



## Feasibility Study of E-sports Development with the Approach of Creating Business and Job Creation

Noshin Benar<sup>1\*</sup>, Fatemeh Saedi<sup>2</sup>, Azar Khosravi<sup>3</sup>

Received: Oct 24, 2020

Accepted: Jul 02, 2021

### Abstract

**Objective:** The present study was aimed at providing a feasibility model for the development of electronic sports with the approach of business and job creation.

**Methodology:** The research method is qualitative with exploratory nature and the data theory strategy of the foundation has been used in it. The statistical population of the study included elites and executive and academic specialists in the field of e-sports, business and employment in Gilan province. Targeted and snowball sampling methods were used for sampling for semi-structured interviews. A total of 15 interviews were conducted and sampling continued until the study reached theoretical saturation and adequacy. Data analysis was performed using three steps of open, axial and selective coding.

**Results:** The research findings show that after screening the initial coding, a total of 268 primary codes (open code without repetition) were identified. Also, after more detailed classification, 143 sub-concepts, 73 concepts and 18 categories have been enumerated in the form of a paradigm model including the development of e-sports as a central category and causal conditions (nature of stakeholders (actors) of e-sports ecosystem, economic nature). Intervention conditions (legal challenges, structural challenges), contextual conditions (identification, attractiveness), strategies (infrastructure development, capacity development, managerial-structural development, socio-cultural development) and consequences (improvement and facilitation of e-sports business environment) were located.

**Conclusion:** Finally, based on the qualitative approach, the feasibility model for the development of e-sports was reviewed and depicted, and based on it, it can be said that managers and officials can strengthen technological infrastructure, educational infrastructure and physical infrastructure while developing human capabilities, financial capabilities and the marketing and platforming capabilities of business creation, partnerships, financial incentives, and a focus on culture-building, and information dissemination improve and facilitate the e-sports business environment.

**Keywords:** E-Sports, Development, Employment, Business, Grounded Theory.

1. Associate Professor in Sports Management, Faculty of Physical Education and Sport Sciences, University of Guilan, Rasht, Iran. 2. Ph.D. student in Sports Management, Faculty of Physical Education and Sport Sciences, University of Guilan, Rasht, Iran. 3. Ph.D in Sports Management, Islamic Azad University, Qazvin, Iran.

\* Corresponding author's e-mail address: [Noshin.Benar@gmail.com](mailto:Noshin.Benar@gmail.com)





## امکان‌سنجی توسعه ورزش‌های الکترونیک با رویکرد ایجاد کسب‌وکار و اشتغال‌زایی

نوشین بنار<sup>۱\*</sup>، فاطمه سعیدی<sup>۲</sup>، آذر خسروی<sup>۳</sup>

تاریخ دریافت: ۱۳۹۹/۰۸/۰۳

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۰/۰۴/۱۱

### چکیده

**هدف:** هدف پژوهش حاضر ارائه الگوی امکان‌سنجی توسعه ورزش‌های الکترونیک با رویکرد ایجاد کسب‌وکار و اشتغال‌زایی بوده است.

**روش‌شناسی:** روش پژوهش از نوع کیفی با ماهیت اکتشافی بوده و در آن از استراتژی نظریه داده بنیاد استفاده شده است. جامعه آماری پژوهش شامل نخبگان و متخصصان اجرایی و دانشگاهی در زمینه ورزش‌های الکترونیک، کسب‌وکار و اشتغال در استان گیلان بود. جهت نمونه‌گیری برای انجام مصاحبه‌های نیمه ساختاریافته از روش نمونه‌گیری هدفمند و گلوله برفی استفاده شد. در مجموع ۱۵ مصاحبه انجام شد و نمونه‌گیری تا جایی تداوم یافت که پژوهش به اشباع نظری و کفایت رسید. تحلیل داده‌ها با استفاده از سه مرحله کدگذاری باز، محوری و انتخابی انجام شد.

**یافته‌ها:** یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد، پس از غربالگری کدگذاری‌های اولیه مجموع ۲۶۸ کد اولیه (کد باز بدون تکرار) شناسایی شده است. همچنین پس از دسته‌بندی دقیق‌تر بلغ بر ۱۴۳ زیرمفهوم، ۷۳ مفهوم و ۱۸ مقوله احصاء شده است که در قالب مدل پارادیمی شامل توسعه ورزش‌های الکترونیک به عنوان مقوله محوری و شرایط علی (ماهیت دینفعان (بازیگران) اکوسیستم ورزش‌های الکترونیک، ماهیت اقتصادی)، شرایط مداخله‌گر (چالش‌های قانونی و حقوقی، چالش‌های ساختاری)، شرایط زمینه‌ای (هویت‌یابی، ایجاد جذابیت)، راهبردها (توسعه زیرساخت‌ها، توسعه قابلیت‌ها، توسعه بسترهای مدیریتی - ساختاری، توسعه فرهنگی - اجتماعی) و پیامدها (بهبود و تسهیل فضای کسب‌وکار ورزش‌های الکترونیک) قرار گرفتند.

**نتیجه‌گیری:** در نهایت بر اساس رویکرد کیفی، الگوی امکان‌سنجی توسعه ورزش‌های الکترونیک بررسی و به تصویر کشیده شد و بر اساس آن می‌توان بیان کرد مدیران و مسئولین می‌توانند با تقویت زیرساخت‌های فناورانه، زیرساخت‌های آموزشی و زیرساخت‌های فیزیکی همگام با توسعه قابلیت‌های انسانی، قابلیت‌های مالی و قابلیت‌های بازاریابی و بسترسازی ایجاد کسب‌وکار، مشارکت، مشوق‌های مالی و تمرکز بر فرهنگ‌سازی، و اطلاع‌رسانی مطلوب موجب بهبود و تسهیل فضای کسب‌وکار ورزش‌های الکترونیک گردند.

**واژه‌های کلیدی:** اشتغال، تئوری داده بنیاد، توسعه، کسب‌وکار، ورزش‌های الکترونیک.

۱. دانشیار مدیریت ورزشی دانشکده تربیت بدنی و علوم ورزشی دانشگاه گیلان، رشت، ایران. ۲. دانشجوی دکتری مدیریت ورزشی دانشکده تربیت بدنی و علوم ورزشی دانشگاه گیلان، رشت، ایران. ۳. دکتری مدیریت ورزشی دانشگاه آزاد، قزوین، ایران.

\* نشانی الکترونیکی نویسنده مسئول: Noshin.Benar@gmail.com



## مقدمه

صنعت ورزش‌های الکترونیک<sup>۱</sup> (eSports) چند سالی است که در بین پول‌سازترین صنایع دنیا حضور دارد؛ از کشورهای صنعتی و بزرگ گرفته تا کشورهای کوچک، توانسته‌اند با تکیه بر این صنعت تحول شگرفی در اقتصاد خود به وجود آورند و گردش مالی شگفت‌انگیزی را ایجاد کنند (Iran Computer & Video Games Foundation, 2017). اصطلاح ورزش الکترونیکی به اواخر دهه نود میلادی باز می‌گردد. یکی از قدیمی‌ترین منابع معتبری که واژه ورزش‌های الکترونیکی را مورد استفاده قرار داده است، یک ناشر مطبوعاتی در سال ۱۹۹۹ در مورد راه‌اندازی انجمن بازیگران آنلاین<sup>۲</sup> (OGA) بوده است (OGA, 1999; Wagner, 2006). در مورد اینکه آیا ورزش‌های الکترونیکی باید یک ورزش تلقی شود، هیچ اتفاق نظری وجود ندارد. در واقع، ورزش‌های الکترونیکی هنوز به طور رسمی به عنوان یک ورزش شناخته نشده است. به طور کلی ورزش‌های الکترونیک به یک بازی سازمان یافته، رایانه‌ای و رقابتی اشاره دارد (Hamari & Sjöblom, 2017). برخی دانشگاهیان نیز معتقدند تعریف گسترده‌تری از مفهوم ورزش اجازه می‌دهد ورزش‌های الکترونیکی به عنوان ورزش در نظر گرفته شود. ورزش‌های الکترونیکی به عنوان یک بخش اقتصادی و تجاری در حال رشد همراه با اوقات فراغت و رقابت ظهور کرده است، که ویژگی‌های غیرقابل انکاری (ورزشی) را نشان می‌دهد که به طور

خاص با ورزش در ارتباط هستند (Jonasson

& Thiborg, 2010; Wagner, 2006).

نکته‌ای که وجود دارد این است که این صنعت به طرز عجیبی گسترده و وسیع است؛ همین موضوع باعث شده تا مشاغل زیادی را پوشش دهد. این پوشش گسترده مشاغل باعث ایجاد شغل و کارآفرینی شده و به نوعی یکی از پایه‌های تقویت اقتصاد شکل می‌گیرد؛ البته قطعاً کارها و صنایع دیگری نیز هستند که مشاغل زیادی را پوشش می‌دهند اما مبحث اصلی هزینه، بودجه و بازار مصرف است. بازار مصرفی شگفت‌انگیز این صنعت در ایران و حتی سایر کشورها قطعاً از مسائلی است که موجب اهمیت پرداختن به این صنعت می‌گردد. طبق گزارش‌های منتشر شده توسط دایرک<sup>۳</sup> (مرکز تحقیقات بازی‌های دیجیتال)، تعداد گیمرهای ایرانی ۲۳ میلیون نفر تخمین زده شده است؛ این در حالی است که هیچ یک از صنایع و حوزه‌های کاری فعال در ایران چنین بازار مصرفی ندارند. به این ترتیب می‌توان گفت ۱۵ درصد جمعیت کل کشور به‌طور مداوم مشغول بازی هستند؛ با توجه به این گزارش‌ها و آمار و ارقام می‌توان متوجه اهمیت این صنعت شد (Iran Computer & Video Games Foundation, 2017). چیکیش و همکاران<sup>۴</sup> (۲۰۱۹) در پژوهشی نشان دادند بر اساس شواهدی موجود، درآمد صنعت و مخاطبان متعاقب آن (طرفدارانی که ورزش‌های الکترونیک را به روش‌های مختلف دنبال می‌کنند) بسیار امیدوارکننده است. (Chikish, Carrears, & García, 2019). همچنین به

3 . Digital Games Research Center

4 . Chikish, Y., Carrears, M., & García

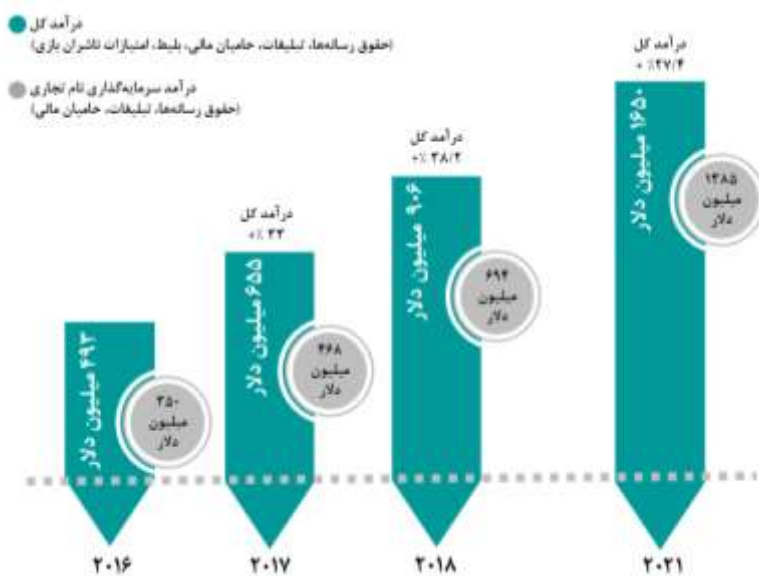
1 . Electronic Sports Industry

2 . Online Gamers Association



۲۰۲۰ به ارزش ۱/۵ میلیارد دلار می‌رسد (شکل ۱) که بزرگترین سهم درآمدی آن از بخش حمایت مالی و تبلیغات است. پس از آن فروش بلیط، تجارت‌های جانبی و حق پخش نیز درآمدهای مناسبی را برای فعالان این حوزه به ارمغان می‌آوردند (Esports, 2016).

نقل از نیوزو (شرکتی که در ارائه داده‌های بازار مربوط به رسانه‌های دیجیتال و فعالیت‌های مرتبط تخصص دارد)، در سال ۲۰۱۷، ۱۹۱ میلیون هوادار ورزش‌های الکترونیک در سراسر جهان وجود داشت (Esports, 2017). این آمار به طور قابل توجهی از سال ۲۰۱۶ (۱۴۸ میلیون هوادار) بالا رفته است (Rapaport, 2017). همچنین صنعت ورزش‌های الکترونیک تا سال



شکل ۱. درآمد جهانی ورزش‌های الکترونیکی ۲۰۲۱-۲۰۱۶ (Esports, 2016)

در ورزش‌های الکترونیک با ۲۱۰/۷ درصد رشد از ۱۹۱۲ به ۴۰۲۸ شغل در همان دوره زمانی رسیده است. فرصت‌های شغلی با دستمزد نیز با ۱۰/۲۱ درصد رشد از ۷۶/۶۴ درصد به ۸۶/۸۵ درصد از مجموع کل رسیده است. آمریکا میزبان بیش از نصف کل مشاغل ورزش‌های الکترونیک است.

یک شرکت انگلیسی در حوزه مشاغل مرتبط با ورزش‌های الکترونیکی از داده‌های بیش از ۷۰۰۰ شغل در این حوزه استفاده کرده و نشان داده است که در نیمه نخست سال ۲۰۱۹، مشاغل ورزش‌های الکترونیک با ۱۸۵/۷ درصد رشد از ۲۴۹۷ به ۴۶۳۸ شغل در مقایسه با شش ماه نخست سال ۲۰۱۸ رسیده است. آن‌ها نشان داده‌اند که تعداد مشاغل با دستمزد

اشاره نمود. در کنار موارد فوق می‌توان به برگزاری جلسات خصوصی برای تعلیم گیمرهای جدید نیز اشاره کرد (Hosseini, 2015). در جدول (۱) نمونه‌ای از سالن‌های ورزش‌های الکترونیک که تعداد زیادی از تماشاچیان را برای رویدادهای مهمی در خود جای داده‌اند و در کنار درآمدزایی عظیم، برای تعداد زیادی افراد با مهارت‌های مختلف نیز اشتغال ایجاد کرده‌اند نشان داده شده است (Jenny et al., 2018).

تعداد مشاغل ورزش‌های الکترونیک در آمریکا از ۱۴۷۱ (۴۵/۹۵ درصد) در نیمه نخست سال ۲۰۱۸ به ۲۵۸۳ (۵۵/۷۶ درصد) در نیمه نخست ۲۰۱۹ رسیده است. کالیفرنیا علیرغم افت ۲/۷۱ درصدی نسبت به سال گذشته همچنان بر بازار مشاغل آمریکا حکمفرمایی می‌کند و ۶۱/۱۰ درصد سهم مشاغل را در آمریکا به خود اختصاص داده است. واشنگتن با سهم ۷/۶۶ درصدی در رتبه دوم و نیویورک با سهم ۵/۹۲ درصدی در رتبه سوم قرار دارد. سهم نیویورک در سال ۲۰۱۸ برابر ۱/۴۳ درصد بوده است. افراد با گروه سنی ۲۵ تا ۳۴ سال بیش از نیمی از جمعیت کارجویان آمریکایی در حوزه‌های ورزش‌های الکترونیک را تشکیل می‌دهند. به نظر می‌رسد که این صنعت در خصوص جذب نیروی انسانی در حال تکامل است، چرا که درصد کارجویان ۲۵-۳۴ سال از ۴۴/۵۲ درصد به ۵۲/۴۵ درصد رسیده است. گروه سنی ۱۸-۲۴ سال ۳۶/۷۷ درصد کارجویان را در این حوزه تشکیل می‌دهند (Hitmarker, 2019). کسب درآمد از طریق فعالیت حرفه‌ای در بخش ورزش‌های الکترونیک با توجه به گستردگی شاخه‌های این حرفه، راه‌های فراوان دارد. به عنوان نمونه می‌توان راه‌اندازی سالن‌های ورزش‌های الکترونیک هم به صورت فیزیکی و هم به صورت باشگاه‌های مجازی به عنوان شرکت‌های دانش‌بنیان را مورد توجه قرار داد. همچنین به فعالیت‌هایی مانند مربیگری و تعلیم بازیکنان آماتور، سازماندهی و آماده‌سازی گیمرهای حرفه‌ای برای انجام مسابقات، گزارش مسابقات زنده و تحلیل آن‌ها، اداره کردن تیم‌های حرفه‌ای و همچنین مشارکت در امر سازماندهی مسابقات مختلف،

جدول (۱). نمونه مراکز میزبان ورزش‌های الکترونیک (Jenny et al., 2018)

نام محل میزبانی	موقعیت	ظرفیت	اندازه*	نمونه رویدادهای ورزش‌های الکترونیک
مرکز هوایی کانادا <sup>۱</sup>	تورنتو، کانادا	۱۹۸۰۰	۶۶۵۰۰۰	فینال آمریکای شمالی لیگ افسانه‌ها <sup>۲</sup> (۲۰۱۶)
تالار مدنی بیل گراهام <sup>۳</sup>	سانفرانسیسکو، کالیفرنیا آمریکا	۶۰۰۰	۳۱۱۴۰	مرحله گروهی مسابقات قهرمانی جهان <sup>۴</sup> (۲۰۱۶)
تئاتر شیکاگو <sup>۵</sup>	شیکاگو، آمریکا	۳۵۳۳	۴۵۰۰	یک چهارم نهایی مسابقات جهانی لیگ افسانه‌ها <sup>۶</sup> (۲۰۱۶)
کامربانک آرنا <sup>۷</sup>	فرانکفورد، آلمان	۵۵۰۰۰	۴۲۹۴۸۰	مسابقات دوتا دو ای اس ال وان فرانکفورد <sup>۸</sup> (۲۰۱۶)
کاپرباکس آرنا <sup>۹</sup>	لندن، انگلستان	۴۰۰۰-۶۵۰۰	۲۵۸۳۳	جی فینیتی جی ۳ <sup>۱۰</sup> (۲۰۱۴)
کی آرنا <sup>۱۱</sup>	سیاتل، واشنگتن آمریکا	۱۷۰۷۲	۴۰۰۰۰۰	مسابقات بین المللی دوتا ۲ (۲۰۱۴-۲۰۱۵)
لانکسس آرنا <sup>۱۲</sup>	کلن، آلمان	۲۰۰۰۰	۸۶۱۱۱	مسابقات ال سی اس کلن <sup>۱۳</sup> - کانتر استریک <sup>۱۴</sup> (۲۰۱۴-۲۰۱۷)
مرکز رویدادهای بای ماندالای <sup>۱۵</sup>	لاس وگاس، نوادا آمریکا	۱۲۰۰۰	۷۰۳۳۳	مسابقات سری قهرمانی آمریکای شمالی لیگ افسانه‌ها <sup>۱۶</sup> (۲۰۱۶)

- 1 . Air Canada Centre
- 2 . LoL North America Finals
- 3 . Bill Graham Civic Auditorium
- 4 . LoL World Championships Group Stage
- 5 . Chicago Theatre
- 6 . LoL World Quarterfinals
- 7 . Commerzbank Arena
- 8 . ESL One Frankfurt Dota 2 Tournament
- 9 . Copper Box Arena
- 10 . Gfinity G3
- 11 . Key Arena
- 12 . Lanxess Arena
- 13 . ESL One Cologne
- 14 . Counter Strike
- 15 . Mandalay Bay Events Center
- 16 . LoL North America Championship Series

نام محل میزبانی	موقعیت	ظرفیت	اندازه *	نمونه رویدادهای ورزش‌های الکترونیک
مدیسن اسکوئر گاردن <sup>۱</sup>	منهتن، نیویورک آمریکا	۱۹۸۳۰	۲۰۹۷۶	فینال آمریکای شمالی لیگ افسانه‌ها (۲۰۱۵) مسابقات دوتادو ای اس ال وان نیویورک <sup>۲</sup> (۲۰۱۵) نیمه نهایی مسابقات جهانی لیگ افسانه‌ها (۲۰۱۶)
روتردام آهوی <sup>۳</sup>	روتردام، هلند	۱۵۰۰۰ (آرنا) / ۴۰۰۰ (کامل)	۵۸۱۲۵۱	فینال فصل بهار اتحادیه اروپا لیگ افسانه‌ها <sup>۴</sup> (۲۰۱۶)
تالار اپرای رویال <sup>۵</sup>	لندن، انگلیس	۲۲۶۸	۱۱۳۴۶	مسابقات کال آف دیوتی قهرمانی اروپا <sup>۶</sup> (۲۰۱۵)
استادیوم جام جهانی سنگام <sup>۷</sup>	سئول، کره جنوبی	۴۵۰۰۰	۱۵۵۶۷۴	فینال مسابقات قهرمانی جهان <sup>۸</sup> (۲۰۱۴)
مرکز ساپ <sup>۹</sup>	سان جوس، کالیفرنیا آمریکا	۱۹۱۹۰	۴۵۰۰۰۰	مسابقات اینتل اکستریم مسترز <sup>۱۰</sup> (۲۰۱۵)
مرکز استپلس <sup>۱۱</sup>	لاس وگاس، کالیفرنیا آمریکا	۲۰۰۰۰	۹۵۰۰۰۰	فینال مسابقات قهرمانی جهان (۲۰۱۴-۲۰۱۳)
ومبلی آرنا <sup>۱۲</sup>	لندن، انگلیس	۱۲۵۰۰	۵۶۰۰۰	مسابقات ال سی اس لیگ افسانه اتحادیه اروپا <sup>۱۳</sup> (۲۰۱۴) سری مسابقات قهرمانی ورزش‌های الکترونیک <sup>۱۴</sup> (۲۰۱۶)

- 1 . Madison Square Garden
- 2 . ESL One New York-Dota 2 Championship
- 3 . Rotterdam Ahoy
- 4 . LoL EU Spring Finals
- 5 . Royal Opera House
- 6 . Call of Duty European Championships
- 7 . Sang-am World Cup Stadium
- 8 . LoL World Championship Finals
- 9 . SAP Center
- 10 . Intel Extreme Masters Tournament
- 11 . Staples Center
- 12 . Wembley Arena
- 13 . EU League of Legends LCS Championship
- 14 . ESports Championship Series



نهایت به رشد و منفعت همه تولیدکنندگان و مصرف‌کنندگان این صنعت بیانجامد (Iran Computer & Video Games Foundation, 2017). جدول (۲) انواع مشاغل حوزه ورزش‌های الکترونیک و رشد آن در سال‌های ۲۰۱۹-۲۰۱۸ را نشان می‌دهد.

چنین صنعتی مطمئناً دارای جایگاه‌های شغلی متعددی است که هر کدام از جایگاه‌ها و پست‌های شغلی در نوع خود دارای گرایش‌های متفاوتی هستند و همین تقسیم‌بندی گرایش‌ها در هر جایگاه، باعث تقسیم وظایف در تیم‌های بزرگ و پرجمعیت صنعت بازی می‌شود تا در

جدول (۲). مشاغل حوزه ورزش‌های الکترونیک (۲۰۱۹-۲۰۱۸) (Hitmarker, 2019)

شغل‌ها	تعداد (۲۰۱۸)	تعداد (۲۰۱۹)	تعداد (۲۰۱۸)	تعداد (۲۰۱۹)	شغل‌ها	تعداد (۲۰۱۸)	تعداد (۲۰۱۹)	تعداد (۲۰۱۸)	تعداد (۲۰۱۹)
مهندسی نرم‌افزار	۶۱۶	۹/۸۴	۱۲/۸۹	۱۹۴۰	منابع انسانی	۱۶۹	۲/۷۰	۲۷۶	۱/۹۸
بازاریابی	۶۴۹	۱۰/۳۷	۱۰/۷۹	۱۵۰۷	مربی‌گری	۱۸۵	۲/۹۶	۲۶۳	۱/۸۸
طراح	۴۲۶	۶/۸۱	۵/۸۱	۸۱۲	مالی	۱۳۶	۲/۱۷	۲۵۷	۱/۸۴
عملیاتی	۷۰۰	۱۱/۱۸	۵/۷۸	۸۰۸	اداری	۱۳۱	۲/۰۹	۲۴۴	۱/۷۵
فروش	۳۶۷	۵/۸۶	۵/۴۳	۷۵۸	فناوری اطلاعات	۶۸	۱/۰۹	۲۰۰	۱/۴۳
توسعه کسب و کار	۳۰۴	۴/۸۶	۴/۴۲	۶۱۷	روابط عمومی	۹۵	۱/۵۲	۱۸۱	۱/۳۰
رسانه اجتماعی	۳۵۵	۵/۶۷	۴/۲۲	۵۹۰	گزینش	-	-	۱۵۱	۱/۰۸
مدیریت پروژه	۱۰۳	۱/۶۵	۳/۹۲	۵۴۷	تحقیق	۳۸	۰/۶۱	۱۲۸	۰/۹۲
داده	۸۹	۱/۴۲	۳/۸۶	۵۳۹	استعداد	۸۸	۱/۴۱	۱۰۷	۰/۷۷
نویسنده‌گی	۳۹۱	۶/۲۵	۳/۵۶	۴۹۷	آموزش	۲۲	۰/۳۵	۹۶	۰/۶۹
تولید	۲۰۳	۳/۲۴	۳/۴۵	۴۸۲	حقوق	۴۴	۰/۷۰	۸۳	۰/۵۹
رویدادها	۱۳۹	۲/۲۲	۳/۲۶	۴۵۶	فیلمبرداری	۵۴	۰/۸۶	۸۰	۰/۵۷
خدمات	۱۲۹	۲/۰۶	۳/۲۳	۴۵۱	میزبانی	۲۷	۰/۴۳	۵۷	۰/۴۱
مدیریت عمومی	۱۶۶	۲/۶۵	۲/۹۳	۴۱۰	متفرقه	۱۸	۰/۲۹	۵۶	۰/۴۰
مدیریت تولید	۱۷۳	۲/۷۶	۲/۷۰	۳۷۷	لجستیک	-	-	۳۵	۰/۲۵
هنر	۹۳	۱/۴۹	۲/۵۰	۳۴۹	مترجم	۱۵	۰/۲۴	۲۹	۰/۲۱
ویرایش ویدئو	۱۷۵	۲/۸۰	۲/۰۵	۲۷۸	عکاسی	۱۲	۰/۱۹	۱۷	۰/۱۲
مهندسی	۷۸	۱/۲۵	۲	۲۸۰	روانشناسی	۲	۰/۰۳	۴	۰/۰۳

- حدود ۳۵ درصد مردم کل جهان از این بازی‌ها استفاده می‌کنند؛
- باشگاه‌های ورزش‌های الکترونیک سومین مکان محبوب در بین نوجوانان و جوانان در سراسر جهان است؛
- رسمیت دادن دولت‌ها به این بازی‌ها از طریق برگزاری لیگ‌های دیجیتال فوتبال و

شی<sup>۱</sup> (۲۰۰۵) در بررسی وضعیت موجود و استراتژی‌های ورزش‌های الکترونیک چین نشان داد که ورزش‌های الکترونیک می‌توانند صنعت ورزش و سرگرمی‌های سنتی را به مرحله جدیدی سوق دهند ((Xi, 2005). نوانا و همکاران<sup>۲</sup> (۲۰۰۷)، دلایل محبوبیت این ورزش‌ها را چنین بیان می‌دارند:

1 . Xi

2 . Nevena, Žarko & Aleksandar



Management Company Limited, 2017). بو و همکاران<sup>۳</sup> (۲۰۱۰) در پژوهشی بر اساس تجزیه و تحلیل SWOT با عنوان توسعه صنعت ورزش‌های الکترونیکی پکن، نشان دادند قدرت‌ها<sup>۴</sup> شامل تعمیم و توسعه شبکه و سرعت بالای رشد صنعتی و رشد مشترکین در پکن، اثربخشی ظهور ستاره‌های ورزش‌های الکترونیکی. ضعف‌ها<sup>۵</sup> شامل عدم وجود فناوری اصلی و مدل تجاری، وضع نامطلوب بودجه ورزش‌های الکترونیکی، عدم بهره‌برداری از لوازم جانبی ورزش‌های الکترونیکی، عدم توسعه کانال‌های ارتباطی؛ فرصت‌ها<sup>۶</sup> شامل محیط توسعه مطلوب، حمایت دولت، نقش برجسته ساخت انیمیشن در پکن؛ تهدیدها<sup>۷</sup> شامل بهبود محیط شبکه، محدود کردن ارزش‌های اجتماعی سنتی، عدم وجود شبکه آموزش بازیکنان حرفه‌ای ورزش‌های الکترونیکی می‌باشد (Bo, Fa, & Yi, 2010). آقایی و همکاران (۱۳۹۴)، در پژوهشی با عنوان شناخت وضع موجود و آسیب‌شناسی موانع توسعه کسب‌وکار صنعت بازی‌های رایانه‌ای کشور نشان دادند، حضور نهادهای دولتی در فعالیتهای پشتیبان زنجیره ارزش مانند فرهنگ‌سازی، پژوهش و تحقیق، زیرساخت استانداردسازی، رتبه‌بندی و ارزیابی موجب سوگیری و جهت‌گیری فعالیت‌ها شده است. همچنین حضور نهادهای دولتی در فعالیتهای کلیدی مانند توزیع، عرضه، بازاریابی و انتشار منجر به کیفیت پایین این بخش از فعالیت شده و باید حضور شرکت‌های خصوصی

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 (Nevena, 2007).

ژانگ<sup>۱</sup> (۲۰۱۹) در بررسی توسعه ورزش‌های الکترونیکی در چین عنوان نمود که تقویت و ارتقاء ورزش‌های الکترونیکی نیاز به راهنمایی دولت برای بهبود نظارت بر ورزش‌های الکترونیکی دارد. علاوه بر این، مدل کسب‌وکار ورزش‌های الکترونیکی باید متنوع باشد، حرفه‌ای شدن ورزش‌های الکترونیکی به متخصصان بیشتری احتیاج دارد و باید رابطه خوبی بین ورزشکاران این رشته و باشگاه‌های ورزشی الکترونیکی برقرار شود (Zhang, 2019). همچنین شرکت سهامی سایبرپورت هنگ کنگ<sup>۲</sup> (۲۰۱۷)، در گزارشی به بررسی توسعه ورزش‌های الکترونیکی در هنگ‌کنگ پرداخته است. در این گزارش آمده، عوامل مؤثر بر توسعه ورزش‌های الکترونیکی عبارتند از: برگزاری رویدادهای ورزشی با ارائه مکان‌های مناسب توسط بخش‌های خصوصی و دولتی و در نتیجه تسهیل فعالیت‌های ورزش‌های الکترونیک؛ سازماندهی کنفرانس‌های ورزش‌های الکترونیک جهت آموزش و پرورش استعدادها؛ ارائه آموزش به بازیکنان حرفه‌ای و آماتور؛ تبدیل ورزش‌های الکترونیک به یک جریان اصلی ورزشی و ایجاد یک تصویر عمومی مثبت از طریق افزایش آموزش عمومی و راه‌اندازی مکان‌هایی برای تجربه ورزشی الکترونیکی برای همه مردم (Hong Kong Cyberport)

3 . Bo, Fa & Yi  
4 . Strength  
5 . Weakness  
6 . Opportunity  
7 . Threat

1 . Zhang  
2 . Hong Kong Cyberport Company Limited



حالی است که بر اساس آمار رسمی منتشر شده در طول چند سال گذشته، تحول خاصی در رشد اقتصادی مشاهده نمی‌شود، آن هم در شرایطی که بر اساس برآوردها هر ساله حداقل حدود هشتصد هزار نفر وارد بازار کار ایران می‌شوند که توان کافی برای پاسخگویی به این حجم از متقاضیان کار وجود ندارد. بدین ترتیب، با توجه به دو برابر شدن جمعیت ایران در سه دهه گذشته، بیشتر کسانی که در سال‌های بعد از انقلاب متولد شده‌اند، به سرعت به جمع متقاضیان کار می‌پیوندند و این افراد بر اساس ارائه سازمان برنامه‌ریزی کشور و وزارت کار و امور اجتماعی اغلب از مدارج دانشگاهی برخوردار هستند. به عبارتی، بازار کار در ایران با فرصت و تهدیدهایی همراه است. از یک طرف بازار کار گسترش یافته و عرضه نیروی کار جوان و تحصیل کرده افزایش چشمگیر داشته است که یک فرصت محسوب می‌گردد، از سوی دیگر عدم تناسب بین رشد عرضه و تقاضای نیروی کار، عدم تعادلی را به وجود آورده است که مهم‌ترین بحران اقتصادی کشور یعنی بیکاری را موجب شده است. از طرف دیگر افزایش تعداد فارغ‌التحصیلان دانشگاهی که اطلاع چندانی از بازار کار نداشته و به آسانی توانایی یافتن شغل مناسب را ندارند و همچنین رشد تعداد شاغلینی که کار خود را از دست داده‌اند یا تغییر می‌دهند جامعه را با چالش جدی مواجه ساخته است. بنابراین در شرایط کنونی، ایجاد فرصت‌های شغلی برای انبوه بیکاران کشور و به ویژه فارغ‌التحصیلان بیکار یکی از مهم‌ترین دغدغه سیاست‌گذاران و تصمیم‌گیران کلان کشور و به خصوص هر استان است.

در این بخش را افزایش داد (Aghaei, Hosseini & Ishaqpour, 2015). حسینی و همکاران (۱۳۹۴)، عامل کلیدی در توسعه صنعت بازی کشور را شناسایی کردند که از جمله آن‌ها تنوع و کیفیت محتوی بازی‌های تولیدشده، سطح باور حاکمیت از توانایی اثرگذاری مذهبی، فرهنگی و آموزشی بازی‌های و توان مالی شرکت‌ها جهت سرمایه‌گذاری در تحقیق و توسعه است (Hosseini, 2015). آقایی و همکاران (۱۳۹۴)، در پژوهش دیگری به بررسی تجارب بین‌المللی در ساختار و سازوکار توسعه صنعت بازی‌های رایانه‌ای (مطالعه موردی فنلاند و سنگاپور) پرداختند. یکپارچه‌سازی نهادهای سیاست‌گذاری قانون‌گذاری، ایجاد مراکز رشد و توسعه بازی، ایجاد شبکه‌های اطلاعاتی و دانش، برگزاری جشنواره‌ها، نمایشگاه‌ها، همایش‌ها و رویدادها، ارتباط گسترده بخش دانشگاه با فعالین صنعت بازی، ارائه تسهیلات مالی دولت به توسعه‌دهندگان بازی و استارت‌آپ‌ها از جمله درس‌های آموخته شده صنعت بازی در دو کشور فنلاند و سنگاپور است (Aghaei, Ishaqpour & Hosseini, 2015). با بررسی این حوزه مشاهده می‌گردد که ورزش‌های الکترونیک در جهان به عنوان یک حرفه شناخته شده است و مسلماً مانند سایر حرفه‌ها باید برخوردی جدی و حرفه‌ای با این مقوله داشت. همچنین ورزش‌های الکترونیکی این روزها نقش بسیار مهمی در پیش بردن صنعت سرگرمی به سمت اهداف کلان اقتصادی مدنظر، ایفا می‌کنند. بسیاری از کارشناسان اقتصادی بر این باورند که کشور ایران برای حل یا کنترل بحران بیکاری نیازمند تحول اقتصادی است، این در

استان گیلان یکی از استان‌هایی است که با توجه به ترکیب جوان جمعیتی و ضرورت ایجاد اشتغال برای آنان نیاز به ایجاد فرصت‌های شغلی جدید دارد. مسئولین و خط‌مشی‌گذاران در استان گیلان می‌توانند جهت تقویت مدیریت اقتصادی با تعیین مزیت‌های نسبی این صنعت، برنامه‌ریزی‌های دقیق و هدفمندی را تدارک ببینند. همه آنچه مطرح شد مشخص می‌کند که توسعه ورزش‌های الکترونیکی می‌تواند منجر به ایجاد کسب‌وکارهای جدید و ایجاد اشتغال در استان گیلان گردد. لذا پژوهش حاضر به امکان‌سنجی توسعه ورزش‌های الکترونیک با رویکرد ایجاد کسب‌وکار و اشتغال‌زایی می‌پردازد.

### روش‌شناسی پژوهش

هدف کلی پژوهش حاضر ارائه الگوی امکان‌سنجی توسعه ورزش‌های الکترونیک با رویکرد ایجاد کسب‌وکار و اشتغال‌زایی در استان گیلان است. روش پژوهش از نوع کیفی با ماهیت اکتشافی بوده و در آن از استراتژی نظریه داده بنیاد در قالب رهیافت نظام‌مند استفاده شده است و داده‌های مورد نیاز با به کارگیری مصاحبه‌های نیمه ساختاریافته جمع‌آوری شده است. جامعه آماری این پژوهش از آن دسته از کارشناسان و خبرگان آشنا با ادبیات کارآفرینی و اشتغال و ورزش‌های الکترونیک تشکیل شده است که می‌توانند اطلاعات با ارزشی را در اختیار پژوهشگر قرار دهند. نمونه‌گیری در تحقیق کیفی به ندرت احتمالی یا تصادفی است؛ در

عوض هدفمند یا هدفدار و مبتنی بر مقصود تحقیق است. در این پژوهش نیز جهت نمونه‌گیری برای انجام مصاحبه‌های نیمه ساختاریافته از روش نمونه‌گیری هدفمند استفاده شده است. این نمونه‌گیری زمانی مورد استفاده قرار می‌گیرد که ضرورت می‌یابد که اطلاعاتی از افراد یا گروه‌های خاصی به دست آوریم. یک نوع از نمونه هدفدار، نمونه‌برداری ارجاعی زنجیره‌ای یا گلوله برفی است که در آن پژوهشگر یک شرکت‌کننده را از طریق شخص دیگری پیدا می‌کند. زمانی از این روش استفاده می‌شود که محقق قادر به تشخیص آگاهی‌دهندگان سودمند نباشد یا آگاهی‌دهندگان به راحتی در دسترس نباشند. در این پژوهش نیز با به کارگیری تکنیک نمونه‌برداری گلوله برفی، یک گروه اولیه جهت مصاحبه انتخاب شده و سپس گروه‌های بعدی جهت مصاحبه توسط همین گروه معرفی شده‌اند و نمونه‌گیری تا جایی تداوم یافته که با ادامه نمونه‌گیری هیچ اندیشه جدیدی به وجود نیامده و به اصطلاح تحقیق به اشباع نظری و کفایت رسیده است. در این راستا، نمونه‌های این پژوهش را ۱۵ نفر از خبرگان و کارشناسان مطلع و آگاه تشکیل داده است که از مصاحبه یازدهم به بعد، تکرار در اطلاعات دریافتی مشاهده شده است؛ اما برای اطمینان تا مصاحبه پانزدهم ادامه یافت، هرچند از مصاحبه سیزدهم به بعد داده‌ها کاملاً تکراری بوده و به اشباع رسیده بود.

## جدول (۳). نمونه پژوهش

تعداد مصاحبه‌ها	نوع فعالیت
۴	انجمن بازی‌ها و ورزش‌های الکترونیک جمهوری اسلامی ایران
۴	بنیاد ملی بازی‌های رایانه‌ای
۳	اعضاء هیئت علمی
۲	ورزشکاران و قهرمانان و مربیان
۲	صاحبان باشگاه‌های ورزش‌های الکترونیک
۱۵	مجموع مصاحبه‌ها

## یافته‌های پژوهش

کدگذاری باز آن‌ها به روش تحلیل نکات کلیدی انجام گرفت. بدین ترتیب که داده‌های جمع‌آوری شده در مصاحبه‌ها مکتوب شد، سپس با تجزیه و تحلیل خطبه‌خط و پاراگراف به پاراگراف نوشته‌های موجود، کدهای باز ایجاد شد. سپس بر اساس مشابهت، ارتباط مفهومی و ویژگی‌های مشترک بین کدهای باز، مفاهیم و مقوله‌ها مشخص شد.

پس از کدگذاری اولیه متن مصاحبه‌ها، استخراج مفاهیم و مقوله‌ها انجام شده است. از متن مصاحبه‌ها، در مجموع ۲۶۸ کد اولیه (به لحاظ تکرارها) شناسایی شده است که پس از حذف تکرارها، ۱۴۳ کد اولیه نهایی به دست آمد. با غربالگری کدهای اولیه ۷۳ مفهوم و ۱۸ مقوله فرعی استخراج گردید.

نظریه داده بنیاد برای تحلیل از روش تحلیلی و خاصی استفاده می‌کند که شامل سه مرحله کدگذاری باز، محوری و انتخابی است.

**کدگذاری باز:** فرآیند تحلیل داده‌ها با کدگذاری باز آغاز می‌شود. در این مرحله پژوهشگر با مرور مجموعه داده‌های گردآوری شده، تلاش می‌کند که مفاهیم پنهانی آن را بازشناسد. این مرحله کدگذاری باز نامیده می‌شود؛ چرا که پژوهشگر بدون هیچ محدودیتی به نام‌گذاری مقوله‌ها می‌پردازد. به بیان دیگر، در کدگذاری باز پژوهشگر با ذهنی باز به نام‌گذاری مقوله‌ها می‌پردازد و محدودیتی برای تعداد کدها و مقوله‌ها قائل نمی‌شود. در این پژوهش ابتدا محتوای کلیه مصاحبه‌های ضبط شده پس از پیاده‌سازی شد و سپس

## جدول (۴). استخراج مفاهیم و مقوله‌ها

مقوله اصلی	مقوله فرعی	مفاهیم اولیه
ماهیت صنعت ورزش‌های الکترونیک		ماهیت باشگاه‌ها (شناسایی و پرورش استعدادها، بازیکن‌سازی، توسعه آکادمیک بازیکنان، برگزاری منسجم و نظام‌مند لیگ‌ها و مسابقات)
	ماهیت ذینفعان (بازیگران)	ماهیت رویدادها (میزبانی رویدادها، رویدادهای مستمر، پایش استعدادها، برجستگی هویت حرفه‌ای بازیکنان)
	اکوسیستم ورزش‌های الکترونیک	ماهیت برندها و شرکت‌های تجاری (حامیان مالی) (توسعه

مقاله اصلی	مقاله فرعی	مفاهیم اولیه
مقاله اصلی	ماهیت اقتصادی	رویدادها، حمایت مالی چندجانبه، حضور ابرشرکت‌های حوزه فناوری اطلاعات)
		ماهیت رسانه‌ها (حضور رسانه‌های تخصصی، پخش مسابقات و برنامه‌های آموزشی، حق پخش مسابقات)
		ماهیت بازیکنان (ارزآوری، غرورآفرینی ملی، درآمدهای نجومی)
		ماهیت هواداران و تماشاچیان (پیگیری مستمر، بازار هدف گسترده، مخاطبان جهانی)
		صنعت رقابتی
		ساختار اقتصادی اکوسیستم
		اقتصاد پویا
		ارزش بازار
		بازار مصرف
		بافت فرهنگی-اجتماعی
آگاهی هواداران، طرفداران، حامیان مالی و... از مزایای درآمدزایی		
فاصله زیاد شناخت ورزش‌های الکترونیک تا دیدگاه مسئولان		
اعتماد و پذیرش بدنه جامعه		
جذابیت استفاده از بازی‌های معروف جهانی		
جذابیت استفاده از حضور بازیکنان حرفه‌ای		
جذابیت مشوق‌ها (اعزام به مسابقات برون مرزی، اهداء جوایز قابل توجه و ...)		
ویژگی‌های ورزش‌های الکترونیک (لذت کشف، احساس موفقیت، قدرت طلبی، قهرمان‌پروری و ...)		
امکان اجرا		
چالش‌ها	قانونی و حقوقی	
		اجرای قانون حق ثبت و کپی رایت
		قوانین متضاد
		نبود بسترهای حقوقی
		موازی کاری نهادها
		عملکرد نهادهای نظارتی
ساختاری		

زیرساخت‌ها	زیرساخت فناوریانه	دسترسی به اینترنت و سرور بازی‌ها تقویت زیرساخت‌های نرم افزاری		
	زیرساخت آموزشی	آموزش مستمر آموزش مهارت‌های شغلی (داوری، مربی‌گری، ادمین فنی، ...)		
		آموزش آکادمیک منابع آموزشی مستند		
		برگزاری سمینارها و همایش‌ها دوره‌آموزش عملی		
		زیرساخت فیزیکی	توسعه کیفی تجهیزات و امکانات تقویت زیرساخت‌های اجرایی	
			دسترسی به تجهیزات و امکانات سخت‌افزاری	
	بسترمدیریتی - ساختاری	بسترسازی ایجاد کسب‌وکار	سیستم کنترل و نظارت بر باشگاه‌ها و برگزاری رویدادها سامانه یکپارچه‌سازی رویدادها ایجاد پایگاه داده تدوین آیین‌نامه‌ها حضور افراد متخصص سیاست‌گذاری	
		مشارکت	همکاری مشترک نهادها مرتبط (انجمن ورزش‌های الکترونیک و بنیاد ملی بازی‌های رایانه‌ای) تعامل و همکاری رشته‌های ورزشی دیگر برای برگزاری رویدادهای الکترونیک مرتبط با آن ورزش تعامل و همکاری در برگزاری رویدادها در سطوح مختلف (دانشگاه، مدارس و ...)	
			مشوق‌های مالی	کاهش موانع حقوقی تخفیفات و معافیت‌های مالیاتی
				تدوین قوانین و آئین‌نامه‌های مشوق بخش خصوصی

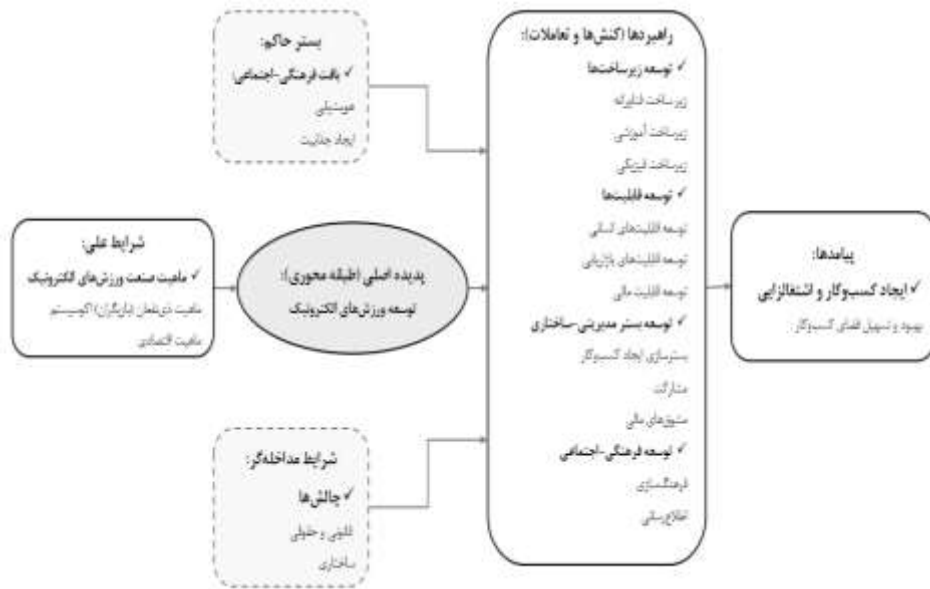
توسعه فرهنگی-اجتماعی	فرهنگ‌سازی	آموزش در مکان‌های عمومی
		تلاش‌های هماهنگ دولت، بازیگران صنعت و دانشگاهیان
		بازاریابی اجتماعی
	اطلاع‌رسانی	آگاهی خانواده‌ها، هواداران، حامیان مالی و... از پتانسیل درآمدزایی
		سمینارها و همایش‌های عمومی
		بازاریابی دهان‌به‌دهان
توسعه قابلیت‌ها	قابلیت‌های انسانی	شناسایی منابع انسانی متخصص (بازیکنان، داوران، مربیان، ادمین‌های فنی و...)
		هم‌افزایی افراد متخصص
		تقویت حضور بانوان
	قابلیت‌های مالی	بهره‌گیری از ظرفیت‌ها و قابلیت‌های هواداران
		طراحی مکانیزم بلیط فروشی
		طراحی اقتصادی رویدادها
	قابلیت‌های بازاریابی	تغییر ساختار تأمین مالی در بلندمدت
		توسعه تجارت کالاهای جانبی
		استراتژی‌های تبلیغات نوین
		بکارگیری استراتژی‌های بازاریابی در قالب دپارتمان بازاریابی
ایجاد کسب‌وکار و اشتغال‌زایی	بهبود و تسهیل فضای کسب‌وکار	بهبود فرآیند مدیریت ارتباط با مشتری (CRM)
		برندسازی
		بهبود فرهنگ مشارکت
	بهبود و تسهیل فضای کسب‌وکار	بازآفرینی نقش نهادها
		ایجاد محیط و تفکر حرفه‌ای (هویت شغلی)
		بهره‌برداری از فرصت‌های جدید شغلی (ایجاد مهارت)
		درک ضرورت تجاری‌سازی
		هبود سرمایه‌گذاری‌های داخلی و خارجی

**کدگذاری محوری:** کدگذاری محوری گامی است که پس از کدگذاری باز قرار دارد. هدف این مرحله، تعیین رابطه بین مقوله‌های ایجاد شده در مرحله کدگذاری باز است. در کدگذاری محوری پژوهشگر پدیده مرکزی یا محوری را شناسایی می‌کند، شرایط علی را تشریح می‌کند، راهبردها را مشخص می‌کند، شرایط مداخله‌گر و

بستر را شناسایی می‌کند و درنهایت، پیامدها و نتایج راهبردها را برای این پدیده معین می‌کند. **کدگذاری انتخابی (مرحله نظریه‌گذاری):** آخرین مرحله از کدگذاری اطلاعات، کدگذاری انتخابی است. کدگذاری انتخابی مهم‌ترین مرحله نظریه‌پردازی است که در آن، پژوهشگر مقوله‌های محوری را به مقوله‌های دیگر ربط

برقراری ارتباط بین مقوله‌ها و بر اساس این ارتباطها، تصویری خلق کند یا به گفته دیگر داستانی خلق کند.

می‌دهد، ارتباط آن‌ها را بیان می‌کند و مقوله‌هایی که احتیاج به بهبود و بازنگری دارند را اصلاح می‌کند. در حقیقت، محقق تلاش می‌کند تا با



شکل ۲. الگوی پارادایمی پژوهشی

کنترل تحلیل) نیز روش پایایی تحلیل است. در این پژوهش روش بازآزمون و روش توافق درون موضوعی برای محاسبه پایایی استفاده شده است.

### محاسبه پایایی بازآزمون

برای محاسبه پایایی بازآزمون از میان مصاحبه‌ها چند مصاحبه به عنوان نمونه انتخاب و هر کدام از آن‌ها در فاصله زمانی کوتاه و مشخص دو بار کدگذاری می‌شود؛ سپس کدهای مشخص شده در دو فاصله زمانی برای هر کدام از مصاحبه‌ها با هم مقایسه می‌شود. روش بازآزمایی برای ارزیابی ثبات کدگذاری پژوهشگر به کار می‌رود. در هر یک از مصاحبه‌ها، شناسه‌هایی که در دو فاصله زمانی باهم مشابه است به عنوان «توافق» و کدهای غیر مشابه به عنوان «نبود توافق»

### اعتبارسنجی

بدون دقت علمی، پژوهش (کمی یا کیفی) بی‌ارزش است و مطلوبیت خود را از دست می‌دهد. پایایی به سازگاری یافته‌های پژوهش اطلاق می‌شود. پایایی در مصاحبه در مراحل چون موقعیت مصاحبه، نسخه‌برداری و تحلیل مطرح می‌شود. در مورد پایایی مصاحبه‌شونده به چگونگی هدایت سؤالات اشاره می‌شود. در پایایی نسخه‌برداری نیز باید به پایایی درون موضوعی نسخه‌نویسی انجام شده هنگام حروف چینی متون توسط فرد توجه کرد. در طول مصاحبه‌ها نیز توجه به درصدهای گزارش داده شده توسط دو نفر کدگذار، روش تعیین پایایی تحلیل است. میزان (درصد) توافق درون موضوعی دو کدگذار (۶۰ درصد یا بیشتر) در مورد یک مصاحبه



مشخص می‌شود (Kvale, 1996). روش محاسبه پایایی بین کدگذاری انجام شده توسط پژوهشگر در دو فاصله زمانی بدین ترتیب است:

$$100 \times \frac{\text{تعداد توافقات} \times 2}{\text{تعداد کل کدها}} = \text{درصد پایایی بازآزمون}$$

در این پژوهش برای محاسبه پایایی بازآزمون، سه مصاحبه انتخاب، و هر کدام از آنها دو بار در فاصله زمانی ۱۵ روزه توسط پژوهشگر کدگذاری شد. نتایج این کدگذاری‌ها در جدول (۶) آمده است.

جدول (۶). محاسبه پایایی بازآزمون

ردیف	شماره مصاحبه	تعداد کل کدها	تعداد توافقات	تعداد نبود توافقات	پایایی
۱	مصاحبه دوم	۲۴	۹	۶	۰/۷۵
۲	مصاحبه هفتم	۱۹	۷	۵	۰/۷۷
۳	مصاحبه سیزدهم	۳۲	۱۲	۸	۰/۷۵
	مجموع	۷۵	۲۸	۱۹	۰/۷۵

در پژوهش مشارکت کند و در ادامه، پژوهشگر به همراه این همکار پژوهش، سه مصاحبه را کدگذاری کرد و درصد توافق درون موضوعی، که به عنوان شاخص پایایی تحلیل به کار می‌رود با استفاده از فرمول زیر محاسبه شد:

$$100 \times \frac{\text{تعداد توافقات} \times 2}{\text{تعداد کل کدها}} = \text{درصد پایایی بازآزمون}$$

در این فرمول، تعداد توافقات، اشاره به تعداد کدهای مشترک و یکسان بین پژوهشگر و کدگذار همکار اشاره دارد. تعداد کل کدها نیز مجموع کدهای استخراجی بین پژوهشگر و کدگذار است. نتایج این کدگذاری‌ها در جدول (۷) آمده است.

یافته‌های جدول (۶) نشان می‌دهد که مجموع کدگذاری برابر ۸۰، تعداد کل توافقات انجام شده بین سه مصاحبه برابر ۲۸ و تعداد کل نبود توافقات بالغ بر ۱۹ مورد است؛ بنابراین یافته‌های مربوط به پایایی بازآزمون نشان می‌دهد نتیجه استفاده از فرمول یاد شده، برابر با ۷۵ درصد است و از آنجا که پایایی بیش از ۶۰ درصد، قابل قبول است، می‌توان نتیجه گرفت که کدگذاری‌ها از پایایی مناسبی برخوردار است.

#### محاسبه پایایی بین دوکدگذار

برای محاسبه پایایی مصاحبه با روش توافق درون موضوعی دو کدگذار، از پژوهشگر حوزه مدیریت ورزشی (با مدرک دکتری) و آشنا به تحلیل مضمون درخواست شد تا به عنوان کدگذار ثانویه

جدول (۷). محاسبه پایایی بین دوکدگذار

ردیف	شماره مصاحبه	تعداد کل کدها	تعداد توافقات	تعداد نبود توافقات	پایایی
۱	مصاحبه دوم	۲۲	۹	۴	۰/۸۲
۲	مصاحبه هفتم	۲۱	۸	۵	۰/۷۶
۳	مصاحبه سیزدهم	۲۹	۱۲	۵	۰/۸۳
	مجموع	۷۲	۲۹	۱۴	۰/۸۱

از منظر اشتغال‌زایی به عنوان پدیده محوری داشت، باید به مقولات متعددی توجه نمود.

**مقولات علی:** شرایطی که باعث ایجاد و توسعه پدیده یا مقوله محوری می‌شوند. ماهیت صنعت ورزش‌های الکترونیک به عنوان مقوله علی در دو بخش ماهیت ذینفعان (بازیگران) اکوسیستم ورزش‌های الکترونیک و ماهیت اقتصادی در ایجاد و توسعه ورزش‌های الکترونیک نقش دارند. ماهیت ذینفعان (بازیگران) اکوسیستم ورزش‌های الکترونیک (باشگاه‌ها، رویدادها، حامیان مالی فعال (برندها و شرکت‌های تجاری)، رسانه‌ها، بازیکنان، هواداران و تماشاچیان)، به چگونگی تعامل عناصر و اجزای این صنعت با یکدیگر و همچنین با محیط سیاسی، اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی جامعه دلالت دارد. هر یک از اجزاء اکوسیستم ورزش‌های الکترونیک دارای ماهیتی هستند که در کنار هم موجب توسعه این رشته می‌شوند. باشگاه‌های ورزش‌های الکترونیک علاوه بر دارا بودن پتانسیل درآمدزایی، در موارد دیگری از جمله شناسایی و پرورش استعدادها، بازیکن‌سازی، توسعه آکادمیک بازیکنان، برگزاری منسجم و نظام‌مند لیگ‌ها و مسابقات نقش به‌سزایی دارند. همچنین در این اکوسیستم توجه به ماهیت رویدادها از جمله میزبانی رویدادها، برگزاری رویدادهای مستمر، پایش استعدادها، برجستگی هویت حرفه‌ای بازیکنان حائز اهمیت است. دیگر بازیگر اکوسیستم ورزش‌های الکترونیک حامیان مالی (برندها و شرکت‌های تجاری) می‌باشند که توسعه رویدادها، حمایت مالی چندجانبه، حضور ابرشرکت‌های حوزه فناوری اطلاعات جهت توسعه ورزش‌های الکترونیک را به همراه دارند.

یافته‌های جدول (۷) نشان می‌دهد که تعداد کل کدها، که توسط پژوهشگر و همکار به ثبت رسیده است برابر با ۸۰، تعداد کل توافقات بین این کدها ۲۹ و تعداد کل نبود توافقات بین این کدها برابر ۱۴ است. پایایی بین کدگذاران برای مصاحبه‌های این پژوهش با استفاده از فرمول یاد شده برابر با ۸۱ درصد است و از آنجا که پایایی بیش از ۶۰ درصد قابل قبول است، می‌توان نتیجه گرفت که کدگذاری‌ها از پایایی مناسبی برخوردار است.

### بحث و نتیجه‌گیری

در این پژوهش تلاش شد تا مدل پارادایمی مناسبی برای امکان‌سنجی توسعه ورزش‌های الکترونیک با رویکرد ایجاد کسب‌وکار و اشتغال‌زایی ارائه شود. همچنین بررسی ادبیات نظری و تجربی پژوهش نشان دهنده این مطلب است که پژوهشی که همپوشی کامل با قلمرو و یافته‌های این پژوهش داشته باشد وجود ندارد. تنها پژوهش‌های اندکی که هر کدام از زاویه‌های متفاوت به بحث ورزش‌های الکترونیک پرداخته‌اند یافت شد که به صورت جداگانه مقوله عمده‌ای از یافته‌های این پژوهش را مورد تأیید قرار داده‌اند. از جمله این پژوهش‌ها می‌توان به ژانگ (۲۰۱۹)، بو (۲۰۱۶)، گزارش شرکت سایپورت هنگ‌کنگ (۲۰۱۷)، آقای و همکاران (۱۳۹۴)، حسینی و همکاران (۱۳۹۴)، همچنین آقای و همکاران (۱۳۹۴) اشاره نمود که هر یک به بررسی بخشی از مقوله‌های این پژوهش پرداخته‌اند. نتایج به دست آمده حاصل از کدگذاری داده‌ها در چند مرحله و استخراج طبقه‌ها، نمایانگر آن است برای اینکه بتوان توسعه همه جانبه رشته ورزش‌های الکترونیک را

**شرایط زمینه‌ای / حاکم:** باید توجه داشت که فرآیند توسعه در خلأ انجام نمی‌شود و مستلزم توجه به بافت فرهنگی- اجتماعی جامعه به عنوان شرایط زمینه‌ای حاکم بر توسعه ورزش‌های الکترونیک است. در مقوله بافت فرهنگی- اجتماعی هویت‌یابی و ایجاد جذابیت بسیار حائز اهمیت است. باور و اعتقاد آحاد جامعه (بویژه خانواده‌ها) به درآمدزایی بازیکنان به عنوان شغل، آگاهی هواداران، طرفداران، حامیان مالی و... از مزایای درآمدزایی، فاصله زیاد شناخت ورزش‌های الکترونیک تا دیدگاه مسئولان، اعتماد و پذیرش بدنه جامعه بسیار حائز اهمیت است. مغفول ماندن هویت ورزش‌های الکترونیک و بویژه بازیکنان حرفه‌ای این رشته در کشورمان یکی از مواردی است که در اندک تحقیقات انجام یافته هم به آن اشاره‌ای نشده است، اما مصاحبه‌شوندگان در این پژوهش تأکید زیادی بر روی این موضوع داشتند. مصاحبه‌شونده شماره ۲ اعتقاد دارد: *"نگاه به هویت‌یابی این رشته به عنوان مؤلفه‌ای کلیدی در توسعه هنوز بسیار ضعیف است و عمده متولیان در کشور و در سطح استان اطلاع‌چندانی از این مقوله ندارند. افرادی هم که اطلاع اندکی از آن دارند، از اهمیت اقتصادی و کاربرد آن جهت اشتغال‌زایی غافل هستند. البته به اعتقاد من این مسئله از نبود مکانیسم‌های فرهنگ‌سازی در این زمینه نیز ناشی می‌شود چرا که فرهنگ‌سازی این مقوله در کشور می‌تواند در آگاه‌سازی بدنه جامعه اثر داشته باشد."*

حضور رسانه‌های تخصصی، پخش مسابقات و برنامه‌های آموزشی، حق پخش مسابقات نشان از حضور انکارناپذیری رسانه‌ها در این اکوسیستم دارد. بازیکنان نیز با حضور حرفه‌ای در این صنعت با ارزآوری، غرورآفرینی ملی، قراردادهایی با مبالغ بالا می‌توانند موجب توسعه این رشته گردند. باید توجه داشت که عمده مخاطبان این صنعت جهانی بوده و ارزش بسیار زیادی دارند و تعداد آن‌ها روز به روز در حال افزایش است. علاوه بر آن پیگیری مستمر این مخاطبان و نیز بازار هدف گسترده (طیف متفاوت مخاطبان) نیز بر توسعه ورزش‌های الکترونیک مؤثر می‌باشد. باید توجه داشت که مفهوم در اکوسیستم، چرخه است، چرخه و یا گردش حرکت نیروهای انسانی، چرخه دانش و اطلاعات، چرخه استعدادهای و از همه مهم‌تر چرخه پول که فرایند نوآوری، توسعه و عقلانیت را در محیط ورزش‌های الکترونیک جاری و توسعه این صنعت را تضمین می‌کند.

ماهیت اقتصادی نیز به عنوان یکی از مقولات که باعث ایجاد و توسعه ورزش‌های الکترونیک از منظر اشتغال‌زایی می‌شود، معرفی شده است که وجود صنعت رقابتی، ساختار اقتصادی اکوسیستم، اقتصاد پویا، ارزش بازار و بازار مصرف در آن بسیار حائز اهمیت است. همانگونه که چیکیش و همکاران نیز (۲۰۱۹) عنوان نمودند که تحکیم روند توسعه در صنعت ورزش‌های الکترونیک به ایجاد یک چارچوب مستحکم برای اداره این صنعت و روابط اقتصادی آن متکی است (Chikish et al., 2019).

در اجرای راهبردهای توسعه گردد. در این رابطه آقای و همکاران (۱۳۹۴) عنوان نمودند در بخش سیاست‌گذاری و حاکمیت، تعدد نهادها باعث چنددستگی روند توسعه این صنعت شده است (Aghaei, Hosseini & Ishaqpour, 2015). دیگر مقوله مداخله‌گر در توسعه ورزش‌های الکترونیک مربوط به چالش‌های ساختاری از جمله موازی‌کاری نهادها مربوط به این حوزه و همچنین عملکرد نهادهای نظارتی است. ژانگ (۲۰۱۹) نیز معتقد است تقویت و ارتقاء ورزش‌های الکترونیک نیاز به راهنمایی دولت برای بهبود نظارت دارد (Zhang, 2019).

**شرایط راهبرد/ کنش‌ها و تعاملات:** بر اساس مدل پژوهش و نکات برخاسته از نظرات خبرگان، دستیابی به توسعه در ورزش‌های الکترونیک از جنبه اشتغالزایی نیازمند بکارگیری راهبردها و اقداماتی از قبیل توسعه زیرساخت‌ها (فناورانه، آموزشی، فیزیکی)، توسعه قابلیت‌ها (انسانی، مالی، بازاریابی)، توسعه بسترهای مدیریتی- ساختاری (بسترسازی ایجاد کسب‌وکار، مشارکت، مشوق‌های مالی) و توسعه فرهنگی-اجتماعی (فرهنگ‌سازی، اطلاع‌رسانی) است. از آنجا که شالوده و بنیان این رشته مرتبط با تکنولوژی‌های روز دنیا است و تقویت و توسعه این نوع زیرساخت‌ها نیز نیازمند دسترسی به اینترنت و سرور بازی‌ها و تقویت زیرساخت‌های نرم‌افزاری می‌باشد. باید توجه داشت که ورود حرفه‌ای به این رشته ورزشی و برگزاری رویدادهایی با کیفیت بالا نیازمند توسعه زیرساخت‌های فناورانه می‌باشد. این خصوص مصاحبه‌شونده شماره (۴) معتقد است:

در این راستا حسینی و همکاران (۱۳۹۴)، یکی از عوامل کلیدی مؤثر در توسعه صنعت بازی کشور را سطح باور حاکمیت از توانایی اثرگذاری مذهبی، فرهنگی و آموزشی بازی‌های دانست (Hosseini, 2015)

یکی دیگر از زمینه‌های حاکم در بافت فرهنگی-اجتماعی مربوط به ایجاد جذابیت می‌باشد. ویژگی‌های ورزش‌های الکترونیک (لذت کشف، هیجان، جمعی بودن، قدرت طلبی، کسب برتری، غوطه‌وری، خلاقیت و ...)، امکان اجراء جذابیت استفاده از بازی‌های معروف جهانی، جذابیت استفاده از حضور بازیکنان حرفه‌ای، جذابیت مشوق‌ها (اعزام به مسابقات برون مرزی، اهداء جوایز قابل توجه و ...)، همگی بر راهبردها مؤثر خواهد بود. در این راستا مصاحبه‌شونده شماره (۴) تأکید داشت که: "همیشه جذابیت این صنعت با توجه به ویژگی‌های خاص آن می‌تواند به عنوان یکی از زمینه‌های اساسی برای موفقیت به شمار می‌رود."

**شرایط واسطه‌ای/ مداخله‌گر:** شرایط مداخله‌گر، شرایط ویژه مؤثر بر راهبردها هستند که باید در خط مشی‌گذاری مورد توجه قرار گیرند. بررسی‌ها نشان داد چالش‌های قانونی و حقوقی موجود در ساختار و بدنه نهادهای تصمیم‌ساز از جمله اپیدمی بحران زده حق پخش (که در عمل یکی از شریان‌های اقتصادی اکوسیستم ورزش‌های الکترونیک را از کار انداخته است)، عدم وجود قانون حق ثبت و کپی رایت و به دنبال آن قوانین و مقررات متضاد و نبود بسترهای حقوقی برای ورزش‌های الکترونیک از جمله این عوامل مداخله‌گر می‌باشد که می‌توان موجب اختلال

همچنین شرکت سهامی سایبرپورت هنگ کنگ (۲۰۱۷)، سازماندهی کنفرانس‌های ورزش‌های الکترونیک جهت آموزش و پرورش استعدادها؛ ارائه آموزش به بازیکنان حرفه‌ای و آماتور را به عنوان راهبردهای توسعه این رشته ذکر نمودند (Hong Kong Cyberport Management Company Limited, 2017)

از جمله راهبردهای زیرساختی دیگر مربوط به توسعه زیرساخت‌های فیزیکی می‌شود. از جمله اقدامات راهبردی در این بخش برای ایجاد اشتغال و تسهیل فرآیند کسب‌وکارها توسعه کیفی و تقویت زیرساخت‌های اجرایی می‌باشد. دیگر راهبرد مورد توجه توسعه قابلیت‌ها در ابعاد مختلف ورزش‌های الکترونیکی است. شناسایی منابع انسانی متخصص و هم‌افزایی افراد متخصص (بازیکنان، داوران، مربیان، ادمن‌های فنی و...)، نخبه‌پروری، تقویت حضور بانوان، شناخت و جذب هواداران از جمله قابلیت‌های انسانی است که می‌توان در جهت توسعه ورزش‌های الکترونیک و افزایش فرصت‌های شغلی از آن‌ها استفاده نمود. همانگونه که بو و همکاران<sup>۱</sup> (۲۰۱۰) در پژوهشی اثربخشی ظهور ستاره‌های ورزش‌های الکترونیکی را به عنوان یکی از قدرت‌های صنعت ورزش‌های الکترونیک دانست (Bo, Fa, & Yi, 2010)

بر اساس موارد عنوان شده در مدل، دستیابی به توسعه ورزش‌های الکترونیک، نیازمند توسعه قابلیت‌های مالی از جمله طراحی مکانیزم بلیط فروشی، طراحی اقتصادی رویدادها، تغییر ساختار تأمین مالی در بلندمدت می‌باشد.

"در رابطه با فناوری مشکلات عدم وجود سرور و اینترنت داشته و داریم و ورود حرفه‌ای به این رشته مستلزم وجود زیرساخت‌های حوزه فناوری است."

مصاحبه شونده شماره (۷) نیز عنوان نمود: "اولویت‌های بسیار مهمی مثل اینترنت با سرعت مناسب برای برگزاری مسابقات با کیفیت بالا وجود دارد."

بر اساس موارد عنوان شده در مدل پارادایمی پژوهش توسعه ورزش‌های الکترونیک مستلزم اقداماتی در زمینه توسعه زیرساخت‌های آموزشی می‌باشد. اقداماتی از قبیل آموزش مستمر، آموزش مهارت‌های شغلی (داوری، مربی‌گری، ادمن فنی، ...)، آموزش آکادمیک، تهیه منابع آموزشی مستند، برگزاری سمینارها و همایش‌ها، دوره‌آموزش عملی (ایجاد تجربه در کنار آموزش آکادمیک) از مهم‌ترین راهبردهای توسعه آموزشی است. همچنین مصاحبه‌شونده شماره (۸) معتقد است: "در برخی کشورها ورزش‌های الکترونیک به عنوان یک رشته دانشگاهی با حضور کارشناسان حوزه‌های مختلف مانند روانشناسان و جامعه‌شناسان به صورت تخصصی برای گیرم‌های حرفه‌ای در حال انجام است و این کار باعث توسعه استارت‌آپ‌های این حوزه و ایجاد اشتغال شده است."

همچنین در باب منابع آموزشی مصاحبه‌شونده شماره (۳) نیز معتقد است: "برگزاری کلاس‌های آموزشی مستلزم توانایی مدون کردن مباحث آموزشی است. لازم است تمام اطلاعات جمع‌آوری شود و یک منبع جامعی بوجود آید که بتوان به صورت علمی به آن استناد نمود."

"وحدت سیاست‌گذاری، شرح وظایف روشن، الویت قرار دادن تأمین زیرساخت‌ها از جمله مهم‌ترین نقش‌های نهادهای درگیر در حوزه ورزش‌های الکترونیک می‌باشد."

همچنین آقایی و همکاران (۱۳۹۴) از یکپارچه‌سازی نهادهای سیاست‌گذاری و قانون‌گذاری به عنوان راهبردهای مؤثر در توسعه صنعت بازی یاد نمود (Aghaei, Ishaqpour & Hosseini, 2015).

در این بین اشاره به تدوین نظام باشگاهداری نیز جهت توسعه و تعالی مکانیزم‌های درآمدزایی و حرکت آن در جهت توسعه رویدادها، جذب حامیان مالی، قرارداد با بازیکنان، مدیریت هواداران، درآمدزایی از طریق رسانه‌ها مورد توجه است، غالب مصاحبه‌شونده‌ها بر این موضوع تأکید داشتند.

دومین مقوله توسعه بسترهای مدیریتی- ساختاری مربوط به مشارکت در قالب همکاری مشترک نهادها و فعالیت ورزش‌های دیگر در این رشته می‌باشد. دو سازمان فعال در حوزه ورزش‌های الکترونیک در کشور یکی انجمن ورزش‌های الکترونیک زیر نظر وزارت ورزش و جوانان و دیگری بنیاد ملی بازی‌های رایانه‌ای وابسته به وزارت ارشاد می‌باشد. جهت توسعه و تعالی این رشته و هماهنگ نمودن سیاست‌ها و خط‌مشی‌های اجرایی لازم است این دو ارگان به صورت مستمر با یکدیگر در تعامل باشند. تعامل و همکاری رشته‌های ورزشی دیگر مانند تأسیس باشگاه و یا راه‌اندازی لیگ ورزش‌های الکترونیک در کنار فعالیت اصلی رشته ورزشی می‌تواند به توسعه این رشته کمک شایانی نماید. در این باب مصاحبه‌شونده شماره (۸) معتقد است که: "همین طور که لیگ برتر

دیگر راهبرد مورد نظر توسعه قابلیت‌های بازاریابی است. واژه بازاریابی همانا در این رشته تأمین نیازهای بازیگران اکوسیستم ورزش‌های الکترونیک است. توسعه تجارت کالاها جانبی، استراتژی‌های تبلیغات نوین، بکارگیری استراتژیست‌های بازاریابی در قالب دپارتمان بازاریابی، مدیریت ارتباط با مشتری، برندسازی به عنوان قابلیت‌های حوزه بازاریابی ورزش‌های الکترونیک باید مورد توجه قرار گیرد. همانگونه که مصاحبه‌شونده شماره (۲) معتقد است: "تیم‌های شرکت‌کننده در رویدادها به صورت کاملاً حرفه‌ای و با حضور متخصصین بازاریابی و با حمایت کامل اسپانسرهای مختلف در این رویدادها شرکت می‌کنند و کاملاً از طریق حامیان مالی مورد حمایت قرار می‌گیرند، ولی در کشور حامیان مالی این حوزه معتقدند که باید از بازیکنان منافع به دست بیاورند و حمایت آن‌ها از این قشر بسیار کم‌رنگ است و به وضوح کمبود متخصصین بازاریابی احساس می‌شود."

دیگر راهبرد توسعه ورزش‌های الکترونیک جهت اشتغالزایی، تقویت بسترهای مدیریتی- ساختاری در قالب بسترسازی ایجاد کسب‌وکار، مشارکت و مشوق‌های مالی می‌باشد. سیستم کنترل و نظارت بر باشگاه‌ها و برگزاری رویدادها، سامانه یکپارچه‌سازی رویدادها، ایجاد پایگاه داده، تدوین آیین‌نامه‌ها (تدوین نظام باشگاهداری)، حضور افراد متخصص و سیاست‌گذاری در مقوله بسترسازی ایجاد کسب‌وکار بسیار حائز اهمیت می‌باشند. در این راستا مصاحبه‌شونده شماره (۵) نقش حمایتی نهادهای دست‌اندر کار در بسترسازی کسب‌وکارها را برجسته می‌داند و می‌افزاید:

فوتبال داریم می‌توانیم در کنار آن لیگ ورزش‌های الکترونیکی این رشته را هم داشته باشیم و مسابقات به صورت مستمر و دائمی برگزار شود و در این صورت روند بی نظیری در این زمینه شکل می‌گیرد."

بهبود مشوق‌های مالی از جمله کاهش موانع حقوقی، تخفیفات مالیاتی، تدوین قوانین و آئین‌نامه‌های مشوق بخش خصوصی از جمله اقداماتی است که در جهت توسعه بسترهای مدیریتی-ساختاری دارای اهمیت است. بخش خصوصی در جایی که سودآوری، امنیت سرمایه‌گذاری، آتیه روشن و ثبات نداشته باشد؛ حضور پیدا نمی‌کند. درخصوص قوانین مالیاتی جهت تشویق سرمایه‌گذار بخش خصوصی مصاحبه‌شونده شماره (۱۱) معتقد است: "قوانین مالیاتی باید این امکان را فراهم آورد که اگر فعال اقتصادی امکان ورزشی ساخت؛ و خواست در حوزه ورزش‌های الکترونیک سرمایه‌گذاری کند بتواند از معافیت‌های مالیاتی استفاده نماید."

از آنجایی که رشته ورزش‌های الکترونیک اسپانسر محور می‌باشد، ایجاد زیر ساخت‌های لازم برای حضور سرمایه‌گذاران در این زمینه، موجب بهره‌وری از توان و پتانسیل سرمایه‌گذاران می‌شود و از این راه می‌توان نرخ رشد کسب‌وکارهای جدید را افزایش داد.

همچنین یکی از مهم‌ترین راهبردهای برخاسته از پژوهش، اقداماتی جهت توسعه فرهنگی- اجتماعی ورزش‌های الکترونیکی با توجه به ضعف هویتی این رشته می‌باشد. آموزش در مکان‌های عمومی، تلاش‌های هماهنگ دولت، بازیگران صنعت و دانشگاهیان، بازاریابی

اجتماعی این رشته می‌تواند در فرهنگ‌سازی آن بسیار حائز اهمیت باشد. با اقداماتی از قبیل آگاه ساختن خانواده‌ها، هواداران، حامیان مالی و... از پتانسیل درآمدزایی، برگزاری سمینارها و همایش‌های عمومی، بازاریابی دهان‌به‌دهان جهت اطلاع‌رسانی استفاده نمود. در همین راستا شرکت سهامی سایبرپورت هنگ کنگ (۲۰۱۷) تبدیل ورزش‌های الکترونیک به یک جریان اصلی ورزشی و ایجاد یک تصویر عمومی مثبت از طریق افزایش آموزش عمومی و راه‌اندازی مکان‌هایی برای تجربه ورزشی الکترونیکی برای همه مردم را به عنوان یک راهبرد کلیدی توسعه ورزش‌های الکترونیک دانست.

#### شرایط نتایج و پیامدها: به تبعات تحقق

مقوله محوری در بستر شرایط علی، مداخله‌گر و زمینه‌ای از طریق بکارگیری راهبردهای کاربردی اشاره دارد. در این حوزه می‌توان به بهبود و تسهیل فضای کسب‌وکار ورزش‌های الکترونیکی از طریق بهبود فرهنگ مشارکت، بازآفرینی نقش نهادها، ایجاد محیط و تفکر حرفه‌ای (هویت شغلی)، بهره‌برداری از فرصت‌های جدید شغلی (ایجاد مهارت)، درک ضرورت تجاری‌سازی، بهبود سرمایه‌گذاری‌های داخلی و خارجی اشاره نمود. همه آنچه مطرح شد مشخص می‌کند که پیشرفت اقتصادی صنعت ورزش‌های الکترونیک، فقط وابسته به افزایش کیفیت و تزریق مالی حمایتی نیست و دغدغه دیگری از جمله هویت‌یابی، شکل‌گیری قابلیت‌ها، زیرساخت‌های مناسب و مفاهیم بازاریابی و ترویج روحیه کسب‌وکار دارد.

توسعه مراکز بازی‌های رایانه‌ای (گیم‌نت‌ها) و تغییر آن‌ها به باشگاه؛

• برگزاری و میزبانی رویدادهای استانی، ملی و بین‌المللی؛

• برگزاری لیگ بر اساس الگوی درآمدزایی؛  
• استفاده از پتانسیل دانشگاه‌ها و مدارس جهت معرفی بیشتر این رشته نوپا؛

• ایجاد بسترهای همکاری دوجانبه و تقویت ارتباط بین انجمن ورزش‌های الکترونیک و دانشگاه‌ها؛

• اهداء مشوق‌های مالی جهت جذب حامیان مالی؛

• فرهنگ‌سازی عمومی در سطح استان از طریق برگزاری همایش‌ها و کلاس‌های آموزشی. همچنین باتوجه به دستاوردهای این پژوهش، به پژوهشگران آتی پیشنهاد می‌شود با توجه به مدل مفهومی برآمده از این پژوهش سعی کنند از طریق روش‌های کمی همچون مدل‌سازی معادلات ساختاری یا دیگر روش‌ها، مدل مفهومی این پژوهش را در جامعه وسیع‌تر آزمون نمایند.

### تشکر

این پژوهش به سفارش اداره کل ورزش و جوانان استان گیلان صورت گرفته است.

### منابع

- Aghaei, S., Hosseini, S. H., & Ishaqpour, S. (2015). Recognition of the current situation and pathology of barriers to business development of the computer games industry in the country using value chain analysis. the first national conference on computer games; Opportunities and Challenges, Isfahan.
- Aghaei, S., Ishaqpour, S., & Hosseini, S. H. (2015). A Study of

در حقیقت نگاه تجاری به ورزش‌های الکترونیک است که آن را تبدیل به یک صنعت پویا با رویکرد تقویت اقتصاد مقاومتی خواهد کرد و این دقیقاً نقطه‌ای از اکوسیستم ورزش‌های الکترونیک است که اتفاقاً از همه ضعیف‌تر است. صنعت ورزش‌های الکترونیک که در ایران، شاید از لحاظ کیفیت فنی ساخت بازی‌ها، در خاورمیانه بی‌رقیب باشد و در حوزه مصرف، حداقل در داخل کشور، بازار بزرگی با بیش از ۲۳ میلیون نفر را پیش‌رو دارد، دقیقاً به دلیل ضعف علمی و تجربی در حوزه تجارت با بحران‌های شدید مواجه است. نه تنها مفید، بلکه ضروری است تا هرچه سریع‌تر پژوهشگران و خبرگان کسب‌وکار به سمت این بخش از اقتصاد حرکت کنند و با تقویت زیرساخت‌های تجاری آن، اسباب اشتغالزایی را فراهم بیاورند. از این رو صنعت ورزش‌های الکترونیک می‌تواند در راستای استراتژی کلی توسعه کشور و بویژه استان گیلان یک راهکار جدید و پر ظرفیت باشد که به صورت معنی‌داری در اشتغالزایی پایدار ایفای نقش کند.

با توجه به نتایج حاصل از این پژوهش به خط‌مشی‌گذاران سطوح کلان بویژه در ورزش استان گیلان جهت توسعه کسب‌وکارها و اشتغالزایی از طریق این رشته پیشنهادی زیر ارائه می‌دهد:

- بازآفرینی نقش نهادها (بویژه انجمن ورزش‌های الکترونیک استان در سایه هیئت ورزش‌های همگانی) در توسعه ورزش‌های الکترونیک.
- پرداختن به ایجاد باشگاه‌ها و تسهیل روند باشگاه‌داری در استان و همچنین تلاش جهت



Hardware and Digital Equipment Specialized Journal, 74, 48-53.

- Jenny, S. E., Keiper, M. C., Taylor, B. J., Williams, D. P., Gawrysiak, J., Manning, R. D., & Tutka, P. M. (2018). eSports Venues: A New Sport Business Opportunity. *Journal of Applied Sport Management*, 10(1).
- Jonasson, K., & Thiborg, J. (2010). Electronic sport and its impact on future sport. *Sport in society*, 13(2), 287-299.
- Kvale, S. (1996). *InterViews: an introduction to qualitative research interviewing*: Sage.
- Limited, H. K. C. M. C. (2017). *Report on Promotion of E-sports Development in Hong Kong*.
- Nevena, V. Ž., M. & Aleksandar, D. (2007). *Video Games in South Korea*. Tehran, University of polytechnique.
- Newzoo. (2016). [Online], Available: <http://www.newzoo.com>.
- OGA, T. (1999). [Online] Available at: [http://www.eurogamer.net/article.php?article\\_id=105](http://www.eurogamer.net/article.php?article_id=105).
- Rapaport, D. (2017). What to expect from the booming esports industry in 2017. *Sports Illustrated*.
- Wagner, M. G. (2006). On the Scientific Relevance of eSports. Paper presented at the International conference on internet computing.
- Xi, L. (2005). Present situation and strategies of esports games in China [J]. *Zhejiang Sport Science*, 1.
- Zhang, Z. (2019). Study of the Development of E-sports in China. Bachelor's Thesis Degree Programme in sports coaching and management.
- 

International Experiences in the Structure and Mechanism of Development of the Computer Games Industry: A Case Study of Finland and Singapore. the first national conference on computer games; Opportunities and Challenges, Isfahan.

- Bo, L., Fa, H.-q., & Yi, Y. (2010). Beijing E-Sports Industry Development Based on SWOT Analysis. In file.scirp.org. Retrieved from.
- Chikish, Y., Carrears, M., & García, J. (2019). eSports: A new era for the sports industry and a new impulse for the research in sports (and) economics. *Spanish Economic Papers*.
- Esports. (2016). Newzoo. [Online], Available: <http://www.newzoo.com>.
- Esports. (2017). Newzoo. Retrieved online from: <https://newzoo.com/insights/markets/esports/>.
- Foundation, I. C. V. G. (2017a). The money-making game industry And its role in employment and the resistance economy. (News number: 4302. ).
- Foundation, I. C. V. G. (2017b). What are the job opportunities and earnings in the computer gaming industry? (News number: 4246. ).
- Hamari, J., & Sjöblom, M. (2017). What is eSports and why do people watch it? *Internet research*, 27(2), 211-232.
- Hitmarker. (2019). eSports Jobs Report: <https://esportsinsider.com/2019/07/esports-jobs-growth-2019/>.
- Hosseini, R. (2015). Take a look at the emerging phenomenon of e-sports.