

عوامل موثر بر ارتقای فرهنگ کار در بین زنان

تاریخ دریافت: ۱۴۰۲/۰۱/۲۱

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۲/۰۲/۱۵

کد مقاله: ۷۷۵۵۹

محسن نیازی^۱، زهرا صادقی آرانی^۲، زینب امیدي^{۳*}

چکیده

این پژوهش با هدف شناسایی عوامل موثر بر ارتقای فرهنگ کار در بین زنان انجام گرفته است. تحقیق حاضر از این نظر اهمیت دارد که تاکنون مقالاتی در این زمینه با روش مدل‌سازی ساختاری تفسیری انجام نشده است و تحقیق از این نوآوری برخوردار است و یکی از مسائل مهم جامعه امروزه است. پژوهش حاضر از نظر هدف کاربردی و گردآوری داده‌ها توصیفی از پیمایش بوده و ابزار گردآوری اطلاعات پرسش‌نامه و جدول ماتریسی محقق ساخته است. و با استفاده از تکنیک مدل‌سازی ساختاری تفسیری و براساس نظرات خبرگان، روابط بین عوامل مختلف تعیین و تحلیل شد. یافته‌ها با مرور سیستماتیک پیشینه نظری و عملی عوامل اثرگذار شناسایی شدند که در ۱۳ دسته اصلی قرار گرفتند. تحلیل روابط متغیرها منجر به استخراج یک مدل شش سطحی شد. اعتقادات مذهبی و ویژگی روانشناختی، سبک‌های مدیریت و عوامل جمعیت‌شناختی با قرارگیری در سطح پنجم و ششم مهمترین عوامل محسوب می‌شوند. هم‌چنین پس از تحلیل MICMAC متغیرها در سه گروه متغیرهای کلیدی، پیونددهنده و وابسته قرار گرفتند و هیچ متغیری در گروه متغیر مستقل خودمختار قرار نگرفت. با توجه به سطح‌بندی و روابط بین عوامل تاثیرگذار هرگونه برنامه‌ریزی جهت ارتقای فرهنگ کار در بین زنان با ارائه یک مدل سلسله مراتبی مستلزم نگاهی همه جانبه و توجه به سطوح میانی است.

واژگان کلیدی: کار، فرهنگ کار و اشتغال زنان، ارتقای فرهنگ کار، مدل‌سازی معادلات ساختاری تفسیری

۱- استاد گروه علوم اجتماعی، دانشکده علوم انسانی، دانشگاه کاشان، کاشان، ایران

۲- استادیار گروه مدیریت و کارآفرینی، دانشکده علوم مالی، مدیریت و کارآفرینی، دانشگاه کاشان، ایران

۳- دانشجوی کارشناسی ارشد پژوهش علوم اجتماعی، گروه علوم اجتماعی، دانشکده علوم انسانی، دانشگاه کاشان، ایران (نویسنده مسئول)
zeinabomidi13781378@gmail.com

یکی از مباحث اساسی در جوامع امروز، موضوع ارتقا فرهنگ کارکنان است (amiri salehi & Kashani Vahabi, 2016). فرهنگ کار^۱ معرف فضایی است که در آن کار و تلاش انجام گرفته و نتیجه‌ای به بار آید (عطالطی، ۱۳۹۰: ۳). فرهنگ کار عبارت است از: مجموعه‌ی ارزش‌ها، باورها و دانش‌های مشترک و پذیرفته شده‌ی یک گروه کاری در انجام فعالیت‌های معطوف به تولید و یا ایجاد ارزش افزوده؛ به سخن دیگر، این که در وجود کارکنان یک سازمان چه ارزش‌ها و نگرش‌هایی درونی شده و مورد پذیرش جمعی قرار گرفته است، فرهنگ کاری حاکم بر آن سازمان یا گروه را تبیین می‌کند. براساس این رویکرد، می‌توان فرهنگ سازمانی را به عنوان پدیده‌ی عامل‌تر در نظر گرفت که بخشی از آن مربوط به چگونگی انجام کار بوده و به آن فرهنگ کار گفته می‌شود. بر این اساس، هنگامی که فرهنگ کار در یک سازمان یا جامعه ضعیف ارزیابی می‌شود این بدین معنا است که کارکنان به انجام کار مفید و مولد تمایل نداشته و در نتیجه، فعالیت‌های آن‌ها از راندمان و اثربخشی کمتری برخوردار است و منابع بکار گرفته شده حداکثر بازده ممکن را نخواهد داشت (احمدی و روستا، ۱۳۹۰: ۴۰).

از مدیریت و جامعه‌شناسی تا علوم دینی هرکدام تلاش می‌کنند کار را از دیدگاه خود موردکنند و کاو قراردهند. این تحقیقات و بررسی‌ها نشان‌دهنده وجود نیازی در بطن جامعه است. اگر تا پیش از این کار را پدیده‌ای تک بعدی و فعالیتی صرفاً برای رفع نیازهای مادی می‌دانستند اما امروزه آن را به صورت پدیده‌ای چندبعدی می‌نگرند که از عوامل مختلفی تاثیرپذیرفته و بر بسیاری نیز تاثیر می‌گذارد. فرهنگ کارآگاهی و باوری است که مردم در تفسیر تجربیات خود و محیط اطراف خود از کار کردن و نتیجه آن دارند و طبعاً این تفسیر رفتار اجتماعی را در راستای میل به کار، پرکاری و یا بی‌رغبتی به کار و کم‌کاری دیکته می‌کند و این فرمان تواما از ضمیر ناخودآگاه صادر می‌گردد (Habibi, 1983: 4).

طی چند دهه‌ی اخیر، تعداد زنان شاغل در تمام دنیا به گونه‌ای گسترده افزایش یافته است. براساس گزارش سازمان بین‌المللی کار، سهم زنان از مشاغل دستمزدی از ۴۱/۸ درصد در سال ۲۰۰۷ به ۴۵/۵ درصد در سال ۲۰۰۹ رسیده و حتی در آمریکا جمعیت زنان شاغل از جمعیت مردان شاغل فراتر رفته است. در ایران سهم جمعیت زنان شاغل نسبت به کل اشتغال به سرعت افزایش یافته و از ۸/۲ درصد در سال ۱۳۶۵ به ۱۶/۷ درصد در سال ۱۳۸۵ رسیده است (مرکز آمار ایران، ۱۳۸۶). براساس آخرین آمار به‌دست آمده از وضعیت اشتغال زنان در ایران مشخص می‌شود که فقط ۹/۶ درصد (حدود سه میلیون و نیم) از جمعیت زنان شاغلند. این در حالی است که زنان در حدود ۴۹/۶ درصد (حدود ۳۷ میلیون نفر) از کل جمعیت ۸۰ میلیونی را تشکیل می‌دهند. بررسی آمار کلی وضعیت اشتغال زنان در کشور طی سال ۹۴ نشان می‌دهد که از کل ۲۱ میلیون شاغل کشور در این سال‌ها بیش از ۳ میلیون و ۶۰۰ نفر آن زن بوده است. با این حساب، زنان فقط توانسته‌اند ۱۳ درصد کل فرصت‌های شغلی را در کشور به خود اختصاص دهند که این آمار، حاکی از اشتغال بسیار پایین زنان است (بروجنی و همکاران، ۱۳۹۸: ۸۹).

این آمارها نشان می‌دهد، نقش زنان به عنوان بخش مهمی از جامعه هنوز حداقل در کشورهای در حال توسعه نادیده گرفته می‌شود و بر این مبنا لزوم توجه به ایجاد فرهنگ کار برای زنان، براساس تغییر نگرش و رویه‌های سنتی به سمت جامعه‌ی مدرن و جامعه‌ی برابر، برای حضور زنان در صحنه‌های اشتغال، ضروری به نظر می‌رسد (Ranaei kordshouli et al, 2016).

درواقع یکی از مهم‌ترین معیارها جهت سنجش درجه‌ی توسعه‌یافتگی یک کشور، میزان اهمیت و اعتبار زنان و نقش آن‌ها در اشتغال می‌باشد. به عبارت دیگر، اکنون نگاه جهان، بیشتر به سوی زنان معطوف شده است و برای تحقق توسعه‌ی اجتماعی، تسریع فرآیند توسعه‌ی اقتصادی و محقق شدن عدالت اجتماعی، جوامعی که به نقش زنان در اشتغال توجه نکنند، در زمره‌ی کشورهای توسعه یافته قلمداد نمی‌شوند. در واقع امروزه سنجش وضعیت اجتماعی و اقتصادی زنان، هم از لحاظ نظری و هم از لحاظ کاربردی حائز اهمیت بسیاری است و با توجه به وجود تبعیض‌های جنسیتی زنان در بسیاری از جوامع سرخورده شده‌اند. در این شرایط، لزوم توجه به فرهنگ کار در بین زنان بیش از پیش احساس می‌شود (Morikawa, 2015).

بنابراین زن به عنوان یکی از دو جنسیت انسانی، به صورت معمول باید برابر با مردان از حقوق انسانی برخوردار بوده و در کارها و امور مشارکت داشته باشد. حال ممکن است بنا به شرایط فیزیکی و روحی، شرایط برای فعالیت زنان در برخی امور سخت‌تر باشد، در عوض در بسیاری دیگر از کارها زنان استعداد و توانایی کاری بیشتری دارند. در نتیجه، منطقی این است که جای کاستی‌ها با توانایی‌ها پر شود و زنان هم سطح مردان در جریان امور مشارکت فعال داشته باشند. با ورود به دنیای جدیدی که اقتصاد و تولید در آن اهمیت زیادی دارد و جوامع بر اساس قدرت اقتصادی و میزان رفاه آن‌ها دسته‌بندی می‌شوند، بیش از پیش جایگاه زنان به عنوان تقریباً نیمی از نیروی انسانی قادر به فعالیت اهمیت پیدا می‌کند. در واقع پشت‌کردن به نقش زنان در انجام کارها، یعنی نادیده گرفتن ظرفیت بالقوه‌ی بزرگی که توانایی انجام کار را دارد. از سوی دیگر در عصر حاضر نگرش سنتی نسبت به کار زنان و اجبار به ماندن آن‌ها در خانه و تابویی که زن را محدود به اسارت در خانه می‌کرد تا حدودی برچیده شده است و در بسیاری از موارد زنان هم‌پای مردان به فعالیت می‌پردازند، با وجود این که ممکن است در بسیاری از موارد آن‌طور که باید با دید برابر به آن‌ها در محیط کاری نگریده نشود (طله‌زاده، ۱۳۹۲: ۵).

با وجود پیشرفت‌هایی که در اهمیت دادن به کار زنان وجود داشته، کاستی‌ها و مشکلاتی نیز هنوز موجود است که برخی از آن‌ها در زیر مورد اشاره قرار خواهند گرفت. این موارد ممکن است ناشی از نگرش‌های مردان متأثر از فرهنگ عمومی جامعه باشد یا توانایی‌های فیزیکی و روحی زنان و یا نبود اعتماد به نفس و اعتقاد به توانایی‌ها در خود زنان و نبود یک فرهنگ کار و نگرش صحیح نسبت به کار و یا عدم برنامه‌ریزی و تدبیر برای اشتغال زنان: ۱- زنان و مردان تمایل به انجام کارهای متفاوت دارند. ۲- به کار زنان کمتر بها داده می‌شود. ۳- نرخ‌های پایین‌تر تشکلهای اتحادیه‌های زنان. ۴- سطوح پایین‌تر آموزش و تحصیل در زنان. ۵- تخصیص نابرابر مسئولیت‌های خانوادگی و نبود خدمات حمایتی. این‌که زنان خود به توانایی‌ها و حقوق خود واقف باشند و نگرشی درست نسبت به کار داشته باشند، اولین قدم برای رسیدن به وضعیت مناسب کاری آن‌هاست (طه‌زاده، ۱۳۹۲: ۶).

باین اوصاف برای دست‌یابی به توسعه همه‌جانبه کشور، به زنان به عنوان نیرویی با فرهنگ کار پیشرفته که بتواند بهره‌وری و کارایی را ارتقا دهد، احتیاج است. به عبارت بهتر، فرهنگ کار شاخص و آئینه تمام‌نمای توسعه اجتماعی است. به هر حال با توجه به نقش کار و عمل در اعتلای حیات اقتصادی و اجتماعی و فرهنگی جامعه، کوشش برای ارتقای آن و زدودن عوامل مزاحم و بازدارنده یک ضرورت اعتقادی، ملی است. فرهنگ کار می‌تواند زمینه مناسب را برای سخت‌کوشی، خلاقیت و ابتکار و نوآوری‌ها، احساس تعهد و مسئولیت‌پذیری، وجدان کاری، انضباط اجتماعی و اخلاق کار در جامعه فراهم سازد.

علی‌رغم تحقیقات گسترده‌ای که در زمینه فرهنگ کار صورت گرفته است، تاکنون به شناسایی عوامل موثر بر ارتقای فرهنگ کار در بین زنان در قالب یک مدل پرداخته نشده است. لذا پژوهش حاضر درصدد شناسایی عوامل موثر بر ارتقای فرهنگ کار در بین زنان است. در این تحقیق، ابتدا به بررسی چهارچوب نظری و پیشینه موضوع در زمینه موضوع پژوهش پرداخته خواهد شد و در بخش بعدی پس از معرفی روش‌شناسی، یافته‌ها ارائه خواهد شد. بخش انتهایی مقاله به بحث و نتیجه‌گیری در رابطه با یافته‌ها و ارائه پیشنهادها کاربردی اختصاص داده شده است. بر این اساس، پژوهش حاضر با هدف شناسایی عوامل موثر بر فرهنگ کار و همچنین ارائه مدل جامعی از ارتباطات ساختاری این عوامل با استفاده از رویکرد **مدل‌سازی ساختاری تفسیری** انجام گرفته است. بنابراین، دو سوال اصلی که پژوهش حاضر به دنبال پاسخ‌گویی به آن است، به صورت زیر است:
عوامل موثر بر ارتقای فرهنگ کار در بین زنان با استفاده از پژوهش‌های صورت گرفته در این زمینه چیست؟
مدل تعاملی موثر بر ارتقای فرهنگ کار در بین زنان براساس مدل ساختاری تفسیری چگونه است؟

۲- مبانی نظری

کار^۱ در لغت به معنای شغل؛ عمل و آنچه از شخص یا شیء صادر شود. کار استفاده از نیروهای مادی و معنوی در راه تولید ثروت یا ایجاد خدمات است (توسلی، ۱۳۸۷: ۱۰) اکنون تعریفی از فرهنگ کار^۲ ارائه می‌شود که فرهنگ کار عبارت از مجموعه ارزش‌ها، باورها، دانش‌های مشترک و پذیرفته شده یک گروه کاری در انجام فعالیت‌های معطوف به تولید و یا ایجاد ارزش افزوده می‌باشد (فرهنگ جامعه‌شناسی، ۱۳۶۷: ۱۴۳).

از دید چلبی^۳ برای فرهنگ کار از جمله نقش شغلی می‌توان ابعاد گوناگونی را متصور شد. این ابعاد عبارت‌اند از:

۱- معنای کار: درباره‌ی معنای کار باید گفت که هر فردی ممکن است درک یک بعدی یا چند بعدی از معنای کار داشته باشد. به طور مثال یک نفر کار را چیزی بیش از رنج و زحمت نبیند؛ در مقابل برای فرد دیگر کار، همزمان دارای معنای متفاوتی باشد (clarke, 2004).

۲- مقتضیات کار: برای مقتضیات کار نیز شرایطی همانند معنی کار وجود دارد؛ یعنی برای یک نفر برداشت مفهومی از مقتضیات کار صرفاً دقت و سرعت است، در حالی‌که پنداشت دیگری از مقتضیات کار، ابتکار، نوآوری و انصاف است (Ameri, 2016).

۳- ارزش‌های درونی و بیرونی کار: ارزش‌های درونی کار با امیال و انگیزه‌ها و سطح پرورش احساسات و عواطف شخصی رابطه‌ی بالافصل دارد. ارزش‌های درونی (ادراکی) در مورد کار، مستقیماً منبعت از برداشت‌های فردی در مورد کار است؛ حال آن‌که ارزش‌های بیرونی (بزاری) مستقیماً منبعت از محیط فرهنگی در سطح جامعه می‌باشد. به لحاظ تحلیلی ارزش‌های بیرونی به دلیل تأثیرگذاری بر ارزش‌های درونی افراد، دارای اولویت هستند (Azimi hashemi, 2009).

۴- خودپنداره‌ی شغلی: خودپنداره‌ی شغلی از استعداد شغلی، یکی از ارکان مهم هویت کاری است و نتیجه‌ی ارزیابی فرد از استعداد، ظرفیت و توانایی خود در انجام کار است که می‌تواند به موفقیت یک فرد در محیط حرفه‌ای و کاری کمک کند (چلبی، ۱۳۸۵: ۲۶۷). در مورد ماهیت کار^۴ می‌توان به دو مورد اشاره کرد: ۱- محدوده شغلی: محدوده شغلی شامل میزان مسئولیت، اقدامات کاری و بازخورد است. هرچه این عوامل وسیع‌تر باشد رضایت شغلی بالاتر است. ۲- تنوع کاری^۵: اگر تنوع کاری وسیع باشد، باعث ابهام و

1. Work
2. work culture
3. Cholbi
4. The nature of work
5. Variety of work

استرس می‌شود. اگر تنوع هم کم باشد، باعث خستگی و یکنواختی می‌شود. تنوع کاری متوسط رضایت شغلی را افزایش می‌دهد (شهبازی و همکاران، ۱۳۸۷: ۲۷-۳۹).

و بنابراین وجوه مثبت و منفی فرهنگ کارعبات‌انداز: وجوه مثبت = ۱- کار زیاد و پراکنج، ۲- دقت در کیفیت بالای محصولات، ۳- دقت در سلامت ماشین آلات و تجهیزات، ۴- همدلی، همفکری و همکاری با دیگران، ۵- نشاط و سرزندگی در محیط کار، ۶- استقبال از تغییرات مثبت، ۷- قناعت به خود (لقمه حلال)، ۸- سلامت روحی و جسمی، وجوه منفی = ۱- کم کاری و گریز از کار، ۲- بی‌توجهی به لوازم و تجهیزات کاروتولید، ۳- بی‌توجهی به کیفیت محصولات، ۴- چاپلوسی، فردگرایی و علیه دیگران بودن، ۵- رخوت، سستی و بی‌حوصلگی در کار، ۶- مقاومت در مقابل تغییرات، ۷- تمایل به دریافت حقوق دیگران، ۸- بیماری‌های جسمی، پیری زودرس و عدم تعادل روانی (حبیبی، ۱۳۸۰: ۲۳).

جان مینارد کینز^۱: کینز معتقد است که اشتغال همراه با رشد تولید و سرمایه‌گذاری افزایش می‌یابد ولی برای آن که حداکثر اشتغال به وجود آید باید پس‌انداز عمومی با میزان سرمایه‌گذاری برابر شود در نتیجه برحسب نظر کینز کافی نبودن تقاضاهای نهایی ناشی از کمبود است که موجب اشتغال می‌شود (Tavasouli, 1999: 191).

آنتونی گیدنز^۲: گیدنز بر این باور است که کار می‌تواند به عنوان انجام وظایفی تعریف شود که متضمن صرف کوشش‌های فکری و جسمی بوده و هدفشان تولید کالاها و خدماتی است که نیازهای انسانی را برآورده می‌سازد. شغل یا پیشه کاری است که در مقابل مزد یا حقوق منظمی انجام می‌شود. کار در همه فرهنگ‌ها اساس نظام اقتصادی است که شامل نهادهایی است که با تولید و توزیع کالاها و خدمات سروکار دارند (Giddens, 1999: 517).

هرزبرگ^۳: هرزبرگ در ارتباط با نیازها و رضایت شغلی معتقد است که واحدهای صنعتی در صورتی موفق می‌شوند که افراد خوبی به خود جذب و نیازهای آنان را ارضاء کنند و بتوانند اولا کاری به آن‌ها عرضه کنند که رضایت آن‌ها را جلب کند، ثانياً کار را با توجه به چگونگی ارضاء نیازهای سطح سوم در نظر بگیرند، یعنی سازمان براساس تحقق ظرفیت روحی و فکری کارگر و شناخت استعدادها و وی باعث ایجاد علاقه به کار براساس طبیعت آن و احساس مسئولیت‌هایی که در جریان کار سازمان مورد نظر است می‌شود و امکانات حرفه‌ای و پرداخت دستمزد برابر با کوشش‌های فرد را فراهم می‌سازد. هرزبرگ به این نتیجه رسید که اگر این نیازهای افراد ارضاء شود گفته می‌شود که فرد از کار خود راضی هست (Tavasouli, 1999: 139).

نظریه پارسونز^۴: پارسونز در حوزه کار به تعهد سازمانی^۵ اشاره می‌کند. وی برای ایجاد تعهد سازمانی بین کنشگران سازمان تا حدودی معتقد به اصول بوروکراسی وبری^۶ است. پارسونز برای افزایش تعهد در سازمان از یک سو به عواملی چون تخصص‌گرایی، تقسیم‌کار، عقلانی بودن^۷ و اختیاری بودن کنش اعضاء و از سوی دیگر به ارزیابی درست عملکرد اعضاء سازمان براساس خدماتی که انجام می‌دهند اشاره می‌کند. وی برای افزایش تعهد در سازمان به اهمیت دو نوع رضایت اشاره می‌کند: نخست) رضایت‌های روانی^۸ که شامل تایید فرد از سوی دیگران، تصدیق موفقیت شغلی و تامین شغلی است. دوم) رضایت‌های ابزاری^۹ که شامل پاداش‌های موجود در سازمان هاست که که اساساً از نوع پاداش‌های مادی به شمار می‌رود (صبوری، ۱۳۷۴: ۱۷۲).

نظریه دورکیم^{۱۰}: نقش دورکیم در جامعه‌شناسی کار به کتاب تقسیم‌کار^{۱۱} وی بر می‌گردد. برخلاف تونیس^{۱۲} که معتقد بود جامعه در گذر از اشکال گروهی *Gemeinschaft* به صورت‌های اجتماعی *Gesellschaft* از هم می‌پاشد و در آن همبستگی نخواهد بود، اما دورکیم این نظریه را رد می‌کند و می‌گوید استحکام و یکپارچگی جامعه از هم نمی‌پاشد بلکه در قالب جدیدی دوباره ساخته می‌شود. وی اعتقاد داشت جوامع صنعتی جدید به وسیله ایجاد همبستگی‌های دو جانبه از طریق افزایش تقسیم‌کار، فعالانه مردم را از تنهایی و تجزیه نجات می‌دهد و آزاد می‌کند. دورکیم در تقسیم‌بندی همبستگی مکانیکی^{۱۳} که از همانندی افراد به وجود می‌آید و همبستگی ارگانیک که از تفاوت‌های فردی ایجاد می‌شود تفاوت قائل می‌شود و همبستگی ارگانیک^{۱۴} را فرآورده تقسیم‌کار می‌داند. بطوری که وی معتقد است هرچه کارکردهای جامعه تفاوت بیشتری یابند، تفاوت میان اعضای آن نیز فزون‌تر خواهد شد (کوزر، ۱۳۸۲: ۱۹۰).

نظریه فرآیندهای مبادله اجتماعی^{۱۵}: نظریه فرآیندهای مبادله اجتماعی کنش متقابل افراد در سازمان‌های کار، واکنش آن‌ها به شغل و مشارکت سازمانی را تحت تاثیر قرار می‌دهد. در فرآیندهای مبادله اجتماعی^۲ فرض ساده به چشم می‌خورد: ۱) روابط

1. Maynard gohn Kegnes
2. Anthony Giddens
3. Herzberg
4. Parswenz
5. Organizational Commitment
6. Principles of Weberian bureaucracy
7. Being rational
8. Psychological satisfaction
9. Instrumental Satisfaction
10. Durkim
11. Division of labor
12. Tunisia
13. Mechanical correlation
14. Organic correlation
15. Theory of social exchange processes

اجتماعی را می‌توان فرآیندهای مبادله‌ای در نظر گرفت که فرد در مقابل پیامدهای معینی که برای وی عاید خواهد شد، به اقدامی دست می‌زند. یعنی وقتی فرد فرصت یا منابع خود را در تعامل با دیگران صرف می‌کند منتظر پیامدهایی است. (۲) این نظریه‌ها متوجه فرآیند تصمیم فرد مبنی بر خشنود یا ناخشنودکنندگی مبادله ویژه است. اطلاعاتی که از طریق تعامل با دیگران به دست می‌آید برای تعیین مزیت یک مبادله به کار گرفته می‌شود. وقتی برابری نسبی در پیامد عملکرد مربوط به کسانی که مورد مقایسه قرار می‌گیرند وجود داشته باشد احتمالاً از کنش متقابل آن‌ها با یکدیگر خشنودی حاصل خواهد شد. این نظریه پیش‌بینی می‌کند فرد به گزینش آن مبادرت خواهد ورزید که برای آن مبادله منصفانه موجود است (افتخاریان، ۱۳۸۳: ۱۶).

نظریه مارکس^۱: بررسی نظریات مارکس در جامعه سرمایه‌داری و ارتباط آن با کار، یادآور مفهوم وی از «از خود بیگانگی»^۲ نیروی کار است. مارکس ندای اعتراض را در جامعه سرمایه‌داری زمانی سرداد که به وضعیت نیروی کار قرن هجدهم انتقادی جدی داشت. در نظریه مارکس روابط اجتماعی و ارزش‌های فرهنگی بر پایه زیرساخت‌های اقتصادی شکل می‌گیرد. روابط کاری، نگرش به کار و ارزش‌های کار متأثر از بنیان‌های اقتصادی جامعه است. در این چارچوب، فرهنگ کار یا به عبارتی مجموعه نگرش‌ها و ارزش‌های معطوف به کار به مثابه روناها متأثر از زیرساخت‌های جامعه است. مارکس بر این باور است که چون در جامعه طبقاتی بین کار و محصولات تولید شده نوعی جدایی و انفصال وجود دارد و فرد مستقیماً محصول کار خود را دریافت نمی‌کند، و به تعبیر او فرد از نتایج و محصول کار خود بیگانه می‌شود، نوعی بیزاری و نگرشی منفی نسبت به کار وجود دارد (جوانمردی، ۱۳۸۷: ۴۴ و ۴۳). نظریه چلبی: از نظر چلبی، بعد اجتماعی کار به چهار جزء روابط کاری، ضمانت اجرای کار، تعهدات کاری و هنجارهای کار قابل تقسیم است. در بعد فرهنگی کار نیز چهار وجه قابل ذکر است. بعد فیزیکی کار حاوی نوعی فعالیت است. در بعد زیستی کار مستلزم نوعی تخصیص انرژی فکری یا یدی است. همچنین در کار به‌طور ضمنی یا صریح نوعی تکلیف و ادعا نهفته است. یعنی کار در ذات خود داعیه سازندگی و تغییر هدفمند یا به عبارت دیگر تغییر از وضع موجود به وضع مطلوب را دارد و بالاخره کار حداقل به صورت تجریدی و بالقوه حایز نوعی هدف غایی است (چلبی، ۱۳۸۸، ۸۷-۹۱).

نظریه رضایت شغلی^۳: اسمیت و دیگران^۴ می‌گویند که چهار بعد شغلی معرف خصوصیات برجسته شغل است که افراد درباره آن‌ها واکنش‌های انفعالی نشان می‌دهند: خود شغل: قلمرو وظایفی که کارکنان انجام می‌دهند جالب می‌باشد و فرصت‌هایی برای یادگیری و پذیرش مسؤلیت فراهم می‌سازد؛ حقوق و دست مزد: میزان حقوق دریافتی، برابری ادراکی در مورد حقوق و روش پرداختی؛ فرصت‌های ارتقا: دسترسی به فرصت‌های واقعی برای پیشرفت؛ سرپرستی: توانایی‌های فنی و مدیریتی سرپرستان و ملاحظاتی که سرپرستان برای علائق کارکنان نشان می‌دهند (نیازی و همکاران، ۱۳۹۳: ۳۹).

نظریه کارکردگرایی^۵: در این پارادایم کار، یکی از نهادهای اصلی نظام اقتصادی است و اگر نظام اقتصادی یکی از چهار خرده نظام اجتماعی محسوب شود، کار در کلیه فرایندهای اجتماعی تأثیرگذار و از سایر نهادهای اجتماعی تأثیرپذیر است. بر مبنای این رویکرد کار می‌تواند به عنوان انجام وظایفی تعریف شود که متضمن صرف کوشش‌های فکری و جسمی بوده و هدفشان تولید کالاها و خدماتی است که نیازهای انسانی را بر آورده می‌سازد (بروجنی و همکاران، ۱۳۹۸: ۶).

در حوزه عامل موثر بر موضوع فرهنگ کار، تحقیقات زیادی انجام شده که براساس مرور نظام مند در جدول زیر آورده شده است:

جدول شماره ۱: عوامل موثر بر ارتقای فرهنگ کار در بین زنان

| عوامل تاثیرگذار | عنوان مقاله | نویسندگان (سال) | ردیف |
|--|--|------------------------|------|
| خانواده، محیط آموزشی، عامل مدیریت، سرپرستی در محیط کار | عوامل موثر در رشد فرهنگ کار و ایجاد انگیزه برای تلاش بیشتر | شریعی (۱۳۷۲) | ۱ |
| ابتکار و خلاقیت، آزادی، انگیزش، همکاری کار گروهی، پشتکار، وجدان کاری | فرهنگ کار | معیدفر (۱۳۸۰) | ۲ |
| رضایت شغلی، رضایت سیاسی، گرایش ملی، عوامل مذهبی، تعهد سازمانی، انگیزه کار، عوامل اقتصادی | بررسی عوامل موثر بر فرهنگ کار (مطالعه موردی بخش دولتی استان کهگیلویه و بویراحمد) | اکبری و اردشیری (۱۳۸۱) | ۳ |
| فرهنگ سازمانی، فرهنگ عمومی، عوامل اقتصادی، ماهیت شغل، حمایت سازمانی، روحیه کار جمعی، اخلاق کاری، ارزش‌های کار، تصویر ذهنی از استعداد کاری خود، احساس مفید بودن سازمانی، میزان عدالت سازمانی، میزان وضوح نقش‌ها و روش‌های کار، میزان پذیرش تغییرات، روش‌های کاری جدید، امکانات اجتماعی (احترام، ثروت و منزلت اجتماعی) | فرهنگ کار | جعفری و حبیبی (۱۳۸۱) | ۴ |

1. Marx
2. Alienation
3. Job Satisfaction Theory
4. Smith et al
5. Theory of functionalism

| نویسندگان (سال) | عنوان مقاله | عوامل تاثیرگذار |
|---------------------------------|--|--|
| ۵ درودی (۱۳۸۴) | فرهنگ کار از دیدگاه اسلام | سخت‌کوشی، خلاقیت، ابتکارات، وجدان کاری، انضباط اجتماعی، اخلاق، پاداش، استقلال، تعهد کاری، نوآوری |
| ۶ احمدی (۱۳۸۹) | بررسی فرهنگ کار و عوامل اجتماعی موثر بر آن | مدیریت مشارکتی (تصمیم‌گیری، پاسخگویی)، عدالت سازمانی (توزیعی، تعاملی، رویه‌ای)، رضایت شغلی (درونی، بیرونی)، ویژگی‌های جمعیتی (سن، جنس، تحصیلات، سنوات خدمت)، تعهد کار و همکاری گروهی |
| ۷ غلامرضائی و همکاران (۱۳۸۹) | بررسی میزان تاثیر ابعاد اجتماعی فرهنگ کار بر بهره‌وری زنان در وزارت کار و امور اجتماعی | خانواده، دولت، مدیریت سازمانی، جوسازمانی، نظام آموزشی، رضایت شغلی |
| ۸ احمدی و روستا (۱۳۹۰) | بررسی مقایسه‌ای فرهنگ کار زنان و مردان | تعهد کاری، وضعیت خانوادگی (تجرد یا تاهل، طلاق، داشتن یا نداشتن فرزند)، همکاری در محیط‌های دانشگاهی، عوامل اقتصادی، عوامل فرهنگی، عوامل اجتماعی |
| ۹ عطالهی (۱۳۹۰) | بررسی عوامل موثر بر فرهنگ کار در بین هیات علمی دانشگاه‌ها | رشته تحصیلی و تحصیلات، جنسیت، سن، سابقه مدیریت، سابقه کار، رتبه علمی، شبکه روابط رسمی و غیررسمی، میزان مدیریت مبتنی بر مشارکت، عدالت سازمانی، عدالت رویه‌ای، عدالت تعاملی، حقوق و مزایا، فرصت پیشرفت شغلی، وجهه و اعتبار، فرصت مطالعاتی، تعهد به محیط و اعضا، انگیزه، خشنودی و احساس مفید بودن، وجدان کاری، فضای رقابت سالم، تصویر ذهنی بهتر از کار خود، وضوح نقش، پذیرش تغییر، استقلال نسبی، امنیت و آرامش خاطر |
| ۱۰ یزدانی خوراسگانی (۱۳۹۰) | بررسی میزان عوامل موثر بر فرهنگ کار در میان کارکنان ادارات دولتی شهریزد | سن، وضعیت تاهل، جنسیت، سبک‌های مدیریت (استبدادی، مشاوره‌ای، مشارکتی)، سرمایه فرهنگی، رضایت شغلی، دیداری، تعهد کاری، وجدان کاری، اخلاق کار |
| ۱۱ شاقوزائی (۱۳۹۱) | فرهنگ کار در اسلام | آزادی، علاقه به کار، صلاحیت ذاتی، شوق عاطفی، قدرت ابتکار، شکوفایی و خلاقیت |
| ۱۲ پوریوسفی و همکاران (۱۳۹۱) | بررسی عوامل موثر بر فرهنگ کار در بین کارگران زن بخش صنعت | عوامل فردی - شخصیتی (سن، جنسیت، تحصیلات)، عوامل شغلی، عوامل اقتصادی (میزان درآمد، هزینه‌های جاری، تحمل گرایی)، عوامل فرهنگی (سبک زندگی)، عوامل سازمانی |
| ۱۳ طله‌زاده (۱۳۹۲) | جایگاه زنان در جامعه‌ی کرد زبان با تاکید بر فرهنگ کار زنان | علائق شغلی، تحصیلات، حمایت، عوامل اقتصادی، عوامل سیاسی، عوامل فرهنگی، عوامل اجتماعی |
| ۱۴ وکیلی (۱۳۹۲) | بررسی مفهوم فرهنگ کار | عوامل اقتصادی، عوامل جغرافیایی، عوامل اجتماعی (نقش دانشگاه و سایر محیط‌های اجتماعی)، آمادگی و توان کاری، تسلط کارکنان بر ماهیت شغل، میزان حمایت سازمان، انگیزه و تعهد کارکنان، کیفیت آرایه بازخوردها، میزان اعتبار، نگرش و روحیه‌ی کارجمعی اخلاق کاری، احساس مفید بودن سازمانی، تصویر ذهنی از استعداد کاری خود، نگرش مثبت به کار، میزان تغییرات و روش‌های کاری جدید، نظام فرهنگی حاکم بر جامعه، میزان وضوح نقش‌ها و روش‌های کار، میزان وجدان کاری بالا، ارزش‌های کار (درونی، بیرونی)، نقش خانواده، نقش مدیریت در ارتقای کار، انگیزه |
| ۱۵ بهروزیان (۱۳۹۳) | بررسی عوامل مؤثر بر فرهنگ کار و راهکارهای ارتقای آن در بین کارکنان دانشگاه‌های شهرستان بروجرد در سال ۱۳۹۲-۹۳ | روابط اجتماعی، رضایت شغلی، ارزش‌های مذهبی، درک عدالت سازمانی، بوروکراسی، سن، سنوات کاری، تحصیلات، مشارکت، به رسمیت شناخته شدن، سیستم پاداش، صلاحیت شغلی، توانمندسازی، فرهنگ پذیری، ابداع و نوآوری، مذاکره در مورد نقش |
| ۱۶ مقدم اصیل (۱۳۹۴) | شناخت ساختارهای اجتماعی فرهنگ کار در ایران (مقایسه با چهار کشور توسعه یافته و در حال توسعه آسیایی) | عوامل جغرافیایی، عوامل تاریخی، عوامل فردی (احساس خوشحالی، میزان سلامتی، میزان رضایت از زندگی، میزان اهمیت به خود، استقلال فردی، اهمیت به خانواده و دوستان، اوقات فراغت، سن، تحصیلات، جنسیت، وضعیت تاهل)، عوامل مذهبی (نوع مذهب، میزان رعایت فرامین مذهبی، اعتقاد داشتن به خدا)، عوامل جمعیتی (وضعیت مهاجرین)، عوامل اجتماعی (طبقه اجتماعی، برابری حقوق، دموکراسی، برابری |

| نویسندگان (سال) | عنوان مقاله | عوامل تاثیر گذار |
|-----------------|---|--|
| | | قانونی)، عوامل شغلی(رضایت از وضعیت مالی، پس انداز خانواده، استقلال در شغل، کار یدی یا فکری) |
| ۱۷ | کاوش کیفی راهکارهای ارتقای فرهنگ کار(مورد بررسی: متخصصان دانشگاه‌های بروجرد) | سخت‌کوشی، خلاقیت، ابتکارات، نوآوری، احساس تعهد، مسئولیت‌پذیری، وجدان کاری، انضباط اجتماعی، صلاحیت شغلی، توانمندسازی، فرهنگ‌پذیری، مشارکت، مذاکره در مورد نقش، سیستم پاداش، به رسمیت شناخته شدن |
| ۱۸ | تبیین عوامل اجتماعی و فردی مؤثر بر فرهنگ کار (مورد مطالعه، کارکنان صنایع شهرستان کاشان) | عوامل اجتماعی، مشارکت، اعتماد، روابط اجتماعی، عوامل فردی وانگیزشی، امنیت شغلی، احساس عدالت، سرمایه اجتماعی، عدالت سازمانی، خلاقیت و ابتکار، پایگاه اجتماعی-اقتصادی |
| ۱۹ | بررسی تطبیقی عوامل مؤثر بر فرهنگ کار در ایران و چهار کشور آسیایی | عوامل فردی(احساس خوشحالی، میزان سلامتی، رضایت از زندگی)، عوامل خانوادگی، عوامل جمعیتی(سن، جنس، درآمد، تحصیلات، درآمد، طبقه اجتماعی)، عوامل مذهبی(اعتقاد به خدا، نوع مذهب)، نوع شغلی، عوامل سرمایه اجتماعی(بیمه بیکاری، نوع و کیفیت رابطه، برابری اجتماعی، بیمه هنگانی، رفاه اقتصادی) |
| ۲۰ | بررسی فرهنگ کار و عوامل مؤثر بر آن در بین کارگران دانشگاه‌های شهرستان بروجرد | روابط اجتماعی، رضایت شغلی، ارزش‌های مذهبی، درک عدالت سازمانی، سنوات کاری و تحصیلات، بوروکراسی، سن |
| ۲۱ | نقش عوامل فردی تاثیر گذار بر ارتقاء فرهنگ کار | سرمایه اجتماعی، احساس آزادی در زندگی فردی واجتماعی، احساس خوشحالی، تحصیلات، کارخلاقانه، جنسیت، سلامتی، شادابی و نشاط، خلاقیت |
| ۲۲ | نیازی و همکاران (۱۳۹۶) | عدالت سازمانی(توزیعی، رویه‌ای، بین فردی، اطلاعاتی)، وجدان کاری، اخلاق، تعهد کاری، عدالت مرادوهای/ تعاملی |
| ۲۳ | آقاسی بروجنی وهمکاران (۱۳۹۸) | سیاست‌گذاری‌های شغلی، منزلت اجتماعی، مدیریت آموزشی، اعتباربخشی، آگاهی بخشی، برنامه‌ریزی آموزشی، حامیان، هنجارهای فرهنگی، امنیت شغلی، مشارکت اجتماعی، تامین تسهیلات رفاهی، اصلاح و تغییر باورهای سنتی، مرادوات اجتماعی، اصلاح قوانین کار، مهارت‌های فردی، شناخت بازار، تخصص، تحصیلات، مهارت‌های شغلی، انگیزه، مهارت‌های کاریابی |
| ۲۴ | ختیال و همکاران (۱۳۹۹) | عدالت سازمانی، سرمایه اجتماعی(ساختاری، شناختی، ارتباطی)، رضایت شغلی، جهت‌گیری دینی، همکاری، تعهد در کار، رعایت نظم و انضباط در کار، مسئولیت‌پذیری مشارکت ومشورت در انجام کار، علاقه و دلبستگی در کار، خلاقیت، وفاداری، تمایل به یادگیری، سخت کوشی، همدلی، احترام متقابل، رعایت اصول ایمنی و بهداشت |

۳- روش پژوهش

پژوهش حاضر از نظر هدف‌گذاری کاربردی و از نظر روش‌شناسی به‌صورت توصیفی-تحلیلی است. در روند تهیه و تولید داده‌ها، ابتدا عوامل مؤثر بر ارتقای فرهنگ کار با استفاده از بررسی پیشینه نظری و عملی مرتبط با موضوع شناسایی شده است. برای تجزیه و تحلیل اطلاعات، از مدل‌سازی تفسیری ساختاری TISM بهره گرفته شده است. مدل‌سازی تفسیری ساختاری یک روش سیستماتیک و ساختاریافته برای ایجاد فهم روابط میان عناصر یک سیستم پیچیده است که در سال ۱۹۷۴ توسط وارفیلد معرفی شد. TISM یک تکنیک نیرومند کیفی و درخور برای تحلیل تاثیرات عناصر بر یکدیگر است. ایده اصلی مدل‌سازی ساختاری تفسیری تجزیه یک سیستم پیچیده به چند زیرسیستم با استفاده از تجزیه علمی و دانش خبرگان جهت ساخت یک مدل ساختاری چند سطحی است.

۳-۱- روش نمونه‌گیری

روش مدل‌سازی ساختاری تفسیری ایجاب می‌کند که اطلاعات از افراد جامعه آماری دریافت و تحلیل شود. برای انتخاب تیم دلفی از روش نمونه‌گیری هدفمند و گلوله برفی استفاده شده و معیارهای انتخاب جامعه آماری تسلط نظری، تجربه عملی، تمایل

وتوانایی مشارکت در پژوهش و دسترسی است. نکته قابل توجه در تعیین جامعه آماری که زنان کارآفرین شهرستان کاشان هستند، تعداد افراد شرکت‌کننده در این پژوهش ۳۰ نفر انتخاب شده است. در نهایت با در نظر گرفتن معیارهای یادداشت شده که این زنان کارآفرین حداقل سطح تحصیلات لیسانس و حداقل ۵ سال تجربه کار را داشتند و این خانم‌ها در حوزه‌هایی چون قالی‌بافی، خیاطی، گلدوزی، نقاشی روی پارچه کار می‌کنند که ۳۰ نفر از زنان کارآفرین شهرستان کاشان انتخاب شدند.

۳-۲- ابعاد و شاخص مورد استفاده در پژوهش

درگام نخست که انتخاب مطالعات است، پژوهش‌های مرتبط با موضوع انتخاب شدند. برای یافتن مقالات منتشر شده در مجلات مختلف، جستجوی نظام‌مند با استفاده از واژگان کلیدی (کار، فرهنگ کارو اشتغال زنان، ارتقای فرهنگ کار، مدل‌سازی معادلات ساختاری تفسیری) انجام شده است. در این پژوهش از پایگاه‌های داده پرتال علوم انسانی، ایران داک، Magiran، Sid، Science direct) استفاده شده است. درگام بعدی، کیفیت روش پژوهش‌ها و مطالعات ارزیابی شده‌اند. پژوهشگران پس از بررسی تناسب مقالات به دنبال حفظ پژوهش‌هایی بودند که در آن عوامل موثر بر ارتقای فرهنگ کار مطرح شده و دسته‌بندی از این عوامل انجام داده بودند. براین اساس، ابعاد و عوامل موثر بر ارتقای فرهنگ کار بررسی شد. عوامل موثر حاصل از ادبیات در زیر آمده است.

جدول شماره ۲: عوامل موثر بر ارتقای فرهنگ کار

| مضمون ن اول | مضمون دوم | مضمون سوم | نویسنده/نویسندگان (سال) |
|----------------------|-----------|---|---|
| ۱ فردی | سبک زندگی | اهمیت به خود، اهمیت به خانواده، اهمیت به دوستان، اوقات فراغت، رعایت اصول ایمنی و بهداشت | مقدم اصیل (۱۳۹۴)، معیدفر (۱۳۸۰)، شاقوزائی (۱۳۹۱)، وکیلی (۱۳۹۲)، نیازی و همکاران (۱۳۹۶)، ظهیری نیا و همکاران (۱۳۹۵)، آقاسی بروجنی و همکاران (۱۳۹۸)، بهروزیان (۱۳۹۳)، مقدم اصیل (۱۳۹۶)، یزدانی خوراسگانی (۱۳۹۰)، جعفری وحبیبی (۱۳۸۱)، عطالهی (۱۳۹۰)، احمدی و روستا (۱۳۹۰)، پوریوسفی و همکاران (۱۳۹۱)، نهاوندی و مقدم اصیل (۱۳۹۵)، اکبری و اردشیری (۱۳۸۱)، شریعتی (۱۳۷۲)، ظهیری نیا و بهروزیان (۱۳۹۴)، درودی (۱۳۸۴)، غلامرضائی و همکاران (۱۳۸۹)، انتظاری و کرمانی (۱۳۹۴) |
| جمعیت‌شناختی | عوامل تنی | سن، جنس، تحصیلات، سنوات خدمت، مهاجرین (بومی/غیربومی)، وضعیت تاهل، تعداد فرزندان، طبقه اجتماعی، رشته تحصیلی | نهاوندی و مقدم اصیل (۱۳۹۵)، اکبری و اردشیری (۱۳۸۱)، شریعتی (۱۳۷۲)، ظهیری نیا و بهروزیان (۱۳۹۴)، درودی (۱۳۸۴)، غلامرضائی و همکاران (۱۳۸۹)، انتظاری و جعفری کرمانی (۱۳۹۴)، یزدانی خوراسگانی (۱۳۹۰)، جعفری وحبیبی (۱۳۸۱)، عطالهی (۱۳۹۰)، احمدی و روستا (۱۳۹۰)، پوریوسفی و همکاران (۱۳۹۱)، مقدم اصیل (۱۳۹۴)، معیدفر (۱۳۸۰)، شاقوزائی (۱۳۹۱)، وکیلی (۱۳۹۲)، نیازی و همکاران (۱۳۹۶)، ظهیری نیا و همکاران (۱۳۹۵)، آقاسی بروجنی و همکاران (۱۳۹۸)، بهروزیان (۱۳۹۳)، مقدم اصیل (۱۳۹۶) |
| ویژگی‌های روانشناختی | | انگیزه و احساس خوشحالی، سلامتی، شادابی، احساس آزادی، خلاقیت، رضایت از زندگی، رضایت از وضعیت مالی خانواده، مسئولیت‌پذیری، به رسمیت شناخته شدن، سخت کوشی، توانمندسازی، آمادگی و توان کاری، کیفیت ارایه بازخوردها، پذیرش تغییر، صلاحیت ذاتی، شوق عاطفی، اعتمادکردن، موردتقدیر قرار گرفتن، حمایت شدن، همدلی، احترام متقابل، انگیزه و پشتکار | مقدم اصیل (۱۳۹۴)، معیدفر (۱۳۸۰)، شاقوزائی (۱۳۹۱)، وکیلی (۱۳۹۲)، نیازی و همکاران (۱۳۹۶)، ظهیری نیا و همکاران (۱۳۹۵)، آقاسی بروجنی و همکاران (۱۳۹۸)، بهروزیان (۱۳۹۳)، مقدم اصیل (۱۳۹۶)، یزدانی خوراسگانی (۱۳۹۰)، جعفری وحبیبی (۱۳۸۱)، عطالهی (۱۳۹۰)، احمدی و روستا (۱۳۹۰)، پوریوسفی و همکاران (۱۳۹۱)، نهاوندی و مقدم اصیل (۱۳۹۵)، اکبری و اردشیری (۱۳۸۱)، شریعتی (۱۳۷۲)، ظهیری نیا و بهروزیان (۱۳۹۴)، درودی (۱۳۸۴)، غلامرضائی و همکاران (۱۳۸۹)، انتظاری و کرمانی (۱۳۹۴) |
| اعتقادات مذهبی | | اعتقادی (نوع مذهب، اعتقاد به خدا، میزان رعایت فرامین مذهبی)، مناسکی، جهتگیری دینی، گرایشات ملی، ارزش‌های مذهبی | ظهیری نیا و همکاران (۱۳۹۵)، ختبال و همکاران (۱۳۹۹)، بهروزیان (۱۳۹۳)، یزدانی خوراسگانی (۱۳۹۰)، مقدم اصیل (۱۳۹۴)، اکبری و اردشیری (۱۳۸۱)، غلامرضائی و همکاران (۱۳۸۹)، درودی (۱۳۸۴) |
| مهارت‌های | | مهارت‌های کاربایی، آموزش جدید، | مقدم اصیل (۱۳۹۴)، معیدفر (۱۳۸۰)، شاقوزائی (۱۳۹۱) |

| | | | | |
|---|--------------------|----------|---|---|
| ورود تکنولوژی، الگوبرداری، آگاهی بخشی | شغلی | | | <p>وکیلی(۱۳۹۲)، نیازی وهمکاران(۱۳۹۶)، ظهیری نیا وهمکاران(۱۳۹۵)، آقاسی بروجنی وهمکاران(۱۳۹۸)، بهروزیان(۱۳۹۳)، مقدم اصیل(۱۳۹۶)، یزدانی خوراسگانی(۱۳۹۰)، جعفری وحیبی(۱۳۸۱)، عطالهی(۱۳۹۰)، احمدی و روستا(۱۳۹۰)، پوریوسفی وهمکاران(۱۳۹۱)، نهاوندی و مقدم اصیل(۱۳۹۵)، اکبری و اردشیری(۱۳۸۱)، شریعتی(۱۳۷۲)، ظهیری نیا و بهروزیان(۱۳۹۴)، درودی(۱۳۸۴)، غلامرضائی وهمکاران(۱۳۸۹)، انتظاری و کرمانی(۱۳۹۴)، اکبری و اردشیری(۱۳۸۱)</p> |
| همانگ بودن با سازمان، ارائه پیشنهادها برای ارتقاء بهره‌وری، تلاش و گفت و گو برای تغییر وضعیت موجود، میزان وضوح نقش و روش‌های کار | مذاکره در مورد نقش | | | <p>وکیلی(۱۳۹۲)، احمدی(۱۳۸۹)، ظهیری نیا و همکاران(۱۳۹۵)، پوریوسفی وهمکاران(۱۳۹۱)، ختیاال وهمکاران(۱۳۹۹)، بهروزیان(۱۳۹۳)، جعفری وحیبی(۱۳۸۱)، عطالهی(۱۳۹۰)، معیدفر(۱۳۸۰)، غلامرضائی وهمکاران(۱۳۸۹)، انتظاری و کرمانی(۱۳۹۴)، شریعتی(۱۳۷۲)، درودی(۱۳۸۴)، ظهیری نیا و بهروزیان(۱۳۹۴)</p> |
| سیاستگذاری‌های شغلی، رضایت شغلی، امنیت شغلی، تعهدکاری، صلاحیت شغلی، محیط کاری، شناخت بازار، نگرش مثبت به کار، مهارت‌های شغلی، سابقه کار، سنوات کار، وجدان کاری، مسئولیت، رفاه محل کار، قوانین کار، وضعیت شغل(تمام وقت یا نیمه وقت)، نوع شغل، تامین تسهیلات رفاهی، تخصص، وضوح نقش، فضای رقابت سالم، استقلال نسبی، فرصت پیشرفت شغلی، استقلال کاری، افزایش درک و آگاهی، ارتقاء مسئولیت‌پذیری، اعتباربخشی، آگاهی بخشی، سرپرستی در محیط کار، علاقه و دلبستگی به کار، ابتکار و خلاقیت و وفاداری به کار، تسلط کارکنان بر ماهیت شغل، کار یدی یا فکری، تمایل به یادگیری، همکاری کارگروهی، استعداد کاری خود، فرصت مطالعاتی، نوآوری، روحیه کار جمعی، اخلاق کاری، وجهه و اعتبار | ویژگی‌های شغل | سازمان ی | ۲ | <p>احمدی و روستا(۱۳۹۰)، پوریوسفی وهمکاران(۱۳۹۱)، ختیاال وهمکاران(۱۳۹۹)، نهاوندی و مقدم اصیل(۱۳۹۵)، آقاسی بروجنی وهمکاران(۱۳۹۸)، یزدانی خوراسگانی(۱۳۹۰)، عطالهی(۱۳۹۰)، مقدم اصیل(۱۳۹۴)، طه‌زاده(۱۳۹۲)، احمدی(۱۳۸۹)، ظهیری نیا وهمکاران(۱۳۹۵)، اکبری و اردشیری(۱۳۸۱)، غلامرضائی وهمکاران(۱۳۸۹)، انتظاری و کرمانی(۱۳۹۴)، شریعتی(۱۳۷۲)، ظهیری نیا و بهروزیان(۱۳۹۴)، درودی(۱۳۸۴)، شاقوزائی(۱۳۹۱)، وکیلی(۱۳۹۲)</p> |
| جایزه و افزایش حقوق، امکانات و مزایا، تنبیه و پاداش | سیستم حقوق و پاداش | | | <p>احمدی و روستا(۱۳۹۰)، پوریوسفی وهمکاران(۱۳۹۱)، ختیاال وهمکاران(۱۳۹۹)، نهاوندی و مقدم اصیل(۱۳۹۵)، آقاسی بروجنی وهمکاران(۱۳۹۸)، یزدانی خوراسگانی(۱۳۹۰)، عطالهی(۱۳۹۰)، مقدم اصیل(۱۳۹۴)، طه‌زاده(۱۳۹۲)، احمدی(۱۳۸۹)، ظهیری نیا وهمکاران(۱۳۹۵)، اکبری و اردشیری(۱۳۸۱)، غلامرضائی وهمکاران(۱۳۸۹)، انتظاری و کرمانی(۱۳۹۴)، شریعتی(۱۳۷۲)، ظهیری نیا و بهروزیان(۱۳۹۴)، درودی(۱۳۸۴)، شاقوزائی(۱۳۹۱)، وکیلی(۱۳۹۲)</p> |
| استادی، مشاوره‌ای، مشارکتی(همکاری داوطلبانه، مسئولیت گروهی، مشورت درکار)، تعاملی | سبک‌های مدیریت | | | <p>یزدانی خوراسگانی(۱۳۹۰)، جعفری وحیبی(۱۳۸۱)، عطالهی(۱۳۹۰)، مقدم اصیل(۱۳۹۴)، معیدفر(۱۳۸۰)، وکیلی(۱۳۹۲)، احمدی(۱۳۸۹)، نهاوندی و مقدم اصیل(۱۳۹۵)، اکبری و اردشیری(۱۳۸۱)</p> |
| تقسیم کار، سلسله مراتب، قدرتمندی، رفتار، احساس مفید بودن سازمانی، بوروکراسی، تعهد سازمانی، جو سازمانی، حمایت سازمانی | ساختار سازمانی | | | <p>بهروزیان(۱۳۹۳)، مقدم اصیل(۱۳۹۴)، ظهیری نیا وهمکاران(۱۳۹۵)، ظهیری نیا و بهروزیان(۱۳۹۴)، درودی(۱۳۸۴)، جعفری وحیبی(۱۳۸۱)</p> |
| میزان عدالت سازمانی (توزیعی، رویه‌ای و مرادده‌ای) | سیستم ارزیابی | | | <p>غلامرضائی وهمکاران(۱۳۸۹)، انتظاری و کرمانی(۱۳۹۴)، شریعتی(۱۳۷۲)، درودی(۱۳۸۴)، ظهیری نیا و بهروزیان</p> |

| | | | | |
|--|---|---------------------------|------------|---|
| (۱۳۹۴)، بهروزیان (۱۳۹۳)، جعفری وحیبی (۱۳۸۱)، عطالهی (۱۳۹۰)، معیدفر (۱۳۸۰)، وکیلی (۱۳۹۲)، احمدی (۱۳۸۹)، ظهیری نیا وهمکاران (۱۳۹۵)، پوریوسفی وهمکاران (۱۳۹۱)، ختیاں وهمکاران (۱۳۹۹) | عملکرد و عدالت سازمانی | | | |
| انتظاری و کرمانی (۱۳۹۴)، ظهیری نیا و بهروزیان (۱۳۹۴)، درودی (۱۳۸۴)، مقدم اصیل (۱۳۹۴)، معیدفر (۱۳۸۰)، ظهیری نیا وهمکاران (۱۳۹۵)، نهاوندی و مقدم اصیل (۱۳۹۵)، نیازی وهمکاران (۱۳۹۶)، احمدی و روستا (۱۳۹۰)، پوریوسفی وهمکاران (۱۳۹۱)، ختیاں وهمکاران (۱۳۹۹)، شریعتی (۱۳۷۲)، آقاسی بروجنی وهمکاران (۱۳۹۸)، بهروزیان (۱۳۹۳)، یزدانی خوراسگانی (۱۳۹۰)، جعفری وحیبی (۱۳۸۱)، عطالهی (۱۳۹۰)، مقدم اصیل (۱۳۹۴)، طه زاده (۱۳۹۲)، وکیلی (۱۳۹۲) | روابط انسانی (رسمی-غیررسمی)، روابط اجتماعی، منزلت اجتماعی، مشارکت اجتماعی، مراودات اجتماعی، انضباط اجتماعی، بیمه بیکاری، برابری اجتماعی، دموکراسی و برابری قانونی، برابری حقوق اجتماعی، فرهنگ‌پذیری، اصلاح و تغییر باورهای سنتی، کسب ارزش‌های مشترک، امکانات اجتماعی (احترام، ثروت)، سرمایه اجتماعی (ساختاری، شناختی، ارتباطی)، سرمایه فرهنگی، هنجارهای فرهنگی، نظام فرهنگی حاکم بر جامعه | ارزش‌های اجتماعی و فرهنگی | فراسازمانی | ۳ |
| انتظاری و کرمانی (۱۳۹۴)، ظهیری نیا و بهروزیان (۱۳۹۴)، درودی (۱۳۸۴)، بهروزیان (۱۳۹۳)، مقدم اصیل (۱۳۹۴)، معیدفر (۱۳۸۰)، ظهیری نیا وهمکاران (۱۳۹۵)، نهاوندی و مقدم اصیل (۱۳۹۵)، ختیاں وهمکاران (۱۳۹۹)، نهاوندی و مقدم اصیل (۱۳۹۵) | راه‌های کسب درآمد خانواده، پس‌انداز خانواده، بیمه بیکاری، رفاه اقتصادی، هزینه‌های جاری، تجمل‌گرایی | مولفه‌های اقتصادی | | |

۴- نتایج و یافته‌های تحقیق

الف) شناسایی ابعاد و عوامل موثر بر ارتقای فرهنگ کار: در تحقیق حاضر با بررسی ادبیات در زمینه فرهنگ کار و استفاده از تحلیل محتوایی مطالعات انجام شده، در سطح جهان، ابعاد و عوامل موثر بر ارتقای فرهنگ کار کامل‌تری شناسایی و استخراج شده است. ابعاد و عوامل حاصل از بررسی ادبیات پس از اعمال نقطه نظرات متخصصین در جدول (۳) آمده است. پس از آن به روش مدل‌سازی ساختاری تفسیری مدل فرهنگ کار استخراج شده است که گام‌های این روش به صورت زیر آمده است:

ب) گام اول: ماتریس خود تعاملی ساختاری^۱: پس از شناسایی ابعاد و عوامل فرهنگ کار، این عوامل در ماتریس خود تعاملی ساختاری (TISM) وارد شده است. به این منظور، نخست پرسشنامه‌ای طراحی شده که کلیت آن مانند جدول ۳ است. در این جدول ۱۳ فاکتور انتخاب شده است. در سطر و ستون اول جدول از پاسخ‌دهندگان خواسته شده است که نوع ارتباطات دو به دویی عوامل را مشخص کنند. مدل‌سازی ساختاری تفسیری پیشنهاد می‌کند که از نظارت نخبگان بر اساس تکنیک‌های مختلف مدیریتی از جمله توفان فکری^۲، گروه اسمی^۳ و غیره در توسعه روابط محتوایی میان متغیرها استفاده شود؛ بنابراین ماتریس خود تعاملی با استفاده از چهار حالت روابط مفهومی تشکیل شد و توسط ۳۰ نفر از خبرگان و متخصصین تکمیل شده است. اطلاعات حاصل بر اساس مدل‌سازی ساختاری تفسیری جمع‌بندی و ماتریس خود تعاملی ساختاری نهایی تشکیل شده است. علائم و حالت‌های مورد استفاده در این رابطه مفهومی به شرح زیر است.

نماد V: i منجر به j می‌شود.

نماد A: یعنی j منجر به i می‌شود.

نماد X: ارتباط دوطرفه از i به j و برعکس.

نماد O: هیچ‌گونه ارتباطی بین i و j نیست.

ج) گام دوم: ماتریس دسترسی اولیه^۴: ماتریس دسترسی اولیه از تبدیل ماتریس خود تعاملی ساختاری به یک ماتریس دوارزشی (صفر-یک) حاصل شده است. برای استخراج ماتریس دسترسی باید در هر سطر عدد یک جایگزین علامت‌های V و X و عدد صفر را جایگزین علامت‌های A و O در ماتریس اولیه شود. حاصل تبدیل تمام سطرها نتیجه حاصله ماتریس دسترسی اولیه است (جدول ۳). سپس روابط ثانویه بین بعد/عوامل کنترل شده است. رابطه ثانویه به گونه‌ای است که اگر بعد J منجر به بعد I شود و بعد K را منجر شود، بعد J منجر به بعد K خواهد شد. با تبدیل نماد روابط ماتریس به اعداد صفر و یک بر حسب قواعد زیر می‌توان به ماتریس دست یافت:

۱. اگر خانه (i, j) در ماتریس نماد V گرفته است، خانه مربوط به ماتریس دسترسی عدد ۱ و خانه قرینه آن یعنی خانه (j, i) عدد صفر می‌گیرد.

1. Structural Self- Interaction Matrix
2. Brain Storming
3. Nominal Group
4. Initial reachability matrix

۲. اگر خانه (j, i) در ماتریس نماد A گرفته است، خانه مربوط به ماتریس دسترسی عددصفر و خانه قرینه آن یعنی خانه (i, j) عدد یک می‌گیرد.
۳. اگر خانه (j, i) در ماتریس نماد X گرفته است، خانه مربوط به ماتریس دسترسی عدد ۱ و خانه قرینه آن یعنی خانه (i, j) عدد ۱ می‌گیرد.
۴. اگر خانه (j, i) در ماتریس نماد O گرفته است، خانه مربوط به ماتریس دسترسی عددصفر و خانه قرینه آن یعنی خانه (i, j) عدد صفر می‌گیرد. با توجه به قوانین تکنیک ISM ماتریس دسترسی اولیه به صورت جدول ۴ تبدیل شده است.

جدول شماره ۳: ماتریس خود تعاملی ساختاری عوامل فرهنگ کار (منبع: یافته‌های پژوهش)

| مولفه‌های اقتصادی | ارزش‌های اجتماعی و فرهنگی | عدالت سازمانی | ساختار سازمانی | سبک‌های مدیریتی | سیستم حقوق و پاداش | ویژگی‌های شغل | مذاکره در مورد نقش | مهارت‌های شغلی | اعتقادات مذهبی | ویژگی‌های روانشناختی | عوامل جمعیت شناختی | سبک زندگی | |
|-------------------|---------------------------|---------------|----------------|-----------------|--------------------|---------------|--------------------|----------------|----------------|----------------------|--------------------|-----------|---------------------------|
| A | A | A | A | A | A | A | A | A | A | A | A | - | سبک زندگی |
| V | V | V | V | V | V | V | V | V | V | V | - | | عوامل جمعیت شناختی |
| V | V | V | V | A | V | V | V | V | V | - | | | ویژگی‌های روانشناختی |
| V | V | V | V | V | V | V | V | V | - | | | | اعتقادات مذهبی |
| V | X | O | V | O | A | X | A | - | | | | | مهارت‌های شغلی |
| O | X | V | X | O | V | X | - | | | | | | مذاکره در مورد نقش |
| A | V | O | V | O | A | - | | | | | | | ویژگی‌های شغل |
| O | A | O | A | V | - | | | | | | | | سیستم حقوق و پاداش |
| V | V | V | V | - | | | | | | | | | سبک‌های مدیریتی |
| O | V | O | - | | | | | | | | | | ساختار سازمانی |
| O | X | - | | | | | | | | | | | عدالت سازمانی |
| V | - | | | | | | | | | | | | ارزش‌های اجتماعی و فرهنگی |
| - | | | | | | | | | | | | | مولفه‌های اقتصادی |

د) گام سوم: ماتریس دسترسی نهایی^۱: پس از تشکیل ماتریس دسترسی اولیه فرهنگ کار با دخیل کردن انتقال پذیری در روابط متغیرها، ماتریس دسترسی نهایی تشکیل می‌شود تا ماتریس دسترسی اولیه سازگار شود. بدین صورت که اگر (i, j) باهم در ارتباط باشند و نیز (k, j) رابطه داشته باشند؛ آن‌گاه (k, i) باهم در ارتباط هستند. انتقال پذیری روابط مفهومی بین متغیرها در مدل‌سازی ساختاری تفسیری یک فرض مبنایی بوده و بیانگر این است که در صورتی که متغیر A بر متغیر B تاثیر داشته باشد و متغیر B بر متغیر C تاثیر گذارد، A بر C تاثیر می‌گذارد. در این مرحله تمام روابط ثانویه بین متغیرها بررسی می‌شود و ماتریس دسترسی نهایی مطابق جدول ۵ به دست آمده است. در این ماتریس، قدرت نفوذ و میزان وابستگی هر متغیر نشان داده شده است. قدرت نفوذ هر متغیر عبارت است از تعداد نهایی متغیرهایی که موجب ایجاد متغیر یاد شده می‌شوند. استفاده از قانون بولین برای حالت پایداری که بدین ترتیب برخی از عناصر صفر نیز تبدیل به ۱ خواهد شد که به صورت (۱*) نشان داده می‌شود.

$$M^* = M_k = M_{k+1}, k > 1$$

1. Final Reachability matrix

جدول شماره ۴: ماتریس دسترسی اولیه (منبع: یافته‌های پژوهش)

| مؤلفه‌های اقتصادی | ارزش‌های اجتماعی و فرهنگی | عدالت سازمانی | ساختار سازمانی | سبک‌های مدیریتی | سیستم حقوق و پاداش | ویژگی‌های شغل | مذاکره در مورد نقش | مهارت‌های شغلی | اعتقادات مذهبی | ویژگی‌های روانشناختی | عوامل جمعیت شناختی | سبک زندگی | |
|-------------------|---------------------------|---------------|----------------|-----------------|--------------------|---------------|--------------------|----------------|----------------|----------------------|--------------------|-----------|---------------------------|
| ۰ | ۰ | ۰ | ۰ | ۰ | ۰ | ۰ | ۰ | ۰ | ۰ | ۰ | ۰ | ۱ | سبک زندگی |
| ۱ | ۱ | ۱ | ۱ | ۱ | ۱ | ۱ | ۱ | ۱ | ۱ | ۱ | ۱ | ۱ | عوامل جمعیت شناختی |
| ۱ | ۱ | ۱ | ۱ | ۰ | ۱ | ۱ | ۱ | ۱ | ۱ | ۱ | ۰ | ۱ | ویژگی‌های روانشناختی |
| ۱ | ۱ | ۱ | ۱ | ۱ | ۱ | ۱ | ۱ | ۱ | ۱ | ۰ | ۰ | ۱ | اعتقادات مذهبی |
| ۱ | ۱ | ۰ | ۱ | ۰ | ۰ | ۱ | ۰ | ۱ | ۰ | ۰ | ۰ | ۱ | مهارت‌های شغلی |
| ۰ | ۱ | ۱ | ۱ | ۰ | ۱ | ۱ | ۱ | ۱ | ۰ | ۰ | ۰ | ۱ | مذاکره در مورد نقش |
| ۰ | ۱ | ۰ | ۱ | ۰ | ۰ | ۱ | ۱ | ۱ | ۰ | ۰ | ۰ | ۱ | ویژگی‌های شغل |
| ۰ | ۰ | ۰ | ۰ | ۱ | ۱ | ۱ | ۰ | ۱ | ۰ | ۰ | ۰ | ۱ | سیستم حقوق و پاداش |
| ۱ | ۱ | ۱ | ۱ | ۱ | ۰ | ۰ | ۰ | ۰ | ۰ | ۱ | ۰ | ۱ | سبک‌های مدیریتی |
| ۰ | ۱ | ۰ | ۱ | ۰ | ۱ | ۰ | ۱ | ۰ | ۰ | ۰ | ۰ | ۱ | ساختار سازمانی |
| ۰ | ۱ | ۱ | ۰ | ۰ | ۰ | ۰ | ۰ | ۰ | ۰ | ۰ | ۰ | ۱ | عدالت سازمانی |
| ۱ | ۱ | ۱ | ۰ | ۰ | ۱ | ۰ | ۱ | ۱ | ۰ | ۰ | ۰ | ۱ | ارزش‌های اجتماعی و فرهنگی |
| ۱ | ۰ | ۰ | ۰ | ۰ | ۰ | ۱ | ۰ | ۰ | ۰ | ۰ | ۰ | ۱ | مؤلفه‌های اقتصادی |

جدول شماره ۵: ماتریس دسترسی نهایی (منبع: یافته‌های پژوهش)

| قدرت نفوذ | مؤلفه‌های اقتصادی | ارزش‌های اجتماعی و فرهنگی | عدالت سازمانی | ساختار سازمانی | سبک‌های مدیریتی | سیستم حقوق و پاداش | ویژگی‌های شغل | مذاکره در مورد نقش | مهارت‌های شغلی | اعتقادات مذهبی | ویژگی‌های روانشناختی | عوامل جمعیت شناختی | سبک زندگی | |
|-----------|-------------------|---------------------------|---------------|----------------|-----------------|--------------------|---------------|--------------------|----------------|----------------|----------------------|--------------------|-----------|---------------------------|
| ۱ | ۰ | ۰ | ۰ | ۰ | ۰ | ۰ | ۰ | ۰ | ۰ | ۰ | ۰ | ۰ | ۱ | سبک زندگی |
| ۱۳ | ۱ | ۱ | ۱ | ۱ | ۱ | ۱ | ۱ | ۱ | ۱ | ۱ | ۱ | ۱ | ۱ | عوامل جمعیت شناختی |
| ۱۲ | ۱ | ۱ | ۱ | ۱ | ۱ | ۱ | ۱ | ۱ | ۱ | ۱ | ۱ | ۰ | ۱ | ویژگی‌های روانشناختی |
| ۱۲ | ۱ | ۱ | ۱ | ۱ | ۱ | ۱ | ۱ | ۱ | ۱ | ۱ | ۱ | ۰ | ۱ | اعتقادات مذهبی |
| ۹ | ۱ | ۱ | ۱ | ۱ | ۰ | ۱ | ۱ | ۱ | ۱ | ۰ | ۰ | ۰ | ۱ | مهارت‌های شغلی |
| ۱۰ | ۱ | ۱ | ۱ | ۱ | ۱ | ۱ | ۱ | ۱ | ۱ | ۰ | ۰ | ۰ | ۱ | مذاکره در مورد نقش |
| ۹ | ۱ | ۱ | ۱ | ۱ | ۰ | ۱ | ۱ | ۱ | ۱ | ۰ | ۰ | ۰ | ۱ | ویژگی‌های شغل |
| ۱۱ | ۱ | ۱ | ۱ | ۱ | ۱ | ۱ | ۱ | ۱ | ۱ | ۰ | ۱ | ۰ | ۱ | سیستم حقوق و پاداش |
| ۱۲ | ۱ | ۱ | ۱ | ۱ | ۱ | ۱ | ۱ | ۱ | ۱ | ۱ | ۱ | ۰ | ۱ | سبک‌های مدیریتی |
| ۱۰ | ۱ | ۱ | ۱ | ۱ | ۱ | ۱ | ۱ | ۱ | ۱ | ۰ | ۰ | ۰ | ۱ | ساختار سازمانی |
| ۷ | ۱ | ۱ | ۱ | ۰ | ۰ | ۱ | ۰ | ۱ | ۱ | ۰ | ۰ | ۰ | ۱ | عدالت سازمانی |
| ۱۰ | ۱ | ۱ | ۱ | ۱ | ۱ | ۱ | ۱ | ۱ | ۱ | ۰ | ۰ | ۰ | ۱ | ارزش‌های اجتماعی و فرهنگی |
| ۱۰ | ۱ | ۱ | ۱ | ۱ | ۰ | ۱ | ۱ | ۱ | ۱ | ۱ | ۱ | ۰ | ۰ | مؤلفه‌های اقتصادی |
| | ۱۲ | ۱۲ | ۱۲ | ۱۱ | ۸ | ۱۲ | ۱۱ | ۱۲ | ۱۲ | ۵ | ۶ | ۱ | ۱۲ | میزان وابستگی |

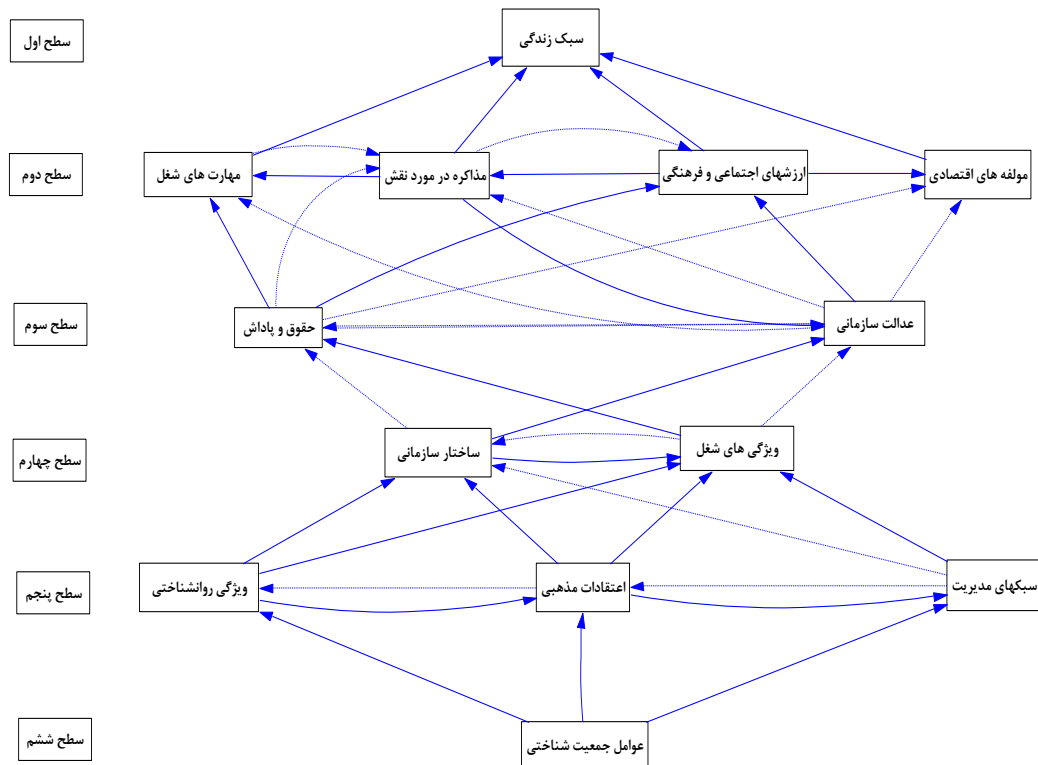
در جدول ۵ قدرت نفوذ (میزان تأثیری که هریک از عوامل بر سایر عوامل دارند)، ۱۳ شاخص شناسایی شده در حوزه فرهنگ کار زنان آمده است. نتایج بیانگر این است که عوامل جمعیت‌شناختی با قدرت نفوذ ۱۳ بیشترین تأثیر و سبک زندگی با میزان قدرت نفوذ ۱ کمترین تأثیر را دارد.

۵) گام چهارم: سطح‌بندی عوامل موثر بر فرهنگ کار زنان: ماتریس دسترسی نهایی باید به سطوح مختلف دسته‌بندی شود. برای تعیین سطح متغیرها در مدل نهایی به ازای هر کدام از آن‌ها سه مجموعه قابل دستیابی، مجموعه متقدم و مجموعه مشترک تشکیل می‌شود. در نخستین جدول عوامل که اشتراک مجموعه قابل دستیابی و متقدم آن یکی است. در فرآیند سلسله مراتب به عنوان مجموعه مشترک محسوب می‌شوند؛ به طوری که این متغیرها در ایجاد هیچ متغیر دیگری موثر نیستند. آن متغیرها پس از شناسایی بالاترین سطح از فهرست سایر متغیرها کنار گذاشته می‌شوند. این تکرارها تا مشخص شدن سطح همه متغیرها ادامه می‌یابد. در این پژوهش، متغیرها در ۶ سطح به دست آمده که نتیجه نهایی آن‌ها در جدول شماره ۶ جمع‌بندی شده است. عوامل فرهنگ کار که مجموعه قابل دستیابی و مشترک آن‌ها کاملاً یکسان است، در بالاترین سطح از سلسله مراتب مدل ساختاری تفسیری قرار می‌گیرد.

جدول شماره ۶: مرحله اول برای تعیین سطح اول ابعاد

| R | ابعاد | سطح |
|-----|---------------------------|-------|
| C1 | سبک زندگی | سطح ۱ |
| C2 | عوامل جمعیت‌شناختی | سطح ۶ |
| C3 | ویژگی‌های روانشناختی | سطح ۵ |
| C4 | اعتقادات مذهبی | سطح ۵ |
| C5 | مهارت‌های شغلی | سطح ۲ |
| C6 | مذاکره در مورد نقش | سطح ۲ |
| C7 | ویژگی‌های شغل | سطح ۴ |
| C8 | سیستم حقوق و پاداش | سطح ۳ |
| C9 | سبک‌های مدیریتی | سطح ۵ |
| C10 | ساختار سازمانی | سطح ۴ |
| C11 | عدالت سازمانی | سطح ۳ |
| C12 | ارزش‌های اجتماعی و فرهنگی | سطح ۲ |
| C13 | مولفه‌های اقتصادی | سطح ۲ |

مطابق با جدول بالا در زمینه‌ی ارتقای فرهنگ کار در بین زنان شهرکاشان، ۶ بعد اصلی به دست آمد که سبک زندگی در سطح اول، مهارت‌های شغلی، مذاکره در مورد نقش، ارزش‌های اجتماعی و فرهنگی، مولفه‌های اقتصادی در سطح دوم، سیستم حقوق و پاداش، عدالت سازمانی در سطح سوم، ویژگی‌های شغل، ساختار سازمانی در سطح چهارم، ویژگی‌های روان‌شناختی، اعتقادات مذهبی، سبک‌های مدیریتی در سطح پنجم و در نهایت عوامل جمعیتی در سطح ششم قرار گرفتند. که مدل این سطوح در نمودار زیر آمده است:



نمودار شماره ۱: مدل

و) تحلیل MICMAC: در این مرحله با استفاده از روش MICMAC نوع متغیرها با توجه به اثرگذاری و اثرپذیری بر سایر متغیرها مشخص شده است. پس از تعیین قدرت نفوذ یا اثرگذاری و قدرت وابستگی عوامل می توان تمامی عوامل موثر بر فرهنگ کار را در یکی از خوشه های چهارگانه روش ماتریس اثر متغیر طبقه بندی کرد. نخستین گروه شامل متغیر مستقل (خودمختار) می شود که قدرت نفوذ و وابستگی ضعیفی دارد. این متغیرها تاحدودی از سایر متغیرها جداساز و ارتباط کمی دارند. گروه دوم متغیرهای وابسته که از قدرت نفوذ ضعیف ولی وابستگی بسیار بالایی برخوردارند. گروه سوم متغیرهای پیوندی که قدرت نفوذ و وابستگی بالایی دارند. درواقع، هرگونه عملی برای این شاخص متغیرها باعث تغییر سایر شاخص ها می شود. گروه چهارم متغیرهای مستقل (کلیدی) را در برمی گیرد. این متغیرها دارای قدرت نفوذ بالا و وابستگی پایینی هستند.

| | | | | | | | | | | | | | |
|----|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|----|----|----|
| ۱۳ | B | | | | | | | | | | | | |
| ۱۲ | | | D | C | | | I | | | | | | |
| ۱۱ | | | | | | | | | H | | | | |
| ۱۰ | | | | | | | | | J | F | | | |
| ۹ | | | | | | | | | G | E | | | |
| ۸ | | | | | | | | | | | | | |
| ۷ | | | | | | | | | K | M | | | |
| ۶ | | | | | | | | | | | | | |
| ۵ | | | | | | | | | | | | | |
| ۴ | | | | | | | | | | | | | |
| ۳ | | | | | | | | | | | | | |
| ۲ | | | | | | | | | | | | | |
| ۱ | | | | | | | | | | | | | A |
| ۰ | | | | | | | | | | | | | |
| ۰ | ۱ | ۲ | ۳ | ۴ | ۵ | ۶ | ۷ | ۸ | ۹ | ۱۰ | ۱۱ | ۱۲ | ۱۳ |

۵- نتیجه‌گیری

این تحقیق با هدف بررسی عوامل موثر بر ارتقای فرهنگ کار در بین زنان با استفاده از پژوهش‌های صورت گرفته در این زمینه و مدل تعاملی موثر بر ارتقای فرهنگ کار در بین زنان بر اساس مدل ساختاری تفسیری انجام شد. در این تحقیق، شش سازه اصلی را مورد بررسی قرار دادیم.

در گراف ISM روابط متقابل و تاثیرگذاری بین معیارها و ارتباط معیارهای سطوح مختلف به خوبی نمایان است که موجب درک بهتر فضای تصمیم‌گیری می‌شود. معیارهای سطح ششم یا همان سطح آخر (پایین‌ترین قسمت گراف) بیشترین ارتباط و تاثیر را بر سیستم دارند و با تغییر آن‌ها سیستم دچار تغییر می‌شود که عبارت است از عوامل جمعیت‌شناختی. سطح بعدی که روی سطح‌های دیگر تاثیر می‌گذارد شامل سبک‌های مدیریت و اعتقادات مذهبی و ویژگی‌های روانشناختی است. سطح بعدی آن که تاثیری از سطح‌های قبل و بعد خود می‌پذیرد شامل ویژگی‌های شغل و ساختار سازمانی است. سطح سوم این تحقیق شامل عدالت سازمانی و سیستم حقوق و پاداش است و سطح بعدی آن عبارت است از اقتصاد و ارزش‌های اجتماعی و فرهنگی و مذاکره در مورد نقش و مهارت‌های شغل که از سطح‌های پایین خود تاثیر پذیرفته‌اند و سطح اول سبک زندگی است که تمامی سطح‌ها بر آن تاثیر گذاشته‌اند.

پس از تحلیل MICMAC هم انواع متغیرها تعیین شد. متغیرهای وابسته شامل: عدالت سازمانی، مولفه‌های اقتصادی و سبک زندگی است که دارای قدرت نفوذ کم و میزان وابستگی زیاد هستند. متغیرهای پیوندی شامل: ارزش‌های اجتماعی و فرهنگی، سیستم حقوق و پاداش، ویژگی‌های شغل، ساختار سازمانی، مذاکره در مورد نقش و مهارت‌های شغل هستند که دارای قدرت نفوذ زیاد و میزان وابستگی زیاد است. متغیرهای کلیدی شامل: عوامل جمعیت‌شناختی، اعتقادات مذهبی و ویژگی روانشناختی و سبک‌های مدیریت است که دارای قدرت نفوذ زیاد و میزان وابستگی کم هستند. همچنین، در این پژوهش هیچ معیاری در دسته متغیرهای خودمختار قرار نگرفته است.

نوآوری تحقیق حاضر شامل روش تحقیق است چون مقاله با عنوان عوامل موثر بر ارتقای فرهنگ کار در بین زنان شهر کاشان با روش مدل‌سازی ساختاری تفسیری انجام نشده است و نیز عنوان تحقیق یکی دیگر از نوآوری‌هاست زیرا در مورد ارتقای فرهنگ کار در بین زنان مقالات زیادی صورت نگرفته است. نمونه تحقیق که شامل زنان هم هست دارای نوآوری است چون تحقیقات در مورد مردان و گاهی مقایسه ارتقای کار زنان و مردان انجام شده است. جامعه آماری این پژوهش هم دارای نوآوری است زیرا در شهر کاشان انجام شده است و مقالات در مورد این موضوع در شهر کاشان انجام نشده بود.

پیشینه تحقیق نشان می‌دهد که سطح ششم یعنی عوامل جمعیت‌شناختی که شامل سن، جنس، تحصیلات، سنوات خدمت، وضعیت مهاجرین (بومی/غیربومی)، وضعیت تاهل، تعداد فرزندان، طبقه اجتماعی، رشته تحصیلی هستند در تحقیقات ناهوندی و مقدم اصیل (۱۳۹۵)، اکبری و اردشیری (۱۳۸۱)، شریعتی (۱۳۷۲)، ظهیری‌نیا و بهروزیان (۱۳۹۴)، درودی (۱۳۸۴)، غلامرضائی و همکاران (۱۳۸۹)، انتظاری و کرمانی (۱۳۹۴)، یزدانی خوراسگانی (۱۳۹۰)، جعفری و حبیبی (۱۳۸۱)، عطالهی (۱۳۹۰)، احمدی و روستا (۱۳۹۰)، پوریوسفی و همکاران (۱۳۹۱)، مقدم اصیل (۱۳۹۴)، معیدفر (۱۳۸۰)، شاقوزائی (۱۳۹۱)، وکیلی (۱۳۹۲)، نیازی و همکاران (۱۳۹۶)، ظهیری‌نیا و همکاران (۱۳۹۵)، آقاسی بروجنی و همکاران (۱۳۹۸)، بهروزیان (۱۳۹۳)، مقدم اصیل (۱۳۹۶) به کرات آمده است که به روی تمامی سطح‌های یک تا پنج تاثیر می‌گذارد.

سطح اول یعنی سبک زندگی که شامل اهمیت به خود، اهمیت به خانواده، اهمیت به دوستان، اوقات فراغت، رعایت اصول ایمنی و بهداشت است در تحقیقات مقدم اصیل (۱۳۹۴)، معیدفر (۱۳۸۰)، شاقوزائی (۱۳۹۱)، وکیلی (۱۳۹۲)، نیازی و همکاران (۱۳۹۶)، ظهیری‌نیا و همکاران (۱۳۹۵)، آقاسی بروجنی و همکاران (۱۳۹۸)، بهروزیان (۱۳۹۳)، مقدم اصیل (۱۳۹۶)، یزدانی خوراسگانی (۱۳۹۰)، جعفری و حبیبی (۱۳۸۱)، عطالهی (۱۳۹۰)، احمدی و روستا (۱۳۹۰)، پوریوسفی و همکاران (۱۳۹۱)، ناهوندی و مقدم اصیل (۱۳۹۵)، اکبری و اردشیری (۱۳۸۱)، شریعتی (۱۳۷۲)، ظهیری‌نیا و بهروزیان (۱۳۹۴)، درودی (۱۳۸۴)، غلامرضائی و همکاران (۱۳۸۹)، انتظاری و کرمانی (۱۳۹۴) استفاده شده است که از همه‌ی سطح‌های دو تا شش تاثیر می‌پذیرد.

در این بررسی متغیر جمعیت‌شناختی که سطح ششم هست یکی از متغیرهای کلیدی است و شامل تحصیلات است دارای رابطه معکوس و معنادار با فرهنگ کار در ایران است، یعنی هرچه تحصیلات بالاتر می‌رود فرهنگ کار کاهش می‌یابد، دانش عامل تحول و پویایی مشاغل است یعنی افراد با تحصیلات بالاتر وقتی وارد بازار کار می‌شوند باید منجر به حقوق بالاتر گردد و در نهایت رشد فرهنگ کار از پیامدهای آن می‌باشد، ولی چون ساخت اجتماعی و اقتصاد سیاسی جامعه ما به گونه‌ای است که دانش منشاء ارزش اقتصادی و اجتماعی نمی‌گردد، این مساله به صورت معکوس در جامعه ما عمل می‌کند. این زنجیره از توانمندسازی‌های فردی شروع و با جامعه‌پذیری، اشتغال‌پذیری، اشتغال زایی، یادگیری و کارآفرینی به بهره‌وری نیروی کار ختم می‌شود. براساس برآوردهای انجام شده در همه کشورهای زنان نسبت به مردان از فرهنگ کار بالاتری برخوردار هستند. شاید بتوان اینگونه تحلیل کرد که برخی مشاغل زنانه است مانند معلمی، پرستاری و... که با روحیه زنانه و مردانه قابل توجه می‌باشد و کار زنان در اکثر موارد به عنوان تامین‌کننده اصلی زندگی تلقی نمی‌گردد و مشکلات اقتصادی خانواده به عهده مردان می‌باشد، شاید بالا بودن فرهنگ کار زنان را بتوان اینگونه توجیه کرد.

براساس پیشینه پژوهش بین رضایت شغلی و فرهنگ کار که در سطح چهارم ما هست نیز رابطه مثبت و معناداری وجود دارد، عوامل شغلی از جمله رضایت شغلی و ارتقا شغلی به تعبیر دیگر دلبستگی به کار و رضایت از شغل باعث افزایش سطح فرهنگ کار می‌شود. همچنین رضایت از میزان دستمزد دریافتی و ارضای نیازهای مادی باعث تقویت باور جمعی کار گروهی و افزایش کارآمدی دانشگاه‌ها می‌شود و از سوی دیگر، بالا رفتن سطح فرهنگ کار را تضمین می‌کند.

بنابراین استفاده از مدلسازی ساختاری تفسیری روابط پیچیده بین مولفه‌های تحقیق به صورت یک مدل سطح‌بنده شده ترسیم شد. و با فلش‌های تاثیرگذاری‌ها و تاثیر پذیری‌ها مشخص شد.

در انتها باید این نکته را یادآوری کرد که شناسایی و سطح‌بندی سازه‌های عوامل موثر بر ارتقای فرهنگ کار زنان مبتنی بر مبانی نظری موضوع و دریافت آرا و نظرات خبرگان محدودی به سرانجام رسیده است. از این رو، زمینه تحقیقاتی که می‌تواند در پژوهش‌های آینده مورد استفاده قرار گیرد، به کارگیری روش تحلیل عاملی، تحلیل مسیر و رویکرد مدلسازی معادلات ساختاری برای آزمون مدل پژوهش پیش رو است تا اعتبار مدل به دست آمده بررسی شود.

با توجه به نتایج این تحقیق پیشنهادهای جهت ارتقای فرهنگ کار زنان در زیر آورده شده است:

- روابط اجتماعی یکی از متغیرهای موثر بر فرهنگ کار است، بنابراین باید زمینه محیط کار را برای بهبود ارتباط بیشتر بین زنان مهیا نمود.
- باید کوشش شود رضایت شغلی افراد ارتقاء یابد. رضایت شغلی لزوماً به معنای پرداخت حقوق بیشتر نیست، بلکه گاهی باید به ارتقای رضایت شغلی درونی پرداخت؛ به گونه‌ای که خود کار برای کارمند مطلوب و جذاب باشد؛ باید به گونه‌ای نیازهای جانبی فرد را برآورده نمود، مثال فرد از لحاظ امنیت شغلی آسوده خاطر باشد.
- تدوین و ارائه ضوابطی متناسب با شناخت صلاحیت افراد و در نظر گرفتن توانایی ایشان در سازمان کار.
- تقسیم امکانات و مزایای مادی و غیرمادی در فضای سازمان بدون تبعیض و با در نظر گرفتن شایستگی افراد.
- برنامه‌های آموزشی آگاه‌کننده‌ی زنان از جایگاه خود در جامعه.
- حمایت از کارآفرینان زن و ایجاد تشکل‌های زنان و تسهیل فعالیت آنان و فراهم آوردن تسهیلات مشوق زنان به کار، مانند کاهش ساعات کاری، دستمزد مناسب، مرخصی و غیره.

منابع

۱. آقاسی بروجنی، وحید، قلی‌زاده، آذر، اعتباریان، اکبر (۱۳۹۸). شناسایی مؤثرترین عوامل اثرگذار بر ارتقاء فرهنگ کار برای زنان سرپرست خانوار با استفاده از تکنیک DEMATE، فصلنامه علمی - پژوهشی زن و جامعه، ۱۰ (۲)
۲. احمدی، سیروس (۱۳۹۱). بررسی فرهنگ کار و عوامل اجتماعی موثر بر آن، جامعه‌شناسی کاربردی، ۲۳ (۲)، ۴۰-۳۱
۳. احمدی، سیروس، روستا، لهراسب (۱۳۹۰). بررسی مقایسه‌ای فرهنگ کار زنان و مردان، فصلنامه علمی-پژوهشی جامعه‌شناسی زنان، ۲ (۲)
۴. اکبری، کرامت اله، اردشیری، مهرداد (۱۳۸۱). بررسی عوامل موثر بر فرهنگ کار (مطالعه موردی کارکنان بخش دولتی استان کهگیلویه و بویراحمد)، پژوهشنامه علوم انسانی، ۳۵ (۱۸۱-۲۰۹)
۵. انتظاری، علی، کرمانی، محسن (۱۳۹۴). تبیین عوامل اجتماعی و فردی مؤثر بر فرهنگ کار (مورد مطالعه، کارکنان صنایع شهرستان کاشان)، فصلنامه علمی - پژوهشی علوم اجتماعی دانشگاه آزاد اسلامی واحد شوشتر، ۲
۶. بهروزیان، بهروز (۱۳۹۳). بررسی عوامل مؤثر بر فرهنگ کار و راهکارهای ارتقای آن در بین کارکنان دانشگاه‌های شهرستان بروجرد در سال ۱۳۹۲-۹۳، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه هرمزگان، دانشکده علوم انسانی، گروه علوم اجتماعی
۷. پوریوسفی، حمید، فتحی، سروش، پوریوسفی، محمدعلی (۱۳۹۱). بررسی عوامل موثر بر فرهنگ کار در بین کارگران زن بخش صنعت، فصلنامه علمی-پژوهشی جامعه‌شناسی زنان، ۱
۸. توسلی، غلام عباس و نجارنهادوندی، مریم (۱۳۸۷). مطالعه تجربی اخلاق کار با تأکید بر جنسیت، پژوهش زنان، ۱۷: ۳۹-۶۰
۹. جعفری، مصطفی، حبیبی، محمد (۱۳۸۱). فرهنگ کار، تدبیر، ۱۲۵
۱۰. جوانمردی، سمیه (۱۳۸۷). بازنمایی فرهنگ کار در کتاب‌های مقطع دبیرستان، پایان‌نامه کارشناسی ارشد. دانشکده علوم اجتماعی. دانشگاه علامه طباطبایی
۱۱. چلی، مسعود (۱۳۸۸). تعهد کار. نامه پژوهش، ۵
۱۲. چلی، مسعود (۱۳۸۵). جامعه‌شناسی نظم، تشریح و تحلیل نظری نظم اجتماعی، تهران: نی
۱۳. حبیبی، محمد (۱۳۸۰). بررسی تاثیر فرهنگ و گرایش به کار کارکنان بر موفقیت برنامه‌های بهبود بهره‌وری در شرکت‌های تولیدی، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه علوم و صنعت، دانشکده صنایع
۱۴. ختیال، حسین، پورکیانی، مسعود، صیادی، سعید (۱۳۹۹). طراحی الگوی مناسب فرهنگ کار با تأکید بر عدالت سازمانی، فصلنامه علمی نظارت و بازرسی ناجا، ۱۴ (۵۱)

۱۵. خانی، علیرضا(۱۳۸۴). چالش‌های اقتصادی دولت، اطلاعات سیاسی اقتصادی، ۲۱۳ و ۲۱۴: ۱۳۲-۱۴۹
۱۶. درودی، هما(۱۳۸۴). فرهنگ کار ازدیدگاه اسلام، کارو جامعه، ۶۳
۱۷. شاقوزائی، امان‌اله(۱۳۹۱). فرهنگ کار در اسلام، ماهنامه اجتماعی، اقتصادی، علمی و فرهنگی کار و جامعه - ۱۵۲
۱۸. شریعتی، سعید(۱۳۷۲). عوامل موثر در رشد فرهنگ کار و ایجاد انگیزه برای تلاش بیشتر، کارو جامعه، ۳
۱۹. شهبازی، محمد، علی اکبری، آرش، اسعدی، علی، جواهری کامل، مهدی(۱۳۸۷). تاصیر رضایت شغلی و تعهد سازمانی بر ترک خدمت کارکنان، دوماهنامه توسعه انسانی پلیس، ۱۹ (۲۵-۳۷)
۲۰. صبوری، منوچهر (۱۳۷۴). جامعه شناسی سازمانها. تهران: شب تاب. چاپ اول
۲۱. طه‌زاده، مسعود(۱۳۹۲). جایگاه زنان در جامعه‌ی کُرد زبان با تاکید بر فرهنگ کار زنان، موج ۵، (۷۰۶)
۲۲. ظهیری‌نیا، مصطفی، نیکخواه، هدایت اله، بهروزیان، بهروز(۱۳۹۵). بررسی فرهنگ کار و عوامل موثر بر آن در بین کارکنان دانشگاه‌های شهرستان بروجرد، فصلنامه مطالعات توسعه‌ی اجتماعی-فرهنگی، ۴، ۱۳۳-۱۴۴
۲۳. ظهیری‌نیا، مصطفی، بهروزیان، بهروز(۱۳۹۴). کاوش کیفی راهکارهای ارتقای فرهنگ کار(موردبررسی): متخصصان دانشگاه‌های بروجرد، دوفصلنامه جامعه‌شناسی اقتصادی و توسعه، ۲، ۴۹-۷۴
۲۴. عطالهی، فاطمه(۱۳۹۰). بررسی عوامل موثر بر فرهنگ کار در بین هیات علمی دانشگاه‌ها(اعضای هیات علمی دانشگاه‌های الزهراء و شهید بهشتی)، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه الزهراء، دانشکده علوم اجتماعی و اقتصاد، رشته علوم اجتماعی-جامعه‌شناسی
۲۵. غلامرضائی، سوسن، غلامرضائی، سیمین، بلوری الکران، زینب(۱۳۸۹). بررسی میزان تاثیر ابعاد اجتماعی فرهنگ کار بر بهره‌وری زنان در وزارت کار و امور اجتماعی، کارو جامعه، ۱۲۵-۱۳۶
۲۶. کوزر، لوئیس آلفرد(۱۳۸۷). زندگی و اندیشه بزرگان جامعه شناسی. ثلاثی، محسن تهران: نشر علمی
۲۷. مقدم اصیل، مریم(۱۳۹۶). نقش عوامل فردی تاثیرگذار بر ارتقاء فرهنگ کار(بررسی مقایسه‌ای بین ایران و پنج کشور آسیایی)، مطالعات علوم اجتماعی ایران، سال ۱۴ (۵۴)
۲۸. مقدم اصیل، مریم(۱۳۹۴). شناخت ساختارهای اجتماعی فرهنگ کار در ایران (مقایسه با چهار کشور توسعه یافته و در حال توسعه آسیایی)، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد تهران مرکزی، دانشکده علوم اجتماعی، گروه جامعه شناسی
۲۹. معیدفر، سعید(۱۳۸۰). فرهنگ کار، نشریه کارو جامعه، ۴۳
۳۰. مرکز آمار ایران، ۱۳۸۶
۳۱. نیازی، محسن، بهروزیان، بهروز، سخایی، ایوب، حسینی‌زاده آرائی، سیدسعید(۱۳۹۶). فراتحلیل مطالعات رابطه بین ادراک عدالت سازمانی و فرهنگ کار، فصلنامه علمی-پژوهشی مدیریت سازمان‌های دولتی، ۵ (۲)، ۴۳-۶۰
۳۲. نهبانندی، مریم، مقدم اصل، مریم(۱۳۹۵). بررسی تطبیقی عوامل موثر بر فرهنگ کار در ایران و چهار کشور آسیایی، فصلنامه علوم اجتماعی، ۸۱
۳۳. وکیلی، افشین(۱۳۹۲). بررسی مفهوم فرهنگ کار، موج، ۵ (۷۰۶)
۳۴. یزدانی خوراسگانی، زهرا(۱۳۹۰). بررسی میزان و عوامل موثر بر فرهنگ کار در میان کارکنان ادارات دولتی شهریزد، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه یزد، دانشکده علوم اجتماعی، گروه علوم اجتماعی
35. Ameri, M, A. (2016). Cultural Activities in Police and Navy Drivers (Emphasizing Parsons Model), Quarterly Police Journal, 33(2): 11-31. (In Persian).
36. Azimi Hashemi, M. (2009). Culture culture among the sighted children of Khorasan Razavi province Journal of Iranian Social Studies, 3(3), 94-122. (In Persian).
37. Clarke, N (2004). Culture of Organizational. Washington Consin.
38. Giddens Antony(1999)an Iroduction to sociology, Translated by Manoucher Sabouri. Samt publication.
39. Habibi,Mahmoud (1983),Management, culture and fruition, Tadbir, Magazine,Nos, 76,61. [Persian].
40. Morikawa, Y. (2015). The Opportunities and Challenges for Female Labor Force Participation in Moracco, Global Economy & Development Working Paper 86, Japan International Cooperation Agency (JICA)
41. Ranaei Kordshouli, H., Alimohammadlo, M., Jajarmizadeh, M., Abbasi, A., Allahyari Bouzanjani, A. (2016). A Framework to Evaluate and Analyze the Features of Work Culture. Management Studies in Development and Evolution, 25(81), 25-56. (In Persian)
42. Tavasouli,Ghollam.Abbass (1999),Sociology of work and occupation ,samt, Publication
43. Vahabi Kashani, N., salehi amiri, S. (2016). The relationship between cultural identity and quality of working life in female-headed households. Journal of Cultural Management, 9(29), 1-18. (In Persian)

Factors affecting the promotion of work culture among women

Mohsen Niazi¹, Zahra Sadeqi-Arani², Zeinabomidi³

1. Professor of sociology, social science department, Humanities Faculty, University of Kashan, Kashan, Iran
2. Assistant Professor of Management and Entrepreneurship, Financial Science, Management and Entrepreneurship Faculty, University of Kashan, Kashan, Iran
3. MS of Social science research, social science department, Humanities Faculty, University of Kashan, Kashan, Iran.

Email: zeinabomidi13781378@gmail.com

Abstract

This research was carried out with the aim of identifying the effective factors on promoting the work culture among women. The present research is important in the sense that so far no articles in this field have been conducted with the interpretive structural modeling method, and the research has this innovation and is one of the important issues. society today. In terms of the practical purpose and data collection, the current research is a description of the survey, and the researcher has made a questionnaire and a matrix table to collect information. And by using the interpretive structural modeling technique and based on experts' opinions, the relationships between different factors were determined and analyzed. The findings were identified by a systematic review of the theoretical and practical background of the effective factors, which were placed in ۱۳ main categories. The analysis of the relationships of the variables led to the extraction of a six-level model. Religious beliefs and psychological characteristics, management styles and demographic factors are considered the most important factors by being placed in the fifth and sixth levels. Also, after MICMAC analysis, the variables were placed in three groups of key, connecting and dependent variables, and no variable was included in the independent independent variable group. Considering the stratification and relationships between the influential factors, any planning to promote the work culture among women by presenting a hierarchical model requires an all-round look and attention to the middle levels.

Keywords: work, work culture and women's employment, promotion of work culture, interpretive structural equation modeling.