

## تابع عرضه خانه‌داری زنان متأهل در شهر تهران

وحید مهربانی<sup>۱</sup>

### چکیده

در نظریه اقتصادی متعارف، به تولید خانگی و خدمات ارائه‌شده در داخل خانوار چندان توجه نمی‌شود، زیرا آنچه در خانوارها تولید و مصرف می‌شود ارزش اقتصادی ندارد و در محاسبات ملی اقتصادی وارد نمی‌شود. این در حالی است که خانواده محل شکل‌گیری بسیاری از کالاها و خدمات ارزشمند است که در تعیین رفاه مردم جامعه نقشی برجسته دارند و زنان در کانون این بحث‌اند. از این رو، در این مقاله برای تحلیل فعالیت مهم و ارزشمندی با نام «خانه‌داری»، الگویی جایگزین ارائه می‌شود که با خصوصیات خانواده ایرانی کمی سازگارتر است. در این تحقیق، از روش پیمایشی و مطالعه میدانی استفاده شده است. روش جمع‌آوری اطلاعات مبتنی بر نمونه‌گیری تصادفی ساده از زنان متأهل و مراجعه به واحدهای انتخابی بوده است. بر این اساس، تابع عرضه خانه‌داری که از الگو به‌دست می‌آید، با استفاده از نمونه‌ای شامل ۴۰۹ زن متأهل ساکن شهر تهران با دست‌کم ۳۵ سال، براساس الگوی رگرسیونی سانسور شده، با در نظر گرفتن توزیع لجستیک برای جزء خطای رگرسیون و به روش حداکثر راست‌نمایی تخمین زده شده است. نتایج از این حکایت دارد که درآمد، آموزش، اشتغال و سن زنان و همچنین درآمد خانواده و مدت زندگی زناشویی همگی بر میزان خانه‌داری زنان اثر منفی دارند، اما تعداد فرزندان اثر مثبت را نشان می‌دهد.

### کلیدواژه‌ها

تخصیص زمان، تولید خانگی، خانه‌داری، درآمد، زنان.

## مقدمه و طرح مسئله

معمولاً گرایش مسلط در نظریه و مباحث اقتصادی به سمت فعالیت و تولید در بازارها بوده و همواره تحلیل و رصد نوسانات و سطح محصول مبادله شده در بازارها دغدغه اصلی اقتصاددانان را تشکیل داده است. همه برنامه ریزی‌ها و سرمایه‌گذاری‌هایی که صورت می‌گیرند در پی القای رونق به کسب‌وکارهای بازاری‌اند، زیرا یگانه‌معیار ارزیابی عملکرد اقتصادی جوامع همین میزان درگیربودن در فعالیت‌هایی است که خروجی آن‌ها از بازار عبور می‌کند.

معمولاً در محاسبات اقتصادی فقط حجم مبادلات (توافقات بین نیروهای تقاضا و عرضه) ملاک قضاوت و محاسبه قرار می‌گیرد، نه آنچه خارج از این محدوده است. این در حالی است که خانواده یک واحد اقتصادی مهم در هر جامعه‌ای محسوب می‌شود و منبع ایجاد محصولات مهم یا به میزان درخور توجه است. افراد جامعه یا به اصطلاح نیروهای مولد اقتصادی، که به خلق محصول مشغول‌اند، همگی اعضای خانوارهایی هستند که در آن‌ها محصولاتی تولید می‌شوند که نظام فکری اقتصادی کنونی آن‌ها را به حساب نمی‌آورد، زیرا از بازار عبور نمی‌کنند و لذا فاقد ارزش‌اند. اما چنین تمایزی میان محصولات تولیدشده در خانه، که با خانه‌داری ایجاد می‌شوند و محصولاتی که از نظر جامعه ارزش اقتصادی دارد، صرفاً یک پدیده مدرن است و آغاز آن به پیدایش نظام صنعتی برمی‌گردد. در بخش اعظم تاریخ سرمایه‌داری، خانواده واحد اصلی تولید اقتصادی بوده است؛ نه فقط پدر مزدبگیر، بلکه کل خانوار... اما دست کم تا سده بیستم از تقسیم میان خانواده و دنیای تولید کالا خبری نبود... به نقش زنان در خانواده ارج نهاده می‌شد، زیرا کار خانگی خانوار آشکارا بخشی جدایی‌ناپذیر از فعالیت تولیدی کل خانواده بود [۱، ص ۳۳]. اما ظهور نظام صنعتی در پیکره سرمایه‌داری مناسبات تولیدی و نقش‌های اجتماعی افراد را از هم جدا کرد و به اجتماعی‌شدن تولید انجامید. شکاف میان کار اجتماعی شده بنگاه‌های سرمایه‌داری و کار خصوصی زنان در خانه با شکاف میان زندگی شخصی ما و جایگاهمان در تقسیم اجتماعی کار ارتباطی نزدیک دارد. تا زمانی که خانواده واحدی تولیدی بر مبنای مالکیت خصوصی بود، اعضای آن زندگی خانوادگی و مناسبات شخصی خود را حاصل کاری می‌دانستند که برای یکدیگر انجام می‌دهند. اما با ظهور صنعت، پرولتاریا شدن سبب شد که تقریباً همه مردم (یا خانواده‌ها) از مالکیت مولد خویش جدا شدند. در نتیجه، کار و زندگی از هم جدا شدند [۱، ص ۳۴]. در این وضعیت، زنان خانه‌دار همچنان وظایف تولیدی خود در خانه مانند تهیه غذا، بچه‌داری، نظافت منزل و... را برعهده داشتند، اما کار آن‌ها به دلیل جداشدن فعالیت‌شان از تولید اجتماعی شده دیگر اعتبار گذشته را نداشت.

این تحول تاریخی در نظریه‌ها و متون اقتصادی نیز انعکاس یافت و محتوای آن‌ها را دستخوش تغییر کرد. قرن بیستم دوره‌ای از زمان بود که علم اقتصاد بسیار گسترش یافت و

نظریه پردازی در دانشگاه‌ها نهادینه شد. این بنای علمی در فضایی ساخته شد که میراث‌دار صنعتی‌شدن و نتایج آن بود؛ مانند طرز نگرش به کار زنان در خانه. در چنین فضای فکری، آنچه اهمیت داشت عبارت بود از عرضه کار در بازار به منظور تولید محصول و نه عرضه کار در خانه برای گذران زندگی و استراحت. از این رو، تحلیل‌های نظری و البته تجربی به بررسی رفتار بازاری معطوف شدند و در مقابل، فعالیت‌های افراد در محل زندگی نادیده انگاشته شدند. به بیان دیگر، تغییر طرز نگرش در مورد ارزش‌آفرینی اقتصادی موجب شد اقتصاددانان در الگوهایی که ارائه می‌کنند جایی را برای لحاظ کار خانگی باز نکنند و صرفاً به فعالیت‌های رسمی در بازار توجه کنند.

اهمیت کار زنان در خانه یا به تعبیری خانهداری ایجاب می‌کند که به‌طور خاص این موضوع بررسی شود. در ساختار سنتی خانواده-مرد نان‌آور، زن خانه‌دار-میزان زمانی که زن به کار در خانه اختصاص می‌دهد بعضاً بیش از مقدار زمانی است که شوهر در بیرون از خانه و برای کسب درآمد صرف می‌کند. علاوه بر این، میزان محصول تولیدشده در خانه نیز آن‌قدر درخور توجه است که نتوان ارزش خانهداری را نادیده گرفت؛ مثلاً، ایزنر (۱۹۸۸) دریافت که ارزش تولیدات خانگی در ایالات متحده آمریکا بیش از یک‌سوم تولید ناخالص ملی است [۹]. معنای این یافته چنین است که اگر تولیدات خانگی نیز در محاسبات اقتصادی ملی در نظر گرفته شود، تولید ملی بیش از ۳۰ درصد افزایش می‌یابد. البته این نرخ ممکن است در طول زمان و در جوامع مختلف متفاوت باشد، اما کلیت و حقیقت موضوع باقی خواهد بود. از این گذشته، مطالعات مختلف و مشاهده‌های گذرا نشان می‌دهند که نوعی تضاد میان کار زنان در بازار اشتغال و در خانه وجود دارد؛ به گونه‌ای که اختصاص زمان بیشتر به یکی معادل با تخصیص زمان کمتر به دیگری است. با این وصف، شناسایی عوامل مؤثر بر کار خانگی زنان به تشخیص نحوه تعامل میان بازار و خانه و تقسیم زمان و انرژی بین این دو نیز کمک می‌کند. این مسائل برخی اقتصاددانان را واداشت که در این زمینه الگوهایی را ارائه کنند تا تخصیص زمان به امور منزل را نیز در قالب رفتار کلی فرد یا خانوار در عرصه اقتصاد بگنجانند. بکر (۱۹۶۵) از پیشگامان در این عرصه است [۴]. او تلاش کرد تخصیص زمان را به همه فعالیت‌های غیرشغلی گسترش دهد. این اقدام زمینه‌ای را در علم اقتصاد به وجود آورد که به «اقتصاد جدید خانواده»<sup>۱</sup> موسوم است. از آن پس بود که تحلیل‌های ارائه‌شده میزان زمان تخصیص‌یافته به تولیدات خانگی و عرضه کار در منزل را لحاظ کردند.

مقاله پیش‌رو نیز در امتداد مطالعات مرتبط با عرضه کار درون خانوار است، اما از آنجا که به‌طور سنتی کارهای داخل خانه برعهده زنان قرار دارد و در صورت متأهل بودن آن‌ها شرایط خاصی بر الگوی تقسیم وظایف و جنسیتی کار حاکم می‌شود، تمرکز مقاله بر ارائه الگویی

مستقل و استخراج تابع عرضه کار زنان متأهل در خانه است تا از این طریق عوامل تعیین‌کننده خانه‌داری مشخص شوند. با این وصف، سؤال محوری این تحقیق چنین است که مهم‌ترین عوامل توضیح‌دهنده رفتار زنان در رابطه با خانه‌داری چیست؟ آنچه بر ضرورت انجام این مطالعه می‌افزاید، فقدان شواهد مرتبط با عوامل مذکور در ایران است. این کار تصویر روشن‌تری از ارتباط میان شرایط اقتصاد و فضای داخل خانوار ارائه خواهد داد و به اتخاذ سیاست مناسب اقتصادی-اجتماعی کمک شایانی خواهد کرد.

## مبانی نظری

نظریه متعارف اقتصاد خرد در ارتباط با تحلیل رفتار عرضه کار، که به الگوی نئوکلاسیکی انتخاب کار- فراغت<sup>۱</sup> موسوم است، فرض می‌گیرد که یک فرد از مصرف کالاها و فراغت مطلوبیت کسب می‌کند [۷]. تمایز این الگو با آنچه بعدها در طول تطور آن شکل گرفت در کالاهایی که مصرف می‌شوند و اشکال مختلف صرف زمان است. در الگوی سنتی، کالاهای مطلوبیت‌زا آنهایی بودند که از بازار خریداری می‌شدند و کل زمان موجود نیز فقط بین فراغت و کار در بازار برای کسب درآمد (دستمزد) تقسیم می‌شد. اما این الگو ضعفی مهم داشت، زیرا فرض بر این بود که آنچه افراد مصرف می‌کنند صرفاً از بازار خریداری می‌شود. این در حالی است که افراد همه نیازهای مصرفی‌شان را از بازار تأمین نمی‌کنند، بلکه برخی محصولات را درون خانواده ایجاد می‌کنند و سپس به مصرف می‌رسانند. به عبارت دیگر، مصرفی که افراد از کالاهای تولیدشده در خانه انجام می‌دهند در الگوهای قدیمی منشأ مطلوبیت نبودند، بنابراین در تابع مطلوبیت افراد قرار نمی‌گرفتند. مشاهده این ضعف بعضی از اقتصاددانان را بر آن داشت با گنجاندن تولید خانگی در الگو، رفتار تصمیم‌سازی فرد را کامل‌تر کنند. استدلال پشت این دیدگاه چنین است که بخشی از کالاهای خریداری‌شده از بازار از سوی مصرف‌کنندگان، در واقع نهاده‌هایی برای تولید کالاها در درون خانوارند و این کالاهای اخیر نیز خود منشأ مطلوبیت قرار می‌گیرند [۲۳]. بر این اساس، برخی اقتصاددانان این‌گونه کالاهای تولیدشده و البته مصرف‌شده در خانه را نیز منشأ مطلوبیت دانسته و در قالب نظریه تقاضا یا کردار مصرف‌کننده تحلیل کرده‌اند.

این موضوع کاملاً بدیهی است. به‌طور خاص، زنان متأهل کالاهایی مانند سبزیجات، حبوبات، ادویه، نان، گوشت و... را از بازار می‌خرند تا با ترکیب آن‌ها طی فرایندی غذا بپزند و همه اعضای خانواده آن را مصرف کنند. در واقع، آن کالاهایی که از بازار خریداری شدند به‌منزله نهاده محسوب می‌شوند و غذا به‌مثابه یک محصول تولیدشده (در خانه) به حساب می‌آید. این

1. neoclassical model of labor-leisure choice

فرایند تولید خانگی را نیز می‌توان دقیقاً مشابه با توابع تولید رایج در اقتصاد تعریف کرد. با این وصف، ناگزیریم کل زمان موجود را به سه جزء تفکیک کنیم: فراغت، کار در بازار و کار در خانه (خانه‌داری). این چیزی است که در الگوی متعارف نادیده گرفته شده بود و پیشرفت به‌وجود آمده در الگو سعی در لحاظ آن نمود.

چنین پیشرفتی در نیمه دوم قرن ۲۰ و با کار برجسته و خط‌شکن بکر (۱۹۶۵) آغاز شد و بعدها دیگران هم آن را بسط دادند. بکر یک خانوار را به منزله یک «کارخانه کوچک» در نظر گرفت که به ترکیب کالاهای بازاری، مواد خام و نیروی کار (زمان) می‌پردازد تا نظافت، تولید مثل، طبخ غذا و سایر محصولات مورد نیاز در خانواده را تأمین کند. در اینجا بود که تخصیص زمان به طیف گسترده‌ای از فعالیت‌ها فراتر از کار در بازار در نظر گرفته شد. این تحول به‌منزله نظریه جدیدی برای رفتار مصرف‌کننده انگاشته شد که در قالب آن مطلوبیت خانواده یا فرد برحسب تولیدات درون خانوار تعریف می‌شود و زمان نیز علاوه بر کار بازاری طیفی از فعالیت‌های تولیدی داخل خانه را شامل می‌شود [۲۲]. اقتصاد جدید خانواده، که از آن پس مطرح شد، تأکید بر این موضوع دارد که زمان اعضای مختلف خانواده، منبع کمیاب اصلی آن‌هاست و این فرض را که خانواده‌ها صرفاً مصرف‌کننده آن چیزی‌اند که خریداری می‌کنند با این فرض جانشین می‌کند که خانواده‌ها کالاهایی را با صرف زمان و کالاها و خدمات خریداری شده (از بازار) در جایگاه نهاده، تولید و سپس مصرف می‌کنند [۵].

گروناو (۱۹۷۷ و ۱۹۸۰) مطلوبیت فرد را به صورت تابعی از فراغت و مصرف کالاهای بازاری و خانگی در نظر گرفت و توانست تابع کار خانگی را معرفی کند؛ درحالی‌که بکر در ذیل بحث خود به چنین کاری مبادرت نکرده بود. گروناو (۱۹۸۰) کار خانگی را به صورت تابعی منفی از دستمزد و تابعی مثبت از عوامل مؤثر بر بهره‌وری نهایی خانگی تصریح کرد [۱۱]. بریانت و زیگ (۲۰۰۶) نیز از رویه گروناو تبعیت کردند و کالاهای بازاری و خانگی را جانشین کامل در نظر گرفتند. ویژگی مهم الگوی آن‌ها این است که سایر منابع درآمدی (درآمد غیر از کار در بازار) اثر معینی بر میزان عرضه کار خانگی ندارد و به وضعیت اولیه در تخصیص زمان و ترکیب کالاها و فراغت بستگی دارد [۸]. سولبرگ و ونگ (۱۹۹۲) الگوی نئوکلاسیکی گروناو را بسط دادند تا زمان مربوط به سفر کاری را هم به سه نوع زمان قبلی اضافه کنند. الگوی آن‌ها واجد این ویژگی بود که زمان اختصاص داده‌شده به تولید خانگی صرفاً براساس نرخ دستمزد توضیح داده می‌شود، نه درآمد غیرکاری [۲۶].

پیدایش این دست مطالعات منجر به آن شد که تحلیل عرضه کار از بازار اشتغال فراتر رود و مفهوم دیگری به متون اقتصادی وارد شود و آن عرضه کار در خانه یا به‌طور ساده‌تر خانه‌داری است. بی‌شک، بنا بر اهمیت خانه‌داری در رفاه اقتصادی و ایجاد فضای آسایش و

آرامش برای اعضای خانواده، تحلیل این موضوع و شناسایی عوامل مؤثر بر آن باید مورد توجه ویژه قرار گیرد. بر این اساس، در این مقاله نیز سعی می‌شود از منظری متفاوت به این مسئله پرداخته شود.

## چارچوب نظری

دستاورد پیشرفت حاصل در الگوی تخصیص زمان یا انتخاب کار- فراغت، افزوده‌شدن تولید خانگی و زمان متعلق به آن است. در الگوی سنتی، زمان مربوط به فعالیت در بازار کار به‌منزله اشتغال در نظر گرفته می‌شد و هر آنچه جز این بود را فراغت<sup>۱</sup> تلقی می‌کردند. ظاهرشدن فراغت و نه اشتغال در تابع مطلوبیت گواه بر این است که فقط فراغت مطلوبیت‌زاست و اشتغال ناخوشایند است. بنابراین، همه فعالیت‌های غیربازاری، که با کسب دستمزد همراه نیستند، به‌منزله فراغت لحاظ شده‌اند و لذا خوشایندند. اما پرسش بسیار مهم این است که آیا همه فعالیت‌هایی که بابت آن‌ها پرداختی صورت نمی‌گیرد واقعاً نامطبوع‌اند و باید آن را فراغت یا استراحت در نظر گرفت؟ قاعدتاً این‌گونه نیست.

فعالیت‌هایی که لازم است انسان انجام دهد تا از سلامت جسمی و روانی برای ادامه زندگی برخوردار شود صرفاً به کار در بازار (اشتغال) محدود نمی‌شود، بلکه فعالیت‌هایی از قبیل شست‌وشوی لباس، ظرف و خودرو، پاکیزه نگاه داشتن منزل، آماده‌سازی غذا، تعمیرات داخل خانه، بچه‌داری و بسیاری از اقدامات مشابه دیگر را نیز شامل می‌شود. به چنین فعالیت‌هایی می‌توان نام خانه‌داری<sup>۲</sup> را اطلاق کرد. انجام‌دادن این فعالیت‌ها مستلزم صرف زمان و انرژی است؛ درحالی‌که بابت آن دستمزدی دریافت نمی‌شود. به عبارت دیگر، خانه‌داری یکی از اجزای سه‌گانه کل زمان در اختیار فرد به‌خصوص زنان را تشکیل می‌دهد؛ به‌طوری‌که یک ویژگی را از کار بازاری اقتباس می‌کند- که همانا سعی و تلاش و اتلاف انرژی است- و ویژگی دیگری را از فراغت می‌گیرد و آن عبارت است از عدم کسب درآمد (دستمزد). یک زن خانه‌دار در امور مختلف خانه‌داری تلاش (کار) و خود را خسته و فرسوده می‌کند، اما در قبال آن مزدی دریافت نمی‌کند. از این‌رو، نادیده‌گرفتن خانه‌داری زنان به کم‌رنگ کردن نقش اقتصادی آن‌ها در جامعه منجر می‌شود.

در این قسمت، تلاش می‌شود امر مهم خانه‌داری در قالب الگوی تصمیم‌سازی فرد قرار گیرد. اما این کار یک تمایز بسیار روشن با سایر الگوهای ارائه‌شده دارد. به این ترتیب که رفتار یک زن متأهل به‌طور خاص تحلیل می‌شود. در همه الگوهای معرفی‌شده در قسمت قبل، فقط رفتار تصمیم‌سازی یک فرد نوعی، فارغ از جنسیت و وضعیت زناشویی، تحلیل می‌شد، اما در

1. leisure  
2. housework

الگویی که ارائه خواهد شد بر ویژگی زن بودن و متأهل بودن تأکید می‌شود. دلیل تمرکز بر رفتار زنان به جای مردان این است که خانه‌داری به‌طور سنتی در همه جوامع و اعصار عمدتاً برعهده زنان بوده است. البته از اینکه بگذریم، نظریه چانه‌زنی و سرمایه انسانی هم، جدا از الگوی سنتی خانواده، یعنی مرد نان‌آور- زن خانه‌دار، به طریقی متفاوت این موضوع را توضیح می‌دهند؛ مثلاً، نظریه چانه‌زنی با اشاره به سهم درآمدی بزرگ‌تر شوهران و لذا قدرت چانه‌زنی بالاتر آنها در مقایسه با زنان و نظریه سرمایه انسانی با اتکا به مفهوم بهره‌وری بیشتر مردان در بازار کار در مقایسه با زنان، چنین شیوه تقسیم کار در درون خانوار را توضیح می‌دهند [۲۸، ص ۷۹]. همچنین، دلیل توجه به ویژگی متأهل بودن این است که زنان واجد این خصوصیت بیشتر از زنان مجرد به خانه‌داری می‌پردازند و از این رو بحث در مورد خانه‌داری زنان متأهل بیشتر محل ابتلاست. سوئ و اسپیتز [۲۷] و کورمن و واندرینک [۲۰] آماری را در حمایت از خانه‌داری بیشتر زنان متأهل در مقایسه با زنان مجرد ارائه می‌دهند. با این توضیحات مقدماتی، الگوی مورد نظر در ذیل ارائه می‌شود.

فرض می‌شود که مطلوبیت زن ( $U^f$ ) تابعی از درآمدش ( $Y_f$ ) و کالاهای تولیدشده در خانه ( $G$ ) است. کالاهای خانگی که با فعالیت خانه‌داری تولید می‌شوند جنبه عمومی دارند؛ یعنی برای اعضای خانوار کالای عمومی<sup>۱</sup> محسوب می‌شوند. از این رو، تابع مطلوبیت زن متأهل بدین صورت تعریف می‌شود:

$$U^f = U^f(y_f, G) \quad (1)$$

این تابع مطلوبیت همه ویژگی‌های مرسوم را دارد؛ یعنی مشتق اول (دوم) آن نسبت به هر متغیر مثبت (منفی) است. خصوصیت منفی بودن مشتق دوم بر مطلوبیت نهایی نزولی دلالت دارد. اکنون قیود پیش روی زن در فرایند تصمیم‌سازی توضیح داده می‌شود.

از آنجا که فراغت بحث تعیین‌کننده‌ای نیست، در الگو لحاظ نمی‌شود. بنابراین، به فرض کل زمان موجود ( $T$ ) برای زن و شوهر به دو بخش اختصاص می‌یابد: کار در بازار ( $L$ ) و خانه‌داری ( $H$ ). البته این اغماض از فراغت چندان دور از واقعیت هم نیست، زیرا بسیاری از افراد و خانوارها وجود دارند که دست‌کم عمده زمان خود را یا در اشتغال به سر می‌برند یا در خانه به کار می‌پردازند. درعین حال، بکر (۱۹۹۳) نیز در تحلیلی از چنین رویه‌ای در تقسیم کار استفاده کرده است. پس قید زمان بدین صورت ارائه می‌شود که در آن  $m$  نماد مرد و  $f$  نماد زن است.

$$T = L_i + H_i \quad i = m, f \quad (2)$$

جزء مهم بحث مشخص کردن درآمدی است که زن به دست می‌آورد. با توجه به اینکه زن

می‌تواند بخشی از زمان در اختیار خود را صرف کار در بیرون از منزل کند، قسمتی از درآمد او با عرضه کار معین می‌شود؛ به طوری که به ازای هر واحد زمان عرضه شده در بازار اشتغال، نرخ دستمزد  $W_f$  را کسب می‌کند. او علاوه بر این، منابع درآمدی دیگری نیز دارد که با  $V$  نشان داده می‌شود. چون طبق سنت رایج در ایران و البته بسیاری از جوامع دیگر، زن از شوهرش درآمدی را اخذ می‌کند؛ مثلاً با عنوان نفقه. از این رو، فرض می‌شود که سایر منابع درآمدی برای زن قسمتی از درآمد شوهر از بازار کار است. این موضوع با یافته‌های جونز (۱۹۸۳) در مطالعه برداشت برنج در شمال کامرون نیز قرابت دارد که زنان از شوهرانشان بابت کارکردن مبلغی را به صورت نقدی یا کالایی دریافت می‌کنند [۱۵]. بنابراین، قیود درآمدی زن بدین صورت ارائه می‌شوند:

$$y_f = w_f \cdot L_f + V \quad (۳)$$

$$V = \alpha \cdot y_f = \alpha \cdot w_m \cdot L_m \quad (۴)$$

در رابطه ۴،  $\alpha$  همان نسبتی از درآمد شوهر ( $W_m, L_m$ ) است که نصیب زن می‌شود. اکنون فقط یک قید باقی می‌ماند که به تولید درون خانوار مربوط می‌شود و مراد از آن در مفهومی کلی همانا خانه‌داری است. کالایی که در خانه ایجاد می‌شود محصولی است که زوجین با همکاری هم آن را تولید می‌کنند. بنابراین، تابع تولید  $G$  در ذیل معرفی می‌شود.

$$G = G(H_f, H_m) \quad (۵)$$

طبق رابطه ۵، مدت زمانی که مرد و زن به خانه‌داری می‌پردازند، در واقع نهاده‌ای است در تولید محصول خانگی. مشتق اول و دوم این تابع نسبت به نهاده‌ها به ترتیب مثبت و منفی است. منفی بودن مشتق دوم بر نزولی بودن محصول نهایی دلالت دارد. این ویژگی اهمیت زیادی در تحلیل دارد.

با کامل شدن روابط میان متغیرهای مختلف الگو، می‌توان مسئله زن متأهل را حل کرد. او قصد دارد مطلوبیت خود (رابطه ۱) را با توجه به قیود پیش رویش حداکثر کند. با این وصف، رابطه‌های ۲ تا ۵ در تابع مطلوبیت (۱) جای‌گذاری شده و بدین صورت بازنویسی می‌شود:

$$U^f(w_f \cdot L_f + \alpha \cdot w_m \cdot L_m, G(T - L_f, T - L_m)) \quad (۶)$$

از رابطه ۶ یک بار نسبت به  $L_f$  و یک بار نسبت به  $L_m$  مشتق گرفته و برابر با صفر قرار داده می‌شود. شرایط مرتبه اول بدین صورت به دست می‌آیند:



$$U_{H_f} \cdot w_f - U_G \cdot G_{H_f} = 0 \quad (7)$$

$$U_y^f \cdot \alpha \cdot w_m - U_G^f \cdot G_{H_m} = 0 \quad (8)$$

f

با تقسیم ۷ بر ۸ و اندکی جابه‌جایی شرط تعادل حاصل می‌شود:

$$\frac{w_f}{\alpha \cdot w_m} = \frac{G_{H_f}}{G_{H_m}} \quad (9)$$

با توجه به شرط تعادل (۹)، می‌توان تحلیل ایستای مقایسه‌ای را انجام داد. بدین منظور، تابع عرضه خانهداری معرفی می‌شود که در آن علامت روی هر متغیر بیان‌گر جهت اثرگذاری متغیر مزبور بر میزان خانهداری است:

$$H_f = H_f \left( \begin{matrix} - & + & + \\ w_f, w_m, \alpha \end{matrix} \right) \quad (10)$$

ابتدا اثر کاهش دستمزد زن در بازار اشتغال بررسی می‌شود. درحالی‌که دستمزد مرد و محصول نهایی خانگی او ثابت است. در این صورت، باید محصول نهایی خانهداری زن ( $G_{H_f}$ ) کاهش یابد تا تعادل برقرار شود. اما این تغییر در شرایطی رخ خواهد داد که عرضه خانهداری زن افزایش پیدا کند، زیرا محصول نهایی تولید خانگی نزولی است. بنابراین، ملاحظه می‌شود که هر تغییر در متغیر برون‌زای نرخ دستمزد زن با تغییری در جهت مخالف برای متغیر درون‌زای خانهداری زن همراه می‌شود. پس می‌توان عرضه خانهداری زنان را تابعی منفی از دستمزد آن‌ها در بازار کار دانست. گروناو (۱۹۸۰) نیز به نتیجه‌گیری مشابه با این رسیده بود اما شواهدی که او بدان دست یافته بود از لحاظ آماری معنادار نبود [۱۱]. توضیح چرایی این رابطه ساده است. وقتی زنان با افزایش عایدی خود در بازار کار مواجه شوند، انگیزه‌شان برای حضور در خارج از خانه و کار کردن برای کسب درآمد بیشتر می‌شود. از آنجا که این امر به اختصاص زمان بیشتر برای اشتغال منجر می‌شود، به‌ناچار باید زمان تخصیص‌یافته به خانهداری کاهش یابد. از معدود شواهد حامی این رابطه را کنگ و لین (۲۰۰۵) ارائه کردند [۱۹]. آن‌ها دریافتند که هرچه درآمد (بازاری) زنان زیاد می‌شود، تقاضای خانوار برای غذاهای خارج از خانه نیز افزایش می‌یابد؛ به عبارت دیگر، عرضه خانهداری (آماده‌سازی غذا) کاهش پیدا می‌کند.

با اینکه الگو بیان‌گر اثر منفی دستمزد زنان بر خانهداری آن‌هاست، برخی اقتصاددانان

رابطه علیت میان این دو متغیر را در جهت مخالف، یعنی اثر منفی خانه‌داری بر دستمزد، بررسی کرده‌اند [۱۴؛ ۱۵]. البته باید متذکر شد که با توجه به درون‌زایی میزان عرضه خانه‌داری و برون‌زایی دستمزد، پذیرش رابطه علی از سمت خانه‌داری به دستمزد کمی دشوار است.

بعد دیگر تحلیل موضوع، اثر دستمزد مرد است. با فرض ثابت‌ماندن دستمزد زن و محصول نهایی خانگی مرد، اگر دستمزد شوهر افزایش یابد، براساس رابطه ۹، باید محصول نهایی خانه‌داری زن کاهش پیدا کند. این امر محقق نمی‌شود مگر با افزایش خانه‌داری از سوی زن، زیرا محصول نهایی خانگی برحسب خانه‌داری زن نزولی است. بنابراین، ملاحظه می‌شود که خانه‌داری زنان تابعی مثبت از دستمزد (درآمد) شوهران است. برای توضیح این رابطه می‌توان از نظریه چانه‌زنی استفاده کرد تا رابطه بین درآمد شوهر و خانه‌داری زن را تبیین کرد. طبق این نظریه، قدرت چانه‌زنی در داخل خانوار به درآمدی که زوجین کسب می‌کنند بستگی دارد [۲۱]. همسری که سهم بزرگ‌تری از درآمد خانواده را دارد قدرت چانه‌زنی بیشتری در روابط زناشویی دارد و برای اجتناب از کار پرزحمت و ناخوشایند درون خانوار قدرت بالاتری دارد. بنابراین، هرچه درآمد مرد بیشتر باشد، انتظار می‌رود بیشتر بار مسئولیت درون خانه یا به عبارتی خانه‌داری بر دوش زن بیفتد.

سومین مؤلفه هنده تغییرات خانه‌داری زنان، سهم آن‌ها از درآمد شوهر ( $\alpha$ ) است که مستقیماً عایدشان می‌شود. در اینجا، طیفی از عوامل را می‌توان در نظر گرفت که بر میزان زمان تخصیص یافته به خانه‌داری مؤثرند. سهم زنان از درآمد شوهر آثاری مشابه با دستمزد مردان است؛ یعنی خانه‌داری تابعی مثبت از آن است. از این رو، هر عاملی که سبب انتقال بخش بزرگ‌تری از درآمد شوهر به زن شود، میزان عرضه خانه‌داری از سوی زن را افزایش می‌دهد. بنابراین، عواملی که در  $\alpha$  جای می‌گیرند ممکن است بسیار متنوع باشند که شاید شناسایی و احصای آن‌ها بعضاً ناممکن باشد.

## روش‌شناسی تحقیق

روش‌شناسی استفاده شده در این تحقیق از نوع استدلال قیاسی است. به این معنا که تابع عرضه خانه‌داری مستخرج از چارچوب نظری، که بر پایه فروض معین ساخته شده است، با رجوع به داده‌ها برآورد می‌شود و براساس شواهد مبتنی بر آن از بحث نتیجه‌گیری و رهنمودهایی ارائه می‌شود. در این راستا، از روش پیمایشی به صورت مطالعه‌ای میدانی از واحدهای تحلیل، که همانا زنان متأهل‌اند، استفاده می‌شود. روش جمع‌آوری اطلاعات بر نمونه‌گیری تصادفی ساده و مراجعه به واحدهای انتخابی مبتنی است. ابزار جمع‌آوری اطلاعات نیز پرسش‌نامه است. شناسایی عوامل مؤثر بر عرضه خانه‌داری به روش تحلیل

رگرسیون انجام می‌شود که مبتنی بر داده‌های برآمده از نمونه است. بنابراین، آزمون معناداری ضرایب رگرسیونی و بررسی علامت آن‌ها اساس تحلیل آماری در این مطالعه را تشکیل می‌دهد.

### یافته‌های تحقیق

به منظور برآورد تابع عرضه خانه‌داری یا همان رابطه ۱۰، یک نمونه از زنان متأهل مورد استفاده قرار می‌گیرد. جامعه آماری عبارت است از زنان متأهل ساکن در شهر تهران که دست کم ۳۵ سال دارند. به منظور تعیین حجم نمونه، ابتدا باید تعداد اعضای جامعه آماری شناسایی شود. براساس اطلاعات به دست آمده از سالنامه آماری استان تهران، که مرکز آمار ایران [۲] منتشر کرده است، جمعیت زنان شهری کل استان در آبان ۱۳۹۰ برابر با ۵ میلیون ۶۳۶ هزار و ۶۹۴ نفر بوده است که تعداد ۴ میلیون و ۱۳۹ هزار و ۶۶ نفر آن‌ها در شهر تهران ساکن بوده‌اند. از این‌رو، نسبت زنان ساکن شهر تهران به کل استان برابر با ۷۳ درصد است. با توجه به اینکه جمعیت زنان متأهل حداقل ۳۵ ساله در استان یک میلیون و ۷۲۶ هزار و ۵۴۵ نفر است، برآورد می‌شود که تعداد این دسته از زنان در شهر تهران تقریباً برابر با یک میلیون و ۲۶۰ هزار و ۳۷۷ نفر باشد. حال برای تعیین حجم نمونه از مطالعه اسرائیل [۱۶] استفاده می‌شود. او نشان داد که براساس فرمول کوکران، اگر جمعیت جامعه آماری بیش از ۱۰۰ هزار عضو باشد، با خطای نمونه‌گیری ۵ درصد و سطح اطمینان ۹۵ درصد، به ۴۰۰ مشاهده نیاز است. با این وصف، چون جامعه آماری این تحقیق نیز بیش از ۱۰۰ هزار عضو دارد، نمونه‌ای تصادفی مشتمل بر ۴۰۹ زن از سراسر نقاط در مناطق بیست و دوگانه شهر تهران انتخاب شد. پرسش‌نامه استفاده شده که محقق تنظیم کرد، حاوی سؤالات مختلف مرتبط با خصوصیات شخصی زنان و شوهران و خانواده‌هایشان بود. از آنجا که اطلاعات مورد نظر کاملاً به صورت کمی قابل استخراج بود و پرسش‌نامه جنبه کیفی نداشت، انجام دادن آزمون روایی موضوعیتی ندارد. به بیان واضح‌تر، به منظور کسب اطلاعات در رابطه با ویژگی‌های مختلف زنان و خانوارهایشان از سؤالات حاوی گویه‌های مختلف استفاده نشده است، بلکه از پرسش‌شوندگان درخواست شد تا مقدار دقیق هر متغیر مورد نیاز را با یک عدد مشخص کنند؛ مانند میزان درآمد، تعداد ساعات اشتغال یا کار در خانه. از این‌رو، ضرورت و امکان انجام دادن آزمون پایایی و روایی وجود ندارد. جمع‌آوری این اطلاعات در فروردین ۱۳۹۱ تکمیل شد. آمار توصیفی برخی از ویژگی‌های مهم زنان نمونه در جدول ۱ ارائه شده است.

جدول ۱. آمار توصیفی زنان متأهل نمونه در شهر تهران

متغیرها	میانگین	میانه	حداکثر	حداقل	انحراف معیار
سن ازدواج	۲۱٫۰۵	۲۱	۳۹	۱۰	۵٫۱
درآمد* (۱۰ هزار ریال)	۲۴۶٫۴	۰	۷۰۰۰	۰	۵۳۱٫۷
آموزش (تعداد سال)	۱۱٫۶	۱۲	۲۲	۰	۴٫۹
سن	۴۶٫۳	۴۶	۷۰	۳۴	۷٫۵
طول دوره خانواده	۲۵٫۲	۲۵	۵۲	۰	۹٫۵
تعداد فرزند	۲٫۴	۲	۶	۰	۱٫۱
خانه‌داری (ساعت در روز)	۶٫۸۴	۶	۱۶	۰	۳٫۲
اشتغال (ساعت در هفته)	۱۴٫۷	۰	۷۲	۰	۲۱٫۷

\* درآمد زنانی که شاغل نیستند صفر در نظر گرفته شده است.

منبع: یافته‌های تحقیق

در برآورد تابع ۱۰، از تعداد ساعت‌های کار خانگی زنان به‌منزله متغیر وابسته استفاده می‌شود. درواقع، میزان زمان تخصیص یافته به فعالیت‌های داخل خانوار به‌مثابه مقدار خانه‌داری در نظر گرفته شده است. دو متغیر مهم الگو، دستمزد زنان و مردان در بازار کار بودند که به جای آن‌ها از درآمد استفاده می‌شود، زیرا همه افراد مزدبگیر نیستند که بتوان آمار آن را به‌دست آورد. درآمد می‌تواند جانشینی مناسب برای دستمزد باشد. عامل دیگر، ضریب  $\alpha$  در تابع ۱۰ است که همان‌طور که پیش‌تر بدان اشاره شد، می‌توان مجموعه‌ای از عوامل را در ذیل آن معرفی کرد. یک عامل بسیار مهم در این رابطه می‌تواند تعداد فرزندان باشد. چون زن باید با استفاده از منابع مالی، خانواده و فرزندان را مدیریت و لوازم مورد نیاز آن‌ها را خریداری کند، بنابراین انتظار می‌رود هرچه تعداد فرزندان بیشتر باشد، درآمد بیشتری نیز به زن انتقال یابد ( $\alpha$  بزرگ‌تر می‌شود). از طرفی، تأثیر  $\alpha$  بر خانه‌داری مثبت است. از این‌رو، انتظار داریم تعداد فرزندان اثر مثبتی بر میزان خانه‌داری زنان داشته باشد. مطالعات برخی محققان نیز از این موضوع حمایت می‌کند [۱۱؛ ۱۳].

علاوه بر درآمد مردان و زنان و تعداد فرزندان خانوار، از برخی عوامل دیگر به‌منزله متغیر توضیحی (مستقل) استفاده می‌شود تا الگو کامل‌تر شود و حتی‌الامکان از تعداد بیشتری از عوامل توضیح‌دهنده خانه‌داری استفاده شود تا بدین ترتیب تصویر واقع‌بینانه‌تری از موضوع ارائه شود. از جمله این عوامل می‌توان به آموزش اشاره کرد. آموزش، طبق نظریه سرمایه انسانی، از عواملی است که بهره‌وری افراد در بازار کار را افزایش می‌دهد [۳]. بر این اساس، زنی که تحصیلات بالاتری دارد، امکان کسب دستمزد (درآمد) بالاتری در بازار کار دارد و بنابراین انتظار می‌رود آموزش زنان نیز همانند دستمزدشان تأثیر منفی بر میزان خانه‌داری بگذارد. هرش و استراتون [۱۳] و اشنايدر [۲۵] به شواهدی از اثر منفی آموزش زنان بر میزان خانه‌داری آن‌ها دست یافتند. همچنین، پارک و کپس دریافتند که احتمال خرید غذاهای آماده

با سطح آموزش مدیر خانوار زیاد می‌شود [۲۴]؛ یعنی تمایل به خانهداری (طبخ غذا در منزل) از سطح آموزش زنان تأثیر منفی می‌پذیرد. در مطالعه حاضر، از تعداد سال‌های تحصیل زنان به‌منزله متغیر آموزش استفاده می‌شود.

وضعیت اشتغال زنان متغیر دیگری است که در جایگاه متغیر کنترل قرار می‌گیرد. احتمال دارد زنان شاغل به دلیل محدودیت بیشتر زمان و خستگی ناشی از کار در بیرون منزل، زمان کمتری را صرف خانهداری کنند. یکی از نتایج تحقیق هرش و استراتون اثر منفی ساعات کار بازاری زنان بر میزان کار خانگی بود [۱۳]. برای اندازه‌گیری وضعیت اشتغال از دو متغیر استفاده می‌شود. یکی متغیر مجازی اشتغال است که در صورت شاغل بودن (نبودن) زن مورد نظر مقدار یک (صفر) به آن داده می‌شود و متغیر دیگر اشتغال بر حسب تعداد ساعت کار در هفته سنجش می‌شود.

سن زنان و طول مدت زندگی زناشویی نیز ممکن است از عوامل تعیین‌کننده باشند. دلیل انتخاب این عوامل این است که امکان دارد در طول زمان الگوی تخصیص زمان و تقسیم وظایف در درون خانوار تغییر کند؛ مثلاً ممکن است زنان شاغل در سنین بالا به مرحله بازنشستگی برسند و زمان بیشتری را صرف خانهداری کنند. لحاظ کردن این عوامل در الگو می‌تواند حاوی اطلاعات مفیدی باشد.

تابع عرضه خانهداری زنان متأهل شهر تهران براساس الگوی رگرسیونی سانسور شده<sup>۱</sup> و انتخاب توزیع لاجستیک<sup>۲</sup> برای جزء خطای رگرسیون و به روش حداکثر راست‌نمایی<sup>۳</sup> تخمین زده شده است که نتایج آن در جدول ۲ قابل رؤیت است. دلیل انتخاب این الگوی رگرسیونی به ماهیت متغیر وابسته برمی‌گردد. گاهی متغیر وابسته به‌طور کامل و واقعی قابل مشاهده نیست و مثلاً افراد آن را گزارش می‌دهند. در این حالت، امکان دارد که مقدار متغیر به صورت سانسور شده از سوی افراد گزارش شود. از آنجا که متغیر وابسته در این الگو تعداد ساعت‌های کار خانگی است، استفاده از این الگوی رگرسیونی شواهد واقعی تری را ارائه می‌دهد. همه رگرسیون‌های تخمین زده شده با توجه به آماره LR به‌طور کلی قویاً از لحاظ آماری معنادارند.<sup>۴</sup>

با توجه به اینکه داده‌ها از نوع برش مقطعی<sup>۵</sup> هستند و بروز مشکل ناهمسانی واریانس

1. censored regression model
2. logistic distribution function
3. maximum likelihood (ML)

۴. یک ویژگی خاص الگوهای رگرسیونی سانسور شده، گزارش‌نشدن آماره F در رابطه با معناداری کلی رگرسیون است. در این شرایط، از آماره نسبت احتمال (Ratio Likelihood) یا به‌اختصار، آماره LR، استفاده می‌شود که معنادار بودن آن بیان‌گر معناداری کلی رگرسیون است.

5. cross-section

برای این نوع داده‌ها امری معمول است، از کواریانس‌های مستحکم هابر/ وایت<sup>۱</sup> در تخمین‌ها استفاده شده است. ویژگی دیگر نتایج حاصل از داده‌های مقطعی این است که میزان به‌دست‌آمده برای معیار  $R^2$  معمولاً کوچک است و این موضوع دال بر ضعیف‌بودن قدرت توضیح‌دهندگی متغیرهای مستقل نیست. در شش رگرسیون گزارش‌شده در جدول ۲، مشاهده می‌شود که مقدار این معیار در نهایت به نزدیکی ۱۰ درصد می‌رسد، اما در عین حال بر مبنای آماره LR درجه معناداری کلی رگرسیون‌ها بسیار بالاست و اکثر متغیرها نیز از لحاظ آماری معنادارند.

جدول ۲. برآورد تابع عرضه خانه‌داری زنان، متغیر وابسته: ساعت‌های کار خانگی در شبانه‌روز

رگرسیون‌ها						متغیرهای مستقل
۶	۵	۴	۳	۲	۱	
					-۱٫۲۳*	درآمد زن †
					(-۲٫۹)	
					۰٫۵۴	درآمد شوهر †
					(۱٫۳)	
					-۱٫۰۳*	درآمد خانواده †
					(-۴٫۳)	
-۰٫۱۳۷*	-۰٫۱۱۳*	-۰٫۱۰۷*	-۰٫۱۳۷*			آموزش زن
(-۳٫۸)	(-۳٫۳)	(-۳٫۱)	(-۴٫۲)			
-۱٫۱۶*		-۱٫۲۱*	-۱٫۲۳*			اشتغال (مجازی)
(-۳٫۲)		(-۳٫۳)	(-۳٫۴)			
	-۰٫۰۲۶*					اشتغال (ساعات کار)
	(-۳٫۵)					
	-۰٫۰۵۷**	-۰٫۰۵۶**	-۰٫۰۴***			سن زن
	(-۲٫۳)	(-۲٫۲)	(-۱٫۶۶)			
-۰٫۰۵۹*						مدت ازدواج
(-۲٫۷)						
۰٫۴۵۸**	۰٫۳۸۱**	۰٫۳۸**				تعداد فرزند
(۲٫۴)	(۲٫۳)	(۲٫۳)				
۹٫۱*	۱۰٫۲*	۱۰٫۰۹*	۱۰٫۶*	۱۳٫۹*	۹٫۳*	جزء ثابت
(۱۱٫۳)	(۷٫۹)	(۷٫۸)	(۸٫۴)	(۸٫۰۳)	(۴٫۰۷)	
۰٫۰۹۸	۰٫۰۹۵	۰٫۰۹۲	۰٫۰۸۳	۰٫۰۳۴	۰٫۰۳۵	$R^2$
۳۹۵	۳۹۳	۳۹۶	۳۹۶	۳۸۴	۱۳۶	تعداد مشاهده
۴۹٫۱*	۴۹٫۳*	۴۷٫۹*	۴۲٫۳*	۱۶٫۰۶*	۷٫۰۸**	آماره LR

نکته: † بیانگر لگاریتمی بودن متغیر است. مقدار آماره z در داخل پرانتز در زیر ضرایب گزارش شده است. \*، \*\* و \*\*\* به ترتیب معنادار بودن ضریب در سطح معناداری ۱، ۵ و ۱۰ درصد است.

#### 1. Huber/White Robust Covariances

در رگرسیون ۱، فقط دو متغیر درآمد زن و شوهر به‌منزله متغیر مستقل قرار گرفته‌اند. درحالی‌که درآمد شوهر اثر بی‌معنا (هرچند مثبت) بر خانهداری زنان دارد، درآمد زنان اثر منفی و معنادار آماری را نشان می‌دهد. نتیجه‌ی اخیر دقیقاً مطابق با پیش‌بینی حاصل از تابع عرضه ۱۰ است. زنان هرچه درآمد بیشتری را از بازار کار کسب کنند، کمتر به خانهداری همت می‌گمارند. گوپتا نیز با استفاده از نمونه‌ای شامل ۹۱۴ زن متأهل شاغل در امریکا به نتیجه‌ی مشابهی رسید مبنی بر اینکه کار خانگی زنان فقط از درآمد خودشان تأثیر (منفی) می‌پذیرد نه از درآمد شوهرانشان [۱۲]. کسب درآمد بالاتر از بازار کار از سوی زنان ممکن است به دلیل حضور بیشتر آن‌ها- از لحاظ مدت زمان- در مشاغل باشد که این امر امکان پرداختن به امور منزل را برایشان دشوارتر می‌کند.

تفسیر دیگر این یافته چنین است که درآمد بالاتر، زنان را قادر می‌سازد که دست‌کم بخشی از خانهداری را به کارگران خانگی محول کنند و در مقابل دستمزد بپردازند. در هر دو صورت، کاستن از خانهداری اتفاق می‌افتد. البته باید اشاره کرد که چون اثر درآمد مردان و زنان طبق نظریه متفاوت است، برخی محققان از درآمد خانوار استفاده کرده‌اند؛ مثلاً کان در مطالعه‌ای بر روی خانوارهای بریتانیایی مشاهده کرد که درآمد خانوار بر میزان کار خانگی مردان بی‌تأثیر است، اما بر خانهداری زنان اثر منفی دارد [۱۸]. به همین منظور، برای مشاهده‌ی اثر درآمد کل خانواده، رگرسیون ۲ تخمین زده شده است. ملاحظه می‌شود که در اینجا نیز نتیجه‌ای مشابه با کار کان (۲۰۰۸) به دست آمده است؛ یعنی زنان در خانواده‌های پردرآمد کمتر برای خانهداری وقت صرف می‌کنند. تفسیر این یافته با اثر درآمد زنان کمی متفاوت است. در اینجا به این موضوع پی برده می‌شود که خانوارهای پردرآمد در جهت برداشتن هرچه بیشتر بار مسئولیت زنان در قبال امور سخت و طاقت‌فرسای داخل منزل تلاش می‌کنند، چه زن شاغل باشد و چه نباشد. شاید این موضوع بیانی از این واقعیت قابل مشاهده باشد که چرا بازار خدمات خانگی مانند نظافت منزل در مناطق مرفه تهران رونق بیشتری دارد.

به دلیل همبستگی بالای درآمد با آموزش و وضعیت اشتغال و همچنین به دلیل استفاده از مشاهدات بیشتر، که در پی لگاریتمی در نظر گرفتن متغیر درآمد و لذا حذف درآمدهای صفر امکان حصول آن میسر نبود، متغیرهای درآمد از معادلات رگرسیونی بعدی حذف شده‌اند. در رگرسیون ۳ هر سه متغیر آموزش، اشتغال و سن زنان اثر منفی و معناداری را به نمایش می‌گذارند. اثر آموزش و اشتغال مطابق با انتظار است و بیان‌گر این است که زنانی که تحصیلات بالاتری دارند یا به کار مشغول‌اند کمتر به خانهداری می‌پردازند. اثر منفی اشتغال مؤید اعتبار الگوی تخصیص زمان است. به این معنا که پرداختن به کار برای کسب درآمد جایگزینی برای خانهداری است و اگر سایر خصوصیات خانواده و زنان تغییر نکنند، خانهداری تحقق نمی‌یابد؛ جز با کناره‌گیری یا کاستن از فعالیت شغلی. اثر منفی آموزش نیز

تفاسیر مختلفی دارد. از یک سو می‌توان گفت که تحصیلات با بالابردن قدرت چانه‌زنی زنان، امکان اجتناب آن‌ها از کار خانگی را زیاد می‌کند و از سوی دیگر، گستره گزینیه‌های شغلی در جامعه را برایشان وسیع‌تر کرده و از جذابیت کار خانگی می‌کاهد. البته شاید یک عامل فرهنگی نیز در این بین دخیل باشد که به موجب آن زنان تحصیل کرده خانه‌داری را با شأن و منزلت خود متناسب ندانند. نتیجه‌ای که کمی درخور توجه است، به اثر منفی سن زنان مربوط می‌شود. زنان جوان‌تر بیشتر برای تولید کالاها و خدمات مورد نیاز خانواده تلاش می‌کنند، شاید به این دلیل که از توان و انرژی بیشتری بهره‌مندند. البته گروناو (۱۹۸۰) براساس داده‌های سال ۱۹۷۳ آمریکا و کان (۲۰۰۸) در بریتانیا اثر مثبت سن زنان را مشاهده کردند. این تمایز بیان‌گر متفاوت بودن رفتار و سبک زندگی زنان در ایران و کشورهای صنعتی است.

در رگرسیون‌های ۴ تا ۶، متغیر مهم تعداد فرزند به الگو اضافه شده است. در همه این رگرسیون‌ها، متغیر مذکور ضریب مثبتی دارد و از لحاظ آماری معنادار است. این نتیجه نیز منطبق با انتظار ما از اثر پارامتر  $\alpha$  در رابطه ۱۰ است. وجود فرزندان بیشتر در خانوار بر ضرورت پرداختن به خانه‌داری می‌افزاید، زیرا بچه‌داری خود جزئی از مجموعه فعالیت‌هایی است که در ذیل عنوان خانه‌داری قرار می‌گیرد. این موضوع پاسخی برای این سؤال است که چرا زنان شاغل به میزان کمتری به خانه‌داری همت می‌گمارند. زنان فاقد فرزند انگیزه بیشتری برای ورود به بازار کار دارند، زیرا فرزندی وجود ندارد که بخواهند برایش وقت صرف کنند. همچنین، این دسته از زنان ممکن است اوقات زیادی را بدون سرگرم‌شدن به فعالیت‌های خاص بگذرانند که این موضوع گرایش آن‌ها برای خروج از خانه به قصد کار را افزایش می‌دهد. اما هرچه بر تعداد فرزندان افزوده می‌شود، میزان پای‌بندی زنان به امور منزل و ماندن در خانه نیز بیشتر می‌شود و از این رو بخش بزرگ‌تری از زمان موجود خود را به خانه‌داری می‌پردازند. بنابراین، عامل تعداد فرزند یک واسطه میان وضعیت شغلی و میزان خانه‌داری است.

در رگرسیون ۵ از جدول ۲، از اشتغال زنان برحسب تعداد ساعت کاری (در هفته) به‌منزله متغیر مستقل استفاده شده است. مشاهده می‌شود که هرچه زنان حضور بیشتری در فعالیت شغلی دارند، از میزان خانه‌داری آن‌ها کاسته می‌شود. نتیجه‌ای مشابه با این از سوی هرش و استراتون (۱۹۹۴) در مطالعه‌ای بر مردان و زنان سفیدپوست ۲۰ تا ۶۴ ساله در میشیگان به‌دست آمد [۱۳].

سرانجام، متغیر طول مدت ازدواج در رگرسیون ۶ اثر منفی را نشان می‌دهد. این یافته بیان‌گر این است که زنان در طول زمان و با افزایش مدت زندگی زناشویی از میزان خانه‌داری می‌کاهند. بنابراین عرضه خانه‌داری در ازدواج‌های نوپا بیش از ازدواج‌های قدیمی‌تر است. شاید بتوان تعبیر اقتصادی این موضوع را در نزولی بودن بهره‌وری نهایی خانه‌داری یافت؛ بدین معنا



که هرچه بر طول عمر خانواده افزوده می‌شود، بازدهی نهایی خدمات ارائه‌شده در خانه کاهش می‌یابد. تعبیر اجتماعی این یافته نیز چنین است که با افزایش عمر ازدواج، خانواده وارد مرحله دیگری از چرخه زندگی می‌شود و آن عبارت است از جدانشدن فرزندان از خانواده یا سپری‌شدن دوران وابستگی آن‌ها به مادر. در این صورت، دیگر نیاز نخواهد بود که زنان به میزان گذشته در خانه حضور داشته باشند و خود را با خانهداری مشغول کنند.

## بحث و نتیجه‌گیری

مغفول‌ماندن خدمات ارائه‌شده در داخل خانوار در محاسبات اقتصادی ملی و اغماض از ارزش کالاها و خدمات عرضه‌شده در قالب خانواده، ضعفی اساسی در هر نظام اقتصادی رایج امروز به‌شمار می‌رود. این موضوع جای هیچ تردیدی ندارد که رفاه هر عضو جامعه به دلیل تعلقی که به یک خانوار دارد، تا حد زیادی به وضعیت آنچه در درون خانوار تولید می‌شود وابسته است. انسان در خانواده‌اش استراحت می‌کند، تغذیه می‌کند، پاکیزه می‌شود و بسیاری خدمات دیگر را دریافت می‌کند که حاصل همه آن‌ها رشد، بالندگی و پرورش انسان و در نتیجه رفاه اوست.

با این وصف، به نظر می‌رسد فضای علمی کشور چندان به این موضوع مهم توجه ندارد و ضروری است که حتی با اتکا به نمونه‌ای محدود، به شواهدی در رابطه با عوامل مؤثر بر آنچه «خانهداری» نامیده می‌شود، دست یافت. الگوی نظری ارائه‌شده در این پژوهش، جایگزینی برای سایر الگوها و تحلیل‌های شناخته‌شده در این زمینه است، زیرا ویژگی‌هایی دارد که از تناسب بیشتری با ساختار خانواده در ایران برخوردار است. در ادامه این تلاش، شواهدی از شهر تهران ارائه شد که بر شناخت ما از واقعیت آنچه در درون خانواده‌ها اتفاق می‌افتد اضافه می‌کند. در یک بیان کلی، به نظر می‌رسد هر عاملی که فرصت‌های بازاری پیش‌روی زنان را فراخ‌تر کند، به عرضه خدمات کمتر در داخل خانواده می‌انجامد. در واقع، عواملی که سبب کسب عایدی در خارج از خانواده می‌شوند و حضور در فعالیت‌های بازاری را برای زنان جذاب می‌کنند، انگیزه آن‌ها برای خانهداری را ضعیف می‌کنند. بنابراین، با توجه به اهمیت زیادی که خانهداری دارد و با عدم حضور زنان در خانه به دلیل اشتغال، قطعاً امر خانهداری مخدوش می‌شود و می‌توان آن را به منزله کاهش رفاه جامعه تلقی کرد. از سوی دیگر، پیشبرد اهداف توسعه اقتصادی - اجتماعی کشور نیاز مبرم به حضور زنان در عرصه‌های مختلف دارد. به نظر می‌رسد اتخاذ سیاست‌های تسهیل‌کننده اشتغال زنان توأم با خانهداری امری ضروری است. برای مثال، تولد فرزند و پرورش آن مستلزم صرف زمان و انرژی کافی توسط والدین به‌خصوص مادران در منزل است. شاغل‌بودن زنان ممکن است مانع گرایش آن‌ها به فرزندآوری و سپس فعالیت‌های خانهداری مترتب بر آن شود. از این‌رو،

اجرای سیاست‌هایی از قبیل مرخصی‌های زایمان طولانی‌مدت همراه با حقوق و دستمزد- آن‌چنان‌که در برخی کشورهای غربی یا صنعتی وجود دارد- مفید خواهد بود، زیرا نه زنان را از بازار کار دور می‌کند و نه امکان خانه‌داری را از آن‌ها سلب می‌کند. علاوه بر این، موارد دیگری نیز وجود دارند که بر اهمیت سازگارشدهن اشتغال زنان متأهل با امور خانوادگی می‌افزاید. نقش زن در خانواده منحصر به فرد است، زیرا اتکا و نیاز سایر اعضا به زن (یا مادر) بسیار زیاد و بیش از هر عضو دیگر است. حضور زن در خانه با فراغ‌بال، آرامش و انرژی کافی سبب اشتیاق سایر اعضا در زندگی شخصی و کاری می‌شود. به عبارت دیگر، زن منشأ انتشار سرزندگی و سلامت روانی- عاطفی در خانه و سرایت آن به سایر اعضاست. بنابراین، اتخاذ سیاست‌های منعطف در قبال زنان به گونه‌ای که مانع حضور آن‌ها در عرصه اقتصادی نشود و در عین حال امکان تحقق وظایف مادری و همسری را برایشان فراهم کند، با اهمیت است و به ایجاد فضای امن و پرتحرک در خانواده و جامعه کمک می‌کند. یکی از زمینه‌های لحاظ کردن این سیاست‌ها قانون کار است که شرایط کلی فضای کسب‌وکار و تعامل کارگر و کارفرما را تعیین می‌کند. شاید انجام دادن برخی اصلاحات در قانون کار به صورت قوانین بازنشستگی سهل‌تر برای زنان مناسب باشد.

## منابع

- [۱] زارتسکی، ایلیا (۱۳۹۰). *سرمایه‌داری، خانواده و زندگی شخصی*، ترجمه منیژه نجم‌عراقی، تهران: نی.
- [۲] مرکز آمار ایران، *سالنامه آماری استان تهران*، سال ۱۳۹۰.
- [۳] مهربانی، وحید (۱۳۹۴). *تحلیل اقتصادی آموزش*، تهران: سمت.
- [4] Becker, G. S. (1965). "A Theory of the Allocation of Time", *The Economic Journal*, 75(299), pp 493-517.
- [5] Becker, G. S. (1974). "On the Relevance of the New Economics of the Family", *The American Economic Review*, 64(2), pp 317-319.
- [6] Becker, G. S. (1993). *A Treatise on the Family*, Cambridge: Harvard University Press.
- [7] Borjas, G. J. (2013). *Labor Economics*, New York: McGraw-Hill Companies.
- [8] Bryant, W. K. & Zick, C. D. (2006). *The Economic Organization of the Household*, New York: Cambridge University Press.
- [9] Eisner, R. (1988). "Extended Accounts for National Income and Product", *Journal of Economic Literature*, 26(4), pp 1611-1684.
- [10] Gronau, R. (1977). "Leisure, Home Production, and Work--the Theory

- of the Allocation of Time Revisited”, *The Journal of Political Economy*, 85(6), pp 1099-1123.
- [11] Gronau, R. (1980). “Home Production-A Forgotten Industry”, *The Review of Economics and Statistics*, 62(3), pp 408-416.
- [12] Gupta, S. (2007). “Autonomy, Dependence, or Display? The Relationship between Married Women’s Earnings and Housework”, *Journal of Marriage and Family*, 69, pp 399-417.
- [13] Hersch, J. & Stratton, L. S. (1994). “Housework, Wages, and the Division of Housework Time for Employed Spouses”, *The American Economic Review*, 84(2), pp 120-125.
- [14] Hersch, J. & Stratton, L. S. (1997). “Housework, Fixed Effects, and Wages of Married Workers”, *The Journal of Human Resources*, 32(2), pp. 285-307.
- [15] Hersch, J. & Stratton, L. S. (2002). “Housework and Wages”, *The Journal of Human Resources*, 37(1), pp 217-229.
- [16] Israel, G. D. (2009). “Determining Sample Size”, University of Florida, Department of Agricultural Education and Communication.
- [17] Jones, C. (1983). “The Mobilization of Women's Labor for Cash Crop Production: A Game Theoretic Approach”, *American Journal of Agricultural Economics*, 65(5), pp 1049-1054.
- [18] Kan, M. Y. (2008). “Does Gender Trump Money? Housework Hours of Husbands and Wives in Britain”, *Work, Employment and Society*, 22(1), pp 45–66.
- [19] Keng, S. H. and Lin, C. H. (2005), “Wives’ Value of Time and Food Consumed Away from Home in Taiwan”, *Asian Economic Journal*, 19(3), pp 319-334.
- [20] Kooreman, P. and Wunderink, S. (1997). *The Economics of Household Behaviour*, New York: ST. Martin's Press.
- [21] Lundberg, S. and Pollak, R. A. (1996). “Bargaining and Distribution in Marriage”, *The Journal of Economic Perspectives*, 10(4), pp 139-158.
- [22] Michael, R. T. & Becker, G. S. (1973). “On the New Theory of Consumer Behavior”, *The Swedish Journal of Economics*, 75(4), pp 378-396.
- [23] Muth, R. F. (1966). “Household Production and Consumer Demand Functions”, *Econometrica*, 34(3), pp 699-708.
- [24] Park, J. L. and Capps, O. (1997). “Demand for Prepared Meals by U.S. Households”, *American Journal of Agricultural Economics*, 79(3), pp 814-824.
- [25] Schneider, D. (2009). “Market Income and Household Work: New Tests of Gender Performance Theory”, Princeton University.
- [26] Solberg, E. J. and Wong, D. C. (1992). “Family Time Use: Leisure,

- Home Production, Market Work, and Work Related Travel”, *The Journal of Human Resources*, 27(3), pp 485-510.
- [27] South, S. J. & Spitze, G. (1994). “Housework in Marital and Nonmarital Households”, *American Sociological Review*, 59(3), pp 327-347.
- [28] Stratton, L. S. (2003). “Gains from Trade and Specialization: The Division of Work in Married Couple Households”, In *Women, Family and Work: Writings in the Economics of Gender*, Edited by Karine S. Moe, Malden: Blackwell Publishing Ltd.

