

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 Nemati², 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: nnemati258@gmail.com

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.

KEY WORDS

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 خبرگان 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 استخراج‌شده 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: nmemati258@gmail.com

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 آقاییگی 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 (احمدی‌صوفی‌حسن، 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 مدیریت آن و نیز به‌وسیله نظریه‌پردازی درمورد ورزش الکترونیک پیشرفت کند. ژانگ^۳ (۲۰۱۹) در پژوهش خود با عنوان «مطالعه توسعه ورزش‌های الکترونیکی در چین» مطرح کرد که توسعه ورزش‌های الکترونیک به رهبری دولت برای بهبود نظارت بر ورزش‌های الکترونیکی نیاز دارد و مدل کسب‌وکار ورزش‌های الکترونیکی باید متنوع باشد. حرفه‌ای شدن ورزش‌های الکترونیک برای مشارکت به متخصصان بیشتری احتیاج دارد و باید رابطه خوبی بین ورزشکاران ورزش‌های الکترونیک و باشگاه‌های ورزش‌های الکترونیک برقرار شود. ویتان^۴ (۲۰۱۹) در پژوهش خود با عنوان «ورزش‌های الکترونیکی در فنلاند: وضعیت فعلی و چشم انداز توسعه» مطرح کردند که ورزش‌های الکترونیک فنلاند طی دو سال گذشته گام‌هایی در جهت حرفه‌ای شدن برداشت. روندها ذیل ورزش‌های الکترونیک فنلاند مشاهده می‌شود؛ برندهای خارج از صنعت حمایت‌کننده رویدادها، تیم‌های ورزشی سنتی تیم‌هایی تأسیس کرده یا همکاری می‌کنند و مؤسسات آموزشی شروع به ارائه ورزش‌های الکترونیکی به‌عنوان بخشی از آموزش می‌کنند. ها^۴ و همکاران (۲۰۲۰) نیز در پژوهش خود با عنوان «ورزش‌های الکترونیکی و ورزش‌های سنتی: آنالیز مقایسه‌ای» مطرح کردند که می‌توان سه سناریو برای آینده ورزش‌های الکترونیک پیش بینی کرد: «به‌عنوان یک ضد فرهنگ یا جایگزین برای ورزش مدرن، به‌عنوان بخشی از هژمونی ورزش یا به‌عنوان ورزش هژمونیک آینده». سپس امکان پذیری هر سناریو ارزیابی می‌شود و از میان این سه، سناریوی دوم، به‌عنوان بخشی از هژمونی ورزش، پذیرفتنی‌ترین گزینه در نظر گرفته می‌شود. موفقیت بین‌المللی بازیکنان و تیم‌های فنلاندی باعث جلب توجه و آگاهی ورزش‌های الکترونیکی در فنلاند شده است. با توجه به اطلاعات ارائه‌شده، جنبه نوآوری تحقیق و اهمیت نظری آن تأیید می‌شود؛ بنابراین نتایج این تحقیق می‌تواند به پرکردن خلأهای مطالعاتی این حوزه کمک شایانی کند و به‌عنوان زیربنایی برای تحقیقات آتی قرار گیرد. در بُعد عملیاتی نیز با توجه به جامعیت مدل نهایی پژوهش، نتایج این تحقیق می‌تواند راهگشای فعالیت‌های آتی سازمان‌های مربوط مانند وزارت ورزش و جوانان، فدراسیون ورزش-های همگانی، انجمن ورزش‌های الکترونیک جمهوری اسلامی ایران، بنیاد ملی بازی‌های رایانه‌ای و مدیران باشگاه‌های ورزش‌های الکترونیک، قرار گیرد؛ از این‌رو سؤال اصلی تحقیق این است که راهبردهای توسعه باشگاه‌های ورزش الکترونیک در ایران کدام‌اند؟

به المپیک توسط کمیته بین‌المللی المپیک هستند؛ براین اساس نمی‌توان وجود آن‌ها را انکار کرد؛ بلکه درمقابل باید با اتخاذ برنامه راهبردی و بلندمدت زمینه بهره‌وری بهینه از آن را مهیا کرد. با توجه به اهمیتی که ورزش‌های الکترونیک در جامعه به‌خصوص در بین جوانان دارد، ضرورت دارد راهکارهایی برای توسعه آن‌ها در کشور ایران اتخاذ شود که یکی از این راهکارها ایجاد و توسعه باشگاه‌های ورزش‌های الکترونیک در ایران است.

با مطالعه پیشینه تحقیق مشخص می‌شود که تاکنون تحقیقی با این هدف انجام نشده است. در این راستا، بنار و همکاران (۲۰۱۹) مطالعه‌ای با عنوان «طراحی مدل توسعه ورزش‌های الکترونیک با استفاده از نظریه داده‌بنیاد: با رویکرد ایجاد کسب و کار و اشتغال‌زایی در استان گیلان» انجام دادند. کردافشاری (۲۰۱۸) مطالعه‌ای با هدف طراحی مرکز بازی‌های دیجیتال در جهت جلب توجه نوجوانان با رویکرد تخلیه انرژی در منطقه ۵ تهران انجام داد. رضادوست (۲۰۱۸) تحقیقی با عنوان «طراحی مرکز بازی‌های دیجیتال در جهت جلب توجه نوجوانان با رویکرد تخلیه انرژی در منطقه ۵ تهران» انجام داد. اسماعیلی (۲۰۱۶) تحقیقی با عنوان «اعتمادسازی در بازی آنلاین با استفاده از داور دیجیتال و تکنیک بازی» انجام داد. محمودی و همکاران (۲۰۱۷) تحقیقی با هدف «شناسایی قابلیت‌های بازی‌های دیجیتال به‌منظور تقویت نگرش کارآفرینانه در کودکان (۷-۱۲ سال)» انجام دادند. حسینی الهاشمی (۲۰۱۸) مطالعه‌ای با هدف شناسایی و تحلیل روندهای مؤثر بر آینده بازی‌های دیجیتال انجام داد. درستکارکردآباد (۲۰۲۰) تحقیقی با عنوان «تأثیر انجام بازی دیجیتال پرتاب آزاد بسکتبال بر مهارت پرتاب آزاد و تغییرات مبادله سرعت-دقت در نوجوانان پسر بسکتبالیست مبتدی و ماهر» انجام داد. همان‌طور که مشاهده شد، تنها تحقیق همسو مطالعه بنار و همکاران (۲۰۱۹) بود که این تحقیق نیز از جنبه هدف و قلمرو مکانی تحقیق، با مطالعه حاضر متفاوت است؛ چراکه هدف تحقیق حاضر، توسعه باشگاه‌های ورزش الکترونیک در کشور ایران است. کونینگام^۱ و همکاران (۲۰۱۸) تحقیقی با عنوان «ورزش الکترونیک: تعیین مشخصات ساختار و پیامدها برای مدیریت ورزش» انجام دادند. تحلیل داده‌های این تحقیق نشان داد که اختلاف‌نظرها و بحث‌ها درباره اینکه ورزش الکترونیک تا چه حد نمایانگر ورزش رسمی است، احتمالاً از مفهوم‌سازی‌های ورزش و زمینه نشئت می‌گیرد. همچنین دانش ورزش الکترونیک می‌تواند از طریق مطالعه حاکمیت، بازاریابی

روش شناسايى پژوهش

تحليلى آمارى مبتنى بر همبستگى است. با توجه به مطلوب‌ترين مقدار درصد خطا ۰/۰۵، توان ۰/۸۰ و حجم اثر ۰/۰۵ افرادى كه درمورد تحقيق حاضر اگاهى داشتند، به‌عنوان نمونه تحقيق مشخص شدند. با استفاده از روش نمونه‌گيرى تصادفى دردسترس، اين افراد به‌عنوان نمونه مشخص شدند. براى پخش پرسش‌نامه‌ها از روش ارسال پرسش‌نامه به‌صورت حضورى، پست الكترونيك و فضاى مجازى استفاده شد.

ابزار پژوهش، مصاحبه‌هاى نيمه‌ساختارمند و پرسش‌نامه محقق‌ساخته‌اى بود كه با توجه به اهداف و روش تحقيق، اين پرسش‌نامه به دو شكل طراحى شد. به‌طوركلى اين پرسش‌نامه حاوى ۲۵ راهبرد مؤثر بر توسعه باشگاههاى ورزش الكترونيك در ايران بود؛ از اين رو با توجه به راهبردهاى شناسايى شده، در قالب پرسشنامه تنظيم گرديد كه روايى محتواي آن توسط ۱۰ نفر از اساتيد مديريت ورزشى تأييد گرديد، اين افراد خارج از نمونه‌هاى بخش كیفى بودند. سپس به منظور اعتباريائى مدل ترسيم شده در غالب روش معادلات ساختارى، سؤالات به‌صورت طيف ۵ ارزشى ليكرت طراحى گرديد. جهت تجزيه و تحليل داده‌هاى تحقيق حاضر از روش آميخته (كیفى-كمى) استفاده گرديد. همچنين تجزيه و تحليل قسمت كمى (اعتباريائى) با نرم‌افزار مدل معادلات ساختارى AMOS انجام گرفت.

يافته‌هاى پژوهش

يافته‌هاى توصيفى مربوط به نمونه‌هاى آمارى پژوهش حاضر در جدول ۱ ارائه شده است.

پژوهش حاضر از نوع تحقيقات کاربردى بود كه به‌صورت ميدانى انجام شد. روش تحقيق حاضر از نظر روش گردآورى داده‌ها آميخته بود كه به دو روش كیفى و كمى انجام گرفت؛ به‌صورتى كه در بخش كیفى با صاحب‌نظران مصاحبه شد و در روش كمى نيز كدهاى استخراج‌شده به‌صورت پرسش‌نامه تنظيم شد و بعد از تأييد، پرسش‌نامه‌ها در ميان جامعه آمارى پخش و گردآورى شد. جامعه آمارى در بخش كیفى، كارشناسان، مطلعين و خبرگان آشنا با مديريت مطالعات راهبردى ورزشى، مديران و مسئولان انجمن ورزش‌هاى الكترونيكى مانند مسئول كميته توسعه و پيشرفت، انجمن ورزش‌هاى الكترونيكى بودند. از روش نمونه‌گيرى غيراحتمالى با انتخاب هدفمند و با حداكثر تنوع يا ناهمگونى استفاده شد. اندازه نمونه در اين پژوهش بر مبنای شاخص اشباع نظرى برابر با ۱۶ نفر بود كه با هريك از اين افراد مصاحبه شد و تك‌تك مصاحبه‌ها تجزيه و تحليل شد و كدهاى مرتبط با پژوهش استخراج شد. همچنين جامعه آمارى در بخش كمى، مديران و مسئولان باشگاههاى ورزش الكترونيك و ورزشكاران ورزش الكترونيك در دو طيف جنسيتى زن و مرد بودند.

به‌منظور برآورد حجم نمونه از نرم‌افزار SPSS Sample Power استفاده شد. با مدنظر قرار دادن حداكثر متغير مستقل اثرگذار بر متغيرهاى وابسته و درصد خطاى ۰/۰۵، توان بيشتر از ۰/۸۰ و حجم اثر ۰/۰۵، حجم نمونه ۳۶۰ نفر برآورد شد. براى سوابق شغلى، تحصيلى و پژوهشى نمونه‌هاى آمارى، از ميان آنان روش‌هاى

جدول ۱. يافته‌هاى توصيفى پژوهش

Table 1. Descriptive Findings of the Research

درصد	فراوانى	گروه‌ها	ويژگى‌هاى جمعيت‌شناختى	
۵۷/۱۴	۹	مرد	جنسيت	بخش كیفى تحقيق
۴۲/۸۶	۷	زن		
۸۵/۷۱	۱۲	دكتري	سطح تحصيلات	
۱۴/۲۹	۴	كارشناسى‌ارشد		
۶۲/۵	۲۲۵	مرد	جنسيت	بخش كمى تحقيق
۳۷/۵	۱۳۵	زن		
۱۵/۸	۵۷	كمتر از ۳۵ سال	رده سنى	
۵۱/۷	۱۸۶	۳۶-۴۵ سال		
۲۴/۲	۸۷	۴۶-۵۵ سال		
۳/۸	۳۰	بيشتر از ۵۵ سال		

در این مرحله، سنگ بنای مقوله‌های عمده بعدی و نیز اجزای اصلی نظریه زمینه‌ای در حال ظهور را شکل می‌کند (محمدپور، ۲۰۱۴). حال که همه داده‌ها کدگذاری شده و کدها یا مفاهیم اولیه متعددی ساخته شدند، مرحله دوم کدگذاری باز آغاز می‌شود. محقق در این مرحله با متون خام کار ندارد؛ بلکه با مفاهیمی که تولید کرده است، سروکار دارد. هدف این مرحله از کدبندی باز که به کدگذاری «متمرکز» نیز مرسوم است، تولید و استخراج مقوله‌های عمده است. در جدول ۳، نحوه کدگذاری سطح اول (اولیه) و سطح دوم (متمرکز) با عنوان درک معنای شناسایی راهبردهای مؤثر بر توسعه باشگاه‌های ورزش الکترونیک در ایران آمده است.

نتایج درج شده در جدول ۲ نشان می‌دهد که راهبردهای مؤثر بر توسعه باشگاه‌های ورزش الکترونیک در ایران از پنج مؤلفه و ۲۵ کد تشکیل شده است.

نخستین گام در ساخت نظریه زمینه‌ای، کدگذاری باز است (دانایی‌فر و همکاران، ۲۰۱۹). کدبندی باز از نظر واحد تحلیل به صورت سطر به سطر، عبارت به عبارت، یا پاراگراف به پاراگراف یا به صورت صفحه جداگانه انجام می‌شود. اگر واحد کدبندی سطر باشد، به هریک از سطرها یا جمله‌ها، مفهوم یا کدی الصاق می‌شود. این کدها یا مفاهیم باید بتواند حداقل فضای مفهومی و معنای آن را اشباع کنند (بهشتی، ۲۰۱۶). در این مرحله تمام اطلاعات کدبندی می‌شود. در کدبندی اولیه محقق براساس واحد کدبندی، به هر واحد مدنظر یک کد (مفهوم، نام، برچسب) الصاق می‌کند. مفاهیم یا کدهای به دست آمده

جدول ۲. کدهای اولیه و کدبندی ثانویه (متمرکز) راهبردها

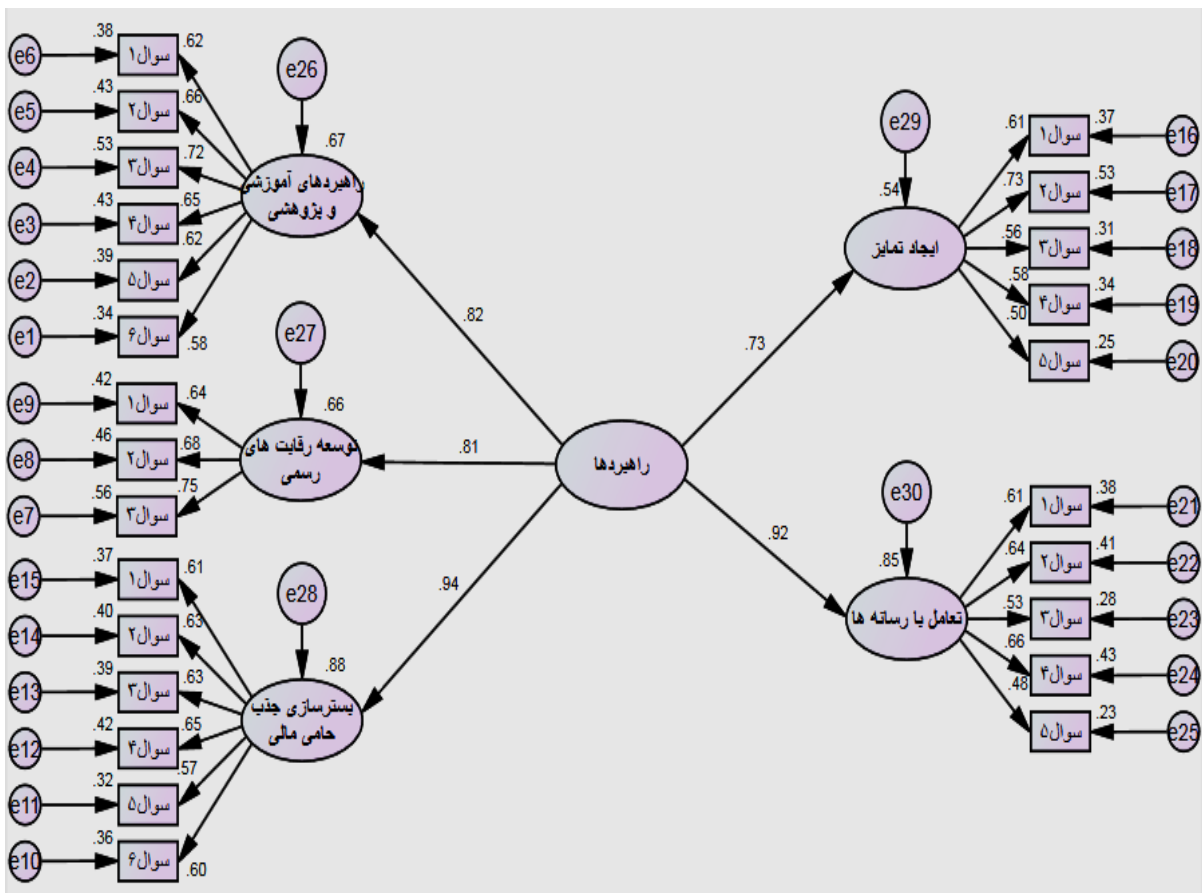
Table 2. Primary Codes and Secondary (Focused) Coding of Strategies

مقوله اصلی	زیرمقوله فرعی	گزاره‌های منطقی (کداولیه)
راهبردهای آموزشی و پژوهشی		حضور ورزش الکترونیک به عنوان یک رشته ورزشی در مدارس
		معرفی و آموزش منظم ورزش الکترونیک از طریق رسانه‌ها
		تهیه و توزیع کتب و نشریات آموزشی مختص ورزش الکترونیک
		طراحی پژوهش‌های مختلف دانشگاهی برای مطالعه جنبه‌های مختلف ورزش الکترونیک
		استفاده از نتایج پژوهش‌های موجود برای استفاده در ورزش الکترونیک
		انتقال دانش و تجربه از طریق آموزش و پژوهش
توسعه رقابت‌های رسمی		استمرار و منظم‌بودن رقابت‌ها در سطوح مختلف
		توجه جدی به مسابقات بانوان در سطوح مختلف
		توزیع مناسب و عادلانه رویدادها و مسابقات در مناطق مختلف کشور
بسترسازی جذب حامی مالی		بسترسازی برای خصوصی‌سازی از طریق دولت
		همکاری بیشتر نهادهای دولتی و خصوصی برای توسعه باشگاه‌های ورزش الکترونیک
		کاهش تصدی دولت در ورزش کشور و واگذاری به بخش خصوصی
		تأمین زیرساخت‌های سخت افزاری توسط دولت و سایر ارگان‌های متولی ورزش
ایجاد تمایز		خطمشی‌گذاری مؤثر توسط نهادهای دولتی در زمینه حمایت از باشگاه‌های ورزش الکترونیک
		واگذاری مکان‌های با کاربری ورزشی به شرکت‌ها برای سرمایه‌گذاری در حوزه باشگاه‌های ورزش الکترونیک
		مدیریت صحیح سالن‌ها و فضاهای محل برگزاری مسابقات (مدیریت ایمنی و ازدحام، مدیریت خطر و...)
		ارائه امکانات تهیه بلیت و خدمات مطابق نیازها و میل افراد (فروش اینترنتی و...)
		ارائه خدمات جانبی در قبل از برگزاری مسابقه نظیر اجرای حرکات نمایشی، موسیقی و...)
تعامل با رسانه‌ها		طبقه‌بندی ارائه خدمات براساس نیازها، انتظارات و درآمد افراد
		ارائه خدمات متنوع و مناسب با سن افراد (نوجوانان، جوانان، بزرگسالان)
		پوشش رسانه‌ای مناسب مسابقات و رویدادهای ورزش‌های الکترونیک
		ایجاد جذابیت برای حامیان مالی از طریق افزایش پخش رسانه‌ای
		پوشش رسانه‌ای ورزش‌های الکترونیک در قسمت بانوان
		حمایت رسانه در زمینه ترویج ورزش‌های الکترونیک در شهرستان‌ها
		تعامل صحیح مدیران و چهره‌های محبوب ورزش‌های الکترونیک و مدیران شرکت‌ها با مدیران رسانه‌ای

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 نامرتبط 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 (λ) 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<۰/۰۱) که نشان از اطمینان به سازه مدنظر دارد.

جدول ۳. شاخص‌های ارزیابی کلیت مدل معادله ساختاری
Table 3. Evaluation Indices of the Structural Equation Model

شاخص‌ها	نام شاخص	اختصار	مدل نهایی	برازش قابل قبول
شاخص‌های برازش	نیکویی برازش	GFI	۰/۹۱۲	بزرگ‌تر از ۰/۹۰
	نیکویی برازش اصلاح شده	AGFI	۰/۹۰۷	بزرگ‌تر از ۰/۹۰
شاخص‌های برازش مطلق	برازش هنجار شده	NFI	۰/۹۵۲	بزرگ‌تر از ۰/۹۰
	برازش تطبیقی	CFI	۰/۹۸۷	بزرگ‌تر از ۰/۹۰
	برازش نسبی	RFI	۰/۹۲۳	بزرگ‌تر از ۰/۹۰
	برازش افزایشی	IFI	۰/۹۸۹	بزرگ‌تر از ۰/۹۰
	برازش مقتصد هنجار شده	PNFI	۰/۶۲۵	بزرگ‌تر از ۰/۵۰
شاخص‌های برازش مقتصد	ریشه میانگین مربعات خطای برآورد	RMSEA	۰/۰۶۲	کمتر از ۰/۱۰
	نسبت کای‌اسکوئر به درجه آزادی	CMIN/df	۲/۴۱۲	مقدار بین ۱ تا ۳

داده‌ها به مدل برقرار است و همگی شاخص‌ها بر مطلوبیت مدل معادله ساختاری دلالت دارند. در کل می‌توان گفت با توجه به نتایج، اعتباریابی راهبردهای مؤثر بر توسعه باشگاه‌های ورزش الکترونیک در ایران تأیید می‌شود.

تسهیلات و خدمات‌رسانی، امکانات و تجهیزات، آموزشی و اطلاعاتی را جزو مهم‌ترین عوامل بیان کرده است. نتایج پژوهش‌های خزایی (۲۰۱۷)، خالدی‌فر (۲۰۱۸)، رضایی و همکاران (۲۰۲۲)، فریموت^۱ (۲۰۱۰)، روو^۲ و همکاران (۲۰۱۶) و نودهی و همکاران (۲۰۱۷) نیز با نتایج این پژوهش همخوانی دارد. مسئولان ورزش الکترونیک نیز می‌توانند با ایجاد نوآوری در زمینه برگزاری مسابقات ورزش‌های الکترونیک و با ایجاد جذابیت، مخاطبان بیشتری را برای تماشای رقابت‌های باشگاهی در ورزش‌های الکترونیک گرد هم آورند. در واقع به دلیل ماهیت راکتی این رشته می‌توان با ایجاد جوی رقابتی و با برگزاری مسابقه بین محلات مختلف یک استان یا بین استان‌های مختلف در کشور به صورت منظم، زمینه توسعه این رشته را فراهم کرد. از طرفی انجمن ورزش‌های الکترونیک می‌تواند با اختصاص بودجه‌ای برای استعدادیابی رایگان نونهالان در مدارس، افراد مستعد برای ادامه کار را شناسایی کند. همچنین بی‌توجهی‌هایی که به مسابقات بانوان و نیز توزیع عادلانه رویدادها و مسابقات در سطح کشور شده است، از دیگر موانع رقابتی ورزش الکترونیک به حساب می‌آید که باید با برنامه‌ریزی درست به راهبرد مناسب تبدیل شود. خالدی‌فر (۲۰۱۸) بیان می‌کند که موانع فرهنگی و اجتماعی مانع توسعه ورزش فوتبال بانوان است. در تنیس نیز ممکن است این مانع حاکم باشد و چه بسا به دلیل بودن رشته، این مانع بیشتر نیز باشد؛ بنابراین بخش فرهنگی انجمن ورزش‌های الکترونیک باید با نشر کتب و بروشورهایی به معرفی و

شاخص‌های ارزیابی کلیت مدل معادله ساختاری با توجه به دامنه مطلوب این شاخص‌ها بیانگر این است که مدل مفروض تدوین شده توسط داده‌های پژوهش حمایت می‌شود؛ به عبارت دیگر برازش

بحث و نتیجه‌گیری

منظور از راهبردها، کنش‌ها یا برهم‌کنش‌های خاصی است که از پدیده محوری منتج می‌شود (دانایی‌فرد و امامی، ۲۰۱۹). در بخش راهبردها می‌توان به راهبردهای مالی اشاره کرد که همواره یکی از عوامل مؤثر بر توسعه در تمام حوزه‌ها به خصوص صنعت ورزش است. ایجاد زمینه‌ها و تسهیلات مناسب برای ترغیب بخش خصوصی به سرمایه‌گذاری در این حوزه اهمیت ویژه‌ای دارد. از آنجاکه ورزش حرفه‌ای ماهیتی خصوصی دارد، برای ایجاد و وضع مطلوب به منظور مشارکت بخش خصوصی و سامان‌دهی ورزش، به بسترسازی بهتر در این زمینه نیاز است. مدیران ورزشی باید با بهبود زیرساخت‌های حرفه‌ای در ورزش الکترونیک، زمینه‌های بهبود امکانات را به منظور حضور حامیان بالقوه در ورزش فراهم کنند (زمانی دادانه و همکاران، ۲۰۲۱). جدای از بحث حمایت مالی، مدیریت و مواردی از این دست سازمان‌ها و انجمن ورزش‌های الکترونیک نقش بسزایی در توسعه باشگاه‌های ورزش الکترونیک ایفا می‌کند. در واقع اگر این انجمن ورزش‌های الکترونیک برنامه‌های مناسبی برای آموزش این رشته در اقصا نقاط کشور، پژوهش در این رشته و برگزاری جشنواره‌ها و رقابت‌های رسمی برای توسعه آن داشته باشد، می‌توان امیدوار بود این رشته ورزشی با جذب مخاطبان بیشتر در کشور و شناسایی استعدادهای ناشناخته و برتر می‌تواند توسعه بیشتری پیدا کند. زرگر (۲۰۱۶) در رابطه با توسعه ورزش همگانی استان تهران، مسابقات تفریحی، خلاقیت و نوآوری،

رویدادهای ورزشی است؛ چنانچه رمنضانی نژاد 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 الكترونيك كرد؛ 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 الكترونيك 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 الكترونيك 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 صاحب‌نام، 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 الكترونيك در مدارس، تنیس و استفاده مؤثر از تبلیغات و برگزاری مسابقات و اردوها، زمینه‌ساز گسترش باشگاه‌های ورزش الكترونيك 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 الكترونيك 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 الكترونيك 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

آموزش هر چه بیشتر این رشته ورزشی همت کند. باید در نظر داشت برای توسعه باشگاه‌های ورزش الكترونيك، توجه و اهمیت به بانوان کمک شایانی به پیشبرد هر چه بیشتر این رشته خواهد کرد. با آموزش و اطلاع‌رسانی‌های سودمند باید از اثرات منفی موانع اجتماعی و فرهنگی برای حضور بانوان در رقابت‌های راکتی مانند ورزش‌های الكترونيك 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 به‌واسطه برنامه‌های آموزشی و تعلیمی ارائه‌شونده 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 موردنیاز آنان از جمله حقوق و مزایا فراهم شود. تا زمانی که در ایران ورزشکاران حرفه‌ای به لحاظ شغلی حمایت مالی نشوند، توسعه باشگاه‌های ورزش الكترونيك 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 الكترونيك 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 به‌شدت 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 به‌نحوی ساخته شود که مشتری بتواند نیازی که دارد را از طریق بازاریابی بشناسد و درصدد رفع آن برآید؛ از این‌رو 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 شناسایی‌شده، تعامل رسانه‌ها با ورزش است که این نتیجه با نتایج تحقیقات سلطان حسینی و همکاران (۲۰۱۲)، رمنضانی نژاد 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.

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., Ashrafkhazaei, A., Aryan, E., & Gholami torkslooye, 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

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

- 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., & Haghdati, 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

© 2021 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>)