

اثر ازدواج بر میزان خدمات خانه‌داری زنان ساکن شهر تهران

وحید مهربانی^۱

چکیده

بررسی پیامد ازدواج برای زنان، به‌خصوص در رابطه با میزان فعالیت در خانه، به‌منزله بدیلی برای عرضه کار بازاری، محور اصلی پژوهش پیش رو را تشکیل می‌دهد. تحلیل رفتار بهینه، در قالب یک الگوی اقتصاد خرد، نشان می‌دهد که زنان پس از ازدواج از عرضه کار خود در بازار اشتغال می‌کاهند و بر فعالیت خانه‌داری خود می‌افزایند. در این پژوهش، از دو نمونه شامل زنان مجرد (۴۱۰ مشاهده) و زنان متأهل (۴۰۹ مشاهده) در شهر تهران استفاده شد. داده‌ها با استفاده از پرسش‌نامه طراحی شده محقق جمع‌آوری شد. شواهد حاکی از تأیید پیش‌بینی نظری الگوی رفتاری است. برآوردها نشان می‌دهد که با وقوع ازدواج میزان خانه‌داری زنان در شبانه‌روز به طرز معناداری افزایش می‌یابد. این یافته مؤید تخصیص شدن زنان در امور خانگی در پی ازدواج است. همچنین، مشخص شد که درآمد، تحصیلات و اشتغال زنان تأثیر منفی بر میزان خانه‌داری دارند، اما تعداد فرزندان اثر مثبت را نشان می‌دهد.

کلیدواژگان

ازدواج، خانواده، خانه‌داری، زنان.

مقدمه

ازدواج و تشکیل خانواده علاوه بر اینکه از بسیاری لحاظ مانند ابعاد روانی، عاطفی، جسمی و اخلاقی حائز اهمیت است و آثار و نتایجی را در پی دارد، پیامدهای خاص اقتصادی نیز دارد. وجود منافع اقتصادی و تغییر مسئولیت‌های اقتصادی زوجین در پی ازدواج باعث توجه اقتصاددانان به ازدواج و ورود آن‌ها به حوزه خانواده شده است. یکی از موضوعات این مجموعه مباحث، مقوله تخصیص زمان بین فعالیت در بازار کار و تولید خانگی است.

ازدواج، به مثابه پدیده‌ای اجتماعی، می‌تواند نوع مسئولیت‌ها و نحوه تخصیص منابع (از جمله زمان) به وظایف و امور مختلف زندگی خانوادگی و شغلی را متأثر کند؛ به گونه‌ای که می‌توان آن را از این حیث نقطه عطفی در زندگی هر فردی دانست که چنین اتفاقی را تجربه می‌کند.

شاید نخستین پرسشی که در این زمینه به ذهن متبادر می‌شود چنین است که اساساً اهمیت و ضرورت پرداختن به این‌گونه موضوعات در چیست. پاسخ این پرسش بیشتر به اهمیت و جایگاه خانواده در جامعه بستگی دارد. هرچه ارزش‌های خانواده در یک جامعه والاتر باشد و بیشتر به آن‌ها ارج گذارده شود، کارکرد اقتصادی تشکیل خانواده نیز مهم‌تر و نافذتر خواهد بود. در اجتماعی که خانواده مورد احترام است و گرایش زیادی به تشکیل و حفظ آن وجود دارد و لذا نرخ بالای ازدواج نیز در آن تجربه می‌شود، اهمیت آگاهی از عواقب اقتصادی ازدواج نیز افزایش می‌یابد.

با این وصف، آنچه محور اصلی بحث در این مطالعه را تشکیل می‌دهد، بررسی نحوه تغییرات عرضه کار زنان با وقوع ازدواج است. دلیل انتخاب این موضوع خود دو جنبه دارد. یکی اینکه به‌طور سنتی فعالیت‌های خانگی اغلب برعهده زنان بوده است و آن‌ها هستند که چه مجرد و چه متأهل با انجام دادن امور منزل خو گرفته‌اند. جنبه دوم موضوع، اهمیتی است که بر تولیدات خانگی مترتب است. بخش درخور توجهی از تولید یک اقتصاد در داخل خانه‌ها صورت می‌گیرد که خود با تولید بازاری اقتصاد درآمیخته است. هرچند مجموع ارزش افزوده تولیدشده در خانه در حساب‌های تولید ملی یک اقتصاد لحاظ نمی‌شود که البته این مطلب ریشه در پیدایش نظام سرمایه‌داری و ظهور صنعت دارد^[۵]، محصول تولیدشده در خانواده براساس نهاده‌هایی به‌وجود می‌آید که بعضاً محصولات بازاری‌اند؛ مثلاً، طبخ غذا در خانه با به‌کارگیری مواد اولیه‌ای که در بازار مبادله شده‌اند تولید می‌شود. بنابراین میزان تولید در خانواده‌ها می‌تواند در رونق تولید بازاری مؤثر باشد.

به‌رغم مطالعات انجام گرفته در ایران در زمینه کار در خانه، تقریباً توجهی به نقش ازدواج

۱. زیرا دیگر خانواده واحد تولید شناخته نمی‌شد و لذا تولید خانواده به‌منزله تولید اجتماعی قلمداد نمی‌شد.

نشده است. به‌منزلهٔ مصادیقی از کارهای مرتبط، می‌توان به مطالعهٔ باقری [۲] اشاره کرد. او در شناسایی عوامل مؤثر بر ارزش افزودهٔ خانه‌داری زنان فقط سه عامل تعداد اعضای خانوار، سن و تحصیلات زنان را مورد توجه قرار داد. صادقی فسایی و میرحسینی [۶] مطالعه‌ای با ماهیتی جامعه‌شناسانه در زمینهٔ مقولهٔ خانه‌داری زنان در تهران انجام دادند. از اهداف اصلی تحقیق آن‌ها بررسی درک و تصور زنان به وظایف خانه‌داری بود. یافته‌های آن‌ها بیان‌گر ابعاد دوگانهٔ مثبت و منفی بین زنان دربارهٔ خانه‌داری است؛ به گونه‌ای که برخورداری از تحصیلات بالاتر جنبهٔ منفی آن را نمایان‌تر می‌کند. در مورد یافتهٔ اخیر، بدری‌منش و صادقی فسایی [۳] مشاهده کردند که زنان دارای تحصیلات دکتری و کارشناسی ارشد نسبت به زنان دیگر کمتر به کار در خانه می‌پردازند. علاوه بر این، بیشتر در کارهای خانه مستخدم دارند و به دفعات زیاد از غذاهای آماده و نیمه‌آماده استفاده می‌کنند.

بر این اساس، در این نوشتار تلاش می‌شود پیامد تشکیل خانواده از لحاظ میزان کاری که از سوی زنان در خانه عرضه می‌شود و در نقطهٔ مقابل عرضهٔ کار در بازار اشتغال قرار دارد، بررسی و تدقیق شود. توجه به این نکته مهم است که منظور از کار خانگی یا فعالیت در خانه، فعالیت اقتصادی در داخل منزل، که با هدف عرضه به بازار انجام می‌شود، نیست، بلکه مقصود خانه‌داری است. سهم متمایزکنندهٔ این مطالعه، تمرکز بر اثر ازدواج بر کار خانه‌داری است، زیرا از یک‌سو در زمینهٔ خانه‌داری زنان مطالعات معدودی انجام شده است و به‌علاوه، در کارهایی هم که صورت گرفته به اثر ازدواج توجهی نشده است؛ مثلاً، مهربانی [۷] به برآورد تابع عرضهٔ خانه‌داری زنان پرداخت، اما در آن مطالعه، چه از بعد نظری و چه تجربی، عامل وقوع ازدواج لحاظ نشد. علاوه بر این، در مطالعهٔ حاضر، برخلاف بیشتر پژوهش‌های انجام‌گرفته، که نگرش جامعه‌شناسانه به موضوع پیش رو داشتند، رویکرد اقتصادی وجه غالب تحلیل را دربر می‌گیرد؛ هرچند به مبانی نظری جامعه‌شناختی نیز اشاره‌ای خواهد شد. بنابراین، تحقیق پیش‌رو می‌تواند به ادبیات نظری و تجربی مرتبط با بحث بیفزاید.

در این زمینه، طرح مسئله در قسمت دوم مقاله انجام می‌شود تا یک الگوی نظری که توانایی توضیح رفتار مرتبط با امر ازدواج و تخصیص زمان را داشته باشد و به تبع آن فرضیه در قسمت سوم معرفی شود. در بخش چهارم، روش تحقیق همراه با جزئیات آن معرفی خواهد شد تا سرانجام به منظور مقایسهٔ پیش‌بینی نظری منتج از الگو با واقعیت‌ها و آزمون فرضیه، شواهدی از شهر تهران در بخش پنجم ارائه شود. در بخش ششم، نتیجه‌گیری از بحث تقدیم می‌شود.

طرح مسئله

مرور متون مربوط به الگوهای تخصیص زمان یا منابع میان امور مختلف نشان می‌دهد که نخستین کار برجسته در این زمینه را بکر [۸] انجام داد. بکر خانوار را به مانند کارخانه‌ای کوچک در نظر گرفت که فرد در آن با ترکیب زمان و کالاهای خریداری شده از بازار به تولید کالاهای اساسی‌تر اقدام می‌کند. یک مثال مطلب را روشن‌تر می‌کند. خوابیدن یک فعالیت است که می‌توان آن را در زمره فراغت قرار داد و ترکیبی است از نهاده‌های تختخواب، خانه و زمان^۱ [۸]. ویژگی مهم این کار بکر گسترش مسئله تخصیص زمان به همه فعالیت‌های غیرکاری بود. با آنکه در این مطالعه بکر بحثی از ازدواج و پیامد تخصیصی آن به میان نیامده، رهنمودهایی در مورد موضوع پیش رو از آن به دست آمد؛ مثلاً، بکر نشان داد که با افزایش منابع درآمدی به جز دست‌مزد (عایدی به جز ناشی از کار)، مصرف اکثر کالاها نیز افزایش می‌یابد، اما زمان اختصاص یافته به کار در بازار کم می‌شود.

نظریه تخصیص زمان بکر زمینه خوبی را برای نظریه ازدواج او فراهم کرد. بکر در امتداد بحث تولید خانوار در پی نشان دادن منافع ازدواج بود [۹]. یک یافته نظری او این بود که وقتی یک مرد و زن باهم ازدواج می‌کنند، در صورتی که نرخ دست‌مزد مرد بیش از دست‌مزد زن باشد، آن‌گاه مرد در مقایسه با همسرش زمان بیشتری را به بخش بازاری اختصاص می‌دهد. به عبارت دیگر، مرد تخصص بیشتری در کار بازاری می‌یابد. به موازات این بحث، او چنین عنوان داشت که یک خانوار تک‌نفره درست همانند یک زوج متأهل است؛ به جز اینکه میزان زمان تخصیص یافته از سوی همسر به تولید خانگی برابر صفر است. بنابراین، یک فرد (مرد یا زن) مجرد تنها زمان موجود خودش را میان بخش‌های بازاری و غیربازاری توزیع می‌کند تا شرط تعادل تولید خانوار تحقق یابد. واضح است که افراد مجرد به طرز متفاوتی از اشخاص متأهل زمانشان را تخصیص می‌دهند، زیرا مجردها از زمان و کالاهای فراهم‌شده از سوی همسر بی‌نصیب‌اند. بکر سپس این تفاوت‌ها را تا حدی به کشش‌های جانشینی میان کالاها و زمان اختصاص یافته از سوی مرد و زن به تولید خانگی و تا حدی نیز به تفاوت میان نرخ دست‌مزد مرد و زن در بازار کار نسبت می‌دهد؛ مثلاً، نتیجه می‌گیرد که هرچه دست‌مزد مردان بیشتر از دست‌مزد زنان باشد، زن مجرد (مرد متأهل) بیش از زن متأهل (مرد مجرد) کار می‌کند [۹].

ملاحظه می‌شود که بکر نحوه تغییرات عرضه کار با وقوع ازدواج را براساس ویژگی‌های بازار کار از لحاظ نرخ دست‌مزد توضیح می‌دهد و نه بر مبنای پیامد مستقیم امر ازدواج و تشکیل خانواده. بنابراین، اگر هیچ‌گونه تمایز جنسیتی در بازار کار به صورت تفاوت نرخ

۱. بکر از قرص هم نام می‌برد به این معنا که فرد با خرید قرص از بازار و ترکیب آن با تختخواب، خانه و زمان، محصولی به نام خواب را تولید می‌کند.

دست‌مزد وجود نداشته باشد، آن‌گاه هیچ‌گونه تغییری هم در میزان عرضه کار در بازار و خانه در دو حالت ازدواج و عدم ازدواج رخ نخواهد داد. به عبارت دیگر، نظریه بکر توانایی توضیح این مطلب را ندارد که ازدواج به خودی خود چگونه تخصیص زمان میان بازار و خانه را متأثر می‌کند. حتی دو دهه پس از آن، بکر [۱۰] تلویحاً پیامد افزایش نرخ دست‌مزد به صورت کاهش عرضه کار خانگی را نشان داد، اما اگر قرار باشد از این موضوع برای مسئله ازدواج استفاده کرد، باید به حوزه مباحث منافع ازدواج ورود پیدا کرد و دریافت که آیا ازدواج با افزایش نرخ دست‌مزد همراه است یا خیر که این مسئله خود تحقیقی مجزا را می‌طلبد و مجال آن در این مقاله نیست.

با گذر از نظریه‌های بکر در زمینه تخصیص زمان و ازدواج، می‌توان تحلیل بریانت و زیگ [۱۱] در زمینه رفتار خانوار تک‌نفره^۱ را، که دارای قرابت بیشتری با موضوع ارتباط ازدواج و تخصیص کار بین دو بخش است، در نظر گرفت. آن‌ها چارچوبی جزئی‌تر درباره تصمیم‌سازی در قالب خانوار تک‌نفره ارائه کردند. به این نحو که مطلوبیت فرد را تابعی از مصرف کالاهای بازاری و خانگی و فراغت در نظر گرفتند؛ با این ویژگی که کالاهای بازاری و خانگی جانشین کامل یکدیگرند. در الگوی بریانت و زیگ، کل زمان قابل دسترس برای فرد به سه حوزه کار در بازار، کار خانگی و فراغت تخصیص می‌یابد. امور خانگی، که برای آن‌ها زمان صرف می‌شود، عبارت است از: آشپزی، شست‌وشو، نگهداری خانه، خودرو، چمن و باغچه، مراقبت از کودک و افراد بیمار، برنامه‌ریزی، خرید و دیگر فعالیت‌های مدیریتی خانوار. در این الگو نیز درآمد همچنان از دو منبع کار در بازار و سایر منابع درآمدی تأمین می‌شود. آنچه باید در اینجا برجسته کرد، وسیع‌تر بودن مفهوم سایر منابع درآمدی در مقایسه با الگوی بکر است. منشأ این نوع درآمد در اینجا عبارت است از اجاره‌بهای دارایی حقیقی، سود سهام، بهره اوراق قرضه و حساب‌های پس‌انداز و هدایای دریافت‌شده.

بریانت و زیگ با چنین تصریحی از رفتار یک فرد در خانوار، مسئله پیش روی شخص از لحاظ تخصیص زمان را حل کردند. بدون اشاره به جزئیات، از آن تحلیل چنین برمی‌آید که اگر درآمد غیردست‌مزدی افزایش یابد، در صورتی که فراغت و کالاهای مصرفی از نوع معمولی باشند، بر تقاضای آن‌ها افزوده می‌شود و زمینه برای تخصیص کمتر زمان به کار بازاری فراهم می‌آید؛ درحالی‌که میزان عرضه کار خانگی ثابت می‌ماند.

مشاهده می‌شود که الگوی بریانت و زیگ نیز تبعات تشکیل خانواده را به‌صراحت توضیح نمی‌دهد و صرفاً به تغییرات تخصیصی در پی تغییرات دست‌مزد یا سایر منابع درآمدی منحصر است. درعین‌حال، الگوی آن‌ها واجد برخی ویژگی‌هاست که پذیرش آن‌ها محل تأمل است؛

مثلاً، خود نویسندگان اذعان می‌کنند که فرض جانشین کامل بودن کالاهای بازاری و خانگی آشکارا غلط است [۱۱].

در هر صورت، تخصیص زمان یا عرضه کار بین دو جبهه، یعنی بازار و خانه، یا به سخنی دیگر مشارکت هم‌زمان در تولید بازاری و خانگی از چنین پشتوانه موضوعی برخوردار است. اما نکته حائز اهمیت در استوارنبودن تحلیل‌های ارائه‌شده بر مقوله ازدواج و پیامد آن است. با شناخت از کاستی موجود در ادبیات موضوع، در بخش بعد یک الگوی بدیل از تخصیص زمان ارائه می‌شود که به‌وضوح می‌تواند برای مسئله ازدواج قابل کاربرد باشد.

مبانی نظری و فرضیه

ریشه بحث در زمینه کار زنان در خانه را می‌توان در ذیل مبحث کیفیت زندگی و مؤلفه اصلی آن «رضایت از زندگی» یافت. مجموعه دیدگاه‌ها در این ارتباط گویای ابعاد مختلف دو مفهوم ذکرشده است؛ به‌طوری‌که جنبه‌های جسمانی، روانی، اجتماعی و محیطی را شامل می‌شود [۶]. بر این اساس، آنچه فلسفه پرداختن به خانه‌داری را تشکیل می‌دهد بیشتر مبتنی بر نگرش افراد، به‌ویژه خود زنان، به این امر است. دو دیدگاه در رابطه با نگرش زنان به خانه‌داری وجود دارد: ۱. دیدگاه سنتی و ۲. دیدگاه ابزاری. در دیدگاه اول، زنان به خانه‌داری به‌مثابه نقشی ذاتی می‌نگرند که گریزی از انجام‌دادن آن نیست. بر این اساس، تقسیم جنسیتی کارها امری پذیرفته است. به این صورت که مردان باید در خارج از خانه به کار بپردازند و زنان در خانه به فعالیت مشغول شوند و امور منزل را رتق و فتق کنند. زنانی که چنین نگرشی دارند، رضایت از زندگی را در کار خانگی جست‌وجو می‌کنند و پاداش این تلاش را چیزی جز خود خانه‌داری نمی‌دانند. این دیدگاه بیشتر در میان زنان متعلق به طبقه کارگر وجود دارد [۳].

دیدگاه دوم (ابزاری) به خانه‌داری اشاره به این دارد که زنان معتقدند که وظایف مادری و همسری با زنان سازگاری بیشتری دارد تا وظیفه خانه‌داری. از نظر این دسته از زنان، خانه‌داری بیشتر به‌منزله فعالیت ابزاری در نظر گرفته می‌شود و اجرای آن جزء اهداف ثانویه است و مادربودن و عقیده‌های مشترک در ازدواج مهم‌تر است. این امر سبب می‌شود که زن و شوهر در کار خانه و مراقبت بچه‌ها سهیم شوند. بیشتر طبقات متوسط جامعه دیدگاه ابزاری به خانه‌داری دارند [۳].

آنچه بین زنان با هر دو دیدگاه مشترک است، انجام‌دادن خانه‌داری از سوی آن‌هاست. نتیجه چنین نگرش‌هایی شکل‌گیری و تثبیت الگوی مرد نان‌آور- زن خانه‌دار است. علاوه بر این، در همین زمینه، برخی مکاتب جامعه‌شناسی نیز در ارتباط با مقوله خانه‌داری موضع‌گیری‌هایی داشته‌اند. مکتب کارکردگرایان تقسیم جنسی کار را در خانواده به شیوه‌های

گوناگون توجیه می‌کنند. برخی معتقدند که زنان برای مراقبت کردن از دیگران، مادری کردن یا ایفای نقش عاطفی، توان بیولوژیک بیشتری دارند؛ و گاهی می‌گویند زنان کاملاً عمل‌گرا هستند؛ یعنی در واقع جنس مؤنث فاقد توان جسمانی برای بسیاری از کارهاست. به اعتقاد آن‌ها، تقسیم جنسی کار در خانواده رضایت خاطر افراد، کارآمدی و ثبات نهاد خانواده را تأمین می‌کند. در واقع، جامعه‌شناسان کارکردگرا استدلال می‌کنند که در جوامع پیچیده صنعتی، ضروری است که زنان خدمت‌گزارِ جسمی و روحی مردان را برعهده بگیرند [۱].

حاصل این بحث‌ها و نگرش‌های جامعه‌شناسانه، ظهور مفهوم تعارض کار- خانواده است. بر این مبنا، فاصله‌گرفتن زنان از خانه و صرف زمان برای اشتغال، نوعی تضاد با اهداف و قابلیت‌های آن‌ها در امور خانواده را موجب می‌شود.

جدا از مباحث جامعه‌شناسانه، تحلیل اقتصادی نیز قادر به توضیح رفتار زنان در زمینه امور خانه‌داری است. شیوه‌های مختلفی برای در نظر گرفتن وضعیت زناشویی در تابع مطلوبیت یا الگوی عرضه کار وجود دارد. گری [۱۳]، لاندبرگ و رز [۱۷] و مورنو و آل‌لهگا [۱۸] از وضعیت زناشویی به صورت متغیری مجازی^۱ استفاده کردند، اما کوپری [۱۲] وضعیت زناشویی و ازدواج را به صورت متغیری از پیش تعیین‌شده^۲ در نظر گرفت. به این معنا که تکانه‌های فراغت (و عرضه کار) در زمان حاضر بر وضعیت زناشویی در آینده اثرگذار است و نه بر وضعیت ازدواج در زمان کنونی. همچنین، وضعیت زناشویی و تخصیص زمان می‌توانند وابستگی متقابل داشته باشند؛ مثلاً، وان در کلاو [۱۹] در قالب یک الگوی پویای بیشینه‌سازی مطلوبیت به مطالعه تعامل میان مشارکت نیروی کار زنان و تصمیم به ازدواج پرداخت.

در این بخش، تلاش می‌شود با استفاده از بینش‌های به‌دست‌آمده از الگوهای ارائه‌شده در قسمت قبل، الگویی طراحی شود تا تأمین‌کننده اهداف این پژوهش باشد. بر این اساس، الگویی که ارائه خواهد شد، از وجوه متمایز با سایر الگوها برخوردار است.

تابع مطلوبیت به‌گونه‌ای است که بر مبنای آن فرد از مصرف کالاها و خدمات بازاری و خانگی کسب مطلوبیت می‌کند. در اینجا، فرض جانشین کامل بودن این دو نوع کالا و خدمت، که در الگوی بریانت و زیک وجود دارد، برقرار نیست. به‌منزله دلیلی بر رد این فرض می‌توان چنین اذعان کرد که برخی از محصولات خانگی جنبه اختصاصی برای خانوار دارند و بدیلی برای آن‌ها در بازار وجود ندارد. با وجود این، تابع مطلوبیت و قیود پیش روی فرد در ذیل معرفی می‌شوند:

-
1. dummy variable
 2. predetermined variable

$$U_i = U_i(C_i, G_i) \quad i = m, f \quad (۱)$$

$$G_i = g_i(H_i) \quad g' > 0, g'' < 0 \quad (۲)$$

$$C_i = w.L_i + V_i \quad (۳)$$

$$T = H_i + L_i \quad (۴)$$

در توابع معرفی شده، حرف i به جنسیت فرد اشاره دارد (m برای مرد و f برای زن است). تابع مطلوبیت (۱) نشان می‌دهد که کالاهای بازاری (C) و خانگی (G) همگن نیستند که با یکدیگر جمع زده شوند.^۱ تابع تولید خانگی (۲) سطح محصول خانگی را فقط به میزان زمان تخصیص یافته در خانوار توسط فرد i (H) ارتباط می‌دهد.^۲ جهت ساده‌سازی در این تابع، کالاهای بازاری به‌منزله نهاده در تولید خانوار حضور ندارند. در تابع مخارج (۳) نیز به منظور سادگی، شاخص قیمت کالاهای بازاری برابر واحد در نظر گرفته شده است ($P=1$). در این تابع، منابع درآمدی فرد از دو جزء تشکیل می‌شود: درآمد ناشی از کار ($w.L_i$) و سایر منابع درآمدی (V_i). در قید زمان (۴)، کل زمان شخص میان کار در بازار (L) و کار در خانه (H) تقسیم می‌شود. به عبارت دیگر، فراغت به دلیل اهمیت کمتر در بحث از الگو حذف شده است. نکته حائز اهمیت در رابطه با تابع مطلوبیت و قیود معرفی شده این است که معادلات ارائه شده به یک فرد در وضعیت‌های مختلف از لحاظ مجرد یا متأهل بودن مربوط می‌شوند. به عبارت دیگر، این الگو قابلیت آن را دارد که انتقال از وضعیت مجرد به متأهل را براساس رویکرد بهینه‌یابی انفرادی تحلیل کند؛ یعنی رفتار یک فرد (زن) قبل و بعد از ازدواج، از لحاظ تخصیص زمان بین بازار و خانه، بر مبنای مطلوبیت شخصی مد نظر است و لحاظ شرایط خانواده در تصمیم‌سازی او از مجرای همین الگو مورد توجه واقع می‌شود. در واقع، تصمیم‌سازی زن در رابطه با متغیر فعالیت خانگی همواره قبل از تشکیل خانواده (قبل از وقوع ازدواج) بررسی می‌شود و سپس دو حالت قبل و بعد از ازدواج با یکدیگر مقایسه می‌شوند؛ یعنی یک زن مجرد به بررسی این موضوع می‌پردازد که اگر اقدام به ازدواج کند، آن‌گاه چه تغییری در میزان عرضه کار خانگی‌اش باید ایجاد کند، نه اینکه عملاً ازدواج انجام بگیرد و سپس رفتارها مقایسه شوند. با این وصف، همچنان رویکرد حداکثرسازی مطلوبیت فردی مطمح نظر خواهد بود. از آنجا که محصولات خانگی تابعی مثبت (مستقیم) از زمان کار در خانوار است، به منظور

۱. باید توجه داشت که چون یک فرد - چه مجرد و چه متأهل - می‌تواند یک کالای مصرفی را یا از بازار خریداری کند یا آن را در داخل خانه تهیه نماید، لذا کالاهای خانگی و بازاری جانشین هم هستند، اما همگن نیستند.
 ۲. بنابراین، تولیدات خانگی با مشارکت هر دوی زن و مرد انجام نمی‌شود، بلکه فقط کار فرد مورد نظر (زن) در خانه، تعیین‌کننده میزان تولیدات خانگی است. پس، یک الگوی خانوار سنتی در اینجا مورد استفاده قرار می‌گیرد.

ارائه یک تحلیل در زمینه تخصیص زمان، تابع تولید خانوار در تابع مطلوبیت گنجانده می‌شود که در این صورت تابع مطلوبیت به صورت ذیل قابل ارائه است:

$$U_i = U_i(C_i, g_i(H_i)) \quad (5)$$

یک توجیه مهم برای این جایگزینی آن است که تقاضا برای کالاهای خانگی مستقیماً تعیین‌کننده تقاضا برای زمان کار خانگی است؛ چون برخلاف کالاهای بازاری، این نوع کالاها و خدمات باید در درون خانوار تولید شوند و این امر تحقق نمی‌پذیرد مگر با اختصاص بخشی از کل زمان موجود به کار خانگی. بنابراین، به‌جاست که مسئله انتخاب فرد را در چارچوب محدود به تقاضا برای کالاهای بازاری از یک‌سو و تقاضا برای کار خانگی از سوی دیگر در نظر گرفت. به عبارت دیگر، بن‌مایه اصلی این بحث چنین است که همواره تقاضا برای محصول خانگی برابر با میزان تولید آن است. با این تبدیل، می‌توان تبعات حداکثرسازی مطلوبیت را در فضای دوبعدی کالاهای بازاری و زمان نسبت به دو قید مخارج و زمان تحلیل کرد. همچنین، به منظور دستیابی به یک قید واحد، قید (۴) در تابع مخارج (۳) جایگزین می‌شود که حاصل آن در ذیل ارائه می‌شود.

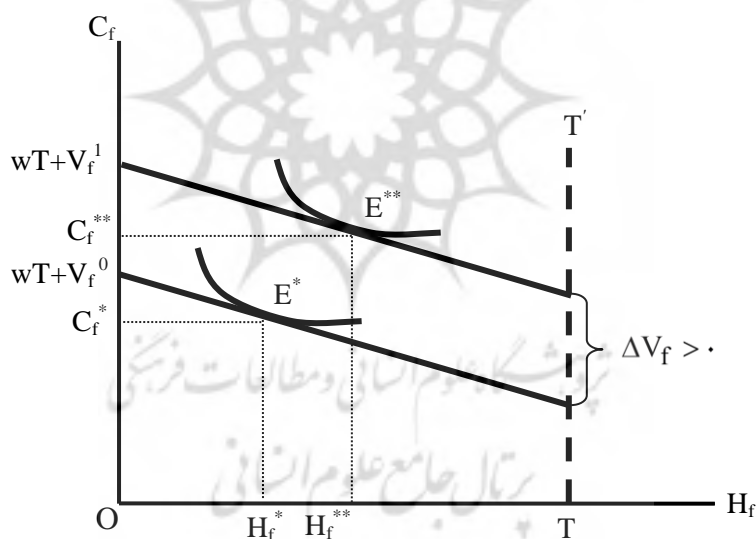
$$C_i + wH_i = wT + V_i \quad (6)$$

در رابطه ۶، سمت چپ به منابع هزینه‌ای و سمت راست به منابع درآمدی اشاره دارد. عبارت wH_i در قسمت هزینه‌ها بیانگر هزینه ضمنی فعالیت در تولید خانگی است؛ یعنی فرد متناسب با میزان فعالیت در درون خانوار، درآمدی را که می‌توانست در بازار کار کسب کند از دست می‌دهد. منابع درآمدی هم اشاره به کل درآمد قابل حصول دارد؛ یعنی درآمدی که از محل تخصیص کل زمان موجود به کار در بازار به علاوه سایر منابع درآمدی به‌دست می‌آید. با این استدلال می‌توان مسئله فرد را چنین توصیف کرد که او در پی به حداکثر رساندن تابع مطلوبیت (۵) نسبت به قید (۶) است. این قید، برخلاف تحلیل بریانت و زیگ، خطی مستقیم است که قدر مطلق شیب آن، نرخ دست‌مزد (w) است.

یکی از وجوه تمایز این تحلیل جایگزین با سایر تحلیل‌ها، تفکیک جنسیتی آن است. آنچه این ویژگی را برجسته می‌کند، متغیر درآمد ناشی از غیر کار در بازار (V) است. در تحلیل حاضر، این نوع درآمد علاوه بر همه منابعی که در تحلیل‌های قبلی معرفی شدند، دربرگیرنده نقل و انتقال‌های نقدی یا غیرنقدی به موجب ازدواج نیز است. بر این اساس، هم برای مرد و هم برای زن فرض می‌شود که مقدار اولیه این درآمد مقداری مثبت است و آن‌ها (مرد و زن) تخصیص زمان بین کار در بازار یا خانه را بر مبنای تغییرات حاصل در درآمد با منشأ غیربازاری تعیین می‌کنند.

تا وقتی که مرد و زن مجرد در خانوار تک‌نفره خود هستند، هیچ‌گونه انتقال درآمد (ثروت) از مرد به زن وجود ندارد. اما با تشکیل خانواده، مرد متعهد می‌شود که زن را از لحاظ درآمدی

تأمین کند. این وجه انتقالی در فرهنگ‌های مختلف مقدار و اسامی متفاوتی دارد؛ مثلاً، در ایران می‌توان از آن با عنوان نفقه، مهریه و... نام برد. در هر صورت، زن مجرد درمی‌یابد که اگر ازدواج کند، می‌تواند بر مقدار درآمد (ثروت) ناشی از غیر کار خود بیفزاید و آن را جایگزین دست‌مزد قابل اکتساب از بازار کار کند. حال باید به نتایج این موضوع برای زن به طور جداگانه پرداخت. شکل ۱ تغییرات تخصیص زمان برای زنان را در زمینه تصمیم‌گیری برای ازدواج نشان می‌دهد. در شکل ۱، زن مجرد در ابتدا موقعیت تعادلی E^* را دارد که در آن منحنی بی‌تفاوتی او بر خط بودجه‌اش مماس است و به میزان H_f^* صرف تولید در خانوار تک‌نفره خود می‌کند. همچنین، او در این وضعیت مقداری درآمد غیرکاری دارد، اما به دلیل تجرد هیچ‌گونه عایدی از شوهر بالقوه خود دریافت نمی‌کند. او به میزان H_f^*T از کل زمان خود را صرف کار در بازار با دست‌مزد w می‌کند. اما او درمی‌یابد که اگر پیشنهاد ازدواج یک مرد را بپذیرد، می‌تواند بر درآمد غیرکاری^۱ خود بیفزاید ($\Delta V_f > 0$) که این امر به انتقال خط بودجه زن به طور موازی به سمت راست می‌انجامد.^۲



شکل ۱. پیامد ازدواج برای زنان از لحاظ تخصیص زمان

1. nonlabor income

۲. فرض شده است که با تغییر وضعیت از حالت تجرد به تأهل، دست‌مزد زن تغییری نمی‌کند.

بر این اساس، اگر کالاهای بازاری و خانگی هر دو از نوع معمولی (نرمال) باشند، می‌توان انتظار داشت که در تعادل ثانویه (E^{**}) بر میزان تقاضای زن مجرد برای کالاها افزوده شده باشد. از آنجا که این زن میزان بیشتری از کالای خانگی را تقاضا می‌کند، به‌ناچار میزان بیشتری از زمان را نسبت به قبل (وضعیت مجرد بودن) باید به کار درون خانوار اختصاص دهد و از این رو کار کمتری را در بازار عرضه کند. این موضوع با تحلیل بکر [۸] در رابطه با نظریه تخصیص زمان نیز سازگاری دارد، آنجا که نشان داد افزایش سایر منابع درآمدی به کاهش ساعات کار (در بازار) و افزایش مصرف منجر می‌شود. بنابراین، فرضیه پیش رو در این تحقیق چنین است که عرضه کار خانگی زنان با وقوع ازدواج افزایش می‌یابد. نتایج آزمون این فرضیه در قسمت‌های بعد ارائه خواهد شد.

روش تحقیق

روش تحقیق استفاده‌شده در این مقاله، روش پیمایشی است. این روش تحقیق جمعیت‌های کوچک و بزرگ را با انتخاب و مطالعه نمونه‌های منتخب از آن جوامع برای کشف میزان نسبی شیوع، توزیع و روابط متقابل متغیرهای روان‌شناختی و جامعه‌شناختی بررسی می‌کند [۴].

واحد تحلیل: در پژوهش حاضر، با توجه به ماهیت مسئله تحقیق، واحد تحلیل از نوع فرد است. در مواردی که به تحلیل رفتارهای فردی نیاز است، افراد واحد تحلیل را تشکیل می‌دهند؛ مثلاً در زمینه عرضه کار تصمیم‌سازی از لحاظ فردی موضوعیت دارد.

روش جمع‌آوری اطلاعات: با توجه به نوع روش تحقیق و واحدهای تحلیل، روش جمع‌آوری اطلاعات مبتنی بر نمونه‌گیری و مراجعه میدانی به نمونه‌های انتخابی است. ابزار جمع‌آوری اطلاعات نیز پرسش‌نامه است.

جامعه آماری: جامعه آماری طرح تحقیق شامل زنان متأهل و دختران مجرد است. از آنجا که شهر تهران سهم بسیار درخور توجهی از جمعیت کل کشور را داراست و در آن افرادی از اقوام و فرهنگ‌های مختلف موجود در کشور زندگی می‌کنند، می‌توان ادعا کرد که نتایج به‌دست‌آمده تا حد بسیار زیادی، اما نه کاملاً، برای کل کشور نیز قابل تعمیم خواهد بود. دلیل دیگر انتخاب شهر تهران محدودیت در منابع مالی، نیروی انسانی و زمان است که مانع کسب اطلاعات از کل کشور می‌شوند.

شیوه نمونه‌گیری: از آنجا که امکان دسترسی به تمام جامعه آماری وجود ندارد، ناگزیر از نمونه‌گیری از جامعه آماری با در نظر گرفتن ضوابط علمی است. به منظور تعیین حجم نمونه از جدول تهیه‌شده از سوی اسرائیل [۱۵]، که براساس روش کوکران^۱ به‌دست آمده است، استفاده

می‌شود. جهت تأمین نمونه تعیین شده، به صورت تصادفی به واحدهای تحلیل مراجعه و تلاش شد تا نمونه دربرگیرنده واحدهای تحلیل از نقاط مختلف تهران (همه مناطق براساس تقسیم‌بندی شهرداری تهران) باشد.

روش تحلیل: از آنجا که معرفت‌شناسی این تحقیق از نوع اثباتی است، تحلیل رگرسیونی برای آزمون فرضیه استفاده می‌شود. الگوهای رگرسیونی که از آن‌ها استفاده می‌شود براساس الگوی نظری طراحی شده تصریح می‌شوند. در این راه، سعی می‌شود در مواردی که مطالعه رگرسیونی مشابهی برای هریک از موضوعات وجود دارد، نحوه تصریح معادلات رگرسیونی و روش برآورد آن‌ها به آنچه در آن مطالعات انجام شده است نزدیک باشد. رگرسیون‌هایی که در این مطالعه برآزش شده و گزارش خواهند شد، به‌طور کلی براساس آماره F معنادارند. هرچند جهت رعایت اختصار در گزارش نتایج از درج مقدار آماره یادشده پرهیز می‌شود.

جدول ۱. تخصیص زمان به کار یا تولید خانگی توسط زنان (ساعت در شبانه‌روز)

میانگین	میان	حداکثر	حداقل	انحراف معیار	
۲،۱۵	۲	۱۳	۰	۱،۹	زنان مجرد
۶،۸۴	۶	۱۶	۰	۳،۱	زنان متأهل

منبع: یافته‌های تحقیق

به منظور همراه کردن شواهد با پیش‌بینی نظری حاصل از الگو، اطلاعات اولیه مربوط به میزان تخصیص زمان به کار و تولید خانگی از سوی دختران مجرد و زنان متأهل در شهر تهران در جدول ۱ ارائه می‌شود. از آنجا که دستیابی به خانوارهای تک‌نفره امری مشکل است، از اطلاعات دختران مجرد استفاده شده است. در هر صورت، این کار تا حدودی تفاوت تخصیص در زمان تولید خانگی را در دو وضعیت مجردبودن و تأهل نشان می‌دهد. برای این کار از ۴۱۰ مشاهده برای دختران مجرد (حداقل ۲۰ساله) و ۴۰۹ مشاهده برای زنان متأهل (حداقل ۳۵ساله) استفاده شده است.^۱ این داده‌ها با استفاده از پرسش‌نامه و در اوایل سال ۱۳۹۱ در شهر تهران جمع‌آوری شده است.

از جدول ۱ پیداست که میزان کار خانگی زنان متأهل بیش از دختران مجرد است. مقایسه میانگین و میانه نشان می‌دهد که زنان متأهل تقریباً سه برابر دختران مجرد به تولید خانگی می‌پردازند. چنین تغییری در رفتار یک زن در پی ازدواج نمی‌تواند دور از واقعیت باشد، زیرا با وقوع ازدواج، زنان از یک‌سو با در اختیار گرفتن درآمد بدون نیاز به کار کردن می‌توانند نیازهای مصرفی خود را تأمین کنند و از سوی دیگر تشکیل خانواده بر مسئولیت‌های درون خانوار آن‌ها می‌افزاید و امکان تولید محصولات خانگی بیشتری را فراهم می‌کند. بهترین مثال در این زمینه،

۱. تعداد مشاهدات براساس روش کوکران در سطح اطمینان ۹۵ درصد و درجه خطای نمونه‌گیری ± 5 درصد و برای جامعه آماری با بیش از ۱۰۰ هزار عضو برابر با ۴۰۰ به‌دست آمده است [۱۵].

به دنیا آوردن کودک و پرورش آن است. اولی به نوعی یک کالا یا محصول است و دومی نوعی خدمت است که منحصراً در خانواده تولید می‌شود و نه در خانوار تک‌نفره. این محصولات از ماهیت زمان‌بر بودن برخوردارند و از این رو نیازمند صرف وقت از سوی والدین، به خصوص زنان، هستند. در این رابطه نیز، آمار مربوط به عرضه کار خانگی زنان متأهل با توجه به تعداد فرزندان در جدول ۲ ارائه می‌شود.

ستون مربوط به میانگین در جدول ۲ در مجموع حکایت از افزایش زمان کار خانگی زنان متأهل همراه با افزایش تعداد فرزندان دارد. این شواهد نیز به شکلی دیگر افزایش تخصیص زمان به تولید خانگی در پی ازدواج در میان زنان را تأیید می‌کند.

همچنین کورمن و واندرینک [۱۶] به نقل از گریفیت و همکاران [۱۴] شواهدی را از تخصیص زمان زنان در انواع مختلف خانوارها در کشور هلند ارائه کردند که در جدول ۳ به نمایش گذاشته شده است. این شواهد نیز نشان می‌دهند که زنان مجرد عرضه کار خانگی کمتری در مقایسه با زنان متأهل دارند و نیز هرچه تعداد فرزندان بیشتر می‌شود، از تخصیص زمان زنان به کار بازاری، فراغت و خواب کاسته و به عرضه کار خانگی آن‌ها افزوده می‌شود.

جدول ۲. تخصیص زمان به تولید خانگی توسط زنان متأهل با توجه به تعداد فرزندان (ساعت در شبانه روز)

تعداد فرزند	میانگین	حداکثر	حداقل
صفر	۴,۴	۱۰	۲
۱	۵,۹	۱۵	۱
۲	۶,۶	۱۶	۰
۳	۷,۷	۱۵	۲
۴	۷,۱	۱۶	۲
۵	۶,۸	۱۲	۲
۶	۸,۳	۱۲	۳

منبع: یافته‌های تحقیق

جدول ۳. میانگین تخصیص زمان زنان هلندی در انواع خانوارها (ساعت در هفته)

انواع خانوار	فعالیت			
	زن مجرد	مرد و زن و یک کودک	مرد و زن و دو کودک	مرد و زن و سه کودک یا بیشتر
کار خانگی	۳۳	۳۶,۶	۴۹,۹	۵۲,۴
کار دست‌مزدی	۱۰,۳	۱۴,۱	۶	۵,۹
فراغت	۶۴,۳	۵۷,۵	۵۳,۷	۴۹,۴
خواب	۵۷,۷	۵۸	۵۶,۷	۵۴,۷

منبع: [۱۶]

تحلیل یادشده نشان می‌دهد در صورتی که حتی نرخ دست‌مزد زن با وقوع ازدواج افزایش نیابد، او می‌تواند با ورود به بازار ازدواج و عرضه کردن ازدواج سطح مطلوبیت خود را افزایش دهد. از این نتیجه چنین استنباط می‌شود که یک زن مجرد تلاش می‌کند مردی را به همسری برگزیند که مقدار هرچه بیشتری از درآمد را به او منتقل کند، زیرا چنین امری او را به سطح مطلوبیت بالاتری می‌رساند. رهنمود غیرمستقیم این موضوع آن است که مردان پردرآمدتر - در صورت یکسان بودن سایر شرایط - برای یافتن همسر در بازار ازدواج از وضعیت مناسب‌تری برخوردارند.

یافته‌های پژوهش

هرچند شواهد اولیه در مورد وضعیت تأهل و عرضه کار خانگی دال بر آن بود که یکی از پیامدهای ازدواج افزایش کار خانگی زنان است، بنابر اهمیت اثر ازدواج بر عرضه کار خانگی زنان مناسب است تا این موضوع به آزمون گذارده شود.

در جدول ۱، شواهدی اولیه در زمینه افزایش زمان تخصیص یافته به کار در خانه از سوی زنان در پی ازدواج ارائه شد، اما پذیرش قطعی این مطلب منوط به تأیید تجربی است. بدین منظور دو نمونه دختران مجرد و زنان متأهل تجمیع شده و تابع عرضه کار خانگی برآورد می‌شود. برای این کار اثر مجموعه‌ای از متغیرهای توضیحی بر تعداد ساعت کار زنان در منزل تخمین زده می‌شود.

مهم‌ترین متغیر مستقل که برای آزمون فرضیه در نظر گرفته می‌شود، متغیر ازدواج است. این متغیر به وضعیت تأهل اشاره دارد. به این شکل که برای زنان متأهل عدد یک را اختیار می‌کند و برای دختران مجرد به آن صفر داده می‌شود. از آنجا که کار خانگی بدیلی برای کار در بازار است، درآمد و سطح آموزش زنان نیز در جایگاه متغیر مستقل قرار می‌گیرند. درآمد، جانشینی برای نرخ دست‌مزد است که متغیر اصلی تابع عرضه نیروی کار به‌شمار می‌رود. بنابراین، لازم است اثر این متغیر لحاظ شود. آموزش عامل دیگر مؤثر بر عرضه کار است، زیرا فرصت‌های پیش روی شغلی را تغییر می‌دهد و از این طریق نیز بر میزان عرضه کار در خانه مؤثر واقع می‌شود.

اشتغال، تعداد فرزند و سن افراد از دیگر متغیرهای استفاده‌شده در برآورد تابع عرضه کار خانگی هستند. شاغل بودن به معنای اختصاص بخشی از زمان به فعالیت در بازار کار است. در این صورت، میزان زمان تخصیص یافته به کار در خانه از وضعیت اشتغال متأثر خواهد بود. در قسمت‌های پیشین، به اهمیت فرزندان در متمایز شدن میزان تخصیص زمان بین کار خانگی و بازاری میان زنان مجرد و متأهل اشاره شد و آمار موجود در جدول ۲ نیز برداشتی اولیه را در این زمینه حاصل کرد. بی‌تردید، تعداد فرزندان عاملی است که غفلت از آن می‌تواند تورش‌هایی

اثر ازدواج بر میزان خدمات خانه‌داری.. ۲۰۱

را در برآورد تابع عرضه خانگی به وجود آورد. از آنجا که سن زنان نیز می‌تواند بر میزان کار در منزل مؤثر باشد، به این صورت که مثلاً زنان مسن‌تر احتمالاً از بازار کار کناره‌گیری می‌کنند و زمان بیشتری را می‌توانند صرف خانه‌داری کنند، بررسی اثر این متغیر نیز مناسب خواهد بود.

جدول ۴. برآورد اثر ازدواج بر کار خانگی زنان، متغیر وابسته: فعالیت در خانه (ساعت در شبانه روز)

متغیرهای مستقل	(۱)	(۲)	(۳)	(۴)	(۵)	(۶)
ازدواج	۴,۶۸*	۴,۸۳*	۴,۳۷*	۴,۳۷*	۳,۹*	۴,۰۰۳*
	(۲۲,۱)	(۲۲,۲)	(۱۷,۷)	(۱۷,۸)	(۱۰,۸)	(۷,۹)
درآمد	-۰,۰۰۱۲*	-۰,۰۰۰۹*	-۰,۰۰۰۹*	-۰,۰۰۰۵**	-۰,۰۰۰۵**	-۰,۰۰۰۵**
	(-۴,۲)	(-۳,۳)	(-۲,۳)	(-۲,۲)	(-۲,۲)	(-۲,۲)
آموزش	-۰,۱۲۳*	-۰,۱۲۳*	-۰,۱۱۱*	-۰,۱۱۱*	-۰,۰۹۱*	-۰,۰۹۲*
	(-۳,۹)	(-۳,۷)	(-۲,۹)	(-۲,۹)	(-۲,۹)	(-۲,۹)
اشتغال	-۰,۰۶۳**	-۰,۰۶۳**	-۰,۰۶۳**	-۰,۰۶۳**	-۰,۰۶۳**	-۰,۰۶۳**
	(-۲,۴)	(-۲,۴)	(-۲,۴)	(-۲,۴)	(-۲,۴)	(-۲,۴)
تعداد فرزند	۰,۲۳۸***	۰,۲۳۴***	۰,۲۳۴***	۰,۲۳۴***	۰,۲۳۴***	۰,۲۳۸***
	(۱,۷۲)	(۱,۷۲)	(۱,۷۲)	(۱,۷۲)	(۱,۷۲)	(۱,۷۲)
سن	-۰,۰۰۵	-۰,۰۰۵	-۰,۰۰۵	-۰,۰۰۵	-۰,۰۰۵	-۰,۰۰۵
	(-۰,۲۸)	(-۰,۲۸)	(-۰,۲۸)	(-۰,۲۸)	(-۰,۲۸)	(-۰,۲۸)
جزء ثابت	۲,۱*	۲,۳*	۴,۱*	۴,۱*	۳,۸*	۳,۹*
	(۱۹,۰۶)	(۲۱,۶)	(۸,۵)	(۸,۷)	(۷,۶)	(۵,۶)
R ²	۰,۴۴۲	۰,۴۷۶	۰,۴۹۵	۰,۵	۰,۵۰۲	۰,۵۰۲
تعداد مشاهدات	۷۹۹	۷۹۰	۷۸۸	۷۸۸	۷۸۸	۷۸۵

نکته: اعداد داخل پرانتز آماره T هستند. * نشانه معناداری در سطح احتمال ۱٪، ** نشانه معناداری در سطح احتمال ۵٪ و *** نشانه معناداری در سطح احتمال ۱۰٪ هستند.

با معرفی اجمالی متغیرها، نتایج تخمین تابع عرضه کار خانگی زنان در حالت‌های مختلف در جدول ۴ گزارش شده است. به دلیل محوریت بحث ازدواج، که هدف اصلی مطرح کردن فرضیه است، متغیر ازدواج در همه رگرسیون‌های برآورد شده قرار دارد. ملاحظه می‌شود که ضریب این متغیر در همه معادلات مثبت و از لحاظ آماری نیز معنادار است. مفهوم این یافته آن است که تغییر وضعیت از زندگی مجردی به تأهل به افزایش میزان عرضه کار خانگی (خانه‌داری) منجر می‌شود. بنابراین فرضیه مطرح شده را نمی‌توان رد کرد که این مطلب مهر تأییدی بر پیش‌بینی الگوی نظری و صحت تبیین رفتار فرد است. این یافته‌ها با نتایج پژوهش مورنو و ال لهگا [۱۸] هماهنگی دارند. این دو محقق با مطالعه

بر نمونه‌ای از زوج‌های شاغل آلمانی به بررسی اثرگذار از هم‌سکنایی^۱ به ازدواج بر عرضه کار خانگی و بازاری پرداختند. نتایج آن‌ها نشان داد که با وقوع ازدواج، کار خانگی زنان نسبت به مردان افزایش می‌یابد، اما عرضه کار بازاری زنان در مقایسه با مردان با کاهش روبه‌رو می‌شود. شواهد مربوط به سایر متغیرهای مؤثر بر عرضه کار خانگی حکایت از آن دارد که افزایش درآمد و سطح آموزش زنان و شاغل‌بودن آن‌ها میزان زمان اختصاص‌یافته از سوی آن‌ها به امور منزل را تقلیل می‌دهد؛ درحالی‌که بیشتر شدن تعداد فرزندان آن را افزایش می‌دهد. سن زنان اثر معناداری را در این تابع نشان نمی‌دهد.

نتیجه‌گیری

ازدواج و تشکیل خانواده یکی از وقایع کلیدی در چرخه زندگی خانوار است که از زوایای مختلفی می‌توان به آثار و نتایج آن توجه کرد. با گذشت زمان که بر اهمیت فعالیت اقتصادی زنان افزوده شده، خانواده و مسائل مرتبط با آن موضوع برجسته‌ای شد، زیرا مسئولیت‌های زناشویی و خانوادگی بیش از پیش در تقابل با مسئولیت‌های اجتماعی قرار گرفتند. افزایش مشارکت اقتصادی زنان منجر به آن شد که نحوه تخصیص زمان بین فعالیت بازاری و خانگی از سوی زنان دگرگون شود و پیامدهایی برای بازار ازدواج نیز دربرداشته باشد. مجموعه این تحولات، اندیشیدن و نظریه‌پردازی اقتصاددانان در رابطه با مقوله ازدواج و خانواده را به دنبال داشت.

بررسی کارکرد ازدواج از لحاظ تغییراتی که در نقش و وظایف زوجین به‌وجود می‌آورد، زمینه‌ای برای بحث جدی اقتصادی است که حاصل آن خود به‌منزله یک داده در سایر موضوعات مربوط به خانواده استفاده می‌شود. از آنجا که نقش برجسته زنان در خانه‌داری یا به زبان اقتصادی در تولید محصولات خانگی انکارناپذیر است، بررسی آثار تشکیل خانواده بر نحوه تقسیم کار میان بازار و خانه از سوی زنان محور اصلی بحث در مطالعه حاضر را تشکیل می‌دهد. این مطالعه از آنجا اهمیت دارد که تحولات تخصیصی در داخل خانوار، بازار اشتغال را نیز که تعیین‌کننده سطح تولید یک اقتصاد است دستخوش تغییر می‌کند و ساختار جنسیتی آن را متأثر می‌کند.

این مقاله نشان داد که ازدواج منجر به آن می‌شود تا زنان به سمت تخصیصی شدن در تولید خانگی تغییر موضع دهند و بهره‌وری خود را در این بخش افزایش دهند. این یافته مؤید آن است که یک پدیده اجتماعی، همانند ازدواج، می‌تواند عملکرد اقتصادی افراد را تغییر دهد و بنابراین بر پیوند ناگسستنی میان دو حوزه رفتار اجتماعی و اقتصادی تأکید کند.

منابع

- [۱] آبوت، پاملا؛ والاس، کالر (۱۳۸۱). *جامعه‌شناسی زنان*، ترجمه منیژه نجم عراقی، تهران: نی.
- [۲] باقری، شهلا (۱۳۹۰). «ارزش افزوده کار خانهداری زنان و عوامل مؤثر بر آن»، زن در توسعه و سیاست، دوره ۹، ش ۳، ص ۸۹-۱۰۹.
- [۳] بدری‌منش، اعظم؛ صادقی فسایی، سهیلا (۱۳۹۴). «مطالعه تفسیری نقش خانهداری»، فصل‌نامه فرهنگی تربیتی زنان و خانواده، س ۱۰، ش ۳۱، ص ۵۹-۸۷.
- [۴] رستگار خالد، امیر (۱۳۸۵). *خانواده-کار-جنسیت*، تهران: روابط عمومی شورای فرهنگی اجتماعی زنان.
- [۵] زارتسکی، ایلا (۱۳۹۰). *سرمایه‌داری، خانواده و زندگی شخصی*، ترجمه منیژه نجم عراقی، تهران: نی.
- [۶] صادقی فسایی، سهیلا؛ میرحسینی، زهرا (۱۳۹۵). «مطالعه جامعه‌شناختی کیفیت زندگی زنان خانه‌دار شهر تهران»، پژوهش‌های جامعه‌شناختی، س ۱۰، ش ۲، ص ۲۷-۴۹.
- [۷] مهربانی، وحید (۱۳۹۵). «تابع عرضه خانهداری زنان متأهل در شهر تهران»، زن در توسعه و سیاست، دوره ۱۴، ش ۲، ص ۱۴۱-۱۶۰.
- [8] Becker, G. S. (1965). "A Theory of the Allocation of Time", *The Economic Journal*, 75 (299), PP 493-517.
- [9] Becker, G. S. (1973). "A Theory of Marriage: Part I", *The Journal of Political Economy*, 81 (4), PP 813-846.
- [10] Becker, G. S. (1993). *A Treatise on the Family*, Enlarged Edition, Cambridge, Massachusetts: Harvard University Press.
- [11] Bryant, W. K. & Zick, C. D. (2006). *The Economic Organization of the Household*, 2th Edition, New York: Cambridge University Press.
- [12] Couprie, H. (2007). "The Allocation within the Family: Welfare Implications of Life in a Couple", *The Economic Journal*, 117, PP 287-305.
- [13] Gray, J. S. (1997). "The Fall in Men's Return to Marriage: Declining Productivity Effects or Changing Selection? ", *The Journal of Human Resources*, 32 (3), PP 481-504.
- [14] Grift, Y. K., Siegers, J. J. & Suy, G. N. C. (1989). *Time Use in the Netherlands*, Report No. 65 (in Dutch) (Den Haag: SWOKA).
- [15] Israel, G. D. (2009). "Determining Sample Size", University of Florida, Department of Agricultural Education and Communication.
- [16] Kooreman, P. & Wunderink, S. (1997). *The Economics of Household Behaviour*, New York: ST. Martin's Press, INC.
- [17] Lundberg, S. & Rose, E. (2002). "The Effects of Sons and Daughters on Men's Labor Supply and Wages", *The Review of Economics and Statistics*, 84 (2), PP 251-268.
- [18] Moreau, N. & El Lahga, A. R. (2011). "The Effects of Marriage on

- Couples' Allocation of Time between Market and Nonmarket Hours", in *Household Economic Behaviors*, Editor: Jose Alberto Molina, New York: Springer: PP 121-143.
- [19] Van Der Klaauw, W. (1996). "Female Labour Supply and Marital Status Decisions: A Life-Cycle Model", *The Review of Economic Studies*, 63 (2), PP 199-235.

