

العلاقة بين دوافع الريادة ونتائج الأعمال

(دراسة لآراء عينة من إدارات وزبائن شركات خدمة الانترنت في نينوى)

ياسر داؤد سليمان اليوزيكي

رسالة ماجستير
في إدارة الأعمال

بإشراف

الأستاذ المساعد

الدكتور ميسر إبراهيم احمد الجبوري

المستخلص

تستهدف الدراسة الحالية توضيح دور دوافع الريادة في تحقيق نتائج الأعمال, من خلال تبنيها موضوع دوافع الريادة في إطارها النظري بوصفه بعدا مفسرا و نتائج الأعمال بوصفه بعدا مستجيبا, في حين تضمن الإطار الميداني للدراسة توضيح علاقات الارتباط والتأثير لأبعاد دوافع الريادة المتمثلة بـ (الإنجاز , الثروة , استثمار المعرفة) في تحقيق نتائج الأعمال, وتوضيح التباين في دوافع الريادة بين الأفراد المبحوثين (الإدارة), لقد تجسدت مشكلة الدراسة بالتساؤلات الآتية :

١. ما الدوافع التي دفعت أصحاب المنظمات المبحوثة على البدء بمشروعاتهم والاستمرار فيها ؟

٢. هل يتميز أصحاب المنظمات المبحوثة فيما بينهم من حيث دوافعهم نحو البدء والاستمرار في مشروعاتهم ؟

٣. هل يؤدي دافع أو أكثر من دوافع الريادة إلى نتائج الأعمال المستهدفة على نحو مميز عن الدوافع الأخرى ؟

٤. ما علاقة الارتباط والتأثير بين دوافع الريادة ونتائج الأعمال ؟

وللإجابة على هذه التساؤلات وضع نموذج افتراضي للدراسة يعكس طبيعة العلاقة والأثر بين دوافع الريادة من جهة ونتائج الأعمال من جهة أخرى , ولاختباره تمت صياغة مجموعة من الفرضيات الرئيسية والفرعية التي تم التأكد من سريانها باستخدام البرنامج الإحصائي (Spss) للبيانات المجمعة من خلال استمارة الاستبيان عن الأفراد المبحوثين, وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من الاستنتاجات أهمها:

- ١- هنالك علاقة تأثير وارتباط ذي دلالة معنوية لأبعاد دوافع الريادة المتمثلة بـ (الإنجاز , الثروة , واستثمار المعرفة) في تعزيز رضا الزبون بوصفه بعدا من أبعاد نتائج الأعمال.
- ٢- من خلال الاعتماد على بعد النمو الذي قسم الشركات إلى مجموعات على أساس سنة البدء وتم اختيار الشركة الأعلى نمواً في تلك المجموعة, ظهرت خمس شركات وبالاعتماد على الوسط الحسابي لإظهار إجابات الأفراد المبحوثين (الإدارة) وجد أن معظم الشركات التي كانت عالية النمو يتمتع مالكوها ونوابهم بدافع عال جدا من استثمار المعرفة عن باقي الشركات, وإن دافع الإنجاز أسهم في زيادة النمو خصوصا للحصة السوقية, إلا أن دافع الثروة لم تكن له مساهمة تذكر.

٣- هنالك تباين معنوي بين الأفراد المبحوثين في دوافعهم فكان لدافع استثمار المعرفة التأثير الأعلى في رضا الزبون بوصفه بعد من أبعاد نتائج الأعمال وتلاه دافع الثروة, ولم يكن لدافع الانجاز ذلك التأثير.

واعتمادا على الاستنتاجات التي توصلت إليها الدراسة , تم تقديم بعض المقترحات من أبرزها:

١- إظهار أهمية مثل هذه المشاريع وما لها من دور في التنمية الاقتصادية وتحقيق الثروة الشخصية تسهم بما لا يقبل الشك في دفع الأفراد إلى البدء في مثل هذه المشاريع.

٢- توصي الدراسة بالاهتمام ومراعاة الجانب العلمي والمعرفي للأفراد في إنشاء المشاريع المستقبلية, لما كان من تأثير واضح للجانب المعرفي في المنظمات المبحوثة في نتائج الأعمال المتمثلة بكل من رضا الزبون أو النمو.

٣- توصي الدراسة المنظمات المبحوثة في الاهتمام بالزبائن الذين هم كانت توقعهم للخدمة مطابقة للمتوقع وهم ليسوا بإعداد قليلة وهم أكثر عرضة للتحويل عن المنظمة, من خلال الاهتمام أكثر بجودة الخدمة, وإجراء المسوحات المستمرة للحصول على آراء الزبائن حول الخدمات المطروحة ومستوياتها وأسعارها ومدى ملاءمتها لمتطلبات الزبائن وبالأخص المتوقعة (المستقبلية) منها.

Abstract

The current study aims at clarifying the role of entrepreneurship motivations in achieving the Business results by adopting the subject of entrepreneurship motivations in their theoretical framework as an explanatory dimension and the businesses results as a responsive dimension. While the field framework of the study involved clarifying the correlations and influence of the entrepreneurship motivations represented by (achievement, wealth and knowledge investment) in accomplishing the business results and clarifying the variation in entrepreneurship motivations amongst the Managers. The problem of the study was embodied with the following questions:

- 1- What are the motivations, which motivated the owners of the studied organizations to start their projects and maintaining them?
- 2- Do the owners of the studied organizations differentiate in terms of their motivations concerning starting and maintaining their projects?
- 3- Does one or more than one of the entrepreneurship motivations leads to distinctive results of the targeted business compared to other motivations?
- 4- What is the correlation or the influence relationship between the business entrepreneurship motivations and the business results?

To answer these questions a hypothetical model of the study was employed, which reflects the nature of the relationship and the effect between the entrepreneurship motivations from one hand and the business results from the other hand. For the purpose of testing the model, a group of main and branch hypotheses were formulated which were tested by the (SPSS) statistical program which deals with the data collected by means of a questionnaire. The study reached a set of findings, most important of which are:

- 1- There is a significant relation of influence and a significant correlation for the entrepreneurship motivations represented by (achievement, wealth and knowledge investment) in strengthening the customer satisfaction.
- 2- Through relying on the growth dimension, which divided the companies into five groups according to the year of starting the

business and the company with the highest growth in that group was chosen, five companies showed on the mathematical mean to manifest the responses of Managers, it was found that most of the companies with high growth have owners or deputies who enjoy high motivation of investing knowledge more than other company do, and that the achievement motivation doesn't always contribute in increasing the growth and the same was for the motivation of wealth.

- 3- There is a significant variation amongst the persons in question concerning their motivations. So, the knowledge investment motivation had the highest influence on the customer satisfaction followed by wealth motivation and the achievement motivation didn't have that influence.

In the lights of the conclusions reached, some suggestions were submitted, most prominent of which are:

- 1- The study recommends that the scientific aspect of the persons who intend to start projects in the future should be taken into consideration, on condition that the authorities which give the entrepreneurial small-business loans that these loans should be given to the knowledgeable persons in the field of business as the knowledge aspect has an important influence in the organizations in question whether in terms of customer satisfaction or the growth.
- 2- Paying attention to studying the effect of some specialization such as engineering (departments of communication and electronics), computer sciences specializations in directing most of Managers to make them acquire the scientific knowledge which is the most influential motivation.
- 3- Showing the importance of these project and their role in the economic and getting a personal wealth motivate the individuals to start such projects.
- 4- The educational authorities should encourage the children and youngsters to have the spirit of achievement and challenge although this should be the task of the family and that has a vital role in the economic development and the sample subjects lacked mostly.

UNIVERSITY OF MOSUL
COLLEGE OF ADMINISTRATION AND
ECONOMY
Department of Business Administration

The Relationship Between Entrepreneurship Motivations and The Business Results

**A Study of a Sample Opinions of Internet Service
Companies Management & Customers In Nineveh**

Yaser dauad sulaiman al- uezbaky

**M. Sc/ Thesis
In Business Administration**

Supervised By
**Assistant Professor
Dr.
Moyassar Ibraheem Ahmed**