

## بازار کار و تئوری جنسیت

### مطالعه دیدگاه عرضه‌کنندگان و تقاضاکنندگان بازار کار در استان یزد

محمدعلی فیض‌پور\*\*

دریافت: 1387/2/10 پذیرش: 1387/6/20

#### چکیده

اگرچه در مدل‌های ساده اقتصاد کلان می‌توان مقدار عرضه و تقاضای نیروی کار را به‌سادگی تابع سطح قیمتها (اعم از واقعی یا اسمی) تصور کرد و بر آن اساس نقطه تعادل در بازار کار را (که تعیین‌کننده سطح دستمزد و مقدار عرضه و تقاضای نیروی کار است) محاسبه کرد، اما عوامل دیگری نیز می‌تواند به صورتی معنادار این تعادل را بر هم زند. از این‌رو وقتی می‌توان تعادل در بازار کار را تنها تابعی از سطح دستمزدها دانست که کلیه عوامل دیگر را ثابت فرض کرد. جنسیت، از جمله متغیرهایی است که می‌تواند تعادل در بازار کار را به خصوص در اقتصادی که بازار کار با توجه به این عامل تقسیم می‌شود، تحت تأثیر قرار دهد. این مقاله با هدف بررسی دیدگاه‌های مختلف درباره تأثیر عامل جنسیت بر اشتغال طی برنامه سوم توسعه در استانی با ویژگی‌های فرهنگی خاص در بازار کار، استان یزد، طراحی شده است. حدود 61000 جوینده کار طی برنامه سوم توسعه (که یک سوم آنان را زنان تشکیل داده‌اند)، مسؤولان و صاحب نظران بازار کار و حوزه اشتغال و نیز کارآفرینان و صاحبان حرف استان یزد، سه جامعه آماری این پژوهش را تشکیل داده و داده‌های مورد نیاز برای بررسی دیدگاه‌های آنها با تکنیک پرسشنامه جمع‌آوری شده است. نتایج این پژوهش نشان می‌دهد از نگاه اکثریت گروه‌های سه‌گانه بررسی شده که در مجموع ساختار بازار کار را در هر اجتماع شکل می‌دهند، تفکیک کار درون و بیرون منزل بر اساس جنسیت امری غیر واقعی است. با این وجود، پذیرش اولویت کار برای مردان و کار نیمه‌وقت برای زنان به‌وسیله هر سه گروه تأیید تئوری جنسیتی در بازار کار استان یزد است. پذیرش کار نیمه‌وقت به‌وسیله اکثریت قاطع زنان جویای کار و اکثریت صاحب نظران و کارآفرینان موضوعی است که می‌تواند به عنوان اصلی اساسی در راستای سیاست‌های بازار کار مد نظر قرار گیرد.<sup>1</sup>

**کلید واژه‌ها:** استان یزد، برنامه پنج ساله سوم، بیکاران جویای کار، تئوریهای جنسیت، دستیابی به شغل.

#### مقدمه

با همه اهمیت و جایگاهی که موضوع بیکاری به عنوان یک معضل اجتماعی پیدا کرده است، آگاهی‌های ما درباره آن اندک است. این موضوع نه به آن علت است که تئوریهای اقتصادی به این مهم

\* استادیار دانشکده اقتصاد، مدیریت و حسابداری، دانشگاه یزد [m.a.feizpour@yazduni.ac.ir](mailto:m.a.feizpour@yazduni.ac.ir)

1. از دانشجویان ارجمند، آقایان: بابک ده موبد، محمدرضا دهقانپور، محسن مجیبی‌فر، امید متولی‌زاده، رضا جمالی، مهدی امامی‌مبیدی و مجتبی امیری محمدآبادی و خانمها: هانیه پوشدووزباشی، مهرونوش معتمدی، سعیده رادمنش، نیره مسعودی، راضیه حاتمی، دلارام خسروی، وریحانه‌السادات قوام‌الدینی که در جمع‌آوری داده‌ها و تدوین این مجموعه اینجانب را یاری نمودند، نهایت سپاس و امتنان دارم.

توجه نکرده و یا پژوهشهای اندکی در این حوزه صورت گرفته است، بلکه برعکس، ادبیات حوزه بیکاری از غنی ترین ادبیات اقتصادی و کارهای عملی در این زمینه به اندازه‌ای فراوان است که عملاً پرداختن به همه آنها از عهده کمتر کسی ساخته است. با این وجود، مقوله بیکاری پدیده‌ای چند بعدی است و عوامل مختلفی که در زمانها و مکانهای مختلف تغییر می‌کنند، بر اندازه و نرخ آن تأثیرگذارند. به عنوان مثال در فرهنگی که در آن فعالیت زنان صرفاً به امور منزل ختم می‌شود، عملاً 50 درصد از نیروی کار از بازار رسمی حذف می‌شود و در این حالت نرخ بیکاری زنان موضوعیت چندانی نخواهد داشت. با تغییر چنین نگرش فرهنگی در طول زمان، نرخ مشارکت زنان<sup>1</sup> در بازار کار نیز به عنوان یک معیار توسعه انسانی قلمداد می‌شود و عملاً بخش عظیمی از بازار کار به وسیله زنان اشغال می‌شود. تغییر در این نگرش فرهنگی و سرعت آن را می‌توان در ابعاد مختلفی مشاهده کرد. تغییر ترکیب جنسیتی دانشجویان دانشگاه به نفع زنان و نیز حضور دانشجویان دختر در رشته‌هایی که پیش از این به عنوان رشته‌های مختص مردان قلمداد می‌شد (مانند رشته معدن و کشاورزی)، افزایش شدید زنان ثبت نام شده به عنوان بیکار جویای کار در ادارات کار و امور اجتماعی و مراکز کاریابی و در نهایت تمایزات عمده در نرخهای بیکاری فزاینده به تفکیک جنسیت شواهدی از این تغییرات فرهنگی است.

اگر چه تحلیل تمامی موضوعات فوق می‌تواند ارزشمند باشد، اما شاید بتوان نمود تمامی آنها را در ثبت نام شدگان به عنوان بیکار جویای کار خلاصه کرد، زیرا که در تمامی تعاریفی که از بیکاری در سراسر دنیا ارائه شده است، بر این نکته که در جستجوی کار بودن یکی از شرایط اساسی در تعریف فرد بیکار است، تأکید شده است. با این وجود در جستجوی کار بودن در شرایط و زمانهای متفاوت متغیر بوده و مخصوصاً با تنوع مشاغل، سرعت در ایجاد مشاغل جدید و گسترش شهرنشینی، همچنین با ایجاد فناوریهای جدید ارتباطی و اطلاعاتی تحولات شگرفی پیدا کرده است و تقریباً در تمامی کشورهای توسعه یافته و در سطوح مختلف می‌توان عناوینی را مانند مراکز شغلیابی<sup>2</sup>، مغازه‌های شغل<sup>3</sup> و مراکز اشتغال<sup>4</sup> مشاهده کرد. این مراکز بیشتر به جمع‌آوری اطلاعات عرضه و تقاضای بازار کار پرداخته و از این طریق ناهماهنگی‌های بازار کار<sup>5</sup> را تعدیل می‌کنند. به عنوان نمونه در کشوری مانند انگلستان علاوه بر وجود صدها مرکز کاریابی محلی و منطقه‌ای، امکان جستجو و آگاهی از بازار کار در سطح ملی و حتی بین‌المللی از طریق سایتهای اینترنتی وجود دارد. با چنین نگرشی علاوه بر روشهای معمول سرشماری و نمونه‌گیریهای دوره‌ای برای تعیین و برآورد حجم و نرخ بیکاری، تحلیل ویژگیهای افراد جویای کار ثبت نام شده در مراکز کاریابی از اهمیتی اساسی برخوردار است. بر این اساس مقاله حاضر تلاش می‌کند تا به بررسی نقش جنسیت در بازار کار از دیدگاه جویندگان کار در استان یزد - که در میان استانهای کشور به

<sup>1</sup> .Female participation rate

<sup>2</sup> .Job search

<sup>3</sup> .Job shop

<sup>4</sup> .Job centre

<sup>5</sup> .Mismatch in labour market

عنوان استانی با ویژگیهای فرهنگی و خصوصاً از نگاه نقش و جایگاه زنان در اجتماع شناخته شده است<sup>1</sup> - پرداخته و این دیدگاه را با دیدگاه دو گروه دیگر، یعنی مسؤولان و صاحب نظران بازار کار و حوزه اشتغال و نیز کارآفرینان و صاحبان حرف استان یزد مقایسه کند.

این مقاله پس از معرفی تأثیر جنسیت در بازار کار، در سه حوزه شواهد موجود در سطح جهان و ایران، مبانی نظری بازار کار و تأثیر جنسیت در آن و همچنین مروری بر مطالعات انجام شده در این راستا، به روش پژوهش این مطالعه، داده‌های مورد استفاده و روشهای جمع‌آوری آن پرداخته است. یافته‌های این پژوهش و تحلیل آنها و در نهایت جمع‌بندی و نتیجه‌گیری، بخشهای پایانی این مقاله را تشکیل داده است.

### بازار کار و تأثیر جنسیت در آن: شواهد موجود

با همه تلاشهایی که در سطح جهان صورت گرفته است، هنوز هم می‌توان تمایزات عمده‌ای را بین سهم زنان و مردان در بازار کار مشاهده کرد. به عنوان مثال در سال 1990، در حالی که نرخ مشارکت زنان 15 - 64 ساله در بازار کار جهانی 59/2 درصد بود، مردان با نرخ مشارکتی بیش از 86/1 درصد، سهمی به مراتب بیشتر از زنان را به خود اختصاص داده بودند. اگرچه این تصویر در سال 2003 میلادی اندکی بهبود پیدا کرده است، اما با این وجود تمایز نرخ مشارکت زنان و مردان در بازار کار بیش از 24 درصد و به نفع مردان است (The World Bank, 2005). نرخ مشارکت مردان در بازار کار در سال 2005 برابر با 83/8 و این میزان برای زنان 57/9 گزارش شده است. بر این اساس و در مقایسه با سال 2003، تفاوت نرخ مشارکت زنان و مردان در بازار کار حدود دودرصد و به زیان زنان افزایش یافته است. همان‌گونه که جدول 1 نشان می‌دهد در ایران، نرخ مشارکت مردان در سال 2005 نسبت به زنان به میزان 35 درصد بیشتر بوده و در این سال نرخ مشارکت زنان تنها در مقایسه با دو منطقه آسیای میانه و شمال آفریقا و نیز آسیای جنوبی بیشتر بوده است (The World Bank, 2007). در تقسیم‌بندی دیگری نشان داده شده است که نرخ فعالیت اقتصادی زنان در ایران در سال 2005 تنها از کشورهای عربی و کشورهای منطقه آسیای جنوبی بیشتر بوده و از مجموعه مناطق دیگر جهان و نیز متوسط کشورهایی که بر اساس سایر معیارها مانند توسعه انسانی و سطح درآمد تقسیم‌بندی شده‌اند، کمتر است. تمایزات جنسیتی در بازار کار را همچنین می‌توان در تفاوت نرخ بیکاری زنان و مردان مشاهده کرد. با این وجود، مناطق و کشورهای مختلف جهان، درجه‌های متعددی از این تفاوتها را نشان می‌دهند. به عنوان مثال، در حالی که نرخ بیکاری زنان در منطقه آمریکای لاتین و کارائیب حدود 1/5 برابر مردان است، این نرخ در منطقه اروپا و آسیای

<sup>1</sup> . برای مطالعه بیشتر در این زمینه به فیض پور و مکیان 1384 مراجعه شود.

مرکزی برای هر دو گروه زنان و مردان برابر است (9/9 درصد). نرخ بیکاری زنان در ایران در فاصله سالهای (2000-2005) بیش از دوبرابر مردان بوده است.

جدول 1: نرخ مشارکت به تفکیک جنسیت در ایران و مناطق جهان: 2005

نام منطقه (کشور)	مردان	زنان	تفاوت
ایران	75/5	40/5	35
جهان	83/8	57/9	25/8
آسیای شرقی و پاسفیک	87	71/4	15/6
اروپا و آسیای مرکزی	74	57/9	16/1
آمریکای لاتین و کارائیب	83/5	56	27/5
آسیای میانه و شمال آفریقا	79/3	31/1	48/2
آسیای جنوبی	84/8	38/1	46/7
اتحادیه اروپا	77/4	61/1	16/3

بانک جهانی (2007)

در سطح ملی نیز، مقایسه شاغلان مرد و زن طی سالهای متفاوت نشان دهنده تمایزات عمده بازار کار برحسب جنسیت است. به عنوان مثال از مجموع 7116 هزار نفر شاغل در سال 1345، تنها 944 هزار نفر یا کمتر از 13/5 درصد را زنان تشکیل داده‌اند. این رقم در سال 1355 به حدود 13/8 افزایش یافته و این درحالی است که در سال 1365 به کمترین مقدار (کمتر از 8/5 درصد) کاهش یافته است. این میزان گرچه در سال 1375 به 12/1 درصد افزایش یافته، اما با این وجود، تفاوت فاحشی را در سطح اشتغال زنان و مردان نشان می‌دهد<sup>1</sup>. سطح اشتغال زنان مجدداً در سال 1381 به کمترین میزان، یعنی 8/3 درصد و در سال 1384 به بالاترین میزان، یعنی 14/2 درصد تغییر یافته است. با این وجود همان‌گونه که جدول 2 نشان می‌دهد، همواره تمایزات عمده‌ای بین سطح اشتغال زنان و مردان برقرار بوده است.

نرخهای بیکاری متفاوت معیار دیگری برای تبیین تمایز بازار کار به تفکیک جنسیت است. جدول 3 نشان می‌دهد نرخ بیکاری زنان طی دوره 1386-1380 همواره از نرخ بیکاری مردان بیشتر بوده و این اختلاف طی سالهای 1381 و 1382 به بالاترین میزان رسیده است. بالاترین میزان نرخ بیکاری در کشور معادل 14/2 درصد بوده که در سال 1380 رخ داده است. با این وجود، بالاترین نرخ بیکاری مردان در همین سال معادل 13/2 درصد بوده است، در حالی که بر اساس آمارهای رسمی، نرخ بیکاری زنان در سال 1381 نزدیک 22/5 درصد بوده است. تمایزات گسترده در بازار کار برحسب جنسیت را می‌توان در مناطق کشور نیز مشاهده کرد. به عنوان مثال در سال میانی برنامه سوم توسعه (1381) در حالی که نرخ بیکاری در استان یزد حدود 14 درصد گزارش شده است. این نرخ در میان مردان 12 و برای زنان این استان 26/4 درصد گزارش شده است (دهقانی‌زاده، 1382)<sup>2</sup>.

<sup>1</sup>. برای مطالعه بیشتر در این زمینه به Feizpour (2003) و Sadeghi (1999) مراجعه شود.

<sup>2</sup>. برای مطالعه بیشتر در زمینه تمایزات جنسیتی در بازار کار استان یزد به فاضلی (1384) و ولی زاده، خلیلی (1383) مراجعه شود.

جدول 2: سطح اشتغال به تفکیک جنسیت: 85-1380، درصد

سال	مرد و زن	مرد	زن
1380	14/2	13/2	19/9
1381	12/8	11/2	22/4
1382	11/8	10/1	21/2
1383	10/3	9	17/8
1384	11/5	10	17
1385	11/2	10	15/9
1386	9/9	8/5	15/3

مرکز آمار ایران، 1386

جدول 3: نرخ بیکاری به تفکیک جنسیت: 87-1380

سال	مرد و زن	مرد	زن	سال	مرد و زن	مرد	زن
1380	14/2	13/2	19/9	1380	14/2	13/2	19/9
1381	12/8	11/2	22/4	1381	12/8	11/2	22/4
1382	11/8	10/1	21/2	1382	11/8	10/1	21/2

مرکز آمار ایران، 1387

### بازار کار و تأثیر جنسیت در آن: مبانی نظری

در میان بازارهای موجود در هر اقتصاد شاید بتوان بازار کار را به عنوان بازاری متمایز به دلیل نوع داد و ستد آن، یعنی نیروی کاری که عرضه و تقاضا را در این بازار شکل می‌دهد، دانست. این موضوع برخلاف سایر بازارهای اقتصاد، یعنی بازار کالا، بازار پول و یا بازار سرمایه است که در هیچ کدام نیروی کار انسان و تمامی عواملی که به نوعی بر آن تأثیرگذار است، محوریت ندارد. باین وجود، اگرچه مانند تمامی بازارهای اقتصاد، عوامل طرف عرضه<sup>1</sup> و عوامل طرف تقاضا<sup>2</sup> عمده‌ترین عوامل تعیین تعادل در بازار کار است، اما علاوه بر آن، عوامل ایجاد کننده (بر هم زننده) هماهنگی میان عرضه و تقاضا در بازار کار<sup>3</sup> نیز از دیگر عواملی است که تنها در این بازار موضوعیت دارد. از این رو تئوریهای مختلف اقتصادی تلاش کرده‌اند تا برخلاف مدل‌های ساده اقتصاد کلان (که در آن عرضه و تقاضای نیروی کار تنها تابع سطح قیمتها، اعم از واقعی یا اسمی فرض شده) به تبیین تأثیر هر یک از این عوامل بر بازار کار بپردازند. با این همه می‌توان

<sup>1</sup>. Factors operating on the supply side

<sup>2</sup>. Factors operating on the demand side

<sup>3</sup>. Factors operating on labour market adjustment

تئوریهای بازار کار را به سه دسته تئوری کلاسیکها، تئوری کینزینها و تئوریهای که در دامنه بینابینی قرار داشته و به دیدگاه عمومی در این بازار مشهور است، تقسیم کرد. اگر توابع عرضه و تقاضا در بازار کار به صورت  $pf(N) = W = P^e g(N)$  و  $pf(N) = P^e g(N)$  فرض شود، از حل دو معادله فوق مقدار اشتغال و دستمزد اسمی تعادلی در بازار کار به دست می‌آید. در تابع تقاضای نیروی کار،  $f(N)$  تولید نهایی نیروی کار است که به شرایط فنی و تکنولوژیکی و بهره‌وری نیروی کار مربوط می‌شود و از این رو تغییر آن موجب تغییر جایگاه منحنی تقاضای کار خواهد شد. تابع عرضه نیروی کار  $g(N)$  به فرهنگ کار، نهادها و ساختار بازار کار و نحوه عکس‌العمل کارگران نسبت به تغییر شرایط مربوط می‌شود و تغییر آن موجب تغییر جایگاه منحنی عرضه کار می‌شود. بر طبق نظر کلاسیکها، تغییرات  $P$  به‌عنوان پارامتر

انتقال، به‌طور کامل در تغییر  $P^e$  انعکاس پیدا می‌کند و به عبارتی  $\frac{dP^e}{dP} = 1$ . این به آن معنا است که در اقتصاد رقابتی، تغییر  $P$  موجب انتقال منحنی تقاضای نیروی کار می‌شود و  $P^e$  نیز به همین اندازه تغییر کرده و موجب انتقال منحنی عرضه نیروی کار خواهد شد. بر این اساس، طبق ایده کلاسیکها، منحنی عرضه کار در بلندمدت عمودی است و در نتیجه هر انتقالی که با تغییر  $P$  در منحنی تقاضای نیروی کار صورت گیرد، موجب همین اندازه انتقال در منحنی عرضه کار شده و در هر سطح دستمزد اسمی، سطح اشتغال را ثابت نگه می‌دارد. در مقابل، کینزینها معتقدند با افزایش سطح عمومی قیمت‌ها (به عنوان مثال از  $P_1$  به  $P_2$ ) و در نتیجه انتقال به راست منحنی تقاضای کار، هیچ تغییری در سطح عمومی قیمت‌های انتظاری ( $P^e$ ) ایجاد نمی‌شود و در این صورت از دید کینزینها  $\frac{dP^e}{dP} = 0$  خواهد بود. این به آن معنا است که تغییرات قیمت در زمان جاری هیچ تأثیری روی انتظارات قیمت در آینده نخواهد داشت، موضوعی که در ادبیات اقتصادی از آن به توهم کامل پولی تعبیر شده است. بر این اساس و به دنبال افزایش  $P$ ، تنها منحنی تقاضای کار به سمت راست منتقل شده و منحنی عرضه کار ثابت باقی مانده و در نتیجه اشتغال تعادلی جدید از قطع منحنی جدید تقاضای نیروی کار و منحنی اولیه عرضه کار به دست می‌آید.

دیدگاه عمومی تعادل در بازار کار را می‌توان نقطه میانی تئوری کلاسیکها و کینزینها تصور کرد. در این دیدگاه، سطح عمومی قیمت‌های انتظاری نسبت به تغییر در سطح عمومی قیمت‌ها تنها به‌طور جزئی تعدیل می‌شود و در نتیجه  $\frac{dP^e}{dP} < 1$  خواهد بود. از این رو دیدگاه حاضر به دنبال افزایش در سطح عمومی قیمت‌ها، منحنی تقاضای کار به سمت راست منتقل و منحنی عرضه کار هم به سمت بالا و چپ منتقل می‌شود، اما اندازه انتقال آن کمتر از اندازه انتقال منحنی تقاضای کار است.<sup>1</sup>

1. برای مطالعه بیشتر به شاکری (1387) مراجعه شود.

اگر چه تغییر قیمت و عکس‌العملهایی که نسبت به آن صورت می‌گیرد، مبنای دیدگاههای فوق را تشکیل داده و به عبارتی در همه آنها سایر عوامل ثابت فرض می‌شود، اما همان‌گونه که اشاره شد، توابع عرضه و تقاضای نیروی کار به فرهنگ کار، نهادها، ساختار بازار کار و نحوه عکس‌العمل کارگران و کارفرمایان نسبت به تغییر شرایط بستگی داشته و تغییر آنها موجب تغییر جایگاه منحنی‌های عرضه و تقاضای بازار کار خواهد شد. بنابراین وقتی می‌توان تعادل در بازار کار را تنها تابعی از سطح دستمزدها (قیمتها) دانست که بتوان کلیه عوامل دیگر را ثابت فرض کرد. در دنیای واقعی و خصوصاً در اقتصاد ایران عکس قضیه فوق صادق است. به عبارتی می‌توان سطح دستمزدها را ثابت و کلیه عوامل دیگری را که می‌تواند بر نرخ و در نتیجه سطح بیکاری مؤثر واقع شود به عنوان متغیر تصور کرد. بنابراین شناخت واقعی از متغیرهای فراوان دیگری به غیر از سطح دستمزدها که می‌تواند نرخ بیکاری را تحت تأثیر قرار دهد، حایز کمال اهمیت است. ادبیات اقتصادی این عوامل را نیز به سه دسته عوامل طرف عرضه<sup>1</sup>، عوامل طرف تقاضا<sup>2</sup> و عوامل ناهماهنگی در بازار کار<sup>3</sup> تقسیم کرده‌است. در حالی که رشد جمعیت<sup>4</sup>، افزایش نرخ مشارکت زنان در بازار کار<sup>5</sup> و مهاجرت (از خارج از کشور)<sup>6</sup>. عمده‌ترین عوامل مؤثر در طرف عرضه نیروی کار را تشکیل می‌دهد، انعطاف‌پذیری در بازار کار<sup>7</sup>، ثبات اقتصادی و تغییرات تکنولوژیکی<sup>8</sup> عمده‌ترین عوامل طرف تقاضا تلقی می‌شود. ناهماهنگی در بازار کار<sup>9</sup> و عوامل موجد آن سومین دسته از این عوامل را تشکیل داده و به موردی اطلاق می‌شود که فرصتهای شغلی و بیکاری به صورت همزمان در اقتصاد وجود داشته باشد. در ادبیات حوزه اشتغال و بیکاری انواع ناهماهنگی را می‌توان از یکدیگر تفکیک کرد: ناهماهنگیهای جغرافیایی، ناهماهنگی تخصصی، آموزشی یا مهارتی و یا ترکیبی از این موارد را می‌توان به عنوان عمده‌ترین موارد ناهماهنگی در بازار کار برشمرد. دلایل متفاوتی برای عدم هماهنگی در بازار کار وجود داشته و به عنوان مثال می‌توان به میزان انعطاف‌پذیری در بازار مسکن به عنوان یکی از مهمترین این عوامل اشاره کرد. ناهماهنگی در بازار کار را می‌توان با منحنی ذیل که به منحنی Beveridge مشهور است، نشان داد.

<sup>1</sup>. Factors Operating on the Supply Side

<sup>2</sup>. Factors Operating on the Demand Side

<sup>3</sup>. Mismatch in the Labour Market

<sup>4</sup>. Population Growth

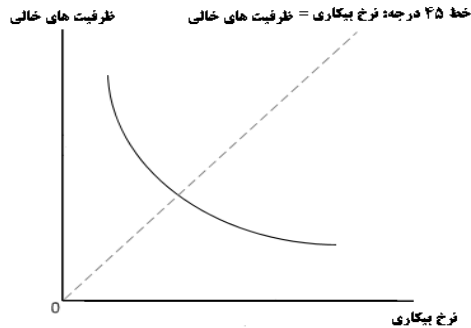
<sup>5</sup>. More females Participating at Work

<sup>6</sup>. Immigration

<sup>7</sup>. Inflexibility in Labour Market

<sup>8</sup>. Technological Change and Replacing People with Labour-Saving Equipment

<sup>9</sup>. Mismatch in the Labour Market



نمودار 1: ناهماهنگی در بازار کار به وسیله منحنی Beveridge

نقاط روی خط 45 درجه بیانگر آن است که در اقتصاد به اندازه نیروی بیکار، فرصت شغلی نیز وجود دارد و بیکاری موجود تنها به دلیل عدم هماهنگی در بازار کار است. نقاط سمت راست خط 45 درجه بیانگر آن است که تعداد افراد بیکار بیش از فرصتهای شغلی موجود است. نقاط سمت چپ بیانگر عکس حالت فوق است. وجود فرصتهای شغلی و بیکاری در یک زمان و مخصوصاً هنگامی که در یک منطقه جغرافیایی نیز وجود داشته باشد، بیانگر اطلاعات ناقص<sup>1</sup> در بازار کار است. این موضوع باعث می شود تا مدت زمانی که فرد بیکار در جستجوی کار است، افزوده شود.

در اقتصاد ایران (و بسیاری از کشورهای جهان) علاوه بر موارد فوق، می توان نوع دیگری از ناهماهنگی در بازار کار را نیز مشاهده کرد. این ناهماهنگی به ناهماهنگی فرهنگی<sup>2</sup> تعبیر شده و ادعا بر این است که بخشی از تمایزات جنسیتی گسترده در بازار کار را می توان بر اساس آن توضیح داد. این تمایزات باعث شده است عوامل مؤثر بر نقش جنسیت در بازار کار از دیدگاه مکاتب و تئوریهای مختلف بررسی و توجه شود. در این میان شاید بتوان عمده ترین تئوریهایی که می توان بر اساس آنها نقش جنسیت در تمایزات بازار کار را توضیح داد، به سه دسته تئوری نئوکلاسیکها، تئوری بازار کار دوگانه و تئوری جنسیتی تقسیم کرد.<sup>3</sup> با این وجود، تقریباً تبیین این تمایزات در هیچ کشوری را نمی توان تنها با استفاده یکی از تئوریهای فوق تشریح کرد؛ در حالی که تئوری نئوکلاسیکها سعی دارد تا تمایزات جنسیتی بازار کار را با استفاده از تحلیل بهره‌وری نیروی کار و سهم کمتر زنان نسبت به مردان در این عامل که خود به دلایل متفاوت و از جمله سطح آموزش کمتر زنان نسبت به مردان واقع می شود، تشریح کند. مطالعات متعدد بیانگر آن است که این تئوری توانایی تبیین همه اختلافات جنسیتی در بازار کار را با این عامل نداشته و تنها قادر است بخشی از این تفاوتها را توضیح دهد. در مجموع و بر اساس تئوری نئوکلاسیکها، جنسیت

<sup>1</sup> Poor information about job opportunities

<sup>2</sup> Cultural mismatch

<sup>3</sup> برای مطالعه بیشتر به فیض پور و محمودی (1386)، زعفرانچی (1386)، نوروزی (1383)، زیاری (1382) و کار (1378) مراجعه شود.



به‌تنهایی عامل نابرابری در دستیابی متفاوت به اشتغال و یا تمایزات دستمزد تلقی نشده و به عبارتی نباید در شرایط مشابه، تمایزی را در بازار کار، و صرفاً به دلیل تفاوت جنسیتی، مشاهده کرد بلکه این تفاوت را باید ناشی از سایر تفاوتها مانند سطوح متفاوت بهره‌وری زنان و مردان در نظر گرفت. از سوی دیگر، تئوری بازار کار دوگانه<sup>1</sup> مشاغل را به دو دسته مشاغلی با سطح دستمزد و تأمین بالا و فرصت پیشرفت بهتر و مشاغلی با سطح دستمزد و تأمین کمتر، همچنین محدودیت امکان پیشرفت تقسیم کرده است (کار، 1378). بر اساس تئوری بازار کار دوگانه، از آنجا که عمده اشتغال در بخشهای مختلف اقتصادی را اشتغال با ویژگیهای دسته اول تشکیل داده و در این گروه ثبات در کار برای کارفرمایان اهمیت دارد، احتمال به کارگیری مردان در این مشاغل بیش از زنان است (زیاری، 1382). برخلاف تئوری نئوکلاسیکها و بازار کار دوگانه، تئوریهای جنسیتی با پذیرش عامل جنسیت به عنوان عامل تفکیک مشاغل و در نتیجه وجود تمایزات در بازار کار به تبیین این تفاوتها می‌پردازد. موضوع کلیدی در تئوریهای جنسیتی پذیرش تمایزات جنسیتی در تقسیم کار و اختصاص کارهای خانگی مانند مراقبت کودکان به زنها است (کار، 1378، ص 24). تئوریهای جنسیتی را می‌توان تبیینی از نقش باورهای فرهنگی جامعه در تجزیه بازار کار برحسب جنسیت تلقی کرد. به عبارتی می‌توان نتیجه بارز این تئوری را اولویت بخشیدن به اشتغال مردان در بازار کار تلقی کرد.

گرچه می‌توان میزان صحت هر یک از تئوریهای فوق را در بازار کار هر کشور جستجو و اندازه‌گیری کرد، اما نگاه جنسیتی در بازار کار ایران را شاید بتوان عمده‌ترین نگاهی که می‌توان براساس آن تمایزات موجود را توضیح داد، قلمداد کرد. به‌عنوان مثال، مصوبه شورای عالی انقلاب فرهنگی با عنوان "سیاستهای اشتغال زنان در جمهوری اسلامی ایران." شغل اصلی زن را همسری و مادری عنوان کرده است و ماده 5 آن کلیه مشاغل را با نگاه جنسیتی به چهار دسته تقسیم می‌کند:

الف) مشاغلی که با ویژگیهای بانوان (روحی و جسمی) متناسب باشد.

ب) مشاغلی که پرداختن به آن از سوی زنان مطلوب شارع است.

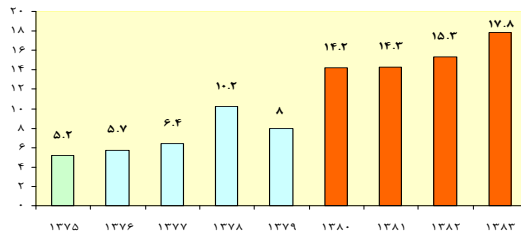
ج) مشاغلی که ملاک انتخاب آن تخصص یا تجربه است و نه جنسیت.

د) مشاغلی که به دلیل شرایط خشن و یا ارزشهای اعتقادی- فرهنگی و اجتماعی برای بانوان نامناسب است.

قانون کار جمهوری اسلامی ایران نیز در فصل سوم، مواد 75 - 78 به شرایط کار زنان اختصاص داده است. در ماده 75، "انجام کارهای خطرناک، سخت و زیان‌آور و نیز حمل بار بیشتر از حد مجاز با دست" برای کارگران زن ممنوع شناخته شده است. سایر مواد نیز به شرایط کار در دوران بارداری و مرخصی زایمان اختصاص پیدا کرده است.

<sup>1</sup> Dual Labour Market Theory

این پژوهش بر اساس مجموعه مطالب فوق، سعی می‌کند تا وجود یا عدم وجود نگاه جنسیتی در بازار کار استان یزد و از نگاه بیکاران جویای کار، مسؤولان و صاحب نظران و نیز کارآفرینان و صاحبان حرف استان در طول برنامه سوم توسعه به تصویر کشد. انتخاب این دوره نیز به آن دلیل است که نرخ بیکاری طی این دوره در استان به بیش از دو برابر افزایش پیدا کرده است. استان یزد که قبل از سال 1380 کمتر شاهد تجربه نرخهای بیکاری دو رقمی بود، در سال 1383 با نرخ بیکاری 17/8 درصد در گروه استانهایی با بالاترین نرخ بیکاری قرار گرفته است (نمودار 2).



نمودار 2: روند نرخ بیکاری در استان یزد: 1375-1383

### بازار کار و تأثیر جنسیت در آن: مروری بر مطالعات انجام شده

بر اساس دانسته‌های محقق، مطالعاتی که به بررسی موضوعی با چنین نگرش در سطح کشور انجام شده باشد، وجود نداشته است اما پیرامون موضوع می‌توان مطالعات اندکی را معرفی کرد. به عنوان مثال، توسلی (1382) در مقاله‌ای با عنوان "آیا می‌توان بین کار زن در خانه و کار بیرون آشتی برقرار کرد؟" موضوع کار خارج از منزل به وسیله زنان را از نگاههای متفاوت بررسی کرده است. او معتقد است که فراگیر نشدن کار زنان در خارج از منزل و اینکه نسبت درصد اشتغال زنان از کل جمعیت فعال زنان تنها حدود 10 درصد باقیمانده است، به دلیل تعارض نگرشهای اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی میان کار خانه‌داری و کار خارج از خانه بوده که ناشی از ساختارهای اقتصادی و پایداری نظام سنتی گذشته است. در این پژوهش و از نگاه زنان مورد پرسش، این تعارضات به‌خوبی آشکار بوده و جالب توجه آنکه حدود 60 درصد از زنان مورد پرسش بر اهمیت نقش سنتی خانه‌داری و ضرورت آن تأکید کرده و برای این نقش نسبت به کار بیرون اولویت قائل بوده‌اند.

بر اساس پژوهش محمدی و همکارانش (1381) در مورد عوامل فرهنگی مؤثر در توسعه ایران، حدود 90 درصد از صاحب نظران، معتقدند که باور رایج در ایران آن است که "زنان موجودات ضعیفی می‌باشند". علاوه بر آن، 80 درصد از متفکران به این که اغلب ایرانی‌ها جای زن را در نهایت در خانه می‌دانند، معتقدند. نتایج پژوهش آنان، همچنین نشان داده است که 88 درصد از شرکت‌کنندگان در پژوهش معتقدند که "مدیریت امور را نمی‌توان به دست زنها سپرد". علاوه بر آن مطالعه آقای (1373)، به بررسی

"سنجش نگرش مردان شاغل در آموزش و پرورش نسبت به اشتغال زنان در خارج از خانه" پرداخته است. او نشان داده است از مهمترین موانع اشتغال زنان در ایران چگونگی نگرش مردان و زنان در سطوح کلی جامعه و گسترش آن به خود زنان نسبت به اشتغال زنان در بیرون از خانه است. "برآورد تقاضای نیروی کار زنان: رویکردی به برنامه چهارم توسعه"، موضوع مقاله‌ای است که در سال 1386 به وسیله زعفرانچی ارائه شده است. زعفرانچی نشان می‌دهد برای تحقق اهداف برنامه چهارم توسعه، یعنی کاهش نرخ بیکاری زنان به 9/3 درصد، باید اشتغال زنان در پایان برنامه چهارم (1388) به 4220826 افزایش پیدا کند. از نگاه او بدون ایجاد تحولات ساختاری در اقتصاد ایران، چنین امری محقق نخواهد شد و روندهای موجود تنها می‌تواند اشتغال زنان را به 3051589 افزایش دهد. بر این اساس، نرخ بیکاری زنان در پایان برنامه چهارم به 30 درصد افزایش پیدا خواهد کرد. از نگاه او، بخش عمده‌ای از تحولات ساختاری تحولاتی است که تنها با تغییر نگرش فرهنگی نسبت به کار زنان در جامعه محقق می‌شود.

مطالعه Vidyasagar & Rea در سال 2004 را می‌توان به عنوان یکی از عمده‌ترین مطالعاتی که سعی کرده است نگرش‌های متمایز به تأثیر جنسیت بر کار زنان را بررسی کند، محسوب نمود. این مطالعه در کشور عربستان انجام شده و به بررسی نگرش کار و آموزش زنان از دیدگاه اسلام و دیگر مکاتب پرداخته است. نویسندگان معتقد است اگر چه از نگاه تعالیم اسلام نمی‌توان تبعیضی را بین زنان و مردان در کار تصور کرد (به استثنای موارد بسیار اندک)، اما با این وجود و علی‌رغم آنکه پادشاهی عربستان قرارداد عدم تبعیض علیه زنان را امضا کرده است، اما می‌توان موارد متعددی از تمایزات میان کار زنان و مردان در این کشور را مشاهده کرد. از نگاه او، بخش عمده این تمایزات را می‌توان ناشی از نگرش‌های متمایز به کار زنان و مردان و تقدم کار خارج از منزل برای مردان دانست. همچنین موضوع نگرش‌های متفاوت به کار زنان از دید مکاتب مختلف بررسی شده است و به عنوان مثال می‌توان به مطالعه رضایی (1386)، با عنوان "اصول حاکم بر کار اقتصادی زنان از دید اسلام" و مطالعه و فیلو دیامنتی (1383)، در مورد کار زنان در تفکر سیاسی اتوپیایی رادیکال اشاره کرد. در مجموع، و تقریباً در اکثر مطالعات موجود می‌توان نگاه جنسیتی به بازار کار، هر چند در سطوح متفاوت را مشاهده کرد.

### روش پژوهش، داده‌ها، نحوه جمع‌آوری و توصیف آنها

اگرچه می‌توان روش‌های متفاوتی را برای بررسی دیدگاه‌های گروه‌های جامعه و نیز تعیین نقش باورهای فرهنگی در تمایزات بازار کار به کار بست، اما این مطالعه با هدف مقایسه دیدگاه‌های سه گروه که عمده‌ترین نقش را در بازار کار ایفا می‌کنند، یعنی عرضه‌کنندگان نیروی کار (بیکاران جویای کار)، تقاضاکنندگان نیروی کار (کارآفرینان و صاحبان حرف) و سیاست‌گذاران این بازار (مسئولان و کارشناسان) طراحی شده و از این رو، روش پژوهش در این تحقیق از نوع توصیفی-تحلیلی خواهد بود.

## جامعه آماری و ویژگیهای آن

بر اساس هدف این پژوهش، سه جامعه آماری و در نتیجه سه نمونه آماری (بیکاران جویای کار، کارآفرینان و صاحبان حرف و مسؤولان و کارشناسان استان یزد) منابع اصلی داده‌های این پژوهش را تشکیل داده‌است. جامعه آماری بیکاران جویای کار استان یزد، شامل کلیه ثبت‌نام شدگان به عنوان بیکار جویای کار طی برنامه سوم توسعه بوده و نیز تفکیک جنسیتی آنها در جدول 4 منعکس شده است. این جدول نشان می‌دهد که نرخ ثبت نام‌شدگان در این دوره به‌شدت در نوسان و از حدود 6 درصد در سال 1379 تا 40 درصد در سال 1381 تغییر کرده و علاوه بر آن سهم مردان از بیکاران جویای کار طی این دوره بیش از دو برابر زنان است. علاوه بر آن، تحلیل جامعه آماری بیکاران جویای کار نشان‌دهنده آن است که 85 درصد از جامعه را افرادی با سطح تحصیلات کمتر از دیپلم و یا دیپلم تشکیل داده و براین اساس، اگرچه سهم مردان ثبت‌نام شده با مدرک تحصیلی کمتر از دیپلم به‌مراتب بیش از زنان است (49 درصد مردان و 33 درصد زنان)، اما در گروه مدرک تحصیلی دیپلم سهم زنان به‌میزان قابل توجهی از مردان پیشی گرفته‌است (45 درصد برای زنان و 38 درصد برای مردان). علاوه بر آن مقایسه دو مقطع تحصیلی بالاتر (فوق‌دیپلم و لیسانس) نیز حاوی نکات ارزشمندی است. درحالی که تنها 5 درصد از مردان و 7 درصد از زنان ثبت‌نام شده با مدرک تحصیلی فوق دیپلم بوده‌اند، این نسبت برای سطح تحصیلی مقطع بالاتر (لیسانس) دارای مقادیر 8 و 15 درصد است. عدم همخوانی نیاز بازارکار با مدارک تحصیلی موجود خصوصاً در بین زنان از عمده‌ترین نکات قابل توجه این بخش است.

جدول 4: جامعه بیکاران جویای کار استان یزد طی برنامه سوم توسعه: 83-1379

سال و جنسیت	تعداد	درصد
1379	42222	6/2
1380	5515	8/1
1381	27110	39/8
1382	18250	26/8
1383	13000	19/1
جمع	68096	100
مرد	45848	67
زن	22248	33

یافته های پژوهشگر، ویژگیهای یک نفر از ثبت نام شدگان در دسترس نبوده است.

از سوی دیگر، تفکیک جامعه آماری بر اساس جنسیت و سن نشان می‌دهد، 59 درصد از مردان و 63 درصد از زنان ثبت‌نام شده را جوانان 15-24 سال تشکیل می‌دهد. نکته قابل توجهی که از مقایسه ثبت‌نام شدگان در دو طبقه جوانان و میانسالان به تفکیک جنسیت به دست می‌آید آن است که با افزایش سن، درصد زنان جویای کار نسبت به مردان کمتر می‌شود. با توجه به اینکه احتمال ازدواج زنان با افزایش

سن نسبت به مردان با نسبت بیشتری افزایش پیدا کرده و از طرفی بر اساس تئوریهای نابرابری جنسیتی، بخشی از مسؤولیت‌های خانواده مانند نگهداری از فرزندان و انجام امور منزل خصوصاً در فرهنگ ایرانی و علی‌الخصوص در فرهنگ مردم یزد بر عهده زنان است، موضوع فوق به آن معنا است که ازدواج می‌تواند باعث کاهش تمایل زنان به انجام کار شده و با توجه به لزوم تأمین مخارج زندگی به وسیله مردان، باعث افزایش این تمایل در مردان شود.

علاوه بر جامعه ثبت‌نام شدگان به عنوان بیکاران جویای کار، کارآفرینان و صاحبان حرف جامعه آماری دیگر این پژوهش است.

در این تحقیق کارآفرین به کسی اطلاق می‌شود که حداقل یکی از دو ویژگی زیر را داشته باشد:

☒ به این صفت (ایجاد اشتغال) در بین مردم یا مسؤولان استان مشهور باشد.

☒ نام او به عنوان کارآفرین در یکی از مراکز رسمی استان (مانند سازمان صنایع) به ثبت رسیده باشد.

علاوه بر آن صاحبان حرف به آن دسته از افرادی اطلاق می‌شود که در زمان مطالعه، مسؤولیت یک بنگاه اقتصادی، اعم از صنعتی، کشاورزی و یا خدماتی را بر عهده داشته است. چنین فردی، حتی اگر به‌عنوان سهامدار عمده بنگاه نیز نباشد به عنوان صاحب حرفه تلقی می‌شود. لازم به یادآوری است تأکید عمده این تحقیق به صاحبان حرف و کارآفرینانی اختصاص یافته است که به طور عمده در واحدهای بزرگ اقتصادی با بیش از 10 نفر کارکن به فعالیت اشتغال داشته و یا بیش از 10 شغل به واسطه سرمایه، فکر و یا مدیریت آنها در بخشهای اقتصادی استان یزد ایجاد شده‌است. جامعه مسؤولان و صاحب‌نظران سومین جامعه آماری این پژوهش است. در این مطالعه، مسؤول به فردی اطلاق می‌شود که فعالیت او به نوعی با حوزه اشتغال و بیکاری مرتبط بوده و یا به نوعی مسؤولیتی را در این ارتباط داشته‌اند. با چنین تصویری، حتی ممکن است افرادی که در رابطه با مسائل اشتغال و بیکاری تخصصی نداشته و یا تحصیلات آنها (اعم از دانشگاهی یا غیر دانشگاهی) با مسائل اشتغال و بیکاری مرتبط نباشد، به واسطه مسؤولیتی که در این زمینه دارند، در این گروه قرار گیرند. علاوه بر مسؤولان، صاحب‌نظران استان نیز بخش دیگری از این جامعه آماری است. این گروه شامل اساتید دانشگاه است که در مراکز دانشگاهی استان (اعم از دولتی، آزاد یا پیام‌نور) و در رشته‌های مرتبط با مباحث اشتغال و بیکاری، خصوصاً اقتصاد فعالیت می‌کنند. از آنجا که کلیه مراکز مذکور دارای رشته اقتصاد و رشته‌های مرتبط بوده و اساتید بومی که به مسائل و مشکلات بیکاری استان نیز آگاهی کامل دارند، در این مراکز به فعالیت مشغولند، این تعداد جامعه آماری مناسبی را از نظر صاحب‌نظران استان تشکیل می‌دهد.

## نمونه آماری و نحوه تعیین آن

برای برآورد حجم نمونه در جامعه ثبت‌نام شدگان به عنوان بیکار جویای کار از فرمول تعیین حجم نمونه (در سطح اطمینان 90 درصد و خطای 4 درصد) استفاده و بر این اساس حجم نمونه در این جامعه 426 نفر تعیین شده است. برای انتخاب نمونه نیز از روش نمونه‌گیری طبقه‌بندی شده<sup>1</sup> استفاده شده و طبقه‌بندی نیز بر حسب شهرستان و جنسیت صورت گرفته است. از مجموع 426 نمونه انتخابی، 158 نمونه به زنان و 268 نمونه به مردان اختصاص پیدا کرده است. با این وجود و از آنجا که تأکید این پژوهش بر بیکاران واقعی جویای کار قرار گرفته است، از بین 426 پرسشنامه تکمیل شده از نمونه انتخابی اولیه و بنا به تعریف بیکار<sup>2</sup>، شاغل<sup>3</sup> و جمعیت غیر فعال<sup>4</sup> از نظر اقتصادی، 217 نفر شاغل، 166 نفر بیکار و 43 نفر غیر فعال بوده‌اند. بر این اساس، در تحلیل نهایی تنها آن دسته از افراد نمونه که در زمان مطالعه بیکار بوده‌اند، (166 نفر) مدنظر قرار گرفته است.

برای تعیین حجم نمونه از دو جامعه آماری مسؤولان و صاحب‌نظران و نیز کارآفرینان و صاحبان حرف و با توجه به حجم‌های متفاوت از این جوامع، 104 نفر از جامعه اول و 127 نفر به عنوان نمونه از جامعه دوم و با توجه به ویژگیهای این جوامع و برای اعتماد حداکثری به نتایج از روش نمونه‌گیری گلوله برفی<sup>5</sup>، برای انتخاب نمونه‌های این دو گروه استفاده شده است. ذکر این نکته نیز ضروری است که اکثریت قریب به اتفاق نمونه آماری منتخب از هر دو جامعه مسؤولان و صاحب‌نظران و نیز کارآفرینان و صاحبان حرف استان یزد در سال بررسی شده را مردان تشکیل داده و به‌ندرت می‌توان زنی را با ویژگیهای تعریف شده در جوامعی که نمونه‌های مذکور از آنها انتخاب شده است، مشاهده کرد.

## تکنیک جمع‌آوری داده‌ها

براساس مطالعات موجود، ادبیات اقتصادی عواملی که براساس آن می‌توان بازارکار را تحلیل کرد، به سه گروه عوامل طرف عرضه، عوامل طرف تقاضا و عوامل تعدیل‌کننده یا برهم زننده تعادل در بازارکار (که بعد فرهنگی و سیاستهای اقتصادی نیز بخشی از آن قلمداد می‌شود) تقسیم می‌شود. برای بررسی نگاه جنسیتی در بازار کار از دیدگاه طرف عرضه این بازار (ثبت‌نام شدگان به عنوان بیکاران جویای کار)، طرف تقاضا (کارآفرینان و صاحبان حرف) و نیز سیاستگذاران این حوزه (مسؤولان و صاحب‌نظران استان)

1. Stratified Random Sampling

2. در این پژوهش، بیکار فردی است که آمادگی انجام کار و نیز شرایط آن را داشته و به دنبال کار باشد ولی کار پیدا نکند.

3. در سال مورد بررسی، شاغل به فردی اطلاق می‌شود که در هفته قبل از پرسش حداقل دو روز کار کرده باشد.

4. غیر فعال: بخشی از جمعیت 10 ساله و بیشتر که در ردیف شاغلان و بیکاران جویای کار قرار نمی‌گیرد (مانند دانش‌آموزان).

5. Snowball Sampling: در این روش با انتخاب اولین و مشهورترین فرد جامعه مورد نظر، از او خواسته می‌شود تا با شناخت خویش افراد دیگری را معرفی کند. این مسیر تا انتخاب آخرین فرد نمونه و با معرفی افراد جدید به وسیله نمونه‌های قبلی ادامه پیدا کند. استفاده از این روش برای جوامعی غیر همگن و نیز جوامعی با ویژگیها و حجمی نامشخص، کاملاً ارزشمند است. دستیابی به اولین عناصر جامعه، نقطه شروع در این روش نمونه‌گیری است.

پرسشنامه‌ای بسته و شامل سؤالهایی که بتواند این دیدگاه را منعکس کند، طراحی و در اختیار هر سه گروه قرار گرفته است. طیف پنج بخشی لیکرت نیز برای جواب سؤالهای مذکور در نظر گرفته شده است. این سؤالات عبارتند از:

در رابطه با موارد ذیل چه نظری دارید؟

کاملاً موافقم  موافقم  نظری ندارم  مخالفم  کاملاً مخالفم

بهتر است خانمها در خانه بمانند و کار بیرون مخصوص آقایان باشد.

برای زنان کار نیمه وقت بهتر از تمام وقت است.

وقتی تعداد زیادی از افراد جامعه بیکارند، اولویت اشتغال با مردان است.

برای ارزیابی نگاه جنسیتی در طرف تقاضای بازار کار نیز، سؤال ذیل در پرسشنامه ویژه کارآفرینان و صاحبان حرف قرار گرفته است:

در هر مورد و در شرایط مساوی، به کارگیری چه نوع نیروی کاری را ترجیح می دهید؟

زن  مرد  بی تفاوت

نتایج به دست آمده از پرسشهای فوق و از دیدگاه سه گروه شکل دهنده بازار کار حاوی نکات برجسته و ارزشمندی است.

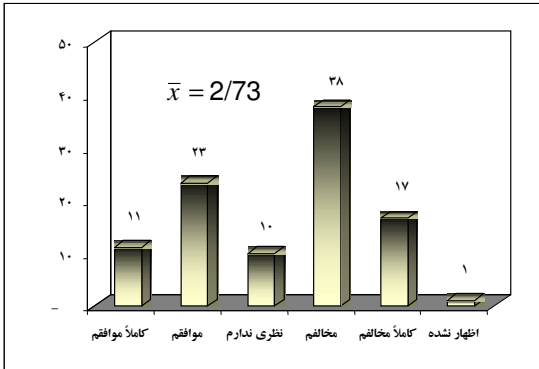
### یافته‌ها و تحلیل آنها

بازار کار با تعامل سه گروه عرضه‌کنندگان نیروی کار، تقاضاکنندگان آن و نگاه سیاستگذاران و در نتیجه تصمیمهای آنان در این بازار شکل می‌گیرد و از این رو تحلیل هر یک از این دیدگاهها می‌تواند ارزشمند و قابل تأمل بوده و بر این اساس، در این بخش به صورت مجزا بررسی شده است.

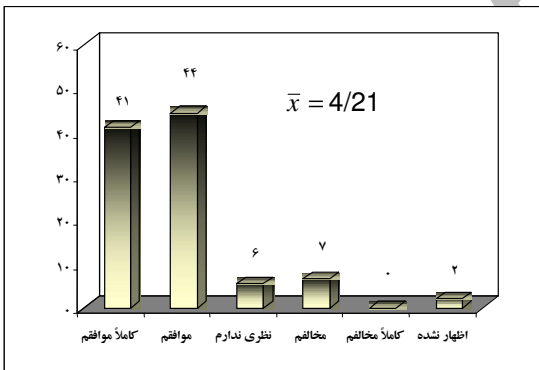
1-4- از نگاه جویندگان کار

حدود یک‌سوم از جویندگان کار بر این باورند که وظیفه اصلی زن، ماندن در خانه و انجام امور منزل بوده و امور بیرونی به مردان تعلق دارد. این میزان اگرچه نسبت به طیف دیگری که با این عقیده مخالفند (55 درصد) در اقلیت قرار دارد، اما توانسته است بخش قابل‌توجهی از نمونه بررسی شده را به‌خود اختصاص دهد. این یافته هنگامی که با یافته‌های دو سؤال بعد، یعنی ارجحیت کار نیمه‌وقت برای زنان و اولویت اشتغال برای مردان سنجش شود، به صورت کاملاً مشخص نمایانگر این مطلب است که از نگاه جویندگان کار به هیچ عنوان نمی‌توان نگاهی برابر در بازار کار و بدون توجه به جنسیت در این بازار داشت. پذیرش کار نیمه‌وقت به‌وسیله 85 درصد جویندگان کار برای زنان و نیز اولویت بخشیدن به کار مردان به‌وسیله 88 درصد از آنها مبین آن است، به هیچ عنوان نمی‌توان تمایزات جنسیتی را در بازار کار نادیده گرفت و بر این اساس شاید بتوان برخی از این تمایزات را براساس ویژگیهای فرهنگی تفسیر کرد.

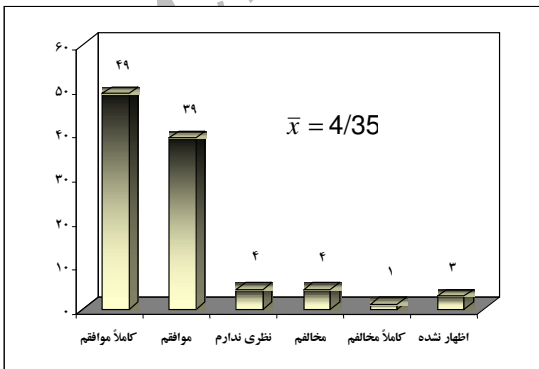
مقایسه میانگین وزنی اعداد اختصاص داده شده به طیف لیکرت (کاملاً موافق=5، موافق=4، بی‌نظر=3، مخالف=2 و کاملاً مخالف=1) نیز حایز کمال اهمیت است. میانگین به‌دست آمده از سؤال اول (2/73) نمایانگر ناهمگنی در جامعه پیرامون این موضوع است. به‌عبارتی، این میزان را می‌توان در عدم توافق عمومی بر اینکه "بهبتر است خانمها در خانه بمانند و کار بیرون مخصوص آقایان باشد" تفسیر کرد. پاسخ به سه سؤال فوق اگر چه در مجموع می‌تواند نمایانگر تمایزات جنسیتی در بازار کار باشد، اما بررسی نظرات جویندگان کار در موارد مذکور و به تفکیک جنسیت نیز قابل تأمل است.



نمودار 1: بهتر است خانم ها در خانه بمانند و کار بیرون مخصوص آقایان باشد.

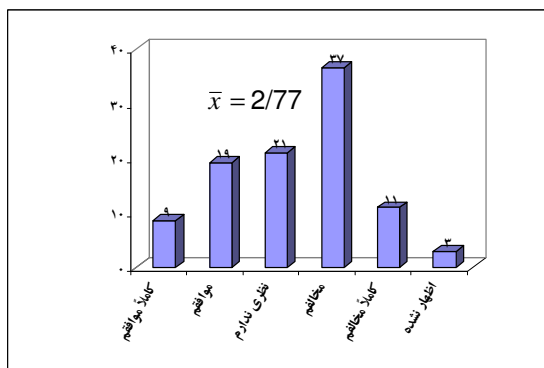


نمودار 2: برای زنان کار نیمه وقت بهتر از تمام وقت است.



نمودار 3: وقتی تعداد زیادی از افراد جامعه بیکارند اولویت اشتغال با مردان است.





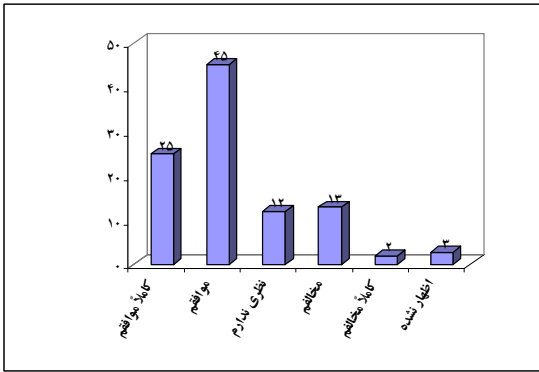
نمودار 4: بهتر است خانمها در خانه بمانند و کار بیرون مخصوص آقایان باشد.

نمودار 5: برای زنان کار نیمه وقت بهتر از تمام وقت است.

#### از نگاه مسؤولان و صاحب نظران

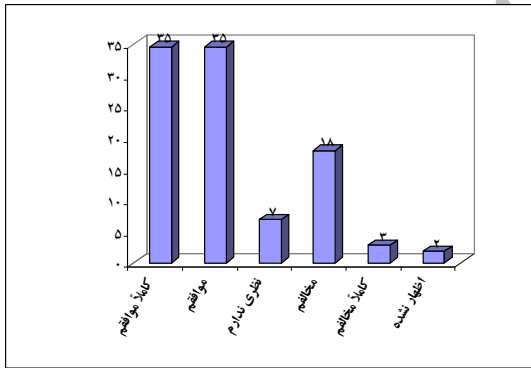
اگر چه توزیع پاسخ مسؤولان و صاحب نظران در رابطه با اظهار نظر پیرامون تمایزات جنسیتی در بازار کار با نگاه جویندگان کار اندکی متمایز است، با این وجود می توان همسویی کاملاً روشنی را بین این دو دیدگاه مشاهده کرد. مانند نظر ثبت نام شدگان به عنوان بیکار جویای کار، 28 درصد از مسؤولان و صاحب نظران استان یزد وظیفه اصلی زن را انجام امور منزل دانسته و در مقایسه با جویندگان کار، درصد کمتری با این دیدگاه مخالف بوده اند (48 درصد در مقابل 55 درصد). درصد مسؤولان و صاحب نظران بی نظر در این خصوص بیش از دو برابر افراد بی نظر در گروه جویندگان کار است. اینکه آیا می توان بی نظری این گروه را امری تصادفی دانست و یا موقعیت اجتماعی

نتایج این پژوهش نشان می دهد اکثریت زنان (73 درصد) به شدت با این ایده که کار بیرون مخصوص آقایان باشد، مخالفند ( $\bar{x}_{زن} = 2/07$  در مقایسه با  $\bar{x} = 3/8$  با این وجود، اکثریت قاطع زنان (82 درصد) نیز بر این باورند که برای زنان کار نیمه وقت بهتر از تمام وقت است. عدم اعلام نظر درصد بالایی از مردان پیرامون دو سؤال فوق خود از دیگر نکات برجسته این بخش است. علاوه بر آن، نزدیکی دیدگاه مردان و زنان جویای کار در اولویت بخشی به کار مردان (در شرایط مساوی) از نقش باورهای فرهنگی و پذیرش آن به وسیله مردان و زنان حکایت می کند. این موضوع در میانگینهای به دست آمده از پاسخهای مردان و زنان نیز قابل مشاهده و استنباط است ( $\bar{x}_{زن} = 3/64$  و  $\bar{x}_{مرد} = 4/13$ ).



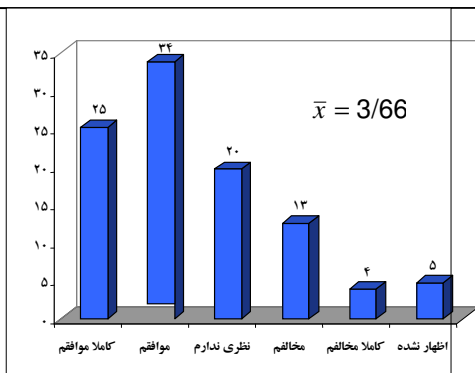
آنها باعث شده تا بی نظری را برگزیده باشند، سؤالی است که پاسخ آن را باید در اظهار نظر پیرامون دو سؤال بعدی جستجو نمود. مسؤولان و صاحب نظران با قاطعیت بر این امر که کار نیمه وقت برای زنان ارجحیت داشته و در شرایط مساوی اولویت اشتغال با مردان است، اظهار نظر کرده اند (70 درصد). ذکر این نکته ضروری است که به دلیل ویژگی جامعه آماری، تمامی مسؤولان و صاحب نظران استان را مردان تشکیل داده اند.

نمودار 6: وقتی تعداد زیادی از افراد جامعه بیکارند، اولویت اشتغال با مردان  
 $\bar{x} = 3/83$  است.

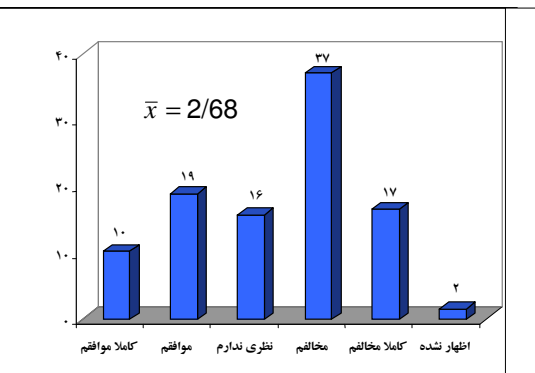


### از نگاه کارآفرینان و صاحبان حرف

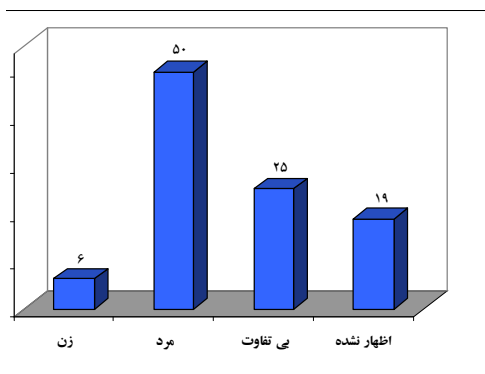
بررسی نگاه کارآفرینان و صاحبان حرف به عنوان طرف تقاضای بازار کار را شاید بتوان عمده ترین دیدگاه در راستای تأثیر جنسیت در بازار کار تلقی کرد. با کمال تعجب و مانند دو دیدگاه قبل (30 درصد از جویندگان کار و 28 درصد از مسؤولان و صاحب نظران)، 29 درصد از کارآفرینان و صاحبان حرف استان با این دیدگاه که "بهتر است خانمها در خانه بمانند و کار بیرون مخصوص آقایان باشد"، موافق بوده اند. این گروه نیز کار نیمه وقت را برای زنان ارجح دانسته و به صورت قاطع اولویت اشتغال را برای مردان قائل بوده و 50 درصد نیز به کارگیری نیروی کار مرد را بر زن ترجیح داده اند. مجدداً یادآوری می کند که این گروه نیز صرفاً شامل مردان بوده است.



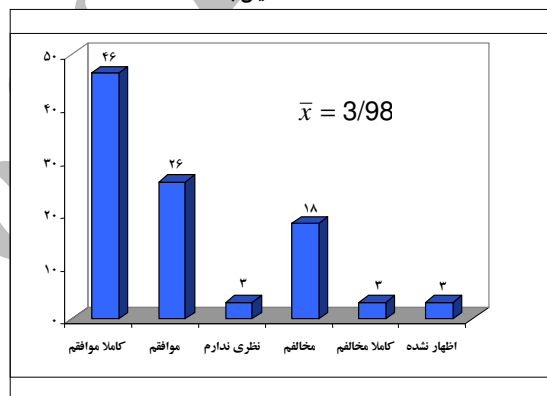
نمودار 8: برای زنان کار نیمه وقت بهتر از تمام وقت است.



نمودار 7: بهتر است خانم ها در خانه بمانند و کار بیرون مخصوص آقایان باشد



نمودار 10: در شرایط مساوی به کارگیری چه نوع نیروی کاری را ترجیح می دهید؟



نمودار 9: وقتی تعداد زیادی از افراد جامعه بیکارند اولویت اشتغال با مردان است.

## از نگاه طرف تقاضا در بازار کار

اگر چه بیکاران جویای کار طرف عرضه بازار کار را تشکیل می دهند، اما تقاضا در این بازار را می توان ناشی از جمع دیدگاه و سیاستهای مسؤولان و صاحب نظرانی که ساختار اداری و قوانین را شکل داده و کارآفرینان و صاحبان حرفی که در نهایت و با توجه به جمیع جهات تصمیم به ایجاد یا گسترش بنگاههای جدید و یا بسط بنگاههای موجود و در نهایت ایجاد اشتغال می پردازند، تصور کرد. بر این اساس، فرض شده است که می توان برای جمع بندی نهایی، نظرات این دو گروه را به عنوان مجموعه ای واحد تلقی کرد. علاوه بر آن برای سادگی جمع بندی و امکان مقایسه، نظرات موافق و کاملاً موافق به عنوان موافق و نظرات مخالف و کاملاً مخالف به عنوان نظر مخالف در نظر گرفته شده است. بر این اساس می توان ملاحظه کرد که اگر چه بیش از نیمی از شکل دهندگان طرف تقاضا در بازار کار (51 درصد) کار

زنان را مختص کار در منزل ندانسته‌اند، اما کار نیمه وقت را برای زنان ارجح و اولویت را در شرایط مساوی به اشتغال مردان داده‌اند.

## نتیجه‌گیری

بازار کار حتی در توسعه یافته‌ترین کشورها نیز بازاری است که در آن می‌توان انواع تفاوت و گاهی تبعیض جنسیتی را جستجو کرد (Mukhopadhaya, 2001; Gonzalo, 2000). شایان ذکر است که تئوریهای مختلفی تلاش کرده‌اند تا این تمایزات را توجیه کنند. این پژوهش با هدف بررسی دیدگاه عرضه کنندگان نیروی کار (جویندگان کار) و تقاضا کنندگان آن (کارآفرینان و صاحبان حرف و مجموعه سیاست‌گزاران این حوزه) طی دوره برنامه سوم توسعه در استان یزد و به دلیل افزایش قابل توجه نرخ بیکاری در این استان طی این دوره طراحی و تدوین شده‌است. داده‌های این پژوهش با استفاده از تکنیک پرسشنامه و نیز دو روش نمونه‌گیری تصادفی طبقه‌بندی‌شده و روش نمونه‌گیری گلوله برفی جمع‌آوری شده‌است. نتایج این پژوهش نشان می‌دهد تنها 30 درصد از عرضه کنندگان و تقاضا کنندگان بازار کار به‌شدت به تئوریهای جنسیتی معتقد بوده و برای زنان انجام امور منزل را بهترین کار دانسته‌اند. از سوی دیگر، بر این‌که کار نیمه‌وقت برای زنان بهتر از کار تمام‌وقت است، در میان دو طرف عرضه کنندگان نیروی کار و تقاضا کنندگان آن در این بازار اتفاق نظر وجود داشته‌است. این موضوع به آن معنا است که به هیچ عنوان نمی‌توان اموری را که بر اساس جنسیت در فرهنگ ایرانی و خصوصاً فرهنگ یزد به زنان اختصاص دارد را نادیده گرفت. این موضوع را می‌توان در همسویی و ارجحیت بسیار بالای شکل دهندگان بازار کار در اولویت کار به مردان نیز مشاهده کرد.

در مقایسه با مطالعات موجود، نتایج این مطالعه با برخی همسویی بالایی را نشان داده و به عنوان مثال نتایج این پژوهش نیز تأییدی بر یافته‌های مطالعه توسلی (1382) است که در آن حدود 60 درصد از زنان مورد پرسش بر اهمیت نقش سنتی خانه‌داری و ضرورت آن تأکید کرده و برای این نقش نسبت به کار بیرون اولویت قائل بوده‌اند. با این وجود، نتایج این مطالعه برخلاف یافته‌های پژوهش محمدی و همکارانش (1381) در مورد عوامل فرهنگی مؤثر در توسعه که در آن، 80 درصد از متفکران به این‌که اغلب ایرانی‌ها جای زن را نهایتاً در خانه می‌دانند، قرار دارد. از نگاه اکثریت گروه‌های سه‌گانه بررسی شده که در مجموع ساختار بازار کار را در هر اجتماع شکل می‌دهند، تفکیک کار درون و بیرون منزل بر اساس جنسیت امری غیر واقعی است. با این وجود، پذیرش کار نیمه وقت برای زنان به‌وسیله هر سه گروه و با درصدی بالا نیز به آن معنا است که انجام کار نباید زنان را از وظایفی که صرفاً بر اساس جنسیت قابل تفکیک است، بازدارد. پذیرش این موضوع از سوی زنان بررسی شده، نمایانگر درکی واقع‌گرایانه در میان آنها است. اینکه اکثریت قاطع زنان جویندگان کار و اکثریت صاحب نظران و کارآفرینان بر این باورند که برای زنان کار نیمه‌وقت بهتر از کار تمام وقت است، موضوعی است که می‌تواند به عنوان اصلی اساسی در

راستای سیاستهای بازار کار مد نظر قرار گیرد.

### منابع

- آقایی، فرشته (1373) *سنجش نگرش مردان شاغل در آموزش و پرورش نسبت به اشتغال زنان در خارج از خانه*. پایان نامه کارشناسی ارشد. تهران: دانشگاه آزاد اسلامی واحد مرکز.
- توسلی، غلام عباس (1382) «آیا می توان بین کار زن در خانه و کار بیرون آشتی برقرار کرد؟»، *مطالعات زنان*، سال اول، شماره 2، صص 3-26.
- دهقانی زاده، مجید (1382) *نقش زنان در بازار نیروی کار استان یزد طی سالهای 81-1345*. یزد: سازمان مدیریت و برنامه ریزی استان یزد.
- رضایی، مجید (1386) «اصول حاکم بر کار اقتصادی زنان از دید اسلام»، *اقتصاد اسلامی*، سال هفتم، شماره 25، صص 99-124.
- زعفرانچی، لیلا سادات (1386) «برآورد تقاضای نیروی کار زنان: رویکردی به برنامه چهارم توسعه»، *مجله تحقیقات زنان*، انجمن ایرانی مطالعات زنان، سال اول، شماره اول، صص 95-114.
- زیاری، کرامت الله (1382) *بررسی تفاوت میان ساختار اشتغال زنان و مردان در نقاط شهری و روستایی کشور*. یزد: دانشگاه یزد.
- شاکری، عباس (1387) *نظریه ها و سیاست های اقتصاد کلان*. جلد اول، تهران: انتشارات پارس نویسا.
- فاضلی، حسین (1384) *مطالعه وضعیت بازار کار استان یزد و شناسایی علل افزایش نرخ بیکاری آن*. یزد: سازمان مدیریت و برنامه ریزی استان یزد.
- فیض پور، محمد علی و سید نظام الدین مکیان (1384) *کالبد شکافی بیکاری در استان یزد: بیم ها و امیدها*. یزد: سازمان مدیریت و برنامه ریزی استان یزد.
- فیض پور، محمد علی و سید نظام الدین مکیان (1387) «کالبد شکافی بیکاری در استان یزد: بیم ها و امیدها»، *مجله اقتصادی*، سال هشتم، شماره های 77 و 78، صص 65-84.
- فیض پور، محمد علی و وحید محمودی (1386) «ترکیب جنسیتی و رشد اشتغال بنگاه های تعاونی: شواهدی از بنگاه های کوچک و متوسط تولیدی بخش تعاون در برنامه دوم توسعه ج.ا.ا»، *مطالعات زنان، دانشگاه الزهراء*، سال پنجم، شماره دوم، صص 33-54.
- فیلو دیامونتی، ترجمه: نازنین شاه کنی (1383)، «مسئله زنان در تفکر سیاسی اتوپیایی رادیکال»، *پژوهش زنان*، شماره 2، دوره 2، صص 127-151.
- کار، مهرانگیز (1378) *زنان در بازار کار ایران*. تهران: انتشارات روشنگران.
- محمدی، ب؛ مؤید حکمت، ن؛ نبئی، ش (1381) *بررسی نقش عوامل فرهنگی مؤثر در توسعه ایران و سنجش نگرش های گروهی از صاحب نظران ایرانی*. تهران: پژوهشکده علوم انسانی و مطالعات فرهنگی.
- مرکز آمار ایران (1386) *چکیده نتایج طرح آمارگیری نیروی کار*. تهران: دفتر آمارهای جمعیتی.
- مرکز آمار ایران (1387) *چکیده نتایج طرح آمارگیری نیروی کار*. تهران: دفتر آمارهای جمعیتی.
- نوروزی، لادن (1383) «تفاوت های جنسیتی در ساختار شغلی»، *پژوهش زنان*، دوره 2، سال پنجم، صص 165-178.
- ولی زاده، رضا و محدثه خلیلی (1383) *تحلیل ساختار اشتغال و بیکاری استان یزد در سال های 1381 و 1382*. یزد: سازمان مدیریت و برنامه ریزی استان یزد.

- Feizpour, M. A (2003) *Manufacturing industrial change and the role of small and medium-sized enterprises in Iran*, Ph.D Thesis, Department of Economics, Newcastle upon Tyne, University of Newcastle upon Tyne.
- Gonzalo, M.T. (2000) "Gender differences in exit rates from unemployment: Evidence from a Local Finnish labour market", *Finnish Economic Papers*, 13(2) , pp: 1-11.
- Mukhopadhaya, P. (2001) "Changing labor-force gender composition and male-female income diversity in Singapore", *Journal of Asian Economics*, vol 12: pp: 547-568.
- Sadeghi, J. M (1999) *Employment in Iran with emphasis on gender and residential differences*. METU International Conferences in Economics/III, Ankara, Middle East Technical University.
- The World Bank (2005) *World Development Indicators*. World Bank.
- The World Bank (2007) *World Development Indicators*. World Bank.
- Vidyasagar, G. & Rea, D. (2004)"Saudi women doctors: gender and careers within Wahhabic Islam and a westernised work culture", *Women's Studies International Forum*, vol 27, pp: 261-280.

Archive of SID