

# بررسی تطبیقی بازار کار زنان

و

## عوامل موثر بر مشارکت آنان

مجری طرح

حسین میرزائی

همکاران طرح

فریده باقری، ابوالفضل غیاثوند، جواد صلاحی

گروه پژوهشی آمارهای اقتصادی

پژوهشکده آمار

زمستان ۱۳۸۲

## به نام خداوند جان و خرد

### پیشگفتار

با توجه به اینکه زنان نیمی از جمعیت کشور را تشکیل می‌دهند، هرگونه برنامه‌ریزی برای آنان تأثیر قابل ملاحظه‌ای بر سایر متغیرهای اجتماعی اقتصادی بر جای خواهد گذاشت. تغییر وضعیت کاری زنان طی فرآیند صنعتی شدن کشور و مسأله سکونت در شهرها الزامات فراوانی را برای سیاست‌گذاران و برنامه‌ریزان توسعه بوجود آورده است. در سالهای بعد از اجرای برنامه اصلاحات ارضی همواره شاهد مهاجرت گسترده افراد از روستاها به شهرها بوده‌ایم بطوریکه این فرآیند تاکنون نیز ادامه دارد. اگر به تسامح بپذیریم که نیمی از این افراد مهاجر زنان هستند آنگاه هرگونه تغییر در پارامترهای مؤثر بر فعالیت زنان از حیث عمق و محدوده تأثیرگذاری بر تابع رفاه خانوار و انگیزه‌های زنان برای حضور در فعالیتهای خارج از منزل، تأمل برانگیز خواهد بود. با توجه به افزایش ظرفیت حضور زنان در ساختارهای اقتصادی و اجتماعی کشور بررسی تحولات بازار کار زنان در ابعاد مختلف سن، سطح تحصیلات، قوانین و مقررات دستمزد از یک سو و تغییر نگرش به کار زنان در بخش‌های مختلف اقتصادی و گسترش زمینه‌های حضور فعال زنان در بازار کار در چهار دهه اخیر از سوی دیگر، زمینه‌های اولیه برای مطالعه این بازار در قالب پژوهش حاضر را بوجود آورده است. این پژوهش با هدف بررسی بازار کار زنان از دو بعد زمانی و استانی در قالب مدل داده‌های پانلی به منظور بررسی تطبیقی این بازار و عوامل مؤثر بر نرخ مشارکت زنان انجام یافته است.

این پژوهش در گروه پژوهشی آمارهای اقتصادی پژوهشکده آمار ایران از تابستان ۱۳۸۱ با حضور آقایان حسین میرزائی (مجری طرح، عضو گروه پژوهشی آمارهای اقتصادی پژوهشکده آمار و عضو هیأت علمی دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران مرکزی)، ابوالفضل غیاثوند (عضو هیأت علمی دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران مرکزی)، جواد صلاحی (عضو هیأت علمی دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران مرکزی)، و سرکار خانم باقری (مدیر گروه پژوهشی آمارهای اقتصادی پژوهشکده آمار)، به عنوان

اعضای اصلی گروه پژوهشی و آقای دکتر تیمور محمدی (عضو هیأت علمی دانشگاه علامه طباطبائی) به عنوان مشاور طرح آغاز گردید که بدینوسیله از زحمات تک تک آنان تقدیر و تشکر می‌گردد.

گزارش حاضر به همت سرکار خانم علیزاده تایپ و اصلاح گردیده است که بدینوسیله از زحمات ایشان نیز تقدیر و تشکر می‌گردد.

گروه پژوهشی آمارهای اقتصادی

زمستان ۱۳۸۲

## فهرست مطالب

صفحه	عنوان
۱	فصل اول : تعاریف و مفاهیم .....
۲	۱-۱) مقدمه .....
۲	۱-۲) کلیات .....
۴	۱-۳) ادبیات موضوع .....
۷	۱-۳-۱) عرضه نیروی کار .....
۸	۱-۳-۲) مطلوبیت و منحنی بی تفاوتی .....
۹	۱-۳-۳) شیب منحنی بی تفاوتی .....
۱۱	۱-۴) محدودیت بودجه .....
۱۳	۱-۵) تصمیم‌گیری برای تعداد ساعات کار .....
۱۵	۱-۵-۱) اثر تغییر درآمد غیرکاری بر تعداد ساعات کار کارگر .....
۱۶	۱-۵-۲) اثر تغییر دستمزد بر ساعات کار .....
۱۸	۱-۵-۳) نرخ آستانه دستمزد .....
۲۰	۱-۵-۴) منحنی عرضه نیروی کار .....
۲۱	۱-۵-۵) دستمزد آستانه‌ای و هزینه‌های ثابت .....
۲۲	۱-۵-۶) اثر تغییر درآمد غیرکاری بر دستمزد آستانه‌ای .....
۲۳	۱-۶) عرضه نیروی کار طی زمان .....
۲۳	۱-۶-۱) عرضه نیروی کار طی دوره زندگی .....
۲۶	۱-۶-۲) نرخ مشارکت نیروی کار طی زمان .....
۲۷	۱-۶-۳) عرضه نیروی کار طی ادوار تجاری .....
۲۸	۱-۷) بازنشستگی .....
۲۹	۱-۷-۱) عوامل تعیین‌کننده سن بازنشستگی .....
۳۱	۱-۸) تابع تولید خانوار .....
۳۳	۱-۸-۱) تصمیم به کار در خانواده .....
۳۵	۱-۸-۲) آستانه دستمزد و جستجوی همزمان زن و شوهر برای شغل .....

۳۶	.....	نرخ مشارکت از دیدگاه توسعه
۳۷	.....	U شکل بودن نرخ مشارکت
۳۸	.....	دلایل U شکل بودن نرخ مشارکت زنان
۳۹	.....	عوامل مؤثر بر نرخ مشارکت زنان در بازار کار
۴۱	.....	U شکل بودن نرخ مشارکت بین مناطق و کشورها
۴۱	.....	سیری بر مطالعات انجام شده
۴۲	.....	مطالعات داخلی
۴۵	.....	مطالعات انجام شده خارج از کشور
۵۷		<b>فصل دوم: تحلیل توصیفی بازار کار زنان</b>
۵۸	.....	مقدمه
۵۹	.....	تحولات طرف عرضه بازار کار زنان
۶۰	.....	تحولات جمعیت ۱۰ ساله و بیشتر
۶۰	.....	تحولات جمعیت فعال
۶۳	.....	تحولات نرخ مشارکت زنان طی دوره ۸۰-۱۳۵۵
۶۴	.....	مقایسه نرخ مشارکت زنان در ایران با سایر کشورهای جهان
۶۵	.....	تحولات طرف تقاضای بازار کار زنان
۶۷	.....	تحولات جمعیت شاغل
۶۹	.....	ترکیب جمعیت شاغل برحسب بخشهای مختلف اقتصادی
۷۰	.....	ترکیب جمعیت شاغل برحسب وضع شغلی
۷۱	.....	ترکیب جمعیت شاغل برحسب گروههای شغلی
۷۳	.....	عدم تعادل در بازار کار
۷۳	.....	تحولات جمعیت بیکار
۷۴	.....	وضعیت نرخ بیکاری برحسب گروههای مختلف سنی
۷۶	.....	سطح تحصیلات جمعیت بیکار
۷۷	.....	وضعیت بیکاری در استانهای کشور
۸۰	.....	نرخ مشارکت زنان در استانهای مختلف برحسب تحصیلات و ...

۸۰	.....	۲-۵-۱) مقایسه نرخ مشارکت زنان در بازار کار برحسب استان
۸۱	.....	۲-۵-۲) نرخ مشارکت زنان در سطوح مختلف تحصیلی
۸۴	.....	۲-۵-۳) مقایسه نرخ مشارکت زنان برحسب وضعیت زناشویی
۸۴	.....	۲-۶) بررسی نرخ مشارکت زنان در سطح جهان
۸۴	.....	۲-۶-۱) روند نرخ مشارکت زنان (۲۰۱۰ - ۱۹۵۰)
۸۶	.....	۲-۶-۲) روند تغییر سهم زنان از جمعیت فعال جهان
۸۶	.....	۲-۶-۳) مقایسه نرخ مشارکت زنان برحسب درجه توسعه یافتگی
۸۸	.....	۲-۶-۴) تحولات نرخ مشارکت زنان برحسب سنین مختلف (۲۰۰۰-۱۹۵۰)
۸۹	.....	<b>فصل سوم: بررسی عوامل موثر بر نرخ مشارکت زنان</b>
۹۰	.....	۳-۱) مقدمه
۹۰	.....	۳-۲) شرحی بر داده‌های آماری
۹۱	.....	۳-۳) معرفی متغیرهای کلیدی مدل
۹۲	.....	۳-۳-۱) نرخ مشارکت زنان
۹۲	.....	۳-۳-۲) آموزش
۹۳	.....	۳-۳-۳) درجه شهری شدن
۹۳	.....	۳-۳-۴) نرخ بیکاری زنان
۹۴	.....	۳-۳-۵) نرخ بیکاری مردان
۹۴	.....	۳-۳-۶) متوسط درآمد خانوار نمونه شهری
۹۴	.....	۳-۳-۷) شاخص دستمزد
۹۶	.....	۳-۳-۸) بار تکفل در استان
۹۷	.....	۳-۳-۹) نرخ باروری زنان در استان
۹۷	.....	۳-۳-۱۰) درصد خانوارهای دارای سرپرست زن در استان
۹۷	.....	۳-۴) روش برآورد ضرایب مدل
۹۷	.....	۳-۴-۱) داده‌های پانلی

۹۸	..... ۳-۴-۲) مزایا و محدودیتهای داده‌های پانلی
۱۰۰	..... ۳-۴-۳) معادله رگرسیون داده‌های پانلی
۱۰۰	..... ۳-۴-۴) مدل‌های رگرسیون با جزء خطای یکطرفه
۱۰۴	..... ۳-۴-۵) مدل‌های رگرسیون با جزء خطای دو طرفه
۱۰۸	..... <b>فصل چهارم: تحلیل مدل مناسب</b>
۱۰۹	..... ۴-۱) مقدمه
۱۰۹	..... ۴-۲) شناسایی مدل رگرسیونی
۱۱۱	..... ۴-۳) برآورد ضرایب مدل با استفاده از داده‌های سالهای سرشماری
۱۱۵	..... ۴-۴) برآورد ضرایب مدل با استفاده از داده‌های سالهای ۸۰-۱۳۷۶
۱۲۱	..... ۴-۵) شکل هندسی نرخ مشارکت زنان در بازار کار ایران
۱۲۳	..... ۴-۶) آزمون فرضیه‌های پژوهش
۱۲۸	..... ۴-۷) جمع‌بندی و پیشنهادات
۱۳۱	..... منابع
۱۳۵	..... پیوست ۱: داده‌های آماری
۱۴۷	..... پیوست ۲: نتایج مدل
۱۵۸	..... پیوست ۳: داوری

## فصل اول :

تعاریف و مفاهیم

## ۱-۱) مقدمه

بازار کار زنان طی دهه‌های اخیر دچار تغییرات کمی و کیفی اساسی شده است. بویژه بعد از انقلاب اسلامی تغییر نگرش به کار زنان در بخش‌های مختلف اقتصاد، زمینه حضور بیشتر زنان را در بازار کار فراهم آورده است. امروزه بخش بزرگی از شرکت کنندگان در آزمون ورودی دانشگاهها را زنان تشکیل می‌دهند و سهم قابل ملاحظه‌ای از مشاغل ایجاد شده در بخشهای عمومی و خصوصی به آنان تعلق دارد. بازار کار مطابق با نیازها و ضرورت‌های هر مرحله از توسعه اقتصادی شکل می‌گیرد و بازار کار زنان نیز مستثنی از این قاعده نیست. همچنین ملاحظه می‌شود که نرخ مشارکت زنان در دوره مورد بررسی دچار نوسانات زیادی شده و ترکیب نیروی کار عرضه شده توسط زنان از نظر سن، سطح تحصیلات، دستمزد و سطح توسعه مناطق و غیره دچار تحول گردیده است. در عین حال بخش بزرگی از وقت زنان به تولید کالاها و خدمات خانگی اختصاص می‌یابد که معمولاً دستمزدی بابت آن پرداخت نمی‌شود و در نتیجه در محاسبه تولید ناخالص ملی (GNP) نیز لحاظ نمی‌گردد. با عنایت به مطالب مذکور ضرورت مطالعه عمیق توأم با بررسی همه جانبه عرضه نیروی کار زنان در منزل و در بازار کار و عوامل مؤثر بر هر دو بخش جهت شناخت صحیح بازار کار زنان آشکار می‌گردد. این پژوهش به دنبال بررسی تحولات ایجاد شده در بازار کار زنان و عوامل مؤثر بر نرخ مشارکت آنان طی چهار دهه اخیر است.

## ۱-۲) کلیات

تبیین موضوع (اهداف، ضرورت، متدولوژی تحقیق، روش تحلیل داده‌ها)

### - اهداف

این تحقیق دارای اهداف زیر است:

- الف- بررسی تحولات ایجاد شده در بازار کار زنان از دیدگاه عرضه نیروی کار به تفکیک استانی و مقاطع مختلف زمانی.
- ب- بررسی تغییرات ایجاد شده در بازار کار زنان برحسب سن، وضع سواد و سطح تحصیلات، نرخ باروری و غیره.

## ج - شناسایی و تحلیل عوامل مؤثر بر نرخ مشارکت زنان

### - فرضیه های تحقیق

- الف- آموزش (سطح تحصیلات) دارای اثر مثبت بر نرخ مشارکت زنان است.
- ب- اثر کلی افزایش دستمزد بر نرخ مشارکت زنان مثبت است.
- ج- افزایش نرخ بیکاری در مناطق مختلف اثر منفی بر نرخ مشارکت زنان در آن مناطق دارد.
- د- درجه شهری شدن یک منطقه دارای اثر منفی بر نرخ مشارکت زنان است.
- ه- درآمد متوسط خانوار نمونه شهری در مناطق مختلف دارای رابطه مستقیم با نرخ مشارکت زنان است.

### - ضرورت انجام تحقیق

بررسی تحولات ایجاد شده در ساختار بازار کار زنان طی دهه های اخیر از یک سو و شناسایی عوامل مؤثر بر نرخ مشارکت زنان از سوی دیگر به ما امکان خواهد داد تا با شناخت دقیق این بازار و اثرات آن بر متغیرهای کلان اقتصادی و اجتماعی، راهکارهای مناسبی جهت افزایش نرخ مشارکت زنان در اقتصاد و چگونگی مواجهه با چالشهای احتمالی آینده این بازار ارائه دهیم.

### - متدولوژی تحقیق

در این تحقیق از منابع آماری مختلف شامل داده های سرشماری نفوس و مسکن در ایران (۷۵-۱۳۴۵) و آمارگیری از ویژگیهای اشتغال و بیکاری خانوار (۸۰-۱۳۷۳)، طرح آمارگیری از هزینه و درآمد خانوار در سالهای مورد نظر و نتایج آمارگیری از کارگاههای صنعتی استفاده می گردد. روش جمع آوری داده ها بصورت کتابخانه ای خواهد بود. برای آزمون فرضیه های تحقیق از مدل رگرسیونی زیر استفاده می گردد.

$$FPR_i = X_i\beta + Z_i\alpha + U_i \quad (1-1)$$

که در آن  $FPR_i^1$ ، بیانگر نرخ مشارکت زنان در استان  $i$  ام و  $X_i$  شامل یک بردار از متغیرهایی است که بیانگر مشخصه‌های فردی و خانوادگی از جمله سطح آموزش، دستمزد، نرخ باروری و غیره در استانهای مختلف می‌باشد. همچنین  $Z_i$  برداری از متغیرهایی است که شرایط بازار کار را نشان می‌دهد که از آن جمله می‌توان به نرخ بیکاری، درآمد خانوار نمونه در استان مورد نظر اشاره نمود و بالاخره  $U_i$  جزء اخلال تصادفی است.

### - روش تحلیل داده‌ها

این داده‌ها برای ۹ دوره زمانی مختلف (سالهای سرشماری ۱۳۵۵، ۱۳۶۵، ۱۳۷۵ به علاوه سالهای ۱۳۷۶ الی ۱۳۸۰) از منابع اطلاعاتی رسمی برای کلیه استانها استخراج می‌گردد. برای قسمت اول طرح که هدف از آن بررسی بازار کار زنان است، از تحلیلهای توصیفی همراه با نمودارهای مناسب استفاده خواهد شد و آزمون فرضیه‌ها از روش رگرسیون داده‌های پانلی<sup>۲</sup> با استفاده از نرم افزار Eviews3 انجام خواهد شد.

### ۳-۱) ادبیات موضوع

در این بخش ابتدا به تعاریف و مفاهیم مورد استفاده در این تحقیق و سپس به مسئله عرضه بازار کار و منحنی مطلوبیت و منحنی های بی تفاوتی نیروی کار زنان در منزل و بیرون از منزل پرداخته خواهد شد. در این راستا به دستمزد آستانه ای و اثرات جانشینی و در آمدی کار در خارج از منزل توجه خواهد شد. در پایان هم تابع تولید خانوار مورد بررسی قرار خواهد گرفت.

#### ۳-۱-۱) تعاریف و مفاهیم

##### • شغل:

شغل، نوع کاری است که توسط شخص در طول زمان انجام می‌شود یا انجام آن را بر عهده دارد.

---

<sup>1</sup> Female Participation Rate

<sup>2</sup> Panel Data

## • جمعیت فعال از نظر اقتصادی:

کلیه اعضای ده ساله و بیشتر خانوارها که در هفت روز قبل از مراجعه مأموران آمارگیری شاغل یا بیکار (جویای کار) می‌باشند، فعال از نظر اقتصادی به‌شمار می‌آیند، محصلان، خانه‌داران و دارندگان درآمد بدون کار چنانچه شاغل و یا بیکار (جویای کار) نیز باشند «فعال از نظر اقتصادی» محسوب می‌شوند.

## • شاغل:

براساس تعریف مرکز آمار ایران افراد زیر شاغل به حساب می‌آیند:

- کسانی که در هفت روز پیش از مراجعه مأمور آمارگیری کار می‌کرده‌اند.

- کسانی که دارای شغل هستند ولی در هفت روز گذشته به عللی از جمله موارد ذیل کار نکرده‌اند و پس از رفع علت به کار خود ادامه خواهند داد.

✓ مرخصی سالانه، مرخصی بدون حقوق، مرخصی زایمان، مأموریت‌های آموزشی و تحصیلی.

✓ تعطیل موقت محل کار به خواست کارفرما مطابق با قانون یا به علت نقص مکانیکی، کمبود مواد خام، تعطیلی موقت بدون پرداختی.

✓ مشکلات فردی مربوط به محل کار مانند حل اختلافات، غیبت بدون مرخصی.

✓ نامساعد بودن شرایط آب و هوایی.

✓ بیماری یا معلولیت.

✓ شرکت در فعالیتهای مذهبی، اجتماعی، سیاسی.

- کسانی که شغل مستمر نداشته ولی در هفت روز گذشته حداقل ۲ روز کار کرده‌اند.

- کسانی که تحت عنوان کارآموز در هفت روز گذشته (مطابق تعریف کار) به کار اشتغال داشته‌اند.

- کسانی که دارای شغل هستند ولی در هفت روز گذشته به اقتضای فصل و ماهیت فصلی کار خود، کار نکرده‌اند (بیکاران فصلی) مشروط بر اینکه بدنبال کار دیگری هم نبوده باشند.
- افرادی که به انجام خدمت وظیفه عمومی مشغول هستند.
- کسانی که در حال گذراندن دوره‌های آموزشی در دانشکده‌ها و آموزشکده‌های مربوط به نیروی انتظامی هستند.
- کسانی که برای یکی از اعضا خانواده خود که با وی نسبت خویشاوندی نیز دارد، کار می‌کنند و از این بابت مزد و حقوق دریافت نمی‌کنند.
- کسانی که از کمک هزینه تحصیلی دولتی استفاده می‌کنند و در قبال آن تعهد خدمت دارند و مدت تحصیل آنان جزو سابقه خدمتشان به حساب می‌آید.
- کسانی که در بسیج مستضعفین سپاه پاسداران انقلاب اسلامی مشغول خدمت بوده‌اند و خدمت آنان در بسیج شغل آنان به حساب می‌آید و بابت آن حقوق مستمر دریافت می‌کنند.

#### • بیکار (جویای کار)

کسانی که شاغل محسوب نمی‌شوند و در هفت روز گذشته در جستجوی کار بوده‌اند، بیکار (جویای کار) محسوب می‌شوند. همچنین کسانی هم که در هفت روز گذشته به اقتضای فصل و ماهیت کار خود بیکار بوده‌اند، چنانچه در جستجوی کار دیگری باشند بیکار (جویای کار) محسوب می‌شوند. منظور از بیکار، فردی است که در هفت روز گذشته همزمان دارای سه خصوصیت زیر باشد.

- ۱- فاقد کار (دارای اشتغال مزدبگیری و خوداشتغالی نباشد)
- ۲- آماده برای کار (برای اشتغال مزدبگیری یا خوداشتغالی آمادگی داشته باشد)
- ۳- جویای کار (اقدامات شخصی را به منظور جستجوی اشتغال مزدبگیری و یا خوداشتغالی به عمل آورده باشد).

### • نرخ مشارکت

عبارتست از جمعیت فعال (شاغل و بیکار) ده ساله و بیشتر به کل جمعیت ده ساله و بیشتر ضربدر ۱۰۰

$$\text{نرخ مشارکت} = \frac{\text{جمعیت فعال (شاغل و بیکار ده ساله و بیشتر)}}{\text{جمعیت ده ساله و بیشتر}} \times 100 \quad (1-2)$$

### • نرخ اشتغال

عبارتست از تعداد جمعیت شاغل به کل جمعیت فعال (شاغل و بیکار) ضربدر ۱۰۰

$$\text{نرخ اشتغال} = \frac{\text{جمعیت شاغل}}{\text{جمعیت فعال}} \times 100 \quad (1-3)$$

### • نرخ بیکاری

عبارتست از تعداد جمعیت بیکار (جویای کار) به کل جمعیت فعال (شاغل و بیکار) ضربدر ۱۰۰

$$\text{نرخ بیکاری} = \frac{\text{جمعیت بیکار (جویای کار)}}{\text{جمعیت فعال (شاغل و بیکار)}} \times 100 \quad (1-4)$$

## ۲-۳-۱) عرضه نیروی کار

چارچوبی که اقتصاددانان برای تحلیل رفتار عرضه نیروی کار مورد استفاده قرار می‌دهند عموماً مدل نئوکلاسیک انتخاب کار و فراغت نامیده می‌شود. هدف این مدل شناسایی عواملی است که تعیین می‌کنند یک فرد در چه شرایطی کار می‌کند و در صورت تصمیم به کار، چه تعداد ساعات را برای کار کردن اختصاص می‌دهد. در صورت شناسایی این عوامل می‌توانیم تغییراتی را که در طی

زمان در ساعات کار نیروی کار یا نرخ مشارکت آنها رخ می‌دهد، توضیح دهیم. همچنین اثر تغییر شرایط اقتصادی یا سیاستهای دولت بر انگیزه‌های کار کردن را پیش‌بینی نمائیم.

### ۳-۱-۳) مطلوبیت و منحنی بی‌تفاوتی

رضایتمندی که افراد از مصرف کالا و فراغت کسب می‌نمایند در تابع مطلوبیت خلاصه می‌شود.

$$U = f(C, L) \quad (1-5)$$

در این مدل هم از مصرف کالا و هم از مصرف فراغت رضایتمندی حاصل می‌شود. از آنجائیکه شخص طی دو دوره مورد نظر کالاهای مختلف را مصرف می‌نماید برای سادگی فرض می‌کنیم  $C$  (Commodity) ارزش همه کالاهایی باشد که شخص مصرف می‌نماید و  $L$  (Leisure) کل ساعات فراغت شخص در همان دوره زمانی باشد.

تابع مطلوبیت، مصرف شخصی کالا و فراغت را به شاخص  $U$  تبدیل می‌نماید که این شاخص سطح رضایتمندی یا خوشبختی شخصی را اندازه‌گیری می‌نماید. این شاخص مطلوبیت<sup>۱</sup> نامیده می‌شود. سطوح بالاتر شاخص  $U$  بیانگر خوشبختی بیشتر فرد است. خرید بیشتر کالاها و اختصاص زمان بیشتری به فراغت مطلوبیت شخصی را افزایش می‌دهد. فرض می‌شود که  $C$  و  $L$  هر دو کالای مصرفی باشند که برخورداری بیشتر از هر یک ایجاد رضایتمندی بیشتر می‌کند.

فرض کنید شخصی ۵۰۰ تومان کالاهای مصرفی و ۱۰۰ ساعت فراغت در هفته مصرف نماید. این سبد مصرفی شخص را در سطح خاصی از مطلوبیت قرار می‌دهد (مثلاً ۲۵۰۰۰ واحد). براحتی می‌توانیم تصور نماییم که ترکیبات مختلفی از کالاهای مصرفی و ساعات فراغت ممکن است همان سطح مطلوبیت را ایجاد کنند. برای مثال شخص ممکن است بگوید که او نسبت به مصرف ۵۰۰ تومان کالا و ۱۰۰ ساعت فراغت یا مصرف ۴۰۰ تومان کالا و ۱۲۵ ساعت فراغت بی‌تفاوت<sup>۲</sup> خواهد بود. نمودار (۱-۱) ترکیبات زیادی از  $C$  و  $L$  که سطح خاصی از مطلوبیت را ایجاد

<sup>۱</sup> Utility

<sup>۲</sup> Indifferent