



دومین همایش بین المللی و چهارمین همایش ملی پژوهش های مدیریت و علوم انسانی

دانشگاه تهران - ۳۰ آذر ۹۶

بررسی نقش پدیده سقف شیشه ای بر افول سرمایه اجتماعی در سازمان

الهام پارسا

کارشناسی ارشد مدیریت ام بی ای، دانشگاه تهران

elhame_parsa@yahoo.com

مانا خوشکام

عضو هیأت علمی، دانشکده مدیریت گروه مدیریت جهانگردی و هتلداری، دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران غرب

khoshkam.mana@wtiau.ac.ir

چکیده

1

در دنیای رقابتی امروز که کشورها تلاش برای رشد و توسعه را از جمله اهداف کلیدی برای کسب مزیت رقابتی، سرلوحه فعالیت‌های خود قرار داده اند، استفاده از تمام ظرفیتهای منابع انسانی برای رسیدن به این مهم اهمیت ویژه ای پیدا کرده است. زنان یکی از سرمایه های با ارزش هر کشور محسوب می شوند. مشارکت جدی زنان دلیلی برای رشد و ترقی کشورهای توسعه یافته عنوان می شود. امروزه در کنار سرمایه های انسانی و فیزیکی، سرمایه دیگری به نام سرمایه اجتماعی نیز مورد توجه قرار گرفته است. سرمایه اجتماعی، یا بعد معنوی یک اجتماع، میراثی تاریخی است که از طریق تشویق افراد به همکاری و مشارکت در تعاملات اجتماعی، می تواند به حل میزان بیشتری از معضلات موجود در اجتماع فائق آید و حرکت به سوی رشد و توسعه شتابان اقتصادی، سیاسی، اجتماعی و فرهنگی را امکان پذیر سازد. در کشور ما اگر چه به نظر می رسد حضور زنان در عرصه های مختلف کاری، ورزشی، هنری و اجتماعی به مراتب بیشتر شده است و نقش زنان پر رنگ تر از گذشته می باشد، ولی حضور آنان در پستهای مدیریتی هنوز هم محسوس نیست. موانع نامرئی بر سر راه صعود زنان به مراتب عالی سازمانی وجود دارد که این مسئله با مولفه های سرمایه اجتماعی در تضاد است. این مقاله به بررسی این رابطه می پردازد. این تحقیق از نظر هدف، کاربردی، و از نظر ماهیت، پیمایشی - تحلیلی و مبتنی بر مدل سازی معادلات ساختار است. ابزار جمع آوری اطلاعات در این پژوهش پرسشنامه بوده است. پس از بررسی داده های 139 پرسشنامه قابل استفاده با استفاده از نرم افزارهای SPSS16 و Smart PLS فرضیه اصلی یعنی وجود رابطه ی غیر مستقیم و معنادار بین سقف شیشه ای و سرمایه اجتماعی در سازمان، اثبات شد.

واژگان کلیدی: سرمایه اجتماعی، سقف شیشه ای، دیوار شیشه ای، زمین چسبناک، مشارکت زنان، اعتماد

دومین همایش بین المللی و چهارمین همایش ملی پژوهش های مدیریت و علوم انسانی

دانشگاه تهران - ۳۰ آذر ۹۶

مقدمه

انسان به طور ذاتی در تعامل با دیگران، تلاش در برطرف کردن نیازهای خود می کند. اثرات این کنش های متقابل تا حدی است که حذف آنها، زندگی را غیر ممکن می سازد. اما در این میان دانشمندان علوم اجتماعی با نگرشی کنجکاوانه در جوامع به شناسایی این کنش ها پرداخته و به مجموع عواملی پی برده اند که آن را سرمایه اجتماعی نامیده اند. مفهوم سرمایه اجتماعی در برگیرنده مفاهیمی همچون اعتماد، همکاری و همیاری میان اعضای یک گروه یا یک جامعه است که نظام هدفمندی را شکل می دهند و آنها را در جهت دستیابی به هدف های ارزشمند هدایت می کند. از این رو شناخت عوامل موثر در تقویت یا تضعیف سرمایه اجتماعی می تواند بسیار حائز اهمیت باشد چرا که موجب افزایش عملکرد اجتماعی و اقتصادی افراد در جوامع می شود. مفهوم سرمایه اجتماعی بستر مناسبی برای بهره وری سرمایه انسانی و فیزیکی و راهی برای نیل به موفقیت قلمداد می شود. مدیران و کسانی که بتوانند در سازمان، سرمایه اجتماعی ایجاد کنند، راه کامیابی شغلی و سازمانی خود را هموار می سازند. برخی از ابعاد و جنبه ها سرمایه اجتماعی عبارت اند از: اعتماد، صداقت، حسن تفاهم، همدردی، دوستی، همبستگی، فداکاری و ... این ابعاد از طریق جریان های اطلاع رسانی مثل آموزش مربوط به مشاغل، تبادل عقاید، تبادل اطلاعات، مشارکتهای مردمی، گروه های خودیاری و نوع دوستی و روحیه جمع گرایی در برابر فردگرایی و ... بین اعضای شبکه های اجتماعی شکل می گیرد، به طوری که جای پای این بحث را در روابط تمامی گروه های اجتماعی از قبیل مذهبی (مسجد، کلیسا)، ورزشی (باشگاه ها)، مدنی (انجمن ها، اتحادیه ها، احزاب و رسانه های مستقل)، آموزشی و تربیتی (مدارس، دانشگاه ها) و در روابط همسایگی، دوستانه، شغلی و خانوادگی نیز می توان یافت.

یکی از مؤلفه های مهم در جوامع نوین برابری انسان ها بدون در نظر گرفتن ویژگی های نژادی، مذهبی و جنسیتی است. یعنی انسان ها با توجه به امتیازات و حقوق شهروندی که حکومت برایشان تأمین می نماید، می توانند به طور برابر از فرصت ها و امتیازات موجود در جامعه خود بهره ببرند و برای احراز موقعیت های سیاسی و اجتماعی به رقابت بپردازند. اما با توجه به مشکلات و ممانعت هایی که در ابعاد گوناگون فرهنگی، سیاسی، اجتماعی و اقتصادی همه جوامع وجود دارد، تفاوت ها و ایجاد فاصله های اجتماعی میان شهروندان امری اجتناب ناپذیر تلقی می شود. از مهم ترین تمایزات موجود در همه جوامع بشری، یا شاید بتوان گفت برجسته ترین تفاوت میان انسان ها، تفاوت جنسیتی است. بر اساس آمار منتشره سال 2009 واحد مطالعات توسعه انسانی و جنسیتی سازمان ملل متحد در ایران هنوز در پستهای مدیریتی، زن ها سهمی که شایسته باشد را بدست نیاورده اند. سهم زنان در اشتغال تنها 33٪ و سهم آنان در گروه مدیران عالی رتبه کشور تنها 16٪ است (حسین پور و همکاران، 1391). طبق آمار ارائه شده توسط مرکز آمار ایران در سال 1390، 20/55 شاغل در کشور مشغول کارند که از این تعداد 17/83 نفر مرد و 2/72 زنان هستند که نشان می دهد جنیست هنوز هم یک مانع مشترک پیشرفت شغلی در بسیاری از عرصه های بین المللی است. به نظر می رسد پیشرفت زنان و رسیدن آنان به سطح اجرایی ارشد، توسط موانع نامرئی مسدود شده است که از این موانع به عنوان سقف شیشه ای، دیوار شیشه ای و زمین چسبناک یاد می شود.

مبانی نظری

سرمایه اجتماعی

سرمایه، یک منبع کلی و دارایی محسوب می شود. دارایی، زاینده و مولد است و مجموعه افراد و گروه های اجتماعی و نهایتا کل جامعه از آن استفاده می کنند تا هدف های خود را تحقق بخشند. یعنی ابزاری که فرد، گروه، نهاد یا جامعه ای برای رسیدن به اهدافش از آن استفاده می کند، سرمایه نامیده می شود (موسوی، 1386). به نظر پی یور دیو سرمایه شکل های متنوعی دارد: سرمایه اقتصادی (ثروت)، سرمایه فرهنگی (صلاحیت، دانش)، سرمایه نمادین (افتخار، پرستیژ) و سرمایه اجتماعی (پیوندهای



دومین همایش بین المللی و چهارمین همایش ملی پژوهش‌های مدیریت و علوم انسانی

دانشگاه تهران - ۳۰ آذر ۹۶

اجتماعی و اعتماد). سرمایه اجتماعی در یک معنای عام، نوعی سرمایه‌گذاری در روابط اجتماعی است که با بازده مورد انتظار تعریف می‌شود (توسلی و موسوی، ۱۳۸۲). اندیشمندان برحسب دیدگاه‌های خود تعاریف مختلفی از سرمایه اجتماعی ارائه کرده‌اند که فصل مشترک آن‌ها را می‌توان اینگونه نامید: سرمایه اجتماعی، پتانسیل نهفته در روابط بین و میان افراد (و گروه‌های) یک جامعه است که باعث انجام امورات آن‌ها می‌شود (سعادت، ۱۳۸۶).

زمینه فکری و تاریخی

دغدغه تنزل روابط اجتماعی، از جمله موضوعاتی است که به کرات در جامعه‌شناسی کلاسیک و معاصر به چشم می‌خورد. جامعه‌شناسان معاصر برای بررسی کمیت و کیفیت روابط اجتماعی از مفهوم سرمایه اجتماعی بهره جستند (شارع پور، ۱۳۸۰). اصل این مفهوم در مقاله‌ای توسط شخصی به نام هانیفن (Lyda Judson Hanifan) در سال ۱۹۱۶ که در آموزش و پرورش ایالت ویرجینیای آمریکا خدمت می‌کرد به کار گرفته شد. از نظر هانیفن سرمایه اجتماعی، شامل دارایی‌هایی است که در زندگی روزانه افراد وجود دارند مانند: حس تفاهم، رفاقت و دوستی، احساس همدردی در روابط اجتماعی بین افراد و بین خانواده‌هایی که یک واحد اجتماعی را تشکیل می‌دهند. نظریه هانیفن برای نیم قرن مسکوت ماند تا در سال ۱۹۶۱ جاکوب (Jacobs) در اثر خود به نام "زندگی و مرگ در شهرهای بزرگ آمریکایی" از سرمایه اجتماعی بحث کرد و نقش آن را در ارتباط با حفظ نظافت، برخورد با جرم و جنایت خیابانی در محدوده‌های حومه و قدیمی شهری مطرح کرد. گلن لوری (Glen Loury) اقتصاددان و ایوان لایت (Iven Light) جامعه‌شناس، اصطلاح سرمایه اجتماعی را در دهه ۱۹۷۰ برای توصیف مشکل توسعه اقتصاد درون شهری به کار بردند. اولین توضیح و تفسیر یکپارچه این اصطلاح توسط بورديو در سال ۱۹۷۲ انجام شد. در دهه ۱۹۸۰ جیمز کلنن فصل مهمی از کتاب "بنیان‌های نظریه اجتماعی" خود را به بحث سرمایه اجتماعی اختصاص داد و در سراسر این کتاب نیز به توضیح عناصر و اجزای آن پرداخت. در دهه ۱۹۹۰ مفهوم سرمایه اجتماعی توسط بانک جهانی و کتاب "بولینگ تک‌نفره" رابرت پاتنام معروف شد (پیراهری، ۱۳۸۸). طی سال‌های ۱۹۹۰ به این سو، مفهوم و نظریه سرمایه اجتماعی با اقبال قابل توجه اندیشمندان و محققان رشته‌های مختلف علوم اجتماعی مواجه شده است (ترکمانی، ۱۳۸۶؛ عربشاهی، ۱۳۹۳) و با سرعت چشمگیری گسترش پیدا کرده است.

نظریه‌های سرمایه اجتماعی

در دهه‌های اخیر، نظریه‌های زیادی در مورد سرمایه اجتماعی ارائه شده است که در این بخش به مرور برخی از آنها می‌پردازیم: (1) پیر بورديو (Pierre Bourdieu: 1930-2002)؛ به نظر بورديو، سرمایه اجتماعی جمع منابع واقعی یا بالقوه‌ای است که حاصل از شبکه‌ای بادوام از روابط کمابیش نهادینه شده، آشنایی و شناخت متقابل یا به بیان دیگر عضویت در یک گروه است. شبکه‌ای که هر یک از اعضای خود را از پشتیبانی سرمایه جمعی برخوردار می‌کند و آنان را مستحق اعتبار می‌سازد (عربشاهی، ۱۳۹۳). به نظر وی سرمایه اجتماعی، به‌عنوان شبکه‌ای از روابط، یک ودیعه طبیعی یا حتی یک ودیعه اجتماعی نیست، بلکه چیزی است که در طول زمان و با تلاش بی‌وقفه به دست می‌آید. به عبارت دیگر شبکه روابط، محصول راهبردهای سرمایه‌گذاری فردی یا جمعی آگاهانه یا ناخودآگاه است که هدفش ایجاد یا باز تولید روابط اجتماعی است که مستقیماً در کوتاه مدت یا بلند مدت قابل استفاده هستند (تاجیبخش، ۱۳۸۴). کاربرد سرمایه اجتماعی در نزد بورديو بر این درک استوار است که افراد چگونه با سرمایه‌گذاری بر روابط گروهی، وضعیت اقتصادی خود را در یک فضای اجتماعی سلسله مراتبی (جامعه سرمایه‌داری) بهبود می‌بخشند. از این جهت می‌توان رویکرد او را ابزاری، فردگرا و متأثر از تئوری سرمایه مارکس و بیشتر تضادگرا تلقی کرد (توسلی و موسوی، ۱۳۸۲).

دومین همایش بین المللی و چهارمین همایش ملی پژوهش‌های مدیریت و علوم انسانی

دانشگاه تهران - ۳۰ آذر ۹۶

2) جیمز کلمن (James Samuel Coleman: 1926-1995)؛ به نظر کلمن سرمایه اجتماعی با کارکردش تعریف می‌شود. سرمایه اجتماعی شی واحدی نیست بلکه انواع چیزهای گوناگونی است که دو ویژگی مشترک دارند: الف) همه آن‌ها شامل جنبه‌ای از یک ساخت اجتماعی هستند (عناصر و پیوندهایی که حیات اجتماعی را تداوم می‌بخشند). ب) واکنش‌های معین افرادی را که در درون ساختار هستند اعم از اشخاص حقیقی یا عاملان حقوقی، تسهیل می‌کند و دستیابی به هدف‌های معین را که در نبود آن دست‌نیافتنی خواهند بود امکان‌پذیر می‌سازند (کاوسی، کیاسی، 1387). کلمن در کتاب بنیادهای نظریه اجتماعی می‌نویسد: سرمایه اجتماعی ویژگی‌های معینی دارد که آن را از کالاهای خصوصی، که در نظریه اقتصاد نئوکلاسیک بحث می‌شود، متمایز می‌سازد. این ویژگی‌ها عبارت‌اند از:

- 1- به آسانی مبادله نمی‌شود، اگرچه این سرمایه منبعی است که ارزش استفاده دارد.
- 2- سرمایه اجتماعی دارای شخصی هیچ یک از افرادی که از آن سود می‌برند نیست و این به واسطه صفت کیفی ساختار اجتماعی است که فرد در آن قرار گرفته است.
- 3- نتیجه فرعی فعالیت‌های دیگر است و معمولاً شخص خاصی آن را به وجود نمی‌آورد.
- 4- سرمایه اجتماعی در صورت استفاده بیشتر، برخلاف بعضی اشکال دیگر سرمایه، نه تنها مستهلک نمی‌شود بلکه افزایش می‌یابد. کلمن تحت تاثیر کاربرد نظریه انتخاب عقلانی در تبیین رفتار، بر منافع فردی سرمایه اجتماعی تاکید می‌کند (کاوسی و کیاسی، 1387)

4

3) رابرت پاتنام (Robert David Putnam: 1941)؛ پاتنام مفهوم سرمایه اجتماعی را فراتر از سطح فردی به کار می‌گیرد و به چگونگی کارکرد سرمایه اجتماعی در سطح منطقه‌ای و ملی می‌پردازد و به تاثیر سرمایه اجتماعی بر نهادهای دموکراتیک و در نهایت توسعه اقتصادی علاقمند است. به همین منظور در دو مطالعه تطبیقی میان ایالت‌های مختلف در امریکا و همچنین حکومت‌های منطقه‌ای تازه تاسیس ایتالیا در شمال و جنوب در دهه 70، تاثیر سرمایه اجتماعی را در تقویت جامعه مدنی و کارآمدی دموکراسی از سویی و رشد و توسعه اقتصادی از سوی دیگر مورد بررسی قرار داده است (توسلی و موسوی، 1382) و به نتیجه تاثیر مثبت آن پی برده است. پاتنام سرمایه اجتماعی را آن دسته از عناصر و ویژگی‌های نظام اجتماعی (مانند اعتماد اجتماعی، هنجارهای معامله متقابل و شبکه‌های اجتماعی) می‌داند که هماهنگی و همکاری را در بین افراد یک جامعه برای دستیابی به سود متقابل تسهیل می‌کند (غریبی، 1389). او برای فهم و ارزیابی سرمایه اجتماعی به چهار وجه تمایز اشاره دارد. پاتنام در این رابطه، سرمایه اجتماعی رسمی را در مقابل غیررسمی (انجمن‌ها یا مهمانی‌های دوره‌ای)، سرمایه اجتماعی متراکم در مقابل سرمایه اجتماعی پراکنده و ضعیف، سرمایه اجتماعی درون‌نگر در مقابل برون‌نگر (برحسب اختصاص منافع به افراد غیر عضو یا عموم مردم) و نهایتاً سرمایه اجتماعی محدود (بین افراد شبیه از نظر قومیت، سن و ...) در مقابل اتصالی (بین افراد غیرمشابه) مطرح می‌سازد (شارع پور، 1385).

اگر چه تعریف او مستقیماً تحت تاثیر کلمن می‌باشد، اما او سرمایه اجتماعی را به عنوان مجموعه‌ای از ارتباطات افقی بین افراد می‌بیند (کاوسی و کیاسی، 1387). او تعریف خود را این گونه ارائه می‌کند: ویژگی‌هایی از سازمان اجتماعی مانند اعتماد، هنجارها و شبکه‌های اجتماعی که می‌توانند کارایی جامعه را از طریق تسهیل کنش‌های تعاونی بهبود دهند (فیلد، 1386).

4) فرانسیس فوکویاما (Francis Fukuyama: 1951)؛ فوکویاما نیز مانند پاتنام، سرمایه اجتماعی را در سطح کلان (در سطح کشورها و در ارتباط با رشد و توسعه اقتصادی آن‌ها) مورد بررسی قرار داده است و مولفه‌های مورد بحث پاتنام (شبکه‌های مشارکت مدنی، هنجارهای اعتماد و همیاری) در بحث وی نیز تکرار می‌شود. وی برخلاف دیگر نظریه‌پردازان صرفاً بر خصلت جمعی سرمایه اجتماعی تاکید کرده و آن را به منزله دارای گروه‌ها و جوامع تلقی کرده است (اسلامی و همکاران، 1393). به نظر وی سرمایه اجتماعی را به سادگی می‌توان به‌عنوان مجموعه معینی از هنجارها یا ارزش‌های غیررسمی (صداقت، ادای تعهدات



دومین همایش بین المللی و چهارمین همایش ملی پژوهش های مدیریت و علوم انسانی

دانشگاه تهران - ۳۰ آذر ۹۶

و ارتباطات دوجانبه) تعریف کرد که اعضای گروهی که همکاری و تعاون میانشان مجاز است در آن سهیم هستند. مهم ترین منابع سرمایه اجتماعی از نظر فوکویاما عبارت است از خانواده و هنجارهای اجتماعی (فوکویاما، ۱۳۸۵).
۵) علوی (۱۳۸۰) معتقد است سرمایه اجتماعی عبارت است از تاثیر اقتصادی حاصل از تسهیلاتی که شبکه های اعتماد و مولفه های فرهنگی در یک سیستم اجتماعی به وجود می آورند. به اعتقاد علوی شبکه های اعتماد علاوه بر کاهش هزینه های مدیریتی موجب می شود زمان و سرمایه بیشتری به فعالیتهای اصلی اختصاص یابد و جریان مناسبی از یادگیری و دانش را در بین آنها فراهم می کند. این امر نیز می تواند در کاهش هزینه های مدیریتی و توسعه اجتماعی بسیار موثر باشد (عربشاهی، ۱۳۹۳).
۶) الوانی و شیروانی (۲۰۰۵) در تعریف سرمایه اجتماعی به پیوندها و ارتباطات میان اعضای یک شبکه به عنوان منبع با ارزش اشاره دارند که با خلق هنجارها و اعتماد متقابل موجب تحقق اهداف اعضا می شود (معمارزاده و دیگران، ۱۳۸۸).

کارکردهای سرمایه اجتماعی

به نظر کلمن سرمایه اجتماعی به لحاظ هنجاری و اخلاقی خنثی است، یعنی نه مطلوب است و نه نامطلوب و صرفاً با فراهم کردن منابع لازم، وقوع کنش ها را امکان پذیر می سازد (کلمن، ۱۳۷۷). به نظر فوکویاما مشارکت در ارزش ها و هنجارها به خودی خود باعث تولید سرمایه اجتماعی نمی گردد. چرا که این ارزش ها ممکن است ارزش های منفی باشد (فوکویاما، ۱۳۸۵). بنابراین می توان کارکردهای سرمایه اجتماعی را در دو دسته مثبت و منفی جای داد:

5

الف) کارکردهای مثبت سرمایه اجتماعی؛ این موضوع که مشارکت فرد در امور جمعی به نتایج مثبتی برای فرد و جامعه اش می انجامد، از آغاز مورد توجه جامعه شناسان بوده است (توسلی و موسوی، ۱۳۸۲). به طور مشخص برخی از این کارکردهای مثبت از قرار زیرند:

- ۱- افزایش سلامت روانی افراد از طریق فراهم آوردن حمایت های عاطفی و روانی، کاهش عوامل استرس زا، کاهش حوادث زندگی (مانند از دست دادن شغل) (لهسایی زاده و مرادی، ۱۳۸۶).
- ۲- از نظر پاتنام، تقویت هنجارهای مستحکم بده و بستان (از طریق افزایش هزینه های بالقوه جدا شدن)، تسهیل جریان اطلاعات از جمله اطلاعات مربوط به شهرت کنش گران و تجسم موفقیت های گذشته که به تحقق کنش جمعی کمک می کند (فیلد، ۱۳۸۶).
- ۳- سرمایه اجتماعی خصوصاً در شکل جمعی آن، هنجارهای همیاری و اعتماد، می تواند افراد جامعه را در حل مشکل کنش جمعی یاری برساند و در آن صورت همه افراد جامعه از برکات آن برخوردار می گردند.
- ۴- تاثیر درونی سرمایه اجتماعی بر جامعه مدنی و گسترش دموکراسی، افزایش شهروندانی با جهت گیری معطوف به اجتماع و قانون مداری می باشد که با دولت بهتر همکاری کنند (توسلی و موسوی، ۱۳۸۲).
- ۵- تجارب بانک جهانی نشان داده است که سرمایه اجتماعی تاثیر قابل توجهی را بر اقتصاد و توسعه کشورهای مختلف دارد. افزایش آن موجب پایین آمدن جدی سطح هزینه های اداره جامعه و نیز هزینه های عملیاتی سازمان ها می گردد (موسوی، ۱۳۸۶).
ب) کارکردهای منفی سرمایه اجتماعی؛ رابطه معکوس بین پیوندهای مستحکم اخلاقی داخلی گروه با میزان اعتماد گروه به افراد غیر عضو، گاهی اوقات می تواند موجب کاهش همکاری موثر گروه با جامعه گردد. مثلاً فوکویاما ضمن تایید اهمیت خانواده به مثابه شکلی از سرمایه اجتماعی به جوامعی اشاره دارد که در آن ها توازن میان مناسبات خانوادگی و مناسبات غیرخانوادگی وجود نداشته است و بر مناسبات خانوادگی به زیان دیگر مناسبات اجتماعی تاکید می شود (خانواده مداری غیر اخلاقی) و اصولاً به دلیل وجود روابط اخلاقی غیررسمی در شبکه ها، وجود پدیده هایی از قبیل آشنا پروری، پارتی بازی، ناشکیبایی و نژاد گرایی را همیشه محتمل می داند که البته می بایست از اشکال واقعی سرمایه اجتماعی تفکیک گردند (توسلی و موسوی، ۱۳۸۲).

دومین همایش بین المللی و چهارمین همایش ملی پژوهش‌های مدیریت و علوم انسانی

دانشگاه تهران - ۳۰ آذر ۹۶

سرمايه اجتماعي در اندیشه جامعه‌شناسان کلاسیک

آنچه در چارچوب مفهوم و نظریه سرمايه اجتماعي مورد بحث قرار می‌گیرد پیش‌تر توسط اندیشمندان بزرگی چون مارکس، دورکیم و وبر مورد بحث قرار گرفته است. بحث مارکس درباره روابط و مناسبات اجتماعي، بحث دورکیم درباره تراکم اخلاقی به‌مثابه رکن تقسیم کار اجتماعي و بحث وبر درباره اخلاق پروتستانی و روحیه سرمايه‌داری ناظر بر شاخص‌های سرمايه اجتماعي است (ترکمانی، ۱۳۸۶).

عناصر و مولفه‌های سرمايه اجتماعي

با بررسی ادبیات مربوط به سرمايه اجتماعي مشخص می‌شود که این سرمايه دارای دو جزء است: الف) پیوند عینی بین افراد؛ این مولفه حکایت از آن دارد که افراد در فضای اجتماعي با یکدیگر پیوند دارند. این پیوندها از دو نوع می‌تواند باشد: ۱- افراد می‌توانند به شیوه غیررسمی از طریق انتخاب دوستی‌ها و انواع پیوندهای شبکه‌ای با یکدیگر در ارتباط باشند. ۲- جدا از پیوندهای غیررسمی با دیگران، فرد می‌تواند از طریق عضویت رسمی در انجمن‌ها و گروه‌های داوطلبانه با دیگران در ارتباط باشد. پیوندهای رسمی و شبکه‌های غیررسمی بر حسب پیوند بین افراد تعریف می‌شود، ولی ادامه حیات پیوندهای رسمی فراتر از شبکه اجتماعي درونی است. ب) پیوند ذهنی، پیوندهای بین افراد می‌بایست دارای ماهیت متقابل، مبتنی بر اعتماد و دارای هیجانات مثبت باشد. اعتماد به این معناست که افراد از موفقیت‌های گروهی یا نهادی برای منافع خود بهره‌برداری نمی‌نمایند. (موسوی، ۱۳۸۶).

6

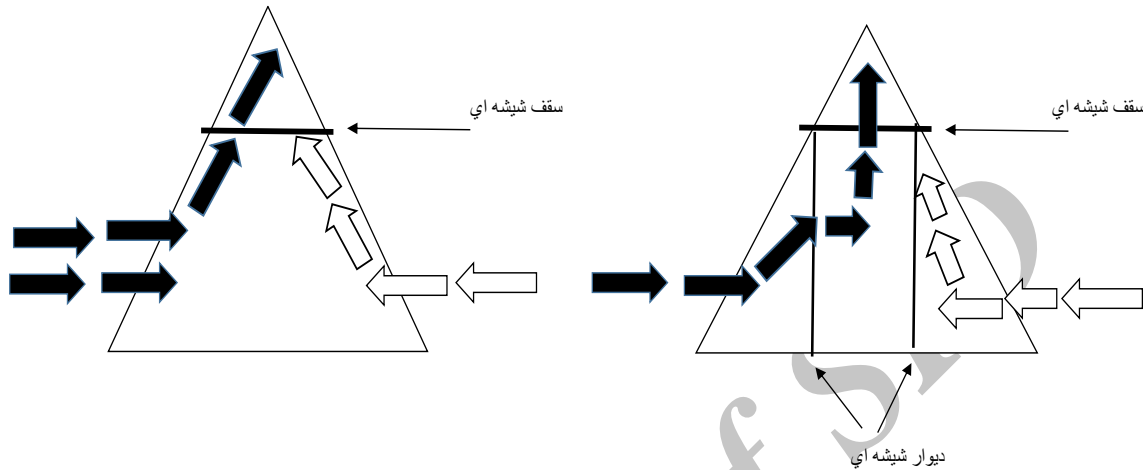
سقف شیشه‌ای، دیوار شیشه‌ای، زمین چسبناک

بی‌شک برنامه‌های توسعه در هر کشوری با هدف ارتقا سطح زندگی همه افراد جامعه طراحی می‌شود و در این میان زنان نیز انتظار دارند که شاهد بهبود کیفیت زندگی خود در پرتو دگرگونی‌ها باشند. در تقسیم بندی نیروی انسانی در سازمانها، زنان آگاهانه یا ناآگاهانه، به حاشیه رانده می‌شوند و رشد و ترقی آنان برای سایر افراد بی اهمیت تلقی می‌شود. حتی گاهی دستیابی آنان به درجه‌های عالی، عجیب و غیر قابل تحمل انگاشته می‌شود. زیرا تصور غالی این است که آنان باید در حاشیه باشند و هرگز نباید در راس هرم مدیریت قرار گیرند (پورعزت و دیگران، ۱۳۸۶). پدیده «عدم توفیق زنان در دستیابی به سطوح عالی مدیریت» را در اصطلاح «سقف شیشه‌ای» می‌گویند. این اصطلاح اولین بار در سال ۱۹۸۶، به وسیله مجله وال استریت ژورنال به کار رفت. همچنین موریسون و همکارانش از اولین کسانی هستند که در سال ۱۹۸۷ از واژه سقف شیشه‌ای استفاده کردند. این اصطلاح در سال ۱۹۹۰ برای اشاره به تعداد اندک زنان و اقلیتها در اداره سازمانهای بخش دولتی و خصوصی به کار رفت. گاهی نیز برای اشاره به شکاف عمیق توزیع دستمزد به کار رفته است. به این معنا که کارکنان زن در گروههای بالای درآمدی، در مقایسه با همردیفان مرد خود دریافتی کمتری دارند (زمین چسبناک). سقف شیشه‌ای بیان می‌کند زنان در دستیابی به سطوح بالای سلسله مراتب شکست می‌خورند. آنها به پستهای عالی در سازمان نزدیک می‌شوند، اما بندرت آن را به چنگ می‌آورند. این سرخوردگی باعث می‌شود که تصور کنند یک سقف شیشه‌ای وجود دارد، یعنی موانعی تبعیض آمیز در راه تلاش خود برای دستیابی به سطوح عالی مدیریتی در سازمانها، مشاهده می‌کنند (میرغفوری، ۱۳۸۵). سقف شیشه‌ای نوعی نابرابری است. این مفهوم دلالت بر وجود موانع غیر قابل نفوذ دارد که در اکثر سازمانها در سراسر جهان، بدون اعتبار قانونی و صرفاً بر حسب توافقه‌های ضمنی و نانوشته از ارتقای زنان در سازمان ممانعت به عمل می‌آورد (ورت، ۲۰۰۲). این اصطلاح معمولاً زمانی بکار برده می‌شود که زنان صرفاً به خاطر جنسیت خویش از صعود به مراتب عالی سازمانی باز نگه داشته می‌شوند (موریسون و دیگران، ۱۹۸۷). موانعی که بخش مرکزی و استراتژیک سازمان را از سایر بخشها مجزا می‌کند، با عنوان دیوار شیشه‌ای نامیده می‌شوند. این دیوارها نیز گاهی بر اساس تفکیک جنسی مشاغل ایجاد می‌شوند به طوری که مدیران زن در

دومین همایش بین المللی و چهارمین همایش ملی پژوهش های مدیریت و علوم انسانی

دانشگاه تهران - ۳۰ آذر ۹۶

بخشهای معینی تمرکز پیدا می کنند. به عبارت دیگر موانع عمودی (دیوار شیشه ای) و موانع افقی (سقف شیشه ای) زنان را در سازمان محصور و احاطه می کند.



شکل شماره 1

7

از دیدگاه تاریخی همواره زنان در پست‌هایی قرار گرفته اند که ناگزیر بوده اند کارهای تکراری انجام دهند و پست‌هایی در سطوح پایین احراز کنند. اغلب آنها در پست‌های ستادی و به عنوان دستیار مدیران صفی انجام وظیفه کرده اند و به ندرت مسئولیت‌های مدیران صفی را برعهده داشتند. بنابراین مدیران زن کمتر درگیر وظایف صفی سازمانها بوده اند. وظایف و کارهای واحدهای صفی به طور مستقیم با اهداف سازمان سر و کار دارند و انجام آن‌ها به طور مستقیم به تحقق اهداف سازمانی منجر می شود. در حالی که واحدهای ستادی به طور غیر مستقیم و از طریق کمک به انجام وظایف صفی در تحقق اهداف سازمانی مؤثرند (شیعه نژاد، 1387). از آنجایی که زنان عمدتاً در مشاغل ستادی مشغول به کار می‌باشند، از این رو نمی‌توانند در سازمان‌ها قدرت چندانی کسب نمایند؛ بنابراین در تصمیم‌گیری‌های سازمانی نیز دخالت و نفوذ چندانی ندارند.

بر پایه پژوهش‌ها، زنان پس از ورود به سازمان همگام با مردان شروع به رشد و بالندگی می‌کنند و سطوح گوناگون سازمان را پشت سر می‌گذارند اما هرچه زنان به سطوح بالاتر سازمانی می‌رسند، سرعت رشد و ارتقای آنها کاهش می‌یابد (میرغفوری، 1385). اکثر تحقیقات نشان می‌دهند تعداد زنانی که تمایلی به پذیرش مسئولیت ندارند بسیار اندک اند. زنان و مردان در محیط‌های کاری مکمل یکدیگرند ولی انگار این مردان هستند که تصمیم می‌گیرند چه کسانی در راس هرم مدیریت قرار گیرد. انگار فراموش کرده اند که اگر موفقیتی در سطح سازمان صورت می‌گیرد در نتیجه استفاده مطلوب از تخصص تمامی سرمایه انسانی سازمان اعم از زنان و مردان می‌باشد. سقف شیشه‌ای نه تنها مانع پیشرفت کار و مشارکت زنان در عرصه‌های مختلف کاری می‌شود بلکه مانعی جدی برای پیشرفت جامعه نیز محسوب می‌شود.

به طور کلی موانع ارتقا زنان به دو گروه موانع درونی و موانع بیرونی تقسیم بندی می‌شوند: عجین شدن با شغل و خودباوری مرتبط (کورتیس و کاسارا، 2005) و توان ریسک‌پذیری (گوتا و هاس، 2010) به عنوان موانع درونی و نگرش جامعه و مدیران نسبت به زنان (کورتیس و کاسارا، 2005) و مسئولیت‌های خانوادگی (زمانی، 1388؛ کشاورز، 1382؛ اعزازی، 1380) از موانع بیرونی ارتقا زنان است (حسین پور، حاجی پور، حسینیان، 1391).

شاید بتوان به برخی عوامل تسلط دیرینه مردان بر سازمانها اشاره کرد:

1- میزان مرد گرایی در جامعه

2- نحوه سیاستگذاری جامعه

دومین همایش بین المللی و چهارمین همایش ملی پژوهش های مدیریت و علوم انسانی

دانشگاه تهران - ۳۰ آذر ۹۶

3- بافت جمعیت شناختی زنان و مردان در سازمان

4- سابقه تاریخی برتری مردان

5- شبکه های ارتباطی

6- ارزشگذاری به کار زنان

7- عرف و نگرشهای کلیشه ای رایج

میزان مرد گرایی در جامعه: وجود جوامع مرد سالار به گسترش فرهنگ مردانه در سازمانها دامن می زند، چرا که سازمان از افراد و گروه هایی تشکیل می شود که از بطن جامعه بیرون می آیند و وقتی یک جامعه دارای فرهنگ مرد سالار باشد به طور قطع سازمانهای آن نیز مرد سالار خواهند شد (پورعزت و دیگران، 1386).

نحوه سیاستگذاری: جامعه ای که در آن خط مشی های توسعه اجتماعی فقط با توجه به جنبه های اقتصادی پی ریزی شود، نخواهد توانست برابری زن و مرد را تضمین کند (باستانی، 1383). زیرا برابری در عرصه های فرهنگی و سیاسی را نادیده می گیرد و این نابرابری به داخل سازمان نیز نفوذ می کند و باعث سلطه مردان بر زنان خواهد شد.

بافت جمعیت شناختی زنان و مردان در سازمان: هرگاه در یک سازمان تعداد مردان بیشتر از زنان و یا برعکس باشد، فرهنگ سازمانی به سمت ویژگی های گروه برتر سوق پیدا می کند. این بحث که به تعبیری به اصطلاح جنسیت سازمانها مطرح می شود (Gendered Organization) از تاثیر جمعیت غالب یک جنس بر فرهنگ و رفتار سازمانی دلالت دارد (کلنک، 1996).

سابقه تاریخی برتری مردان: با مطالعه تاریخ ملاحظه می شود که از ابتدای تاریخ بشر تاکنون، بیشترین قدرت، حاکمیت و مالکیت در دست مردان بوده است. در واقع زنان ناگزیر به انجام کارهای تکراری بوده اند و در منصبهای سطوح پایین به کار گمارده می شدند. زنان همواره موجوداتی ضعیفتر و ناتوان تر تلقی شده اند و دیدگاه غالب این است که مردان در سازمان رهبرند و زنان زیردست (کوپر، 2001).

شبکه های ارتباطی: زنان در مقایسه با مردان تعاملات کمتری با افراد قدرتمند سازمان داشته و به مرکزیت شبکه های قدرتمند نزدیک نیستند. و از انجاییکه دسترسی به شبکه های قدرتمند رابطه مثبتی با ارتقاء سازمانی دارد؛ فقدان دسترسی به چنین شبکه هایی منجر به سقف شیشه ای برای زنان می شود. به عبارتی زنان به طور کلی منزوی هستند و از شبکه های غیر رسمی محروم اند (سید جوادین، 1386).

ارزشگذاری به کار زنان: سازمانها از همه مدیران چه زن و چه مرد انتظار دارند تا عملکردشان عالی باشد اما عملکرد زنان از اهمیت خاصی برخوردار است. کار کردن در حد و اندازه ای بیش از حد انتظار مردان، راهبردی بوده که مدیران موفق آن را به کار برده اند و اکثر این زنان آن را راهبردی اساسی یا نسبتاً مهم دانسته اند. آنها مجبور بوده اند همیشه توانایی خود را ثابت کنند و برای این کار کوشیده اند تا بر انواع انگاره های منفی موجود در محیط کار که اغلب مردانه بوده، غلبه کنند. زیرا مردان کمتر به آنها اعتماد داشته اند و در نتیجه مجبور به اثبات توانایی و لیاقت خود بوده اند (زمانی و امینی، 1379). به نظر می رسد به مشارکتهای آنها ارزش گذاشته نمی شود و جدی گرفته نمی شوند (سید جوادین، 1386).

عرف و نگرشهای کلیشه ای رایج: در یک تقسیم بندی ساده می توان کلیشه ها را به دو دسته مثبت و منفی تقسیم کرد:
الف) کلیشه های مثبت:

- مهمترین وظیفه زنان، نگهداری و مراقبت از فرزندان و خانواده خود است
- بطور سنتی، وظیفه زنان خانه داری است و انجام اموری چون ایجاد محیط آرام و نگهداری از نسل آینده
- زنان به دلیل آنکه نسبت به مردان موجودات ظریف هستند بهتر است به کارهایی چون ماشین نویسی، صنایع دستی، بافندگی و منشی گری بپردازند (پورعزت و دیگران، 1386).



دومین همایش بین المللی و چهارمین همایش ملی پژوهش های مدیریت و علوم انسانی

دانشگاه تهران - ۳۰ آذر ۹۶

(ب) کلیشه های منفی:

- زن باید در خانه بنشیند و خانه داری کند، ارتقا دادن او خیانت به نسل آینده است.
- هرگز نباید زیر دست زنان کار کرد همواره باید مردان در موقعیتی بالاتر از زنان کار کنند.
- زنان تمایل دارند تا وظایف خانوادگی را مقدم بر ملاحظات کاری قرار دهند. آنها باید از فرزندان خود مراقبت کنند. بنابراین زمان و اشتیاق به کار خود را از دست می دهند.
- زنان برای درآمد اضافی کار می کنند (مسئولیت خرج زندگی بر عهده زنان نیست)، به همین دلیل شور و شوق لازم را برای موفقیت در کسب و کار ندارند.
- زنان به جای اینکه بازخور منفی را حرفه ای تلقی کنند، از آن برداشت شخصی می کنند.
- زنان برای پستهای عالی مدیریتی مناسب نیستند زیرا بیش از حد احساساتی هستند و پرخاشگری لازم را ندارند (سیدجوادین، 1386)

هر چند ممکن است این فرضیه ها در مورد بسیاری از زنان شاغل صدق کند اما جای تردید وجود دارد که این توصیفات زنانی را مد نظر داشته باشد که می خواهند حرفه مدیریت و ورود به سطوح ارشد مدیریتی را دنبال کنند. در این شکل سعی شده تا برخی علل اصلی و موانع موجود بر سر راه ارتقاء زنان برای رسیدن به سطوح ارشد مدیریتی (عوامل ایجاد سقف شیشه ای) دسته بندی گردد:

(حسین پور و دیگران، 1391)

جدول شماره 1

9

عدم ارتقاء زنان به سمتهای مدیریت ارشد و میانی

موانع اجتماعی - فرهنگی	موانع سازمانی	موانع خانوادگی	موانع فردی
<p>فرهنگ مرد سالاری کلیشه ای اندیشیدن درباره زنان کمبود مدل و الگوی زنان مدیر و موفق شیاسته سالاری جامعه پذیری متفاوت شبکه های ارتباطی نقش رسانه های ارتباط جمعی</p>	<p>گرایش به مرد سالاری در انتصاب مدیران نظری در امکانات آموزشی قولین مکتوب سازمانی و استخدامی دور ماندن از جلسات تصمیم گیری محدود کردن زنان به کارهایی که فرصت رشد نداشته باشند نادیده گرفتن نظرات زنان کندینا ندیدن زنان برای مدیریت نا برابری در بهره مندی از مزایا نظری در ارزشیابی</p>	<p>نگهداری از فرزندان و سالخوردگان آموزش کودکان و امور خانه داری نگرش منفی شوهر نسبت به کار همسر</p>	<p>خودباوری لگیزه نیل به موفقیت ریسک پذیری نگرش نسبت به کار و مهارتهای ارتباطی محدودیت های فیزیولوژیکی و جسمی</p>

دومین همایش بین المللی و چهارمین همایش ملی پژوهش های مدیریت و علوم انسانی

دانشگاه تهران - ۳۰ آذر ۹۶

بر اساس پژوهشها نتیجه گیری شده است که عوامل فرهنگی مهمترین و به واقع اصلی ترین موانع در برابر توسعه مرتبه شغلی زنان محسوب می شود. در جامعه ای که بافت فرهنگی آن مرد سالار است زنان همواره در مرحله ای بعد از مردان قرار می گیرند، یعنی همواره در معرض تبعیض های گوناگون ناشی از تعصبات و تفکرات قالبی در مورد زنان (فاطمی صدر، 1380).

پیشینه پژوهش

در مطالعات گوناگون درباره وضعیت زنان و پدیده سقف شیشه ای تحقیقات زیادی صورت گرفته است. این مطالعات به بررسی وجود یا عدم وجود، عوامل ایجاد سقف شیشه ای، دیوار شیشه ای، تفاوت دستمزد بین زنان و مردان در سطوح مختلف سازمانی پرداخته اند. وجود پدیده سقف شیشه ای در کشورهای مختلف دنیا به اثبات رسیده است. نه تنها ترفیع و ارتقاء برای زنان به نسبت مردان در سازمان سخت تر است بلکه موانع بزرگتر و سخت تری بر سر راه زنانی که توانسته اند ارتقاء یابند به نسبت مردان همترازشان وجود دارد (Akpınar-Sposito, 2013, Cho et al., 2014, Hejase, Dah, 2014). این تحقیقات در کشورهای ترکیه، کره جنوبی و لبنان بوده اند. حتی کشورهای اروپایی نیز با این پدیده در سازمانهای خود رو به رو هستند (Christofides et al. 2013) اختلاف دریافتی میان مردان و زنان در سطوح بالای سازمان به شدت چشمگیر است. در ایران نیز تحقیقات زیادی در این زمینه صورت گرفته است. این تحقیقات به بررسی عوامل مختلف ایجاد سقف شیشه ای در سازمانهای مختلف در ایران پرداخته اند و به دنبال یافتن علل اصلی این پدیده بوده اند. از جمله: باورهای مربوط به نقشهای جنسیتی یکی از اساسی ترین عواملی است که مانع حضور زنان در جامعه می شود. بر اساس این باورها، نقش دست دوم زنان ترویج می شود و حتی خود آنان متقاعد می شوند که نباید وظایف اصلی و اولیه را در جامعه عهده دار شوند. باور عمومی از دیر باز این بوده که زنان فقط قادر به انجام برخی وظایف سنتی خاص هستند. اعتقاداتی از این دست تمام اعتماد زنان را نسبت به توانایی های خود از بین می برد (کتابی و دیگران، 1382). تحقیقات زیادی نشان می دهند عامل فرهنگ بیشترین تاثیر را بر عدم دستیابی زنان به پستهای مدیریتی دارد (زهره ئی، 1387؛ اسفیدانی، 1381؛ زاهدی، 1380؛ فاطمی صدر، 1380؛ طالقانی و دیگران، 1388). یا در مطالعه ای دیگر ذکر شده بین عدم ارتقاء زنان و نگرش مدیران رابطه ای مستقیم وجود داشته است و نگرش منفی مدیران به زنان مانع ارتقاء آنان به سطوح مدیریتی است (مجتبوی، 1375). همچنین ملاحظه شده است زنان معمولاً در سطوح غیر استراتژیک به کار گمارده می شوند و تلاش برای کسب شایستگی های تحصیلی و آموزشی برابر با مردان چندان در بهبود وضعیت آنان موثر به نظر نمی رسد (روشن، 1383). در نمونه های بررسی شده بین مهارتهای ادراکی و مدیریتی زنان و مردان تفاوت معناداری مشاهده نشد ولی مهارتهای انسانی زنان و مردان تفاوت معناداری داشت (اسفیدانی، 1381). نتیجه پژوهش در قوه مجریه ایران در سال 1381 با تاکید بر پیمایش در واحدهای اداری مستقر در تهران این تلقی پذیرفته شد که در سازمانهای ما به طور شدیدی فرهنگ مردانه حاکم است و عدم حضور زنان در پستهای مدیریت اجرایی به طور عمده ناشی از عوامل محیطی و شرایط فرهنگی حاکم بر سازمانهاست، نه به خاطر نداشتن مهارتهای مدیریتی و ادراک (اسفیدانی، 1381). سرمایه اجتماعی یک مفهوم نوظهور است که از دهه 1970 در کنار سرمایه مادی و انسانی مطرح شده است. تحقیق در مورد این موضوع در ایران هنوز در مرحله اولیه خود است و آثار موجود محدود می باشد (زارع متین، 1393). اما می توان به برخی مطالعات صورت گرفته در کشور و خارج از کشور اشاره کرد. آدلر و کرون در پژوهشهای خود نشان دادند میان سرمایه اجتماعی و انتقال دانش ارتباط معناداری وجود دارد. لندری و همکارانش به شواهد مناسبی مبنی بر ارتباط میان سرمایه اجتماعی و مدیریت دانش دست یافتند. تیمون و استامف در پژوهش خود نشان دادند نقش سرمایه اجتماعی در بهبود مدیریت دانش منجر به کسب عملکرد بالاتر در سازمان می شود. داس و نتج نشان دادند وجود سرمایه اجتماعی در سازمان بر انتقال دانش در میان اعضای شبکه ها تاثیرگذار است (زارعی متین، 1393). مطالعه ای در زمینه رابطه بین سرمایه اجتماعی و مدیریت دانش صورت گرفته است، ایبلی و خلیلی

دومین همایش بین المللی و چهارمین همایش ملی پژوهش های مدیریت و علوم انسانی

دانشگاه تهران - ۳۰ آذر ۹۶

(1392) در مقاله خود وجود رابطه مثبت و معناداری بین این دو متغیر را توضیح دادند. همچنین در بررسی رابطه بین سرمایه اجتماعی و تعالی سازمانی، عربشاهی (1393) ارتباط مثبت، مستقیم و معناداری را بین این دو متغیر یافت. همانطور که مشاهده می شود کمتر تحقیقی در خصوص ارتباط بین سقف شیشه ای و سرمایه اجتماعی صورت پذیرفته است.

روش پژوهشی، جامعه آماری و نمونه آماری

این تحقیق از نظر هدف، کاربردی، و از نظر ماهیت، پیمایشی - تحلیلی و مبتنی بر مدلسازی معادلات ساختاری (SEM) است. جامعه آماری تحقیق، زنان شاغل می باشند که 40 درصد پاسخ دهنده ها دارای مدرک لیسانس، 35 درصد فوق لیسانس، 15 درصد فوق دیپلم و 10 درصد دکترا بودند. از نظر متغیر سن، مشاهده شد که 37 درصد بین 30 تا 40 سال، 10 درصد بین 20 تا 30 سال، 43 درصد بین 40 تا 50 سال و 10 درصد بیشتر از 50 سال داشته اند. نمونه گیری به روش طبقه ای تصادفی انجام گرفت.

ابزار گردآوری داده ها

ابزار جمع آوری اطلاعات در این پژوهش پرسشنامه بوده است. پرسشنامه سرمایه اجتماعی ناهاپیت و گوشال (۱۹۹۸) و پرسشنامه سقف شیشه ای اداره کار امریکا (1992) مورد استفاده قرار گرفت. روایی پرسشنامه طراحی شده پس از نظرخواهی از اساتید مربوطه و پایایی پرسشنامه با محاسبه آلفای کرونباخ مورد تایید واقع گردید. آلفای این پرسشنامه 0/93 بدست آمد که نشان دهنده پایایی قابل قبول این پرسشنامه می باشد. از بین پرسشنامه های توزیع شده تعداد 195 پرسشنامه جمع آوری شد و از بین آنها 139 پرسشنامه قابل استفاده تشخیص داده شد و در تحلیل آماری به کار گرفته شده است.

فرضیه اصلی

سرمایه اجتماعی با سقف شیشه ای رابطه غیر مستقیم و معنادار دارد.

تجزیه و تحلیل اطلاعات و یافته ها

در ابتدا بایستی وجود رابطه معکوس بین سرمایه اجتماعی و سقف شیشه ای را مورد بررسی قرار دهیم. با توجه به جدول (2) مشاهده می شود مقدار (sig=0.01) که نشان دهنده وجود معنادار چنین رابطه ای می باشد.

جدول شماره 2

sig	درجه آزادی	
0.01	12	Pearson Chi-square

تجزیه و تحلیل اطلاعات داده های جمع آوری شده در این پژوهش با به کارگیری نرم افزارهای SPSS16 و Smart PLS تجزیه و تحلیل شد. همانگونه که اشاره شد این پژوهش مبتنی بر مدل یابی معادلات ساختاری است. SEM نوع خاصی از تجزیه و تحلیل رگرسیون است و روابط بین متغیرهای وابسته و مستقل را توضیح می دهد (Eboli et al., 2012). مدل یابی معادلات ساختاری یک رویکرد آماری جامع برای آزمون فرضیه هایی درباره روابط بین متغیرهای آشکار (متغیر مشاهده شده) و متغیرهای

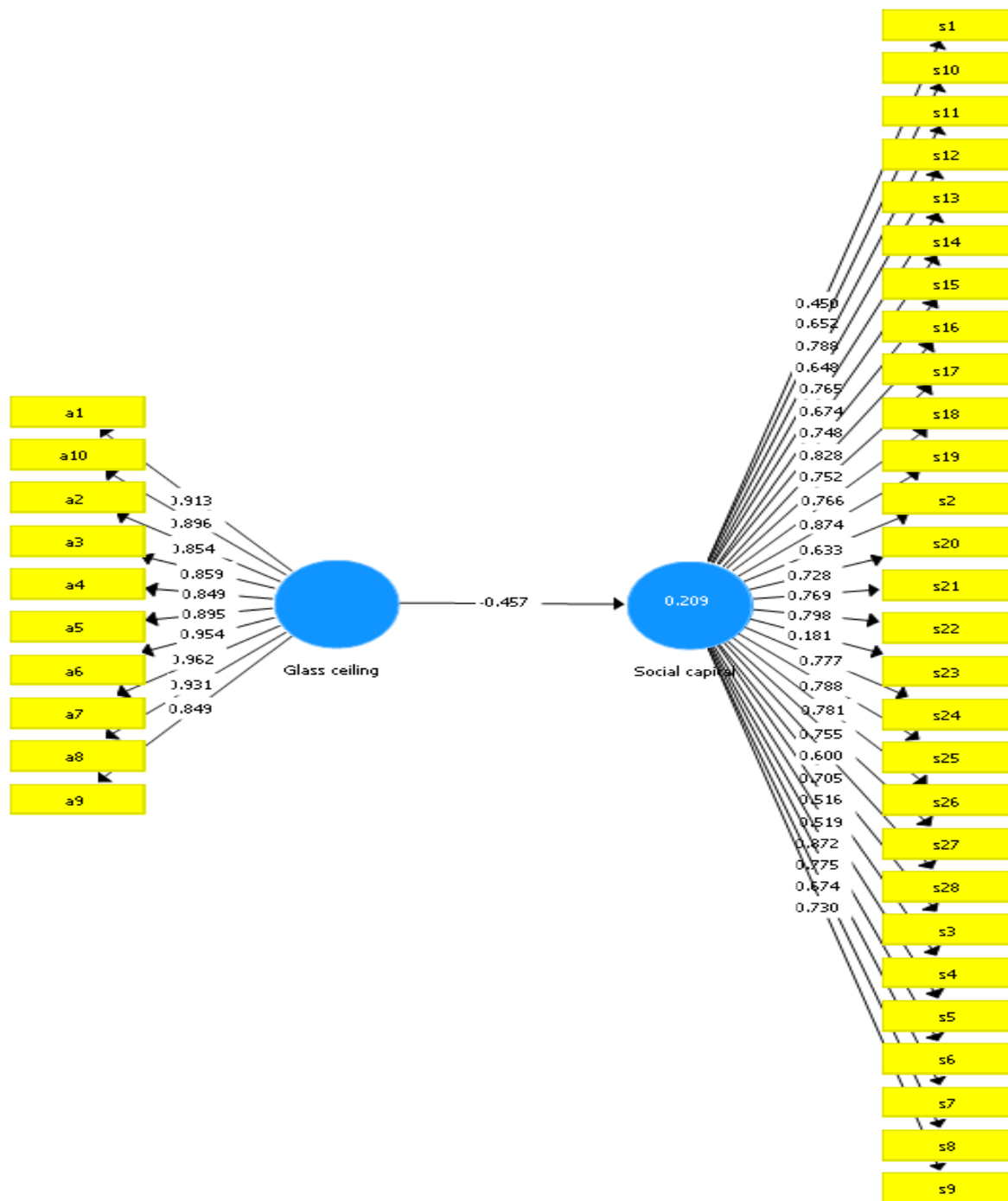


دومین همایش بین المللی و چهارمین همایش ملی پژوهش های مدیریت و علوم انسانی

دانشگاه تهران - ۳۰ آذر ۹۶

مکتون (متغیر مشاهده نشده) است. از این طریق محققان میتوانند ساختارهای فرضی را رد یا انطباق آنها را با داده‌های غیرآزمایشی تأیید کنند (سرلک و مرادقلی، ۱۳۹۱). در این پژوهش برای محاسبه ماتریس واریانس - کوواریانس، تحلیل مسیر و آزمون مدل مفهومی پژوهشی، نرم افزار Smart PLS به کار گرفته شده است. در ادامه، نتایج تحلیل مسیر و آزمون مدل مفهومی تحقیق، با توجه به خروجی های نرم افزار تحلیل می شود.

12



شکل شماره 2

دومین همایش بین المللی و چهارمین همایش ملی پژوهش های مدیریت و علوم انسانی

دانشگاه تهران - ۳۰ آذر ۹۶

با توجه به شکل 2 می توان نتیجه گرفت که مقدار بارعاملی بین روابط بالا بیشتر از 0.6 بوده است که نشان دهنده بار عاملی مناسبی است. ضریب مسیر که نشان دهنده شدت رابطه بین دو متغیر است و مقدار عددی آن بین 1 و 1- می باشد که در اینجا ما شاهد وجود رابطه بطور معکوس می باشیم. با توجه به اینکه مقادیر تی بزرگتر از 1.96 شده است، می توان گفت فرضیه پژوهش تأیید می شود. پس از انجام دادن اصلاحات و دستیابی به مدل نهایی به طور کلی، با توجه مقدار RMSEA و مقادیر شاخص های دیگر برازش، می توان گفت مدل برازش نسبتاً خوبی دارد. مقدار RMSEA (0.08) است و نسبت کای دو به درجه آزادی برابر با 2.1 و کمتر از مقدار مجاز ۳ است و حاکی از این است که مدل از برازش قابل قبولی دارد.

نتیجه گیری و مدل نهایی

در این مطالعه تلاش شد مقدمه ای کوتاه در مورد ادبیات دو متغیر پدیده سقف شیشه ای و سرمایه اجتماعی و توضیحاتی در خصوص هر دو موضوع و تحقیقاتی که در این مورد صورت گرفته بود ارائه شود. سوال اصلی این تحقیق رابطه بین سقف شیشه ای و سرمایه اجتماعی است. عوامل مرئی و نامرئی در عدم دستیابی زنان به سطوح بالای مدیریتی، سقف شیشه ای و متمرکز شدن مدیران زنان در بخشهای خاصی از سازمان، دیوار شیشه ای و تفاوت های فاحش در میزان حقوق و دستمزد بین زنان و مردان در سطوح بالای مدیریتی زمین چسبناک نامیده می شود. در مقابل سرمایه اجتماعی دلالت بر مجموعه شبکه ها، تیم ها، روابط، انجمن ها و موسساتی دارد که به واسطه هنجارها و ارزشهای مشترک شکل گرفته و موجب دلگرمی اجتماع انسانی شده و کنش متقابل و تعاون و همکاری را بین افراد آسان می کند. از مهمترین مولفه های سرمایه اجتماعی می توان اعتماد، مشارکت اجتماعی، هنجارها و ارزشهای مشترک، پیوندهای اجتماعی غیر رسمی، روحیه داوطلبی و شبکه ها را نام برد. همانطور که پیشتر نیز اشاره شد عوامل ایجاد سقف شیشه ای عواملی چون فرهنگی - اجتماعی، سازمانی، خانوادگی و فردی است که هر کدام از این عوامل زیر گروههای متفاوتی را شامل می شود از قبیل بی اعتمادی به زنان، عدم مشارکت زنان در تصمیم گیری ها، فرهنگ مردسالارانه و کلیشه ای فکر کردن در مورد زنان، عدم وجود گروه ها، انجمنها و شبکه ها برای زنان، عدم وجود گروه های غیر رسمی برای زنان و ... بنابراین عوامل ایجاد سقف شیشه ای بی اعتنائی به مولفه های اصلی سرمایه اجتماعی است. سقف شیشه ای هر دو بعد سرمایه اجتماعی یعنی هم بعد ذهنی و هم بعد عینی را نشانه گرفته است. اگر چه سازمانی که از سطح بالایی از سرمایه اجتماعی برخوردار باشد از مزایایی چون: ترویج فعالیت گروهی، رشد اعتماد در سازمان، تسهیل در روند انتقال اطلاعات و سهیم شدن در ایجاد آن، ریسک پذیری با توجه به اجرای کارگروهی و روابط مبتنی بر اعتماد، افزایش خلاقیت و نوآوری، در اختیار گذاشتن اطلاعات زیاد با هزینه پایین و اندک برای اعضای شبکه، مشارکت بهتر در دانش به علت ایجاد روابط مبتنی بر اعتماد، چارچوب های مرجه مشترک و اهداف مشترک، کاهش هزینه ها به علت سطح بالای اعتماد و روح همکاری، کاهش میزان ترک خدمت کارکنان حفظ دانش سازمانی ارزشمند، انسجام عملی بیشتر و روح همکاری، بهره می برد. ولی سازمانها با ایجاد سقف شیشه ای عملاً خود را از بسیاری از این مزایا محروم می کنند. چرا که در این سازمانها زنان که به عنوان نیمی از سرمایه انسانی در حال فعالیت هستند و با توانمندی های خود باعث کارایی و اثربخشی سازمان هستند، نادیده انگاشته می شوند و آنطور که شایسته است از آنان در پستهای کلیدی استفاده نمی شود. اگر ما این واقعیت را پذیرفته ایم که نیمی از جمعیت جامعه را زنان تشکیل می دهند و زنان نیز مانند مردان باید از امکانات مساوی در عرصه های مختلف برخوردار باشند و باتوجه به تفاوت های وجودی زن و مرد، باید کارهایی متناسب با هر یک در صحنه های اجتماعی برای هر دو تعریف شود که حضور آنان را توأمأ طلب نماید و چنانچه معتقدیم برای رسیدن به یک توسعه متوازن و پایدار باید از وجود مردان و زنان بهره جست و از اندیشه و استعداد هر دو استفاده کرد؛ پس باید روش خود را در برخورد با زنان جامعه تغییر دهیم.



دومین همایش بین المللی و چهارمین همایش ملی پژوهش های مدیریت و علوم انسانی

دانشگاه تهران - ۳۰ آذر ۹۶

در سازمان باید با بهره گیری از ابزارهای مناسب مدیریت منابع انسانی از جمله شایسته سالاری، ایجاد فرصتهای برابر، بهسازی، تامین، تعدیل و نگهداری نیرو و جبران خدمات سعی در کاهش سقف شیشه ای کنیم. تلاش در جهت تغییر فرهنگ سازمانی و ایجاد سبک مدیریتی مشارکتی نیز بسیار به ایجاد سرمایه اجتماعی در زنان کمک می کند. باید از طریق رسانه های جمعی (صدا و سیما، مطبوعات و تریبون های عمومی) در جهت فضا سازی برای پذیرش زنان در مشاغل مدیریتی، از طریق توسعه آموزش و برگزاری سمینارهای آموزشی برای مدیران و کارکنان، از طریق بازنگری در نظام آموزشی در مدارس، و از طریق توسعه تشکل ها و انجمن های زنان و ارتباطات بین آنان به موفقیت هایی در این زمینه دست یافت.

در اینجا پیشنهادهای در تلاش برای برطرف کردن سقف شیشه ای ارائه می شود:

1- ایجاد فرصتهای لازم برای تأسیس انجمن ها، مؤسسه ها، سازمانها و به طور کلی مراکز تجمع زنان برای آگاهی از توانایی های بافعل و بالقوه

2- برگزاری دوره های آموزشی توسط همین انجمن ها و تشکلهای زنان برای آشنا کردن زنان با حقوق خود و فراهم نمودن زمینه های خودباوری و آگاهی از قابلیتها و تواناییهای فردی

3- تلاش برای ترغیب زنان در بکارگیری قدرت اقتصادی خود به عنوان کارکنان بخشهای عمومی و خصوصی و به عنوان افراد صاحب رای

4- برگزاری سمینارها و تشکیل کارگاههای آموزشی برای آشنا شدن مدیران، سیاست گذاران و تصمیم گیران با مقوله جنسیتی و فواید حضور موثرتر زنان در رده های بالای تصمیم گیری

5- تشویق و ترغیب مدیرانی که از زنان در سطوح بالای سازمانی استفاده می کنند و امکان به اثبات رسانیدن لیاقت آنان با دادن فرصتهایی که فراهم می آورند و معرفی زنان برتر و مقایسه عملکرد آنان با مردان هم پایه

6- تلاش در جهت تنظیم کتب درسی متناسب با مسایل زنان به ویژه در مباحث اشتغال، مدیریت زنان و غیره

7- اتخاذ نگاهی علمی و کارشناسانه تر در رسانه های عمومی کشور در خصوص بحث زنان در رسانه و جامعه

8- نظارت و ارزیابی پیشرفت زنان از طریق ایجاد بانکهای اطلاعاتی و تحلیل مقایسه ای دسترسی زنان و مردان به مشاغل در تمام سطوح

9- در نهایت، تلاش در جهت افزایش آگاهی عمومی نسبت به این موضوع که ورود بیشتر زنان به عرصه های مختلف به ویژه حوزه مدیریتی کشور، نه یک ژست بلکه ضرورتی است که نه تنها زنان، بلکه کل جامعه از آن منتفع خواهد شد.

همچنین پیشنهادهای برای افزایش سرمایه اجتماعی در نظر گرفته شده است:

1- آنچه تحقق بخش سرمایه اجتماعی است توجه سازمانها به متغیرهای اعتماد و اعتماد پذیری است که با شفاف سازی رویه ها این همه دست یافتی است.

2- توجه به هنجارها و ارزشهای مشترک موجود در جامعه و سازمان تنها از طریق برنامه ریزی فرهنگی قابل تحقق است به گونه ای که در بعد سازمانی رعایت هنجارها توسط کارکنان از طریق ضمانت های اجرایی چون آیتم های جبران خدمات قابل تحقق است.

3- تشویق و تشکیل گروه ها و انجمن های حرفه ای و تخصصی در سازمانها. با تشکیل گروه ها و شبکه های اجتماعی، افراد هویت مشترکی پیدا کرده و زمینه همکاری های گروهی در آنها تقویت می شود

4- ایجاد جو سازمانی که خودگشودگی فرد (طبق نظریه پنجره جوهری) افزایش یابد. زیرا خودافشایی باعث بهتر شدن روابط افراد با یکدیگر می شود

دومین همایش بین المللی و چهارمین همایش ملی پژوهش های مدیریت و علوم انسانی

دانشگاه تهران - ۳۰ آذر ۹۶

5- برگزاری دوره های آموزشی مهارت ارتباطات و مهارت فعالیتهای تیم مدارانه که نقش بسیار مهمی را در ایجاد سرمایه اجتماعی ایفا می کند.

6- استفاده از سیستم جبران خدمات که به کارهای تیمی و گروهی به جای افراد پاداش می دهد که باعث ایجاد شبکه های روابط مبتنی بر اعتماد می شود.

در پایان باید گفت سقف شیشه ای اثری منفی و نامطلوب بر سرمایه اجتماعی دارد و هر چه سرمایه اجتماعی بالاتر باشد، اعتماد، مشارکت و توسعه دانش اثر سقف شیشه ای را کمرنگ خواهند کرد و زنان نیز با حضوری پررنگ تر در موفقیت های سازمان خویش سهیم خواهند بود.

منابع فارسی

- ابیلی، خدیار، زارع خلیلی، مجتبی، رابطه بین سرمایه اجتماعی سازمانی با مدیریت دانش در یک شرکت بیمه دولتی، پژوهشنامه بیمه، سال بیست و هشتم، شماره 2، تابستان 1392، 129-152
- اسفیدانی، محمد رحیم، 1381- بررسی موانع حضور زنان در پستهای مدیریتی قوه مجریه، پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه تهران.
- اسلامی مرزنکلاته، محمد مهدی، موسوی، جعفر، خوشفر، غلامرضا، رابطه سرمایه اجتماعی و مشارکت زنان در فعالیتهای ورزشی (مورد مطالعه: زنان شهر گرگان). مجله مدیریت سرمایه اجتماعی، دوره یک شماره دو، زمستان 1393، 139-159
- باستانی، سوسن، توسعه، برابری و جنسیت، مطالعات زنان شماره 4، سال 1383، صفحات 179 تا 188
- پورعزت، علی اصغر، زهره ئی، سپیده، یزدانی، حمیدرضا، فرجی، بهاره، بررسی چالشهای مربوط به مدیریت زنان (تحقیقی پیرامون یک سازمان دولتی)، مجله علمی و پژوهشی مطالعات زنان، سال اول شماره سوم، 1386
- پیراهری، نیر؛ سرمایه اجتماعی در نظریات جدید، پژوهشنامه علوم اجتماعی، پاییز 1388، سال سوم، شماره سوم، ص 111-110
- تاجیبخش، کیان؛ سرمایه اجتماعی، اعتماد، دموکراسی و توسعه، افشین خاکباز و حسن پویان، تهران، شیرازه، 1384، ص 147
- ترکمانی، علی؛ تبیین افول سرمایه اجتماعی، فصلنامه علمی-پژوهشی رفاه اجتماعی، 1386، سال ششم، شماره 23، ص 149.
- جواهری، فاطمه، داریاپور، زهرا، مشکلات شغلی زنان عضو هیات علمی دانشگاه، پژوهش زنان، دوره 6، شماره 6، تابستان 1387، 79-106
- حسین پور، محمد، حاجی پور، بهمن، حسینیان، الهام، موانع دستیابی زنان به سطوح مدیریتی میانه و ارشد، فصلنامه علمی پژوهشی زن و فرهنگ، سال چهارم، شماره چهاردهم، زمستان 1391، 43-56
- زارعی متین، حسن، 1393، مدیریت رفتار سازمانی پیشرفته، چاپ دوم، تهران، انتشارات آگه
- سرلک، محمد علی، مرادقلی، مهدی، بررسی تاثیر رفتار مشتری گزایی کارکنان بر ارتقا کیفیت خدمات، فصلنامه مطالعات رفتار سازمانی سال اول، شماره اول، 1391
- سعادت، رحمان؛ تخمین سطح و توزیع سرمایه اجتماعی استانها، فصلنامه علمی-پژوهشی رفاه اجتماعی، 1386، سال ششم، شماره 23، ص 177.



دومین همایش بین المللی و چهارمین همایش ملی پژوهش های مدیریت و علوم انسانی

دانشگاه تهران - ۳۰ آذر ۹۶

- سیدجوادین، سیدرضا، روشن نژاد، مژگان، یزدانی، حمیدرضا، ارایه و تبیین مدلی برای بررسی روابط علی بین خودپنداری زنان، ادراک موانع سقف شیشه ای و سقف شیشه ای، مجله تحقیقات زنان، بهار 1387، دوره 2، شماره 1، ص 148-187
- شارع پور، محمود؛ فرسایش سرمایه اجتماعی و پیامدهای آن، نامه علوم اجتماعی، 1380، شماره 3، ص 120
- شیعه زاده، الهه، تنها در حدود 15٪ کل جکیت زنان شاغل هستند. چرا؟، فصلنامه هنر مدیریت، شماره دو، بهار 1387
- صفری، علی، فروغی، معین، سقف شیشه ای و راههای شکستن آن برای زنان در ایران، مجله تدبیر شماره 217 خرداد 89
- طالقانی، غلامرضا، پورعزت، علی اصغر، فرجی، بهاره، بررسی تاثیر سقف شیشه ای بر کاهش توانمندی زنان در سازمان توسعه برق ایران، نشریه مدیریت دولتی، دوره 1، شماره 2، بهار و تابستان 1388، از صفحه 89-102
- عربشاهی کریزی، احمد، بررسی رابطه سرمایه اجتماعی و تعالی سازمانی مدیریت سرمایه اجتماعی، دوره 1، شماره 1، پاییز 1393، 81-99
- فاطمی صدر، فیروزه، موانع ارتقاء زنان در سطوح مدیریتی در سطح دانشگاه تهران، پایان نامه کارشناسی ارشد، تهران دانشکده مدیریت، دانشگاه تهران
- فوکویاما، فرانسیس؛ پایان نظم: سرمایه اجتماعی و حفظ آن، غلامعباس توسلی، تهران، حکایت قلم نوین، 1385، ص 12-11
- فیلد، جان؛ سرمایه اجتماعی، غلامرضا غفاری، تهران، کویر، 1386، ص 54
- کلمن، جیمز؛ بنیادهای نظریه اجتماعی، منوچهر صبوری، تهران، نی، 1377، ص 462
- کاظمی، عالیه، دهقانپور، افسانه، شناسایی و اولویت بندی موانع حضور زنان در پست های مدیریتی در صنعت نفت، نشریه زن در توسعه و سیاست، دوره 11، شماره 2، تابستان 1392، 221-209
- کاووسی، اسماعیل، کیاسی، حمیرا، بررسی نقش سرمایه اجتماعی در توسعه کارآفرینی، 1387
- لهسایی زاده، عبدالعلی و مرادی، گلمراد؛ رابطه سرمایه اجتماعی و سلامت روان در مهاجران، فصلنامه علمی-پژوهشی رفاه اجتماعی، پاییز 1386، سال هفتم، شماره 26، ص 162
- معمارزاده، غلامرضا؛ عطایی، محمد؛ اکبری، احمد؛ بررسی نقش سرمایه اجتماعی بر بهبود عملکرد کارکنان، مدیریت توسعه و تحول، شماره سوم، سال 1388 ص 9 - 15
- موسوی، میرطاهر؛ مشارکت اجتماعی یکی از مولفه های سرمایه اجتماعی، فصلنامه علمی-پژوهشی رفاه اجتماعی، 1386، سال ششم، شماره 23، ص 72
- میرغفوری، سید حبیب اله، شناسایی و رتبه بندی عامل های موثر در گماشته نشدن زنان به پستهای مدیریتی در سازمانهای دولتی استان یزد، مجله مطالعات زنان سال چهارم شماره یک، بهار 1385، ص 101-122
- نعمت الهی، زهرا، فرج الهی، امیر حمزه، میر جلیلی، محمد حسین، مومنی فرد، حسین، بررسی عوامل موثر بر سرمایه اجتماعی (اعتماد، انسجام و مشارکت اجتماعی)، فصلنامه علمی- پژوهشی مدیریت نظامی، شماره 50، تابستان 1392، 175-202
- Akpınar-Sposito, C. (2013). Career barriers for women executives and the Glass Ceiling Syndrome: the case study comparison between French and Turkish women executives. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 75, 488-497
- Cho, J., Lee, T., & Jung, H. (2014). Glass ceiling in a stratified labor market: Evidence from Korea. *Journal of the Japanese and International Economies*, 32, 56-70.



دومین همایش بین المللی و چهارمین همایش ملی پژوهش های مدیریت و علوم انسانی

دانشگاه تهران - ۳۰ آذر ۹۶

- Christofides, L. N., Polycarpou, A., & Vrachimis, K. (2013). Gender wage gaps, 'sticky floors' and 'glass ceilings' in Europe. *Labour Economics*, 21, 86-102.
- Cortis, R. and Cassar, V. (2005). Perceptions of and about women as managers: Investigating Job involvement, Self-Steem, and Attitudes. *Women in management review*, Volume 20, Number 3.
- Dingell, J. D., & Maloney, C. B. (2002). A New Look through the Glass Ceiling: Where Are the Women? The Status of Women in Management in Ten Selected Industries.
- Eboli, Laura; Forciniti, Carmen; Gabriella, Mazzulla (2012), "Exploring Land Use and Transport Interaction through Structural Equation Modelling", *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 54, 107-116.
- Gupta, V; Hass, S. (2010). Gender and risk: women, risk taking and risk aversion, *Gender in Management: An International Journal* Vol. 25 No. 7
- Hejase, A., & Dah, A. (2014). An Assessment of the Impact of Sticky Floors and Glass Ceilings in Lebanon. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 109, 954-964.
- Klenke, K. (2003), "Gender influences in decision-making processes in top management teams", *Management Decision*, Vol. 41 No. 10.
- Krebs, V. (2008). Social capital: the key to success for the 21st century organization. *IHRM Journal*, 12(5), 38-42.
- Pennings, J. M., & Lee, K. (1999). Social capital of organization: Conceptualization, level of analysis, and performance implications Corporate social capital and liability (pp. 43-67): Springer.
- Wirth, Linda; "Breaking Through the Glass Ceiling: Women in Management"; Geneva, ILO, 2002.