

Research Paper

Investigating the Relationship Between the Glass Ceiling and the Career Advancement of Female Employees in the Industrial Units of the Bafq Central Iron and Steel Company with the Mediating Role of the Self-concept Variable

Amirabbas Dehghan Shadkami ¹, Afarin Akhavan ^{2*}

1. MSc. Student, Industrial Engineering Group, Science and Arts University, Yazd, Iran

2. Associate Professor, Industrial Engineering Group, Science and Arts University, Yazd, Iran

Received: 2023/07/30

Revised: 2023/12/30

Accepted: 2024/09/09

Use your device to scan and read the article online



DOI:

[10.30495/jzvj.2024.32211.4041](https://doi.org/10.30495/jzvj.2024.32211.4041)

Keywords:

Glass Ceiling, Career Advancement, Self-Concept, Female Employees, Structural Equations Modeling

Abstract

Introduction: One of the most valuable assets of any organization is the women who work in , and their participation is considered a factor key in the growth and development of organizations. Therefore, it is necessary to examine the role of women in organizations and the limitations caused by the phenomenon of the glass ceiling, which is essential for advancement in the organization to leadership positions. The present study investigates the relationship between the glass ceiling and career advancement of female employees in the industrial units of Bafq Central Iron and Steel Company with the mediating role of the variable self-concept

Methods: The research method used is correlational and based on structural equations. The data was collected using a questionnaire prepared by the researcher. For validity, the questionnaires were presented to the experts, expert opinions and factor analysis were used and reliability was checked using Cronbach's alpha. The results of the simultaneous structural equation tests in the PLS software indicated that the components of the glass ceiling, career advancement, and the self-concept of female employees are interdependent.

Findings: The effect of the glass ceiling on career advancement was found to be well-matched by the mediating variable of self-concept. The glass ceiling has an inverse and significant effect on career advancement through the element of self-concept of female employees.

Conclusion: In order to increase the job motivation and job advancement of women, it is suggested that more time and attention should be given to deal with the obstacles of women's job promotion to higher positions. In addition, attention should also be given to create the sense of their self-concept and strengthen it.

Citation: Akhavan A, Dehghan Shadkami A. Investigating the Relationship Between the Glass Ceiling and the Career Advancement of Female Employees in the Industrial Units of the Bafq Central Iron and Steel Company with the Mediating Role of the Self-concept Variable. Quarterly Journal of Women and Society. 2024; 15 (59): 125-138.

*Corresponding author: Afarin Akhavan

Address: Associate Professor, Industrial Engineering Group, Science and Arts University, Yazd, Iran.

Tell: 09131533187

Email: akhavan@sau.ac.ir

Extended Abstract

Introduction

Despite the increase in the level of hierarchy in organizations, the proportion of women in management roles has declined, while the proportion of males in these roles has increased to the point where in certain organizations only men are seen. Several studies have confirmed the well-known unequal representation of men and women in management roles. Therefore, several studies have tried to explain different aspects of these inequalities. In this research, an attempt has been made to identify the factors, limitations, and barriers in the glass ceiling company for not accepting women in the position of experts, and middle levels of management. This study also made an effort to give relevant information to the company's planners, policymakers, and senior managers so that they could set the stage for women's advancement into middle management roles by creating the right environment and making the best use of women's abilities. Additionally, with the aim of cultural reforms and changing public attitudes and social behaviors and views, they can become the basis for the implementation of executive and legal reforms.

Methods

According to the purpose and method of implementation, the current research is a descriptive and correlative type. The statistical population of working women was selected from Central Bafq Iron and Steel Company (including Tehran, Yazd and Sechahoun offices). To predict the sample size, a pilot study was conducted on 30 people, and then using the obtained data and its analysis the sample size was determined. Using SPSS software after the preliminary analysis of the computations of the variables, self-concept, job promotion, glass ceiling questionnaire of the 150 respondents the sample size was determined. To collect data, a researcher-made five-point Linkert scale questionnaire was employed, which included three parts: glass ceiling, job promotion, and self-concept. Three standard questionnaires were employed, based on the study context and experts' judgments. The

questionnaire entailed sixty items and three main variables: the glass ceiling, self-concept, and career promotion of women. The structural equation model was used to test the hypotheses, and the appropriateness of the samples was verified using the KMO index and alpha and Kolmogorov-Smirnov test, and structural equations were analyzed and explained using PLS Smart 3.2.8 software.

Findings

Two types of statistical analyses were used in this study to analyze the acquired data: inferential and descriptive. The majority of participants in the section on descriptive statistics were married. Furthermore, most of the participants fell into the age range of 31-40, followed by the 41-50 age range. In the age category of 50 and over, the least number of participants were found. Given that most of the participants held bachelor's degrees and then master's degrees, it can be said that the research participants had a comparatively high level of literacy. To check the hypotheses in the research, the simultaneous structural equation modeling method was employed and all the hypotheses were confirmed. Previous studies have mainly examined work conflict and burnout, and less attention has been given to the mediating role of self-concept in the context of the relationship between the glass ceiling and interpersonal conflict, this issue highlighted the importance of investigating these factors.

Discussion

This research could identify the factors, limitations, and obstacles in the way of accepting women in expert positions and middle levels of management in the glass ceiling company, and provide appropriate information to the senior managers of the company. Therefore, this information helps the officials to provide suitable conditions and optimal use of the capabilities of women, and provide the basis for active participation and advancement of women in the middle levels of company management. The questionnaire was given to Bafq Central Iron

and Steel Company 5000 personnel including the official personnel, including those having fixed and corporate contracts, the questionnaires were distributed among the female employees working in different units of this company, and before answering the questionnaire the essential information was given to them. The analysis of the data indicated that the first hypothesis was accepted. This means that with the increase of the glass ceiling, the job promotion of female employees will decrease. The second hypothesis was about the role of self-concept and its moderating effect on the career advancement of female employees working in the industrial units of Iron and Steel Company and was accepted. This means that the self-concept variable as a moderating variable affects the career promotion of female employees. The third hypothesis was about the inverse and significant effect of the glass ceiling on the self-concept of female employees which was also accepted. This means that with the increase of the glass ceiling, the self-concept management of working women employees decreases. The fourth hypothesis about the inverse and significant effect of the glass ceiling on the career promotion of working women employees was accepted with the mediation of the self-concept variable.

Conclusion

Considering that organizational conditions and individuals characteristics play an important role in job promotion, in order to increase the job motivation and job advancement of women, it is suggested that more time and attention should be given to deal with the obstacles of women's job promotion to higher positions. In addition, attention should also be given to create the

sense of their self-concept and strengthen it. Furthermore, in the administrative department of the company, activities should be planned for women in which the sense of effectiveness, efficiency and success of women should be strengthened. It is recommended that in the future research different forms of job promotion and factors related to it should be considered. Then, the relationship between the desired variables of this research, including glass ceiling and self-concept, on types of job promotion should be examined.

Ethical Considerations

Compliance with ethical guidelines

Compliance with ethical guidelines All participants in the study participated in the study by filling out a consent form, and the researchers assured them that the results of the research were confidential.

Funding

All financial resources and costs for research and publication of the article have been paid by the authors and no financial support has been received.

Authors' contributions

The article is an excerpt from a master thesis. The first author is a master in industrial engineering. The second author is supervisor and the responsible author.

Conflicts of interest

This article is taken from a master thesis titled " Investigating the Relationship Between Glass ceiling and Job Promotion of Female Employees in Industrial Units of Bafq Central Iron Ore Company with the Mediating Role of Self-Concept. This research does not conflict with personal or organizational interests.

مقاله پژوهشی

بررسی رابطه بین سقف شیشه‌ای و ارتقای شغلی کارکنان زن در واحدهای صنعتی شرکت سنگ‌آهن مرکزی بافق با نقش میانجی متغیر خود پنداره

امیرعباس دهقان شادکامی^۱، آفرین اخوان^{۲*}

۱. دانش آموخته مقطع کارشناسی ارشد، گروه مهندسی صنایع، دانشگاه علم و هنر، یزد، ایران

۲. دانشیار گروه مهندسی صنایع، دانشگاه علم و هنر، یزد، ایران

چکیده

هدف: پژوهش حاضر به بررسی رابطه بین سقف شیشه‌ای و ارتقای شغلی کارکنان زن در واحدهای صنعتی شرکت سنگ‌آهن مرکزی بافق با نقش میانجی متغیر خود پنداره می‌پردازد.

روش: ابزار گردآوری داده‌ها در این پژوهش، پرسش‌نامه محقق ساخته بوده است. در بررسی روایی پرسش‌نامه‌ها، از نظرات خبرگان و تحلیل عاملی استفاده شد و بررسی پایایی از طریق آلفای کرونباخ پایا بودن آنها را آشکار ساخت. پژوهش حاضر با توجه به هدف و روش اجرای آن، توصیفی از نوع همبستگی و مبتنی بر معادلات ساختاری است. جامعه آماری زنان شاغل در شرکت سنگ‌آهن مرکزی بافق (با احتساب دفاتر تهران و یزد و سه چاهون) انتخاب شد. برای پیش‌بینی حجم نمونه یک مطالعه مقدماتی بر روی ۳۰ نفر انجام شد و سپس با استفاده از داده‌های بدست آمده و محاسبات آن حجم نمونه تعیین شد. سپس حجم نمونه این پژوهش بوسیله نرم‌افزار SPSS و پس از تحلیل مقدماتی محاسبات مربوط به متغیرهای پرسش‌نامه سقف شیشه‌ای ارتقای شغلی و خودپنداره ۱۵۰ نفر تعیین شد. به منظور جمع‌آوری داده‌ها از پرسش‌نامه محقق ساخته شامل ۶۰ سوال و سه بخش پرسش‌نامه سقف شیشه‌ای، ارتقای شغلی و خودپنداره که در مقیاس پنج ارزشی لیکرت می‌باشد، استفاده شد.

یافته‌ها: نتایج حاصل از آزمون‌های معادلات ساختاری هم‌زمان در نرم افزار PLS نشان داد که مؤلفه‌های سقف شیشه‌ای، ارتقای شغلی و خودپنداره کارمندان زن دو به دو با هم وابستگی دارند و مشخص شد تأثیر سقف شیشه‌ای بر ارتقای شغلی از طریق متغیر میانجی خودپنداره از برازش خوبی برخوردار است و سقف شیشه‌ای تأثیری معکوس و معناداری بر ارتقای شغلی از طریق عنصر خودپنداره کارکنان زن دارد.

نتیجه‌گیری: پیشنهاد می‌شود مدیران شرکت سنگ‌آهن در محیط کاری خود، جو بازتری را برای کارمندان زن ایجاد کنند تا این کارکنان بتوانند آزادانه نظرات و پیشنهادات و همچنین توانایی‌های بالقوه خود را ارائه دهند و با کارکنان دیگر مقایسه شوند و تبادل نظر داشته باشند و از این توانایی‌های خود در جهت ارتقای جایگاه خود و سازمان بهره‌مند شوند. به منظور تثبیت سطح خودپنداره کارمندان زن در این شرکت توصیه می‌شود دوره‌های آموزشی روان‌شناسی برگزار شود تا بانوان شاغل نسبت به ضعف و قوت‌های خود و چگونگی تثبیت و ارتقای خودپنداره اطلاعات لازم را کسب کنند، تا در انجام وظایف محوله خود دچار مشکل و ناتوانی نگردند.

تاریخ دریافت: ۱۴۰۲/۰۵/۰۸

تاریخ داوری: ۱۴۰۲/۱۰/۰۹

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۳/۰۶/۱۹

از دستگاه خود برای اسکن و خواندن مقاله به صورت آنلاین استفاده کنید

E
1

واژه‌های کلیدی:

سقف شیشه‌ای، ارتقای شغلی، خودپنداره، کارمندان زن، معادلات ساختاری

* نویسنده مسئول: آفرین اخوان

نشانی: دانشیار، گروه مهندسی صنایع، دانشگاه علم و هنر، یزد، ایران

تلفن: ۰۹۱۳۱۵۳۳۱۸۷

پست الکترونیکی: akhavan@sau.ac.ir

مقدمه

علی‌رغم افزایش سطح سلسله مراتب در سازمان‌ها، حضور زنان در پست‌های مدیریتی کاهش یافته است، در حالی که حضور مردان به حدی است که در برخی از سازمان‌ها، شاهد حضور فقط مردان هستیم. این حضور نابرابر مردان و زنان در پست‌های مدیریتی به طور گسترده‌ای شناخته شده و توسط مطالعات مختلف تحقیقاتی اثبات شده است (۳-۱). از این رو مطالعات متعددی سعی کرده‌اند جنبه‌های مختلف این نابرابری‌ها را توضیح دهند (۴). با وجود این که سازمان‌های مدرن پتانسیل بیشتری برای ایجاد محیط کاری دارند که در آن برابری بیشتر، تعصب کمتر و سیاست‌های جنسیتی فراگیر در مقایسه با سازمان‌های سنتی وجود داشته باشد لیکن این قشر از جامعه هنوز از نظر نقش‌های رهبری در اقلیت هستند (۵).

دراز ب م ارتقای (۶) نیازی به گفتن نیست که سقف شیشه‌ای همچنان یک مانع نامرئی است که زنان را از رشد ارگانیک به سمت نقش‌های ارشد در سازمان‌ها محدود می‌کند. معمولاً مردان به عنوان رهبران تجارت در سراسر جهان در نظر گرفته می‌شوند؛ زیرا جامعه و تجارت هنوز انتظارات کلیشه‌ای نقش جنسیتی دارند. به عبارت دیگر انتظار می‌رود مردان نان‌آور خانه باشند و زنان خانواده را پرورش دهند. این ذهنیت‌های محدود کننده به عنوان موانع اصلی برای دستیابی زنان به موقعیت‌های رهبری در سازمان‌ها دیده می‌شود (۷). این موانع نه تنها فرصت‌های زنان را در محل کار محدود می‌کند؛ بلکه آن‌ها را از رویاهای بزرگ ترغیب می‌کند. نکته قابل تأمل در این حوزه ماهیت بسیار اشتراکی زنان است که اغلب منجر به جانبداری از مردان برای سمت‌های رهبری ارشد می‌شود که به آن خودپنداره گفته شده است (۷، ۸). مفهوم خودپنداره تا حد زیادی با مفهوم سقف شیشه‌ای پیوند خورده است و به عنوان یک نیروی محرکه نگرش افراد نسبت به سقف شیشه‌ای در نظر گرفته می‌شود (۹). ارتقا شغلی هر نوع تغییری است که یک کارمند تجربه می‌کند و نشان دهنده بهبود شرایط حرفه‌ای و فرصتی برای پیشرفت در حرفه شغلی شماست. ارتقا به طور معمول به یک کارمند اجازه می‌دهد تا به جایگاهی بهتر، سطح مسئولیت بالاتر و اختیارات بالاتر در سازمان برسد. براساس سیاست‌های سازمانی، این تصمیمات مبتنی بر ارتقا از جنبه‌های مختلف مانند طول خدمت، سابقه کار، عملکرد و غیره گرفته می‌شود. ارتقا شغل به نوعی تشخیص تعهد و نشان دهنده دستیابی به موفقیت در حرفه شغلی است و به شما این فرصت را می‌دهد یاد بگیرید که به حرکت رو به جلو خود ادامه دهید (۱۰). بدین ترتیب می‌توان به این نکته اشاره کرد که شناخت سقف شیشه‌ای می‌تواند به نتایج متفاوتی در سازمان منجر شود و مهم است که ارتباط آن با تعارض بین فردی در نتیجه خودپنداره و درگیری کاری بررسی شود.

شرکت سنگ آهن مرکزی ایران - بافق نیز مانند بسیاری از سازمان‌ها با سقف شیشه‌ای مواجه است. شرکت سنگ آهن مرکزی ایران - بافق با نام معدن چغارت در ۱۳ کیلومتری شهر بافق و در ۱۱۵ کیلومتری شهر یزد در طول جغرافیایی ۵۵/۲۸ و عرض جغرافیایی ۳۱/۴۲ قرار گرفته است. این شرکت یک شرکت صنعتی و معدنی هست که وظیفه اصلی آن تولید سنگ آهن دانه‌بندی شده، کنسانتره آهن، تولید گندله و

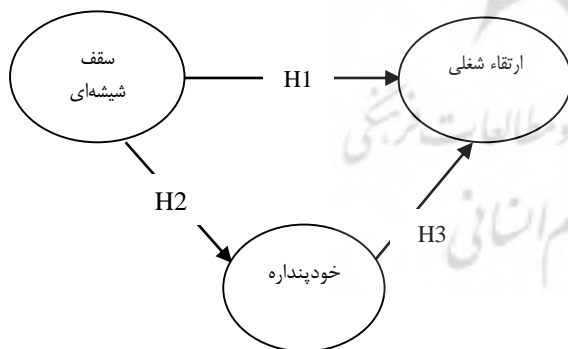
تولید کلوخه آهن توسط چندین کارخانه احداث شده است. این شرکت بیش از ۵۰۰۰ نفر نیرو دارد که بیشترین سهم استخدام پرسنل خود را به مردان اختصاص داده است، تعداد کارمندان زن شاغل در این شرکت حدود ۲۵۰ نفر است که اکثر کارشناس هستند و تعداد بسیار محدودی از زنان شاغل شرایط رسیدن به پست‌های مدیریتی یا حتی میانی را دارند. این پژوهش به بررسی تأثیر مستقیم و غیرمستقیم عامل سقف شیشه‌ای بر ارتقای شغلی زنان شاغل در سنگ آهن مرکزی ایران می‌پردازد؛ بنابراین در این پژوهش تلاش شده است تا ضمن شناسایی عوامل سقف شیشه‌ای در شرکت و محدودیت‌ها و موانع موجود بر سر راه پذیرش زنان در پست‌های کارشناسی و سطوح میانی مدیریتی، اطلاعات مناسبی در اختیار سیاست‌گذاران، برنامه‌ریزان و مدیران ارشد شرکت قرار گیرد تا مسئولان با فراهم کردن شرایط مناسب و استفاده بهینه از توانمندی‌های زنان، زمینه را برای مشارکت فعال و پیشرفت زنان در سطوح میانی مدیریت شرکت فراهم آورند و با هدف اصلاحات فرهنگی و تغییر نگرش عمومی و رفتارهای اجتماعی و دیدگاه‌ها، زمینه‌ساز اجرای اصلاحات اجرایی و قانونی شوند.

طبق تحقیق انجام شده سقف شیشه‌ای ابتدا اعتماد و شناخت سازمان و در نهایت رضایت شغلی را کاهش می‌دهد. تأثیر سقف شیشه‌ای در سازمان را می‌توان به طور غیرمستقیم از طریق شبکه‌سازی، ساعات کاری انعطاف‌پذیر و ابتکارات در راستای رفاه خانواده‌ها کاهش داد. همچنین این امر را می‌توان با اصلاح سیاست‌های منابع انسانی، بهبود فرهنگ سازمانی و توجه به نگرش مدیران ارشد سازمان و در نتیجه کمک به رشد و بقای نیروی کار زنان برطرف کرد (۱۱). با توجه به نتایج پژوهش دیگر، برای داشتن عدالت اجتماعی پایدار که عامل غالب برای شکوفایی یک جامعه می‌باشد، باید سقف شیشه‌ای در سازمان‌ها شکسته شود. سقف شیشه‌ای بر پیشرفت شغلی زنان شاغل تأثیر دارد و چهار عامل اصلی یعنی فردی، خانوادگی، سازمانی و فرهنگی بر آن تأثیرگذار است. این مطالعه ثابت کرد که از این چهار مورد، دو عامل خانوادگی و سازمانی از سایرین مهم‌تر هستند (۱۲). در تحقیق دیگری ارتباطات بین فردی را تنها راه حل برای کاهش اثر سقف شیشه‌ای شناسایی کردند (۱۳). در پژوهش دیگری به اهمیت نگرش یک کارمند نسبت به تعارض در حل تعارضات سازمانی اشاره شده است. با این حال بین رهبری ارشد و نظر کارکنان و تعارضات بین فردی همبستگی جزئی مشاهده شده است (۱۴). محققان دیگری رابطه بین سقف شیشه‌ای و تعارضات بین فردی در سازمان را بررسی کردند و به این نتیجه رسیدند که سقف شیشه‌ای منجر به انگیزه پایین برای کارمندان زن می‌شود و حذف این عامل، کارایی سازمانی و انگیزه کارکنان را افزایش می‌دهد (۱۵). در پژوهشی پیشنهاد شد که با توجه ویژه به خودپنداره می‌توان احساسات منفی را کنترل کرد و راهبردهای مقابله‌ای مثبت را برای رویارویی با چالش‌های روزانه توسعه داد. مهم‌ترین عامل تنظیم خودپنداره، مدیریت هیجانات منفی و ابزار احساسات مثبت است (۱۶). محققانی بیان کرده‌اند که علیرغم مشابه یا حتی بالاتر بودن سطح تحصیلات در زنان نسبت به مردان، نسبت پست‌های مدیریتی اشغال شده توسط زنان به طور قابل ملاحظه‌ای کمتر از مردان است. طبق این

بر نحوه نگرش فرد به خود و همچنین محیط اطراف تأثیر می‌گذارد. خودپنداره به عنوان ارزشی تعریف می‌شود که فرد برای ویژگی‌ها، کیفیت‌ها، توانایی‌ها و اعمال خود قائل است (۲۸). یک فرد خودپنداره را از طریق تعامل با محیط و تأمل در آن تعاملات ایجاد می‌کند، قطعاً این یک مفهوم ذاتی نیست. این جنبه از خودپنداره مهم است زیرا نشان می‌دهد که می‌توان آن را اصلاح یا تغییر داد. نحوه نگرش افراد به خود تا حد زیادی عامل موفقیت آنهاست. به باور محققان، بخش بزرگی از ویژگی‌های شخصیتی و خصوصیات رفتاری به شناختی که فرد از خود در ذهن دارد بستگی دارد. خودپنداری با خودانگار اصطلاحی است که مترادف با خود ادراکی در نظر گرفته می‌شود و به مجموعه‌ای از صفات، توانایی‌ها و نگرش‌هایی گفته می‌شود که به واسطه احساس فرد از خود شکل می‌گیرد و فرد باور دارد که این ویژگی‌ها او را توصیف می‌کند. این باور می‌تواند مثبت یا منفی باشد (۲۹، ۳۰). افرادی که درک مثبتی نسبت به توانایی‌های خود برای رسیدن به یک نتیجه خاص دارند، وجود سقف شیشه‌ای باعث بی‌انگیزگی آن‌ها می‌شود زیرا با وجود توانایی‌ها و پتانسیل، سقف شیشه‌ای مانع از پیشرفت شغلی آن‌ها می‌شود (۳۱). بنابراین، تعارضات شخصی و سازمانی با سطح سقف شیشه‌ای مرتبط است (۳۲).

روش پژوهش و ابزار پژوهش

با مطالعه پیشینه تحقیق در مورد متغیرهای سقف شیشه‌ای، ارتقای شغلی و متغیر خودپنداره مشخص شد که تاکنون پژوهشی که ارتباط بین این سه متغیر به صورت همزمان مورد تجزیه و تحلیل قرار نگرفته است. لذا با بررسی هر یک از متغیرها به صورت مجزا ابعاد هر یک از آن‌ها شناسایی شد. مدل مفهومی تحقیق در شکل (۱) آورده شده است.



شکل ۱- مدل مفهومی تحقیق

فرضیات این پژوهش عبارتند از:

- H1: رابطه معکوس و معنی‌داری بین سقف شیشه‌ای و ارتقای شغلی کارمندان زن وجود دارد.
- H2: خودپنداره تأثیر تعدیل‌کننده مثبت و معنی‌داری بر ارتقای شغلی کارمندان زن دارد.
- H3: رابطه معکوس و معنی‌داری بین سقف شیشه‌ای و خودپنداره کارمندان زن وجود دارد.

بررسی، اکثر پست‌های مدیریتی نیاز به ساعات کاری زیاد و در دسترس بودن بیشتر دارند و بدلیل اینکه زنان معمولاً مسئولیت‌های دیگری نیز در خانواده دارند، کارفرمایان تمایلی به استخدام زنان ندارند (۱۷). این موانع خودساخته مرتبط با آشتی خانواده-کار-شخص منجر به کلیشه‌هایی در مورد زنان می‌شود مانند عدم برنامه‌ریزی و سطوح انعطاف‌پذیری پایین (۱۸). مطالعه انجام شده محققانی در ایتالیا، نشان داد که تنوع جنسیتی با پرورش تفکر مسئولانه‌تر و ایجاد یک محیط پویا، حکمرانی بهتری را ایجاد می‌کند. با این حال، تمرکز بیش از حد یک جنسیت خاص ممکن است تأثیر مثبت تنوع را خنثی کند و هزینه حکمرانی را افزایش دهد (۱۹).

در ایران نیز تحقیقاتی در این زمینه صورت گرفته است. در این تحقیقات عوامل مختلف ایجاد سقف شیشه‌ای در سازمان‌های مختلف در ایران بررسی و علل اصلی این پدیده مورد بحث قرار گرفته است. در مطالعه‌ای برای تبیین عوامل مرتبط با سقف شیشه‌ای در راستای توسعه مسیر شغلی کارکنان زن دستگاه‌های اجرایی کرمان مشخص شد که از بین عوامل سازمانی، عوامل فردی، عوامل اجتماعی-فرهنگی و عوامل قانونی، عوامل اجتماعی-فرهنگی در ایجاد پدیده سقف شیشه‌ای دارای اهمیت بیشتری بودند (۲۰، ۲۱). در تحقیقی با عنوان شناسایی عوامل مؤثر بر ایجاد سقف شیشه‌ای زنان شاغل در ستاد شرکت ملی پخش فرآورده‌های نفتی ایران بر اساس رویکرد تفسیری ساختاری بیان شد که اساسی‌ترین عامل سقف شیشه‌ای زنان در ستاد شرکت ملی پخش فرآورده‌های نفتی ایران، نبود قوانین حمایتی است و در واقع کم‌اثرترین عامل در ایجاد سقف شیشه‌ای، شاخص نبود جو مناسب برای کار زنان می‌باشد (۲۱). در مطالعه دیگری که بر روی تصمیم‌گیری مدیران زن در سازمان‌های بهداشتی و درمانی انجام شده، بیست و دو چالش در این حوزه شناسایی شده است. پس از بررسی این چالش‌ها با استفاده از رویکرد کیفی و اکتشافی، چالش‌ها در پنج گروه ساختاری، فرایندی، انسانی، فرهنگی و مدیریتی طبقه‌بندی شدند (۲۲). در بررسی تأثیر باورهای سقف شیشه‌ای بر جانشین‌پروری و سبک رهبری زنان در پست‌های مدیریتی مطالعه‌ای بر روی زنان شاغل در معاونت بهداشتی دانشگاه علوم پزشکی مشهد انجام شده است (۲۳).

مطالعات قبلی انجام شده عمدتاً درگیری کاری و فرسودگی شغلی را به‌عنوان پیامد سقف شیشه‌ای مورد مطالعه قرار داده‌اند و توجه محدودی به نقش واسطه‌ای خودپنداره در زمینه ارتباط بین سقف شیشه‌ای و تعارض بین فردی ارائه کرده‌اند و این موضوع اهمیت بررسی و توجه به این عوامل را برجسته می‌سازد.

از ابتدای قرن بیست و یکم حضور ناکافی زنان در مدیریت ارشد و علت عقب ماندن زنان از هم‌تایان مرد خود در پست‌های مدیریت ارشد مورد توجه تحقیقات زیادی بوده است (۲۴-۲۶). تعدادی از مطالعات شناسایی عوامل مؤثر بر ایجاد سقف شیشه‌ای را مورد بحث قرار داده‌اند و به عواملی مانند عدم دسترسی به آموزش مناسب، فرصت‌های توسعه، ماهیت محیط سازمانی و خودپنداره اشاره کرده‌اند (۲۷).

خودپنداره به نحوه تفکر فرد درباره خود، چگونگی ارزیابی و درک خود اشاره دارد. خودپنداره عبارت است از باور فرد در مورد خود، از جمله ویژگی‌های فردی و اینکه به دنبال چیست و کیست (۵). خودپنداره فرد

H4: رابطه معکوس و معنی‌داری بین سقف شیشه‌ای و ارتقای شغلی کارمندان با میانجی‌گری متغیر خودپنداره آنان وجود دارد. سنگ آهن ارتقای ارتقای یک در مقیاس پنج ارزشی لیکرت می‌باشد، ها (۲۶). (۳۰) استفاده که عبارتند از: (،) و ارتقای ().

یافته‌های پژوهش

برای تجزیه و تحلیل داده‌ها در این پژوهش آمار تحلیلی به دو صورت آمار استنباطی و توصیفی انجام شده است. اکثر پاسخ‌دهندگان را افراد متأهل با سهم ۹۶/۷٪ به خود اختصاص داده‌اند درحالی‌که ۵۲٪ از پاسخ‌دهندگان در رده سنی ۳۱-۴۰ سال سن داشته‌اند. بزرگترین گروه سنی بعد از آن، مربوط به رده سنی ۴۱-۵۰ سال می‌باشد و کمترین تعداد شامل کسانی است که بالای ۵۰ سال سن داشته‌اند. همچنین

بیشترین پاسخ‌دهندگان فوق شامل مدرک لیسانس بوده که ۴۶/۹۴٪ از کل پاسخ‌دهندگان را شامل می‌شوند و بعد از آن بیشترین پاسخ‌دهندگان دارای مدرک فوق لیسانس، حدود ۴۱٪ هستند و همچنین جمعاً حدود ۱۰٪ از افراد دارای مدرک کمتر از لیسانس بوده‌اند بنابراین می‌توان نتیجه گرفت که پاسخ‌دهندگان به این پژوهش از سطح سواد نسبتاً بالایی برخوردار هستند.

به آنکه همه متغیرها در آزمون؛ (جدول ۱) با توجه به نرمال نبودن داده‌ها، برای بررسی مدل می‌بایست از نرم‌افزار Smart PLS استفاده نمود که یک فن مدل‌سازی مسیر واریانس محور است و به بررسی هم‌زمان روابط متغیرهای پنهان و متغیرهای قابل مشاهده مسئله پژوهش می‌پردازد.

جدول ۱- بررسی نرمال بودن توزیع متغیرها

| سطح معنی‌داری | کولموگروف-اسمیرنوف | بعد |
|---------------|--------------------|-------------------------|
| ۰/۰۰۰ | ۲/۴۲۰ | خانوادگی |
| ۰/۰۱۲ | ۱/۶۰۲ | سازمانی |
| ۰/۰۰۰ | ۲/۵۲۱ | اجتماعی |
| ۰/۰۰۲ | ۱/۹۸۵ | فردی |
| ۰/۰۰۱ | ۱/۶۶۹ | ارتباطی |
| ۰/۰۰۰ | ۲/۲۶۸ | انگیزش نیروی کار |
| ۰/۰۰۰ | ۲/۳۴۶ | انگیزش ذاتی کار |
| ۰/۰۰۰ | ۲/۲۴۱ | اقدامات مدیریتی |
| ۰/۰۰۱ | ۱/۹۳۱ | خودمدیریتی کارراهه شغلی |

مقادیر بدست آمده برای شاخص‌های پرازندگی CR و AVE نیز حاکی از مناسب بودن این مدل می‌باشد. مقدار آلفای کرونباخ و ضریب اطمینان Rho-A بدست آمده جدول ۲ نیز برای تمام متغیرها بزرگ‌تر از مناسب بودن این مدل می‌باشد. بنابراین پرسش‌نامه پایایی خوبی را دارا می‌باشد.

جدول ۲- پایایی و روایی متغیرهای تحقیق

| متغیر | آلفای کرونباخ (>0/7) | Rho_A (>0/7) | AVE (>0/5) | پایایی مرکب (۱۷) (>0/7) |
|-------------|----------------------|--------------|------------|-------------------------|
| ارتقای شغلی | ۰/۷۹۰ | ۰/۷۱۴ | ۰/۵۵۳ | ۰/۸۰۲ |
| خودپنداره | ۰/۷۹۸ | ۰/۷۵۰ | ۰/۵۰۹ | ۰/۷۵۱ |
| سقف شیشه‌ای | ۰/۷۸۶ | ۰/۷۴۷ | ۰/۵۰۴ | ۰/۷۱۸ |

(مدل بیرونی) مدل درونی، مدل اصلی تحقیق را با در نظر گرفتن هر شاخص و زیرشاخه‌های آن ترسیم شده است. در شکل ۲ مدل در حالت تخمین ضرایب آورده شده است. بارهای عاملی یا همان ضرایب مسیر، اعداد نوشته روی خطوط هستند. بیشترین نقش را در ساخت متغیر مربوط به خود ضریب مسیری داشته است که

در بررسی ماتریس فورنل- لارکر مقادیر موجود در روی قطر اصلی ماتریس، از کلیه مقادیر موجود در ستون مربوط به آن طبق جدول ۳ بزرگ‌تر است و نشان دهنده آن است که مدل دارای اعتبار تشخیص خوبی می‌باشد. جهت بررسی تحلیل عاملی تاییدی هر کدام از شاخص‌ها

و همچنین از معیارهای دیگری مانند مقدار سطح معنی داری (p -value)، مقدار R^2 ، معیار اندازه تأثیر (f^2)، معیار Q^2 و معیار Redundancy نیز برای برآزش مدل ساختاری استفاده شده است. اعداد داخل بیضی در مدل ترسیم شده، شاخص ضریب تعیین می‌باشند. ضریب تعیین R^2 به این موضوع می‌پردازد که چند درصد از تغییرات متغیر وابسته ناشی از تأثیر متغیر یا متغیرهای مستقل است و یا به عبارت دیگر چند درصد از واریانس یک متغیر وابسته به وسیله متغیر مستقل بیان شده و پوشش داده می‌شود. پس برای متغیر مستقل نرمال است که این مقدار، مقداری مساوی با صفر و برای متغیر وابسته این مقدار، بیشتر از صفر باشد. هر چه این اندازه بالاتر باشد، ضریب تأثیر متغیر مستقل بر وابسته نیز بیشتر می‌شود. باتوجه به مدل دو متغیر وابسته، ارتقای شغلی و خودپنداره در مدل وجود دارد. با بررسی متغیر وابسته ارتقای شغلی مشاهده می‌شود که $44/5$ درصد از تغییرات این متغیر وابسته، توسط ۲ متغیر مستقل دیگر تبیین می‌شود. ضریب تعیین متغیر وابسته خودپنداره برابر $36/1$ است و این بدین معنی است که $36/1$ درصد از تغییرات متغیر وابسته خودپنداره، توسط متغیر مستقل سقف شیشه‌ای در مدل تبیین می‌شود.

که عدد بزرگتری را به خود اختصاص داده است. همچنین اگر بارعاملی بیش از $0/4$ محاسبه شود این نتیجه گرفته می‌شود که سؤال یا متغیری که برای آن سازه به کار برده شده به خوبی متغیر مکنون مورد نظر را آزمایش و سنجش کرده است. به طور کلی مسیری که دارای کمترین ضریب مسیر است کمترین تأثیر را روی شاخص مربوط به خود خواهد گذاشت و برعکس مسیری که دارای بالاترین ضریب مسیر باشد بیشترین تأثیر را در ساخت متغیر مربوط به خود خواهد داشت. بعد از آزمون مدل بیرونی ضروری می‌باشد که مدل درونی ارائه شود. این مدل نشانگر ارتباط بین متغیرهای مکنون پژوهش است، با به کارگیری مدل درونی می‌توان فرضیه‌های پژوهش را بررسی کرد. به طور مشخص هر مسیر در مدل متناظر با یکی از فرضیات مدل در پژوهش است. در اندازه‌گیری آزمون هر فرضیه از روش بررسی علامت، اندازه و معناداری آماری ضریب مسیر (بتا) بین هر متغیر مستقل با متغیر وابسته استفاده شده است. هر اندازه این ضریب مسیر بیشتر باشد اثر پیش‌بینی‌کننده متغیر مستقل مکنون بر متغیر وابسته بالاتر می‌شود. در این پژوهش برای اندازه‌گیری معنی داری بتا یا همان ضریب مسیر معنی داری مقدار t -value برای هر کدام از ضریب مسیرها ملاک قرار گرفته است. برای این منظور از روش بوت استرپینگ

جدول ۳- بررسی ماتریس فورنل - لارکر

| سقف شیشه‌ای | خودپنداره | ارتقای شغلی |
|-------------|-----------|-------------|
| | | $0/743$ |
| | $0/713$ | $0/550$ |
| $0/710$ | $0/600$ | $0/642$ |

شغلی و سقف شیشه‌ای بر ارتقای شغلی دارد. مسیر سقف شیشه‌ای به خودپنداره دارای میزان اندازه تأثیر بین $0/564$ می‌باشد که حاکی از این است که متغیر مستقل سقف شیشه‌ای بر متغیر وابسته خودپنداره تأثیر نسبتاً قوی دارد.

معیار f^2 شدت رابطه بین سازه‌های مدل را تعیین می‌کند و با سه مقدار $0/02$ ، $0/15$ و $0/35$ به ترتیب نشان از تأثیر کم، متوسط و بزرگ یک سازه بر سازه دیگر دارد. مطابق با جدول ۴ مسیر خودپنداره به ارتقای شغلی و سقف شیشه‌ای به ارتقای شغلی دارای میزان اندازه تأثیر بالاتر از $0/02$ می‌باشند که نشان از تأثیر نسبتاً متوسط خودپنداره بر ارتقای

جدول ۴- بررسی ماتریس اندازه تأثیر

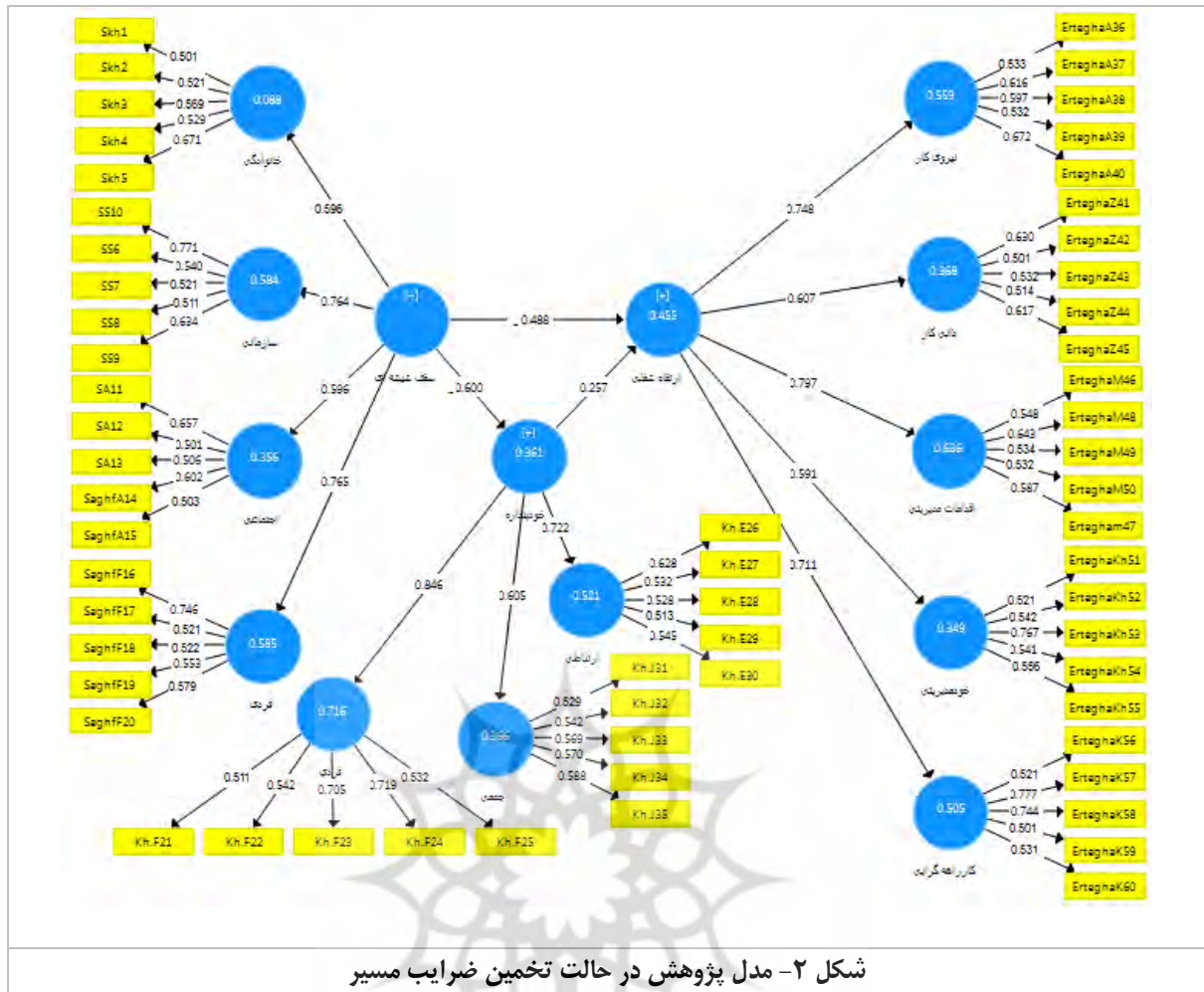
| سقف شیشه‌ای | خودپنداره | ارتقای شغلی |
|-------------|-----------|-------------|
| | | $0/178$ |
| | $0/564$ | $0/279$ |

در جدول ۵، قدرت پیش‌بینی تمامی متغیرهای وابسته در سطح متوسط بوده است که نشان از قدرت پیش‌بینی متوسط این متغیرها در مدل دارد.

درباره شدت قدرت پیش‌بینی مدل Q^2 هنسلر و همکاران در سال (۲۰۰۹)، سه مقدار $0/15$ ، $0/2$ و $0/35$ را به عنوان قدرت پیش‌بینی کم، متوسط و قوی بیان کردند. باتوجه به مقادیر Q^2

جدول ۵- معیار Q^2

| Q^2 | ارتقای شغلی |
|---------|-------------|
| $0/188$ | |
| $0/198$ | خودپنداره |



مدل را دارا می‌باشند. با توجه به آنکه مقادیر Redundancy مدر جدول ۶، بیانگر آن است که کیفیت مناسب مدل است.

نتیجه‌گیری

به منظور بررسی فرضیه‌های موجود در تحقیق از روش مدل سازی معادلات ساختاری هم‌زمان استفاده شده است:
فرضیه اول: سقف شیشه‌ای تأثیر معکوس و معنی‌داری بر ارتقای شغلی کارمندان زن شاغل در واحدهای صنعتی شرکت سنگ آهن دارد.
طبق جدول ۷ و با توجه به مقدار آماره t که برابر $9/661$ محاسبه شده و بزرگ‌تر از مقدار $1/96$ می‌باشد فرض صفر رد می‌شود و معنادار بودن مسیر نتیجه می‌شود؛ یعنی سقف شیشه‌ای بر ارتقای شغلی کارمندان زن شاغل در واحدهای صنعتی شرکت سنگ آهن، تأثیر معناداری دارد. این تأثیر و ارتباط به میزان $0/488$ و در جهت منفی می‌باشد بدین معنی که با افزایش سقف شیشه‌ای، ارتقای شغلی کارمندان زن کاهش می‌یابد.

در شاخص Redundancy اعداد مثبت نشانگر کیفیت مناسب مدل هستند و عنوان می‌کنند که متغیرهای برون‌زا تا چه میزان و با چه کیفیتی و کمیتی توان پیش‌بینی متغیرهای درون‌زای

جدول ۶- معیار Redundancy

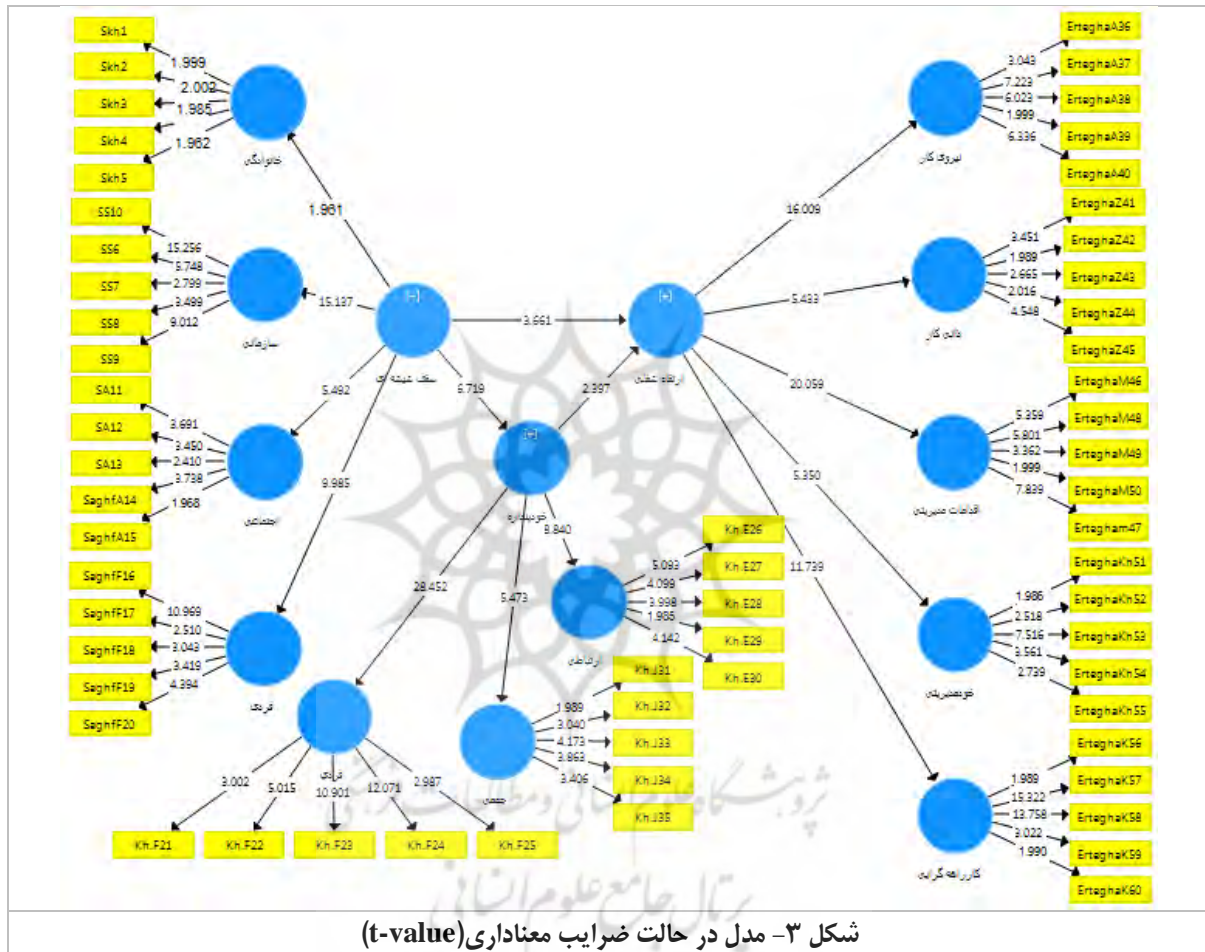
| Redundancy | |
|-------------|-------|
| ارتقای شغلی | 0/169 |
| خودپنداره | 0/164 |

جهت برازش کلی مدل از معیار GOF استفاده می‌شود. سه مقدار $0/01$ ، $0/25$ و $0/36$ به عنوان برازش ضعیف، متوسط و قوی برای GOF معرفی شده‌اند. مقدار GOF در این تحقیق برابر با $0/389$ می‌باشد. که نشان از برازش متوسط مدل دارد.

شکل ۳ مدل اصلی پژوهش را در شرایط معناداری ضرایب (-t value) نشان می‌دهد. بر اساس این مدل، ضریب مسیر زمانی معنادار می‌باشد که مقدار آماره t بزرگ‌تر از $1/96$ باشد. این مدل با استفاده از آماره t تمامی ضرایب مسیر را آزمون می‌کند. بر اساس مقادیر بدست آمده مشاهده می‌کنیم برای کلیه مسیرها، آماره t بالاتر از $1/96$ محاسبه شده و در نتیجه در سطح اطمینان ۹۵٪ معنادار است.

جدول ۷- بررسی ضرایب استاندارد و معناداری فرضیه‌ها

| فرضیه | مسیر | ضریب مسیر | سطح معنی داری | آماره t |
|-------|-------------------------------|-----------|---------------|---------|
| اول | سقف شیشه‌ای --- < ارتقای شغلی | -۰/۴۸۸ | ۰/۰۰۰ | ۹/۶۶۱ |
| دوم | | | | |
| سوم | | | | |
| فرضیه | مسیر | ضریب مسیر | سطح معنی داری | آماره t |



فرضیه‌ای بر خودپنداره کارمندان زن شاغل در واحدهای صنعتی شرکت سنگ‌آهن، تأثیر معناداری دارد. این تأثیر به میزان $0/600$ و در جهت منفی می‌باشد؛ بدین معنی که با افزایش سقف شیشه‌ای، مدیریت خودپنداره کارمندان زن شاغل کاهش خواهد یافت.

فرضیه چهارم: سقف شیشه‌ای تأثیر معکوس و معنی‌داری بر ارتقای شغلی کارمندان زن شاغل در واحدهای صنعتی شرکت سنگ‌آهن با میانجی‌گری متغیر خودپنداره آنان دارد.

یک آزمون پرکاربرد به نام آزمون سوبل برای آزمودن اثرگذاری یک متغیر میانجی، مطرح می‌شود که برای معناداری اثر گذاری میانجی یک متغیر پژوهش در رابطه میان دو متغیر دیگر در تحقیق بکار می‌رود. با توجه به این که مقدار این آماره $2/24$ - بدست آمده و کمتر از $1/96$ -

فرضیه دوم: خودپنداره تأثیر تعدیل‌کننده، مثبت و معنی‌داری بر ارتقای شغلی کارمندان زن شاغل در واحدهای صنعتی شرکت سنگ‌آهن دارد. با توجه به جدول ۵ مقدار آماره t برابر $2/397$ می‌باشد که از $1/96$ بزرگتر بوده و معنادار بودن مسیر را نتیجه می‌دهد. یعنی خودپنداره به عنوان متغیر تعدیل‌کننده بر ارتقای شغلی کارمندان زن شاغل در واحدهای صنعتی شرکت سنگ‌آهن، تأثیر معناداری دارد. این تأثیر و ارتباط به میزان $0/257$ و در جهت مثبت می‌باشد.

فرضیه سوم: سقف شیشه‌ای بر خودپنداره کارمندان زن شاغل در واحدهای صنعتی شرکت سنگ‌آهن تأثیر معکوس و معنی‌داری دارد. همان‌طور که در جدول ۵ نیز نشان داده شده است مقدار آماره t بزرگتر از مقدار $1/96$ می‌باشد؛ بنابراین فرض صفر رد می‌شود. یعنی سقف

می‌باشد، می‌توان ادعا کرد که سقف شیشه‌ای بر ارتقای شغلی کارمندان زن شاغل در واحدهای صنعتی شرکت سنگ آهن، تأثیر معناداری دارد. این تحقیق می‌تواند ضمن شناسایی عوامل سقف شیشه‌ای در شرکت و محدودیت‌ها و موانع موجود بر سر راه پذیرش زنان، در پست‌های کارشناسی و سطوح میانی مدیریت، اطلاعات مناسبی را در اختیار مدیران ارشد شرکت قرار دهد تا مسئولان با فراهم سازی شرایط مناسب و استفاده بهینه از توانمندی‌های زنان، زمینه را برای مشارکت فعال و پیشرفت زنان در سطوح میانی مدیریت شرکت فراهم آورند.

پس از جمع‌آوری پرسش‌نامه‌ها نتایج حاصل از تحلیل داده‌ها و بررسی فرضیات و سوالات شرکت سنگ آهن مرکزی بافق بالغ بر ۵۰۰۰ پرسنل رسمی، قرارداد معین و شرکتی دارد که پرسش‌نامه‌ها در بین کارکنان زن شاغل در واحدهای مختلف این شرکت توزیع شد و توضیحات لازم جهت پاسخ نشان داد که فرضیه اول مورد پذیرش قرار گرفت. بدین معنی که با افزایش سقف شیشه‌ای، ارتقای شغلی کارمندان زن کاهش می‌یابد. همچنین در تحقیق (۳۳) این فرضیه نیز مورد پذیرش قرار گرفته بود. فرضیه دوم در مورد نقش خودپنداره و تأثیر تعدیل کننده آن بر ارتقای شغلی کارمندان زن شاغل در واحدهای صنعتی شرکت سنگ آهن بود و مورد پذیرش قرار گرفت. این تأثیر و ارتباط به میزان ۰/۲۵۷ و در جهت مثبت می‌باشد یعنی خودپنداره به عنوان متغیر تعدیل کننده بر ارتقای شغلی کارمندان زن تأثیر می‌گذارد. همچنین در تحقیق پیشین (۳۲) این فرضیه نیز مورد پذیرش قرار گرفته بود. فرضیه سوم در مورد تأثیر معکوس و معنادار سقف شیشه‌ای بر خودپنداره کارمندان زن نیز مورد پذیرش قرار گرفت. این تأثیر و ارتباط به میزان ۰/۶۰۰ در جهت منفی می‌باشد بدین معنی که با افزایش سقف شیشه‌ای، مدیریت خودپنداره کارمندان زن شاغل کاهش می‌یابد. در تحقیق (۳۳) این فرضیه مورد پذیرش قرار نگرفته بود. فرضیه چهارم در مورد تأثیر معکوس و معنادار سقف شیشه‌ای بر ارتقای شغلی کارمندان زن شاغل با میانجیگری متغیر خودپنداره مورد پذیرش قرار گرفت. همچنین در تحقیق (۲۱) این فرضیه نیز مورد پذیرش قرار گرفته بود.

پیشنهاد می‌شود مدیریت سازمان هدف‌گذاری کمی برای حضور فعال‌تر بانوان توانمند در پست‌های مدیریتی طراحی کند. به علاوه سازمان باید در مسیر ارتقای شغلی کارکنان زن تسهیل‌گری کند. مدیران شرکت سنگ آهن در محیط کاری خود، جو بازتری را برای کارمندان زن ایجاد کنند تا این کارکنان بتوانند آزادانه نظرات و پیشنهادات و همچنین توانایی‌های بالقوه خود را ارائه دهند و با کارکنان دیگر مقایسه شوند و تبادل نظر داشته باشند و از این توانایی‌های خود در جهت ارتقای جایگاه خود و سازمان بهره‌مند شوند. به منظور تثبیت سطح خودپنداره کارمندان زن در این شرکت توصیه می‌شود دوره‌های آموزشی روان‌شناسی برگزار شود تا بانوان شاغل نسبت به ضعف و قوت‌های خود و چگونگی تثبیت و ارتقای خودپنداره اطلاعات لازم را کسب کنند، تا در انجام وظایف محوله خود دچار مشکل و ناتوانی نگردند. همچنین کلاس‌ها، سمینارها

و کارگروه‌هایی راجع به خودپنداره در شرکت برگزار شود تا کارکنان با مفهوم سقف شیشه‌ای و روش‌های مقابله با موانع ارتقای به پست‌های مدیریتی آشنا شوند. پیشنهاد می‌شود با توجه به این که شرایط سازمانی و خصوصیات و ویژگی‌های فردی نقش مهمی در ارتقای شغلی دارند، جهت بالا بردن انگیزه شغلی و ارتقاء شغلی زنان، زمان و توجه بیشتری برای مقابله با موانع ارتقای شغلی زنان به پست‌های بالاتر و همچنین ایجاد و تقویت حس خودپنداره آنان اختصاص یابد. همچنین در بخش اداری شرکت فعالیت‌هایی برای زنان برنامه‌ریزی شود که در آن‌ها احساس مؤثر بودن، کارآمدی و موفقیت زنان تقویت شود. توصیه می‌شود در تحقیقات آتی شکل‌های مختلف ارتقای شغلی و عوامل مرتبط با آن مد نظر قرارگیرد. سپس ارتباط متغیرهای مورد نظر این پژوهش شامل سقف شیشه‌ای و خودپنداره بر انواع ارتقا شغلی بررسی شود.

ملاحظات اخلاقی

پیش از اجرای پژوهش از شرکت‌کنندگان رضایت آگاهانه کتبی گرفته شد و تمام شرکت‌کنندگان با رضایت خود در پژوهش شرکت داشتند و محققان به آن‌ها اطمینان دادند که نتایج تحقیق محرمانه خواهد بود.

پیروی از اصول اخلاق پژوهش

این پژوهش برگرفته از پایان نامه کارشناسی ارشد دانشگاه دانشگاه علم و هنر انجام گرفته است. تمام نکات اخلاقی شامل رازداری، در اولویت بودن سلامت روانشناختی شرکت‌کنندگان، امانتداری، دقت در استناددهی، قدردانی از دیگران، رعایت ارزشهای اخلاقی در گردآوری داده‌ها، رعایت حریم خصوصی شرکت‌کنندگان توسط پژوهشگران مدنظر قرار گرفته است.

حامی مالی

تمام منابع مالی و هزینه پژوهش و انتشار مقاله تماماً بر عهده نویسندگان بوده و هیچ‌گونه حمایت مالی دریافت نشده است.

مشارکت نویسندگان

مقاله برگرفته از پایان‌نامه مقطع کارشناسی ارشد است. نویسنده اول دانشجوی مقطع کارشناسی ارشد است؛ نویسنده دوم استاد راهنما و نویسنده مسئول است.

تعارض منافع

این مقاله برگرفته از پایان‌نامه کارشناسی ارشد با عنوان "بررسی رابطه بین سقف شیشه‌ای و ارتقای شغلی کارکنان زن در واحدهای صنعتی شرکت سنگ آهن مرکزی بافق با نقش میانجی متغیر خود پنداره" در دانشگاه علم و هنر است و هیچ‌گونه تعارض منافع شخصی یا سازمانی وجود ندارد.

References

1. Parcheta N, Kaifi BA, Khanfar NM. Gender inequality in the workforce: A human resource management quandary. *Journal of Business Studies Quarterly*. 2013;4(3):240.
2. Purcell D. Baseball, beer, and bulgari: Examining cultural capital and gender inequality in a retail fashion corporation. *Journal of Contemporary Ethnography*. 2013;42(3):291-319.
3. Jauhar J, Lau V. The 'Glass Ceiling' and Women's Career Advancement to Top Management: The Moderating Effect of Social Support. *Global Business & Management Research*. 2018; 10(1).
4. Carvalho I, Costa C, Lykke N, Torres A. Beyond the glass ceiling: Gendering tourism management. *Annals of Tourism Research*. 2019;75:79-91.
5. Murthy L, Nigam R, Tapas P. Locus of control-Impact on planned behaviour and decision making in working women. *Elementary Education Online*. 2021;19(4):4393-.
6. Grangeiro RdR, Silva LEN, Esnard C. I broke the glass ceiling, now what? Overview of metaphors to explain gender inequality in organizations. *International Journal of Organizational Analysis*. 2022;30(6):1523-37.
7. Carli LL, Eagly AH. Women face a labyrinth: An examination of metaphors for women leaders. *Gender in Management: An International Journal*. 2016;31(8):514-27.
8. Lyness KS, Heilman ME. When fit is fundamental: performance evaluations and promotions of upper-level female and male managers. *Journal of applied psychology*. 2006;91(4):777.
9. Lee Y, Kwon K, Kim W, Cho D. Work engagement and career: Proposing research agendas through a review of literature. *Human Resource Development Review*. 2016;15(1):29-54.
10. Esmaeil Pour R, Tafaghodi HR. Content analysis of women's management and job promotion obstacles. *Woman in Development & Politics*. 2017;15(2):169-85.
11. Srivastava S, Madan P, Dhawan VK. Glass ceiling-An illusion or realism? Role of organizational identification and trust on the career satisfaction in Indian organizations. *Journal of General Management*. 2020;45(4):217-29.
12. Yagüe-Perales RM, Pérez-Ledo P, March-Chordà I. Analysing the impact of the glass ceiling in a managerial career: The case of Spain. *Sustainability*. 2021;13(12):6579.
13. Bao Y, Zhu F, Hu Y, Cui N. The research of interpersonal conflict and solution strategies. *Psychology*. 2016;7(4):541-5.
14. Gigol T, Sypniewska BA, editors. *Interpersonal conflicts in the workplace and authentic leadership-evidence from Poland. Corporate Social Responsibility and Business Ethics in the Central and Eastern Europe*; 2019: Nomos Verlagsgesellschaft mbH & Co. KG.
15. Imadoğlu T, Kurşuncu RS, Çavuş MF. The effect of glass ceiling syndrome on women's career barriers in management and job motivation. *HOLISTICA-Journal of Business and Public Administration*. 2020;11(2):85-99.
16. Cattelino E, Testa S, Calandri E, Fedi A, Gattino S, Graziano F, et al. Self-efficacy, subjective well-being and positive coping in adolescents with regard to Covid-19 lockdown. *Current Psychology*. 2023;42(20):17304-15.
17. Carrasco-Santos MJ, Cristofol Rodriguez C, Royo Rodriguez E. Why is the Spanish hotel trade lagging so far behind in gender equality? A sustainability question. *Sustainability*. 2020;12(11):4423.
18. Wilson MA, Bennett Jr W, Gibson SG, Alliger GM. *The handbook of work analysis: Methods, systems, applications and science of work measurement in organizations*: Routledge; 2013.
19. Provasi R, Harasheh M. *Gender diversity and corporate performance: Emphasis on sustainability performance. Corporate Social Responsibility and Environmental Management*. 2021;28(1):127-37.
20. Askarian N, Salajeghe S, Pourkiani M. Explain the factors related to glass ceiling in order to career development (Case study: female employees of executive organization in Kerman. 2021.
21. Shafi A, Etebariyan A, Ebrahimzadeh Dsjerdi R. Identifying the Effect of Factors on

the Creation of Glass Ceiling for Women Employed at the Headquarters of the National Iranian Oil Products Distribution Company Based on the-Interpretative-Structural Approach (ISM). Quarterly Journal of Woman and Society. 2018;9(34):155-90.

22. Mosadeghrad A, Tajvar M, Taheri S. Female managers' decision-making in healthcare organizations: Challenges and solutions. Modern Research in Decision Making. 2020;5(1):51-94.

23. Rajae Z, Mehrparvar M, Firouzian M. Investigating the Effect of Glass Ceiling Beliefs on Women's Succession and Women's Leadership Style in Managerial Positions (Case Study: Hygienic Assistance of Medical Science University of Mashhad). Woman in Development & Politics. 2022;20(1):45-68.

24. Brower RL, Schwartz RA, Bertrand Jones T. 'Is it because I'm a woman?' Gender-based attributional ambiguity in higher education administration. Gender and Education. 2019;31(1):117-35.

25. Longman KA. perspectives on women's higher education leadership from around the world. MDPI; 2018. p. 35.

26. De Alwis AC, Bombuwela P. Effects of glass ceiling on women career development in private sector organizations—Case of Sri Lanka. 2013.

27. Tlaiss H, Kauser S. Perceived organizational barriers to women's career advancement in Lebanon. Gender in Management: An International Journal. 2010;25(6):462-96.

28. Bharathi TA, Sreedevi P. A study on the self-concept of adolescents.

International Journal of Science and Research. 2016;5(10):512-6.

29. Schneider R, Lotz C, Sparfeldt JR. Smart, confident, interested: Contributions of intelligence, self-concept, and interest to elementary school achievement. Learning and Individual Differences. 2018;62:23-35.

30. Johnson RE, Selenta C, Lord RG. When organizational justice and the self-concept meet: Consequences for the organization and its members. Organizational Behavior and Human Decision Processes. 2006;99(2):175-201.

31. Khera SN, Malik S. Career advancement of Indian women in management: literature review of the challenges and conceptualising stakeholders approach critical for women's development. International Journal of Learning and Change. 2016;8(3-4):298-316.

32. Strömngren M, Eriksson A, Bergman D, Dellve L. Social capital among healthcare professionals: A prospective study of its importance for job satisfaction, work engagement and engagement in clinical improvements. International journal of nursing studies. 2016;53:116-25.

33. Farahbakhsh S, Nikpey I, Ghanbari R. Effect of the glass ceiling on women creative ideas with moderating of self-concept. Woman in Development & Politics. 2016;14(2):161-80.