

تأثير اصوات العاملين في تعزيز الوعي الاستراتيجي – دراسة استطلاعية لآراء عينة من موظفي شركة ربان السفينة للمقاولات

م.م علي سعدون علي

م.م ابراهيم صالح حسن

م.م هديل قاسم عليوي

الجامعة المستنصرية / كلية الادارة والاقتصاد

باحث

الجامعة المستنصرية / كلية الادارة والاقتصاد

P: ISSN : 1813-6729

<http://doi.org/10.31272/JAE.44.2021.129.7>

E : ISSN : 2707-1359

مقبول للنشر بتاريخ : 2021/7/12

تاريخ أستلام البحث : 2021/ 6 /8

المستخلص :

يهدف البحث الى تسليط الضوء على تحليل علاقة الارتباط والتأثير بين اصوات العاملين والوعي. وحيث تمثلت مشكلة البحث في تساؤل مهم هو(هل هنالك علاقة ارتباط وتأثير بين اصوات العاملين والوعي الاستراتيجي) ولغرض تفسير العلاقة بين متغيرات البحث الرئيسية تم صياغة فرضيتين رئيسيتين للارتباط والتأثير ، وتم اعتماد الاستبانة كاداة رئيسية لجمع البيانات اذ شملت العينة (40) موظفا من مجموع المجتمع الكلي البالغ (53) موظفا في شركة ربان السفينة، ولغرض تحليل البيانات تم استخدام البرنامج الاحصائي SPSS وبرنامج EXCEL ومن الاساليب الاحصائية المستخدمة هي (معامل الارتباط سبيرمان ومعامل الانحدار الخطي البسيط). قد توصل البحث الى عدد من الاستنتاجات من أهمها (هنالك مستوى عال من اصوات العاملين في تعزيز الوعي الاستراتيجي في شركة ربان السفينة ، ووجود علاقة ارتباط معنوية وذات تأثير طردي بين اصوات العاملين والوعي الاستراتيجي) ، ويضع البحث مجموعة من التوصيات ابرزها ضرورة ان تسعى الشركة الى الانتباه الى أصوات العاملين وتأثيرهم في تعزيز وتنمية الوعي الاستراتيجي للشركة واشراكهم في حل المشكلات الإدارية والتنظيمية .

الكلمات المفتاحية :

اصوات العاملين ، الوعي الاستراتيجي ، الوعي الاداري ، حل المشكلات



مجلة الادارة والاقتصاد

العدد 129 / ايلول/ 2021

الصفحات : 101-117

المقدمة :

يعد موضوع اصوات العاملين من المواضيع المهمة وخصوصا بعد الثوره الصناعية اذا اصبحت الشركات تمنح دوراً مهماً للعاملين ليزيد من قيمة المنظمة لان المورد البشري هو المحرك الرئيسي والركيزة الاساسية في اي شركة . وبعد المنافسة الشرسة حتم على المنظمات النهوض بكافة مستوياتها لمواكبة التغير وجعل الوعي والمعرفة المنطلق الاول لها وتمكين الموظفين من المشاركة بأدوارهم واصواتهم وخلق تعلم ووعي استراتيجي من خلال الابتكارات او المعرفة الضمنية من خلال الوعي بالزبون وانشاء علاقات ترابطية بينه وبينها وكذلك الوعي الاداري بأقسام والشكل التنظيمي للمنظمة وصب كل هذه الاتجاه في خلق ميزة تنافسية على المدى الطويل اذ انطلقت الدراسة من المشكلة المطروحة حول وجود علاقة تأثير بين اصوات العاملين والوعي الاستراتيجي وايجاد افضل الطرق لمعالجة مثل هذه المشكلات .

المبحث الاول : منهجية البحث

اولا: مشكلة البحث

تكمن مشكلة البحث التي يحاول هذا البحث ان يضع حلول مناسبة لها في مجالين أولهما المعرفي وثانيهما ميداني ، نتيجة البيئة التنافسية المحتدمة والمتسابقة والصراعات المختلفة حتم على الشركات الى الالتجاء لاتخاذ اساليب جديدة للتميز والتفوق هذه الاساليب تتطلب الكثير من المعرفة والوعي الاستراتيجي للالتحاق بركب المنافسين الاوائل من الشركات والصفوة المختارة لكسب مكانة في القمة اذ ارقق التنافس الشديد الكثير منها ما كان عليها الا امعان النظر من جديد لما تمتلكه من موارد بشرية وقابليات تنظيمية لتتيح الفرص للموظفين لكسب رضاهم وادخالهم في حل المشكلات الادارة والتنظيمية من جهة وتلبية لمطالبهم المتكررة وامتناس ادنى ما لديهم من طاقات وامكانات تساعد الشركة في السير المسار الصحيح هذه الاصوات تمثل اراء لعقول مختلفة باحثه عن مخارج لمأزق استراتيجيه تعاني منها شركاتهم . اذ يمثل هؤلاء العاملين العمود الفقري للشركات وان عدم تلبية مطالبهم وعدم الاستماع لأصواتهم ينحدر بالشركات نحو الهاوية ومن هنا يمكن تجسيد مشكلة البحث من خلال الإجابة عن التساؤلات التالية :

- 1- ما هو تأثير اصوات العاملين في تحقيق الوعي الاستراتيجي؟
- 2- هل هنالك اهتمام عالي لدى المعنيين في الشركة بالمبحوثة بأصوات العاملين؟
- 3- هل هنالك تصور واضح لدى المعنيين في الشركة حول اهمية الوعي الاستراتيجي؟
- 4- هل هنالك علاقة ارتباط وتأثير بين اصوات العاملين والوعي الاستراتيجي؟

ثانيا: اهمية البحث

تتجلى اهمية البحث في :-

- 1- انه يستمد اهميته من اهمية موضوع اصوات العاملين ودورهم في تعزيز الوعي الاستراتيجي.
- 2- تنمية الوعي لدى المعنيين في الشركة بالمبحوثة بأهمية اصوات العاملين لتعزيز الوعي الاستراتيجي .
- 3- يشكل اصوات العاملين اهمية قصوى للشركات لكونهم العمود الفقري اذ لا شركة بدون موارد بشرية .
- 4- توجيه انظار الشركات حول اهمية العاملين ومتطلباتهم وتلبيتها تمثل خطوة مهمة لتعزيز الوعي الاستراتيجي .

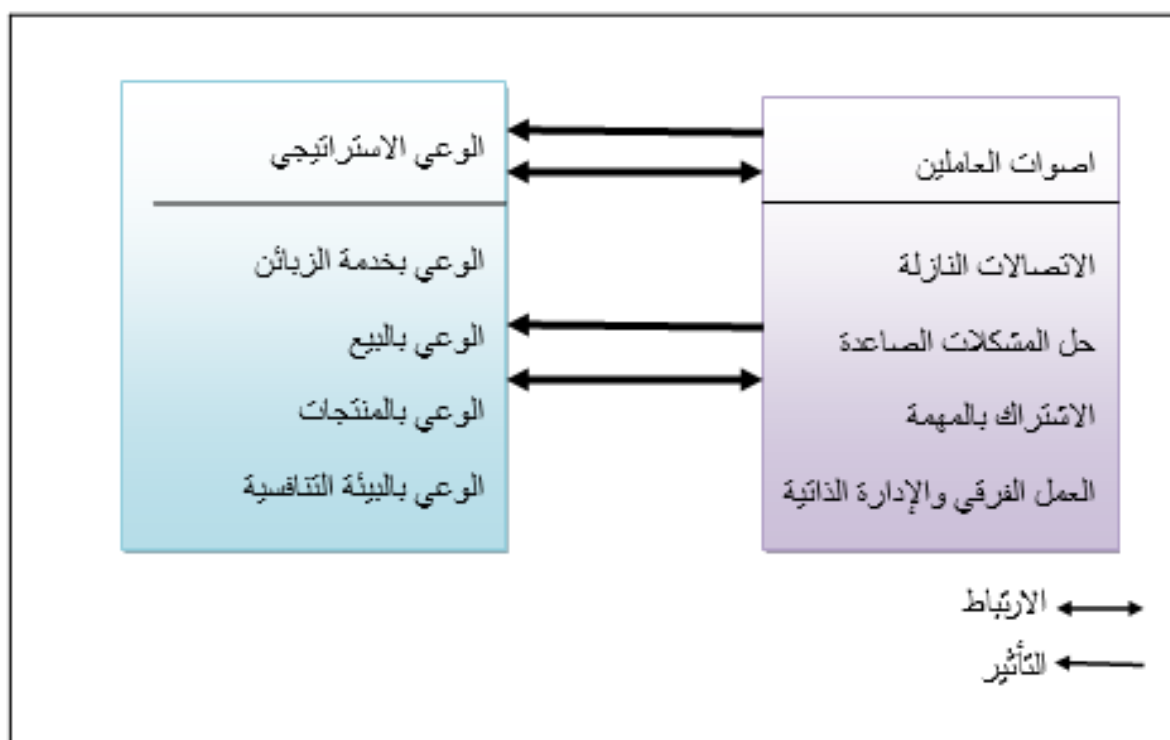
تأثير اصوات العاملين في تعزيز الوعي الاستراتيجي – دراسة استطلاعية لآراء عينة من موظفي شركة ريان السفينة للمقاولات

ثالثاً: اهداف البحث

يهدف هذا البحث الى:-

- 1- التعرف الى قضية مهمة ومعاصرة على مستوى الشركات الا وهي اصوات العاملين وما لهم تأثير في تنمية الوعي الاستراتيجي .
- 2- التعريف بمفهوم اصوات العاملين فضلا عن الوعي الاستراتيجي .
- 3- تحديد طبيعة العلاقة والتأثير بين اصوات العاملين والوعي الاستراتيجي في الشركة المبحوثة .
- 4- زيادة الوعي باهمية تلبية اصوات العاملين في الشركة المبحوثة .

رابعاً: المخطط الاجرائي للبحث



شكل (1) المخطط الاجرائي للبحث

خامساً: فرضيات البحث

- H1: الفرضية الرئيسة الاولى : توجد علاقة ارتباط ذات دلالة معنوية اصوات العاملين والوعي الاستراتيجي ويتفرع منها التالي:
- H11: توجد علاقة ارتباط ذات دلالة معنوية بين الاتصالات النازلة والوعي الاستراتيجي .
- H12: توجد علاقة ارتباط ذات دلالة معنوية بين حل المشكلات الصاعدة والوعي الاستراتيجي .

تأثير اصوات العاملين في تعزيز الوعي الاستراتيجي – دراسة استطلاعية لآراء عينة من موظفي شركة ربان السفينة للمقاولات

H13: توجد علاقة ارتباط ذات دلالة معنوية بين العمل الفرقي والإدارة الذاتية والوعي الاستراتيجي .

H14 : توجد علاقة ارتباط ذات دلالة معنوية بين الاشتراك بالمهمة والوعي الاستراتيجي .

H2:الفرضية الرئيسية الثانية : توجد علاقة تأثير ذات دلالة معنوية بين اصوات العاملين والوعي الاستراتيجي ويتفرع منها التالي :

H11:توجد علاقة تأثير ذات دلالة معنوية بين الاتصالات النازلة والوعي الاستراتيجي .

H12: توجد علاقة تأثير ذات دلالة معنوية بين حل المشكلات الصاعدة والوعي الاستراتيجي .

H13: توجد علاقة تأثير ذات دلالة معنوية بين العمل الفرقي والإدارة الذاتية والوعي الاستراتيجي

H14 : توجد علاقة تأثير ذات دلالة معنوية بين الاشتراك بالمهمة والوعي الاستراتيجي .

سادسا: مجتمع وعينة البحث :-

نبذة تعريفية عن الشركة المبحوثة :

شركة ربان السفينة للمقاولات العامة هي احدى شركات مجموعة ربان السفينة، وهي اتحاد مجموعة من الشركات تأسست كنتيجة لاحتياجات السوق، فمنها الهندسة المدنية وتكنولوجيا المعلومات والانظمة الامنية والخدمات المالية واعمال البترول والنفط والغاز وغيرها ، تخصص شركة ربان السفينة للمقاولات العامة (RAS GC) في تصنيع معدات توزيع الطاقة الكهربائية بالجهد الكهربائي المنخفض والمتوسط. وتدعم هذه المجموعة شركة ربان السفينة للمقاولات العامة في كافة مجالات عملها ، بدأت الشركة نشاطها في مجال التجارة والمقاولات، برؤية واضحة الأهداف ، حيث نقلت الخبرة العالمية في مجال صناعة المعدات الكهربائية الى العراق بشكل تدريجي، في العام 1997، تأسست الشركة كواحدة من ابرز المؤسسات الصناعية الاستثمارية الخاصة في بغداد ، وقضت مايزيد عن 17 عاماً في بناء قدرات تصنيع هائلة في العراق، تهدف إلى تعزيز اقتصاد الدولة وتقليل الاعتماد على الموردين الخارجيين. وفي العام 2004، توسعت أعمالها وأنشأت فروعاً صناعية جديدة لها في البصرة وميسان، وخارج العراق، في دبي ، بقيت رائدة في مجال الصناعة الكهربائية، أصبحت الشركة خيار وزارة الكهرباء الامثل للتعاقد في مجال تصنيع المعدات الكهربائية وملحقاتها بجودة عالية وباقل التكاليف معترف بها عالمياً .

وصف مجتمع البحث :-

شمل مجتمع البحث الموظفين في المستويات الادارية في شركة ربان السفينة للمقاولات والبالغ عددهم (70) موظفاً ، في حين تم اختيار العينة المتكونة (40) موظفاً من المجتمع المذكور توضح العينة بالشكل التالي :-

1- النوع البشري

جدول (1) ترتيب العينة حسب النوع البشري

ت	المتغير	الفئات المستهدفة	التكرار	النسبة
1	النوع البشري	ذكر	26	65%
		انثى	14	35%
		المجموع	40	100%

تأثير اصوات العاملين في تعزيز الوعي الاستراتيجي – دراسة استطلاعية لآراء عينة من موظفي شركة ربان السفينة للمقاولات

المصدر: من اعداد الباحث استناداً على معلومات استمارة الاستبيان

يوضح الجدول رقم (1) ان الموظفين في شركة ربان السفينة للمقاولات يغلب عليها الطابع الذكوري اذا ان هنالك فرق بين اعداد الموظفين للذكور والاناث اذ كان عدد الذكور (26) موظف بسبة (65%) بينما كانت اعداد الاناث (14) وبنسبة (35%).

2- العمر

جدول (2) ترتيب العينة حسب العمر

ت	المتغير	الفئات المستهدفة	التكرار	النسبة
2	العمر	25 فأقل	17	42.5
		30-25	17	42.5
		35-30	2	5.0
		40-35	1	2.5
		45- 40	1	2.5
		50 -45	2	5.0
	المجموع		40	100%

المصدر: من اعداد الباحث استناداً على معلومات استمارة الاستبيان

يتضح من جدول رقم(2) ان الفئتين 25 فأقل و 25 – 35 حققتا الى مستوى تكرار بواقع (17)تكرار وبنسبة (42.5) وهذا يدل على ان فئة الشباب هي الغالب على طبيعة اعمار الموظفين الكلية المبحوثة ومن ثم تأتي الفئات الباقية تباعاً ويمستويات متقاربة

3- المؤهل العلمي

جدول (3) ترتيب العينة حسب المؤهل العلمي

ت	المتغير	الفئات المستهدفة	التكرار	النسبة
3	المؤهل العلمي	اعدادية	2	5%
		بكلوريوس	28	70%
		دبلوم	10	25%
	المجموع		40	100%

المصدر: من اعداد الباحث استناداً على معلومات استمارة الاستبيان

تأثير اصوات العاملين في تعزيز الوعي الاستراتيجي – دراسة استطلاعية لآراء عينة من موظفي شركة ريان السفينة للمقاولات

من جدول رقم (3) يتضح ان فئة البكلوريوس هي الطابع الغالب على اعداد الموظفين في الكلية المبحوثة وحقت اعلى مستوى تكرار اذ كان عددهم (28) وبنسبة (70%). ثم حلت فئة الدبلوم اذ كان عددهم (10) بنسبة (25%) ثم في المرتبة الاخيرة الاعدادية اذ كان عددهم (2) وبنسبة (5%) وهذا يتضح ان اغلب الموظفين من حملة الشهادات

سابعاً : الدراسات السابقة :

1- الدراسات المتعلقة بأصوات العاملين :

أ- دراسة (Elsetouhi,et.al,2019) الموسومة (النزاهة السلوكية للقائد المدرك وصوت الموظف في وكلاء السفر في الشركات الصغيرة والمتوسطة: الدور الوسيط لتمكين سلوكيات القائد) Perceived leader behavioral integrity and employee voice in SMEs travel agents: The mediating role of empowering leader behaviors

هدفت الدراسة الى البحث في كيفية تحفيز النزاهة السلوكية للقادة المتصورة وسلوكيات القائد التمكينية صوت الموظفين في وكلاء السفر للشركات الصغيرة والمتوسطة في مصر. تم جمع البيانات من 500 موظف في الخطوط الامامية. تم استخدام نمذجة المعادلات الهيكلية الجزئية للمربعات الصغرى (PLS – SEM) لاختبار الفرضيات. أكدت النتائج أن النزاهة السلوكية للقائد المتصورة أثرت بشكل كبير على سلوكيات القائد التمكينية وصوت الموظف. أثر تمكين سلوكيات القائد بشكل إيجابي على صوت الموظف. علاوة على ذلك ، أظهرت النتائج أن سلوكيات القائد التمكينية توسطت في العلاقة بين النزاهة السلوكية للزعيم المدرك وصوت الموظف. أخيراً ، لم تكن هناك فروق بين الشركات العائلية والشركات غير العائلية في معظم العلاقات المدروسة.

ب- دراسة (Lu, & Lu, 2020) الموسومة (دوافع السلوك الصوتي لموظف الفندق: نموذج وساطة خاضع للإشراف) Drivers of hotel employee's voice behavior: A moderated mediation model

هدفت هذه الدراسة لاختبار نموذج وساطة خاضع للإشراف لفحص العلاقات بين الأشخاص المناسبين للمؤسسة (P-O) ، وصوت الموظف ، والطبيعة المتصورة للموظفين للعمل والجودة الوظيفية المتصورة للموظفين لخدماتهم. باستخدام 265 موظفًا في الخطوط الامامية من عدة فنادق 3 نجوم في تايبوان ، تُظهر النتائج التحليلية أن ملاءمة P-O ترتبط بشكل إيجابي بصوت الموظف ، وأن طبيعة العمل المتصورة للموظفين تتوسط العلاقة الإيجابية بين هذين المتغيرين. تُظهر النتائج التحليلية أيضًا أن الجودة الوظيفية المتصورة للموظفين لخدماتهم تخفف التأثير المباشر لأمر الشراء الملائم على طبيعة عمل الموظفين المتصورة ، بالإضافة إلى التأثير غير المباشر لطبقات الشراء الملائمة على صوت الموظف من خلال طبيعة العمل المتصورة للموظفين.

2- الدراسات المتعلقة بالوعي الاستراتيجي :

أ- دراسة (Kim,et.al,2019) الموسومة (تفريغ الوعي التنظيمي: تطوير النطاق والامتحانات التجريبية في سياق تقاسم المعرفة الموزعة) Unpacking organizational awareness: scale development and empirical examinations in the context of distributed knowledge sharing

هدفت الدراسة إلى إلقاء الضوء على مفهوم وخصائص الوعي التنظيمي وإظهار دوره في عمليات تبادل المعرفة خاصة بين العاملين الموزعين وللتحقق من مصداقية مقياس الوعي التنظيمي باعتباره بناء متعدد الأبعاد يتكون من الوعي بالتوافر والوعي بالمهام والوعي الاجتماعي فحست العلاقات بين الوعي التنظيمي ،

تأثير اصوات العاملين في تعزيز الوعي الاستراتيجي - دراسة استطلاعية لآراء عينة من موظفي شركة ريان السفينة للمقاولات

واستخدام وسائل التواصل الاجتماعي للمؤسسات (ESM) ، واكتساب المعرفة في منظمة عالمية. أظهرت نتائج نمذجة المعادلة الهيكلية أن استخدام ESM كان مرتبطاً بشكل إيجابي بالعاملين الموزعين لا يتطلب الوعي ، مما أدى لاحقاً إلى تعزيز اكتساب المعرفة. أخيراً ، كشفت نتائج المقابلات عن كيفية تنمية الوعي بالمهام من خلال استخدام ESM.

ب- دراسة (Savelli,et.al,2009) الموسومة (الوعي الاستراتيجي واستراتيجيات النمو في الشركات الصغيرة) **Strategic Awareness and Growth Strategies in Small Enterprises**

هدفت الدراسة الى تحليل موضوع الوعي الاستراتيجي لأصحاب المشاريع الصغيرة ودورها في تنمية المشاريع الصغيرة (من الآن فصاعداً SES). تستند هذه الورقة إلى دراسة تجريبية وتم تنفيذها في مقاطعة Pesaro-Urbino من أكتوبر 2007 إلى مارس 2008 على مجموعة من 49 شركة تابعة لغرفة التجارة المحلية في منطقة ماركي بإيطاليا ، تُظهر الدراسة أن رواد الأعمال الذين تمت مقابلتهم يفكرون أو يقومون بتنفيذ استراتيجيات نمو مختلفة ، والتي غالباً ما يعوقها الوعي الاستراتيجي غير الكافي والقدرات غير الكافية لإجراء تحليلات SWOT بشكل مستقل لمؤسستهم الخاصة ، بالإضافة إلى عدم القدرة على ترتيب وتنظيم المعلومات المتاحة في خريطة مفاهيمية واضحة. على الرغم من أن مسارات النمو التي تم تحديدها في الدراسة تنطوي على إمكانات ربحية مثيرة للاهتمام .

المبحث الثاني : الجانب النظري

أولاً : اصوات العاملين

1- مفهوم اصوات العاملين

تاريخ صوت الموظف ومشاركته يعود الى تاريخ قديم منذ بدايات الحركة الادارية العلمية فقد كانت هناك زيادة حادة في الاهتمام بصوت الموظفين او العاملين ومشاركتهم في نشاطات الشركة .كما أدى انهيار عصر الإنتاج الضخم والسعي الناتج عن ممارسات العمل ذات الأداء العالي التي توفر المرونة والجودة إلى تجربة واسعة النطاق مع طرق لتبادل المعلومات والاستشارات مع العاملين وإشراك الموظفين في اتخاذ القرارات في مكان العمل (Budd,etal,2010:5). صاغ الكاتب (هيرشمانين) مصطلح "صوت العاملين " في عام 1970 وكان يستخدم لتعريف أي محاولة على التغيير بدلاً من الهروب من حالة معارضة للأمور في أي موقف معين ويكون للعاملين طريقتان محتملتان للرد على عدم الرضا: (الترك أو للتعبير عن استيائهم)، وفي وقت لاحق استخدم الباحث (فان ديني) المصطلح "في التعبير المتعمد للأفكار والمعلومات والآراء المتعلقة بالعمل اذ يستخدم لوصف العملية التنظيمية التي تمكن الموظفين من الشعور الجيد ولأن يكون لهم رأي حول ما يجري في منظماتهم يحدد خمسة أنواع مختلفة من أصوات الموظفين مثل: التواصل / تبادل وجهات النظر ، حل المشكلات التصاعدي ، التمثيل الجماعي، المشاركة، التعبير عن القضايا المختلفة (Baia & Constantin,2015:976) يشير "صوت العاملين" إلى العاملين الذين يتلقون معلومات أو يتم استشارتهم أو كونهم جزءاً من عملية صياغة القرار المشترك داخل المنظمة. من الناحية التاريخية تم التركيز على الممارسات الصوتية التي تنطوي على آليات غير مباشرة مثل المفاوضات الجماعية من خلال النقابات العمالية اما في الآونة الأخيرة اعتمدت المنظمات آليات صوتية مباشرة مثل استطلاعات الرأي ، وخطط الاقتراحات ، والفرق وأفراد إدارة العاملين وبذلك تعرف أنها ممارسات منظمة تخلق فرصاً للموظفين للمشاركة في صنع القرار في المنظمة سيما فيما يخص بالقضايا المتعلقة بالعمل. (Kwon,etal,2016:2). وكذلك يعرف بأنه التعبير الرسمي للأفكار أو الآراء أو الاقتراحات أو النهج البديلة التي يطرحها العاملين الموجهة إلى هدف محدد داخل أو خارج المنظمة بقصد تغيير الحالة المثيرة للاعتراض وتحسين الأداء الحالي لـ المنظمة أو المجموعة أو الفرد (Dahle & Waeraas,2019:2). أن صوت العاملين هو تعبير العاملين عن التحديات والاهتمامات وتقديم اقتراحات بناءة فيما يتعلق باتخاذ القرارات وبالمشكلات والفرص المتعلقة بالعمل (LU

تأثير اصوات العاملين في تعزيز الوعي الاستراتيجي - دراسة استطلاعية لآراء عينة من موظفي شركة ريان السفينة للمقاولات

(Lu,2019:3), فيما اشار(Elsetouhi,etal,2018:104) بأنه رغبة رغبة العاملين في إحداث تغيير وتحدي الوضع الراهن لتحسين القضايا التنظيمية التي يرغبون بها ، وكذلك يعتبر صوت العاملين مهماً للأداء التنظيمي اذ يزود المنظمة بالمعلومات الأساسية حول العمل والمشاكل وتمكين العاملين على الحلول المهمة (Xu,etal,2019:414)

الصوت	الغرض من الصوت	آليات وممارسات الصوت	النتائج
التعبير عن عدم الرضا الفردي	لتصحيح مشكلة في الإدارة أو منع التدهور في العلاقات	تقديم شكوى إلى المدير المباشر بصورة التظلم الداخلي	خروج - الولاء
التعبير عن التنظيم الجماعي	لتوفير مصدر تعويضي للإدارة	الاتحاد والاعتراف بالمفاوضة الجماعية العمل الصناعي	شراكة - عدم الاعتراف
المساهمة في اتخاذ القرارات الإدارية	للحصول على تحسينات في تنظيم العمل والجودة والإنتاجية	مجموعات حل المشكلات الصاعدة دوائر الجودة - استطلاعات الموقف - فرق الإدارة الذاتية	الهوية والالتزام- خيبة الأمل واللامبالاة وتحسين الأداء
إظهار العلاقات المتبادلة والتعاونية	لتحقيق البقاء على المدى الطويل للمنظمة وموظفيها	اتفاقيات الشراكة اللجان الاستشارية ومجالس الأعمال المشتركة	تأثير كبير على قرارات الإدارة

جدول (4)

Source : Dundon, T., Wilkinson*, A., Marchington, M., & Ackers, P. (2004). **The meanings and purpose of employee voice**. The International Journal of Human Resource Management, 15(6), 1149-1170.

ومن خلال الجدول اعلاه أولاً : يمكن اعتبار الصوت كتعبير عن عدم الرضا الفردي وفي هذه الحالة يكون هدفها هو معالجة مشكلة أو مشكلة معينة مع الإدارة ، وإيجاد التعبير في إجراء التظلم أو برنامج التحدث. الخطوة الثانية هي التعبير عن التنظيم الجماعي حيث يوفر الصوت مصدراً تعويضياً للسلطة للإدارة من خلال النقابات والمفاوضة الجماعية. وثالثاً هناك صوت كشكل من أشكال المساهمة في اتخاذ القرارات الإدارية والغرض هنا يتعلق بالتحسينات في تنظيم العمل والكفاءة بشكل عام ، ربما من خلال دوائر الجودة أو العمل الجماعي هذا المنظور الخاص بالصوت واضح في الأدبيات ذات المشاركة العالية / الالتزام العالي ورابعاً يمكن اعتبار الصوت شكلاً من أشكال التبادل اذ يُنظر إلى الشراكة على أنها توفر قابلية طويلة الأمد للمنظمة ولموظفيها

2 - ابعاد اصوات العاملين

من خلال مراجعة الادبيات والدراسات فقد اعتمد البحث على دراسة (Carroll, 2011) في قياس متغير اصوات العاملين

أ- الاتصالات النازلة : يمثل هذا الشكل الالية الأكثر المستخدمة داخل المنظمات لأنها "لا تتحدى الوضع الحالي القائم" داخل الشركة ومع ذلك ، فإن مستويات التواصل الأساسية ضرورية لكي تعمل المنظمة بفعالية. التأكيد على أنه "من أجل أن تكون قادراً على إدارة علاقة العمل ويعد تدفق المعلومات أمراً حيويًا للمنظمة ،

تأثير اصوات العاملين في تعزيز الوعي الاستراتيجي - دراسة استطلاعية لآراء عينة من موظفي شركة ريان السفينة للمقاولات

والتواصل الجيد غالباً ما يكون مقدمة لايصال صوت الموظف" ، ولوحظ أن استخدام تقنيات الاتصال النازل زاد في الآونة الأخيرة سنوات مع أكثر من تسعين في المئة (Dundon & Rollinson, 2007:237) .

ب- حل المشكلات الصاعدة : هي عملية ايصال افكار العاملين ومقترحاتهم الى الادارة العليا الذي يساهم في اتخاذ القرارات الإدارية، وهناك مجموعة من الآليات مثل خطط الاقتراحات واستطلاعات المواقف وفرق المشروع كما من المهم دور النقابات فيما يتعلق بالمشاركة المباشرة الذي قد يتغير بشكل ملحوظ ففي العديد من الحالات النقابية كانت المشاورة المشتركة والمفاوضة الجماعية موجودة مع أنظمة تمثيل العاملين وايصال صوتهم (Dundon,etal,2004:115) .

ج- العمل الفرقي والادارة الذاتية : فرق الإدارة الذاتية هي فرق مسؤولة عن إدارة ومراقبة عملياتهم وتنفيذ المهام الخاصة بهم ويشاركون عادة سلطة اتخاذ القرار بشكل مشترك وبدلاً من أن يكون لديهم هيكل مركزي للقرار اذ يتخذ شخص ما جميع القرارات أو هيكل قرار لامركزي حيث يتخذ أعضاء الفريق قرارات مستقلة في حين أن المنظور التقليدي لقائد واحد يوحي بأن القيادة هي دور متخصص لا يمكن مشاركته دون تعريض فعالية المجموعة للخطر (Moe,etal,2009:20) .

د- الاشتراك بالمهمة: تُعرّف المشاركة في المهمة بأنها "الفرص التي توفرها الإدارة على مستوى مكان العمل للتشاور مع و / أو تفويض المسؤوليات والسلطة لاتخاذ القرارات لمؤوسيه إما كأفراد أو كمجموعات من الموظفين فيما يتعلق بمهمة العمل الفورية وملاحظة ظروف العمل كما "ان الهدف هنا كان تركيز الانتباه على الوظيفة الفعلية بدلاً من التركيز على العمليات الإدارية للمشاركة". كما يتم منح الموظفين وتحفيزهم على المشاركة بنشاط بما يؤثر على القرارات والمساهمة بأرائهم وحل المشكلات على مستوى مكان العمل (Carroll,2011:20) .

ثانياً : الوعي الاستراتيجي

1- مفهوم الوعي الاستراتيجي

يبدو مفهوم الوعي الاستراتيجي ذا أهمية خاصة في ضوء استراتيجية توثيق البحوث الحديثة باعتبارها ظاهرة مؤقتة ومتغيرة في المنظمات اذ قام تشاندلر (1962) في دراسات الحالة المبكرة التي أجراها بنقل الإحساس بالفترات المتفاوتة من الاستقرار والتطور والاضطراب التي تميز الاستراتيجيات مع مرور الوقت (Hambrick,1981:268) ويشير (GIBB & COTT,1985:615) الى ان الوعي الاستراتيجي هو السمة الداخلية الأكثر أهمية التي تؤثر على نجاح عملية التغيير والتنمية لأنها لا تجسد عناصر مثل سمات الوقت والموارد والوعي البيئي وتمثل كذلك المظلة التي يتم بموجبها تنظيم العوامل المحتملة الأساسية لمساعدة عملية التنمية ويتضح شيئاً فشيئاً في جميع الشركات اصبح مفهوم الوعي الاستراتيجي ذا أهمية حاسمة في الإدارة الناجحة لعملية التطوير. فالوعي الاستراتيجي هو فهم الإدارة العليا لأستراتيجية للمنظمات، أو ما هو يجب أن تكون عليه المنظمات ومدى مستوى توافق المديرين حول إستراتيجية المنظمات وأهدافها وكيفية أدائها (Lukkarinen,2018:13) يعرف (Berry,1996:489) الوعي الاستراتيجي بأنه القدرة على إجراء تقييم للتأثير الكلي لأي تطور مثلاً (تغيير في العمل وتداعياته على المدى الطويل القدرة على توقع عواقب الإجراءات الحالية في المستقبل ، والأهم من ذلك القدرة على إدراك الفوائد التي سيجلبها التوجه الاستراتيجي للمنظمة) . فالوعي الاستراتيجي هو قدرة فردية وتنظيمية مصممة وفقاً للاحتياجات السياقية وحالات الطوارئ والتي تصف عمليات تحديد الأحداث والتأثيرات وفهمها وتفسيرها والعمل بها (Atherton & Hannon,1997:193) ، او هو وعي الشركة بكيفية تفسير الزبائن وقيمهم وردود فعلهم على التواصل وفهم ما يفكرون فيه بشأن النوايا والدوافع الفعلية لهم (Artman,etal,2011:2) ، وكما يُعرّف الوعي الاستراتيجي بأنه بناء على المستوى الفردي اي مدى امتلاك الأفراد المهمين في الشركة للوعي بالأولويات الاستراتيجية لفريق الإدارة العليا (Davis,etal,2012:324)

تأثير اصوات العاملين في تعزيز الوعي الاستراتيجي - دراسة استطلاعية لآراء عينة من موظفي شركة ريان السفينة للمقاولات

2- اهداف الوعي الاستراتيجي

اشار (Young,2016:58-59) الى ثلاث اهداف الوعي الاستراتيجي وهم كالآتي:-

أ- القصد الاستراتيجي : ويعني بناءً مؤسسياً يشير إلى "رؤية شاملة" لما يمكن أن تسعى إليه الشركة وزيادة الأرباح بشكل أساسي ويتفوق منافسيه بالنسبة للقصد الاستراتيجي هو مفهوم أكثر ثراء وأكثر تركيزاً على الرؤية الشخصية ويشير إلى نية ورغبة الأفراد والقادة في تطوير أنفسهم مع مساعدة الآخرين على أن يصبحوا منتبهين وإيجابيين وأن يساهموا في رفاهية المجتمع.

ب- التوقع الاستراتيجي : يتضمن تطوير الوعي المفتوح من خلال القدرة على تعليق الحكم والحفاظ على الانفتاح والتحقيق والبحث عن التصرفات تجاه كل من ظواهرنا الداخلية والأحداث الخارجية. إنه ينطوي على موقف من الود والقبول يتميز بعقل المبتدئ وروحه الفضولية حتى لو كانت الأحداث تختلف عن الرغبات الشخصية يمكن للأفراد ذوي التفكير الإيجابي ذوي التوقع الإستراتيجي المتعمد تحسين سلوك الموظفين .

ج- اليقظة الاستراتيجية : أخيراً بدافع القصد والتوقعات الإستراتيجية تنمو القدرة على ملاحظة الوضوح إنه ذهن تحليلي وعلمي يسمح بالحكم الرشيد فيما يخص الظواهر الداخلية والخارجية ويوجه عملية صنع القرار لضمان نتائج متوازنة وتصبح الشركة قادرة على تحقيق تطلعاتها.

3- ابعاد الوعي الاستراتيجي : وفقاً لدراسة (Davis,etal,2012) اشار الى هنالك خمسة ابعاد للوعي الاستراتيجي وهم (الوعي بخدمة الزبائن ، الوعي بالبيع ، الوعي بالمنتج ، الوعي بالميزة التنافسية ، الوعي الاداري) .

أ- الوعي بخدمة الزبائن :

أشار(Tarabieh&Alalak,2012:514) بأن خدمة الزبائن هي قرار ثابت يقيس العلاقة بين الزبون والشركة اذ تكفل خدمة الزبائن عرضاً أساسياً للشركة وتستلزم قدرة الشركة على تلبية احتياجاتهم ومتطلباتهم. وخدمة الزبائن تعتبر إحدى العوامل الرئيسية المحددة لتحقيق الميزة التنافسية للمؤسسات التي تتم إدارتها بشكل جيد ووجد أنه عندما يكون هناك تفاعل وثيق بين موظف خدمة والزبون غالباً ما تكون عملية تقديم الخدمة (أي كيف يتم تنفيذها) أكثر أهمية من ما يتم تقديمه. وبالتالي من الأهمية بمكان تعيين موظفين يتمتعون بالاهتمام والوعي والترحيب والمراعاة في مجال خدمة الزبائن. لذلك تسعى المنظمات لزيادة التركيز على الزبائن اذ أصبحت المنظمات تعي أن الزبائن هم أساس وجودها، ولذلك فإن الشركة التي تحرص على الحفاظ على وجودها من خلال بناء علاقة خاصة مع زبائنها لذلك عملت الشركة على توثيق العلاقة بينها وبين الزبون من إدارة علاقات الزبائن لتحقيق أهدافها ذات الأمد الطويل ويعتمد نجاح المنظمات في تحقيق أهدافها إلى حد كبير على كفاءة إدارة علاقاتها مع الزبائن وما توفره الخدمات وزيادة وعيها بأهميته للحفاظ على الزبائن ورضاهم (Zamil,2013:452) .

ب-الوعي بالبيع:

يعتمد مستوى وعي المستهلك بأدوات ترويج المبيعات على مدى تنفيذ خطط الشركة التي تساعد الزبائن لسهولة الاطلاع عليها. وتشير الأدبيات المتعلقة بالموضوع إلى أن المستهلكين أكثر وعياً بالعروض الترويجية الموجهة نحو الأسعار مقارنة بالعروض الترويجية غير الموجهة نحو الأسعار. يتم اختبار تسع أدوات ترويجية لمعرفة مستوى وعي المستهلك بالبيع بكل واحدة منها: 1. السعر / الخصم ، 2. التجزئة ، 3. الخصومات ، 4. تجميع المنتجات ، 5. العلاوات (بما في ذلك الهدايا والشكوى) 6. أخذ العينات المجانية ، 7. المسابقات واليانصيب ، 8. طوابع التداول و 9. نقاط الشراء الترويجية. وبذلك تعمل الشركات لتكثيف حملات الاعلان والترويج حول منتجاتها لكي تبيعها بصورة اسرع واسهل (Majeed, 2007:29) .

ج- الوعي بالمنتج

تأثير اصوات العاملين في تعزيز الوعي الاستراتيجي - دراسة استطلاعية لآراء عينة من موظفي شركة ريان السفينة للمقاولات

التعريف أو التوعية بالمنتج هي مجموعة من أنواع مختلفة من المعلومات التي تقدمها الشركة للمستهلكون حول المنتج وتشمل فئات المنتجات والعلامات التجارية ومصطلحات المنتج وسمات المنتج أو ميزاته وأسعار المنتج وثقة المنتج وتنطوي تعريف المنتج على المعرفة حول فوائد المنتج ومعرفة مدى الرضا الذي يوفره المنتج للمستهلكين أو تنطوي على تعريف بخصائص المنتج أو سماته (المادية والملخصية) ومعرفة عمليات الشراء المتعلقة بموعد ومكان شراء المنتج ومعرفة الاستخدام (Nurhayati& Hendar,2019:5) ، ويمكن للمستهلكين الحصول على معلومات المنتج من خلال وسائل الإعلام أو البحث بنشاط عن معلومات المنتج بناءً على احتياجاتهم أو تفضيلاتهم ويتم التعريف بالمنتج على أنه أي فرصة للقارئ أو المشاهد أو المستمع لرؤية و / أو سماع رسالة إعلان أو وسائط معينة وتشمل وسائل الإعلام الشعبية التلفزيون والراديو وبوابات الإنترنت ومنديات الإنترنت وبذلك الوعي بالمنتج ومجموعة الأدوات للتوعية الخاصة بالزبون أو مجموعة من المنتجات التي يدرکہا الزبون في البداية قبل أن يحضرها بمساعدة أنظمة الترويج والاعلان (Wu,etal,2013:276) .

د- الوعي بالبيئة التنافسية

أصبح تأثير الأعمال على البيئة قضية تثير قلقاً متزايداً منذ أواخر الثمانينيات لا سيما في الاقتصادات الغربية وقد شارك هذا الاضطراب ليس فقط المجموعات البيئية والمشرعون ولكن أيضاً من قبل الزبائن والمجتمعات المحلية والسلطات العامة والموردين والمالية والموظفين نتيجة لذلك كان هناك ضغط متزايد على مالكي / مديري الشركات لتحسين أنشطتهم وممارساتهم في مجال الإدارة البيئية مما يتوجب المام الشركة بالبيئة التنافسية وما فيها من تأثيرات عليها (Gadenne,etal,2009:45) . الوعي البيئي التنافسي للشركات لا ينبع فقط من الضغوط الخارجية هناك أمثلة للشركات التي استطاعت من زيادة قيمة الشركة من خلال تطبيق نظام الإدارة البيئية وتجسد شركة M3 أو DuPont Chemicals أو Norsk Hydro الشركات التي تهدف إلى الحصول على الجودة العالية في الوعي البيئي التنافسي للشركات إنها توضح أن النمو الاقتصادي ، والرؤية المستدامة وحماية البيئة يمكن أن يسيران جنباً إلى جنب وهما في الواقع وجهان لعملة واحدة وبذلك الوعي البيئي التنافسي هو عملية فهم الشركة لمخاطر البيئة الخارجية والتغلب عليها(Udelhoven,etal,2016:1) .

هـ- الوعي الاداري

تعمل المنظمات لتخطيط الوعي والتعاون على رفد الإدارة وتعزيز التنظيم والتنسيق بين كافة الخطوط الادارية والتي تتبناها لتسهيل تبادل المعلومات والحفاظ على التواصل والحفاظ على التقنيات الرقمية وتحول المعرفة الموجودة بسهولة أكبر إلى جميع أطراف حتى في مواقع مختلفة ، وبالتالي فإن الوعي الظرفي المدعوم باستخدام التكنولوجيا يمكن أن يحسن أداء الفريق وخاصة عندما ينسق الأعضاء أعمالهم عبر حدود معرفية متعددة للإدارة (Kim ,etal,2019:50)

تأثير اصوات العاملين في تعزيز الوعي الاستراتيجي – دراسة استطلاعية لأراء عينة من موظفي شركة ريان السفينة للمقاولات

الفصل الثالث : الجانب العملي

أولاً : اختبار الفرضيات :

1- اختبار وتحليل فرضيات الارتباط

افترض البحث الفرضية الرئيسية الأولى : توجد علاقة ارتباط ذات دلالة معنوية بين أصوات العاملين بأبعادها الفرعية والوعي الاستراتيجي ، لذا سيتناول البحث هذه الفرضية وما يتفرع منها من ابعاد فرعية وقد استعملت الوسائل الإحصائية في البرنامج الاحصائي (SPSS) وقد تم استخدام معامل ارتباط (Pearson) لتحديد نوع العلاقة بين متغيرات الرئيسة والفرعية للبحث

جدول (5) علاقات الارتباط بين أصوات العاملين بأبعادها والوعي الاستراتيجي

المعتمد المستقل	الوعي بالتأثير الفرعي	الوعي بالتأثير الرئيسي	الوعي بالتأثير الفرعي	الوعي بالتأثير الرئيسي	الوعي بالتأثير الفرعي	الوعي بالتأثير الرئيسي
الاتصالات النازلة	0.134-	0.018	0.030	0.027-	0.052	0.046-
حل المشكلات	0.409	0.913	0.852	0.868	0.749	0.779
الصاعدة	0.148-	0.402*	0.252	0.593**	0.174	0.299
الاشترك بالمهمة	0.362	0.010	0.117	0.000	0.282	0.061
العمل الفرقي والإدارة	0.008-	0.320*	0.188	0.422**	0.235	0.270
الذاتية	0.961	0.044	0.245	0.007	0.144	0.092
أصوات العاملين	0.194	0.497**	0.258	0.520**	0.341*	0.482**
	0.230	0.001	0.108	0.001	0.031	0.002
	0.113	0.543**	0.311	0.590**	0.362*	0.473**
	0.488	0.000	0.051	0.000	0.022	0.002

من خلال نتائج الجدول رقم (5) اظهر ان هنالك علاقة ارتباط طردية موجبة بين اصوات العاملين في مكان العمل والوعي الاستراتيجي اذ بلغت (**0.473****) وعند مستوى معنوية (**0.002**) وهذا يدل على اهمية اصوات العاملين تعبير العاملين عن أفكارهم و آرائهم أو مقترحاتهم حول ما يدور في بيئة العمل الداخلية والخارجية وإيصال هذه الافكار للإدارة العليا مما ينعكس على معرفة المنظمة لقدراتها وامكانياتها وماتستشرف به البيئة المستقبلية وهذا يدل على قبول الفرضية الرئيسة (توجد علاقة ارتباط ذات دلالة معنوية بين اصوات العاملين في مكان العمل والوعي الاستراتيجي) . اما فيما يخص الفرضيات الفرعية :

1- الفرضية الفرعية الاولى : لاتوجد علاقة ارتباط بين الاتصالات النازلة والوعي الاستراتيجي فمن خلال جدول رقم (5) بلغت (**0.046-**) وبمستوى معنوية (**0.779**) وهذا يدل على ان لا دور لآليات اصوات العاملين في المنظمات التي تستخدم في دعم المنظمات على ادارة علاقاتها بالعاملين والوعي الاستراتيجي . وبذلك ترفض الفرضية الفرعية الأولى (توجد علاقة ذات دلالة معنوية بين الاتصالات النازلة والوعي الاستراتيجي)

2- الفرضية الفرعية الثانية : لاتوجد علاقة ارتباط بين حل المشكلات الصاعدة والوعي الاستراتيجي فمن خلال جدول رقم (5) بلغت (**0.299**) وعند مستوى معنوية (**0.061**) وهذا يدل لا اسهام لحل المشكلات الصاعدة

تأثير اصوات العاملين في تعزيز الوعي الاستراتيجي – دراسة استطلاعية لآراء عينة من موظفي شركة ريان السفينة للمقاولات

في خلق نوع من اساليب تركيز على آراء العاملين في عملية تقديم الافكار والرؤى للادارة العليا وبذلك ترفض الفرضية الفرعية الثانية (توجد علاقة ذات دلالة معنوية بين حل المشكلات الصاعدة والوعي الاستراتيجي)

3- الفرضية الفرعية الثالثة : لاتوجد علاقة ارتباط بين الاشتراك بالمهمة والوعي الاستراتيجي فمن خلال جدول رقم (5) بلغت (0.270) وعند مستوى معنوية (0.092) وهذا يدل ان لا دور الاشتراك بالمهمة في التطبيق لفعلي لاصوات العاملين لتعزيز الوعي الاستراتيجي وبذلك ترفض الفرضية الفرعية الثالثة (توجد علاقة ذات دلالة معنوية بين الاشتراك بالمهمة والوعي الاستراتيجي)

4- الفرضية الفرعية الرابعة : من خلال جدول (5) يتضح ان هنالك علاقة ارتباط موجبة طردية بين العمل الفرقي والإدارة الذاتية والوعي الاستراتيجي بلغت (0.482**) وعند مستوى معنوية (0.002) وهذا يدل على ان اسهام العمل الفرقي والادارة الذاتية هو العمل دون اشرف من الرئيس المباشر اي اعطائهم الحرية بالسيطرة على طرق العمل وعلى اعضاء الفريق وادارتهم وبذلك تقبل الفرضية الفرعية الرابعة (توجد علاقة ذات دلالة معنوية بين العمل الفرقي والإدارة الذاتية والوعي الاستراتيجي)

ثانيا : تحليل واختبار فرضيات التأثير: نوضح اختبار فرضيات التأثير بين متغيرات الدراسة (أصوات العاملين في الوعي الاستراتيجي) من خلال مستوى المعنوية وقيمة (F) المحسوبة ومقارنتها ب(F) الجدولية وقيمة الحد الثابت و(b) وقيمة معامل التفسير (R^2) والذي يوضح نسبه مساهمه المتغير المستقل في تفسير التغير الحاصل في متغير التابع ، وبذلك يمثل معامل التحديد تفسير نسبة التباين في قيم المشاهدات في الانحدار الخطي البسيط ، وبذلك تقبل الفرضية عند ما تكون مستوى المعنوية (Sig) اقل من (0.05) ويمكن توضيح ذلك بالاتي:-

جدول (6)

تحليل التأثير بين المتغيرات

الوعي الاستراتيجي					المتغير المعتمد المتغير المستقل
معامل (R^2)	B	F الجدولية	F المحسوبة	Sig	
.013	-.131-	4.08	.497	.485a	الاتصالات النازلة
.077	.321	4.08	3.159	.084a	حل المشكلات الصاعدة
.058	.170	4.08	2.361	.133a	الاشتراك بالمهمة
.203	.322	4.08	9.684	.004a	العمل الفرقي والإدارة الذاتية
.133	.476	4.08	5.827	.021a	أصوات العاملين

فيما يخص المتغيرين ومن خلال جدول(6) تبين ان (F) المحسوبة والتي بلغت (5.827) اكبر من (F) الجدولية والتي بلغت (4.08) وبمستوى معنوية (0.000) وهذا يدل على ان تعبير العاملين عن أفكارهم و

تأثير اصوات العاملين في تعزيز الوعي الاستراتيجي - دراسة استطلاعية لآراء عينة من موظفي شركة ريان السفينة للمقاولات

آرائهم أو مقترحاتهم حول ما يدور في بيئة العمل الداخلية والخارجية وايصال هذه الافكار للادارة العليا يمكن من معرفة المنظمة لقدراتها وامكانياتها وماتستشرف به البيئة المستقبلية وبذلك تقبل الفرضية الرئيسية (هنالك علاقة تأثير ذا دلالة معنوية لاصوات العاملين في تعزيز الوعي الاستراتيجي). اما فيما يخص الابعاد

1- الاتصالات النازلة : اتضح من خلال جدول (6) ان (F) المحسوبة والتي بلغت (497). اقل من (F) الجدولية والتي بلغت (4.08) وبمستوى معنوية (0.000) وهذا يشير على ان لا يوجد تأثير لآليات للاتصالات النازلة على الوعي وبذلك ترفض الفرضية الرئيسية (هنالك علاقة تأثير ذا دلالة معنوية للاتصالات النازلة على الوعي الاستراتيجي).

2- حل المشكلات الصاعدة : اتضح من خلال جدول (6) ان (F) المحسوبة والتي بلغت (3.159) اقل من (F) الجدولية والتي بلغت (4.08) وبمستوى معنوية (0.000) هذا يشير عدم وجود دور للعاملين في حل المشكلات وابداء المقترحات وبذلك يتضح لوجود علاقة تأثير وترفض الفرضية (علاقة تأثير ذا دلالة معنوية حل المشكلات الصاعدة في تعزيز الوعي الاستراتيجي).

3- الاشتراك بالمهمة: اتضح من خلال جدول (6) ان (F) المحسوبة والتي بلغت (2.361) اقل من (F) الجدولية والتي بلغت (4.08) وبمستوى معنوية (0.000) وهذا يشير الى التطبيق لفعلي لاصوات العاملين من خلال التركيز عليهم بدل التركيز على العمليات الادارية اي بمعنى يصبح صوتهم غير فاعل ومهم في عملية اتخاذ القرارات وحل المشكلات يمكن من معرفة المنظمة لقدراتها وامكانياتها وماتستشرف به البيئة المستقبلية وبذلك ترفض الفرضية الرئيسية (هنالك علاقة تأثير ذا دلالة معنوية الاشتراك بالمهمة في تعزيز الوعي الاستراتيجي).

4- العمل الفرقي والإدارة الذاتية: اتضح من خلال جدول (6) ان (F) المحسوبة والتي بلغت (9.684) اكبر من (F) الجدولية والتي بلغت (4.08) وبمستوى معنوية (0.000) وهذا يشير الى العمل دون اشرف من الرئيس المباشر اي اعطائهم الحرية بالسيطرة على طرق العمل وعلى اعضاء الفريق وادارتهم يمكن من معرفة المنظمة لقدراتها وامكانياتها وماتستشرف به البيئة المستقبلية وبذلك تقبل الفرضية الرئيسية (هنالك علاقة تأثير ذا دلالة معنوية العمل الفرقي والإدارة الذاتية في تعزيز الوعي الاستراتيجي).

المبحث الرابع : الاستنتاجات والتوصيات

اولا : الاستنتاجات

يمكن الإشارة الى عدد من الاستنتاجات التي توصل لها البحث كما يلي :

- 1- من النتائج المتحصلة تبين لنا ان هنالك تأثير هام لأصوات العاملين في تعزيز الوعي الاستراتيجي .
- 2- كشفت نتائج البحث بعدم وجود لأصوات العاملين من و الى الادارة العليا في الشركة المبحوثة .
- 3- اتضح لنا من النتائج ان هنالك عمليات واليات تنسيقية بين العاملين على شكل عمل فرقي وذاتي لتحقيق اهدافهم .
- 4- تبين من البحث أنه يمكن في أن الاشتراك بالمهام ضعيف نوعاً ما في المستويات الادارية
- 5- تؤكد النتائج الى عدم وجود مشاركة للعاملين وصوتهم في حل المشكلات الرئيسية والهامة في الشركة وابداء المقترحات واتضح لنا اقتصار دورهم في حل مشكلاتهم الشخصية .

ثانيا: التوصيات

يمكن الإشارة الى عدد من التوصيات بالنقاط التالية

- 1- ينبغي السعي الى الانتباه الى اصوات العاملين وتأثيرهم في تعزيز وتنمية الوعي الاستراتيجي في الشركة .
- 2- الشركة التي تطمح لتحقيق الازدهار عليها اشراك العاملين في حل المشكلات الادارية والتنظيمية وأقامة الورش التدريبية والتعليمية للعاملين وكيفية مساهمتهم في تعزيز وتنمية الوعي الاستراتيجي .

تأثير اصوات العاملين في تعزيز الوعي الاستراتيجي – دراسة استطلاعية لآراء عمدة من موظفي شركة ربان السفينة للمقاولات

- 3- تقديم الحوافز والمكافآت للعاملين الذين يقدمون الحلول والنصائح للمسائل العالقة في الشركة .
- 4- استثمار العاملين بأعتبارهم المورد الالم في الشركة وحثهم على العمل الفرقي والجماعي لزيادة التعاون والتآلف .

المصادر

- 1- Abdul, M. C. (2007). **A study of the effect of sales promotion on consumption of fast moving consumer goods in Kerala**. Thesis Department of Commerce Management Studies, University of Calicut
- 2- Artman, H., Brynielsson, J., Johansson, B. J., & Trnka, J. (2011). **Dialogical Emergency Management and Strategic Awareness in Emergency Communication**. In ISCRAM. Lisbon, Portugal, May 2011.
- 3- Atherton, A., & Hannon, P. (1997). **Strategic awareness and the process of innovation**. Journal of Enterprising Culture, 5(02), 193-208.
- 4- Berry, M. M. J. (1996). **Technical entrepreneurship, strategic awareness and corporate transformation in small high-tech firms**. Technovation, 16(9), 487-522.
- 5- Budd, J. W., Gollan, P. J., & Wilkinson, A. (2010). **New approaches to employee voice and participation in organizations**. Human relations, 63(3), 303-310.
- 6- Constantin, E. C., & Baias, C. C. (2015). **Employee voice• key factor in internal communication**. Procedia-Social and Behavioral Sciences, 191, 975-978.
- 7- Davis, P. S., Allen, J. A., & Dibrell, C. (2012). **Fostering strategic awareness at an organization's boundary**. Leadership & Organization Development Journal.
- 8- Dundon, T., Wilkinson*, A., Marchington, M., & Ackers, P. (2004). **The meanings and purpose of employee voice**. The International Journal of Human Resource Management, 15(6), 1149-1170.
- 9- Elsetouhi, A. M., Hammad, A. A., Nagm, A. E. A., & Elbaz, A. M. (2018). **Perceived leader behavioral integrity and employee voice in SMEs travel agents: The mediating role of empowering leader behaviors**. Tourism Management, 65, 100-115.
- 10- Gadenne, D. L., Kennedy, J., & McKeiver, C. (2009). **An empirical study of environmental awareness and practices in SMEs**. Journal of Business Ethics, 84(1), 45-63.

- 11- Gibb, A., & Scott, M. (1985). Strategic awareness, personal commitment and the process of planning in the small business. Journal of Management Studies, 22(6), 597-631.
- 12- Hambrick, D. C. (1981). Strategic awareness within top management teams. Strategic Management Journal, 2(3), 263-279.
- 13- Kim, H., Gibbs, J. L., & Scott, C. R. (2019). Unpacking organizational awareness: scale development and empirical examinations in the context of distributed knowledge sharing. Journal of Applied Communication Research, 47(1), 47-68.
- 14- Kwon, B., Farndale, E., & Park, J. G. (2016). Employee voice and work engagement: Macro, meso, and micro-level drivers of convergence? Human Resource Management Review, 26(4), 327-337.
- 15- Lu, A. C. C., & Lu, L. (2020). Drivers of hotel employee's voice behavior: A moderated mediation model. International Journal of Hospitality Management, 85, 102340.
- 16- Lukkarinen, J. (2018). Impacts of strategic practices and awareness in largest Finnish organisations. Bachelor's thesis in Business Administration ,Lappeenanta university
- 17- Moe, N. B., Dingsøyr, T., & Dybå, T. (2009). Overcoming barriers to self-management in software teams. IEEE software, 26(6), 20-26.
- 18- Nurhayati, T., & Hendar, H. (2019). Personal intrinsic religiosity and product knowledge on halal product purchase intention: Role of halal product awareness. Journal of Islamic Marketing.
- 19- Rollinson, D. and Dundon, T. (2007), Understanding Employment Relations, McGraw-Hill , Higher Education: Berkshire
- 20- Tarabieh, S. M. A., & Al-Alak, B. A. Customer Orientation, Supplementary Services, Differentiation Advantage, And Organizational Performace In The Banking Industry. In Afbe 2012 Conference Papers (Uniten) (P. 509).
- 21- Udelhoven, N. L., & Oehmichen, J. Environmental Awareness as Part of the Corporate Strategy: A Literature Review. Thesis of master, University of Groningen
- 22- Wæraas, A., & Dahle, D. Y. (2020). When reputation management is people management: Implications for employee voice. European management journal, 38(2), 277-287.

- 23- Wu, L. L., Joung, Y. J., & Lee, J. (2013, January). Recommendation systems and consumer satisfaction online: moderating effects of consumer product awareness. In 2013 46th Hawaii International Conference on System Sciences (pp. 2753-2762). IEEE.
- 24- Xu, M., Qin, X., Dust, S. B., & DiRenzo, M. S. (2019). Supervisor-subordinate proactive personality congruence and psychological safety: A signaling theory approach to employee voice behavior. The Leadership Quarterly, 30(4), 440-453.
- 25- Young, J. H. (2016). Mindfulness-based strategic awareness training: A complete program for leaders and individuals. John Wiley & Sons.
- 26- Zamil, A. M. (2011). Customer relationship management: a strategy to sustain the organization's name and products in the customers' minds. European Journal of Social Sciences, 22(3), 451-459.

Abstract

The research aims to shed light on the analysis of the relationship and influence between the voices of workers and awareness. And since The research problem was represented in an important question, which is (Is there a relationship and influence between the voices of workers and strategic awareness) and for the purpose of explaining the relationship between the main research variables, two main hypotheses were formulated for correlation and influence. The questionnaire was also adopted as a main tool for data collection, as the sample included (40) employees out of a total community of (53) in Rabban Al Safina Company, and for the purpose data analysis, the statistical program SPSS and EXCEL were used, and the statistical methods used are (Spearman's correlation coefficient and simple linear regression coefficient)

The research has reached a number of conclusions, the most important of which are (there is a high level of workers' voices in enhancing strategic awareness in Raban Al Safina Company, and the existence of a moral and direct correlation relationship between the voices of employees and strategic awareness) , and the research puts forward a set of recommendations, most notably the need for the company to seek to Paying attention to the voices of employees and their influence in promoting and developing the strategic awareness of the company and involving them in solving administrative and organizational problems .

key words : Employees voices, strategic awareness, management awareness, problem solving