

تأثیر کلیشه‌های جنسیتی بر ایفای نقش‌های مدیریت در دو بخش

صنعت و خدمات

تاریخ پذیرش: ۱۳۹۸/۰۹/۲۰

تاریخ دریافت: ۱۳۹۸/۰۶/۰۸

شهرزاد نیری،^۱ محمود دهقان نیری^۲

از صفحه ۱ تا ۳۲

چکیده

زمینه و هدف: این پژوهش با هدف بررسی کلیشه‌های جنسیتی و کلیشه‌های مدیریتی در دو بخش صنعت و خدمات انجام شده است.

روش‌شناسی: این پژوهش به لحاظ هدف کاربردی و از نظر روش توصیفی-هم‌بستگی است. نمونه آماری شامل ۶۱۵ نفر مشتمل بر ۳۴۰ نفر از بخش صنعت و ۲۷۵ نفر از بخش خدمات انتخاب شدند. گردآوری داده‌ها با استفاده از پرسش‌نامه انجام شد. برای بررسی برازش مدل اندازه‌گیری از معیارهای آلفای کرونباخ، پایایی ترکیبی و شاخص متوسط واریانس استخراج‌شده و برای برازش مدل ساختاری از شاخص‌های ضریب تعیین، ضریب قدرت پیش‌بینی و نیکویی برازش استفاده شد. بررسی سؤال‌های پژوهش با استفاده از آزمون‌های تی دو نمونه مستقل، تحلیل واریانس، تعقیبی توکی و تکنیک مدل‌سازی معادلات ساختاری انجام شد.

یافته‌ها: یافته‌ها بیان‌گر آن است که میزان برخورداری زنان از صفت عاملیت در دو بخش خدمات و صنعت با یکدیگر تفاوت معنی‌داری ندارد. میزان برخورداری زنان از صفت پیوندجویی در بخش صنعت بیش‌تر از بخش خدمات است. به علاوه زنان در بخش خدمات به یک اندازه برای تمام نقش‌های مدیریتی مناسب هستند، در حالی که در بخش صنعت نقش اطلاعاتی برای زنان مناسب‌تر تشخیص داده می‌شود. ویژگی عاملیت در دو بخش صنعت و خدمات دارای تأثیر مثبت بر ایفای نقش‌های مدیریتی است، در حالی که ویژگی پیوندجویی در بخش صنعت بر ایفای نقش‌های اطلاعاتی، تصمیم‌گیری و میان‌فردی و در بخش خدمات صرفاً بر ایفای نقش میان‌فردی تأثیر مثبت دارد.

نتیجه‌گیری: نگرش‌های کلیشه‌ای در هر دو بخش صنعت و خدمات وجود دارد. این نگرش‌های کلیشه‌ای در بخش صنعت پررنگ‌تر از بخش خدمات هستند.

واژه‌های کلیدی: کلیشه جنسیتی، نقش مدیریتی، صنعت، خدمات.

۱- استادیار دانشگاه تربیت مدرس. (نویسنده مسئول، رایانامه: sh.nayyeri@modares.ac.ir)

۲- استادیار دانشگاه تربیت مدرس.

مقدمه

ایران بر اساس جدیدترین گزارش سالانه مجمع جهانی اقتصاد در مورد شکاف جنسیتی^۱ در رتبه ۱۴۲ از میان ۱۴۹ کشور قرار گرفته و از نظر برابری زنان و مردان دارای امتیاز ۰/۵۸۹ است (امتیاز صفر به معنای نابرابری کامل و امتیاز یک به معنای برابری کامل است). این گزارش میزان نابرابری‌ها در رتبه‌بندی کشورها را با تمرکز بر چهار حوزه اقتصاد، سیاست، سلامت و آموزش گزارش می‌کند. بر اساس اطلاعات مندرج در این گزارش، ایران در حوزه مشارکت اقتصادی رتبه ۱۴۳، در حوزه توانمندی سیاسی رتبه ۱۴۱، در حوزه سلامت رتبه ۱۲۷ و در حوزه آموزش رتبه ۱۰۳ را دارا است. همان‌گونه که مشاهده می‌شود وخیم‌ترین شاخص به حوزه مشارکت اقتصادی اختصاص دارد. حوزه مشارکت اقتصادی مشتمل بر سه زیرمجموعه شکاف‌های مشارکت، پاداش و پیشرفت است. ایران از بعد شاخص شکاف پیشرفت که با استفاده از نرخ زنان و مردان در سمت مدیران ارشد محاسبه می‌شود دارای رتبه ۱۱۷ و میانگین ۰/۲۳۵ است (مجمع جهانی اقتصاد^۲، ۲۰۱۸). البته حضور کم‌رنگ زنان در سمت مدیران ارشد در سازمان‌ها خاص کشور ما نبوده و در عرضه جهانی نیز کم و بیش چنین وضعیتی وجود دارد. به‌عنوان مثال برخی مطالعات بین‌المللی نشان داده‌اند که حضور زنان در سمت اعضای هیات مدیره شرکت‌ها بسیار کم است (الستاد و لدگارد^۳، ۲۰۱۲). آمارها نیز نشان می‌دهند که در میان رؤسای ۵۰۰ شرکت برتر فورچون تنها ۲۴ مدیر زن وجود دارد (زاریا^۴، ۲۰۱۸).

عموم نظریه‌های روان‌شناختی مرتبط با حوزه جنسیت و قدرت، برای واکاوی حضور کم‌رنگ زنان در موقعیت‌های مدیریتی بر نقش کلیشه‌های جنسیتی^۵ تأکید دارند (رودمن^۶، ۲۰۱۲؛ ایگلی و کارا^۷، ۲۰۰۲). کلیشه‌های جنسیتی تعمیماتی هستند که در مورد زنان و مردان به دلیل جنسیتشان اعمال می‌شوند. این کلیشه‌ها مشتمل بر دو نوع

۱- Gender Gap

۲- World Economic Forum

۳- Elstad & Ladegard

۴- Zarya

۵- Gender Stereotypes

۶- Rudman

۷- Eagly & Karau

توصیفی^۱ و تجویزی^۲ هستند (ایگلی و کارو، ۲۰۰۲). اگرچه هر دو دسته این کلیشه‌ها می‌توانند مانع رشد حرفه‌ای زنان شوند، اما بنابر اصل تحدید موضوعی در این پژوهش تنها تأثیرات کلیشه‌های توصیفی بررسی شده است. کلیشه‌های جنسیتی توصیفی مشخص می‌کنند که زنان و مردان چگونه هستند. این دسته از کلیشه‌ها با ایجاد درک عدم تناسب میان ویژگی‌هایی که تصور می‌شود زنان دارا هستند و ویژگی‌هایی که برای موفقیت در جایگاه‌های مردانه ضروری است، انتظاراتی منفی در مورد عملکرد زنان ایجاد می‌کنند، به نحوی که عموم افراد زنان را کم‌تر از مردان برای نقش‌های مدیریتی مناسب می‌بینند (هیلمن، ۲۰۰۱).

پژوهش‌ها در مورد کلیشه‌های جنسیتی توصیفی دو شاخه اصلی عاملیت^۳ و پیوندجویی^۴ را در بر می‌گیرند (گیل^۵، ۲۰۰۴؛ هیلمن، ۲۰۱۲). زنان و مردان از نظر صفات دست‌یابی که اغلب با عنوان عامل شناخته می‌شود و بر حسب صفات اجتماعی بودن که پیوندجو نام‌گذاری می‌شود، متفاوت هستند (ماسکاتلی^۶ و همکاران، ۲۰۲۰). این کلیشه‌های سنتی در مورد زنان و مردان در محیط‌های کاری نیز مستولی هستند. زنان در جایگاه‌های مدیریتی کم‌تر با صفات عاملیت شناخته می‌شوند، در حالی که مطالعات نشان داده‌اند که ایفای نقش‌های مدیریت بیش‌تر نیازمند ویژگی عاملیت است (میوسن^۷ و همکاران، ۲۰۱۹). در نتیجه یک عدم تناسب میان ویژگی‌های زنان و ویژگی‌های مورد نیاز مدیران وجود دارد (هیلمن، ۲۰۰۱؛ هنتسچل^۸ و همکاران، ۲۰۱۹).

دیدگاه‌های کلیشه‌ای در مورد این‌که زنان چگونه هستند و مردانه دیدن برخی نقش‌ها در سازمان، در کنار هم سبب می‌شوند که تعصب جنسیتی در ارزیابان پدید بیاید و قضاوت‌های مغرضانه در مورد زنان شکل بگیرد. به‌علاوه تناسب درک شده میان ویژگی‌های یک فرد و الزامات شغل از نظر مهارت و توانایی، تعیین‌کننده انتظارات عملکردی است. اگر تناسب درک شده مثبت باشد، آن‌گاه موفقیت انتظار می‌رود، اما اگر

۱- Descriptive

۲- Prescriptive

۳- Agency

۴- Communalilty

۵- Gill

۶- Moscatelli

۷- Meeussen

۸- Hentschel

تناسب منفی باشد، شکست انتظار می‌رود. این انتظارات عملکردی ناشی از تناسب، چه مثبت و چه منفی فرایندهای ارزیابی و تصمیم‌گیری را تحت تأثیر قرار می‌دهند (هیلمن و همکاران، ۱۹۹۵). هرچه درجه کلیشه‌ای دیدن یا درجه مردانه بودن نوع شغل بیش‌تر باشد، تناسب کم‌تری درک شده و انتظارات منفی بیش‌تری حادث خواهد شد. به‌نظر می‌رسد که درجه و میزانی که یک پست مدیریتی از نظر جنسیتی مردانه قلمداد شود به عوامل مختلفی مانند بخش کاری، حوزه کاری، سطح مدیریت و ... ارتباط دارد (هیلمن، ۲۰۰۱). از این‌رو هدف پژوهش‌گران در این مقاله بررسی تأثیر کلیشه‌های جنسیتی بر نقش‌های مدیریتی با تأکید بر بخش کاری و در دو حوزه صنعت و خدمات است. بدین ترتیب سؤالات اصلی پژوهش به‌شرح زیر توسعه یافته‌اند:

- آیا میزان برخورداری زنان از صفت عاملیت در دو بخش صنعت و خدمات با یکدیگر تفاوت معناداری دارد؟
- آیا میزان برخورداری زنان از صفت پیوندجویی در دو بخش صنعت و خدمات با یکدیگر تفاوت معناداری دارد؟
- آیا میان باور کارکنان شاغل در دو بخش صنعت و خدمات نسبت به ایفای نقش‌های مدیریتی توسط زنان تفاوت معناداری وجود دارد؟
- صفات عاملیت و پیوندجویی چگونه بر ایفای نقش‌های مدیریتی زنان در دو بخش صنعت و خدمات تأثیر می‌گذارد؟

بیان مسئله: مطالعات متعددی پیرامون رابطه میان حضور زنان در پست‌های مدیریتی و عملکرد سازمان‌ها انجام شده است (ایگلی^۱، ۲۰۱۶). برخی از این پژوهش‌ها نشان می‌دهند که رابطه مثبتی میان حضور زنان در جایگاه‌های مدیریتی و ارتقای عملکرد سازمان‌ها وجود دارد (وولی^۲ و همکاران، ۲۰۱۰). برخی دیگر بر رابطه مثبت میان حضور زنان و مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها تأکید می‌کنند (ماتسا^۳، ۲۰۱۴). برخی مطالعات نیز نشان داده‌اند که حضور بیش‌تر زنان در سطوح مدیریت بر عملکرد مالی

۱- Eagly
۲- Woolley
۳- Matsa

سازمان‌ها اثر مثبت می‌گذارد (رز،^۱ ۲۰۰۷). علی‌رغم این یافته‌ها، شواهد کمی از گسترش یافتن ارزش‌های زنانه در مدیریت وجود دارد (فرناندز و کابرال کاردوس،^۲ ۲۰۰۶). اگرچه در سال‌های اخیر نقش زنان در بازار کار و تجارت به‌طور چشم‌گیری افزایش یافته است، اما هنوز هم سهم زنان از رده‌های بالای سازمانی نسبت به هم‌تایان مرد آن‌ها در سراسر دنیا بسیار کم است (ایگلی، ۲۰۰۷). به‌علاوه اگر چه نسبت به دهه‌های گذشته تعداد زنانی که پست‌های مدیریتی را تصاحب کرده‌اند رشد کرده، اما این رشد بیش‌تر در مشاغل سنتی زنانه و در سطوح میانی سازمان‌ها اتفاق افتاده است (رافتر،^۳ ۲۰۱۵). یک تفسیر برای این موقعیت و حضور کم‌تر زنان در پست‌های مدیریتی، وجود کلیشه‌های جنسیتی توصیفی در مورد زنان است که با کلیشه‌های مدیریت و رهبری در تعارض است. نگرش‌هایی مانند این که زنان و مردان از نظر صفات عاملیت و پیوندجویی متفاوت هستند و ایفای نقش‌های مدیریت بیش‌تر نیازمند ویژگی عاملیت است (میوسن^۴ و همکاران، ۲۰۱۹). لازم به ذکر است که درجه و میزانی که یک پست مدیریتی از نظر جنسیتی مردانه قلمداد شود به عوامل مختلفی مانند بخش کاری، حوزه کاری، سطح مدیریت و ... ارتباط دارد (هیلمن، ۲۰۰۱). به‌طور کلی این نگاه وجود دارد که مردان در صنعت نقش‌های سطوح عالی را بهتر از زنان ایفاء می‌کنند (ایگلی و اسزسنی،^۵ ۲۰۰۸). آمارهای جهانی نیز نشان می‌دهند که کم‌ترین سهم زنان از جایگاه‌های مدیریتی به صنعت اختصاص دارد. به‌عنوان مثال سهم زنان از جایگاه‌های مدیریتی در صنعت معدن ۱۲ درصد و در صنعت ساخت و ساز و املاک ۱۸ درصد است. در حالی که بیش‌ترین سهم زنان از جایگاه‌های مدیریتی به حوزه خدمات اختصاص دارد (ایگلی و اسزسنی، ۲۰۰۸) که به‌عنوان نمونه می‌توان به سهم بالای مدیران زنان در حوزه آموزش (۴۱ درصد)، مراقبت‌های بهداشتی (۴۱ درصد) و گردشگری (۳۳ درصد) اشاره کرد (مک‌کارتی،^۶ ۲۰۱۶). این توزیع متضاد زنان و مردان در نقش‌های اجتماعی متأثر از این کلیشه جنسیتی است که زنان بیش‌تر مناسب ایفای نقش در مشاغل مردم‌محور و خدماتی هستند تا ایفای نقش در بخش صنعت که به‌طور

۱- Rose

۲- Fernandes & Cabral-Cardoso

۳- Rafter

۴- Meeussen

۵- Eagly & Sczesny

۶- McCarthy

سنتی مردانه تلقی می‌شوند (هنسچل و همکاران، ۲۰۱۹). مسئله اصلی این پژوهش بررسی کلیشه‌های جنسیتی و تأثیر آن‌ها بر ایفای نقش‌های مدیریتی توسط زنان به تفکیک دو بخش صنعت و خدمات است.

مبانی نظری: کلیشه‌های جنسیتی توصیفی؛ در مطالعات مرتبط با موضوع کلیشه‌ها، دو بُعد عاملیت و پیوندجویی توسط صاحب‌نظران شناسایی شده است (آندر دال^۱ و همکاران، ۲۰۱۴). بُعد عاملیت که به‌طور کلیشه‌ای برای توصیف ویژگی‌های مردان به‌کار می‌رود به معنای توانایی فرد برای هدف‌گذاری و هدایت اقدامات برای تحقق آن‌ها است. این بعد مشتمل بر چهار مؤلفه دست‌یابی به هدف^۲، گرایش به پذیرش مسئولیت^۳، خودمختاری^۴ و عقلانیت^۵ است (هیلمن، ۲۰۱۲). مؤلفه دست‌یابی به هدف به معنای داشتن انگیزه برای انجام اهداف به نحو موفقیت‌آمیز است (اشمیت^۶ و همکاران، ۲۰۱۹) و مشتمل بر چهار شاخص کفایت، وظیفه‌محوری، بلندپروازی و ریسک‌پذیری است. کفایت به معنای داشتن توانایی، دانش یا مهارت لازم برای انجام کار به صورت موفقیت‌آمیز و وظیفه‌محوری به معنای تمرکز بر تکمیل وظایف خاص است. بلندپروازی نیز به معنای عزم قوی برای موفقیت است. ریسک‌پذیری به معنای تمایل به انجام اقدامات خطرناک به امید کسب نتایج مطلوب است (هیلمن، ۲۰۱۲). مؤلفه گرایش به پذیرش مسئولیت به معنای مسئولیت‌پذیری را بر عهده گرفتن و نظارت کردن بر آن است و مشتمل بر چهار شاخص جسارت، سلطه‌گری، رقابت‌جویی و قدرت تصمیم‌گیری است. جسارت به معنای بودن یا نمایش دادن یک شخصیت بااعتماد به نفس و سلطه‌گری به معنای داشتن نفوذ بر دیگران است. رقابت‌جویی نشان‌دهنده تمایل بسیار زیاد به موفق‌تر بودن نسبت به سایرین است (گیل، ۲۰۰۴). قدرت تصمیم‌گیری به معنای انتخاب یک سلسله اقدامات برای حل مسائل مهم است (آبوگر^۷، ۲۰۱۹). مؤلفه خودمختاری به معنای توانایی پیگیری فعالیت در زندگی شخصی و کاری است که مشتمل بر سه شاخص استقلال، اتکاء به خود و قاطعیت است. استقلال به معنای وابسته

۱- Underdahl

۲- Achievement-Orientatation

۳- Inclination to take charge

۴- Autonomy

۵- Rationality

۶- Schmitt

۷- Abugre

نبودن به سایرین است (سایبراج و کرامر^۱، ۲۰۱۹). اتکاء به خود به معنای وابسته بودن به قدرت و منابع خود (هیلمن، ۲۰۱۲) و قاطعیت به معنای توانایی تصمیم‌گیری سریع و مؤثر است (برنهایم^۲ و همکاران، ۲۰۱۹). مؤلفه عقلانیت به معنای معقول بودن و توانایی تصمیم‌گیری براساس تفکر هوشمند است و مشتمل بر سه شاخص تحلیل‌گری، منطقی بودن و واقع‌گرائی است. در این راستا تحلیل‌گری به معنای توانایی بررسی مسایل پیچیده و توسعه راه حل برای آن‌ها، منطقی بودن به معنای توانایی استدلال صحیح و واقع‌گرایی به معنای تحت‌تأثیر احساسات و تعصبات شخصی قرار نگرفتن است (هاینس^۳ و همکاران، ۲۰۱۶).

بُعد پیوندجویی که به‌طور کلیشه‌ای برای توصیف ویژگی‌های زنان به‌کار می‌رود به معنای هم‌بستگی است. این بُعد مشتمل بر چهار مؤلفه شامل نگرانی برای سایرین^۴، تمایل به وابسته بودن^۵، تمکین^۶ و حساسیت هیجانی^۷ است (گیل، ۲۰۰۴؛ هیلمن، ۲۰۱۲). مؤلفه نگرانی برای سایرین به معنای در نظر گرفتن نیازها و مشکلات دیگران و کمک به آن‌ها در زمان مواجهه با مشکلات است و مشتمل بر سه شاخص مهربانی، همدردی و باملاحظه بودن است. مهربان بودن به معنای نیک‌خواه بودن نسبت به دیگران، همدردی به معنای توجه نسبت به رفاه دیگران و با ملاحظه بودن به معنای پرهیز از ناراحت کردن سایرین است. مؤلفه تمایل به وابسته بودن به معنای خودمانی بودن در برخورد با افراد به‌نحوی است که دیگران در کنار آن‌ها احساس خوبی داشته باشند و مشتمل بر سه شاخص گرم بودن، رفتار دوستانه و روحیه همکاری داشتن است. گرم بودن به معنای برقراری روابط صمیمانه با دیگران، رفتار دوستانه به معنای رفتار خوشایند در قبال دیگران و روحیه همکاری نیز به معنای به انجام رساندن وظایف کاری در کنار سایر افراد و گروه‌ها است. مؤلفه تمکین به معنای احترام به دیگران است که مشتمل بر سه شاخص مطیع بودن، متانت و تواضع است. مطیع بودن به معنای خاضع بودن نسبت به اختیارات دیگران است. هم‌چنین متانت و وقار به معنای رفتار توأم با

۱- Sobieraj & Krämer

۲- Bernheim

۳- Haines

۴- Concern for others

۵- Affiliative tendencies

۶- Deference

۷- Emotional Sensitivity

تحسین و احترام با سایرین و تواضع نیز به معنای عدم تمایل به صحبت در مورد خود و جلب توجه دیگران به خود است (هاینس و استروسنر^۱، ۲۰۱۹). مؤلفه حساسیت هیجانی به معنای احساس عمیق و شدید نسبت به امور است که مشتمل بر سه شاخص احساساتی بودن، حس ششم و همدلی است (هیلمن، ۲۰۱۲). احساساتی بودن به معنای توجه به چیزهایی است که بسیاری از مردم متوجه آن نیستند. حس ششم به معنای درک حقیقت به صورت غریزی بوده و همدلی نیز به معنای احساس غم و اندوه نسبت به مشکلات سایرین است (هاینس و همکاران، ۲۰۱۶).

نقش مدیریت: نقش مدیریتی، الگویی رفتاری است که از شخص در موقعیت سازمانی مدیر انتظار می‌رود (خندوالا^۲، ۲۰۰۴). رشد و توسعه سازمانی در تمامی زمینه‌ها تنها در سایه اجرای نقش‌های مدیریتی از سوی مدیران تحقق می‌یابد. از اوایل دهه ۱۹۵۰ پژوهش‌گران بسیاری تمایل خود را برای مطالعه نقش‌های مدیریتی نشان دادند (رضائیان، ۱۳۹۷).

مینتزبرگ^۳ در زمره اولین صاحب‌نظرانی است که به این موضوع پرداخته است. او نقش‌های یک مدیر را ذیل سه دسته نقش تصمیم‌گیری، نقش اطلاعاتی و نقش متقابل شخصی دسته‌بندی کرد که در آن نقش تصمیم‌گیری مشتمل بر چهار نقش کارآفرین، آشوب‌زدا، تخصیص‌دهنده منابع و مذاکره‌کننده است. نقش اطلاعاتی مشتمل بر سه نقش گیرنده اطلاعات، نشردهنده اطلاعات و سخن‌گو است. نقش متقابل شخصی مشتمل بر سه نقش رییس تشریفات، رهبر و رابط است (مینتزبرگ، ۱۹۹۰). رابرت کوئین^۴ صاحب‌نظر دیگری است که نقش‌های مدیریتی را در قالب نقش‌های زندگی با تغییر، ایجاد تغییر، مذاکره‌کننده، توسعه زیردستان، مدیریت تعارض، تصمیم‌گیری مشارکتی، تیم‌سازی، ایجاد بهره‌وری، تدوین چشم‌انداز، برنامه‌ریزی، هدف‌گذاری، مدیریت عملکرد فردی و سازمانی و طراحی اقدامات مطرح کرد (کوئین، ۱۹۸۳). آدیزس^۵ صاحب‌نظر دیگری است که نقش‌های تصمیم‌گیری، تیم‌سازی، مدیریت کارکنان، مدیریت تغییر و مروج فرهنگ سازمانی را برای مدیران بر می‌شمارد (آدیزس، ۲۰۰۴). یکی دیگر از

۱- Haines & Stroessner

۲- Khandwalla

۳- Mintzberg

۴- Quinn

۵- Adizes

نظریه‌های ارائه‌شده در خصوص نقش‌های مدیریتی، نظریه لوتانز^۱ است. نقش‌های مدیریتی لوتانز عبارت از تبادل اطلاعات، انجام امور کتبی، برنامه‌ریزی، تصمیم‌گیری، کنترل، انگیزش، تنبیه، مدیریت مناقشات، آموزش و توسعه، تعامل با خارج سازمان و فعالیت‌های سیاسی - اجتماعی بودند (لوتانز، ۱۹۸۴). یوکی^۲ صاحب‌نظر دیگری است که یازده نقش را به‌عنوان شاخص‌های اثربخشی مدیران پیشنهاد کرد. یازده نقش مدیریتی یوکی عبارت از شبکه‌سازی، حمایت، تیم‌سازی و حل‌وفصل مناقشات، شفاف کردن نقش‌ها و اهداف، تشویق، برنامه‌ریزی و سازمان‌دهی، حل مسئله، مشورت و تفویض اختیار، مراقبت از محیط، اطلاع‌رسانی و انگیزش بودند (یوکی، ۲۰۰۷).

در پژوهش حاضر چارچوب نقش‌های مدیریتی با ترکیب نظرات صاحب‌نظران مطرح شده در قالب پنج نقش تصمیم‌گیری، اطلاعاتی، انطباق سازمانی، میان‌فردی و تولیدکننده احصاء شد. برای نقش تصمیم‌گیری پنج مؤلفه برنامه‌ریزی (لوتانز، ۱۹۸۴؛ کوئین، ۱۹۸۳)، سازمان‌دهی (یوکی، ۲۰۰۷؛ شاونبورن^۳ و همکاران، ۲۰۱۹)، مذاکره‌کننده (مینتزبرگ، ۱۹۹۰؛ موما^۴ و همکاران، ۲۰۰۶) و حل مسئله (لوتانز، ۱۹۸۴؛ سیو^۵ و همکاران، ۲۰۱۹) شناسایی شد. برای نقش اطلاعاتی سه مؤلفه گیرنده اطلاعات و دانش (مینتزبرگ، ۱۹۹۰)، نشردهنده اطلاعات و دانش (مینتزبرگ، ۱۹۹۰) و سخن‌گو (مینتزبرگ، ۱۹۹۰؛ موما و همکاران، ۲۰۰۶) شناسایی شد. سه مؤلفه خلاق (مینتزبرگ، ۱۹۹۰؛ بروب و دمرس^۶، ۲۰۱۹)، دگرگون‌ساز (آدیزس، ۲۰۰۴؛ کوئین، ۱۹۸۳) و تحلیل‌گر محیط (یوکی، ۲۰۰۷) برای نقش انطباق سازمانی شناسایی شد. چهار مؤلفه رهبری (مینتزبرگ، ۱۹۹۰؛ شاکیا^۷ و همکاران، ۲۰۱۹)، حل تعارض (لوتانز، ۱۹۸۴؛ سیو و همکاران، ۲۰۱۹)، مشارکت‌جو (کوئین، ۱۹۸۳؛ دوی^۸، ۲۰۱۹) و تیم‌ساز (کوئین، ۱۹۸۳؛ آلوارد و فلیس^۹، ۲۰۱۹) برای نقش میان‌فردی شناسایی شد. سه مؤلفه کیفیت‌گرا (کوئین، ۱۹۸۳؛ مارتین^{۱۰} و همکاران، ۲۰۱۹)، مروج فرهنگ سازمانی

۱- Luthans

۲- Yuki

۳- Schoeneborn

۴- Muma

۵- Xiao

۶- Bérubé & Demers

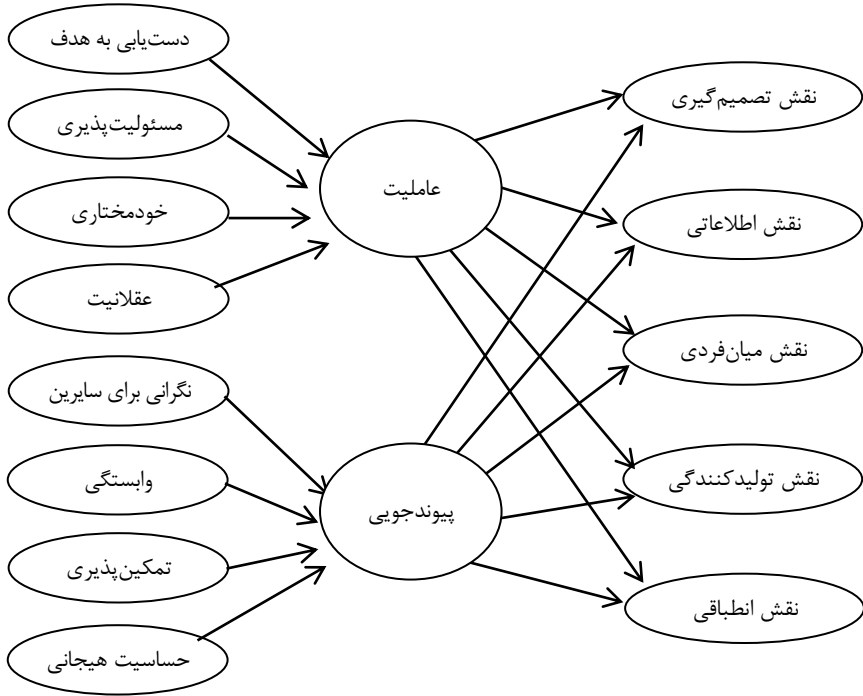
۷- Shakya

۸- Dewey

۹- Alward & Phelps

۱۰- Martin

(آدیزس، ۲۰۰۴؛ چوی و جرارد^۱، ۲۰۱۹) و ایجاد بهره‌وری (کوئین، ۱۹۸۳) برای نقش تولیدکننده مدنظر قرار گرفت. در نهایت بر اساس توضیحات اشاره شده فوق و مبتنی بر هدف و سؤال‌های مدل مفهومی پژوهش به شکل شماره یک حاصل شد.



شکل شماره ۱: مدل مفهومی پژوهش^۲

۱- Tsui & Girard

۲- برگرفته از آرای کوئین (۱۹۸۳)، لوتانز (۱۹۸۴)، مینتزبرگ (۱۹۹۰)، آدیزس (۲۰۰۴)، یوکی (۲۰۰۷)، مارتین و همکاران (۲۰۱۹) و ...

پیشینه پژوهش: شخصیت‌پردازی‌هایی که از زنان و مردان حول کلیشه‌های جنسیتی توصیفی صورت می‌گیرد به‌طور قابل ملاحظه‌ای در فرهنگ‌های مختلف سازگار هستند. هنسچل و همکاران (۲۰۱۹) در پژوهش خود به بررسی این موضوع پرداختند که زنان و مردان چگونه هم‌جنسان خود و جنس مخالف را توصیف می‌کنند. نتایج پژوهش آن‌ها نشان داد که مردان، زنان را به میزان کمی دارای صفت عاملیت می‌دانند. اما در مورد زنان نتیجه به‌گونه دیگری بود. پاسخ‌دهندگان زن به هنگام توصیف زنان میان ابعاد مختلف عاملیت تفاوت قائل شده بودند. از نظر آن‌ها زنان کم‌تر از مردان جسور هستند؛ اما وقتی صحبت از ویژگی‌هایی مانند استقلال و توان رهبری می‌شود از نظر آن‌ها زنان با مردان تفاوت چشم‌گیری ندارند. به‌صورت کلی زنان خودشان را کم‌تر از مردان دارای صفات عاملیت و مردان خود را کم‌تر از زنان دارای صفات پیوندجویی می‌دانستند.

مطالعات مختلفی به بررسی رابطه این کلیشه‌ها و منصوب شدن زنان و مردان به سمت‌های مدیریتی پرداخته‌اند. به عنوان مثال، بويس و هرد (۲۰۰۳) به بررسی رابطه میان نگرش‌های جنسیتی و ویژگی‌های ضروری مورد نیاز برای یک مدیر در ارتش پرداختند و دریافتند که ویژگی‌های مدیران با ویژگی‌های زنان ناسازگار پنداشته می‌شوند. مولدرز^۱ و همکاران (۲۰۱۷) در مطالعه خود نشان دادند که هم در نگاه زنان و هم در نگاه مردان؛ هر چقدر زنان بیش‌تر دارای صفت عاملیت باشند، بیش‌تر برای پست مدیریت مناسب تشخیص داده می‌شوند. بادورا^۲ و همکاران (۲۰۱۸) در پژوهش خود نشان دادند که مردان بیش‌تر از زنان تمایل به ایفای نقش‌های مدیریتی دارند. به علاوه آن‌ها نشان دادند که مردان دارای سطوح بالاتری از صفت عاملیت هستند؛ در حالی که زنان بیش‌تر دارای صفات پیوندجویی هستند. کاستانو^۳ و همکاران (۲۰۱۹) نیز در پژوهش خود نشان دادند که کلیشه‌های جنسیتی بر درک این موضوع که آیا زنان برای پست‌های مدیریتی مناسب هستند یا خیر بسیار تأثیرگذار هستند.

برخی مطالعات نیز با هدف بررسی نگرش کلیشه‌ای یک قشر خاص صورت گرفته است. کوئینگ و ایگلی^۴ (۲۰۱۴) در پژوهش خود نشان دادند که زنان در باور عامه بیش‌تر

۱- Mölders

۲- Badura

۳- Castaño

۴- Koenig & Eagly

دارای صفت پیوندجویی هستند و برای نقش‌های خدماتی مانند پرستاری مناسب تشخیص داده می‌شوند؛ در حالی که مردان در قضاوت عامه بیش‌تر دارای صفات عاملیت هستند و برای نقش‌های مدیریتی و سیاسی مناسب تشخیص داده می‌شوند. فیشباخ^۱ و همکاران (۲۰۱۵) در مطالعه خود نشان دادند که احساساتی که توسط مدیران موفق بیان شده است بیش‌تر شبیه احساساتی است که توسط مردان ذکر شده است. هنسچل و همکاران (۲۰۱۹) نیز در پژوهش خود نشان دادند که مردان بیش‌تر عامل بوده و به دنبال پذیرش مسئولیت و کنترل کردن سایرین هستند، در حالی که زنان بیش‌تر پیوندجو بوده و به دنبال ساختن روابط انسانی و تطابق دادن خود با سایرین هستند.

همان‌گونه که مشاهده شد عموم پژوهش‌های صورت گرفته نشان داده‌اند که در نگاه عموم مفهوم عاملیت برای تعریف ویژگی‌های کلیشه‌ای مردان و مفهوم پیوندجویی برای تعریف ویژگی‌های کلیشه‌ای زنان به کار می‌رود. به علاوه این مطالعات نشان داده‌اند که میان ویژگی‌های مردان و ویژگی‌های مدیران موفق توافق بالایی وجود دارد و بالعکس میان ویژگی‌های زنان و مدیران توافقی وجود ندارد. نکته مهمی که در این میان وجود دارد این است که رابطه میان این کلیشه‌های جنسیتی و کلیشه‌های مدیریتی به طور مجزا در بخش صنعت و خدمات و به تفکیک نقش‌ها و وظایف مدیریتی مورد بررسی قرار نگرفته است؛ در حالی که شناسایی این وضعیت‌های خاص کمک می‌کند تا بهتر بتوانیم درک کنیم که چرا زنان مدیر در برخی صنایع و برخی نقش‌های خاص راحت‌تر پذیرفته می‌شوند.

روش‌شناسی پژوهش

این پژوهش به لحاظ هدف کاربردی و از نظر نحوه گردآوری اطلاعات میدانی است. جامعه آماری پژوهش شامل کارکنان شاغل در دو بخش صنعت و خدمات هستند. نمونه آماری ۶۱۵ نفر بود که ۳۴۰ نفر از کارکنان بخش صنعت و ۲۷۵ نفر از کارکنان بخش خدمات به طور تصادفی انتخاب شدند. برای گردآوری داده‌ها از ابزار پرسش‌نامه استفاده شد. پرسش‌نامه مرتبط با نقش‌های مدیریتی مشتمل بر ۱۷ سؤال بود که با استفاده از آرای کوئین (۱۹۸۳)، لوتانز (۱۹۸۴)، مینتزرگ (۱۹۹۰)، آدیزس (۲۰۰۴) و یوکی

(۲۰۰۷) طراحی شد. پرسش‌نامه مرتبط با نقش‌های عاملیت و پیوندجویی نیز مشتمل بر ۲۶ سؤال بود که با استفاده از آرای هیلمن (۲۰۱۲) طراحی شد. پرسش‌نامه دارای مقیاس پنج ارزشی لیکرت شامل گویه‌های بسیار زیاد، زیاد، متوسط، کم و بسیار کم بود. شیوه نمره‌دهی به این صورت بود که برای گزینه بسیار زیاد نمره ۵، زیاد نمره ۴، متوسط نمره ۳، کم نمره ۲ و بسیار کم نمره ۱ در نظر گرفته شد. به‌منظور پاسخ به سؤال‌های اول و دوم پژوهش از آزمون تی دو نمونه مستقل؛ به‌منظور پاسخ به سؤال سوم پژوهش از آزمون تحلیل واریانس و آزمون تعقیبی توکی و به‌منظور بررسی سؤال آخر پژوهش از تکنیک مدل‌سازی معادلات ساختاری^۱ استفاده شد.

به‌منظور تعیین روایی صوری و محتوایی، پرسش‌نامه در بین ۱۰ نفر از متخصصان حوزه‌های مدیریت رفتار سازمانی، مدیریت منابع انسانی، جامعه‌شناسی و مطالعات زنان توزیع شد. برای برازش مدل اندازه‌گیری از معیارهای آلفای کرونباخ، پایایی ترکیبی^۲ و شاخص متوسط واریانس استخراج‌شده^۳ استفاده شد. نقطه برش مطلوب برای تفسیر نتایج در آلفای کرونباخ و پایایی ترکیبی ۰/۷ در نظر گرفته شد. برای شاخص متوسط واریانس استخراج‌شده نیز حداقل مقدار ۰/۵ مقدار قابل قبولی در نظر گرفته شد (هنسلر و همکاران، ۲۰۱۶). به‌منظور بررسی مدل ساختاری از شاخص‌های ضریب تعیین^۴، متوسط مقادیر اشتراکی^۵، معیار افزونگی^۶، شاخص نیکویی برازش^۷ و ضریب قدرت پیش‌بینی^۸ استفاده شد. داوری و رضازاده (۱۳۹۲) به نقل از چین، سه مقدار ۰/۱۹، ۰/۳۳ و ۰/۶۷ را به‌عنوان ملاکی برای ضعیف، متوسط و قوی بودن ضریب تعیین معرفی می‌کنند. برای شاخص نیکویی برازش نیز سه مقدار ۰/۱، ۰/۲۵ و ۰/۳۶ به‌عنوان مقادیر ضعیف، متوسط و قوی گزارش شده است. هنسلر و همکاران (۲۰۰۹) برای ضریب قدرت پیش‌بینی (معیار استون - گیزر)، نیز سه مقدار ۰/۱۵، ۰/۲ و ۰/۳۵ را به‌ترتیب برای قدرت پیش‌بینی ضعیف، متوسط و قوی تعیین کردند. همان‌گونه که در جدول شماره

۱- SEM

۲- CR

۳- AVE

۴- R^۲

۵- Commnality

۶- Redundancy

۷- GOF

۸- Q^۲

یک مشاهده می‌شود اعتبار مدل اندازه‌گیری و ساختاری این پژوهش مورد تأیید قرار گرفته است.

جدول شماره ۱: شاخص‌های سنجش روایی و پایایی ابزار پژوهش

خوشه صنعت							متغیر
ضریب قدرت پیش‌بینی	معیار افزونگی	ضریب تعیین اشتراکی	متوسط مقادیر	متوسط واریانس استخراج‌شده	پایایی آلفای ترکیبی کرونباخ	ضریب تعیین	
۰/۴۸	۰/۱۵	۰/۴۲	۰/۹۹	۰/۴۲	۰/۸۷	۰/۸۹	عاملیت
۰/۶۳	۰/۲۵	۰/۵۸	۰/۹۹	۰/۵۸	۰/۹۳	۰/۹۴	پیوندجویی
۰/۷۳	۰/۲۱	۰/۷۳	۰/۳۳	۰/۷۳	۰/۸۷	۰/۹۱	نقش تصمیم‌گیری
۰/۷۵	۰/۱۳	۰/۶۹	۰/۲۹	۰/۷	۰/۷۸	۰/۸۶	نقش اطلاعاتی
۰/۷۲	۰/۱۳	۰/۶۵	۰/۲۵	۰/۶۵	۰/۸۲	۰/۸۷	نقش میان‌فردی
۰/۷۳	۰/۲۰	۰/۷۲	۰/۳۱	۰/۷۲	۰/۸۱	۰/۸۸	نقش تولیدکنندگی
۰/۶۹	۰/۲۱	۰/۷۶	۰/۳۰	۰/۷۶	۰/۸۴	۰/۹	نقش انطباقی
GOF ۰/۵۲۰							
خوشه خدمات							متغیر
ضریب قدرت پیش‌بینی	معیار افزونگی	ضریب تعیین اشتراکی	متوسط مقادیر	متوسط واریانس استخراج‌شده	پایایی آلفای ترکیبی کرونباخ	ضریب تعیین	
۰/۴۱	۰/۱۹	۰/۴۸	۰/۹۹	۰/۵	۰/۸۸	۰/۹۱	عاملیت
۰/۵۸	۰/۲۶	۰/۶۴	۰/۹۹	۰/۶۴	۰/۹۵	۰/۹۵	پیوندجویی
۰/۷۳	۰/۲۴	۰/۷۴	۰/۳۳	۰/۷۴	۰/۸۸	۰/۹۲	نقش تصمیم‌گیری
۰/۶۹	۰/۱۸	۰/۷۶	۰/۲۷	۰/۷۵	۰/۸۴	۰/۹۰	نقش اطلاعاتی
۰/۶۶	۰/۱۶	۰/۷۱	۰/۳	۰/۷۱	۰/۸۶	۰/۹۰	نقش میان‌فردی
۰/۷۱	۰/۲۵	۰/۷۴	۰/۳۴	۰/۷۴	۰/۸۲	۰/۸۹	نقش تولیدکنندگی
۰/۶۷	۰/۲۰	۰/۷۷	۰/۲۷	۰/۷۷	۰/۸۵	۰/۹۱	نقش انطباقی
GOF ۰/۵۳۹							

یافته‌های پژوهش

به‌منظور اجرای تجزیه و تحلیل داده‌ها، ابتدا به آرایه مختصری از اطلاعات جمعیت‌شناختی پاسخ‌دهندگان در جدول شماره دو پرداخته شده است.

جدول شماره ۲: اطلاعات جمعیت‌شناختی

ویژگی	دسته‌بندی	فراوانی	درصد فراوانی
نوع سازمان	بخش صنعت	۳۴۰	٪۵۵
	بخش خدمات	۲۷۵	٪۴۵
جنسیت	زن	۲۲۷	٪۳۷
	مرد	۳۸۶	٪۶۳
وضعیت تأهل	مجرد	۹۹	٪۱۶
	متاهل	۵۱۱	٪۸۴
	کم‌تر از ۲۵ سال	۳	٪۰.۵
سن	۲۵ تا ۳۵ سال	۲۰۸	٪۳۴
	۳۶ تا ۴۵ سال	۲۳۲	٪۳۸
	۴۶ تا ۵۵ سال	۱۳۹	٪۲۲/۵
	بیش‌تر از ۵۵ سال	۳۰	٪۵
وضعیت تحصیلی	دیپلم	۷۴	٪۱۲
	کارشناسی	۲۲۶	٪۳۷
	کارشناسی ارشد و دکترای تخصصی	۳۱۱	٪۵۱
وضعیت استخدام	رسمی	۴۰۲	٪۶۵
	پیمانی	۳۶	٪۶
	قراردادی	۱۶۱	٪۲۶
	سابقه کاری زیر ۱۰ سال	۱۷۳	٪۲۸
وضعیت سابقه کاری	سابقه کاری ۱۰ تا ۲۰ سال	۲۳۸	٪۳۹
	سابقه کاری ۲۱ تا ۳۰ سال	۱۲۹	٪۲۱
	سابقه کاری بالای ۳۰ سال	۶۶	٪۱۱

برای بررسی این موضوع که آیا میان باور به ویژگی‌های عاملیت و پیوندجویی زنان برحسب اشتغال در خوشه صنعت و خدمات تفاوت وجود دارد یا خیر از آزمون تی دو نمونه مستقل استفاده شده است که نتایج آن در جدول شماره سه آمده است.

جدول شماره ۳: آزمون تی دو نمونه مستقل

آزمون تی دو نمونه‌ای		آزمون یون		سطح معنی‌داری	فرضیه	متغیر
سطح معنی‌داری	درجه آزادی	آماره t	آزمون F			
۰/۲۷۴	۶۱۳	-۱/۰۹۴	۱۶/۵۷۱	۰/۰۰۰	برابری واریانس‌ها	عملیت واریانس‌ها
۰/۲۸۵	۵۲۲/۰۹۰	-۱/۰۷۰			برابر نبودن	
۰/۰۰۵	۶۱۳	۲/۸۴۸	۶/۳۸۵	۰/۰۱۲	برابری واریانس‌ها	پیوندجویی واریانس‌ها
۰/۰۰۵	۵۴۲/۸۹۴	۲/۸۰۳			برابر نبودن	

نتایج حاصل از آزمون یون نشان می‌دهد که مقدار سطح معنی‌داری برای دو متغیر عاملیت و پیوندجویی به ترتیب معادل ۰/۰۰۰ و ۰/۰۱۲ و کم‌تر از ۰/۰۵ است که به این معنا است که این دو ویژگی در دو خوشه صنعت و خدمات دارای واریانس یکسانی نیستند. در نتیجه برای تحلیل نتایج از سطر دوم جدول شماره سه به معنی عدم برابری واریانس‌ها استفاده می‌کنیم.

با توجه به این‌که در مورد ویژگی عاملیت مقدار سطح معنی‌داری ۰/۲۸۵ بزرگ‌تر از مقدار ۰/۰۵ است نتیجه گرفته می‌شود که دو خوشه صنعت و خدمات از لحاظ آماری با یکدیگر تفاوت معنی‌داری ندارند. به عبارتی زنان در دو خوشه صنعت و خدمات به یک اندازه دارای صفت عاملیت تلقی می‌شوند. نتایج به‌دست آمده از آمار توصیفی نشان می‌دهد که میانگین ویژگی عاملیت در هر دو خوشه صنعت و خدمات معادل ۳/۳ است. با توجه به این‌که در مورد ویژگی پیوندجویی مقدار سطح معنی‌داری ۰/۰۰۵ و کوچک‌تر از مقدار ۰/۰۵ است نتیجه گرفته می‌شود که دو خوشه صنعت و خدمات از لحاظ آماری با یکدیگر تفاوت معنی‌داری دارند. به عبارتی زنان در دو خوشه صنعت و خدمات به یک اندازه دارای صفت پیوندجویی تلقی نمی‌شوند. نتایج به‌دست آمده از آمار توصیفی نشان می‌دهد که میانگین ویژگی پیوندجویی در خوشه صنعت و خدمات به ترتیب معادل ۳/۸ و ۳/۶ است. به عبارت دیگر زنان در خوشه صنعت بیش‌تر از زنان در خوشه خدمات دارای صفت پیوندجویی هستند. به‌علاوه همان‌گونه که ملاحظه می‌شود زنان هم در خوشه خدمات و هم خوشه صنعت بیش‌تر پیوندجو دیده می‌شوند تا عامل.

برای بررسی این موضوع که آیا میان باور به ایفای نقش‌های مدیریتی توسط زنان بر حسب اشتغال در خوشه صنعت و خدمات تفاوت وجود دارد یا خیر از آزمون تحلیل واریانس یک طرفه استفاده شد که نتایج آن در جدول شماره چهار آمده است.

جدول شماره ۴: نتایج آزمون تحلیل واریانس یک طرفه

متغیر	سطح بررسی	مجموع مجزورات	درجه آزادی	میانگین مجزورات	آماره F	سطح معنی‌داری
نقش‌های مدیریت در خوشه صنعت	بین گروه‌ها	۱۸/۰۴۱	۴	۴/۵۱	۶/۲۹۶	۰/۰۰۰
	درون گروه‌ها	۱۲۱۰/۷۰۷	۱۶۹۰	۰/۷۱۶		
	کل	۱۲۲۸/۷۴۸	۱۶۹۴			
نقش‌های مدیریت در خوشه خدمات	بین گروه‌ها	۶/۰۷۷	۴	۱/۵۱۹	۱/۸۰۵	۰/۱۲۵
	درون گروه‌ها	۱۱۵۳/۰۷۴	۱۳۷۰	۰/۸۴۲		
	کل	۱۱۵۹/۱۵۱	۱۳۷۴			

با توجه به این که مقادیر سطح معناداری در خوشه صنعت که کوچک‌تر از ۰/۰۵ است، فرض برابری میانگین نقش‌های مدیریتی رد می‌شود. به عبارت دیگر می‌توان گفت که در خوشه صنعت حداقل بین دو باور نسبت به نقش مدیریتی زنان در سطح معناداری ۰/۰۵ اختلاف معنادار وجود دارد. به علاوه با توجه به مقادیر سطح معناداری در خوشه خدمات که بزرگ‌تر از ۰/۰۵ است، فرض برابری میانگین نقش‌های مدیریتی تأیید می‌شود. به عبارت دیگر می‌توان گفت که در خوشه خدمات بین باور نسبت به نقش مدیریتی زنان در سطح معناداری ۰/۰۵ اختلاف معناداری وجود ندارد. برای شناسایی نقش‌های مدیریتی که در خوشه صنعت ایجاد تفاوت کرده‌اند از آزمون تعقیبی توکی استفاده شد که نتایج آن به شرح جدول شماره پنج است.

جدول شماره ۵: نتایج آزمون تعقیبی توکی در خوشه صنعت

نقش‌های مدیریتی	نقش‌های مدیریتی	تفاوت میانگین	خطای استاندارد	سطح اطمینان ۹۵٪	
				سطح معناداری	کرنانه بالا / کرنانه پایین
تصمیم‌گیری	اطلاعاتی	*-۰/۲۳	۰/۰۶۵	۰/۰۰۴	-۰/۴۰۷ / -۰/۰۵۲
	میان فردی	-۰/۰۴	۰/۰۶۵	۰/۹۷۳	-۰/۲۱۷ / ۰/۱۳۷
	تولیدکنندگی	-۰/۱۰۸	۰/۰۶۵	۰/۴۵۷	-۰/۲۸۵ / ۰/۰۶۹
	انطباقی	۰/۰۷۵	۰/۰۶۵	۰/۷۷۵	-۰/۱۰۳ / ۰/۲۵۳

سطح اطمینان ۹۵٪		سطح معناداری	خطای استاندارد	تفاوت میانگین	نقش‌های مدیریتی	نقش‌های مدیریتی
کرانه بالا	کرانه پایین					
۰/۴۰۷	-۰/۰۵۲	۰/۰۰۴	۰/۰۶۵	*۰/۲۳	تصمیم‌گیری	اطلاعاتی
۰/۳۶۷	-۰/۰۱۲	۰/۰۲۹	۰/۰۶۵	*۰/۱۹	میان فردی	
۰/۲۹۹	-۰/۰۵۶	۰/۳۳۵	۰/۰۶۵	۰/۱۲۱	تولیدکنندگی	
۰/۴۸۳	۰/۱۲۷	۰/۰۰۰	۰/۰۶۵	*۰/۳۰۵	انطباقی	میان فردی
۰/۲۱۷	-۰/۱۳۷	۰/۹۷۳	۰/۰۶۵	۰/۰۴۰	تصمیم‌گیری	
-۰/۰۱۲	-۰/۳۶۷	۰/۰۲۹	۰/۰۶۵	*-۰/۱۸۹	اطلاعاتی	
۰/۱۰۹	-۰/۲۴۶	۰/۸۳۲	۰/۰۶۵	-۰/۰۶۸	تولیدکنندگی	تولیدکنندگی
۰/۲۹۳	-۰/۰۶۳	۰/۳۹۲	۰/۰۶۵	۰/۱۱۵	انطباقی	
۰/۲۸۵	-۰/۰۶۹	۰/۴۵۷	۰/۰۶۵	۰/۱۰۸	تصمیم‌گیری	
۰/۰۵۶	-۰/۲۹۹	۰/۳۳۵	۰/۰۶۵	-۰/۱۲۱	اطلاعاتی	انطباقی
۰/۲۴۶	-۰/۱۰۹	۰/۸۳۲	۰/۰۶۵	۰/۰۶۸	میان فردی	
۰/۳۶۱	۰/۰۰۶	۰/۰۳۹	۰/۰۶۵	*۰/۱۸۳	انطباقی	
۰/۱۰۳	-۰/۲۵۳	۰/۷۷۵	۰/۰۶۵	-۰/۰۷۵	تصمیم‌گیری	انطباقی
-۰/۱۲۷	-۰/۴۸۳	۰/۰۰۰	۰/۰۶۵	*۰/۳۰۵	اطلاعاتی	
۰/۰۶۳	-۰/۲۹۳	۰/۳۹۲	۰/۰۶۵	-۰/۱۱۵	میان فردی	
-۰/۱۰۰۶	-۰/۳۶۱	۰/۰۳۹	۰/۰۶۵	*-۰/۱۸۳	تولیدکنندگی	

در جدول شماره پنج به ازای سطرهایی که مقادیر سطح معناداری کوچک‌تر از ۰/۰۵ باشد، فرض برابری میانگین نقش‌های مدیریتی رد می‌شود. همان‌گونه که در جدول قابل مشاهده است میان میانگین نقش مدیریتی اطلاعاتی و نقش‌های مدیریتی تصمیم‌گیری (سطح معناداری ۰/۰۰۴)، میان فردی (سطح معناداری ۰/۰۲۹) و انطباقی (سطح معناداری ۰/۰۰۰) تفاوت معناداری وجود دارد. میانگین نقش مدیریتی اطلاعاتی به میزان ۰/۲۳، ۰/۱۹ و ۰/۳۰۵ بیش‌تر از میانگین نقش‌های تصمیم‌گیری، میان فردی و انطباقی است. به‌علاوه میان میانگین نقش تولیدکنندگی و نقش انطباقی (سطح معناداری ۰/۰۳۹) نیز تفاوت معناداری وجود دارد. میانگین نقش تولیدکنندگی به میزان ۰/۱۸۳ بیش‌تر از میانگین نقش انطباقی است. نتایج به‌دست آمده از آمار توصیفی نشان می‌دهد که مقدار میانگین نقش‌های مدیریتی در خوشه صنعت به‌ترتیب عبارت از نقش

تأثیر کلیشه‌های جنسیتی بر ایفای نقش‌های مدیریت در دو بخش صنعت و خدمات

اطلاعاتی (۳/۵۳)، نقش تولیدکنندگی (۳/۴۱)، نقش میان فردی (۳/۳۴)، نقش تصمیم‌گیری (۳/۳) و نقش انطباقی (۳/۲۲) است.

برای بررسی مدل مفهومی در سطح ساختاری شاخص‌های ضریب مسیر و مقدار t به تفکیک دو خوشه صنعت و خدمات محاسبه شدند که نتایج به شرح جدول شماره شش است.

جدول شماره ۶: بررسی ضرایب مسیر و مقدار t در خوشه صنعت

مسیر مربوطه (تأثیر)	ضریب مسیر	مقدار t	نتیجه آزمون	مسیر مربوطه (تأثیر)	ضریب مسیر	مقدار t	نتیجه آزمون
دستیابی به هدف بر عاملیت	۰/۴۱۸	۱۴/۸۰۸	پذیرش	عاملیت بر نقش تصمیم‌گیری	۰/۴۳۵	۴/۱۲۸	پذیرش
مسئولیت‌پذیری بر عاملیت	۰/۲۴۷	۹/۰۰۳	پذیرش	عاملیت بر نقش اطلاعاتی	۰/۲۹۶	۲/۹۹۵	پذیرش
خودمختاری بر عاملیت	۰/۲۴۴	۱۰/۶۱۲	پذیرش	عاملیت بر نقش میان فردی	۰/۳۰۱	۳/۰۳۷	پذیرش
عقلانیت بر عاملیت	۰/۳۴۸	۱۱/۳۴۰	پذیرش	عاملیت بر نقش تولیدکنندگی	۰/۴۲۰	۳/۹۰۶	پذیرش
نگرانی بر پیوندجویی	۰/۲۸۸	۱۷/۹۹۹	پذیرش	عاملیت بر نقش انطباقی	۰/۴۴۹	۴/۰۴۶	پذیرش
وابستگی بر پیوندجویی	۰/۳۱۹	۱۸/۶۷۸	پذیرش	پیوندجویی بر نقش اطلاعاتی	۰/۳۰۲	۳/۵۵۰	پذیرش
تمکین‌پذیری بر پیوندجویی	۰/۲۹۱	۱۸/۲۸۲	پذیرش	پیوندجویی بر نقش میان فردی	۰/۲۶۳	۲/۹۲۵	پذیرش
حساسیت				پیوندجویی بر نقش تولیدکنندگی	۰/۱۹۱	۱/۸۷۵	رد
هیجانی بر پیوندجویی	۰/۲۳۰	۱۱/۷۵۵	پذیرش	پیوندجویی بر نقش انطباقی	۰/۱۴۳	۱/۳۹۶	رد

نتایج به‌دست آمده از تحلیل داده‌ها در قسمت راست جدول شماره شش بیان‌گر تأیید مؤلفه‌های فرعی ابعاد عاملیت و پیوندجویی است. به‌عبارت دیگر مدل اندازه‌گیری برای سنجش عاملیت و پیوندجویی مورد تأیید قرار گرفت. به‌علاوه نتایج نشان می‌دهد که در بخش صنعت، برخورداری زنان از ویژگی عاملیت بر ایفای تمامی نقش‌های مدیریتی مشتمل بر نقش‌های تصمیم‌گیری، اطلاعاتی، میان فردی، تولیدکنندگی و انطباقی تأثیر دارد؛ در حالی که برخورداری زنان از ویژگی پیوندجویی تنها بر ایفای نقش‌های مدیریتی تصمیم‌گیری، اطلاعاتی و میان فردی تأثیر دارد. به‌علاوه تأثیر

برخورداری از ویژگی پیوندجویی بر ایفای نقش‌های تولیدکنندگی و انطباقی مورد تأیید قرار نگرفت. مقایسه مقادیر مربوط به ضریب مسیر در مورد فرضیه‌های تأییدشده نشان می‌دهد که زنان دارای صفت عاملیت در ایفای نقش‌های تصمیم‌گیری و میان‌فردی و زنان دارای صفت پیوندجویی در ایفای نقش اطلاعاتی موفق‌تر خواهند بود. از طرف دیگر با توجه به بیش‌تر بودن سهم نقش پیوندجویی در بخش صنعت نسبت به خدمات که در بخش‌های قبلی اشاره شد می‌توان نتیجه گرفت که بیش‌تر بودن نقش پیوندجویی در زنان در بخش صنعت منجر به کاهش یافتن قابلیت زنان برای ایفای نقش‌های مدیریتی از جمله تصمیم‌گیری، میان‌فردی، تولیدکنندگی و انطباقی در این بخش می‌شود. همان‌گونه که مشاهده می‌شود ضرایب تأثیرگذاری ابعاد پیوندجویی بر این نقش‌ها نیز کم‌تر از ابعاد عاملیت در این بخش است.

جدول شماره ۷: بررسی ضرایب مسیر و مقدار t در خوشه خدمات

مسیر مربوطه (تأثیر)	ضریب مسیر	مقدار t	نتیجه	مسیر مربوطه (تأثیر)	ضریب مسیر	مقدار t	نتیجه
دست‌یابی به هدف بر عاملیت	۰/۲۸۲	۱۵/۶۷۰	پذیرش	عاملیت بر نقش تصمیم‌گیری	۰/۵۰۹	۴/۳۳۱	پذیرش
مسئولیت‌پذیری بر عاملیت	۰/۲۵۴	۹/۶۴۳	پذیرش	عاملیت بر نقش اطلاعاتی	۰/۳۹۴	۳/۲۶۴	پذیرش
خودمختاری بر عاملیت	۰/۲۴۶	۱۶/۵۸۸	پذیرش	عاملیت بر نقش میان‌فردی	۰/۳۱۵	۲/۵۱۸	پذیرش
عقلانیت بر عاملیت	۰/۳۳۵	۱۷/۴۱۶	پذیرش	عاملیت بر نقش تولیدکنندگی	۰/۵۴۸	۴/۸۴۱	پذیرش
نگرانی بر پیوندجویی	۰/۲۹۵	۲۱/۹۴۵	پذیرش	عاملیت بر نقش انطباقی	۰/۴۸۰	۴/۱۵۸	پذیرش
وابستگی بر پیوندجویی	۰/۳۰۱	۲۰/۰۴۴	پذیرش	پیوندجویی بر نقش تصمیم‌گیری	۰/۰۹۳	۰/۸۳۰	رد
تمکین‌پذیری بر پیوندجویی	۰/۲۶۳	۲۱/۰۶۹	پذیرش	پیوندجویی بر نقش اطلاعاتی	۰/۱۵۷	۱/۳۳۹	رد
حساسیت هیجانی بر پیوندجویی	۰/۲۳۷	۱۴/۵۲۴	پذیرش	پیوندجویی بر نقش میان‌فردی	۰/۲۷۱	۲/۱۹۷	پذیرش
				پیوندجویی بر نقش تولیدکنندگی	۰/۰۴۷	۰/۳۹۲	رد
				پیوندجویی بر نقش انطباقی	۰/۰۴۶	۰/۴۳۰	رد

نتایج به‌دست آمده از تحلیل داده‌ها نشان می‌دهد که مؤلفه‌های فرعی ابعاد عاملیت و پیوندجویی مورد تأیید قرار گرفته‌اند. به‌علاوه نتایج نشان می‌دهد که در بخش خدمات برخورداری زنان از ویژگی عاملیت بر ایفای تمامی نقش‌های مدیریتی مشتمل بر نقش‌های تصمیم‌گیری، اطلاعاتی، میان‌فردی، تولیدکنندگی و انطباقی تأثیر دارد؛ در

حالی که برخوردار از ویژگی پیوندجویی تنها بر ایفای نقش مدیریتی میان فردی تأثیر دارد. به علاوه تأثیر برخوردار از ویژگی پیوندجویی بر ایفای نقش‌های تصمیم‌گیری، اطلاعاتی، تولیدکنندگی و انطباقی مورد تأیید قرار نگرفت. مقایسه مقادیر مربوط به ضریب مسیر در مورد فرضیات تأیید شده نشان می‌دهد که زنان دارای صفت عاملیت در ایفای نقش میان فردی موفق‌تر هستند. یا به عبارت دیگر داشتن ویژگی‌های پیوندجویی در بخش خدمات نمی‌تواند منجر به ایفای نقش‌های مدیریتی شود. به طور کلی نقش عاملیت تأثیر بیشتری در تحقق ایفای نقش‌های مدیریتی داشته و پیوندجویی بر نقش‌های مدیریتی کم‌تری در صنعت (نقش‌های تصمیم‌گیری، میان فردی و اطلاعاتی) و خدمات (صرفاً نقش میان فردی) تأثیرگذار بوده است.

بحث و نتیجه‌گیری

اگرچه نتایج حاصل از تجزیه و تحلیل داده‌ها نشان می‌دهد که میزان برخوردار از زنان از صفت عاملیت در دو بخش خدمات و صنعت با یکدیگر تفاوت معنی‌داری ندارد، اما در مورد صفت پیوندجویی وضعیت چنین نیست و زنان در بخش صنعت بیش‌تر از زنان در بخش خدمات دارای صفت پیوندجویی هستند. این موضوع حاکی از پرننگ‌تر بودن نگرش کلیشه‌ای جنسیتی توصیفی در بخش مردانه صنعت در قیاس با بخش زنانه خدمات است (مک کارتی، ۲۰۱۶). به علاوه به صورت کلی زنان در هر دو بخش خدمات و صنعت بیش‌تر دارای صفت پیوندجویی هستند تا عاملیت. این یافته با مطالعات شین (۲۰۰۱)، هیلمن و پاکز استام (۲۰۰۷) و هیلمن (۲۰۱۲) که در زنان مشخصه پیوندجویی را غالب می‌دانستند مطابقت دارد.

نتایج به دست آمده در این پژوهش نشان می‌دهد که زنان در خوشه خدمات به یک اندازه برای تمام نقش‌های مدیریتی مناسب هستند، در حالی که در خوشه صنعت نقش مدیریتی اطلاعاتی برای زنان مناسب‌تر تشخیص داده شده است. این یافته حکایت از پرننگ‌تر بودن نگرش کلیشه‌ای مدیریتی در حوزه صنعت دارد. به طور معمول این نگاه وجود دارد که مردان در صنعت نقش‌های سطوح عالی را بهتر ایفاء می‌کنند تا زنان (ایگلی و اسزسنی، ۲۰۰۸). آمارهای جهانی نیز نشان می‌دهند که کم‌ترین سهم زنان از جایگاه‌های مدیریتی به صنعت اختصاص دارد. به عنوان مثال سهم زنان از جایگاه‌های

مدیریتی در صنعت معدن ۱۲ درصد و در صنعت ساخت و ساز و املاک ۱۸ درصد است. در حالی که بیشترین سهم زنان از جایگاه‌های مدیریتی به حوزه خدمات اختصاص دارد (ایگلی و اسزسنی، ۲۰۰۸) که به‌عنوان نمونه می‌توان به سهم بالای مدیران زنان در حوزه آموزش (۴۱ درصد)، مراقبت‌های بهداشتی (۴۱ درصد) و گردشگری (۳۳ درصد) اشاره کرد (مک کارتی، ۲۰۱۶). به‌علاوه مطالعات نشان داده‌اند که نقش مدیریتی اطلاعاتی یک نقش زنانه محسوب می‌شود (ایگلی و اسزسنی، ۲۰۰۸).

به‌علاوه هم در بخش صنعت و هم در بخش خدمات، زنان در صورت برخورداری از ویژگی عاملیت صلاحیت ایفای تمامی نقش‌های مدیریتی مشتمل بر نقش‌های تصمیم‌گیری، اطلاعاتی، میان‌فردی، تولیدکنندگی و انطباقی را دارا هستند. چنین عدم تعصبی نسبت به گروه زنان از تطابق میان ویژگی‌های عاملیتی و ویژگی‌های مورد نیاز برای کسب موفقیت در نقش اجتماعی مدیر ناشی می‌شود (ایگلی و دیکمن، ۲۰۰۵). بخش دیگری از یافته‌های این پژوهش نشان می‌دهد که در هر دو بخش صنعت و خدمات، زنان در صورت برخورداری از ویژگی پیوندجویی صلاحیت ایفای نقش میان‌فردی را دارا هستند. مطالعات متعددی نشان داده‌اند که دلیل اصلی حضور کم‌رنگ زنان در مناصب رهبری و مدیریتی ناشی از ویژگی پیوندجویی آن‌ها است (فیشباخ و همکاران، ۲۰۱۵؛ ریان و همکاران، ۲۰۱۱). عموماً وجود این ویژگی در زنان به شخصیت و سرشت درونی آن‌ها نسبت داده می‌شود (اسناد سرشتی)، در حالی که در مورد مردان این مسئله به محیط و وضعیت پیرامونی (اسناد موقعیتی) نسبت داده می‌شود (بریسکول، ۲۰۱۶؛ برت و بلیس مورثو، ۲۰۰۹). پژوهش‌ها نشان داده است که کارکنان در سازمان معتقد هستند که این ویژگی زنان بر تصمیمات زنان تأثیرگذار است و به‌همین دلیل تصمیماتی که توسط زنان گرفته می‌شود، در مقایسه با تصمیمات هم‌تایان مرد آن‌ها از مطلوبیت کم‌تری برخوردار است (بریسکول، ۲۰۱۶). زنان بیش‌تر برچسب پیوندجو بودن می‌خورند، نه به این دلیل که احساسات آن‌ها شدت بیش‌تری دارد، بلکه به این دلیل که آن‌ها در کنترل بروز بیرونی این احساسات ضعف دارند (شیلدز، ۲۰۰۷؛ زامونر، ۲۰۰۰). این موضوع تبعات منفی بسیاری برای مدیران زن دارد؛ زیرا عموم افراد میان توانایی کنترل بروز بیرونی احساسات و توانایی اتخاذ تصمیمات منطقی رابطه برقرار می‌کنند (شیلدز، ۲۰۰۷). از آنجایی که این اعتقاد وجود دارد که

احساسات مانع تصمیم‌گیری اثربخش می‌شود، در نتیجه زنان ممکن است فاقد بی‌طرفی، ناپایدار و احساساتی تلقی شوند (بریسکول، ۲۰۱۶) و بالتبع برای موقعیت‌های مدیریتی و حتی فراتر از آن برای زندگی صنعتی مناسب تشخیص داده نشوند (تیمرز و همکاران، ۲۰۰۳). به‌علاوه پژوهش‌ها نشان داده است که زنان به‌دلیل پیوندجو بودن در برخورد با دیگران در محل کار احساساتی‌تر و نرم‌تر از مردان هستند (ایگلی، ۲۰۰۵؛ بولوتا، ۲۰۱۳؛ بریسکول، ۲۰۱۶). بر این اساس به‌نظر می‌رسد که انتصاب زنان در سطوح عالی سازمانی می‌تواند منجر به ایجاد حساسیت و توجه بیش‌تر نسبت به نیازهای سایرین شود (نیلسن و هیوز، ۲۰۱۰). به این دلیل است که زنان پیوندجو در خوشه صنعت مناسب ایفای نقش میان فردی تشخیص داده شده‌اند.

اگر چه نتایج کلی به‌دست‌آمده در این پژوهش حاکی از وجود کلیشه‌های جنسیتی و مدیریتی در کشور ما به‌ویژه در خوشه صنعت است، اما باید به این نکته مهم توجه داشته باشیم که امروزه بسیاری از پژوهش‌ها نشان داده‌اند که ویژگی‌های زنان برای کسب و کار و ایفای نقش رهبری تحول‌آفرین مفید و ضروری هستند (ایگلی و همکاران، ۲۰۰۳؛ ایگلی و کارلی، ۲۰۰۳؛ ریان و همکاران، ۲۰۱۱). پژوهش‌ها نشان داده‌اند که حتی در جوامع سنتی مانند زیمبابوه نیز اگر چه از مدیران بیش‌تر انتظار می‌رود که دارای صفات مردانه باشند، اما از آن‌ها انتظار می‌رود که برخی صفات زنانه مانند شهود و فروتنی را نیز دارا باشند (هانوا، ۲۰۰۲).

پیشنهادها

— نتایج پژوهش نشان می‌دهد که ویژگی پیوندجویی در دو خوشه صنعت و خدمات از لحاظ آماری با یکدیگر تفاوت معنی‌داری دارند. زنان در خوشه صنعت بیش‌تر از خوشه خدمت دارای صفت پیوندجویی هستند. با توجه به این‌که با حرکت زنان به سمت پست‌های مدیریتی، کلیشه‌های جنسیتی به‌ویژه در نظر خود زنان کاهش می‌یابد، پیشنهاد می‌شود تا با ایجاد تغییر در چگونگی توزیع مردان و زنان در نقش‌های اجتماعی به‌خصوص با افزایش حضور زنان در نقش‌های غیرسنتی در بخش صنعت به کاهش این نگرش‌های کلیشه‌ای در این بخش کمک کرد.

— نتایج پژوهش نشان می‌دهد که میانگین نقش‌های مدیریتی مناسب برای زنان در خوشه صنعت به ترتیب عبارت از نقش اطلاعاتی (۳/۵۳)، نقش تولیدکنندگی (۳/۴۱)، نقش میان‌فردی (۳/۳۴)، نقش تصمیم‌گیری (۳/۳) و نقش انطباقی (۳/۲۲) است. بر این اساس پیشنهاد می‌شود که در واگذاری نقش‌های مدیریتی به زنان نقش‌هایی که دارای میانگین بیش‌تری هستند مورد توجه قرار بگیرند.

— نتایج پژوهش نشان می‌دهد که در بخش صنعت، برخورداری زنان از ویژگی عاملیت بر ایفای تمامی نقش‌های مدیریتی مشتمل بر نقش‌های تصمیم‌گیری، اطلاعاتی، میان‌فردی، تولیدکنندگی و انطباقی تأثیر مثبت دارد؛ در حالی که برخورداری زنان از ویژگی پیوندجویی تنها بر ایفای نقش‌های مدیریتی تصمیم‌گیری، اطلاعاتی و میان‌فردی تأثیر مثبت دارد. به علاوه در بخش خدمات برخورداری زنان از ویژگی عاملیت بر ایفای تمامی نقش‌های مدیریتی مشتمل بر نقش‌های تصمیم‌گیری، اطلاعاتی، میان‌فردی، تولیدکنندگی و انطباقی تأثیر مثبت دارد؛ در حالی که برخورداری زنان از ویژگی پیوندجویی تنها بر ایفای نقش مدیریتی میان‌فردی تأثیر مثبت دارد. همان‌گونه که ملاحظه می‌شود در صورت برخورداری زنان از صفت عاملیت تمامی نقش‌های مدیریتی هم در بخش خدماتی و هم صنعتی قابل واگذاری به آن‌ها خواهد بود. اما در صورت برخورداری زنان از ویژگی پیوندجویی می‌بایست با دقت بیش‌تری عمل کرد. بر این اساس پیشنهاد می‌شود که پیش از واگذاری نقش‌های مدیریتی به زنان در هر سازمان صنعتی و خدماتی ابتدا زنان از منظر ویژگی عاملیت و پیوندجویی مورد بررسی قرار بگیرند، سپس نقش مدیریتی متناسب به آن‌ها محول شود.

تقدیر و تشکر

نگارندگان بر خود لازم می‌دانند که از داوران محترم نشریه که با نقطه نظرات ارزشمند خود بر غنای این کار پژوهشی افزودند تشکر نمایند.

منابع

- داوری، علی؛ رضازاده، آرش (۱۳۹۲). مدل‌سازی معادلات ساختاری با نرم‌افزار PLS. تهران: انتشارات جهاد دانشگاهی.
- رضائیان، علی (۱۳۹۷). اصول مدیریت. چاپ بیست و هشتم، تهران: سمت.
- Abugre, J. B. (۲۰۲۰). The Moderating Role of Affective Interpersonal Conflict on Managerial Decision-making and Organizational Performance in Private Sector Organizations: A Study of Ghana. *Journal of African Business*, ۲۱(۱): ۲۰-۴۱. Retrieved from:
<https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/15228916.2019.1596707?journalCode=wjab2>
- Adizes, I. (۲۰۰۴). *Management / Mismanagement Styles*. The Adizes Institute Publishing.
- Alward, E., & Phelps, Y. (۲۰۱۹). Impactful Leadership Traits of Virtual Leaders in Higher Education. *Online Learning*, ۲۳(۳): ۷۲-۹۳. Retrieved from:
<https://olj.onlinelearningconsortium.org/index.php/olj/article/view/۲۱۱۳>.
- Badura, K.L., Grijalva, E., Newman, D.A., Yan, T.T. Jeon, G. (۲۰۱۸). Gender and leadership emergence: A meta-analysis and explanatory model. *Personnel Psychology*, ۷۱(۳): ۳۳۵-۳۶۷. Retrieved from:
<https://onlinelibrary.wiley.com/doi/full/10.1111/peps.12266>.
- Barrett, L. F., & Bliss-Moreau, E. (۲۰۰۹). She's emotional. He's having a bad day: Attributional explanations for emotion stereotypes. *Emotion*, ۹(۵): ۸۲۷-۸۳۶. Retrieved from:
<https://psycnet.apa.org/record/2009-17981-006>.
- Bernheim, B. D., & Bodoh-Creed, A. (۲۰۱۷). *A Theory of Decisive Leadership*. Retrieved from:
https://pdfs.semanticscholar.org/536b/d56f2983aa164deb39a0899e1eca90b8a67.pdf?_ga=2.140882354.1034305077.1581918465-153822740.1570511665.
- Bérubé, J., & Demers, C. (۲۰۱۹). Creative organizations: when management fosters creative work. *Creative Industries Journal*, ۱۲(۳): ۳۱۴-۳۴۰. Retrieved from:
<https://app.dimensions.ai/details/publication/pub.1116005701>.
- Boulouta, I. (۲۰۱۳). Hidden connections: The link between board gender diversity and corporate performance. *Journal of Business Ethics*, ۱۱۳, pp. ۱۸۵-۱۹۷. Retrieved from:
<https://link.springer.com/article/10.1007/s10551-012-1293-7>.
- Boyce, L. A., & Herd, A. M. (۲۰۰۳). The relationship between gender role stereotypes and requisite military leadership characteristics. *Sex Roles*, ۴۹(۷-۸): ۳۶۵-۳۷۸. Retrieved from:
<https://link.springer.com/article/10.1023/A:1020164221364>.

- Brescoll, V. L. (۲۰۱۶). Leading with their hearts? How gender stereotypes of emotion lead to biased evaluations of female leaders. *The Leadership Quarterly*, ۲۷(۳): ۴۱۵-۴۲۸. Retrieved from:
<https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S104898431600101>.
- Castaño, A. M., Fontanil, Y., & García-Izquierdo, A. L. (۲۰۱۹). Why Can't I Become a Manager? A Systematic Review of Gender Stereotypes and Organizational Discrimination. *International journal of environmental research and public health*, ۱۶(۱۰): ۱-۲۹. Retrieved from:
<https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC6572604/pdf/ijerph-16-1813.pdf>.
- Dewey, B. I. (۲۰۱۹). Open leadership for a vibrant future. *Libraries and the Academy*, ۱۹(۳): ۳۵۹-۳۶۴. Retrieved from:
<https://muse.jhu.edu/article/۷۲۹۱۹۱>.
- Eagly, A. H. (۲۰۰۵). Achieving relational authenticity in leadership: Does gender matter? *Leadership Quarterly*, ۳, pp. ۴۵۹-۴۷۴. Retrieved from:
<https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1048984305003296>.
- Eagly, A. H. (۲۰۰۷). Female leadership advantage and disadvantage: Resolving the contradictions. *Psychology of Women Quarterly*, ۳۱(۱): ۱-۱۲. Retrieved from:
<https://onlinelibrary.wiley.com/doi/full/10.1111/j.1471-6402.2007.00326.x>.
- Eagly, A. H. (۲۰۱۶). When passionate advocates meet research on diversity, does the bonest broker stand a chance?. *Journal of Social Issues*, ۷۲, pp. ۱۹۹-۲۲۲. Retrieved from:
<https://spssi.onlinelibrary.wiley.com/doi/abs/10.1111/josi.12163>.
- Eagly, A. H., & Carli, L. L. (۲۰۰۳). The female leadership advantage: An evaluation of the evidence. *The Leadership Quarterly*, ۱۴, pp. ۸۰۷- ۸۳۴. Retrieved from:
<https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1048984303000844>.
- Eagly, A. H., & Diekmann, A. B. (۲۰۰۵). What is the problem? Prejudice as an attitude-in-context. In J. F., Dovidio, P., Glick & L. A. Rudman (Eds.). *On the nature of prejudice: Fifty years after Allport* (۱۹-۳۵). John Wiley & Sons.
- Eagly, A. H., & Karau, S. J. (۲۰۰۲). Role congruity theory of prejudice toward female leaders. *Psychological Review*, ۱۰۹(۳): ۵۷۳-۵۹۸. Retrieved from:
<https://psycnet.apa.org/record/2002-13781-007>.
- Eagly, A. H., & Sczesny, S. (۲۰۰۸). Stereotypes about women, men and leaders: Have time changed? In M. Barreto, M. K. Ryan, & M. T. Schmitt (Eds.). *The glass ceiling in the ۲۱st century: Understanding barriers to gender equality* (pp. ۲۱-۴۷). Washington: American Psychological Association.
- Eagly, A. H., Johannesen-Schmidt, M. C., & van Engen, M. (۲۰۰۳). Transformational, transactional, and laissez-faire leadership styles: A meta-analysis comparing women and men. *Psychological Bulletin*, ۱۲۹, pp. ۵۶۹-۵۹۱. Retrieved from:

<https://pdfs.semanticscholar.org/6fab/af02dd802cf069379cf02bbb9822d06807aa.pdf>.

– Elstad, B., & Ladegard, G. (۲۰۱۲). Women on corporate boards: Key influencers or tokens? *Journal of Management & Governance*, ۱۶(۴): ۵۹۵-۶۱۵. Retrieved from:

<https://link.springer.com/article/10.1007/s10997-010-9160-y>.

– Fernandes, E., Cabral-Cardoso, C. (۲۰۰۶). The Social Stereotypes of the Portuguese Female and Male Manager. *Women in Management Review*, ۲۱(۲): ۹۹-۱۱۲. Retrieved from:

<https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/09649420610680684/full/html>.

– Fischbach, A., Lichtenthaler, P. W., & Horstmann, N. (۲۰۱۵). Leadership and gender stereotyping of emotions: Think manager - think male? *Journal of Personnel Psychology*, ۱۴, pp. ۱۵۳-۱۶۲. Retrieved from:

<https://psycnet.apa.org/record/2015-02161-000>.

– Gill, M. (۲۰۰۴). When information does not deter stereotyping: Prescriptive stereotyping can foster bias under conditions that deter descriptive stereotyping. *Journal of Experimental Social Psychology*, ۴۰, ۶۱۹-۶۳۲. Retrieved from:

<https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0022103103001830>.

– Haines, E. L., & Stroessner, S. J. (۲۰۱۹). The role prioritization model: How communal men and agentic women can (sometimes) have it all. *Social and Personality Psychology Compass*, ۱۳(۱۲), Retrieved from:

<https://onlinelibrary.wiley.com/doi/pdf/10.1111/spc3.12004#accessDenialLayout>

– Haines, E. L., Deaux, K., & Lofaro, N. (۲۰۱۶). The times they are a-changing... or are they not? A comparison of gender stereotypes, ۱۹۸۳-۲۰۱۴. *Psychology of Women Quarterly*, ۴۰(۳): ۳۵۳-۳۶۳. Retrieved from:

<https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/0361684816634081>.

– Heilman, M. E. (۲۰۰۱). Description and prescription: How gender stereotypes prevent women's ascent up the organizational ladder. *Journal of Social Issues*, ۵۷(۴): ۶۵۷-۶۷۴. Retrieved from:

<https://psycnet.apa.org/record/2001-05792-002>.

– Heilman, M. E. (۲۰۰۱). Description and prescription: How gender stereotypes prevent women's ascent up the organizational ladder. *Journal of Social Issues*, ۵۷(۴): ۶۵۷-۶۷۴. Retrieved from:

<https://psycnet.apa.org/record/2001-05792-002>.

– Heilman, M. E. (۲۰۱۲). Gender stereotypes and workplace bias. *Research in organizational Behavior*, ۳۲, pp. ۱۱۳-۱۳۵. Retrieved from:

<https://icos.umich.edu/sites/default/files/lecturereadinglists/Heilman%20Gender%20Stereotypes%20and%20Workplace%20Bias%20-%202012%20ROB.PDF>.

– Heilman, M. E., Block, C. J., & Martell, R. F. (۱۹۹۵). Sex stereotypes: Do they influence perceptions of managers? *Journal of Social Behavior and Personality*, ۱۰(۶): ۲۳۷-۲۵۲. Retrieved from:

<https://psycnet.apa.org/record/1996-05718-001>.

- Heilman, M., Parks-Stamm, E. (۲۰۰۷). Gender Stereotypes in The Workplace: Obstacles to Women's Career Progress. *Advances in Group Processes*, ۲۴, pp. ۴۷-۷۷. Retrieved from:
<https://nyuscholars.nyu.edu/en/publications/gender-stereotypes-in-the-workplace-obstacles-to-womens-career-pr>.
- Henseler, J, Hubona, G. & Ray, P. A. (۲۰۱۶). Using PLS path modeling in new technology research: updated guidelines. *Industrial management & data systems*, ۱۱۶(۱): ۲-۲۰. Retrieved from:
https://ris.utwente.nl/ws/files/۱۹۳۰۰۷۲/۲۰۱۶_IMDS_Henseler_Hubona_Ray.pdf.
- Henseles, J, Ringle, C, & Sinkovics, R.(۲۰۰۹). The use of partial least squares path modeling in international marketing. *New Challenges to International Marketing*, ۱۰, pp. ۲۷۷-۳۲۰. Retrieved from:
<https://research.utwente.nl/en/publications/the-use-of-partial-least-squares-path-modeling-in-international-m>.
- Hentschel, T., Braun, S., Peus, C., and Frey, D. (۲۰۱۸). The communalitybonus effect for male transformational leaders – leadership style, gender, and promotability. *European Journal of Work and Organizational Psychology*, ۲۷(۱): ۱۱۲-۱۲۰. Retrieved from:
<https://www.tandfonline.com/doi/full/۱۰.۱۰۸۰/۱۳۰۹۴۳۲X.۲۰۱۷.۱۴۰۲۷۰۹>.
- Hentschel, T., Heilman, M. E., & Peus, C. V. (۲۰۱۹). The multiple dimensions of gender stereotypes: a current look at men's and women's characterizations of others and themselves. *Frontiers in psychology*, ۱۰, pp. ۱-۱۹. Retrieved from:
<https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC۶۳۶۴۱۳۲/pdf/fpsyg-۱۰-۰۰۱۱.pdf>.
- Khandwalla, P. N. (۲۰۰۴). Competencies for senior manager roles. *Vikalpa*, ۲۹(۴): ۱۱-۲۴. Retrieved from:
<https://journals.sagepub.com/doi/۱۰.۱۱۷۷/۰۲۰۶۰۹۰۹۲۰۰۴۰۴۰۲>.
- Koenig, A. M., & Eagly, A. H. (۲۰۱۴). Evidence for the social role theory of stereotype content: observations of groups' roles shape stereotypes. *Journal of personality and social psychology*, ۱۰۷(۳): ۳۷۱-۳۹۲. Retrieved from:
<https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pubmed/۲۰۱۳۳۷۲۲>.
- Luthans, F., Lockwood, D. L. (۱۹۸۴). Toward an Observation System for Measuring Leader Behavior in Natural Setting. In J. Hunt, D. Hosking & Ch. Schriesheim (Eds). *Leaders and Managers: International Perspectives on Managerial Behavior and Leadership* (pp. ۱۱۷-۱۴۱). Pergamon.
- Manwa, H.A. (۲۰۰۲). Think Manager, Think Male: Does It Apply to Zimbabwe? *Zambezia*, ۲۹(۱): ۶۰-۷۰. Retrieved from:
<http://ir.uz.ac.zw/handle/۱۰۶۴۶/۴۶۲>.
- Martin, J., Elg, M., Gremyr, I., & Wallo, A. (۲۰۱۹). Towards a quality management competence framework: exploring needed competencies in quality management. *Total Quality Management & Business Excellence*, DOI: ۱۰.۱۰۸۰/۱۴۷۸۳۳۶۳.۲۰۱۹.۱۰۷۶۰۱۶. Retrieved from:
<https://www.tandfonline.com/doi/pdf/۱۰.۱۰۸۰/۱۴۷۸۳۳۶۳.۲۰۱۹.۱۰۷۶۰۱۶?needAccess=true>.

- Matsa, D. A., & Miller, A. R. (۲۰۱۴). Workforce reductions at womenowned businesses in the United States. *Industrial & Labor Relations Review*, ۶۷, pp. ۴۲۲–۴۵۲. Retrieved from:
<https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/001979391426700206?journalCode=ilra>.
- McCarthy, Niall (۲۰۱۶). Which Industries Have The Most Women In Senior Management? Retrieved from:
<https://www.forbes.com/sites/niallmccarthy/2016/03/08/which-industries-have-the-most-women-in-senior-management-infographic/#29f262280cc4>.
- Meeussen, L., Van Laar, C., & Van Grootel, S. (۲۰۲۰). How to foster male engagement in traditionally female communal roles and occupations: Insights from research on gender norms and precarious manhood. *Social Issues and Policy Review*, ۱۴(۱): ۲۹۷-۳۲۸. Retrieved from:
<https://spssi.onlinelibrary.wiley.com/doi/abs/10.1111/sipr.12060>.
- Mintzberg, H. (۱۹۹۰). The Manager's Job: Folklore and Fact. *Harvard Business Review*, March–April Issue, ۱-۱۴. Retrieved from:
<https://hbsp.harvard.edu/product/60210-PDF-ENG>.
- Mölders, S., Brosi, P., Bekk, M., Spörrle, M., & Welpel, I. M. (۲۰۱۸). Support for quotas for women in leadership: The influence of gender stereotypes. *Human Resource Management*, ۵۷(۴): ۸۶۹-۸۸۲. Retrieved from:
<https://onlinelibrary.wiley.com/doi/full/10.1002/hrm.21882>.
- Moscatelli, S., Menegatti, M., Ellemers, N., Mariani, M. G., & Rubini, M. (۲۰۲۰). Men Should Be Competent, Women Should Have it All: Multiple Criteria in the Evaluation of Female Job Candidates. *Sex Roles*, Retrieved from:
<https://link.springer.com/article/10.1007/s11199-019-01111-2>.
- Muma, R. D., Smith, B., & Somers, P. A. (۲۰۰۶). Use of Mintzberg's model of Managerial roles to evaluate academic administrators. *Journal of Allied Health*, ۳۵(۲): ۶۵-۷۴. Retrieved from:
<https://pdfs.semanticscholar.org/1d42/eaa679717cb02b20e27c713302f646bbd.pdf>.
- Nielsen, S., & Huse, M. (۲۰۱۰a). The contribution of women on boards of directors: Going beyond the surface. *Corporate Governance: An International Review*, ۱۸, ۱۳۶-۱۴۸. Retrieved from:
<https://onlinelibrary.wiley.com/doi/full/10.1111/j.1467-8683.2010.00784.x>
- Quinn, R., Cameron, K. (۱۹۸۳). Organizational Life Cycles and Shifting Criteria of Effectiveness: Some Preliminary Evidence. *Management Science*, ۲۹(۱): ۳۳-۵۱. Retrieved from:
<https://pubsonline.informs.org/doi/10.1287/mnsc.29.1.33>.
- Rafter, M. (۲۰۱۵). Women in management: ceiling is believing. Retrieved from:
<http://www.workforce.com/2015/01/27/women-in-management-ceiling-is-believing>.
- Rose, C. (۲۰۰۷). Does Female Board Representation Influence Firm Performance? The Danish Evidence. *Corporate Governance: an International Review*, ۱۵(۲): ۴۰۴-۴۱۳. Retrieved from:
<https://onlinelibrary.wiley.com/doi/abs/10.1111/j.1467-8683.2007.00507.x>.

- Rudman, L. A., Moss-Racusin, C. A., Phelan, J. E., & Nauts, S. (۲۰۱۲). Status incongruity and backlash effects: Defending the gender hierarchy motivates prejudice against female leaders. *Journal of Experimental Social Psychology*, ۴۸(۱): ۱۶۵-۱۷۹. Retrieved from:
<https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0022103111002014>.
- Ryan, M. K., Haslam, S. A., Hersby, M. D., & Bongiorno, R. (۲۰۱۱). Think crisis–think female: The glass cliff and contextual variation in the think manager–think male stereotype. *Journal of Applied Psychology*, ۹۶(۳): ۴۷۰. Retrieved from:
<https://psycnet.apa.org/record/2011-26139-001>.
- Schein, V. (۲۰۰۱). A Global Look at Psychological Barriers to Women's Progress in Management. *Journal of Social Issues*, ۵۷(۴): ۶۷۵-۶۸۸. Retrieved from:
<https://psycnet.apa.org/record/2001-05992-003>.
- Schmitt, A., Gielnik, M. M., & Seibel, S. (۲۰۱۹). When and how does anger during goal pursuit relate to goal achievement? The roles of persistence and action planning. *Motivation and Emotion*, ۴۳(۲): ۲۰۵-۲۱۷. Retrieved from:
<https://link.springer.com/article/10.1007/s11031-018-9720-4>.
- Schoeneborn, D., Kuhn, T. R., & Kärreman, D. (۲۰۱۹). The communicative constitution of organization, organizing, and organizationality. *Organization Studies*, ۴۰(۴): ۴۷۵-۴۹۶. Retrieved from:
<https://research.cbs.dk/en/publications/the-communicative-constitution-of-organization-organizing-and-org>.
- Shakya, A., Shrestha, S. K., & Mishra, A. K. (۲۰۱۹). Managerial Roles in Architectural/Engineering Consulting Firms of Nepal. *Journal of Advanced Research in Civil and Environmental Engineering*, ۶(۱): ۱-۷. Retrieved from:
<https://pdfs.semanticscholar.org/88bd/7ea8ee4cee87bea08ec1921f1cc84cec7a4.pdf>.
- Shields, S. A. (۲۰۰۷). Passionatemen, emotional women: Psychology constructs gender difference in the late ۱۹th century. *History of Psychology*, ۱۰(۲): ۹۲-۱۱۰. Retrieved from:
<https://psycnet.apa.org/record/2007-08130-002>.
- Sobieraj, S., & Krämer, N. (۲۰۱۹). The Impacts of Gender and Subject on Experience of Competence and Autonomy in STEM. *Frontiers in psychology*, ۱۰, pp. ۱-۱۶. Retrieved from:
<https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC6610464>.
- Timmers, M., Fischer, A. H., & Manstead, A. S. R. (۲۰۰۳). Ability versus vulnerability: Beliefs about men's and women's emotional behaviour. *Cognition & Emotion*, ۱۷(۱): ۴۱-۶۳. Retrieved from:
<https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/026999303200022277>.
- Tsui, K., & Girard, A. (۲۰۱۹). Driving an Intentional Culture Change Through an Enterprise-wide Mentoring Program. *Nurse Leader*, ۱۷(۳): ۱۹۷-۲۰۰. Retrieved from:

<https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1041461219300953>.

- Underdahl, S., Walker, L., Woehr, D. (۲۰۱۴). Gender and Perceptions of Leadership Effectiveness: A Meta-Analysis of Contextual Moderators. *Journal of Applied Psychology*, ۹۹(۶): ۱۱۲۹-۱۱۴۵. Retrieved from: <https://psycnet.apa.org/record/2014-10222-001>.
- Woolley, A. W., Chabris, C. F., Pentland, A., Hashmi, N., & Malone, T. W. (۲۰۱۰). Evidence for a collective intelligence factor in the performance of human groups. *Science*, ۳۳۰: ۶۸۶-۶۸۸. Retrieved from: <https://science.sciencemag.org/content/330/6004/686>.
- World Economic Forum (۲۰۱۸). *The Global Gender Gap Report ۲۰۱۸*. Switzerland: World Economic Forum.
- Xiao, Y., Liu, J., & Pang, Y. (۲۰۱۹). Development of a competency model for real-estate project managers: case study of China. *International Journal of Construction Management*, ۱۹(۴): ۳۱۷-۳۲۸. Retrieved from: <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/15623099.2018.1430237>.
- Yukl, G. (۲۰۰۷). *Leadership in Organizations*. ۷th Ed, Pearson.
- Zammuner, V. L. (۲۰۰۰). Men's and women's lay theories of emotion. In A. H. Fischer (Ed.). *Gender and emotion: Social psychological perspectives* (pp. ۴۸-۷۰). Edinburgh: Cambridge University Press.
- Zarya, V (۲۰۱۸). *The Share of Female CEOs in the Fortune ۵۰۰ Dropped by ۲۵% in ۲۰۱۸*. Retrieved from: <https://fortune.com/2018/05/21/women-fortune-500-2018>.

