

# شناسایی مولفه های سقف شیشه ای و ارائه مدل ارزیابی آن بر اساس رویکرد آمیخته اکتشافی در شرکت ملی پخش فرآورده های نفتی

آرزو شفی\*<sup>۱</sup>، حسین فهیمی تبار<sup>۲</sup>، مجتبی احمدی<sup>۳</sup>، سید حسین دانش<sup>۴</sup>، محمد حیدری گوجانی<sup>۵</sup>

تاریخ دریافت: ۱۴۰۰/۰۹/۲۳

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۱/۰۶/۰۴

[20.1001.1.26456222.1401.5.3.3.1](https://doi.org/10.1001.1.26456222.1401.5.3.3.1)

## چکیده

هدف از انجام این تحقیق شناسایی شرایط علی ایجادکننده سقف شیشه‌ای، شرایط مداخله‌گر و زمینه‌ای موثر بر ایجاد و اعمال سقف شیشه‌ای، استراتژی‌های اعمال سقف شیشه‌ای و پیامدهای حاصل از پدیده سقف شیشه‌ای در ستاد شرکت ملی پخش فرآورده‌های نفتی ایران در قالب مدل پارادایمی و سپس ارائه مدل مفهومی آن مبتنی بر مدل‌سازی معادلات ساختاری، بر مبنای رویکرد آمیخته اکتشافی طراحی مدل می‌باشد. در بخش کیفی از روش نظریه داده بنیاد و در بخش کمی از روش توصیفی، همبستگی مبتنی بر معادلات ساختاری استفاده شد. جامعه آماری این تحقیق در بخش کیفی مشتمل بر مدیران و کارکنان شرکت ملی پخش فرآورده‌های نفتی بود که با روش تمایز حداکثری مشارکت کنندگان در تحقیق انتخاب شدند. در این بخش جمعاً ۱۴ مصاحبه عمیق صورت گرفت که پس از ۱۱ مصاحبه اشباع حاصل شد و لیکن به منظور حصول اشباع نظری، ۳ مصاحبه دیگر نیز به اجرا در آمد. به منظور بررسی روایی داده‌های کیفی از روایی سازه، بیرونی، توصیفی و تفسیری و به منظور بررسی قابلیت اعتماد از رویکرد فلینت و همکاران (۲۰۰۲) استفاده شد. نتایج حاصل از تحقیق کیفی در قالب ۵ گروه شرایط علی، شرایط زمینه‌ای، شرایط مداخله‌گر، استراتژیها و پیامدها طبقه‌بندی شدند. پس از تدوین مدل، بخش کمی تحقیق، بررسی شد که برای بررسی روایی از روایی محتوایی و سازه استفاده گردید. یافته‌های تحقیق نشان داد که هم‌مونی ارزش‌های مرد سالارانه با ضریب تاثیر (۰/۳۶۳)، سیاست‌های سازمانی مردانه با ضریب تاثیر (۰/۱۸۶)، مدیریت و سازمانهای مردسالار با ضریب تاثیر (۰/۱۸۱)، پذیرش و تسلیم با ضریب تاثیر (۰/۱۸۰)، فشار انتظارات ناشی از نقش با ضریب تاثیر (۰/۱۷۱)، به ترتیب بیشترین تاثیر را بر عوامل علی و خانواده با ضریب تاثیر (۰/۸۴۱) بیشترین تاثیر را بر عوامل زمینه‌ای داشته و نقش تعدیل گر شخصیت افراد در ورود به لابی‌گری‌های سازمانی با ضریب تاثیر ۰/۹۲۱ به عنوان اثرگذارترین عامل بر شرایط مداخله‌گر می‌باشد. ضمن اینکه موجه سازی با ضریب تاثیر (۰/۹۱۷) به عنوان موثرترین استراتژی در اعمال پدیده شیشه‌ای بوده و مهمترین پیامد سقف شیشه‌ای نیز پیامدهای سازمانی با ضریب تاثیر (۰/۹۴۶) مطرح گردید.

## کلید واژه‌ها: سقف شیشه‌ای؛ رویکرد آمیخته؛ شرکت ملی پخش فرآورده‌های نفتی ایران

<sup>۱</sup> دکتری مدیریت دولتی (گرایش مدیریت منابع انسانی)، مسئول امور کارکنان شرکت ملی پخش فرآورده های نفتی منطقه اصفهان

<sup>۲</sup> مدیر کل آموزش، برنامه ریزی نیروی انسانی و تحول اداری وزارت نفت

<sup>۳</sup> مدیر توسعه منابع انسانی شرکت ملی پالایش و پخش فرآورده های نفتی ایران

<sup>۴</sup> مدیر منابع انسانی شرکت ملی پخش فرآورده های نفتی ایران

<sup>۵</sup> دکتری مدیریت دولتی (گرایش مدیریت منابع انسانی ) ، دانشگاه آزاد اسلامی ، واحد اصفهان (خوراسگان ) ، ایران

ایمیل نویسنده مسئول: arezoo\_shafi@yahoo.com

## مقدمه

تقریباً نیمی از کل جمعیت جهان را زنان تشکیل می دهند و دو سوم ساعات کار انجام شده توسط زنان صورت می پذیرد (آلبرت و همکاران<sup>۱</sup>، ۲۰۱۱)، ولیکن تنها یک دهم درآمد جهان و فقط یک صدم مالکیت اموال و دارایی های جهان به آنان اختصاص یافته است، لذا می توان استدلال نمود که وجود نابرابری برای زنان در تمامی جوامع کم و بیش وجود دارد که در برخی از سازمان های جهانی در چند سال اخیر به این مسئله بیشتر توجه شده و در برنامه ریزی های خرد و کلان اقتصادی و اجتماعی سازمانهای مختلف جهانی قرار گرفته است. (الماسی و همکاران، ۱۳۹۳). عدم تأمین شرایط و یا فرصت های مناسب برای ارتقاء زنان مستعد به مشاغل مدیریتی، موجب عدم استفاده از حدود نیمی از ظرفیتهای و استعدادهای در دسترس می شود. از طرفی نیز زنان قابلیت های ویژه ای دارند و از مهارتهای نرم در مدیریت منابع انسانی برخوردارند که در شرایط امروز بیش از گذشته مورد نیاز سازمان ها است. (رایت<sup>۲</sup>، ۲۰۱۴). ضمن اینکه زنان و مردان دارای سبک مدیریت و رهبری متفاوتی هستند که از جمله این تفاوت ها حساسیت اخلاقی متفاوت مانند تفاوت در محافظ کاری در گزارشگری های مالی و تعامل با کارکنان است که با توجه به اهمیت و ضرورت وجود سبک های رهبری متفاوت در یک سازمان بهره گیری از مدیریت زنان در سازمان ها یک الزام است. مطالعات نشان می دهد که ایجاد موقعیت برای جای گیری زنان در رده های بالای سازمانی، به طور غیر مستقیم با کاهش میزان رشد جمعیت، کاهش شکاف درآمدی بین قشرهای جامعه و افزایش مشارکت های آگاهانه ی سیاسی و اجتماعی همبستگی دارد و سبب افزایش توسعه انسانی در کشور می شود به گونه ای که اشتغال زنان خصوصاً در سطوح بالای مدیریتی، پیامدهای مثبتی از قبیل کاهش میزان باروری، رشد شاخص های توسعه انسانی زنان به تبع افزایش دانش و مهارت آنان و همچنین رشد فرهنگ عمومی، افزایش شاخص های بهداشتی، بهبود پیشرفت تحصیلی فرزندان تحصیل کرده و ایجاد تقویت احساس امنیت را به همراه دارند، که در صورت عدم حضور زنان در سمت های مدیریتی سازمان، ضمن یکسان شدن سبک های مدیریتی در سازمان و عدم بهره مندی سازمان از سبک های متفاوت از پیامدهای مثبت آن نیز بی بهره می ماند. آمار بیانگر عدم استفاده از نیروی عظیم زنان در عرصه های مدیریتی دارد و کشور ما در مقایسه با بسیاری از کشورهای جهان از این نظر در وضع بسیار نامساعدی قرار دارد. همواره یکی از مهمترین معیارهای توسعه یافتگی جوامع، عدالت جنسیتی در ارتقاء و برابری در جایگاه شغلی در سطح سازمانی و جامعه می باشد که به پویایی بیشتر در عملکردها و ایجاد رقابت های سازنده منجر خواهد شد (اسالواتی و همکاران<sup>۳</sup>، ۲۰۱۹). در واقع توسعه یافتگی از این منظر، صرفاً وجود قوانین برای تساوی حقوق میان زنان و مردان را دلیلی برای عدالت تصور نمی کند، بلکه مطابق با اصل عدالت و باتوجه به تفاوت های موجود در میان زنان و مردان، تعاریف عادلانه از برابری می بایست مدون گردد تا شرایط متعادلی برای رشد و توسعه وجود داشته باشد (هیستی<sup>۴</sup>، ۲۰۱۶). سقف شیشه ای به عنوان یک استعاره ناشی از نا برابری در درک توانمندی زنان در برابر مردان است که می تواند مبنایی برای توسعه یا عدم توسعه یافتگی جوامع تلقی گردد. این استعاره برای اولین بار در سال ۱۹۸۵ توسط مدیر و ویراستار مجله، ای. گی برایانت<sup>۵</sup> در کتابش بنام موفقیت در کسب و کار در دهه ۸۰، درباره گزارش زنان شاغل بر سر زبان ها افتاد: سپس این واژه توسط کارول هایموتز<sup>۶</sup> و تیمودی شویل هاردت<sup>۷</sup> در مقاله بسیار تاثیرگذارشان در مجله وال استریت<sup>۸</sup> در سال بعد، مورد استفاده قرار گرفت. از آن زمان به بعد، وجود و تداوم سقف شیشه ای توسط موسسات ملی و بین المللی، مانند اتحادیه اروپا<sup>۹</sup>، به رسمیت شناخته شد. این اتحادیه سقف شیشه ای را به عنوان یک مانع نامرئی تعریف می کند که از یک مجموعه پیچیده ای از ساختارها در سازمان های مردانه نشات می گیرد و مانع از رسیدن زنان به موقعیت های بالاتر می شود. از منظر آمار و اطلاعات درباره شکاف و تبعیض شغلی در بین زنان و مردان، اگر چه شکاف جنسیتی در مشاغل یک واقعیت جهانی است، اما کشورهای مختلف از این نظر بسیار متفاوت هستند. در گزارش گردهمایی اقتصادی جهانی سال ۲۰۱۴، ایران از نظر شکاف جنسیتی و تصورات قالبی جنسیتی در میان ۱۳۶ کشور رتبه ی ۱۳۰ ام را به دست آورد که این رتبه شامل میزان درآمد، سطح مشارکت و دسترسی به مهارت های بالای شغلی می شد (شفی و همکاران، ۱۳۹۷). همچنین در گزارش مرکز آمار ایران در ارزیابی ویژگی های اجتماعی و اقتصادی خانوارها، تبعیض جنسیتی در زمینه شغلی از سال ۱۳۷۷ تا ۱۳۹۱ بهبود آنچنانی نشان نمی دهد. به علاوه نسبت زنان در گروه قانون گذاری، مقامات عالی رتبه و مدیران (به استثنای حضور مدیران در سطوح پایین آموزش و پرورش) کمتر از ۰/۶ درصد بود و بیشتر زنان شاغل (۷۸ درصد) فقط در پنج حوزه ی شغلی کشاورزی، بافندگی، آموزش در بخش بهداشت و مددکاری اجتماعی (که به نوعی ادامه ی نقش های سنتی آنها در خانواده است) جذب می شوند. لذا این پژوهش تلاش دارد تا با درک وجود شکاف های تئوریک و کاربردی در باب حضور زنان در پست های مدیریتی و موانع ارتقاء آنان براساس استعاره ای همچون سقف شیشه ای، مدلی را ارائه دهد تا به ایجاد درک منسجم تر از عوامل موثر بر استعاره سقف شیشه ای در شرکت ملی پخش فرآورده های نفتی ایران منجر گردد. در این پژوهش تلاش گردیده تا در بخش دوم ادبیات نظری به منظور ادراک بهتر، بخش مفهومی و تئوریک پژوهش و در بخش سوم براساس

<sup>1</sup> Albert, R., Escot, L., Fernández-Cornejo, J. A. (2011).

<sup>2</sup> Wirth, Linda. (2014).

<sup>3</sup> Salvati et al

<sup>4</sup> Hastie

<sup>5</sup> E. Gay Bryant

<sup>6</sup> Carol Hymowitz

<sup>7</sup> Timothy Schellhardt

<sup>8</sup> Wall Street Journal

<sup>9</sup> European Commission

ماهیت، روش شناسی و استراتژی های شناخت پژوهشی با اتکا به معرفی جامعه هدف ارائه گردد و در بخش چهارم تحلیل داده بنیاد در قالب سه مرحله کدگذاری باز، محوری و انتخابی و سپس بخش کمی در قالب مدل معادلات ساختاری ارائه تا در نهایت در بخش پنجم، بحث و نتیجه گیری پژوهش و پیشنهادها مورد بررسی قرار گیرد.

## چهار چوب نظری پژوهش

### سقف شیشه‌ای و توسعه مدل‌های این استعاره

سقف شیشه‌ای استعاره‌ای است که در کشورهای مختلفی از قبیل ایالات متحده، انگلستان، سوئد، چین، آفریقای جنوبی، زلاندنو و... به روش‌های مختلف بررسی شده و وجود آن تأیید شده است. در واقع استعاره سقف شیشه‌ای اشاره به پدیده‌ای دارد که زنان، برخلاف مردان، برای رسیدن به درجات بالاتر سلسله مراتب مدیریتی، نادیده انگاشته می‌شوند. برخلاف برابری جنسیتی رسمی که به تمام کارگران در بازار کار داده شده است، آخرین داده‌های موجود از سازمان همکاری و توسعه اقتصادی (۲۰۱۲) نشان می‌دهد که زنان همچنان کمتر از یک سوم مسئولیت‌های مدیریتی را برعهده دارند (کاسینی، ۲۰۱۶). محققان براساس هدف قرار دادن جوامع شغلی سعی نمودند از زوایای مختلف این پدیده را بررسی کنند. برخی از محققان همچون استین بک و نوئن (۲۰۱۲)؛ رایان و هسلام (۲۰۰۷) و سقف شیشه‌ای را از زاویه شکاف دریافتی زنان و مردان، یا نابرابری جایگاهی و حقوق و مزایای اقلیت‌های نژادی بررسی کرده‌اند. برخی از محققین همچون آسبی و همکاران (۲۰۰۷) تلاش کرده‌اند تا ضوابطی برای سقف شیشه‌ای ارائه کنند. مطالعات انجام شده در این کشورها برحسب ویژگی‌های فرهنگی و اجتماعی، سقف شیشه‌ای را پدیده‌ای منحصر به زنان ندانسته و درباره اقلیت‌های نژادی نیز صادق شناخته‌اند. به عنوان مثال سیمسون و التمن (۲۰۰۱) سقف شیشه‌ای را از منظر پیشرفت و موفقیت شغلی مورد بررسی قرار دادند و بیان نمودند سقف شیشه‌ای برحسب تفاوت‌های فرهنگی و اجتماعی جوامع اروپایی، در سازمان موانعی را به وجود می‌آورد که شرایط شغلی و امکان پیشرفت شغلی برای زنان در مقایسه با مردان کمتر می‌شود. همچنین سیمسون و هولی (۲۰۱۱) سقف شیشه‌ای را از منظر تحلیل ساختاردهی در چارچوب‌های سازمانی کشورهای اتحادیه اروپا بررسی نمودند و بیان نمودند، ساختاردهی مجدد موجب کاهش سقف شیشه‌ای می‌شود. از طرف دیگر، کرنلوس و اسکینر (۲۰۰۵) نشان دادند که توسعه قابلیت‌ها، مسئولیت‌های اجتماعی زنان و درک نابرابری‌های موجود در محیط کاری به وسیله مسئولان و مدیران در کاهش سقف شیشه‌ای مؤثر است. با توجه به دلایل مبتنی بر پژوهش‌های انجام گرفته، احراز پست‌های مدیریتی برای زنان در این جوامع، بسیار پیچیده و متغیرهای زیادی را در بر می‌گیرد. شناسایی و تشخیص متغیرهای درونی و بیرونی که بر افزایش یا کاهش سطح ایده‌های خلاقانه زنان و دستیابی آن‌ها به پست‌های مدیریتی اثرگذار است بسیار مهم و حیاتی است. برخلاف زنان، مردان در مشاغل بیشتر زنانه، مانند پرستاری، تدریس در مدرسه ابتدایی و کارهای اجتماعی، با همان مجموعه پیچیده از بازدارندگی شغلی، مواجه نیستند. حتی اگر آنها با چنین پیش‌داوری‌هایی مواجه شوند، نوع و نتایج آن کاملاً متفاوت می‌باشد. برای مثال، پیش‌داوری‌های پیش رو توسط مردان عمدتاً از بیرون از حرفه نشأت می‌گیرند (هولتین، ۲۰۰۳). هرچند، چنین نگرش‌های منفی تأثیر تعیین‌کننده‌ای بر روی شغل‌شان ندارد. استعاره سقف شیشه‌ای همچون آسانسوری تعبیر می‌شود که زیمیر آن را براساس نگرش‌های جنسیتی توصیف می‌کند که با توجه به نگرش‌های جنسیتی در سازمان‌های بظاهر مردانه، منجر به تشدید مشکلات شغلی زنان گردد.

در رابطه با پیشینه‌های تجربی در زمینه سقف شیشه‌ای باید بیان نمود، تحقیقات با رویکرد تجربی و حتی کیفی زیادی در این زمینه انجام شده است که از ابعاد و با ترکیب متغیرهای دیگر مورد بررسی قرار داده شده است، اما کمتر از طریق رویکردهای شناختی اقدام به طراحی مدل دلایل سقف شیشه‌ای و موانع ایجادکننده ارتقاء زنان به مشاغل بالاتر پرداخته شده است و این پژوهش با ادراک این موضوع که وجود سقف شیشه‌ای چه تأثیراتی می‌تواند بر مسیر شغلی زنان داشته باشد، تلاش نمود از طریق استفاده از روش‌های آماری همچون ترکیب کردن تحقیق در عملیات جاری سازمانی مثل شرکت نفت، دلایل را شناسایی و در قالب مدلی بر اساس نظرات تخصصی طراحی نماید. به همین منظور در این بخش تلاش شده تا نتایج پژوهش‌های مشابه را تا حدی به منظور ادراک بیشتر ارائه گردد. کولوچون (۲۰۲۱) پژوهشی تحت عنوان «ویژگی‌های شخصیتی به عنوان مبنایی برای شکاف حقوق و دستمزد در قالب سقف شیشه‌ای» انجام دادند. در ابتدا تلاش شد تا ویژگی‌های شخصیتی میان مدت مشارکت‌کنندگان در دسته بندی‌هایی مشخص گردد و سپس براساس این ویژگی‌های شخصیتی واکنش افراد نسبت به پذیرش یا عدم پذیرش تفاوت حقوق و دستمزد را مورد بررسی قرار دهند تا از این طریق دلایل ایجاد سقف شیشه‌ای از منظر فردی و روانشناختی و برون فردی و محیطی مورد کنکاش قرار گیرد. نتایج نشان داد، افراد دارای ویژگی‌هایی با پذیرش این فاصله در دریافت حقوق و دستمزد، عامل مهمتری در ایجاد سقف شیشه‌ای محسوب می‌شوند، درحالیکه افرادی که این فاصله را نمی‌پذیرند و به دنبال حقوق خود هستند، سقف شیشه‌ای را می‌توانند بشکنند، چراکه محیط اجتماعی ظرفیت سرکوب‌های جنسیتی را تقبیح می‌کند. بولبل (۲۰۲۰) پژوهشی تحت عنوان «بازبینی ابعاد سقف شیشه‌ای در سطح سیستم آموزش عالی در دانشگاه‌های ترکیه» انجام دادند. هدف اصلی این پژوهشی واکاوی چرایی تبعیض جنسیتی جهت عدالت در ارتقاء؛ برابری در حقوق و مزایا؛ احترام و توازن در ارتباطات و ... به منظور بازبینی ابعاد سقف شیشه‌ای بود. این مجموعه داده‌های مربوط به ویژگی‌های دموگرافیک هشت دانشگاه برجسته تحقیقاتی در ترکیه را به منظور علل زمینه‌ای تأثیرگذار بر سقف شیشه‌ای مورد بررسی قرار دادند تا توزیع‌های جنسیتی بررسی گردد. این ویژگی‌ها شامل صندلی‌های دانشگاهی تحت اختیار زنان شاغل؛ سطح تحصیلات زنان شاغل؛ الگوهای همکاری در رابطه با جنسیت تعیین شدند یافته‌ها نشان می‌دهد که اختلاف عملکرد جنسیتی در تبعیض‌های جایگاه شغلی بسیار زیاد است و این پژوهش اصلی‌ترین علت را در شکل فرهنگ غالب تشریح می‌کند که از زمان ورود زنان به سیستم شغلی دانشگاه، جایگاه آنان را تحت تسلط مردان قرار داده است. چوی (۲۰۱۸)

در پژوهشی تحت عنوان شکستن سقف شیشه‌ای: سرمایه اجتماعی لازمی موفقیت شغلی زنان انجام دادند. در این پژوهش کارکنان زنان اداره‌های دولتی کشور آمریکا مورد بررسی قرار گرفت و نتایج پژوهش نشان داد، سقف شیشه‌ای پدیده‌ای فرهنگی حتی در کشوری همچون آمریکا می‌باشد که دموکراسی در آن حاکم است و وجود استراتژی‌های منابع انسانی در کنار ابزارهای استراتژیک فرهنگی و سرمایه‌های اجتماعی می‌تواند به کاهش دیدگاه‌های جنسیت محور در ارتقای شغلی زنان منجر شود و باعث شکستن سقف شیشه‌ای برای آن‌ها گردد. رضاپور و همکاران (۱۳۹۹) پژوهشی تحت عنوان «شناسایی عوامل شکل‌گیری سقف شیشه‌ای فراروی ارتقاء زنان در پست‌های مدیریتی کشور» انجام دادند. جامعه آماری شامل تمامی متخصصان حوزه مدیریت آموزشی با حداقل مدرک دکترای تخصصی در شمال غرب کشور به تعداد ۱۰۸ نفر می‌باشد. یافته‌های حاصل از پژوهش نشانگر بیشترین توجه و تمرکز اعضای تیم خبره به عوامل اجتماعی، عوامل فرهنگی، عوامل سازمانی، عوامل شخصی، عوامل خانوادگی و عوامل مدیریتی؛ و همچنین وجود سه لایه اصلی در شکل‌گیری سقف شیشه‌ای، با عنوان لایه فردی، سازمانی و فراسازمانی می‌باشد. نتایج حاصل از کدگذاری محوری و کدگذاری گزینشی در این پژوهش نشان داد که چرایی سقف شیشه‌ای را مبانی فلسفی، پارادایم فکری، عوامل سازمانی، عوامل فراسازمانی و عوامل فردی تشکیل می‌دهد. چپستی سقف شیشه‌ای وجود نموده‌های فردی، سازمانی و فراسازمانی است و فرآیند شکل‌گیری سقف شیشه‌ای، برآیند دو عامل سازمانی و فراسازمانی با میانجی‌گری عامل فردی است. ملایی و همکاران (۱۳۹۹) پژوهشی تحت عنوان «فراتحلیلی بر شناسایی موانع ارتقاء زنان به سطوح مدیریت در سازمان‌های دولتی ایران» انجام دادند. جامعه آماری مشتمل بر کلیه پژوهش‌های مربوط به موانع ارتقاء زنان در سازمان‌های دولتی بوده، که با استفاده از روش نمونه‌گیری هدفمند، نمونه موردنظر مشتمل بر ۳۲ اثر پژوهشی در بازه زمانی سال‌های ۱۳۸۰ تا ۱۳۹۶ انتخاب و بررسی شد. یافته‌ها نشان داد در دهه ۸۰ بیشتر پژوهش‌ها موانع فردی-خانوادگی را مهمترین مانع ارتقاء زنان به سطوح مدیریت معرفی کرده‌اند. اما در پژوهش‌های بعدی علاوه بر تغییر اولویت بندی، یک مانع جدید نیز به موانع ارتقاء اضافه شده است. یافته‌ها موانع ارتقاء زنان را در چهار دسته کلی طبقه‌بندی و به شرح ذیل اولویت‌بندی می‌کنند. موانع فرهنگی-اجتماعی (کلیشه‌های جنسیتی و حاکمیت فرهنگ مردسالاری) موانع سیاسی (عدم حضور زنان در حلقه‌های قدرت، عدم حضور زنان در احزاب و گروه‌های سیاسی، ناتوانی زنان در لابی‌گری) موانع سازمانی (عدم اعتماد سازمان به زنان، تلقی مدیریت بعنوان حق و کار مردانه، عدم حضور زنان در شبکه‌های ارتباطی غیر رسمی) و در نهایت موانع فردی-خانوادگی (عدم خودباوری زنان، نداشتن انگیزه پیشرفت در زنان و مسئولیت مضاعف زنان در خانواده).

## روش شناسی پژوهش

این تحقیق از لحاظ نتیجه، جزء تحقیقات توسعه‌ای قلمداد می‌گردد. از لحاظ هدف انجام، این پژوهش جزء پژوهش‌های اکتشافی است، چراکه انسجام تئوریک در رابطه با موضوع پژوهش از یک سو و عدم ارائه مدلی یکپارچه باهدف بسط نظری در این رابطه، از سوی دیگر باعث گردید تا از طریق تحلیل نظری داده بنیاد، این پژوهش به دنبال توسعه دیدگاه‌های نظری و دانش افزا در این حوزه باشد. همچنین از نظر نوع داده این پژوهش، جزء تحقیقات از نوع ترکیبی (آمیخته) است. بدین منظور جهت شناسایی ابعاد مدل سقف شیشه‌ای با اتکاء به روش نظریه داده بنیاد تلاش شد از طریق مصاحبه با متخصصان امر، مباحث مربوط به این استعاره‌ی تبعیض جنسیتی مشخص و دسته‌بندی شود. این رویکرد به محقق اجازه می‌دهد تا از طریق مصاحبه با متخصصان، ابتدا براساس مرحله‌ی اول کدگذاری، یعنی کدگذاری باز، سوالات باز را از مصاحبه‌شوندگان بپرسد و سپس براساس کدگذاری محوری، مفاهیم زیاد ایجاد شده را مختصر و در مسیر پژوهش هدایت کند و در نهایت براساس کدگذاری انتخابی، مدل پژوهش را به منظور نظریه‌پردازی ارائه دهد. جامعه آماری در دو بخش کیفی و کمی ارائه می‌شود. در بخش کیفی به منظور انجام مصاحبه جهت جمع‌آوری داده‌های مربوط به سقف شیشه‌ای براساس اعتقاد اشتراوس و کوربین<sup>۱</sup> (۱۹۹۸)، استفاده شد تا از این طریق به تعیین نحوه تغییر یک مقوله براساس ویژگی‌ها و ابعاد آن دست یافته شود. براین مبنا ابتدا محقق براساس فهرست نمودن معیارهایی، سعی در انتخاب افراد آگاه نمود تا از انحراف و تلف شدن زمان در جریان مصاحبه‌ها جلوگیری شود. پس از انجام بررسی‌های لازم مقدماتی ۱۴ نفر نهایتاً به عنوان مصاحبه شونده انتخاب گردیدند. سپس در بخش کمی براساس تحلیل حداقل مربعات جزئی باهدف تبیین ابعاد مدل در شرکت ملی پخش فرآورده‌های نفتی، ۳۰۰ نفر از مدیران و معاونین دوایر مختلف شرکت در سطح کشور مشارکت داشتند. باتوجه به اینکه پژوهش در بخش جمع‌آوری داده‌ها به صورت ترکیبی مبتنی بر فرآیندهای تحلیل کیفی و کمی می‌باشد، که در بخش کیفی، از روش نمونه‌گیری نظری استفاده شد. در این روش نمونه‌گیری انتخاب نمونه‌ها در جهت به وجود آوردن یک نظریه عمل می‌کنند. در واقع در این روش نمونه‌گیری، از موارد مشابهی که در یک جامعه‌ی هدف وجود دارند، اطلاعات جمع‌آوری می‌شود تا مشخص شود که تئوری در آن زمینه‌ها به چه شکل است. در بخش کمی نیز، به پیروی از تحقیق موسوی شیرینی و همکاران (۱۳۹۴) و بروبرگ و همکاران (۲۰۱۸) و به منظور همگن کردن مشارکت کنندگان این پژوهش ابتدا ۲ فیلتر برای انتخاب مشارکت کنندگان ایجاد گردید:

۱. مشارکت کنندگان حداقل باید دارای مدرک لیسانس باشند.

۲. بیش از ۵ سال سابقه‌ی کار داشته باشند.

<sup>۱</sup> Strauss & Corbin

سپس بر این مبنا برای تعیین حجم نمونه از فرمول کوکران استفاده شد:

$$n = \frac{1489 (1.96)^2 (.25)}{1488 (.5)^2 + (1.96)^2 (.25)} = 305$$

که از این تعداد، ۳۰۰ نفر به عنوان مشارکت کننده بخش کمی حضور داشتند.

### اعتبار تحقیق در بخش کیفی

در این پژوهش از روش سه سوسازی برای سنجش اعتبار تحقیق استفاده شده است. برای محقق شدن سه سوسازی در پژوهش حاضر رویکردهای مختلف مصاحبه شوندهگان در ۴ بُعد زیر مورد بررسی قرار گرفت و علاوه بر تقویت نتایج، داده‌های معتبرتری فراهم شده است.

۱. اعتباریابی یا بازبینی توسط مصاحبه شوندهگان: برای تحقق این روش، ۸ نفر از بین ۱۴ مصاحبه شونده پس از اتمام مصاحبه و تجزیه و تحلیل داده‌ها، در مورد مطابقت مقوله‌ها و مولفه‌های شناسایی شده با مصاحبه شوندهگان سوال و بحث انجام شد.
۲. مرور همتا: برای تحقق این روش، تجزیه و تحلیل داده‌های مصاحبه پس از دو هفته مجدداً انجام گرفت و در درک مفاهیم مربوط به مصاحبه در دو زمان، اختلاف قابل ملاحظه‌ای وجود نداشت.
۳. توضیح شیوه یادداشت‌برداری و انجام پژوهش: در این مرحله پروتکل و فرآیند انجام مصاحبه‌ها در اختیار ۸ نفر از مصاحبه شوندهگان قرار گرفت تا تایید نمایند، آیا نحوه‌ی تحلیل درست طی شده است یا خیر، که مرور یادداشت‌ها نشان داد، روند پژوهش و تحلیل کدها در مسیر درستی پیشرفته است.

۴. تهیه گزارش مفصل نتایج: در تحلیل تفسیری، باتوجه به این اصل که «معناها برخاسته از موقعیت هستند»، هریک از نتایج باید همراه با موقعیت، به‌طور کامل در نظر گرفته شود و خواننده پژوهش توجهی خاص به موقعیت داشته باشد که این موضوع مورد تایید قرار گرفت. اما در بخش کمی به منظور سنجش اعتبار از تحلیل دلفی باتوجه به دو معیار میانگین؛ ضریب توافق و انحراف معیار استفاده شده است. در واقع برای رسیدن به کفایت نظری در جامعه هدف در باب ابعاد و مولفه‌های شناسایی شده، تحلیل دلفی انجام می‌شود تا سطح بکارگیری مفاهیم در جامعه هدف مورد بررسی قرار گیرد.

### روایی و پایایی بخش کمی

در این پژوهش جهت سنجش روایی، از روایی محتوایی استفاده شد. در این بخش، باتوجه به ۲۹۹ گویه ایجادشده از مدل ارائه شده، اقدام به تهیه سیاهه‌ی ارزیابی با سه طیف «گویه ضروری است»، «گویه مفید است ولی ضروری نیست» و «گویه ضرورتی ندارد» شد تا مشخص کنند که هر یک از این گویه‌ها آیا با سقف شیشه‌ای همخوانی دارند یا خیر؟ پس از آنکه گویه‌ها توسط ارزیابان پاسخ داده شد، نتایج با استفاده از  $CVR$  محاسبه شد. و مقوله‌هایی که نمره زیر ۰/۵۶ را کسب کرده بودند حذف گردید لذا از ۲۹۹ مقوله فرعی، ۲۴۰ مورد حذف و مجموعاً ۵۹ گویه از نظر روایی مورد تایید قرار گرفتند. به منظور تعیین پایایی بخش کیفی، به تبعیت از فلینت و همکاران (۲۰۰۲)، برای ارزیابی قابل اتکاء بودن داده‌ها و تفسیرها، ترکیبی از معیارهای مورد استفاده در ارزیابی تحقیقات تفسیری<sup>۱</sup> و پژوهش‌های مبتنی بر روش‌شناسی نظریه داده بنیاد مورد استفاده قرار گرفت. در واقع براساس این روش نتایج این پژوهش برخاسته از داده‌های اکتشاف شده می‌باشد و به قواعد نظری این روش یعنی روش تحلیل زمینه‌ای وفادار بود است. این روش شامل سه معیار تطابق، فهم پذیری، عمومیت و کنترل پذیری است. در بخش سنجش پایایی بخش کمی، معمولاً در پژوهش‌های کمی که ابزار آن پرسشنامه و تحلیل براساس معادلات ساختاری می‌باشد از ضریب آلفای کرونباخ استفاده می‌شود. جهت ارزیابی پایایی از ضریب آلفای کرونباخ استفاده شده است، که نتایج نشان می‌دهد، تمامی ضرایب بالاتر از ۰/۷ می‌باشد.

### یافته‌های پژوهش

همانطور که تشریح شد، باتوجه فقدان ابزار سنجش منسجم در خصوص جمع‌آوری داده‌های سقف شیشه‌ای، از تحلیل نظریه داده بنیاد برای تحلیل این بخش استفاده شد و سپس اقدام به تحلیل حداقل مربعات جزئی می‌گردد. هیچ لیست از قبل تعیین شده و قطعی درباره مولفه‌ها و مقوله‌های سقف شیشه‌ای وجود ندارد و هیچ احتمال قطعی برای شناسایی و محدود ساختن تمامی ویژگی‌های مرتبط با ویژگی‌های شغلی تاثیرگذار بر سقف شیشه‌ای در اینباره در یک مجموعه مشخص از ویژگی‌ها با مرزبندی‌های شفاف و متمایز کننده وجود ندارد. باوجود این، یافته‌های این پژوهش نشان می‌دهد که مصاحبه شوندهگان در این مطالعه توانسته‌اند موارد مهم و قابل توجه در سقف شیشه‌ای را شناسایی نمایند تا این ویژگی‌ها و خصایص را سطح شرکت ملی پخش فراورده‌های نفتی ایران تبیین کند. لذا براساس روش تحلیل کدگذاری به سه مرحله‌ی کدگذاری باز، کدگذاری محوری و کدگذاری انتخابی براساس شرایط زمینه‌ای، مداخله‌گر و علی دست‌بندی شدند. محقق در کدگذاری باز به دنبال نام‌گذاری وقایع یا چیزهای مشاهده شده در داده‌ها و تمرکز بر فهم مشخصه‌هایی است که موجب منحصر به فرد شدن این وقایع یا چیزها شده‌اند.

<sup>1</sup> Interpretive Research

## کدگذاری باز

در این مرحله به منظور شناسایی شرایط علی، استراتژی، عوامل محیطی و مداخله گر و پیامدهای پژوهش تعداد ۸۲۹ کد باز اولیه، شناخته شد. که با توجه به محدودیت های مربوط به صفحات مقاله از ذکر کردن آنها خود داری می شود.

### الف) شرایط علی، استراتژی و پیامدها

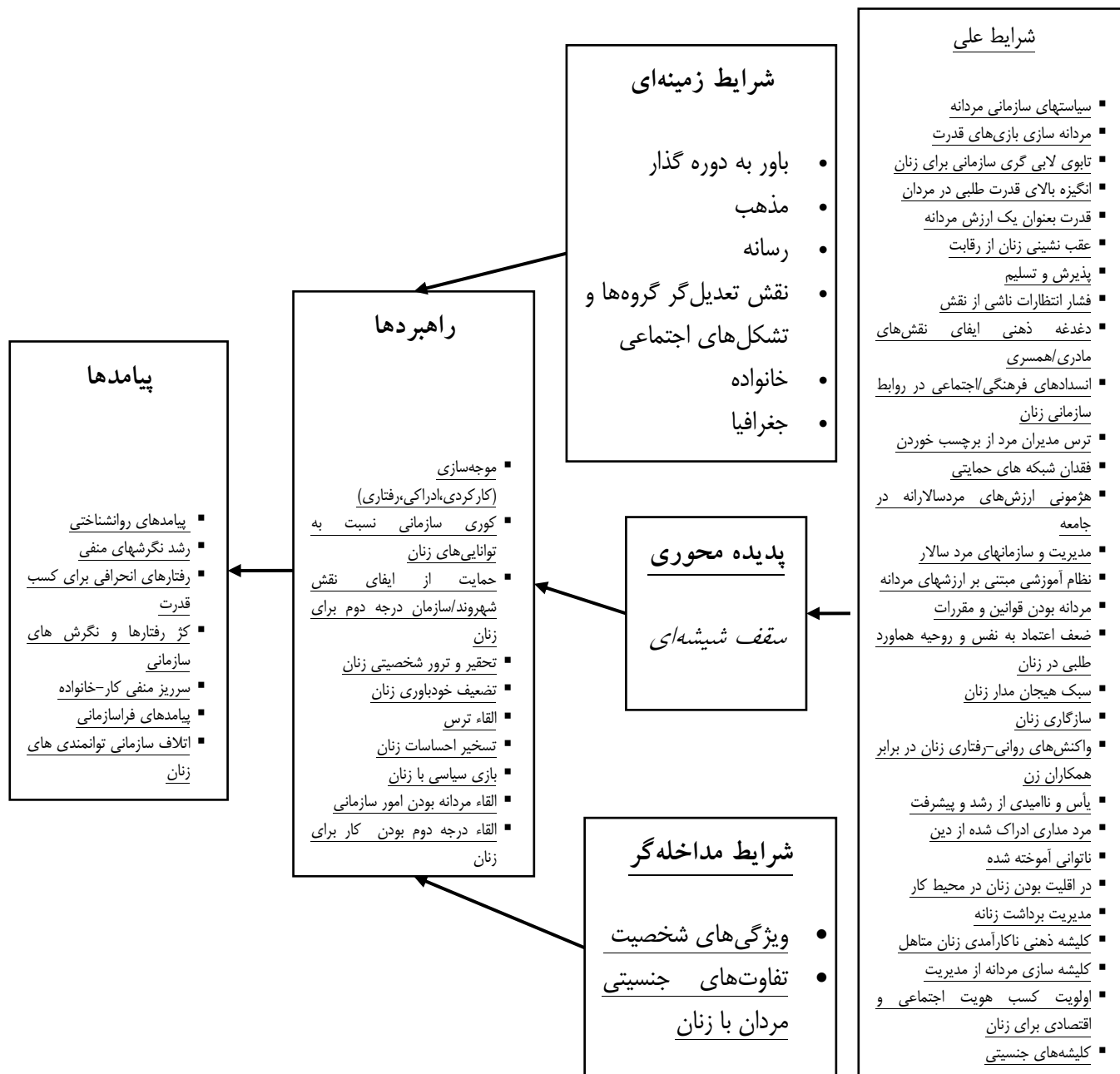
شرایط علی در واقع مقوله هایی مربوط به شرایطی که بر ایجاد و توسعه پدیده محوری تاثیر می گذارند می باشند. استراتژی ها مجموعه فعالیت هایی که در واکنش به پدیده محوری و تحت تاثیر شرایط مداخله گر و زمینه ای انجام می گیرد بوده و پیامدها در واقع خروجی های حاصل از بکارگیری راهبردهاست.

### ب) شرایط مداخله گر و شرایط زمینه ای

شرایط مداخله گر در واقع عوامل خاصی هستند که به نوعی تخفیف دهنده یا تغییر دهنده شرایط علی هستند و معمولا اثر این عوامل در مقایسه با سایر عوامل کم رنگتر است. در حالیکه شرایط زمینه ای یک پدیده اساسا مختص همان پدیده ها هستند. با شناسایی شرایط زمینه ای از درون داده ها، محقق امکان بررسی پاسخ های داده شده توسط مصاحبه شوندگان را تحت این شرایط پیدا می کند.

### کدگذاری محوری

در مرحله ی کدگذاری محوری محقق به دنبال تلفیق داده ها در مرحله ی کدگذاری باز می باشد. به طور کلی بعد از کدگذاری باز و کدگذاری محوری مجموعا تعداد ۸۲۹ کد باز اولیه، ۴۰۶ کدمفهومی، تعداد ۲۹۹ تم فرعی و ۵۹ تم اصلی شناخته شد.



شکل ۱. مدل پارادایمی براساس کدگذاری انتخابی

### کدگذاری انتخابی

در مرحله انتخابی محقق با مراجعه به مبانی نظری موجود تلاش دارد تا استراتژی‌های انتخاب شده را با عناوین تئوریک موجود همسان نماید و در غیر اینصورت موضوعی جدید با تعریف مشخص ایجاد گردد. به عبارت دیگر، «کدگذاری انتخابی»، فرآیندی که پارچه‌سازی و بهبود مقوله‌هاست (ولیان و همکاران، ۱۳۹۸). در این مرحله تمامی محورها و مقوله‌های تعیین شده همراستا با مبانی تئوریک در قالب مدل پارادایمی زیر ارائه شدند:

### یافته‌های بخش کمی

در این بخش از تحلیل عاملی برای سنجش تبیین مدل در جامعه هدف بخش کمی استفاده شده است. با استفاده از تحلیل عاملی می‌توان مشخص نمود که آیا پرسشنامه شاخص‌های موردنظر را اندازه‌گیری می‌کند یا خیر؟ تحلیل عاملی پرسشنامه براساس ۵ بخش مدل ارائه شده به ترتیب زیر ارائه شده است:



### الف) تحلیل عاملی اکتشافی/تاییدی بخش عوامل علی مرتبط با پدیده سقف شیشه ای

در این بخش ضمن تایید مقدار ضرایب کفایت نمونه از طریق آزمون ک. ام. او و بارتلت، مشخص شد، نمونه های جمع آوری شده از کفایت لازم برخوردار هستند. براین اساس ماتریس مذکور ماتریس واحد نبوده و تحلیل عاملی امکان پذیر بود. لذا از تحلیل واریانس چرخش یافته برای بررسی واریانس تبیین شده ی عوامل علی مرتبط با پدیده ی سقف شیشه ای استفاده شد.

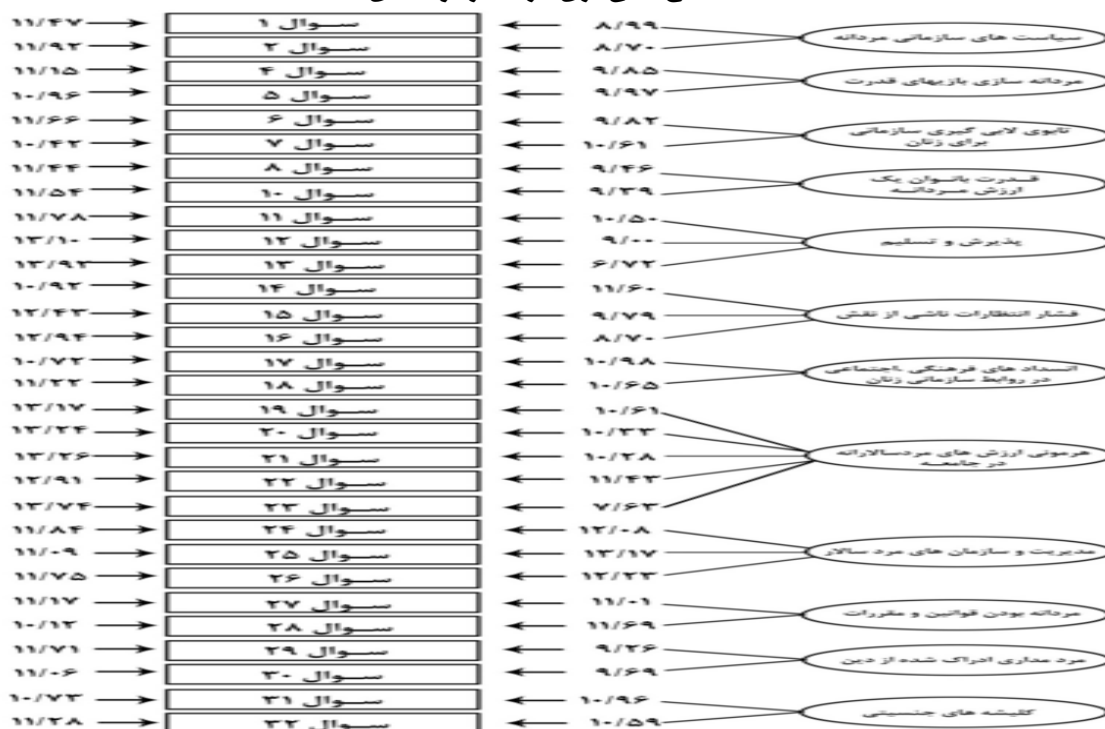
این ابعاد در مجموع ۶۱/۵۸۰ درصد از عوامل علی ایجادکننده پدیده سقف شیشه ای را ارزیابی کردند. این نتایج در ماتریس چرخش یافته نشان داد، پس از چندین بار تحلیل عاملی اکتشافی ابعاد مدل در قالب پرسشنامه محقق ساخت، مشخص شد سوال ۳ مربوط به بعد مردانه سازی بازی های قدرت و سوال ۹ مربوط به بعد قدرت به عنوان یک ارزش مردانه حذف شدند. از طرف دیگر، نتایج تحلیل عاملی تایید نشان داد، برازش مدل مناسب است. این شاخص ها و نتایج آن در جدول ۱ نشان داده شده است.

جدول ۱. بررسی شاخص های مناسب بودن مدل

نام شاخص	مقدار استاندارد شاخص	مقدار شاخص در مدل مورد نظر	نتیجه گیری
نسبت کای دو به دی. اف	$\leq 3$	۱/۴	برازش مدل مناسب دست
پی - ویلو	بیشتر از ۰/۰۵	۱/۰۰	برازش مدل مناسب دست
جی. اف. آی	بیشتر از ۰/۹	۰/۹۲	برازش مدل مناسب است
آ. جی. اف. آی	بیشتر از ۰/۹	۰/۹۱	برازش مدل مناسب است
ان. اف آی	بیشتر از ۰/۹	۰/۹۴	برازش مدل مناسب است
سی. اف. آی	بیشتر از ۰/۹	۰/۹۸	برازش مدل مناسب است

همانطور که از خروجی نرم افزار لیزرل مشاهده می شود، مدل اصلی تحلیل عاملی تاییدی، به صورت شکل ۲ که نشان دهنده ی روابط میان متغیرها و ضرایب هریک از آنها است، ارائه گردید.

شکل ۲. سطح معنی داری هریک از مولفه های مدل



بنابراین براساس آزمون معناداری شاخص تی ویلو، مشخص شد، شاخص های تعیین شده از ۱/۹۶ بیشتر است و براین اساس، کلیه ضرایب عوامل علی مرتبط با پدیده سقف شیشه ای مدل معنادار هستند.

### ب) تحلیل عاملی اکتشافی/تاییدی بخش عوامل زمینه ای و محیطی مرتبط با پدیده سقف شیشه ای

در این بخش ضمن تایید مقدار ضرایب کفایت نمونه از طریق آزمون ک. ام. او و بارتلت، مشخص شد، نمونه های جمع آوری شده از کفایت لازم برخوردار هستند. براین اساس ماتریس مذکور ماتریس واحد نبوده و تحلیل عاملی امکان پذیر بود. لذا از تحلیل واریانس چرخش یافته برای بررسی واریانس تبیین شده ی عوامل زمینه ای مرتبط با پدیده ی سقف شیشه ای استفاده شد.



جدول ۲. واریانس کل تبیین شده

مجموع مربعات بارهای عاملی چرخش یافته			مجموع مربعات بارهای عاملی استخراج شده			مقادیر ویژه اولیه			
درصد تجمعی	واریانس تبیین شده	کل	درصد تجمعی	درصد واریانس تبیین شده	کل	درصد تجمعی	درصد واریانس تبیین شده	کل	ابعاد
۲۳/۱۰۷	۲۳/۱۰۷	۱/۳۸۶	۲۳/۳۶۱	۲۳/۳۶۱	۱/۴۰۲	۲۳/۳۶۱	۲۳/۳۶۱	۱/۴۰۲	۱
۴۵/۶۵۱	۲۲/۵۴۵	۱/۳۵۳	۴۵/۸۴۱	۲۲/۴۸۰	۱/۳۴۹	۳۵/۸۴۱	۲۲/۴۸۰	۱/۳۴۹	۲
۶۶/۵۸۵	۲۰/۹۳۴	۱/۲۵۶	۶۶/۵۸۵	۲۰/۷۴۴	۱/۲۴۵	۶۶/۵۸۵	۲۰/۷۴۴	۱/۲۴۵	۳
						۷۸/۸۵۵	۱۲/۲۷۰	۰/۷۳۶	۴
						۸۹/۹۹۲	۱۱/۱۳۸	۰/۶۶۸	۵
						۱۰۰/۰۰	۱۰/۰۰۸	۰/۶۰۰	۶

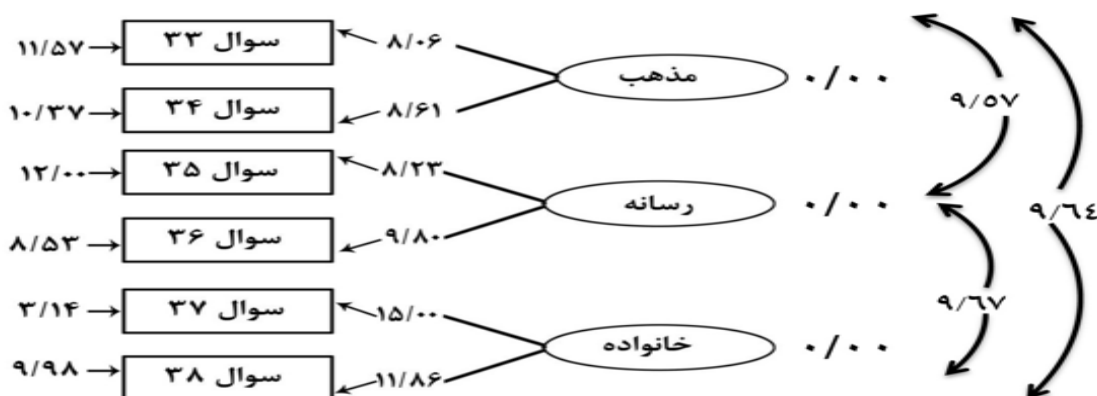
این ابعاد در مجموع ۶۶/۵۸۵ درصد از عوامل زمینه‌ای ایجادکننده پدیده سقف شیشه‌ای را ارزیابی کردند. این نتایج در ماتریس چرخش یافته نشان داد. پس از چندین بار تحلیل عاملی اکتشافی ابعاد مدل در قالب پرسشنامه محقق ساخت، مشخص شد، سوال ۳۹ (مرتبط با بُعد جغرافیا) حذف شده و ۶ سوال پرسشنامه (بعد مذهب؛ رسانه؛ خانواده) جهت سنجش عوامل باقی ماندند. از طرف دیگر، نتایج تحلیل عاملی تایید نشان داد، برازش مدل مناسب است. این شاخص‌ها و نتایج آن در جدول ۳ نشان داده شده است.

جدول ۳. بررسی شاخص‌های مناسب بودن مدل

نتیجه گیری	مقدار شاخص در مدل مورد نظر	مقدار استاندارد شاخص	نام شاخص
برازش مدل مناسب است	۰/۸۹	$< 3$	نسبت کای دو به دی. اف
برازش مدل مناسب است	۰/۸۸	بیشتر از ۰/۰۵	پی - ویلو
برازش مدل مناسب است	۱/۰۰	بیشتر از ۰/۹	جی. اف. آی
برازش مدل مناسب است	۰/۹۸	بیشتر از ۰/۹	آ. جی. اف. آی
برازش مدل مناسب است	۰/۹۹	بیشتر از ۰/۹	ان. اف آی
برازش مدل مناسب است	۱/۰۰	بیشتر از ۰/۹	سی. اف. آی

همانطور که از خروجی نرم افزار لیزرل مشاهده می‌شود، مدل اصلی تحلیل عاملی تاییدی، به صورت شکل ۳ که نشان‌دهنده روابط میان متغیرها و ضرایب هریک از آن‌ها است، ارائه گردید.

شکل ۳. سطح معنی داری هریک از مولفه‌های مدل



بنابراین براساس آزمون معناداری شاخص تی ویلو، مشخص شد، شاخص‌های تعیین شده از ۱/۹۶ بیشتر است و براین اساس، کلیه ضرایب عوامل زمینه‌ای و محیطی مرتبط با پدیده سقف شیشه‌ای مدل معنادار هستند.

### ج) تحلیل عاملی اکتشافی/تاییدی بخش عوامل مداخله‌گر مرتبط با پدیده سقف شیشه‌ای

در این بخش ضمن تایید مقدار ضرایب کفایت نمونه از طریق آزمون ک. ام. او و بارتلت، مشخص شد، نمونه‌های جمع‌آوری شده از کفایت لازم برخوردار هستند. براین اساس ماتریس مذکور ماتریس واحد نبوده و تحلیل عاملی امکان‌پذیر بود. لذا از تحلیل واریانس چرخش یافته برای بررسی واریانس تبیین شده‌ی عوامل مداخله‌گر مرتبط با پدیده‌ی سقف شیشه‌ای استفاده شد.

جدول ۴. واریانس کل تبیین شده

مجموع مربعات بارهای عاملی استخراج شده			مقادیر ویژه اولیه			
درصد تجمعی	درصد واریانس تبیین شده	کل	درصد تجمعی	درصد واریانس تبیین شده	کل	ابعاد
۵۳/۷۷۹	۵۳/۷۷۹	۱/۶۱۳	۵۳/۷۷۹	۵۳/۷۷۹	۱/۶۱۳	۱
			۷۸/۰۲۳	۲۴/۲۴۴	۰/۷۲۷	۲
			۱۰۰/۰۰۰	۲۱/۹۷۷	۰/۶۵۹	۳

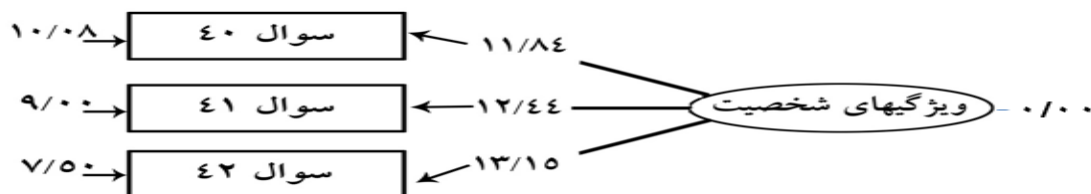
این ابعاد در مجموع ۵۳/۷۷۹ درصد از عوامل مداخله گر ایجادکننده پدیده سقف شیشه ای را ارزیابی کردند. باتوجه به اینکه این بخش از پرسشنامه تنها یک بعد را سنجش می کند، و باتوجه به اینکه این عامل (مداخله گر) فقط یک بعد دارد، لذا امکان چرخش عامل ها وجود ندارد. از طرف دیگر، نتایج تحلیل عاملی تایید نشان داد، برازش مدل مناسب است. این شاخص ها و نتایج آن در جدول ۵ نشان داده شده است.

جدول ۵. بررسی شاخص های مناسب بودن مدل

نتیجه گیری	مقدار شاخص در مدل مورد نظر	مقدار استاندارد شاخص	نام شاخص
برازش مدل مناسب دست	۰/۰۰	$< 3$	نسبت کای دو به دی. اف
برازش مدل مناسب دست	۱/۰۰	بیشتر از ۰/۰۵	پی - ویو
برازش مدل مناسب است	۰/۹۹	بیشتر از ۰/۹	جی. اف. آی
برازش مدل مناسب است	۰/۹۹	بیشتر از ۰/۹	آ. جی. اف. آی
برازش مدل مناسب است	۰/۹۹	بیشتر از ۰/۹	ان. اف آی
برازش مدل مناسب است	۰/۹۹	بیشتر از ۰/۹	سی. اف. آی

همانطور که از خروجی نرم افزار لیزرل مشاهده می شود، مدل اصلی تحلیل عاملی تاییدی، به صورت شکل ۶ که نشان دهنده ی روابط میان متغیرها و ضرایب هریک از آن ها است، ارائه گردید.

شکل ۴. سطح معنی داری هریک از مولفه های مدل



بنابراین براساس آزمون معناداری شاخص تی ویو، مشخص شد، شاخص های تعیین شده از ۱/۹۶ بیشتر است و براین اساس، کلیه ضرایب عوامل مداخله گر مرتبط با پدیده سقف شیشه ای مدل معنادار هستند.

د) تحلیل عاملی اکتشافی/تاییدی بخش استراتژی های مرتبط با پدیده سقف شیشه ای

در این بخش ضمن تایید مقدار ضرایب کفایت نمونه از طریق آزمون ک. ام. او و بارتلت، مشخص شد، نمونه های جمع آوری شده از کفایت لازم برخوردار هستند. براین اساس ماتریس مذکور واحد نبوده و تحلیل عاملی امکان پذیر بود. لذا از تحلیل واریانس چرخش یافته برای بررسی واریانس تبیین شده ی استراتژی های مرتبط با پدیده ی سقف شیشه ای استفاده شد.

جدول ۶. واریانس کل تبیین شده

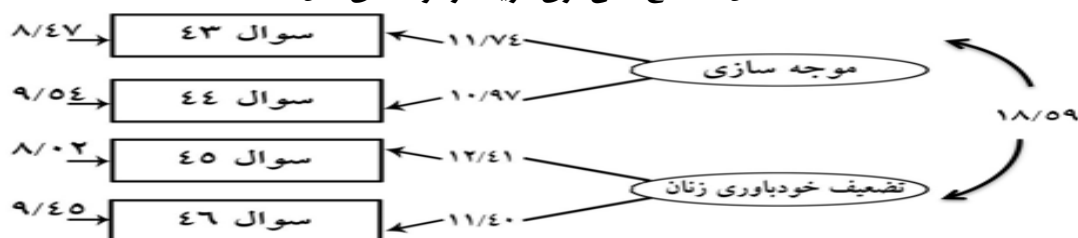
مجموع مربعات بارهای عاملی چرخش یافته			مجموع مربعات بارهای عاملی استخراج شده			مقادیر ویژه اولیه			
درصد تجمعی	درصد واریانس تبیین شده	کل	درصد تجمعی	درصد واریانس تبیین شده	کل	درصد تجمعی	درصد واریانس تبیین شده	کل	ابعاد
۳۲/۴۰۵	۳۲/۴۰۵	۱/۲۹۶	۳۲/۴۷۲	۳۲/۴۷۲	۱/۲۹۹	۳۲/۴۷۲	۳۲/۴۷۲	۱/۲۹۹	۱
۶۳/۶۲۷	۳۱/۲۲۱	۱/۲۴۹	۶۳/۶۲۷	۶۳/۶۲۷	۱/۲۴۶	۶۳/۶۲۷	۳۱/۱۵۵	۱/۲۴۶	۲
						۸۳/۱۸۱	۱۹/۵۵۴	۰/۷۸۲	۳
						۱۰۰/۰۰۰	۱۶/۸۱۹	۰/۶۷۳	۴

این ابعاد در مجموع ۶۳/۶۲۷ درصد از استراتژی های سقف شیشه ای را ارزیابی کردند. این نتایج در ماتریس چرخش یافته نشان داد، پس از چندین بار تحلیل عاملی اکتشافی ابعاد مدل در قالب پرسشنامه محقق ساخت، مشخص شد، سوال ۴۳ و ۴۴ بعد تضعیف خودباوری زنان و سوال ۴۵ و ۴۶ بعد موجه سازی را می سنجد .. از طرف دیگر، نتایج تحلیل عاملی تاییدی نشان داد، برازش مدل مناسب است. این شاخص ها و نتایج آن در جدول ۷ نشان داده شده است.

جدول ۷. بررسی شاخص های مناسب بودن مدل

نام شاخص	مقدار استاندارد شاخص	مقدار شاخص در مدل مورد نظر	نتیجه گیری
نسبت کای دو به دی. اف	$< 3$	۰/۳۶	برازش مدل مناسب است
پی - ویو	بیشتر از ۰/۰۵	۰/۶۸	برازش مدل مناسب است
جی. اف. آی	بیشتر از ۰/۹	۱/۰۰	برازش مدل مناسب است
آ. جی. اف. آی	بیشتر از ۰/۹	۰/۹۹	برازش مدل مناسب است
ان. اف آی	بیشتر از ۰/۹	۱/۰۰	برازش مدل مناسب است
سی. اف. آی	بیشتر از ۰/۹	۱/۰۰	برازش مدل مناسب است

شکل ۵ سطح معنی داری هریک از مولفه های مدل



بنابراین براساس آزمون معناداری شاخص تی ویو، مشخص شد، شاخص های تعیین شده از ۱/۹۶ بیشتر است و براین اساس، کلیه ضرایب استراتژی های مرتبط با پدیده سقف شیشه ای مدل معنادار هستند.

#### (و) تحلیل عاملی اکتشافی/تاییدی بخش پیامدهای مرتبط با پدیده سقف شیشه ای

در این بخش ضمن تایید مقدار ضرایب کفایت نمونه از طریق آزمون ک. ام. او و بارتلت، مشخص شد، نمونه های جمع آوری شده از کفایت لازم برخوردار هستند. براین اساس ماتریس مذکور ماتریس واحد نبوده و تحلیل عاملی امکان پذیر بود. لذا از تحلیل واریانس چرخش یافته برای بررسی واریانس تبیین شده پیامدهای مرتبط با پدیده ی سقف شیشه ای استفاده شد.

جدول ۸. واریانس کل تبیین شده

مجموع مربعات بارهای عاملی چرخش یافته			مجموع مربعات بارهای عاملی			مقادیر ویژه اولیه			ابعاد
درصد تجمعی	درصد واریانس تبیین شده	کل	درصد تجمعی	درصد واریانس تبیین شده	کل	درصد تجمعی	درصد واریانس تبیین شده	کل	
۱۷/۸۹۸	۱۷/۸۹۸	۲/۳۲۷	۱۸/۶۱۶	۱۸/۶۱۶	۲/۴۲۰	۱۸/۶۱۶	۱۸/۶۱۶	۲/۴۲۰	۱
۳۲/۲۰۸	۱۴/۳۱۱	۱/۸۶۰	۳۲/۳۹۶	۱۳/۷۸۰	۱/۷۹۱	۳۲/۳۹۶	۱۳/۷۸۰	۱/۷۹۱	۲
۴۲/۷۴۴	۱۰/۵۳۵	۱/۳۷۰	۴۲/۸۷۷	۱۰/۴۸۱	۱/۳۶۳	۴۲/۸۷۷	۱۰/۴۸۱	۱/۳۶۳	۳
۵۲/۷۳۱	۹/۹۸۷	۱/۲۹۸	۵۲/۷۳۱	۹/۸۵۴	۱/۲۸۱	۵۲/۷۳۱	۹/۸۵۴	۱/۲۸۱	۴
						۵۹/۴۵۰	۶/۷۱۹	۰/۸۷۳	۵
						۶۶/۰۴۴	۶/۵۹۴	۰/۸۵۷	۶
						۷۲/۰۰۱	۵/۹۵۷	۰/۷۷۴	۷
						۷۷/۷۴۳	۵/۷۴۲	۰/۷۴۶	۸
						۸۲/۷۱۳	۴/۹۷۰	۰/۶۴۶	۹
						۸۷/۵۷۸	۴/۸۶۵	۰/۶۳۲	۱۰

					۹۱/۹۹۵	۴/۴۱۷	۰/۵۷۴	۱۱
					۹۶/۲۳۴	۴/۲۳۹	۰/۵۵۱	۱۲
					۱۰۰/۰۰	۳/۷۶۶	۰/۴۹۰	۱۳

این ابعاد در مجموع ۵۲/۷۳۱ درصد از پیامدهای سقف شیشه‌ای را ارزیابی کردند. این نتایج در ماتریس چرخش یافته نشان داد، پس از چندین بار تحلیل عاملی اکتشافی ابعاد مدل در قالب پرسشنامه محقق ساخت، مشخص شد، سوال‌های ۴۷ الی ۵۹ پیامدهای پدیده سقف شیشه‌ای را می‌سنجد و نتایج تحلیل عاملی نشان می‌دهد که پرسشنامه مذکور از قابلیت اعتبار سازه بالایی برخوردار بوده و ابعاد مورد نظر سنجیده خواهند شد. از طرف دیگر، نتایج تحلیل عاملی تاییدی نشان داد، برازش مدل مناسب است. این شاخص‌ها و نتایج آن در جدول ۹ نشان داده شده است.

#### جدول ۹. بررسی شاخص‌های مناسب بودن مدل

نتیجه گیری	مقدار شاخص در مدل مورد نظر	مقدار استاندارد شاخص	نام شاخص
برازش مدل مناسب دست	۲/۱۰	$< 3$	نسبت کای دو به دی. اف
برازش مدل مناسب دست	۰/۱۱۴	بیشتر از ۰/۰۵	پی - ولبو
برازش مدل مناسب است	۰/۹۴۲	بیشتر از ۰/۹	جی. اف. آی
برازش مدل مناسب است	۰/۹۱۱	بیشتر از ۰/۹	آ. جی. اف. آی
برازش مدل مناسب است	۰/۹۱۰	بیشتر از ۰/۹	ان. اف آی
برازش مدل مناسب است	۰/۹۰۸	بیشتر از ۰/۹	سی. اف. آی

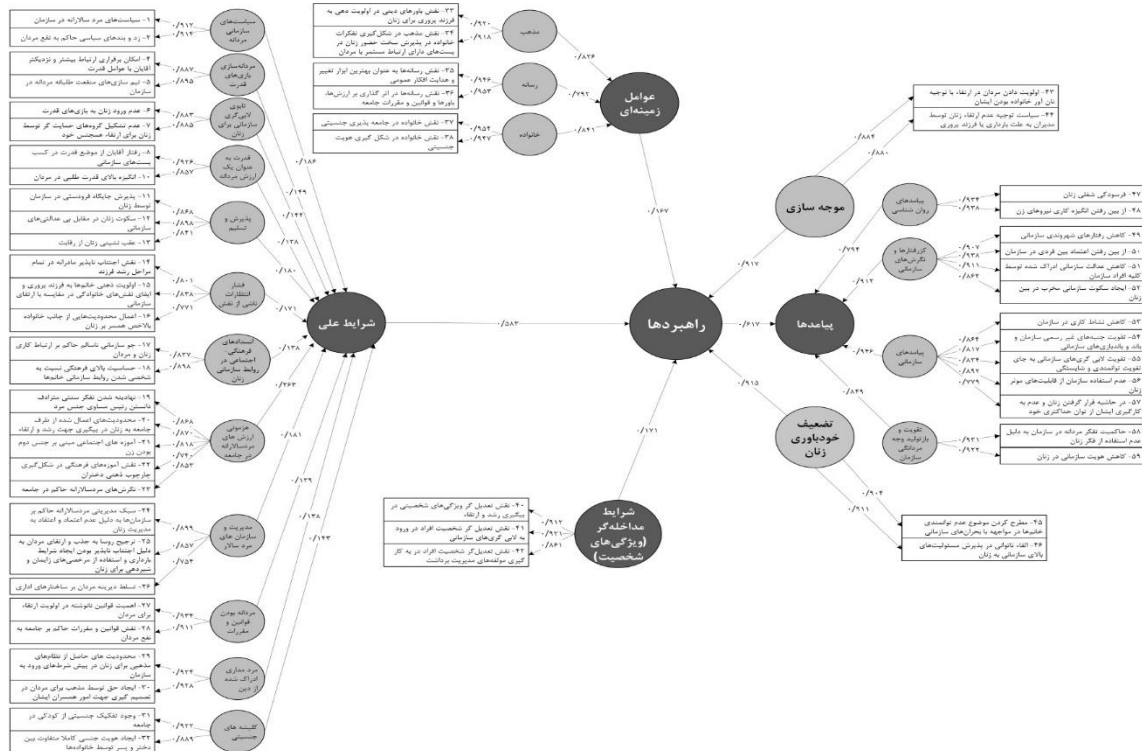
همانطور که از خروجی نرم افزار لیزرل مشاهده می‌شود، مدل اصلی تحلیل عاملی تاییدی، به صورت شکل ۶ که نشان‌دهنده روابط میان متغیرها و ضرایب هریک از آن‌ها است، ارائه گردید.

#### شکل ۶. سطح معنی داری هریک از مولفه‌های مدل



بنابراین براساس آزمون معناداری شاخص تی ویو، مشخص شد، شاخص‌های تعیین شده از ۱/۹۶ بیشتر است و براین اساس، کلیه ضرایب پیامدهای پدیده سقف شیشه‌ای مدل معنادار هستند. پس از تعیین برازش مطلوبیت ابعاد مدل، اقدام به بررسی استنباطی پژوهش باهدف تبیین مدل ایجاد شده در شرکت ملی پخش فرآورده‌های نفتی می‌باشد. براین اساس از وارپ پی ال اس استفاده شد.

شکل ۷. مدل تبیینی سقف شیشه‌ای در شرکت ملی پخش فرآورده‌های نفتی



باتوجه به شکل ۷ اثرات شرایط علی، عوامل زمینه‌ای، عوامل مداخله‌گر بر راهبردها و اثر راهبردها بر پیامدها معنادار می‌باشد. ضمن اینکه بصورت جزئی‌تر اثرات سازه‌های علی تعریف شده برای شرایط علی بر این شرایط، سازه‌های زمینه‌ای تعریف شده برای این شرایط، سازه‌های راهبردی تعریف شده برای راهبردها بر این سازه و سازه‌های پیامدهای تعریف شده برای پیامدها نیز بر این بخش معنی‌دار می‌باشد.

## بحث و نتیجه گیری

هدف این پژوهش طراحی مدل سقف شیشه‌ای و تبیین آن در شرکت ملی پخش فرآورده‌های نفتی ایران بود. باتوجه به نوع پژوهش آمیخته و تحلیل داده بنیاد در بخش کیفی، در این بخش نیز تلاش می‌شود تا ابتدا ابعاد مدل در بخش کیفی ارائه شود و سپس تبیین مدل در بخش کمی مورد واکاوی قرار گیرد. نتایج در بخش کیفی و مبتنی بر علل شرایط علی با تمرکز بر علل سقف شیشه‌ای نشان داد وجود سیاست‌های مردانه و وجود بازیهایی قدرت مردانه باتوجه به ریشه نهادن آن در فرهنگ سازمانی باعث قدرت طلبی مردان در برابر زنان می‌شود و این موضوع باعث عقب نشینی زنان و تسلیم آنان در برابر شرایط خواهد شد. در واقع زنان به دلیل ویژگی‌های روانشناختی و جسمی و مسئولیتی که به عنوان نقش همسر موضوع می‌تواند به تقویت نهادینه شدن ارزش‌های مردانه کمک نماید. از طرف دیگر نبود فرهنگ منسجم در برابری و عدالت و فقدان شبکه‌های حمایتی باعث خواهد شد تا زنان در محیط‌های کاری از ترس برچسب‌های اخلاقی، بیشتر تابع دستورات باشند و کمتر تابع و توان پیگیری حقوق خود را داشته باشند، شاید دلیل این اتفاق فقدان فرهنگ کلان در سطح جوامع در برابری حقوق زنان در برابر مردان می‌باشد که این موضوع وجود سیاست‌های مردانه و قوانین حمایتی کمتر از زنان را به وضوح نشان می‌دهد. از طرف دیگر ضعف اعتماد به نفس و وجود ناامیدی در زنان نسبت به آثیه کاری و ارتقاء شغلی باعث شده است تا زنان همواره در محیط‌های کاری در اقلیت قرار بگیرند و توانمندی‌های آنان از جانب ساختارهایی که در لایه‌های سازمانی ریشه دوانده و تقویت شده، نادیده گرفته شود. براین اساس اقلیت فرض شدن زنان چندان دور از واقعیت نیست، چراکه وجود کلیشه‌های و تصورات قالبی جنسیتی در کنار فرهنگ‌های مردانه باعث خواهد شد تا زنان در مسئولیت‌های شغلی غالباً پست‌های بالایی سازمانی را کسب نکنند و یا در زمان ارتقاء عدالت و برابری با مردان را تجربه ننمایند. پژوهش‌های زیادی به علل و مفاهیم شرایط علی یاد شده اشاره نمودند که از آن جمله می‌توان به پژوهش‌هایی همچون سیمپسون و هولی (۲۰۱۱)؛ کاسینی (۲۰۱۶) و پرتنورتزات و ولف (۲۰۰۸) در جهت تطبیق با این پژوهش یاد کرد. در تحت شرایط مداخله‌گر مدل ارائه شده مشخص شد، دو بعد شخصیتی و تفاوت‌های جنسیتی برحسب مهارت عواملی هستند که باعث خواهند شد تا حتی در صورت وجود سقف شیشه‌ای، زنان دارای رفتارهای سازمانی تقویت شده تر و توانمندی‌های مهارتی خود را به سازمان و ساختارهای حتی مردانه تحمیل نمایند و برحسب شایستگی‌ها و ظرفیت‌هایی که از خود نشان می‌دهند، به عنوان مهره‌های ارزش محور در محیط کاری قابل اتکا هستند و بسیاری از عملکردهای سیستم تحت تاثیر و نفوذ آنان قرار دارد. از طرف دیگر براساس مولفه‌های شرایط زمینه‌ای باید

بیان نمود، اعتماد به سیستم به عنوان دوره‌ای گذار از فشار در محیط کاری می‌تواند زمینه سقف شیشه‌ای را سست تر کند و به فرد در محیط کاری آرامش بیشتری دهد که این فشارها روزی گذرا است و فرد در مقام شغلی که قرار گرفته است، به حقوق نادیده گرفته شده اش می‌رسد، هرچند نمی‌توان این معیار را به تنهایی علت کاهش سقف شیشه‌ای دانست، چراکه وجود یک باور و اعتقاد می‌تواند دلیلی برای این ادراک باشد. در واقع یک فرد دارای اعتقادات مذهبی و دینی با ارجاع به باورهای خود همواره تلاش می‌کند آرامش بیشتری را بر قلب و جسم خود حاکم نماید و کمتر تحت تاثیر فشارهای بیرونی قرار گیرد. انعکاس این باورها در محیط سازمان در قالب رسانه‌های مشترک همچنین به تقویت بیشتر کارکردهای اثربخشی زنان در محیط کاری و تقلیل اثرات سقف شیشه‌ای منجر خواهد شد. همچنین مشخص شد قرار گرفتن خانواده در کنار زن و تحکیم ارزش‌های خانوادگی باعث خواهد شد تا باورهای زنان نسبت به ایجاد تعادل بیشتر در محیط کار با خانواده تقویت شود و فرد با انگیزه بیشتری در محیط کار، فارغ از فشارهای فرهنگی و قدرت طلبی‌های مردانه، تلاش نماید. در تحت این شرایط شاید بتوان انتظار داشت تا زمینه تقلیل اثرات سقف شیشه‌ای ادامه یابد. نتایج این بخش از مولفه‌های ارائه شده به طور مفهومی تاحدی با پژوهش صداقت زادگان و همکاران (۱۳۹۶) مطابقت دارد. در بخش راهبردهای مدل پارادایمی ارائه شده، مشخص گردید، موجه‌سازی در قالب سه بخش کارکردی (که اشاره به توجیه مردانه و سیاست‌های سازمانی در باب عدم حمایت از زنان در لایه‌های پنهان دارد اما به ظاهر تلاش دارد تا حقوق زنان در ارتقاء، تقسیم اختیارات و ... را محترم تلقی نماید)؛ ادراکی (که به دنبال متقاعد کردن زنان در چارچوب‌های ساختاری دارد) و موجه‌سازی رفتاری/مهارتی (که ریشه در عدم توانمندی‌های زنان در تصمیم‌گیری دارد) تلاش دارد تا سطحی از نادیده انگاشتن زنان را در محیط شغلی تقویت نماید و با تضعیف خودباوری آنان برحسب رفتارهای انحرافی همچون تحقیر و ترور شخصیت به نوعی با آنان بازی سیاسی نماید، بازی که زنان را ابزاری برای رسیدن به اهداف تلقی می‌کند و با بهانه تراشی‌های مختلف عدم استفاده از زنان را در پست‌های مدیریتی توجیه می‌نماید. همچنین این استراتژی‌ها باعث خواهد شد تا زنان در برابر یکدیگر صف آرایی کنند و این بهترین استراتژی برای افزایش استعاره سقف شیشه‌ای از جانب ساختارها یا مدیران سازمان‌ها می‌باشد. براساس پژوهش‌های انجام شده می‌توان گفت پژوهش‌های علاسوند (۱۳۹۷)؛ عیلزاده و دانش (۱۳۹۶)؛ غلامزاده و همکاران (۱۳۹۴) و لوقران و مک دونالد<sup>۱</sup> (۲۰۱۵) با مولفه‌های شناسایی شده در این بخش تاحدی مطابقت دارد. در نهایت براساس پیامدهای تداوم وجود سقف شیشه‌ای در قالب مدل پارادایمی مشخص شد، یکی از مهمترین تاثیرات منفی بر عملکردهای زنان براساس استعاره سقف شیشه‌ای، پیامدهای منفی روانشناختی است، پیامدهایی که ضمن کاهش کارکردهای روانی فرد، از منظر جسمی فرد را دچار استیصال می‌نماید و این موضوع باعث خواهد شد تا توانمندی زنان تحت تاثیر قرار گیرد. این موضوع باعث خواهد شد تا مولفه‌های روانشناختی همچون نگرش و ادراک که پایه رفتار و شخصیت زنان را شکل می‌دهند با رشدی معکوس و منفی تداوم یابند که این موضوع می‌تواند به افزایش سطح رفتارهای انحرافی در محیط کار و بزهکاری‌های شغلی و مسئولیتی منجر گردد و در بلندمدت باعث کاهش بهره‌وری و اعتماد سازمانی گردد. از منظری دیگر ضمن اینکه زنان را با تعارض‌های شغلی مواجه می‌سازند، در عین حال باعث سرریز شدن منفی کار به محیط خانواده خواهد شد، سرریزی که جنبه‌های منفی و فشارهای روانی را به محیط خانواده انتقال می‌دهد و باعث می‌گردد تا پیامدهای فراسازمانی همچون عدم اعتماد در سطح جامعه، بیماری، افزایش هزینه‌های اجتماعی و ... را به همراه داشته باشد و نگرشی از ارزش‌های مردگرایانه را تقویت نماید که ضمن تقبیح آن به عنوان یک نهاد اجتماعی از سوی مردم و جامعه، تبعات منفی را برای سازمان به همراه خواهد داشت و باعث ائتلاف منابع سازمان و توانمندی زنان می‌گردد. نتیجه بدست آمده در این بخش نیز با پژوهش‌های سیمپسون و هولی (۲۰۱۱)؛ کاسینی (۲۰۱۶) و پرتورزات و ولف (۲۰۰۸) مطابقت دارد.

نتایج در بخش کمی براساس مدل نهایی تحقیق، ۱۲ عامل (سیاست‌های سازمانی مردانه، مردانه‌سازی بازی‌های قدرت، تابوی لابی‌گری سازمانی برای زنان، قدرت به عنوان یک ارزش مردانه، پذیرش و تسلیم، فشار انتظارات ناشی از نقش، انسدادهای فرهنگی/اجتماعی در روابط سازمانی زنان، هژمونی ارزش‌های مردسالارانه در جامعه، مدیریت و سازمان‌های مرد سالار، مردانه بودن قوانین و مقررات، مردمداری ادراک شده از دین، کلیشه‌های جنسیتی) به عنوان عوامل علی ایجاد پدیده سقف شیشه‌ای تایید گردیدند. از بین این عوامل ابتدا عامل هژمونی ارزش‌های مردسالارانه در جامعه با بار عاملی یا ضریب تاثیر (۰/۲۶۳)؛ سیاست‌های سازمانی مردانه با بار عاملی (۰/۱۸۶)؛ مدیریت و سازمان‌های مردسالار با ضریب تاثیر (۰/۱۸۱)؛ پذیرش و تسلیم با ضریب تاثیر (۰/۱۸۰) و سپس فشار انتظارات ناشی از نقش با ضریب تاثیر (۰/۱۷۱) به ترتیب بیشترین اثر را به عنوان شرایط علی ایجاد سقف شیشه‌ای اعمال می‌نمایند. عوامل مذهب، رسانه، خانواده به عنوان عوامل زمینه‌ای موثر بر راهبردهای اعمال سقف شیشه‌ای تایید شدند که در بین این عوامل، خانواده با ضریب تاثیر (۰/۸۴۱) و سپس مذهب با ضریب تاثیر (۰/۸۲۶) بیشترین اثر را به عنوان یک عامل محیطی بر استراتژی‌ها و راهبردهای اعمال پدیده سقف شیشه‌ای دارد. عامل ویژگی‌های شخصیت با زیر مولفه‌های نقش تعدیل گر ویژگی‌های شخصیتی در پیگیری رشد و ارتقاء نقش تعدیل‌گیر شخصیت افراد در ورود به لابی‌گیری‌های سازمانی، نقش تعدیل‌گر شخصیت افراد در به کارگیری مولفه‌های مدیریت برداشت به عنوان عوامل مداخله‌گر مطرح شد که در بین این عوامل، ایتم شخصیت افراد در ورود به لابی‌گیری‌های سازمانی با ضریب تاثیر (۰/۹۲۱) بیشترین تاثیر را بر راهبردها و استراتژی‌ها اعمال می‌نماید. عوامل موجه‌سازی و تضعیف خودباوری زنان از عوامل موثر بر راهبردها و استراتژی‌های اعمال سقف شیشه‌ای بودند که در بین این عوامل، ایتم موجه‌سازی با ضریب تاثیر (۰/۹۱۷) بیشترین کاربرد را در به کارگیری تاکتیک‌های اعمال سقف شیشه‌ای دارد. در بین پیامدهای سقف شیشه‌ای (پیامدهای روانشناختی-کژ رفتارها و نگرش‌های سازمانی-

<sup>1</sup> Loughran & McDonald



پیامدهای سازمانی-تقویت و بازتولید وجه مردانگی سازمان؛ پیامدهای سازمانی با ضریب تاثیر (۰/۹۴۶) و کز رفتارها و نگرش‌ها سازمانی با ضریب تاثیر (۰/۹۱۲) به ترتیب اثرگذارترین پیامدهای وجود سقف شیشه‌ای در سازمان بودند.

### پیشنهادات

الف: پیشنهادات کاربردی در حوزه هژمونی ارزش‌های مردسالارانه در جامعه ضروری است حقوق زنان در شرکت از سوی کمیته های مربوطه تعریف و باز تعریف شده و در قالب دستورالعمل هایی به تمامی مدیریت ها و مناطق شرکت اعلام شود. زنان در نقش مادر باید به منظور تفسیر آموزه های اجتماعی موجود، عبور و سبقت از تمامی افسانه ها و آزادی بخشیدن و قانونی کردن وجود زنان در سازمان ها تلاش کنند. از آنجا که یکی دیگر از موارد شکل گیری هژمونی ارزش های مردسالارانه در جامعه میتواند نگرش های مردسالارانه حاکم در جامعه باشد، پیشنهاد میشود ضمن شناخت علل شکل گیری رویکردهای مردسالارانه تربیت خانوادگی، اعتماد به نفس پایین مردان که بسیاری از آنها به دلیل ضربه های روحی در طول زندگی، وقتی در جایگاه قدرت قرار می گیرند از آن سوءاستفاده میکنند، اثبات مرد بودن که برخی از مردان برای اثبات مردانگی خود به خشونت و ابزار قدرت روی می آورند به ویژه در شرکت ( باید برای تغییر این نگرش ها از طریق فرهنگ سازی ها، آموزش ها، بخشنامه ها تلاش کرد. ضمن اینکه زنان در صورت شناخت علل رویکردهای مردسالارانه راحت تر میتوانند برای تغییر ذهن همکاران مرد خود تلاش کنند .

ب: پیشنهاد کاربردی در حوزه سیاست‌های سازمانی مردانه و تابوی لابی‌گری سازمان برای زنان با عنایت به اینکه از دیدگاه متخصصان رفتار سازمانی، سیاست‌های سازمانی را در سازمان نمی توان از بین برد، اما میتوان آن را کنترل و مدیریت کرد. لذا در این زمینه زنان باید از طریق اطلاع و شناخت کامل نسبت به فرایند ساخت ائتلاف که مردان به منظور دستیابی به کنترل بر روی یک موقعیت و کسب مزایای سازمانی به کار می برند با سیاست های سازمانی مردانه آشنا شده و با این رویکرد که به کار بردن رفتارهای سیاسی نه تنها منفی نیست، بلکه میتواند به گونه ای مثبت از آن در جهت بازپس گرفتن حق و حقوق سازمانی پایمال شده خود در طول سال ها فعالیت در سازمان استفاده کرد، ارزش سیاست های محیط کار را درک کرده و با به چالش کشیدن تفکر مرتبط بودن رفتارهای سیاسی با ویژگی های سنتی مردانه به دلیل در نظر گرفتن قدرت به عنوان یک ارزش مردانه، به رفتارهای سیاسی سازمانی ورود پیدا کرده و با اهمیت تلقی کردن رفتارهای سیاستمدارانه در محیط کار به کسب مهارت های سیاسی نظیر قدرت مذاکره، نحوه تأثیرگذاری و متقاعد کردن دیگران، شبکه سازی و ایجاد گروههای حمایتگر از طریق شکستن تابوی لابی‌گری سازمانی، بپردازند.

ج: پیشنهادات کاربردی در حوزه مدیریت و سازمان‌های مردسالار برای پیشگیری از تقویت و تلاش در جهت کاهش ضخامت و در نهایت شکستن سقف شیشه ای موجود در سازمان به دلیل عدم اعتماد به مدیریت زنان و سبک مدیریت مردسالار، ترجیح رؤسا به جذب و ارتقای مردان و نیز تسلط دیرینه آنها بر ساختارهای اداری، میتوان گفت در وهله اول زنان باید در کنار حضور فضای خصوصی، وارد عرصه عمومی شوند، این ورود به عرصه عمومی و حضور در فضاهای اداری و موقعیت های شغلی میتواند غیبت سالیان متمادی زنان از حوزه عمومی را موجه کند. همچنین در کنار کمیت این حضور، کیفیت حضور نیز بسیار مهم است و پیشنهاد میشود که زنان با نشان دادن توانایی اجرایی و عملکردی خود در رده های مدیریت خرد و میانه، کم کم به سوی تصدی پست های مدیریتی در سطح کلان در حرکت باشند. صرف حضور در فضای عمومی برای شکستن سقف شیشه ای حاکم بر سازمان ها به هیچ عنوان کفایت نمیکند و زنانی که در گام نخست وارد حوزه عمومی شده اند، باید حتما در پی ارتقاء و تکامل نقش های شغلی و بالا بردن پایگاه حرفه ای خود در جامعه باشند.

د: پیشنهادات کاربردی در حوزه پذیرش و تسلیم هنگامی یک زن به این باور برسد که شایستگی ارتقاء مرتبه در سازمان و جامعه را داراست، امکان پرورش و تربیت فرزندان دختری که این خود باوری ملکه ذهن آنها خواهد بود را به دست می آورد. زنی که یاد بگیرد در برابر تضييع حق و بی عدالتی نباید سکوت اختیار کند و برای ارتقاء جایگاه خود تلاش کند و در نبرد باشد، زنی است که امکان شکستن سقف های شیشه ای در سازمان را نیز خواهد داشت. زنی که با آزادی فکر، جسارت و قدرت عملکردی آموزش ببیند، مهم‌ترین عامل تهدید سقف شیشه ای در سازمان است. برای دستیابی زنان به رده های ارشد مدیریتی در سازمان های ایران نیز تلاش زنان در رقابت حرفه ای و شغلی و نیز واکنش به نابرابری های سازمانی میتواند عامل مهمی در جهت تضعیف و حذف سقف شیشه ای در سازمان باشد. برای زدودن سقف شیشه ای در سازمان نباید زن را با قالب مشخص و تعیین شده جامعه تعریف کرد و یک ساختار فرهنگی-اجتماعی ثابت برای وی در نظر گرفت، بلکه باید متناسب با شرایط محیط جامعه جهت پیشرفت و ارتقاء به وی آموزش داد. تغییر تربیت قالبی تحمیل شده بر زنان و جایگزین کردن آن با خودباوری در برابری و تشابه با مردان در جامعه سبب پیشرفت و ارتقای آنها در سازمان خواهد شد.

ه- پیشنهادات کاربردی در حوزه فشار انتظارات ناشی از نقش با توجه به مفاهیم مستتر در الگوهای نقشی و شغلی فمینیست پست مدرن در نهایت باید عنوان کرد که وظایف فوق چون سبب کاهش فردیت شخص میشود و او را دچار تعدد ایفای نقش می‌کند، پس بر تأیید اثرگذاری سه فرض مستتر در مقوله فشار انتظارات ناشی از نقش ( نقش اجتناب ناپذیر مادرانه در تمام مراحل رشد فرزند- اولویت ذهنی خانم ها به فرزند پروری و ایفای نقش های خانوادگی در مقایسه با ارتقای سازمانی-اعمال محدودیت هایی از جانب خانواده بالاخص همسر بر زنان) صحنه میگذارد و عملا نقشهای مادری همسری میتواند نقش مهم و تأثیرگذاری بر

کاهش دستیابی آنان بر موقعیتهای شغلی و حرفه ای داشته باشد. شاید به جرأت بتوان گفت مهم ترین مانع پیشرفت حرفه ای و شغلی زنان در سازمان در جهت شکستن سقف شیشه ای همین مورد است که از راه حل ها و راهکارهای پیشنهادی در خصوص آن میتوان به دایرکردن مهد کودک مناسب در شرکت، افزایش زمان ساعت مرخصی جهت شیردهی، کاهش ساعات کاری موظف زنان باردار و بچه دار، تفویض مسؤولیت فرزندپروری به پدرکودک یا پرستار، همکاری بیشتر مرد در نگهداری و مراقبت از فرزندان اشاره کرد .

و - پیشنهادات کاربردی در حوزه عوامل زمینه ای

از آنجا که مهم ترین آیتم در قسمت عوامل زمینه ای خانواده از بعد نقش آن در جامعه پذیری جنسیتی و شکل گیری هویت جنسیتی است، لذا به منظور جلوگیری از ایجاد سقف شیشه ای در زندگی کاری آینده فرزندانمان پیشنهاد میشود که ضمن شناخت عوامل مؤثر بر هویت جنسیتی که میتواند متغیرهایی مانند تبعیض جنسیتی در خانواده، نحوه تقسیم کار در خانواده، هرم قدرت در خانواده باشد، بدین صورت که هر چه تبعیض جنسیتی شدیدتر، تقسیم کار جنسیتی در خانواده سنتی تر، هرم قدرت در خانواده سنتی تر و پایگاه اجتماعی اقتصادی پایتتر باشد، هویت دختران نیز به صورت سنتی تر شکل میگیرد .

ز- پیشنهادات در حوزه راهبردها

با توجه به اینکه پرکاربردترین استراتژی اعمال سقف شیشه ای، سیاست های موجه سازی زنان است، لذا زنان باید با آگاهی کامل از این سیاست ها که سیاست گذاران تلاش میکنند زنان را از پیگیری ارتقاء و دست یافتن به حقوق خود منصرف کنند، مقاومت کنند. از جمله این سیاست ها میتوان به توجیه زنان به این طریق که مردان نان آور و پایه اصلی اقتصاد خانواده بوده و ارتقاء و افزایش درآمد آنها نسبت به زنان اهمیت بیشتری دارد، به کار بردن بهانه هایی نظیر درگیری زنان به بارداری و فرزندپروری و عدم امکان واگذاری سمت های مسؤولیتی به آنها، یا تسخیر احساسات زنان از طریق مهم جلوه دادن وظایف همسری و مادری در مقابل وظایف سازمانی اشاره کرد.

## منابع

- رضایپور، محمد، قهرمانی، جعفر، عباسزاده سهرن، یدالله. (۱۳۹۹). شناسایی عوامل شکل گیری سقف شیشه ای فراروی ارتقاء زنان در پست های مدیریتی کشور، فصلنامه علمی-پژوهشی زن و جامعه، ۱۱(۴۴): ۹۳-۱۱۶.
- شفی، آرزو، اعتباریان، اکبر، ابراهیمزاده دستجردی، رضا. (۱۳۹۷). طراحی مدل تحلیل ساختاری-تفسیری عوامل مؤثر بر ایجاد سقف شیشه ای بر اساس تحلیل دلفی (مطالعه موردی: زنان شاغل در ستاد شرکت ملی پخش فرآورده های نفتی ایران)، مطالعات اجتماعی روان شناختی زنان، ۱۶(۲): ۵۵-۷۷.
- صدافت زادگان، شهناز، ملکی، امیر، خسروی، ناهید. (۱۳۹۶). بررسی عوامل اجتماعی مرتبط با نگرش به ارتقای مشارکت زنان در سطوح مدیریتی، ۲(۴): ۱۱۵-۱۳۸.
- علاسوند، فریبا. (۱۳۹۷). عدالت جنسیتی به مثابه یک مفهوم تفسیرپذیر و نامتین، مطالعات فقهی حقوقی زن و خانواده، ۱(۱): ۷۸-۵۹.
- علیرزاده، اعظم، دانش، پروانه. (۱۳۹۶). تحلیل جامعه شناختی سهمیه بندی جنسیتی در آموزش عالی ایران. مطالعات اجتماعی روان شناختی زنان، ۱۵(۱)، ۷-۳۹.
- غلامزاده، داریوش، حق شناس کاشانی، فریده، محمدخانی، فاطمه. (۱۳۹۴). تأثیر سبک رهبری بر باورهای سقف شیشه ای زنان. مطالعات اجتماعی روان شناختی زنان، ۱۳(۳)، ۱۹۷-۲۷۵.
- ملایی، پخشان، الوانی، سیدمهدی، زاهدی، شمس السادات، علی نژاد، علیرضا. (۱۳۹۹). فراتحلیلی بر شناسایی موانع ارتقاء زنان به سطوح مدیریت در سازمان های دولتی ایران، مشاوره شغلی و سازمانی، ۱۲(۴۲): ۱۹۹-۲۲۴.
- Ashby, J., Ryan, M., & Haslam, S. (2007). Legal work and the glass cliff: Evidence that women are preferentially selected to lead problematic cases. *William and Mary Journal of Women and the Law*, 13(3): 775-793.
- Bülbül, S. (2020). Glass ceiling in academia revisited: evidence from the higher education system of Turkey, *International Journal of Sociology*, <https://doi.org/10.1080/00207659.2021.1881872>
- Choi, S., Park, Ch, O. (2018). Glass Ceiling in Korean Civil Service: Analyzing Barriers to Women's Career Advancement in the Korean Government, *Public Personnel Management*, 43(1): 118-139. <https://doi.org/10.1177/0091026013516933>

- Cornelius, N. & Skinner, D. (2005). An alternative view through the glass ceiling using capabilities theory to reflect on the career journey of senior women. *Women in Management Review*, 20(8): 595-609
- Edirisinghe, C. L. (2018). The Paradox of Glass Ceiling Effect: A Study on the Individual Barrier and Organizational Barrier among Female Executives in the Selected Large Apparel Industry, Sri Lanka, *International Journal of Scientific and Research Publications*, 8(8): 123-149.
- Hastie, B. (2016). Gender Stereotypes, the Wiley Blackwell Encyclopedia of Gender and Sexuality Studies, <https://doi.org/10.1002/9781118663219.wbegss174>
- Hultin, M. (2003). Some take the glass escalator, some hit the glass ceiling: career consequences of occupational sex segregation. *Work Occupational*, 30(2): 30-61.
- Loughran, T., & McDonald, B. (2015). Old Glass Ceiling are hard to break: Gender usage Trends in Annual Reports. *Studies in Communication Sciences*, 77(2): 1-7
- Ryan, M. K., & Haslam, S. A. (2007). The glass cliff: Exploring the dynamics surrounding the appointment of women to precarious leadership positions. *Academy of Management Review*, 32(2): 549-572.
- Salvati, M., Piumatti, G., Giacomantonio, M., Baiocco, R. (2019). Gender stereotypes and contact with gay men and lesbians: The mediational role of sexism and homonegativity, *Journal of Community & Applied Social Psychology*, <https://doi.org/10.1002/casp.2412>

**نحوه استناد به مقاله:**

شفی، آرزو؛ فهیمی تبار، حسین؛ احمدی، مجتبی؛ دانش، سیدحسین؛ حیدری گوجانی محمد. (۱۴۰۱). شناسایی مولفه های سقف شیشه ای و ارائه مدل ارزیابی آن بر اساس رویکرد آمیخته اکتشافی در شرکت ملی پخش فراورده های نفتی. *توانمندسازی سرمایه انسانی*. ۵ (۳)، ۲۱۳ - ۲۲۸.

[https://jhce.rasht.iau.ir/article\\_695213.html](https://jhce.rasht.iau.ir/article_695213.html)