Safadasht Branch, Iran. (In Persian)
 29. Rezaei, P., Pourkiani, M., Naghshbandi, S., & Bagherian Farahabadi, M. (2022). The future of Iranian women's professional sports development research based on screenwriting. *Contemporary Studies on Sport Management*, (Accepted Manuscript Available Online from 26 February 2022). (In Persian)
 30. Seih Kok, Ch. (2007). Olympic council of Malasia. <https://olympics.com.my/>
 31. Strauss, A. L., & Corbin, J. (1990). Basics of qualitative research: Grounded theory procedures and techniques. New York: Sage.
 32. Shah Mansouri, E., & Haghadi, A. (2015). Obstacles and strategies for the development of championship sports in Markazi province. Paper presented at the First National Conference on New Achievements in Physical Education and Sports, Chababar. (In Persian)
 33. Skinner, J., Edwards, A., & Corbett, B. (2014). *Research methods for sport management*. Routledge.
 34. Southern, N. (2017). The rise of eSports: A new audience model and a new medium? BA Camdidate, Department of Mathematics, California State University Stanislaus, 1 University Circle, Turlock, CA, 95382, 65-68.
 35. Sutula, V. (2018). General definition of the concept "Sports". *Journal of Physical Fitness, Medicine & Treatment in Sport*, 4(4), 1-2.
 36. Tendnois, F., & Qasemi, M. H. (2007). Comparison of the views of athletes, coaches, and experts on strategies for the development of the country's gymnastics championship sport, *Olympic*, 15(4), 17-29. (In Persian)
 37. Willingham, A. J. (2018). What is eSports? A look at an explosive billion-dollar industry. Available at: <https://www.cnn.com/2018/08/27/us/esports-what-is-video-gameprofessional-league-madden-trnd/index.html>.
 38. Zargar, A. A. (2016). Development of a model for the development of public sports in Tehran province (Unpublished master's thesis). Payame Noor University, Tehran, Iran. (In Persian)



COPYRIGHTS

© 2023 by the authors. Licensee PNU, Tehran, Iran. This article is an open access article distributed under the terms & conditions of the Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY4.0)

(<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0>)