



انجمن علمی گردشگری ایران

شناسایی عوامل مؤثر در نابرابری جنسیتی دستمزد در صنعت گردشگری (مورد مطالعه: دفاتر خدمات مسافرتی و گردشگری شهر تهران)

زهره تیموری^۱، اسماعیل قادری^۲

DOI:10.22034/jtd.2023.398103.2773

چکیده

هدف پژوهش حاضر شناسایی عوامل مؤثر در نابرابری جنسیتی دستمزد در صنعت گردشگری و تعیین میزان تأثیر هرکدام از عوامل در پدیده نابرابری جنسیتی دستمزد در این صنعت است. روش پژوهش حاضر روش آمیخته با رویکرد اکتشافی متوالی (کیفی - کمی) بود. به منظور استخراج عوامل، در بخش کیفی، با ۱۶ نفر از متخصصان گردشگری، که از طریق روش نمونه‌گیری گلوله‌برفی انتخاب شده بودند، مصاحبه نیمه‌ساختاریافته‌ای انجام شد. موارد مشخص شده، در کنار عوامل به دست آمده از ادبیات پژوهش، ۴۶ شاخص را شکل دادند که در چهار بُعد (فرهنگی - اجتماعی، اقتصادی، سیاسی - قانونی، اجرایی - سازمانی) و ۱۱ مؤلفه طبقه‌بندی شدند. در بخش کمی، این عوامل در قالب پرسش‌نامه محقق‌ساخته در اختیار ۲۴۸ نفر از کارمندان و مدیران دفاتر خدمات مسافرتی و گردشگری شهر تهران قرار گرفت؛ کسانی که این نوع نابرابری را تجربه کرده و با روش نمونه‌گیری غیرتصادفی در دسترس انتخاب شده بودند. تحلیل داده‌های کیفی با استفاده از روش تحلیل تفسیری و کدگذاری اشتراوس و کوربین و تحلیل داده‌های کمی از طریق تحلیل عاملی تأییدی انجام شد. براساس نتایج مدل‌سازی‌ها، سه عامل فرهنگی - اجتماعی (شامل تصورات کلیشه‌ای، جامعه‌پذیری جنسیتی، مردمحوری، سواد حقوقی)، سیاسی - قانونی (شامل سیاست‌گذاری‌ها و قوانین فرادستی، اجرا، نظارت، اقدامات تشویقی و تنبیهی) و اجرایی - سازمانی (شامل نارسایی‌های مدیریتی، فرهنگ سازمانی، زیرساخت‌ها و تجهیزات فناوریانه) به عنوان عوامل مؤثر بر نابرابری جنسیتی دستمزد در صنعت گردشگری تأیید شدند و مدل به دست آمده از این عوامل نیز برآزش مناسبی داشتند. بررسی ضرایب مسیر مدل‌ها نیز نشان داد که در بین عوامل اصلی عامل فرهنگی - اجتماعی و از میان مؤلفه‌ها نیز جامعه‌پذیری جنسیتی تأثیر بیشتری در تبیین نابرابری جنسیتی دستمزد در صنعت گردشگری دارند.

تاریخ دریافت: ۱۴۰۲/۰۲/۳۰

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۳/۰۹/۱۶

واژه‌های کلیدی:

جامعه‌پذیری جنسیتی، دفاتر خدمات مسافرتی و گردشگری، صنعت گردشگری، نابرابری جنسیتی، نابرابری دستمزد

مقدمه

2021) درخصوص تحقق کامل برابری جنسیتی در بیشتر

کشورها نشان می‌دهد جامعه بشری، برای به اجرا درآوردن این اصل، راه درازی در پیش دارد. همان‌طوری که بررسی‌های شاخص معیارهای برابری^۳ از میزان نابرابری جنسیتی در سطح جهان (2019) نیز نشان

برابری جنسیتی یکی از هدف‌های هفده‌گانه توسعه پایدار^۲ سازمان ملل متحد است و مدت‌های مدیدی است که یکی از اهداف مشترک بشریت بوده است، اما بررسی‌های مجمع جهانی اقتصاد^۴ (WEF)

۱. کارشناسی ارشد برنامه‌ریزی توسعه جهانگردی، گروه مدیریت جهانگردی، دانشکده مدیریت و حسابداری، دانشگاه علامه طباطبائی، تهران، ایران.

۲. دانشیار گروه مدیریت جهانگردی، دانشکده مدیریت و حسابداری، دانشگاه علامه طباطبائی، تهران، ایران (نویسنده مسئول).

eghaderi2002@atu.ac.ir

3. Sustainable development goals

4. World Economic Forum

5. Equal Measures 2030



گردشگری (UNWTO, 2019) حدود ۱۴/۷ درصد است. ایران نیز در آخرین گزارش مجمع جهانی اقتصاد از میزان نابرابری جنسیتی (2022)، در میان ۱۴۶ کشور، جایگاه ۱۴۳ را کسب کرده است. همچنین، از نظر کسب درآمد، زنان در مقایسه با مردان در جایگاه ۱۴۶ و، از نظر میزان دستمزد برابر برای کار برابر، در جایگاه ۱۲۱ قرار دارند که حاکی از وجود نابرابری جنسیتی دستمزد گسترده در بازار کار ایران است. علی‌رغم وجود نابرابری جنسیتی دستمزد در سطح جهان، ازجمله در ایران، اکثر پژوهش‌های انجام‌شده تنها به محاسبه میزان آن در کشورهای گوناگون بسنده کرده‌اند و به این نتیجه رسیده‌اند که قسمتی از این نابرابری با توجه به عوامل جمعیت‌شناختی مانند سن یا تحصیلات قابل توضیح است و کمتر پژوهشی در پی شناسایی باقی عوامل توضیح‌دهنده این نوع نابرابری برآمده است (Bakas et al., 2018). همچنین، با توجه به آمار وزارت میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری ایران (2020) که نشان می‌دهد حدود ۴۱ درصد کل دفاتر خدمات مسافرتی و گردشگری ایران در تهران فعالیت دارند و ظاهراً سهم بیشتری از کارمندان کل کشور، در این دفاتر، مشغول به کار هستند، تحقیق حاضر در پی شناسایی عوامل مؤثر در نابرابری جنسیتی دستمزد در صنعت گردشگری ایران و میزان تأثیر هرکدام از عوامل با توجه صرف به جامعه کارکنان دفاتر خدمات مسافرتی و گردشگری در شهر تهران است.

پیشینه پژوهش نابرابری جنسیتی دستمزد

زنان و مردان شاغل، در صورت داشتن کار مشابه، باید دستمزد برابر دریافت کنند (ILO, 1951). بر این اساس، تفاوت میان میانگین مقدار دستمزد پرداخت‌شده به نیروی کار زن و مرد (OECD, 2023)، برای انجام دادن کار مشابه، «نابرابری جنسیتی دستمزد» نامیده می‌شود. باید توجه کرد وقتی از دستمزد صحبت می‌شود منظور فقط دستمزد پایه نیست، بلکه اشکال پاداش ازجمله اضافه‌کار، کمک هزینه سفر، سهام شرکت، بیمه و سایر مزایا را در برمی‌گیرد (Grech, 2020). در نابرابری جنسیتی دستمزد، اختلاف دستمزد بر مبنای میزان بهره‌وری نیست و زنان حتی - با وجود شغل و تخصص مشابه، تعداد ساعات کاری برابر و

می‌دهد، کارمندان و مدیران مرد و زن در بازار کار با نابرابری‌های رو به افزایش در حوزه اشتغال و دستمزد روبه‌رو هستند. این شاخص‌ها نشان می‌دهند نابرابری‌های جنسیتی، مشخصاً نابرابری جنسیتی دستمزد، نه تنها در کشورهای در حال توسعه مشاهده می‌شود، بلکه کشورهای توسعه‌یافته - حتی آن دسته از کشورهایی که نرخ برابری جنسیتی بالایی دارند - به قدری که لازم است برای بهبود وضعیت زندگی زنان تلاش نمی‌کنند. از نظر آدسینا عثمان (2017) و بتری و همکاران (2020) مسئله نابرابری در پرداخت‌ها - شامل انواع نابرابری‌های جنسیتی در اشتغال - از موانع حضور مؤثر زنان در جامعه به شمار می‌رود؛ زیرا ندادن فرصت مشارکت مؤثر و کامل در بازار کار به زنان و بی‌توجهی به آنان به منزله نیمی از اعضای جامعه هم می‌تواند تأثیری منفی در توسعه اقتصادی کشورها داشته باشد و هم امکان فرصت‌های برابر را از زنان بگیرد که این امر در نهایت مانعی در دستیابی به برابری جنسیتی است. اما اهمیت گردشگری، به مثابه یکی از ابزارهای تحقق اهداف توسعه پایدار و از مهم‌ترین اهداف آن یعنی برابری جنسیتی، انکارناپذیر است. گردشگری، با از بین بردن یا تحدید نقش‌های جنسیتی، منابع جدیدی از اعتماد به نفس را ایجاد می‌کند، احساس تهی بودن را کاهش می‌دهد و آموزش‌های حرفه‌ای به زنان می‌دهد که هیچ‌یک، قبل از این صنعت، برای زنان در دسترس نبوده است (Aghazamani & Hunt, 2017). با وجود این، نابرابری جنسیتی جزء جدایی‌ناپذیر صنعت گردشگری است. اگرچه امروزه زنان تشویق می‌شوند در صنعت گردشگری مشارکت کنند و این مشارکت مستقیم و غیرمستقیم افزایش یافته است، فرصت‌هایی که صنعت گردشگری در اختیار زنان می‌گذارد مانند شمشیری دولبه - با لبه‌های نابرابری جنسیتی و توانمندسازی - عمل می‌کند؛ هرچند اکثریت کارمندان و کارگران شاغل در این صنعت زنان هستند، در سطوح پایین‌تر شغلی فعالیت می‌کنند (Elshaer & Marzouk, 2019). پژوهش‌های متعدد نیز نشان می‌دهند که زنان در صنعت گردشگری به‌طور متوسط دستمزد پرداختی کمتری برای کار مشابه در مقایسه با همکاران مرد خود دریافت می‌کنند (Ferreira Freire Guimarães & Silva, 2016; Fleming, 2015; Muñoz-Bullón, 2009; Oliver & Sard, 2020; Santos & Varejão, 2007). این درصد طبق گزارش سازمان جهانی



در یافته است که جامعه‌پذیری جنسیتی موجب می‌شود نقش‌های کلیشه‌ای به زنان نسبت داده شود که اغلب شکست آن‌ها را در دستیابی به موقعیت‌ها در بازار کار در پی دارد. در بازار کار گردشگری نیز، همین نقش‌های کلیشه‌ای سبب می‌شوند زنان به میزان کمتری به بازار کار راه یابند، حتی اگر تجربه کاری بیشتری از مردان داشته باشند (Ferreira Freire Guimarães & Silva, 2016).

سیاست‌های عمومی ناکارآمد و سازوکارهای قانونی کشور نیز تأثیر بسزایی در نابرابری جنسیتی به‌طور کلی و نابرابری جنسیتی دستمزد به‌طور خاص دارند. به باور روبری و کوکیاداک (2016)، سیاست‌ها و سازوکارهای قانونی، که در سطوح مختلف بین‌المللی، ملی یا در سطح سازمان وجود دارند، می‌توانند با تعیین حداقل دستمزد برای بخش‌ها یا مشاغل خاص زنان، که از سایر مشاغل کمتر است، نابرابری ایجاد کنند. آن‌ها همچنین معتقد هستند سیاست‌های اجتماعی در تعدیل نقش‌های جنسیتی سنتی، تطبیق زندگی کاری و خانوادگی و استمرار حضور مادران شاغل در شغل فعلی مؤثر هستند. ستامارسکی و سان‌هینگ (2015) نیز دریافته‌اند که، در سطح سازمانی، ساختارها، فرایندها و عملکردهای سازمانی شامل رهبری، ساختار و فرهنگ سازمانی در ایجاد و تداوم نابرابری جنسیتی مؤثر هستند. افزون‌براین، میزان جنسیت‌نگری تصمیم‌گیرندگان سازمانی در فرایندها و عملکردهای سازمانی مانند جذب و گزینش کارمندان اثرگذار است که می‌تواند موجب استخدام زنان با درآمد کمتر شود.

درخصوص باقی عوامل مؤثر نیز می‌توان به یافته‌های تام‌لینسون (2017) و نتیجه گزارش زنان در گردشگری (UNWTO, 2019) اشاره کرد که فناوری‌ها را مسئله‌ای اساسی در پیشبرد برابری جنسیتی در همه بخش‌ها از جمله گردشگری می‌دانند. به‌طوری که به باور آرمن و همکاران (2015) فناوری‌ها جریان اطلاعات و دانش را افزایش می‌دهند، تغییر افکار عمومی را برای پذیرش اشتغال زنان و پیشروی به سمت برابری تسهیل و زنان را از موقعیت‌های شغلی در جامعه آگاه‌تر می‌کنند و نتیجتاً، با افزایش مشارکت آنان در جامعه در نتیجه استفاده از فناوری اطلاعات و ارتباطات، نابرابری جنسیتی را کاهش می‌دهند. بررسی‌های مونیوز-بولون (2009) و سازمان بین‌المللی کار (ILO, 2019) میزان مهارت‌های شغلی زنان، نوع قرارداد کاری با آن‌ها و نوع شغل آن‌ها و زنانه شدن مشاغل در صنعت گردشگری را علل نابرابری جنسیتی دستمزد در

بهره‌وری یکسان - همچنان با نابرابری جنسیتی دستمزد مواجه هستند (Partoi, 2020).

عوامل مؤثر در نابرابری جنسیتی دستمزد در صنعت گردشگری

براساس یافته‌های پژوهش‌های متعدد، عوامل مختلفی از جمله پدرسالاری می‌توانند نابرابری جنسیتی دستمزد را توضیح دهند. در سیستم پدرسالار، مردان (و حتی زنان) تشویق می‌شوند که زنان را موجوداتی مناسب برای رفع نیازهای مردان در نظر بگیرند. در چنین فرهنگی، مردانگی ارزشمند است و زنان نه تنها انسان کامل دیده نمی‌شوند، بلکه حتی کمتر از آن به شمار می‌آیند و قابل اعتماد نیستند (Becker, 1999). سمالی و شکسپیر (2014) نیز معتقد هستند سیستم‌های اجتماعی - فرهنگی مردسالارانه، با استفاده از سازوکارهای مرئی و نامرئی قدرت، امتیازات و پاداش‌های بازار کار را برای مردان حفظ و تقویت می‌کنند. یافته سرخل (2017) نیز در تأیید همین نکته است؛ چرا که دریافته است، درحالی که مادر شدن به دریافت درآمد کمتری در بازار کار منجر می‌شود، پدر شدن افزایش دستمزد را به همراه دارد.

تأثیر تصورات قالبی (کلیشه‌های) جنسیتی نیز در توضیح نابرابری جنسیتی در بازار کار گردشگری قابل توجه است (Anker, 1998). میشل (1986) کلیشه‌های جنسیتی را این‌طور توضیح می‌دهد که مردان شخصیت مستقل و زنان شخصیت منفعلی دارند و، طبق پژوهش باکاس و همکاران (2018)، اگر نقشی اجتماعی به زنان - برای مثال در صنعت گردشگری - واگذار شود، مسئولیت‌هایی در سطوح پایین مثلاً تمیز کردن یا آشپزی هستند. همچنین، جمعیت زنان در گروهی از مشاغل، که مخصوص آنان شناخته شده، بیشتر است؛ چرا که تصور می‌شود در آن گروه از مشاغل حرفه‌ای‌تر هستند. همچنین، روافه (2016) و دشتی خویدکی و حسینی (2016) استدلال کردند که میزان توجه افراد به مسائل دینی می‌تواند نابرابری جنسیتی و ستم بر زنان را توجیه و، از سوی دیگر، پذیرش تصورات قالبی جنسیتی را تسهیل کند.

جامعه‌پذیری جنسیتی نیز از دیگر عواملی است که در نابرابری جنسیتی (Bokharaee, 2016) و مشخصاً نابرابری جنسیتی دستمزد مؤثر است. به‌طور خلاصه، جامعه‌پذیری جنسیتی بخشی از اجتماعی شدن کودکان و تبدیل آن‌ها به افرادی با ویژگی‌های مردانه یا زنانه را توضیح می‌دهد (Stockard, 2006). لارنس (2014)



صنعت گردشگری می‌دانند. همچنین، پانیلاج (2017) در تحقیق خود ویژگی‌های بازار کار غیررسمی را ازجمله عوامل اقتصادی‌ای می‌داند که موجب نابرابری جنسیتی دستمزد می‌شود. در این خصوص، می‌توان به تفکیک جنسیتی در مشاغل، رقابت کمتر زنان با یکدیگر به دلیل عرضه بیش از حد نیروی کار و فصلی بودن تقاضا اشاره کرد.

نظریه‌های مربوط به نابرابری جنسیتی دستمزد

در اکثر پژوهش‌های انجام‌شده در زمینه

نابرابری جنسیتی دستمزد نظریه‌های سرمایه انسانی و نابرابری در بازار کار شامل اقتصاد نئوکلاسیک و بازار کار دوگانه چهارچوب نظری را تدوین کرده‌اند، اما در این نظریه‌ها به نقش جنسیت و تأثیر آن در تداوم نابرابری توجه نشده است. ازاین‌رو، در تحقیق حاضر، از نظریه‌های فمینیستی، نقش‌های جنسیتی و ازدحام شغلی نیز بهره گرفته شده است که در جدول ۱ به‌طور خلاصه ذکر شده‌اند:

جدول ۱: چهارچوب نظری عوامل مؤثر در نابرابری جنسیتی دستمزد در صنعت گردشگری

منابع	تأکید	نظریه
(Fix, 2018) (Grybaite, 2006) (Andersen, 2015) (Kar, 1994)	تفاوت ویژگی‌های کیفی افراد (میزان سرمایه انسانی) به‌عنوان علت نابرابری جنسیتی دستمزد و اعتقاد به کمتر بودن سرمایه‌ی انسانی زنان در مقایسه با مردان هم از نظر آورده‌های زنان قبل از ورود به بازار کار و هم از نظر ستانده‌های آنان بعد از استخدام	سرمایه انسانی اقتصاد نئوکلاسیک
(Anker, 1998) (Andersen, 2015)	وجود دو نوع شغل، مشاغل اولیه با دستمزد و مزایای بیشتر و مشاغل ثانویه با دستمزد و مزایای کمتر و اشتغال بیشتر زنان در مشاغل نوع دوم	تجزیه بازار کار (مدل بازار کار دوگانه)
(Anker, 1998)	فرهنگ پدرسالاری و موقعیت تابع زنان در خانواده و تأثیر آن در موقعیت زنان در بازار کار به‌عنوان علت نابرابری جنسیتی دستمزد	فمینیستی
(Kray et al., 2017) (Brynin, 2017)	تقسیم کار خانگی، تفکیک شغلی و تفاوت‌های جنسیتی در موقعیت‌های مختلف و تأثیر آن‌ها در مسیرهای متفاوت تحصیلی و شغلی زنان	نقش‌های جنسیتی
(Bakas et al., 2018)	اشتغال زنان در مشاغل براساس کلیشه‌های جنسیتی	ازدحام شغلی

روش‌شناسی پژوهش

پژوهش حاضر، از نظر نوع داده‌ها، آمیخته با طرح اکتشافی متوالی^۱ است؛ چراکه از هر دو نوع از داده‌های کیفی و کمی در دو مرحله (ابتدا کیفی و سپس کمی) برای افزایش دقت پژوهش استفاده می‌کند. در بخش کیفی، پژوهشگر در پی شناسایی عوامل مؤثر در نابرابری جنسیتی دستمزد در صنعت گردشگری و روابط میان آن‌ها است. سپس، در بخش کمی، ارتباط میان این عوامل آزمون شد. جامعه آماری در بخش کیفی افرادی هستند که در حوزه گردشگری دارای تحصیلات دانشگاهی و تجربه کار حرفه‌ای هستند. در این مرحله از روش نمونه‌گیری هدفمند و طرح گلوله‌برفی استفاده شد. همچنین، با توجه به معیار اشباع نظری^۲، با ۱۶ نفر (۴ نفر شاغل در هتل، یک نفر

در خطوط هوایی، ۶ نفر در دفاتر خدمات مسافرتی و هوایمایی، ۳ نفر استاد دانشگاه و مدرس دوره‌های گردشگری، یک نفر در رستوران و یک نفر در بخش صنایع دستی) مصاحبه نیمه‌ساختاریافته انجام شد. پس از مصاحبه چهاردهم مشاهده شد اطلاعات جدیدی به دست نمی‌آید. باوجوداین، دو مصاحبه دیگر برای اطمینان از دستیابی به معیار اشباع نظری انجام شد. با انجام دادن این دو مصاحبه، اطمینان حاصل شد که عامل دیگری طرح نمی‌شود. پس از انجام مصاحبه‌ها، داده‌های به‌دست‌آمده با استفاده از روش کدگذاری اشتراوس-کوربین در سه مرحله بررسی شدند.

برای تعیین روایی داده‌های کیفی، هم‌زمان از پاسخ‌گویان برای تحلیل و تفسیر داده‌ها کمک گرفته شد، به‌طوری‌که دریافت محقق از پاسخ‌های مصاحبه‌شوندگان برای ایشان بازگو شد و تأیید پاسخ‌گو دریافت شد.

1. The Explanatory-Sequential Design

2. Theoretical saturation



روایی پرسش‌نامه نیز به صورت صوری یا ظاهری^۵ بررسی شد. به این صورت که در اختیار استادان راهنما و مشاور، یک کارشناس آمار و چند تن از افراد متخصص قرار گرفت و، با بررسی و تجدیدنظرهای متعدد و اعمال اصلاحات بر روی ابزار، به تأیید نهایی رسید. پایایی نیز، با معیار آلفای کرونباخ اندازه‌گیری شد و مقادیر آن برای همه سازه‌های پژوهش بالای ۰/۷ به دست آمد که نشان از پایا بودن ابزار اندازه‌گیری دارد. نتایج آن در جدول ۴ مشاهده می‌شود.

یافته‌های پژوهش

برای تحلیل داده‌های کیفی، فرایند نوشتن، ویرایش و کدگذاری متون مصاحبه‌ها انجام شد و در نهایت عوامل مؤثر در نابرابری جنسیتی دستمزد در صنعت گردشگری طی سه مرحله کدگذاری باز^۶، کدگذاری محوری^۷ و کدگذاری انتخابی^۸ اشتراوس و کوربین (۱۹۹۰) استخراج شدند. در کدگذاری باز، مفاهیم موجود در هر عبارت مصاحبه‌شونده درخصوص عوامل مؤثر در نابرابری جنسیتی دستمزد در صنعت گردشگری استخراج شد و بدون وجود هیچ محدودیتی کدگذاری شد. سپس، کدهای مختلف ترکیب شدند و به صورت تم‌ها دسته‌بندی شدند. نهایتاً، با توجه به ادبیات پژوهش و نظرات متخصصان، ارتباط تمامی کدها و مؤلفه‌ها بررسی شد و در قالب چند بُعد اصلی قرار گرفت (کدگذاری انتخابی یا مفهومی^۹). جدول ۲ نشان‌دهنده یافته‌های فوق است.

برای تعیین پایایی داده‌ها نیز از روش پایایی بین کدگذاران^۱ بهره گرفته شد. سه مصاحبه را یک ارزیاب خبره خارج از گروه محققان این پژوهش به طور تصادفی برای کدگذاری انتخاب کرد. درصد پایایی، با توجه به محاسبات، ۷۲ درصد به دست آمد و، با توجه به اینکه باید بیشتر از ۶۰ درصد باشد (Khastar, 2009)، پایایی داده‌ها تأیید شد.

جامعه آماری در بخش کمی، کلیه کارمندان دفاتر خدمات مسافرتی و گردشگری شهر تهران بودند که نابرابری جنسیتی دستمزد را تجربه کرده‌اند. در پژوهش حاضر، برای تأیید یار د عوامل به دست آمده و بررسی میزان اهمیت آن‌ها از تحلیل عاملی تأییدی استفاده می‌شود و طبق نظر جکسون (2003)، از آن جاکه حداقل حجم نمونه براساس عامل‌ها تعیین می‌شود، برای هر متغیر پنهان (عامل) حدود ۲۰ نمونه لازم است (Kline, 2016). بنابراین، حداقل ۲۰۰ نفر نیاز بود که در نهایت ۲۴۸ نفر با روش نمونه‌گیری غیرتصادفی در دسترس و از طریق پلتفرم‌های مجازی به سؤالات پرسش‌نامه محقق ساخته پاسخ دادند. پس از بررسی ادبیات و پیشینه پژوهش و مؤلفه‌های به دست آمده از طریق مصاحبه با متخصصان، عوامل مؤثر در نابرابری جنسیتی دستمزد (شامل ۴۶ گویه و ۱۱ مؤلفه و ۴ بُعد) در صنعت گردشگری مشخص شد.

شیوه نمونه‌گذاری پرسش‌نامه نیز به صورت لیکرت پنج‌گزینه‌ای است. برای بررسی روابط میان متغیرها و عوامل و سنجش مدل اندازه‌گیری و ساختاری (برازش مدل) از نرم‌افزارهای اسپس اس اس^۲، لیزرل^۳ و اسمارت پی ال اس^۴ استفاده شد.

جدول ۲: عوامل مؤثر در نابرابری جنسیتی دستمزد در صنعت گردشگری (چهارچوب مفهومی)

شاخص	مؤلفه	ابعاد	ردیف
تصدیق موقعیت مردان به عنوان سرپرست منحصربه‌فرد خانواده تعیین وظایف کارمندان زن بنا بر ویژگی‌های کلیشه‌ای منسوب به زنان اولویت ویژگی‌های ظاهری بر توانایی کارمندان زن اولویت زنان در ایفای مسئولیت‌های خانه‌داری و تربیت فرزندان تصور بی‌نیازی زنان به درآمد مستقل بی‌توجهی کارمندان زن به شغل خود به عنوان منبع اصلی درآمد تصور نبود تعادل بین زندگی شخصی و زندگی کاری کارمندان زن	تصورات کلیشه‌ای	فرهنگی - اجتماعی	۱
عدم اعتماد به نفس کارمندان زن در ایفای وظایف محوله عدم مطالبه‌گری کارمندان زن درخصوص دستمزد بیشتر رضایت دادن کارمندان زن به دستمزد پایین‌تر	جامعه‌پذیری جنسیتی		

2. SPSS

3. LISREL

4. Smart PLS

5. Face validity

6. Open coding

7. Axial coding

8. Selective coding

9. Conceptual coding

1. Inter coder reliability

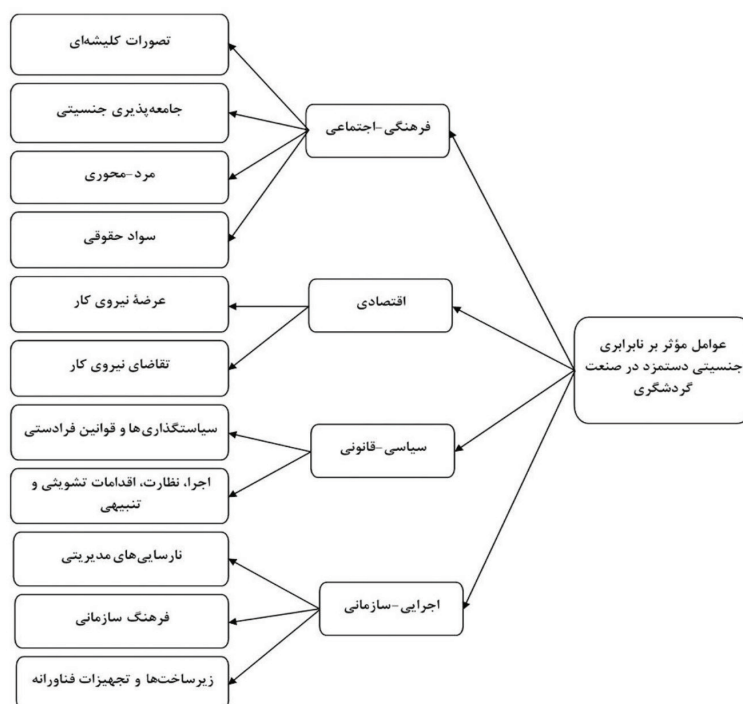


ردیف	بُعد	مؤلفه	شاخص
	فرهنگی - اجتماعی	جامعه‌پذیری جنسیتی	انفعال کارمندان زن در برابر زورگویی مدیران/ همکاران آقای خود تأثیر درکی از آموزه‌های دینی مبنی در اولویت زنان در مسئولیت‌های خانه‌داری و تربیت فرزند نقش حمایت خانواده از مشارکت زنان در جامعه نقش نظام آموزشی ناکارآمد در تربیت و آگاهی‌بخشی افراد
		مرد - محوری	رفتارهای برتری‌جویانه همکاران و مدیران آقا متهم انگاشتن کارمندان زن در به وجود آمدن مسائل اخلاقی وجود پشتیبانی بیشتر مدیران و همکاران آقا از یکدیگر
		سواد حقوقی	ناآگاهی کارمندان از حقوق خود در محیط کار ناآگاهی کارفرمایان از حقوق کارمندان خود در محیط کار
۲	اقتصادی	بُعد عرضه نیروی کار	شرایط بی‌کاری ناشی از وضعیت نامطلوب اقتصادی میزان فروش کسب‌وکارهای گردشگری روش تعیین و پرداخت حقوق و مزایا
		ویژگی‌های بازار کار	فصلی بودن تقاضای فرصت‌های شغلی در صنعت گردشگری وجود تقاضای بالای زنان برای کسب مشاغل در صنعت گردشگری تفکیک شغلی جنسیتی در محیط‌های کاری گردشگری نبود امنیت شغلی در میان کارمندان زن در کسب‌وکارهای گردشگری
۳	سیاسی - قانونی	سیاست‌گذاری‌ها و قوانین فرادستی	به‌روز نبودن قانون کار عدم کارایی سیاست‌های حمایتی دولت از کارمندان زن رفتار متفاوت قوانین حقوقی خانواده با زن و مرد عدم حمایت قوانین فرادستی کار از کارفرمایان جهت‌گیری قوانین و سیاست‌گذاری‌های دولتی به نفع مردان نوع مالکیت کسب‌وکارهای گردشگری از منظر قانون
		اجرا، نظارت، اقدامات تشویقی و تنبیهی	نبود مراجع قانونی برای پیگیری نابرابری جنسیتی دستمزد عدم اجرای درست قوانین فرادستی کار و دستمزد



ردیف	بُعد	مؤلفه	شاخص
۳	سیاسی - قانونی	اجرا، نظارت، اقدامات تشویقی و تنبیهی	نبود اقدامات تنبیهی برای قانون گریزان عدم نظارت سازمان‌های بالادستی بر اجرای درست قوانین کار و دستمزد
۴	اجرایی - سازمانی	نارسایی‌های مدیریتی	عدم اختصاص وقت از سمت مدیران به ارزیابی توانایی کارمندان زن سخت‌گیری کارفرمایان درخصوص استخدام کارمندان زن اهمال کارفرمایان و مدیران کسب‌وکارهای گردشگری در ثبت قراردادهای شفاف کاری
		فرهنگ سازمانی	نگرش منفی به برابری جنسیتی در کسب‌وکارهای گردشگری بی‌اعتمادی مجموعه مدیران و کارمندان به توانایی کارمندان زن نبود شایسته‌سالاری در انتصاب مدیران و کارفرمایان اولویت سودآوری کسب‌وکارهای گردشگری بر رضایت کارمندان ترجیح ارتباطات بر ضوابط کاری در کسب‌وکارهای گردشگری
		زیرساخت‌ها و تجهیزات فناورانه	ارائه خدمات به روش سنتی و حضوری در کسب‌وکارهای گردشگری عدم استفاده از فناوری‌های به‌روز در کسب‌وکارهای گردشگری

در نهایت مدل مفهومی زیر شکل گرفت.



شکل ۱: مدل مفهومی عوامل مؤثر در نابرابری جنسیتی دستمزد در صنعت گردشگری (منبع: یافته‌های تحقیق)



سنجش مدل‌های اندازه‌گیری مرتبه اول تحقیق با استفاده از نرم‌افزار لیزرل انجام شد. هیر و همکاران (1988) معتقد هستند، در حالت تخمین استاندارد، بار عاملی هیچ کدام از گویه‌ها نباید کمتر از $0/3$ (Peterson, 2000) و، در حالت معناداری نیز، ضریب معناداری (T-value) برای هیچ کدام از گویه‌ها نباید کمتر از $1/96$ باشد. در مدل تحقیق نیز تمامی شرایط برقرار بود و هیچ گویه‌ای حذف نشد. همچنین، برای برازش مدل مرتبه اول در لیزرل، شاخص‌های متعددی به کار گرفته شده‌اند که نتایج آن در جدول ۳ مشاهده می‌شود.

در بخش کمی، اطلاعات به‌دست‌آمده از ۲۴۸ نفر (۷۱/۸ درصد زن و ۲۸/۲ درصد مرد) از کارمندانی که تجربه نابرابری جنسیتی دستمزد داشتند نشان داد بیشتر آن‌ها (۳۴/۳ درصد) در بازه سنی ۳۱-۳۵ سال قرار دارند، ۶۵/۳ درصد مجرد هستند، ۴۸/۴ درصد مدرک کارشناسی ارشد و ۴۵/۶ درصد کمتر از پنج سال تجربه کاری و حرفه‌ای داشتند. طبق آمارها، دستمزد ماهانه یک کارگر در ۱۳۹۹، مقدار ۲۵ میلیون ریال در نظر گرفته شده بود که اکثر پاسخ‌دهندگان (۴۶/۸ درصد) کمتر از ۲۰ میلیون ریال دستمزد ماهانه داشته‌اند.

جدول ۳: شاخص‌های برازندگی مدل اندازه‌گیری عوامل مؤثر در نابرابری جنسیتی دستمزد در صنعت گردشگری

نتیجه	IFI	RFI	NFI	GFI	RMSEA	χ^2/df	شاخص	بُعد	متغیر
	برابر و بزرگ‌تر از ۰/۹			بزرگ‌تر از ۰/۸	کوچک‌تر از ۰/۱	کوچک‌تر از ۵	مقدار استاندارد		
تأیید	۰/۹۸	۰/۹۴	۰/۹۵	۰/۹	۰/۰۵۹	۱/۸۵	مقدار محاسبه‌شده برای مدل	تصورات کلیشه‌ای	فرهنگی- اجتماعی
								جامعه‌پذیری جنسیتی	
								مرد - محوری	
								سواد حقوقی	
رد	۰/۹۵	۰/۸۸	۰/۹۴	۰/۹۵	۰/۱۱۴	۴/۲۲		عرضه نیروی کار	اقتصادی
								تقاضای نیروی کار	
تأیید	۰/۹۸	۰/۹۵	۰/۹۶	۰/۹۴	۰/۰۷۲	۲/۲۸		سیاست‌گذاری‌ها و قوانین فرادستی	سیاسی - قانونی
								اجرا، نظارت، قوانین تنبیهی و تشویقی	
تأیید	۰/۹۵	۰/۹	۰/۹۳	۰/۹۳	۰/۰۸	۲/۷۷	مقدار محاسبه‌شده برای مدل	نارسایی‌های مدیریتی	اجرایی - سازمانی
								فرهنگی سازمانی	
								زیرساخت‌ها و تجهیزات فناوریانه	

واریانس استخراج‌شده (AVE) میزان روایی همگرایی سازه‌ها (هم‌بستگی سازه با شاخص‌هایش) را مشخص می‌کند که باید حداقل $0/5$ باشد؛ البته مقدار کمتر از $0/5$ نیز به شرطی قبول می‌شود که مقدار پایایی ترکیبی بیشتر از $0/6$ باشد (Lam, 2012). کوهن (1988) نیز برای سنجش ضریب تعیین (R^2)، مقادیر $0/09$ ، $0/1$ و $0/25$ را به ترتیب کوچک، متوسط و بزرگ در نظر

نهایتاً، با توجه به جدول ۲، بُعد اقتصادی به دلیل عدم رعایت شرایط برازندگی از مدل حذف شد. اما برای سنجش برازش مدل ساختاری (مرتبه دو و سه) از شاخص‌های متعددی مانند شاخص روایی همگرا، ضریب معناداری (T-value) و ضریب تعیین (R^2) استفاده شد. فورنل و لارکر (1981) معتقد هستند میانگین



می‌گیرد. همچنین، پایایی مدل توسط شاخص‌های آلفای کرونباخ و پایایی ترکیبی سنجیده شد. کرونباخ (1951) و هیر و همکاران (2017) مقدار مناسب این دو شاخص را به ترتیب ۰/۷ و ۰/۶ ذکر کرده‌اند که مدل نیز

این مقادیر را دارد. جدول ۴ نتایج خروجی مدل ساختاری را نشان می‌دهد که حاکی از برازش مناسب آن است.

جدول ۴: شاخص‌های برازندگی مدل ساختاری مؤثر در نابرابری جنسیتی دستمزد در صنعت گردشگری

متغیر	شاخص	میانگین واریانس استخراج شده	ضریب معناداری	ضریب مسیر	ضریب تعیین (R^2)	آلفای کرونباخ	پایایی ترکیبی
فرهنگی - اجتماعی	تصورات کلیشه‌ای	۰/۵۸	۲۵/۹۶۷	۰/۸۸۸	۰/۷۸	۰/۸۹	۰/۹۱
	جامعه‌پذیری جنسیتی	۰/۴۵	۲۸/۳۴۴	۰/۸۶۶	۰/۷۵		
	مرد - محوری	۰/۵۲	۴۳/۵۷۹	۰/۹۲۰	۰/۸۴		
	سود حقوقی	۰/۶۷	۱۸/۶۰۰	۰/۸۰۸	۰/۶۵		
	عوامل سیاسی - قانونی	۰/۶۱	۳/۲۱۹	۰/۲۹۵	۰/۰۸		
سیاست‌گذاری‌ها و قوانین فرادستی	اجرا، نظارت، اقدامات تشویقی و تنبیهی	۰/۷۶	۲۳/۹۱۸	۰/۸۳۷	۰/۷	۰/۸۷	۰/۸۹
	عوامل اجرایی - سازمانی	۰/۵۵	۴۹/۹۳۶	۰/۹۱۰	۰/۸۲		
	نارسایی‌های مدیریتی	۰/۶۷	۲۶/۰۰۵	۰/۸۳۵	۰/۶۹		
فرهنگ سازمانی	زیرساخت‌ها و تجهیزات فناورانه	۰/۵۵	۱۵/۵۰۱	۰/۷۵۷	۰/۵۷	۰/۸۱	۰/۸۵
	فرهنگ سازمانی	۰/۶۳	۱۸/۱۴۰۸	۰/۷۸۳	۰/۶۱		
	فرهنگ سازمانی	۰/۵۶	۳۱/۲۴۵	۰/۸۸۹	۰/۷۹		
	فرهنگ سازمانی	۰/۷۶	۴/۷۳۹	۰/۵۲۳	۰/۲۷		

مقدار محاسبه شده برای مدل

براساس جدول ۴، متغیر فرهنگی - اجتماعی و جامعه‌پذیری جنسیتی، یکی از شاخص‌های آن، بیشترین تأثیر را در نابرابری جنسیتی دستمزد داشته؛ چراکه ضریب مسیر آن دارای بیشترین مقدار است (به ترتیب ۲۵/۹۶۷ و ۴۳/۵۷۹).
برازش کلی مدل نیز توسط شاخص نیکویی

1. Goodness of Fit

2. Wetzels & Odekerken

$$GOF = \sqrt{\text{communality} \times R^2}$$

$$= \sqrt{(0.614 \times 0.638)}$$

$$= 0.625 \geq 0.36$$

شناسایی شده عوامل اقتصادی به خوبی نتوانستند این عامل را تبیین کنند، لذا از مدل نهایی حذف شدند. این نتیجه با یافته‌های پژوهش‌های پانیلاج (2017)، که عواملی مانند تفکیک جنسیتی در مشاغل، رقابت کمتر زنان با یکدیگر به دلیل عرضه بیش از حد نیروی کار و فصلی بودن تقاضا و پژوهش مونیوز-بولون (2009)، که نوع قرارداد کاری با زنان را به عنوان یکی از عوامل مؤثر در نابرابری جنسیتی دستمزد در صنعت گردشگری مطرح کرده بودند، همخوانی ندارد. این موضوع را می‌توان با استناد به نظریه فمینیستی (از نظریه‌های نابرابری در بازار کار) توضیح داد. طبق این نظریه، موقعیت پایین زنان در بازار کار بازتابی از مردسالاری و موقعیت فرعی زنان در خانواده است. مؤلفه‌های الف) سیاست‌گذاری‌ها و قوانین فرداستی و ب) اجرا، نظارت، اقدامات تشویقی و تنبیهی نیز به عنوان عوامل سیاسی - قانونی شناسایی شدند که مؤلفه سیاست‌گذاری‌ها و قوانین فرداستی بیشترین اثرگذاری را داشت. می‌توان گفت، اگر قوانین بالادستی و سیاست‌گذاری‌ها با توجه به مقتضیات جامعه تدوین و اجرایی شوند، توانایی ارتقای وضعیت کشور را در نیل به برابری جنسیتی خواهند داشت. اگرچه نابرابری جنسیتی دستمزد در حال حاضر در بسیاری از کشورها وجود دارد، در کشورهای پیشرفته‌ای که تا حدی موفق به کاهش میزان این نابرابری شده‌اند، با وضع قوانین حمایت‌کننده (و نه محدودکننده اشتغال زنان) و نظارت بر کارفرمایان، توجه خاصی به برابری جنسیتی شده است. نتیجه به دست آمده با یافته روبری و کوکباداکی (2016) که بر نقش سازوکارهای قانونی در سطوح مختلف سازمانی، ملی و بین‌المللی در ایجاد، کاهش و حتی رفع نابرابری جنسیتی دستمزد تأکید کرده همخوانی دارد. گفتنی است در حوزه عدالت جنسیتی، به دلیل نبود الگوی ایرانی - اسلامی، مفاهیم نابرابری جنسیتی مطرح شده توسط سازمان‌های جهانی مدنظر قرار می‌گیرد که تجویز آن به کشورهای دیگر خصوصاً کشورهای اسلامی می‌تواند مؤثر نباشد. بنابراین، لازم است تا افراد ذی‌صلاح و مسئولان کشوری یا دولتی به ایجاد چنین الگویی که مبتنی بر ارزش‌های اسلامی و ایرانی است توجه کنند.

معادله (۱) فرمول محاسبه برازش کلی مدل:

بحث و نتیجه‌گیری

با توجه به گزارش سازمان جهانی گردشگری، زنان شاغل در این صنعت به طور متوسط حدود ۱۵ درصد کمتر از هم‌تایان مرد خود درآمد دارند. از این رو، بهتر است عواملی را که موجب استمرار نابرابری‌ها می‌شوند شناخت و در جهت تعدیل یا رفع آن‌ها حرکت کرد تا بتوان به سمت اجرای اهداف توسعه پایدار پیش رفت. با توجه به اینکه اکثر پژوهش‌ها صرفاً میزان وجود نابرابری را در صنعت گردشگری سنجیده‌اند و در عوامل شکل‌دهنده آن دقیق نشده‌اند، پژوهش حاضر به عنوان نوآوری به سراغ شناسایی عوامل مؤثر رفت و هرکدام را بسته به اندازه تأثیرشان اولویت‌بندی کرد.

یافته‌های پژوهش نشان داد عوامل فرهنگی - اجتماعی و مؤلفه جامعه‌پذیری جنسیتی نیز در همین عامل بیشترین تأثیر را در نابرابری جنسیتی دستمزد در صنعت گردشگری و به طور اختصاصی در دفاتر خدمات مسافرتی و گردشگری دارد. علاوه بر این، تصورات کلیشه‌ای، مرد - محوری و سواد حقوقی به عنوان عوامل فرهنگی - اجتماعی شناسایی و تأیید شدند. این یافته نشان داد، به رغم افزایش مشارکت زنان در بازار کار و مشخصاً در صنعت گردشگری، سطح فکری و فرهنگی افراد جامعه درباره نقش زنان در جامعه و مشارکت برابر زنان و مردان در بازار کار در سطح نامطلوبی است. بنابراین، افراد ذی‌صلاح و مسئولان کشوری/دولتی برای ایجاد و استمرار فرهنگ مشارکت برابر و عدالت جنسیتی و از طریق رسانه‌ها، مدارس، دانشگاه‌ها و مؤسسات آموزش عالی که از منابع اصلی تربیت و آگاهی‌بخشی به شهروندان هستند به آموزش افراد و خانواده‌ها اهتمام ورزند. نتایج پژوهش‌های شمالی و شکسپیر (2014)، لارنس (2014)، گیماریاس و سیلوا (2016)، روافه (2016)، سرخل (2017)، باکاس و همکاران (2018)، دشتی خویدکی و حسینی (2016) و بخارایی (2016)، که عوامل اجتماعی - فرهنگی مؤثر در نابرابری جنسیتی و مشخصاً نابرابری جنسیتی دستمزد در بازار کار را بررسی کردند، همخوانی دارد.

در مرحله اول پژوهش، مؤلفه‌های الف) عرضه نیروی کار و ب) ویژگی‌های بازار کار عامل اقتصادی را تشکیل داده‌اند. اما، در مرحله دوم، مؤلفه‌های





خواستار، حمزه (۱۳۸۸). ارائه روشی برای محاسبه پایایی مرحله کدگذاری در مصاحبه‌های پژوهشی. فصلنامه روش‌شناسی علوم انسانی، ۱۵(۵۸)، ۱۷۴-۱۶۱. http://method.rihu.ac.ir/article_418_e5a0c366f855eb221db4ee19e3fbb644.pdf

دشتی خویدکی، منصوره و حسینی، سیدحسن (۱۳۹۴). بررسی مقایسه‌ای میزان پذیرش کلیشه‌های جنسیتی و رابطه آن با میزان دین‌داری (مطالعه زنان و مردان بالای ۲۰ سال منطقه ۶ تهران در سال ۱۳۹۲). مطالعات زن و خانواده، ۲(۲)، ۱۵۱-۱۸۳. <https://doi.org/10.22051/jwfs.2016.2211>

کار، مهرانگیز (۱۳۷۳). زنان در بازار کار ایران (اول). تهران: انتشارات روشنگران.

منابع

- Adesina-Uthman, G. (2017, 08/01). Women, Income and Job Satisfaction: The Women Speaks. *Nile Journal of Business and Economics*, 3, 3-24. <https://doi.org/10.20321/nilejbe.v3i6.92>
- Aghazamani, Y., & Hunt, C. (2017, 12/01). Empowerment in Tourism: A Review of Peer-reviewed Literature. *Tourism Review International*, 21, 333-346. <https://doi.org/10.3727/154427217X15094520591321>
- Andersen, M. L. (2015). *Thinking about Women (Sociological Perspectives on Sex and Gender)* (10th ed.). Pearson Education.
- Anker, R. (1998). *Gender and Jobs: Sex Segregation of Occupations in the World*. International Labor Office.
- Arman, A., Farazmand, H., & Danesh, H. (2015). Effects of ICT on gender inequality index. *Quarterly Journal of Quantitative Economics*, 12(2), 7-104. <https://doi.org/10.22055/jqe.2015.11885> [In Persian]

در سطح سازمانی هم، نارسایی‌های مدیریتی، فرهنگ سازمانی و زیرساخت‌ها و تجهیزات فناوریانه عامل اجرایی - سازمانی را شکل دادند. مهم‌ترین تأثیر در میان مؤلفه‌ها از آن مؤلفه فرهنگ سازمانی است. نتیجتاً، اصلاح فرهنگ سازمانی به منظور تثبیت ارزش‌های برابری جنسیتی در کسب‌وکارهای گردشگری در نهایت به قرار گرفتن آن‌ها در مسیر شایسته‌سالاری و به‌کارگیری افراد متخصص فارغ از جنسیت آن‌ها در صنعت گردشگری منجر می‌شود و در نهایت گروه‌های به‌حاشیه‌رانده شده مانند زنان، فرصت مشارکت برابر در کسب‌وکارهای کوچک و بزرگ و در سمت‌های متفاوت شغلی را تجربه خواهند کرد. نتیجه ذکرشده با یافته تحقیق ستامارسکی و سان‌هینگ (2015)، که معتقد است رهبری، ساختار و فرهنگ سازمانی در ایجاد تداوم نابرابری جنسیتی مؤثر هستند، همسو است. همچنین، با یافته‌های تام‌لینسون (2017)، نتیجه گزارش زنان در گردشگری (2019) و آرمن و همکاران (2015) که معتقد هستند فناوری‌های موجود توانایی تعدیل نابرابری‌های جنسیتی را دارند و می‌توانند در استخدام نیروی کار و تداوم همکاری با ایشان تأثیر بگذارند همخوانی دارد.

تعارض منافع

این مقاله برگرفته از پایان‌نامه «شناسایی عوامل مؤثر بر نابرابری جنسیتی دستمزد در صنعت گردشگری (مورد مطالعه: دفاتر خدمات مسافرتی و گردشگری)» است و در آن هیچ تعارض منافع وجود ندارد.

منابع فارسی که معادل لاتین آن‌ها در فهرست منابع آمده است

- آرمن، سیدعزیز، فرازمنند، حسن و دانش، حمیده (۱۳۹۴). بررسی اثر فناوری اطلاعات و ارتباطات بر شاخص نابرابری جنسیتی. فصلنامه اقتصاد مقداری، ۲(۲)، ۸۷-۱۰۴. <https://doi.org/10.22055/jqe.2015.11885>
- بخارایی، احمد (۱۳۹۴). تحلیلی بر عوامل فرهنگی - اجتماعی مؤثر بر نابرابری جنسیتی (مطالعه زنان متأهل ۴۹-۲۰ ساله شهر اصفهان). مطالعات توسعه اجتماعی - فرهنگی، ۴(۳)، ۵۹-۸۲. <http://journals.sabz.ac.ir/scds/article-1-202-fa.html>

- Cronbach, L. J. (1951, 1951/09/01). Coefficient alpha and the internal structure of tests. *Psychometrika*, 16(3), 297-334. <https://doi.org/10.1007/BF02310555>
- Dahsti Khavidaki, M., & Hosseini, S. H. (2016). A Comparative Study of Gender Stereotypes and their Relationship with Religiosity (People of Tehran's 6th region, Aging 20 and above). *Journal of Woman and Family Studies*, 3(2), 151-183. <https://doi.org/10.22051/jwfs.2016.2211> [In Persian]
- Elshaer, A. M., & Marzouk, A. M. (2019). *Labor in the Tourism and Hospitality Industry Skills, Ethics, Issues, and Rights* (1st ed.). Apple Academic Press.
- Equal Measures 2030. (2019). *Harnessing the power of data for gender equality: Introducing the 2019 EM2030 SDG gender index*. <https://www.equalmeasures2030.org/2022-sdg-gender-index/>
- Ferreira Freire Guimarães, C. R., & Silva, J. R. (2016, 2016/02/01/). Pay gap by gender in the tourism industry of Brazil. *Tourism Management*, 52, 440-450. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.tourman.2015.07.003>
- Fix, B. (2018). *The trouble with human capital theory*. <https://EconPapers.repec.org/RePEc:zbw:capwps:201807>
- Fleming, S. S. (2015, 2015/05/01). Déja Vu? An Updated Analysis of the Gender Wage Gap in the U.S. Hospitality Sector. *Cornell Hospitality Quarterly*, 56(2), 180-190. <https://doi.org/10.1177/1938965514567680>
- Grech, V. (2020). *Explainer: Everything You Need to Know about Pushing for Equal Pay*. UN Women. <https://www.unwomen.org/en/>
- Bakas, F., Costa, C., Breda, Z., & Durão, M. (2018, 03/14). A Critical Approach to the Gender Wage Gap in Tourism Labor. *Tourism Culture & Communication*, 18, 35-49. <https://doi.org/10.3727/109830418X15180180585167>
- Becker, M. (1999). Patriarchy and inequality: towards a substantive feminism. *University of Chicago Legal Forum*, 1999(1). <http://chicagounbound.uchicago.edu/uclf/vol1999/iss1/3>
- Bertay, A. C., Dordevic, L., & Sever, C. (2020). Gender Inequality and Economic Growth: Evidence from Industry-Level Data [IMF Working Paper No. 20/119]. https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3658594
- Bokharaee, A. (2016). Analysis of the socio-cultural factors influencing gender inequality (the study of married women 20-49 years old in Isfahan) [Research]. *socio-cultural Development Studies*, 4(3), 59-82. <http://journals.sabz.ac.ir/scds/article-1-202-fa.html>
- <http://journals.sabz.ac.ir/scds/article-1-202-fa.pdf> [In Persian]
- Brynin, M. (2017). *The gender pay gap*. E. a. H. R. Commission. www.equalityhumanrights.com.
- Cohen, J. (1988). *Statistical Power Analysis for the Behavioral Sciences*. Routledge. <https://doi.org/https://doi.org/10.4324/9780203771587>
- Corbin, J. M., & Strauss, A. (1990, 1990/03/01). Grounded theory research: Procedures, canons, and evaluative criteria. *Qualitative Sociology*, 13(1), 3-21. <https://doi.org/10.1007/BF00988593>





<http://dx.doi.org/10.1037/pspp0000124>

Lam, L. W. (2012, 2012/09/01/). Impact of competitiveness on salespeople's commitment and performance. *Journal of Business Research*, 65(9), 1328-1334. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2011.10.026>

Lawrence, K. (2014). *The Socialization of Women and Its Effect on the Wage Gap Within the United States* [Portland State University]. Paper 97. <https://doi.org/10.15760/honors.52>.

MCTH (2020). *Iran Statistical Yearbook*. T. Ministry of Cultural Heritage, and Handicrafts <https://www.mcth.ir/documents/EntryId/424>

Michel, A. (1986). *Down with Stereotypes: Eliminating Sexism from Children's Literature and School Textbooks*. Unesco. <https://books.google.com/books?id=bL1kAAAAMAAJ>

Muñoz-Bullón, F. (2009, 2009/10/01/). The gap between male and female pay in the Spanish tourism industry. *Tourism Management*, 30(5), 638-649. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.tourman.2008.11.007>

OECD (2023). *Gender wage gap*. Organisation for Economic Co-operation and Development. Retrieved 24 January 2023 from <https://data.oecd.org/earnwage/gender-wage-gap.htm>

Oliver, X., & Sard, M. (2020, 2021/02/01). Gender Wage Gap in Hospitality. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 45(2), 345-372. <https://doi.org/10.1177/1096348020909423>

[news/stories/2020/9/explainer-everything-you-need-to-know-about-equal-pay](https://www.irs.gov/news/stories/2020/9/explainer-everything-you-need-to-know-about-equal-pay)

Grybaite, V. (2006, 2006/01/01). Analysis of theoretical approaches to gender pay gap. *Journal of Business Economics and Management*, 7(2), 85-91. <https://doi.org/10.1080/16111699.2006.9636127>

Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2017). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)* (2nd ed.). SAGE Publications.

ILO (1951). *Equal Remuneration Convention*.

ILO (2019). *Women in Business and Management: The Business Case for Change*. I. L. Organization. https://www.ilo.org/global/publications/books/WCMS_700953/langen/index.htm

Kar, M. (1994). *Women in the Iranian labor market* Roshangaran Publications. [In Persian]

Khastar, H. (2009). A Method for Calculating Coding Reliability in Qualitative Research Interviews. *Methodology of Social Sciences and Humanities*, 15(58), 161-174. http://method.rihu.ac.ir/article_418_e5a0c366f855eb221db4ee19e3fbb644.pdf [In Persian]

Kline, R. B. (2016). *Principles and Practices of Structural Equation Modeling* (4th, Ed.). The Guilford Press.

Kray, L. J., Howland, L., Russell, A. G., & Jackman, L. M. (2017). The Effects of Implicit Gender Role Theories on Gender System Justification: Fixed Beliefs Strengthen Masculinity to Preserve the Status Quo. *Journal of Personality and Social Psychology*, 112, 98-115. <https://doi.org/>

- Semali, L., & Shakespeare, E. (2014). Rethinking Mindscapes and Symbols of Patriarchy in the Workforce to Explain Gendered Privileges and Rewards. *International Education Studies*, 7(2), 37-53. <https://doi.org/10.5539/ies.v7n2p37>
- Stamarski, C., & Son Hing, L. (2015, 09/16). Gender inequalities in the workplace: The effects of organizational structures, processes, practices, and decision makers' sexism. *Frontiers in Psychology*, 6, 1400. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2015.01400>
- Stockard, J. (2006). Gender socialization. In *Handbook of the Sociology of Gender*. Springer. https://doi.org/https://doi.org/10.1007/0-387-36218-5_11
- Tomlinson, S. (2017). *3 reasons why ICT matters for gender equality*. The International Chamber of Commerce. <https://iccwbo.org/media-wall/news-speeches/3-reasons-ict-matters-gender-equality/>
- UNWTO (2019). *Global Report on Women in Tourism - Second Edition*. W. T. Organization. <https://doi.org/10.18111/9789284420384>
- Wetzels, M., & Odekerken, G. (2009, 03/01). Using PLS Path Modeling for Assessing Hierarchical Construct Models: Guidelines and Empirical Illustration. *Management Information Systems Quarterly-MISQ*, 33. <https://doi.org/10.2307/20650284>
- World Economic Forum (WEF) (2021). *Global Gender Gap Report* W. E. Forum. <https://www.weforum.org/reports/global-gender-gap-report-2021>
- World Economic Forum (WEF) (2022). *The Global Gender Gap Report*. W. E. Forum. <http://reports.weforum.org/globalgender-gap-report-2022>
- Pannilage, U. (2017, 04/23). A Socio-economic Analysis on the Gender Wage Gap Among Agricultural Laborers in Rural Sri Lanka. *American Academic Scientific Research Journal for Engineering, Technology, and Sciences*, 30(1), 338-350. https://asrjetsjournal.org/index.php/American_Scientific_Journal/article/view/2867
- Partoi, A. (2020). Gender pay gap, exploitation of women in the labor market. *Peace Mark*, 10. www.peace-mark.org/105-9
- Peterson, R. (2000, 08/01). A Meta-Analysis of Variance Accounted for and Factor Loadings in Exploratory Factor Analysis. *Marketing Letters*, 11, 261-275. <https://doi.org/10.1023/A:1008191211004>
- Rubery, J., & Koukiadaki, A. (2016). *Closing The Gender Pay Gap. A Review of the Issues, Policy Mechanisms and International Evidence* I. L. Office. https://www.ilo.org/gender/Informationresources/Publications/WCMS_540889/langen/index.htm
- Rwafa, U. (2016, 2016/01/02). Culture and Religion as Sources of Gender Inequality: Rethinking Challenges Women Face in Contemporary Africa. *Journal of Literary Studies*, 32(1), 43-52. <https://doi.org/10.1080/02564718.2016.1158983>
- Santos, L. D., & Varejão, J. (2007, 2007/06/01). Employment, Pay and Discrimination in the Tourism Industry. *Tourism Economics*, 13(2), 225-240. <https://doi.org/10.5367/000000007780823186>
- Sarkhel, S. (2017, 12/07). Patriarchy, parenthood and gender pay gap: evidence from Indian labor market. *International Journal of Growth and Development*, 1(1), S25-S25. <https://doi.org/10.25081/ijgd.2017.v1i1.26>