

بررسی تأثیر مهارت های مدیریتی بر کسب و کارهای آنلاین (مطالعه موردی: بازی های دیجیتال)

زیبا امیری امرایی^۱، فرزاد ترکاشوند^۲

چکیده

این پژوهش با هدف بررسی تأثیر مهارت ها بر کسب و کارهای آنلاین صورت گرفته است. برای گردآوری داده ها از پرسشنامه ای شامل ۲۳ پرسش با طیف لیکرت پنج درجه استفاده گردید. ابتدا پرسشنامه از دیدگاه خبرگان امر از نظر روایی محتوا تایید شد. سپس روایی سازه با استفاده از تکنیک تحلیل عاملی تاییدی نیز انجام شد. برای سنجش پایایی نیز ضریب آلفای کرونباخ و پایایی کرونباخ و پایایی مرکب محاسبه گردید. ضریب آلفای کرونباخ پرسشنامه ۰/۹۵۹ محاسبه گردید و مقدار CR تمامی متغیرها نیز بالای ۰/۷ بدست آمده است. تعداد نمونه با استفاده از فرمول کوکران ۱۶۹ نفر تعیین گردید. برای آزمون فرضیه های پژوهش از تکنیک حداقل مربعات جزئی و نرم افزار Smart PLS استفاده شده است. نتایج این تحقیق نشان داد که مهارت های مدیریت بر مدیریت کسب و کارهای نوآورانه آنلاین تأثیر مثبت و معناداری دارند.

واژگان کلیدی: مهارت های مدیریت، کسب و کارها، بازی های دیجیتال

^۱ کارشناس علوم تربیتی گرایش مدیریت و برنامه ریزی
^۲ کارشناس ارشد حقوق جزا و جرم شناسی

۱. مقدمه

از دیدگاه پروچنو (۲۰۰۱)، مهارت‌ها دامنه نسبتاً بزرگی را در بر می‌گیرند که آن را پیچیده تر می‌کنند و درک / فهم و تعیین محدوده‌ی مفهومی آن را دشوار می‌کند. توسعه مهارت به عنوان یک موضوع تحقیقاتی بسیار مهم، در زمینه رقابت پذیری شایع شده است و به عنوان ابزاری برای مدیریت استراتژیک برای مقابله با محیط فعلی کسب و کار شناخته شده است (نیهان^۳، ۱۹۹۸)، در این زمینه، پیچیدگی و عدم قطعیت، که بخشی از آن به دلیل جهانی شدن و آهنگ پر شتاب تغییرات فناوری می‌باشد، به مدیران ماهری نیاز دارد که به سازمانها برای غلبه بر چالشهای پدید آمده کمک کنند (واسکونسوس، کیمبل و روچا^۴، ۲۰۱۶). آنچه در این مطالعه مورد تاکید است بحث مدیریت کسب و کارهای آنلاین است. مهارت موثر بر کسب و کارهای نوآورانه آنلاین خاستگاه و ریشه مدیریتی، غیرمدیریتی، روانی، سیاسی و حتی فرهنگی و اجتماعی دارند اما بررسی این مهارت‌ها بصورت مفرد و خارج از کنترل کمک‌چندانی به تنظیم کسب و کارهای نوآورانه آنلاین نخواهد کرد. پژوهشگر معتقد است این مدیریت کسب و کارهای آنلاین است که باید مورد توجه قرار گیرد و باید مهارت‌هایی مورد شناسایی و ارزیابی قرار گیرند که از دیدگاه مدیریتی مطرح شده و کنترل و احاطه بر مدیریت کسب و کارهای نوآورانه را به ارمان آورند. بر این اساس در این مطالعه سوال اصلی پژوهش این است که مهارت‌ها بر کسب و کارهای آنلاین نوآورانه در بازار بازیهای دیجیتال چه تأثیری دارند؟

۲. مبانی نظری

نقش کسب و کارهای نوآورانه آنلاین به عنوان یک ساختار با ارزش و وسیله‌ای برای حفظ ارزش دارایی در مقابل خطرات ناشی از افزایش تورم، کاهش ارزش ارزهای مختلف، بر کسی پوشیده نیست. این مسئله کسب و کارهای نوآورانه آنلاین را در کانون توجهات بسیاری از مردم، اقتصاددانان، فعالان بازارهای مالی، سفته‌بازان و غیره قرار داده است (جلیلی و همکاران، ۱۳۹۶). تمرکز بر تجارت جدید باید در هماهنگی بین فعالیتهای مختلف اقتصادی موجود باشد و روابط همزیستی رشد را برقرار کند. نوآوری به صورت رشد محور برای یک بازار پایدارتر فرصت‌هایی را برای گسترش این فعالیت‌ها به سوی روش‌های جدید، با اتصالات جدید و پایداری مالی و اقتصادی قابل توجه تر، ایجاد میکند. مشاغل مختلف فعالیتهایی دارند که ممکن است تأثیر چند برابر بر تجارت داشته باشند، به عنوان یک "فن آوری طیف گسترده" که نوآوری و تمایز هر دو را در ساختن مزایای رقابتی مهم ترغیب می‌کند. از طرفی دیگر دولتها همواره یکی از مهمترین بخشهای مؤثر در رسیدن به رشد اقتصادی را بخش کسب و کارهای نوآورانه آنلاین می‌دانند، تربیتی که مقامات کسب و کارهای نوآورانه کشورها با اتخاذ سیاست‌های مناسب کسب و کارهای نوآورانه آنلاین میتوانند گام‌های مؤثری برای دست‌یابی به این مهم بردارند (شمس‌الدینی، ۱۳۹۷). به طور کلی، بسیاری از اقتصاددانان بر این دیدگاه که کسب و کارهای نوآورانه آنلاین در کوتاه‌مدت بر تولید و تورم مؤثر هستند، توافق نظر دارند؛ ولی، اختلاف نظر آنها بر سر کانال‌های اثرگذاری کسب و کارهای نوآورانه آنلاین و اهمیت آنها نسبت به یکدیگر است. سیاست کسب و کارهای نوآورانه از راه کانالهای مختلفی از جمله کانال نرخ بهره، کانال نرخ ارز، کانال قیمت داراییها

³ Nyhan⁴ Vasconcelos, Kimble, & Rocha

و کانال اعتباری بر سطح تولید ناخالص داخلی و تورم تأثیر می‌گذارند. همچنین دولت‌ها همواره تلاش می‌کنند تا با مدیریت برنامه‌ریزی و سیاست‌گذاری راه‌حلی برای مدیریت کسب و کارهای نوآورانه آنلاین، پیدا کنند (جعفرزاده و صباحی، ۱۳۹۵). با آنکه طی سالیان مختلف مفهوم مدل کسب و کار توسط محققان متعددی مورد مطالعه قرار گرفته است، برای مدل کسب و کار یک تعریف استاندارد وجود ندارد. با نگاهی به تعاریف مدل کسب و کار می‌بینیم که نقطه شروع هر یک از تعاریف ارائه شده، اشاره به مفاهیمی نظیری منطق، درک، سیستم، الگو، شرح و مواردی از این دست داشته است. عده ای از محققان با یک دیدگاه مفهومی، مدل کسب و کار را به صورت یک مفهوم، منطق، درک، بازتاب، سازه واسطه، شفاف سازی یا یک داستان در نظر گرفته‌اند. تعاریف بعضی از محققان نیز به یک دیدگاه الگوی سیستمی نزدیک می‌باشد؛ به صورتی که یک مدل کسب و کار را به مثابه یک الگو، برنامه، نسخه، ابزار مفهومی، مسیر، طراحی، روش، پیکربندی، انجام وظیفه، مجموعه، سیستم، خلاصه، چارچوب، زمینه و هسته تعریف نموده‌اند. در نهایت برخی نیز از یک دیدگاه تبیینی در تعریف مدل کسب و کار بهره جسته‌اند و آن را یک نمایش، توصیف، شرح، تشخیص، تعریف، بیانیه و نحوه پاسخ‌دهی معرفی نموده‌اند. (منطقی و ثاقبی سعیدی، ۱۳۹۲)

مدل کسب و کار آنلاین

تحولات سریع محیط کسب و کار، تغییر نیازهای مشتریان، تغییرات مداوم فناوری و نوآوری و همچنین حضور پررنگ اینترنت به عنوان یک توانمندساز موثر در توسعه کسب و کارها، همگی نمایانگر روندی است که باعث ایجاد مدل و طرح کسب و کار آنلاین شده است. اما مدل کسب و کار آنلاین، طی بیست سال و اندی که از عمرش می‌گذرد، بیشترین تحولش را با حضور اینترنت تجربه نموده است. با ورود اینترنت در مدل کسب و کار آنلاین، یک محصول یا خدمت پیش پا افتاده در این مدل، بسیار باارزش تر از یک محصول یا خدمت عالی در یک مدل کسب و کار عادی خواهد بود. سه دسته از مهم‌ترین مدل‌های کسب و کار آنلاین در جدول زیر نمایش داده شده است. (آگارد^۵، ۲۰۱۹)

مهارت‌های مدیران

در حوزه شایستگی‌ها و مهارت‌ها یکی از مدل‌هایی که از جامعیت و تعمیم‌پذیری بیشتری برخوردار است مدل مهارت‌های کتر است که این مدل بیان می‌دارد که در سه حوزه مدیران عملیاتی، میانی و ارشد سه مهارت فنی، انسانی-ارتباطی و ادراکی با اوزان نسبتاً متفاوت وجود دارد. تعریف مهارت‌های سه گانه مدیریت مدل کتر به شرح زیر است:

مهارت فنی: یعنی دانایی و توانایی در انجام دادن وظایف خاص که لازمه آن ورزیدگی در کاربرد فنون و ابزار ویژه و شایستگی عملی در رفتار و فعالیت است.

مهارت انسانی: یعنی داشتن توانایی و قدرت تشخیص در زمینه ایجاد محیط تفاهم و همکاری و انجام دادن کار به وسیله دیگران، فعالیت مؤثر به عنوان عضو گروه، درک، نگرش، عقاید و احساسات افراد و گروه.

⁵. Aagaard

مهارت ادراکی: یعنی توانایی درک پیچیدگی های کل سازمان و تصور همه عناصر و اجزای تشکیل دهنده کار و فعالیت سازمانی به صورت یک کل واحد (سیستم) با توجه به اینکه، توانایی درک و تشخیص اینکه کارکردهای گوناگون سازمان به یکدیگر وابسته بوده، تغییر در هر یک از بخش ها، الزاماً بخش های دیگر را تحت تأثیر قرار می دهد. تحت شرایط مختلف این سه مهارت اهمیت نسبی متفاوتی دارند و با تغییر میزان مسئولیتهای مدیران اهمیت نسبی مهارتها نیز تغییر می یابند که شکل زیر میزان اهمیت نسبی این سه مهارت را در حوزههای متفاوت نشان می دهد. هنگامی که فردی از سطح عملیاتی به سطوح بالاتر سازمانی ترفیع می یابد، برای موثر بودن به مهارت فنی کمی احتیاج دارد. ولی برای این منظور مهارت نظری بیشتری مورد نیاز است. سرپرستان سطوح عملیاتی، نیاز قابل توجهی به مهارت فنی دارند، زیرا اغلب از آنان خواسته می شود تکنیسین ها و سایر کارمندان را در بخش های خود آموزش دهند تا رشد کنند. و از سوی دیگر مدیرعامل در یک سازمان نیازی به دانستن چگونگی انجام کارها در سطح عملیاتی ندارند. به هر حال، او باید بتواند چگونگی ارتباط وظایف سازمانی را در کسب اهداف کلی سازمان تشخیص دهد در حالی که میزان مهارت های فنی و نظری مورد نیاز در سطوح مختلف مدیریت تفاوت دارد، وجه اشتراکی که در تمام سطوح قطعی می نماید، مهارت انسانی است (رضائیان، ۱۳۹۸)

مهارت ارتباطی: ارتباط تار و پود سازمان را به هم پیوند می دهد و موجب یکپارچگی و وحدت سازمانی می گردد. مسئولیت ایجاد ارتباطات صحیح در سازمان به عهده مدیریت است. از این رو مدیران باید از کم و کیف فرآیند ارتباطی آگاه باشند و نحوه برقراری ارتباطات مؤثر را بدانند به این ترتیب یکی از مهم ترین مهارت های مدیران در عصر حاضر، مهارت ارتباطی است و لازم است نسبت به آن توجه ویژه ای صورت گیرد. یافته های پژوهشی و تجربه روزمره گواه این امر است که هشتاد درصد از وقت مدیران صرف برقراری ارتباط با دیگران می شود. با توجه به چنین حجم زمانی عظیمی، بدیهی است که سبک مدیر در برقراری ارتباط با کارکنان، همکاران، مقامات بالاتر و منابع برون سازمانی نقشی تعیین کننده در عملکرد وی دارند. (الوانی، ۱۳۹۸)

مهارت کلامی: نتایج حاصل از مطالعات نشان می دهد که مدیران نه درصد روزکاری خود را به خواندن، شانزده درصد به نوشتن، سی درصد به گفتگو و ۴۵ درصد را به گوش دادن می گذرانند (رضائیان، ۱۳۹۸) درمیان همه اموری که مدیر طی روز انجام می دهد، حرف زدن در مرتبه اول قرار دارد. گفتار مدیر را از طریق: تماس تلفنی، شرکت در کنفرانس ها، جلسات، تماس رو در روی با همکاران و مجموعه تحت سرپرستی و ... می توان مورد توجه قرار داد.

مهارت گوش دادن: سام دیپ در کتاب تجربه ارتباطات در روابط انسانی، گوش دادن مؤثر را چنین تعریف می کند: «گوش دادن مؤثر، عبارت از مشارکت فعال در یک گفت و شنود است» در تعریفی دیگر گوش دادن مؤثر عبارت است از فرآیندی فعال که شامل توجه، درک، ارزیابی، به خاطر آوردن، و پاسخ دهی (واکنش) می باشد. گوش دادن مؤثر، اساس اجرای ارتباط است (وردربیر و وردربیر، ۱۹۹۸)

مهارت بازخور: بازخور فرآیندی است که از طریق آن دریافت کننده پیام، برقراری ارتباط را اعلام می کند و در پاسخ می گوید پیام اصلی را چگونه احساس می کند (شمرهورن⁷، ۱۹۹۳) در واقع می توان گفت مهارت بازخور عبارت است از برگشت نتیجه پیام به فرستنده پیام بطوری که فرستنده پیام از وضعیت ارسال پیام و نحوه دریافت و درک آن آگاه گردد (الوانی، ۱۳۹۸). یکی از عواملی که موجب می شود ارتباطات مؤثر به خوبی برقرار نشود، عدم آگاهی منبع یا فرستنده از تأثیر پیامدهای مبادله شده میان خود و گیرنده در فرآیند ارتباطات است. بازخور اطلاعاتی را در رابطه با موفقیت در اجرای اهداف در اختیار منبع قرار می دهد. به علاوه، بازخور فرآیند ارتباطات را دو طرفه می کند و آن را تداوم می بخشد و این موجب درک بیشتر بین فرستنده و گیرنده می شود. در مدیریت، مفهوم بازخور، به ویژه در ایجاد برقراری ارتباط مؤثر میان مدیر و کارکنان سازمان نقش بسزایی دارد.

۳. پیشینه پژوهش

پیشینه خارجی

بانرجی و همکاران (۲۰۱۹) عوامل مؤثر بر تحرکات کسب و کارهای نوآورانه را مورد مطالعه قرار داده اند. در این مقاله که با رویکردی پیمایشی- طولی در کشور هند انجام شده است از داده های سری زمانی در طی ده سال استفاده شده است. براساس نتایج این مطالعه بحران های سیاسی منطقه ای و جهانی عوامل اصلی تحرکات کسب و کارهای نوآورانه معرفی شده اند.

سویتاس و همکاران (۲۰۱۸) مطالعه ای با عنوان تأثیر استرس مالی، قیمت نفت و پویایی های بازار بر کسب و کارهای نوآورانه انجام داده اند. این مطالعه در کشور ایالات متحده انجام شده است. داده های این تحقیق نیز با استفاده از سری زمانی تهیه شده است و از مدل های رگرسیونی برای بررسی روابط میان متغیرهای مدل استفاده شده است. همچنین در نهایت شاخص های مؤثر بر کسب و کارهای نوآورانه به رویکرد ساختاری-تفسیری مورد

۴. مدل اندازه گیری

روایی ابزارهای اندازه گیری

(۱) روایی همگرا^۸: منظور از شاخص روایی همگرا سنجش میزان تبیین متغیر پنهان توسط متغیرهای مشاهده پذیر آن است (بارکلی و همکاران،^۹ ۱۹۹۵). برای شاخص متوسط واریانس استخراج شده^{۱۰} حداقل مقدار ۰.۵، مقدار قابل قبولی است که این مقدار نشان دهنده این است که متغیرهای مشاهده پذیر حداقل ۵۰ درصد واریانس متغیر پنهان خود را تبیین می کند.

⁷ Schermerhorn

⁸ Convergent Validity

⁹ Barclay et al

¹⁰ Average Variance Extracted (AVE)

جدول ۱. میانگین واریانس استخراج شده

(AVE)	
۰.۷۱۹	مهارت های مدیریت

همانطور که در جدول ۱ ملاحظه می شود، نتایج بررسی مقادیر واریانس استخراج شده متغیرهای پنهان پژوهش نشان داد که همه متغیرها مقادیری بیش از ۰.۵، به خود اختصاص دادند. بر این اساس می توان گفت: روایی همگرایی ابزارهای اندازه گیری با استفاده از شاخص میانگین واریانس استخراج شده، تأیید شد.

۲) روایی تشخیصی یا واگرا^{۱۱}: روایی تشخیصی یا واگرا توانایی یک مدل اندازه گیری انعکاسی را در میزان افتراق مشاهده پذیرهای متغیر پنهان آن مدل با سایر مشاهده پذیرهای موجود در مدل را می سنجد. روایی تشخیصی در واقع مکمل روایی همگرا است که نشان دهنده تمایز نشانگرهای یک متغیر پنهان از سایر نشانگرهای دیگر در همان مدل ساختاری است.

الف) آزمون بار مقطعی^{۱۲}: بر اساس این آزمون پیشنهاد شده است بار عاملی هر متغیر مشاهده پذیر بر روی متغیر پنهان مربوط به خود باید بیشتر از بار عاملی همان متغیر مشاهده پذیر بر متغیرهای پنهان دیگر باشد (هیر و همکاران، ۲۰۱۷^{۱۳}).

جدول ۲. روایی واگرا بارهای عاملی متقابل

مهارت های مدیریت	کسب و کارهای نوآورانه آنلاین	
۰.۳۵۴	۰.۳۳۴	Q۱
۰.۴۴۱	۰.۴۶۴	Q۲
۰.۳۱۸	۰.۳۹۴	Q۳
۰.۵۴۹	۰.۵۱۱	Q۴
۰.۵۶۳	۰.۵۸۰	Q۵
۰.۶۱۶	۰.۵۱۷	Q۶
۰.۸۵۱	۰.۷۱۲	Q۷
۰.۸۷۳	۰.۷۰۲	Q۸
۰.۸۴۲	۰.۷۰۲	Q۹
۰.۸۰۰	۰.۶۲۲	Q۱۰
۰.۸۸۱	۰.۷۰۷	Q۱۱
۰.۸۸۵	۰.۷۵۹	Q۱۲

¹¹ Discriminant Validity

¹² Cross Loading

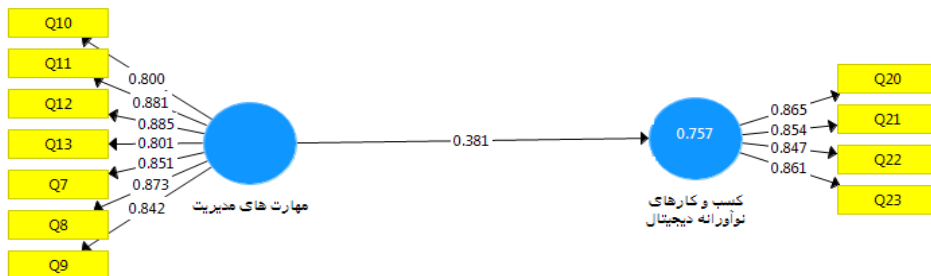
¹³ Hair et al

۰.۷۰۶	۰.۸۰۱	Q۱۳
۰.۶۱۴	۰.۶۶۱	Q۱۴
۰.۶۶۹	۰.۷۵۵	Q۱۵
۰.۶۷۵	۰.۵۹۳	Q۱۶
۰.۶۸۰	۰.۷۱۹	Q۱۷
۰.۷۳۱	۰.۶۵۹	Q۱۸
۰.۶۸۹	۰.۷۲۹	Q۱۹
۰.۸۶۵	۰.۶۳۷	Q۲۰
۰.۸۵۴	۰.۶۷۵	Q۲۱
۰.۸۴۷	۰.۷۴۰	Q۲۲
۰.۸۶۱	۰.۷۷۸	Q۲۳

نتایج جدول ۲ که با هدف بررسی روایی واگرا و به منظور سنجش توانایی مدل اندازه‌گیری در میزان افتراق گویه‌های متغیرهای پنهان موجود در مدل، انجام شد، نشان داد که بار عاملی هر گویه بر روی متغیر پنهان مربوط به خود، بیشتر از بار عاملی همان متغیر مشاهده‌پذیر بر متغیرهای پنهان دیگر گزارش شد. بر این اساس، روایی افتراقی ابزارهای اندازه‌گیری با استفاده از شاخص بارهای عاملی متقابل، تأیید شد.

آزمون مدل‌های ساختاری^{۱۴}

چند معیار اصلی برای آزمون مدل‌های ساختاری وجود دارد. در ادامه به بررسی آنها پرداخته خواهد شد.



نمودار ۱. نمودار ضریب مسیر فرضیه اصلی

نمودار ۱ با عنوان نمودار ضرایب مسیر، به بررسی ضریب مسیر متغیرها و میزان تأثیر هر یک از متغیرهای مستقل بر متغیر وابسته می‌پردازد. مقدار ضریب مسیر در بازه ۱- و ۱ قرار دارد. هر چه این مقدار بصورت مثبت بیشتر باشد، نشان دهنده تأثیرگذاری بیشتر متغیر مستقل بر متغیر وابسته است.

ضریب تعیین میزان تبیین واریانس متغیر وابسته توسط متغیرهای مستقل را نشان می‌دهد. از مشکلات ضریب تعیین^{۱۵} این است که میزان موفقیت مدل را بیش از اندازه برآورد می‌کند و کمتر تعداد متغیرهای مستقل و حجم نمونه را در نظر می‌گیرد، از این رو بعضی از محققان ترجیح می‌دهند از شاخص دیگری تحت عنوان ضریب تعیین تعدیل شده^{۱۶} استفاده کنند (ساروخانی، ۱۳۸۲). نتایج ضرایب تعیین در جدول ۳ آورده شده است.

جدول ۳. ضریب تعیین

ضریب تعیین تعدیل شده	ضریب تعیین	کسب و کارهای آنلاین
۰.۷۵۳	۰.۷۵۷	

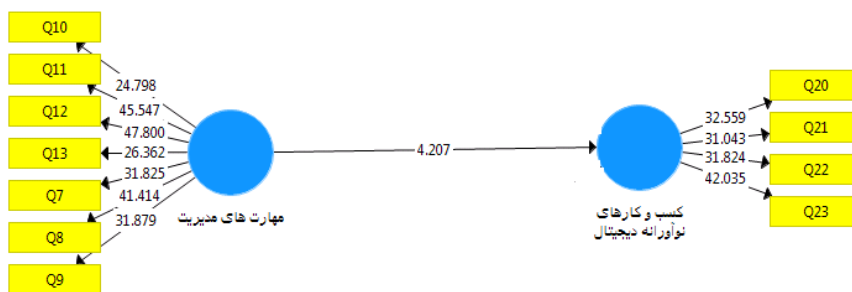
ضریب تعیین تعدیل شده کسب و کارهای نوآورانه آنلاین ۰.۷۵۳ است که این عدد بیان می‌کند که بیش از ۷۵ درصد از تغییرات کسب و کارهای نوآورانه آنلاین تحت تأثیر متغیرهای مورد مطالعه در این پژوهش است و مابقی عواملی هستند که در مدل در نظر گرفته نشده است. معیار دیگر بررسی مدل ساختاری اندازه اثر می‌باشد. کوهن (۱۹۸۸) مقادیر ۰.۰۲، ۰.۱۵ و ۰.۳۵ را به ترتیب مقادیر ضعیف، متوسط و قوی ارزیابی کرده‌اند.

جدول ۴. اندازه اثر

کسب و کارهای نوآورانه آنلاین	مهارت های رهبری
۰.۱۸۷	

نتایج بررسی مقادیر اندازه اثر در جدول ۳ نشان داد که این مقدار برای در بازه ضعیف تا بالاتر از متوسط گزارش شد. معناداری ضرایب مسیر (بتا): یکی از شاخص‌های تایید روابط در مدل ساختاری معنادار بودن ضرایب مسیر می‌باشد. معناداری ضرایب مسیر مکمل بزرگی و جهت علامت ضریب بتای مدل می‌باشد. چنانچه مقدار بدست آمده بالای حداقل آماره در سطح مورد اطمینان در نظر گرفته شده باشد، آن رابطه یا فرضیه تایید می‌شود. در سطح معناداری ۹۰ درصد، ۹۵ درصد و ۹۹ درصد این مقدار به ترتیب با حداقل آماره t ۱.۶۴، ۱.۹۶ و ۲.۵۸ مقایسه می‌شود.

¹⁵ R Square¹⁶R Square Adjusted



نمودار ۲. معناداری ضرایب مسیر فرضیه اصلی

نمودار ۲. معناداری ضرایب مسیر را نشان می دهد. نتایج بدست آمده از این نمودار در ادامه تشریح شده است. پرازش کلی مدل معادلات ساختاری

جدول ۵. شاخص پرازش کلی مدل

مقدار پرازش	ریشه دوم میانگین مربعات باقیمانده استاندارد شده (SRMR)
۰,۰۷۰	

مقدار مطلوب برای این شاخص حداکثر ۰,۰۸ است. نتایج بدست آمده از این شاخص نشان داد که مقدار آن برابر با ۰,۰۷۰ گزارش شد که مقداری مطلوب است و بنابراین پرازش مناسب مدل کلی تأیید می شود.

۵. نتیجه گیری و پیشنهادات

مقدار ضریب مسیر مهارت های مدیریت بر مدیریت کسب و کارهای آنلاین نوآورانه برابر با ۰,۳۸۱ می باشد. آماره t این ارتباط برابر با ۴,۲۰۷ می باشد که در سطح اطمینان ۹۵ درصد معنادار گزارش شد. ($P\text{-Value} \leq 0.05$) بر این اساس فرضیه صفر پژوهش رد و فرضیه مقابل تأیید می شود. به این معنا که مهارت های مدیریت بر مدیریت کسب و کارهای آنلاین نوآورانه تأثیر مثبت معناداری دارد.

مقدار ضریب مسیر مهارت های رهبری بر مدیریت کسب و کارهای آنلاین نوآورانه برابر با ۰,۴۰۹ می باشد. آماره t این ارتباط برابر با ۴,۶۷۶ می باشد که در سطح اطمینان ۹۵ درصد معنادار گزارش شد. ($P\text{-Value} \leq 0.05$) بر این اساس فرضیه صفر پژوهش رد و فرضیه مقابل تأیید می شود. به این معنا که مهارت های رهبری بر مدیریت کسب و کارهای آنلاین نوآورانه تأثیر مثبت معناداری دارد.

لازم به ذکر است در مطالعه بوگال و همکاران (۲۰۱۹) مقدار ضریب مسیر میان دو متغیر مهارت های رهبری و مدیریت کسب و کارهای آنلاین نوآورانه ۰/۹۴ بدست آمده است. آماره t نیز ۹/۵۶ بدست آمده است که با نتایج پژوهش حاضر همخوانی دارد. براساس تأیید فرضیه پژوهش، مهارت های مدیریت بر مدیریت کسب و کارهای آنلاین نوآورانه تأثیر دارند. در این راستا به مدیران پیشنهاد می شود، مدیریت استراتژیک در بازار بازیهای دیجیتال به کارگیرند تا

مقدمات تأثیرگذاری مهارت ها را فراهم آورند؛ دانش اجتماعی و رابطه ای در مدیریت کسب و کارهای آنلاین را ایجاد نمایند تا کمک شایانی به ارتقاء بازار بازیهای دیجیتال نمایند؛ تغییر سازمانی به وسیله مدیریت کسب و کارهای آنلاین، که لازمه بقای سازمانی است را ایجاد کنند؛ با مدیریت فناوری های نوظهور در بازار بازیهای دیجیتال، به سود آوری برسند؛ با مدیریت صحیح کسب و کارهای آنلاین به مدل های جدید سازمان کار دست یابند.

منابع و مآخذ

- افشاری، مصطفی، هنری، حبیب و غفوری فرزاد (۱۳۸۹) بررسی مهارت های سه گانه مدیریتی (ادراکی، انسانی و فنی) مدیران ادارات تربیت بدنی دانشگاه های سراسر کشور، مجله مدیریت ورزشی، شماره ۵، ۱۲۵-۱۰۵.
- الوانی، سید مهدی (۱۳۹۸) مدیریت عمومی، نشر نی، چاپ ۵۶.
- بت شکن، محمدحاشم و سیف الدینی، جلال. (۱۳۸۹)، کسب و کار و منابع تأمین مالی متناسب با آنها، مجله اقتصادی، ماهنامه بررسی مسائل و سیاست های اقتصادی، شماره های ۹ و ۱۰، صص ۸۷-۱۱۶.
- بنیس، وارن (۱۳۹۸) رهبر شدن، انتشارات آپ یاد، تهران.
- پژوهش جهرمی، امین (۱۳۹۶) نوآوری در مدل کسب و کار (عامل جدید مزیت رقابتی)، بررسی های بازرگانی، شماره ۸۰، ۱-۱۳.
- چاره خواه و فرطوسی، محمدرضا و ملایری، محسن. (۱۳۹۳)، سرمایه گذاری در کسب و کارهای نوپا (استارت آپ ها)، با نگاهی به وضعیت کشور و منطقه، سلسله مطالعات تحلیلی، گزارش دوم، مؤسسه فرهنگی هنری تقارب و تبادل فرهنگی.
- خاشعی، وحید؛ محمدی نسب، علی؛ مهدی زاده، الهه، (۱۳۹۵) کاوشی بر تأثیر سکون سازمانی بر عملکرد شرکتهای کوچک و متوسط با تأکید بر نقش نوآوری مدل کسب و کار و نوآوری باز، مدیریت فرهنگ سازمانی، دوره ۱۴، شماره ۴، صفحه ۱۱۳۶ - ۱۱۱۱
- Aagaard, Annabeth (2019) Digital Business Models - Driving Transformation and Innovation, Publishing, Palgrave Macmillan.
- Abernathy, W. and Utterback, J. (1978), 'Patterns of Industrial Innovation', Technology Review, 80, 41 – 47.
- Afuah A. (2004) Business models: A strategic management approach. McGraw-Hill. New York: Irwin.
- Afuah A, Tucci C. (2003) Internet Business Models and Strategies. McGraw-Hill, New York.
- Alan, W & Blackburn, Richards. 1989, Managing Organizational Behavior, IRWIN, Inc.