



Designing an effective economic model of the family with a cultural approach

Mojtaba Fakhari¹, Ali Rashidpoor*², Siamak Korang Beheshti³

1. Ph.D. student of management and planning of cultural affairs, Isfahan Branch (Khorasgan), Islamic Azad University, Isfahan, Iran.
<https://orcid.org/0009-0005-9866-2989>
2. Associate Professor, Department of Cultural Planning Management, Isfahan Branch (Khorasgan), Islamic Azad University, Isfahan, Iran.
<https://orcid.org/0000-0002-3275-4523>
3. Assistant Professor, Department of Cultural Planning Management, Isfahan Branch (Khorasgan), Islamic Azad University, Isfahan, Iran.
<https://orcid.org/0000-0002-3537-7006>

Article Info

ABSTRACT

Article type:
Research Article

Article History:
Received:
November 22, 2023

Accepted:
December 20, 2023

Keywords:
Family, economic effectiveness, effectiveness strategies, cultural approach



[10.30495/IIFS.2023.20016](https://doi.org/10.30495/IIFS.2023.20016)
37.1104

Introduction: The current research was conducted with the aim of designing an effective economic model of the family with a cultural approach. **Method:** This research has been conducted qualitatively using Grounded theory. The statistical population was all professors, specialists and experts in the field of family economics in the city of Isfahan. The snowball sampling method was used and the sample size reached saturation with 13 experts, in addition, four main tests of "impressiveness," "believability," "transferability," and "reliability" were used to check the quality of the research data. **Results:** The results indicated that the causal factors include: 1. Inflation and economic injustice in society caused by political developments, 2. The needs of families based on consumption patterns; Intervening factors include: 1. Media and social networks, 2. Technology, 3. Changes in global consumption patterns from a cultural point of view, and 4. Sanctions and current economic conditions; Background factors include: 1. spiritual values rooted in culture, 2. culture and core values of society and 3. Environmental and cultural factors; Strategy factors include: 1. education and culture building, 2. structural factors / cultural infrastructure society, 3. supporting and supporting the cultural needs of families, 4. drawing the horizon and perspective of the economic unit in society and the consequences include: 1. behavioral and cultural effects, 2. trust, support and support of the government, 3. employment generation and entrepreneurship and 4. training and empowering productive human resources. **conclusion:** The final model derived from the aforementioned findings indicated that with a coherent approach and with regard to the role and position of the aforesaid components and the implementation of the presented strategies, the effectiveness of household expenses and ultimately the economic stability of the family will be guaranteed to a large extent.

Cite this article:

Fakhari, M., Rashidpoor, A., Korang, Beheshti, S. K. (2023). Designing an effective economic model of the family with a cultural approach. *Journal of Islamic-Iranian Family studies*. 3(3), 17-32

Ali Rashidpoor

Corresponding author

Address: Department of Management and Planning of Cultural Affairs, Islamic Azad University, Isfahan Branch (Khorasgan), Isfahan, Iran
Email: alirashidpoor94@gmail.com

Extended Abstract

Introduction

The cultural approach is one of the important factors in the continuation of the cultural life of the society, which plays a significant role in preserving the independence and cultural growth of the country. One of the most important and influential institutions in human societies is the family; the role of the family is very important in the consolidation and continuity of cultural issues in the society. Family, especially parents, play an important and effective role in transferring culture and ethics to future generations. Another issue in the society regarding the development and promotion of relevant cultural issues is the responsibility of educational centers and institutions. Iranian society is a family-oriented society, and this familism is derived from divine values, and in social sciences, the family is called as an effective institution from which the primary core of the society originates. The family not only plays the first role in the cultural and social progress and development of the society, but also plays a fundamental role in the economic progress and development of the country, and the degree of its presence affects the performance and cycle of the country's economy. In this research, we seek to design an effective economic model of the family with a cultural approach, which will promote the excellence of the family from an economic and cultural point of view. In some families, we have removed the prevailing economic culture that hinders the progress of that family, such as the culture of luxury, the culture of extravagance or excessive consumption in any field. In this research, the major question is: what is the effective economic model of the family with a cultural approach?

Methodology

This research has been conducted qualitatively using Grounded theory. The statistical population was all professors, specialists and experts in the field of family economics in the city of Isfahan. Due to the lack of an accurate source and reference to identify and access knowledgeable specialists and experts regarding the subject of this research, the snowball method was used to select the sample. Therefore, after conducting interviews with several family experts, they were asked to introduce people who have expertise in this field and this process continued until reaching saturation (with 13 experts) in collecting the required data. In addition, four main tests of "impressiveness", "believability", "transferability", and "reliability" were used to check the quality of the research data.

Results and Discussion

The results indicated that the causal factors include: 1. Inflation and economic injustice in society caused by political developments, 2. The needs of families based on consumption patterns); Intervening factors include: 1. Media and social networks, 2. Technology, 3. Changes in global consumption patterns from a cultural point of view, and 4. Sanctions and current economic conditions; Background factors include: 1. spiritual values rooted in culture, 2. culture and core values of society and 3. environmental and cultural factors, strategy factors include: 1. education and culture building, 2. structural factors / cultural

infrastructure society, 3. supporting and supporting the cultural needs of families, 4. drawing the horizon and perspective of the economic unit in society and the consequences include: 1. behavioral and cultural effects, 2. trust, support and support of the government, 3. employment generation and entrepreneurship and 4. training and empowering productive human resources.

Conclusion

The results of this research help the cultural field of the country in relation to the family. Also, the results of this research help students to do more research regarding the cultural approach in the family.

Limitations

Although the results of the current research enriched the research background in the field, this qualitative research was not exempt from some limitations, such as the lack of generalizability of the findings to other societies and the researcher's subjective judgments during implementation and analysis.

Suggestions

Future researches can examine the economic model of the family by considering factors other than culture. This research was conducted in Isfahan city, other researches can be conducted in other cities of Iran and be compared with the results of this research.

Funding

The current research was taken from the doctoral dissertation of Mojtaba Fakhari, one of the authors of the article, in the Department of Cultural Management and Planning, Islamic Azad University, Khorasgan Branch.

Ethics approval and consent to participate

The cooperation of the participants was voluntary and consent was received from them at the beginning of the cooperation. In addition, the aspects of confidentiality and withdrawal from the research were announced to them at each stage.

Conflict of interests

According to the authors, this article has no conflict of interest.

Acknowledgments

We would like to thank all those people who participated in this study.



طراحی الگوی اثربخش اقتصادی خانواده با رویکرد فرهنگی

مجتبی فخاری^۱، علی رشیدپور^{۲*}، سیامک کورنگ بهشتی^۳

۱. دانشجوی دکتری مدیریت و برنامه ریزی فرهنگی، واحد اصفهان (خوراسگان)، دانشگاه آزاد اسلامی، اصفهان، ایران

<https://orcid.org/0009-0005-9866-2989>

۲. دانشیار گروه مدیریت و برنامه ریزی فرهنگی، واحد اصفهان (خوراسگان)، واحد اصفهان (خوراسگان)، دانشگاه آزاد اسلامی، اصفهان، ایران

<https://orcid.org/0000-0002-3275-4523>

۳. استادیار گروه مدیریت و برنامه ریزی فرهنگی، واحد اصفهان (خوراسگان)، دانشگاه آزاد اسلامی، اصفهان، ایران.

<https://orcid.org/0000-0002-3537-7006>

چکیده

اطلاعات مقاله

نوع مقاله :

مقاله پژوهشی

تاریخچه مقاله :

تاریخ دریافت:

۱ آذر ۱۴۰۲

تاریخ پذیرش:

۲۹ آذر ۱۴۰۲

واژه های کلیدی :

خانواده، اثربخشی اقتصادی، راهبردهای اثربخشی، رویکرد فرهنگی



[10.30495/IIFS.2023.2001637.1104](https://doi.org/10.30495/IIFS.2023.2001637.1104)

مقدمه: هدف، طراحی الگوی اثربخش اقتصادی خانواده با رویکرد فرهنگی بوده، به دنبال دستیابی به راهبردهایی برای به حداکثر رساندن اثربخشی هزینه های خانوار است. **روش:** این پژوهش به صورت کیفی از نوع داده بنیاد انجام شده است. جامعه آماری کلیه استادان، خبرگان و کارشناسان حوزه اقتصاد خانواده در شهر اصفهان بود. برای نمونه گیری از روش گلوله برفی استفاده شد و حجم نمونه با ۱۳ خبره به اشباع رسید، در ضمن از چهار آزمون اصلی «تاثیرپذیری»، «باور پذیری»، «انتقال پذیری»، «اعتماد پذیری» برای بررسی کیفیت داده های پژوهش بهره گرفته شد. **یافته ها:** نتایج نشان داد که عوامل علی شامل: (۱) تورم و بی عدالتی اقتصادی در جامعه ناشی از تحولات سیاسی، ۲. نیاز خانواده ها بر اساس الگوهای مصرفی؛ عوامل مداخله گر شامل: (۱) رسانه و شبکه های اجتماعی، ۲. تکنولوژی، ۳. تغییر در الگوهای مصرف جهانی از نظر فرهنگی و ۴. تحریم ها و شرایط اقتصادی کنونی؛ عوامل زمینه ساز شامل: (۱) ارزش های معنوی ریشه در فرهنگ، ۲. فرهنگ و ارزش های محوری جامعه و ۳. عوامل محیطی و فرهنگی، عوامل راهبردی شامل: (۱) آموزش و فرهنگ سازی، ۲. عوامل ساختاری / زیرساخت های فرهنگی جامعه، ۳. حمایت و پشتیبانی از نیازهای فرهنگی خانواده ها، ۴. ترسیم افق و چشم انداز واحد اقتصادی در جامعه و پیامدها شامل (۱) اثرات رفتاری و فرهنگی، ۲. اعتماد، پشتیبانی و حمایت دولت، ۳. اشتغال زایی و کارآفرینی و ۴. آموزش و توانمندسازی نیروی انسانی مولد) است. **بحث و نتیجه گیری:** الگوی نهایی مستخرج از یافته های مذکور نشان داد که با یک نگاه و رویکرد منسجم با توجه به نقش و جایگاه مؤلفه های مذکور و اجرایی نمودن راهبردهای ارائه شده، اثربخشی هزینه های خانوار و در نهایت ثبات اقتصادی خانواده تا حدود زیادی تضمین می شود.

فخاری، مجتبی رشید پور، علی، کورنگ بهشتی، سیامک (۱۴۰۲). طراحی الگوی اثربخش اقتصادی خانواده با رویکرد فرهنگی، فصلنامه مطالعات اسلامی ایرانی خانواده، ۳(۳): ۱۷-۳۲.

استناد :

علی رشید پور

نشانی: گروه مدیریت فرهنگی، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد اصفهان (خوراسگان)، اصفهان، ایران

ایمیل: alirashidpoor94@gmail.com

نویسنده مسئول :

مقدمه

خانواده مفهومی است که از گذشته تا به امروز پایه‌ای ترین نظام حفظ و دوام فرهنگ انسان‌ها بوده و به منزله یک پدیده بشری و همگانی در نظر گرفته شده است. این مفهوم را در گذر زمان افراد و گروه‌های گوناگون مورد بررسی قرار داده‌اند و تعاریف و دیدگاه‌های گوناگون درباره آن ارائه شده است. با مرور ادبیات موجود درباره تعریف خانواده مشاهده می‌شود که گوناگونی‌های بسیاری از لحاظ اجتماعی، فرهنگی و قانونی در مورد مفهوم خانواده وجود دارد (Soanes & Hawker, 2014). بنابراین برای آنکه بتوان به تعریفی جامع از خانواده دست یافت می‌بایست به تفاوت‌های اجتماعی، قانونی و فرهنگی در هر منطقه توجه نمود. در نگاه اسلامی، خانواده بیشترین تأثیر و مسئولیت را در تربیت اعضای خود و جامعه دارد و محور روابط و مناسبات اجتماعی است. خانواده محوری در یک نگاه به معنای تقویت ارزش‌های خانوادگی در برابر تمایلات فردی و توانمندی خانواده در حل مسائل خود با تقویت آگاهی، مهارت و تقویت جایگاه تربیتی والدین است. در نگاهی دیگر، خانواده محوری بعدی کلان‌تر دارد و به معنای تقویت جایگاه خانواده در حل مشکلات اجتماعی و لزوم هماهنگی ساختارهای اقتصادی و اجتماعی با مناسبات و ارزش‌های خانوادگی است (Zibayi NeJad, 2011).

پایه‌گذاری جامعه متعالی اسلامی، در گرو داشتن الگوی اسلامی است. نهاد خانواده، یکی از ساحت‌های اساسی در پایه‌ریزی جامعه پیشرفته اسلامی و محل تربیت، شکل‌گیری و نهادینه شدن رفتارهای (اقتصادی) آدمی است. تخصیص درآمد، از دغدغه‌های اصلی خانواده و نیازمند داشتن الگوی مطلوب است (Asadi, Hosseini, 2019). یکی از نگرانی‌ها و دغدغه‌های بزرگ برخی خانواده‌ها چگونگی برقراری تعادل بین درآمد و هزینه است. البته این مشکل صرفاً مربوط به جامعه ایرانی و یا بخش‌هایی از جامعه ایرانی نیست بلکه موضوعی است که عام و شایع است. از آنجایی که زنان نیمی از جمعیت کشور را تشکیل می‌دهند و می‌توانند در اجرای سیاست‌های اقتصاد نقش بسزایی داشته باشند علاوه بر آن در نقش‌های همسری و مادری نیز می‌توانند موجب حرکت کل جامعه به سمت نتایج مثبت اقتصاد باشند. امام خمینی (ره) رسالت انقلاب اسلامی را درباره زنان این‌گونه بیان می‌کنند: «ما می‌خواهیم زن به مقام والای انسانیت برسد. زن باید در سرنوشت خودش دخالت داشته باشد. اسلام زن را مثل مرد، در همه شئون همان طوری که مرد در همه شئون دخالت دارد، دخالت می‌دهد (مقام معظم رهبری نیز در این خصوص می‌فرمایند: «اگر زنان در حرکت اجتماعی یک ملتی حضور نداشته باشند، آن حرکت به جایی نخواهد رسید و موفق نخواهد شد. اگر زنان در یک حرکت حضور پیدا نکنند، یک حضور جدی و آگاهانه و از روی بصیرت، آن حرکت به طور مضاعف پیشرفت خواهد کرد».

خارستانی و سیفی (۱۳۹۸) ضمن بررسی جایگاه خانواده در سبک زندگی اسلامی و ایجاد حیات طیبه از منظر قرآن کریم دریافتند که قرآن بر اهمیت و جایگاه خانواده تأکید دارد و شاخص‌های سبک زندگی اسلامی در خانواده در ابعاد دینی و اعتقادی، اخلاقی، اجتماعی، اقتصادی و عقلانی قابل دسته‌بندی است و در بعد اقتصادی تأمین رفاه و قناعت را مورد تأکید قرار داده‌اند؛ که چنانچه به خوبی مراعات گردند زمینه ساز اثربخشی اقتصادی خانواده هستند و در نهایت موجبات شکوفایی خانواده و حرکت آن را به سمت تعالی و پیشرفت فراهم آورده‌اند. رضایی و شعبانی (۱۳۹۳) معتقدند مدیریت خانواده دانش و هنر هماهنگی اعضای خانواده و استفاده بهینه از منابع خانوادگی (باورها، اعتقادات، سرمایه انسانی و مالی، عاطفی و احساس) برای رسیدن به اهداف در دوره‌ی زمانی معین است. به باور افشاری (۱۳۸۳) مدیریت اقتصادی خانواده تصمیم‌گیری در جهت چگونگی سازماندهی و مدیریت منابع خانه است. در اقتصاد خانواده به جنبه‌های مهم و کاربردی مدیریت اقتصادی خانواده توجه می‌شود؛ تا فرد با بسیج منابع و امکانات خانواده در چارچوب مصالح اقتصادی، توانایی سازماندهی، برنامه‌ریزی، کنترل

و هدایت مالی و اقتصادی امور خانواده را با هدف تأمین آسایش مادی و معنوی اعضای خانواده کسب کند (Farzane, 2010). دانش اقتصادی یعنی توانایی تصمیم‌گیری با توجه به منابع محدود. این تصمیمات در آنچه فرد تولید یا مصرف، پس انداز یا سرمایه‌گذاری می‌کند؛ اثرمی‌گذارد. اگر فردی دانش اقتصادی نداشته باشد، سریع‌تر طعمه کلاهبرداری و سوءاستفاده‌های اعتباری می‌شود. و در خصوص تصمیم‌های مهمی چون خرید خانه، پس‌انداز پول، خرید خودرو و ... به درستی عمل نخواهد کرد. دانش اقتصادی به‌عنوان یکی از مهارت‌های مورد نیاز در زندگی پذیرفته شده است، و در همین راستا نهادهای آموزشی و فرهنگی کشورهای پیشرفته در کنار آموزش مهارت‌های اولیه و ضروری مانند خواندن، نوشتن، ریاضیات، ادبیات، تاریخ به برنامه‌های آموزش اقتصاد و تعلیم و تربیت اقتصادی و به‌ویژه مدیریت اقتصاد خانواده نیز توجه کرده‌اند. داشتن اطلاعات پایه در مورد اقتصاد به فرد کمک می‌کند که آنچه باعث بهتر یا بدتر شدن وضعیت اقتصادی خود، خانواده و سازمانش می‌شود را تشخیص دهد و برای آن برنامه ریزی کند. به عنوان یک مثال ساده، همه باید بدانند که پس اندازشان را در چه زمینه ای صرف کنند (Klapper Et al, 2015). رویکرد مدیریت اقتصاد خانواده در سال‌های اخیر با دانش کامل از تمرکز دشمن بر مسائل اقتصادی و توسعه مردم ایران ارائه گردیده است (Zain al-Abidini & Dehghanpour, 2013). موسوی و همکاران (۱۳۹۸) نشان دادند که علاوه بر مسائل اقتصادی صرف در حوزه اثربخشی اقتصاد خانواده بسیاری از جنبه‌های اقتصاد خانواده در سیاست‌ها مغفول مانده و به برخی دیگر توجه کافی مبذول نشده است. ازطرفی اصول و ماهیت اسلامی خانواده و حفظ استحکام و پایداری آن برای سیاست‌گذار مهم بوده و در سیاست‌ها به آن اشاره کرده است و گاه نیز بدون توجه به این اصول، ناخواسته سیاست‌هایی را تدوین کرده که می‌توان آن را دنباله‌روی از الگوهای توسعه دانست. درواقع به نظر می‌رسد، سیاست‌گذاران پشتیبانی نظری منسجمی در تدوین سیاست‌های اقتصاد خانواده در ایران ندارند.

فرهنگ بزرگترین نیاز جامعه بشری و عامل اصلی پویایی، نشاط و تداوم حیات جوامع است. شاید بتوان مهمترین وجه تمایز زیستی جوامع انسانی و حیوانی را در عنصر فهم و فرهنگ جستجو کرد. فرهنگ بستر باز تعریف، بازیابی و تکامل همه توانایی‌ها، ارزش‌ها، هویت‌ها، باورها، هنجارها، سنتها، اسطوره‌ها و نمادهای بشری است. فرهنگ، انسان‌ها و جوامع را به گذشته تاریخی‌شان متصل و پویایی و تکامل حیات فعلی آنها را تضمین می‌کند و چراغ روشنی بخش حرکت جوامع به سوی فضیلت‌ها، زیبایی‌ها، ارزش‌ها و هنجارهای انسجام بخش در آتیه خواهد بود (Eliasi, 2010). مباحث اخلاقی اقتصاد اسلامی مانند حق طلبی، رعایت انصاف، تقوا و کار برای خدا، تولید، کسب ثروت و استفاده صحیح از آن نیز بسیار مهم هستند و به همین علت در این مکتب نیروی کار از ارزش درخور توجهی برخوردار است. اما پیاده‌سازی رویکردهای جدید نیازمند فرهنگ سازی و ایجاد بستر مناسب است. شاید به همین علت باشد که شعار سال ۱۳۹۳ با محوریت و ترکیب هر دو مقوله اقتصاد و فرهنگ طراحی شده است. اقتصاد ایران در شرایطی قرار دارد که هم می‌خواهد از رشد نسبی برخوردار باشد و هم این که در مقابل نیروهای استکباری بایستد. طبیعی است که پیاده سازی این راهبرد نیازمند اقدامات خاصی در نظام های اقتصادی کشور در حوزه تولید، توزیع و مصرف و اجرای مسائل پیرامون آن است (Khanbashi, 2013). آنچه که می‌توان اقتصاد فرهنگ نامید توصیف و تحلیل ویژگی‌های مشهود عرضه و تقاضا و نیز ویژگی‌های رابطه متقابل عرضه و تقاضا در صنایع گوناگون تشکیل دهنده بخش فرهنگ است (Burton, 2000).

سبک زندگی به ویژه در عرصه اقتصادی چنانچه به صورت صحیحی شکل گیرد، می‌تواند به عاملی تقویت کننده‌ها تبدیل شود و قدرت مقاومت را دو چندان سازد و در صورتی که سبک زندگی به صورت ناصحیح شکل گرفته باشد و همراه با تجمل، اسراف، تبذیر و... باشد، خود به مانعی در مسیر پیشرفت تبدیل شده و حتی می‌تواند دیگر موانع طی مسیر را نیز

تشدید نماید. چنانچه سبک زندگی ناصحیح اقتصادی در زمینه مصرف، سرمایه گذاری و پس انداز سبب تشدید آثار تحریم‌های اقتصادی در گذشته شد و در صورت عدم اصلاح می‌تواند آثار بیشتری نیز بر جا گذارد (Toghiani, 2014). موضوع مصرف به منزله یکی از مؤلفه‌های برجسته در سبک زندگی، به تبع وقوع تغییرات در کلیت فرهنگ و سبک زندگی انسان مدرن، طیفی از این تغییرات را در اشکال مختلف بازنمایی می‌کند. مصرف‌گرایی یا سایر عناوین مشابه، نظیر مصرف زدگی، مصرف بی رویه، مصرف متظاهرانه، مصرف منفعلانه، اصالت دادن به مصرف، جامعه مصرفی، فرهنگ مصرفی مفاهیم ناظر و معرف برای موضوع مصرف در جایگاه جدید آن هستند. مصرف‌گرایی، یکی از برجسته‌ترین اسطوره‌های نظام سرمایه‌داری (تبدیل شدن متغیری فرهنگی، اجتماعی و تاریخی به یک نیاز طبیعی اجتناب‌ناپذیر)، یک ایدئولوژی، مؤلفه‌ای قانونی از سبک زندگی جدید، برجسته‌ترین استاندارد کیفیت زندگی، نوعی تجربه فرهنگی، سلوکی لذت طلبانه و مسرت جویانه اشباع‌ناپذیر، عاملی تمایزبخش و هویت‌آفرین، محملی برای تظاهر و تفاخر، معادلی برای خوشبختی در این جهان و سیستمی که با وجود نقصان و برخورداری از یک مهندسی نامناسب، ارزش‌های درونی اش، جانشین یک میراث فرهنگی به محاق رفته، شده است (Sharaf aldin, 2015).

طی چند سال اخیر در کشورمان، انواع کالاها، مجل و لوکس غیرضروری، از طریق کانال‌های مختلفی مثل؛ صدا و سیما (آگهی‌های تبلیغاتی، فیلم‌ها و سریال‌ها)، روزنامه‌ها، مجلات و تابلوهای تبلیغاتی در داخل و خارج از شهر تبلیغ و ترویج می‌شود. این نوع تبلیغ‌ها بر بسیاری از افراد و خانواده‌ها تأثیر گذار بوده و به مرور نگرش، بینش و رفتار اقتصادی آنها را تغییر داده است و در شرایط بحران اقتصادی جهان امروز، در آنان نوعی نیاز کاذب و مخرب ایجاد کرده است. آسیب این امر زمانی بیشتر شده که نوعی رقابت در خرید کالاها، تجمعاتی در درون و بین خانواده‌ها ایجاد شده است. تنوع طلبی و زیاده‌خواهی برخی از خانواده‌ها مهمترین دلایل نابسامان شدن وضعیت اقتصاد خانواده و به تبع آن جامعه گشته است. ادامه این روند و تجدید نظر نکردن در تبلیغات و شیوه معیشت در بین خانواده‌ها به مرور آثار جبران‌ناپذیری را به بار خواهد آورد، اما در این میان نقش نهادهای اجتماعی کوچک‌تر و در عین حال مهم‌تری، مانند خانواده در تحقق اهداف اقتصادی چندان مورد توجه و مطالعه قرار نگرفته است. آثار و تبعات مسائل اقتصادی اغلب دامن‌گیر خانواده‌هاست. در حوزه خانواده اهمیت اقتصاد و مسائل مرتبط با آن به حدی زیاد است که بر اساس نتایج پژوهش‌های انجام شده و نیز مطابق گزارش دادگاه‌های خانواده، ریشه اصلی اکثر اختلافات و تشنجات در خانواده، مسائل اقتصادی خانواده است (Sadr, 2011).

همچنین در رابطه با خلاء تحقیقاتی می‌توان گفت در تحقیق اسدی و حسینی (۱۳۹۹) الگوی مصرف در خانواده اسلامی ارائه شده است که زوجین به دلیل ایمانی که دارند، با مواسات، احسان و ایثار مالی در خدمت رفاه همدیگر هستند و می‌کوشند تا بعد از تامین سطح کفاف، هرکدام مصارف خویشان را کاهش دهند و مصارف دیگر را تا آنجا که منجر به اسراف نگردد افزایش دهند؛ همچنین بیگدلی و رشیدپور (۱۴۰۰) به طراحی الگوی ارزیابی اثربخشی فعالیت‌های فرهنگی پرداختند. در بین پژوهش‌های خارجی نازیر چودری و همکاران (۲۰۱۹) به عوامل فرهنگی اجتماعی بر توانمندسازی اقتصادی زنان در پاکستان پرداخته است که چه عوامل فرهنگی و چه عوامل اجتماعی بر درآمد بانوان تأثیرگذار است و محدودیت‌های جامعه بود، روسن و همکاران (۲۰۲۱) در پژوهشی با عنوان تصمیمات پس‌انداز خانگی در برنامه پس‌انداز کودکان اسرائیل پرداختند ایشاکو (۲۰۱۴) تحقیقی با عنوان تأثیر کودکان در تصمیم‌گیری‌های خرید والدین در پاکستان انجام دادند. بنابراین همانطور که اشاره شد در هیچکدام پژوهش‌ها سخنی از فرهنگ همراه با اقتصاد در خانواده بحث نشده است و با توجه به بررسی‌های

انجام شده تحقیقاتی که الگوی نسبتاً کاملی از "اقتصادی اثربخش خانواده با رویکرد فرهنگی" ارائه دهد یافت نشد و خلاء تحقیقاتی وجود دارد.

رویکرد فرهنگی یکی از عوامل مهم در تداوم حیات فرهنگی جامعه است که نقش به‌سزایی در حفظ استقلال و رشد فرهنگی کشور دارد. یکی از نهادهای مهم و اثرگذار در جوامع انسانی، خانواده است؛ نقش خانواده در قوام یابی و استمرار مسائل فرهنگی در جامعه بسیار مهم است. خانواده به‌ویژه والدین در انتقال فرهنگ و اخلاق به نسل‌های آینده نقش مهم و اثرگذاری بر عهده دارند. مسئله دیگر در جامعه و در باب توسعه و ترویج مسائل فرهنگی درخور و بایسته، بر عهده مراکز و نهادهای آموزشی و پرورشی قرار دارد. جامعه ایرانی جامعه‌ای خانواده محور است که این خانواده‌گرایی از ارزش‌های الهی برخاسته است و در علوم اجتماعی از خانواده به عنوان نهادی اثرگذار نام می‌برند که هسته اولیه جامعه از آن ریشه می‌گیرد. خانواده نه تنها در پیشرفت و توسعه فرهنگی و اجتماعی جامعه نقش اول را دارد بلکه در پیشرفت و توسعه اقتصادی جامعه نیز نقش اساسی ایفا می‌کند و میزان چگونگی و نوع حضورش در عملکرد و چرخه اقتصاد کشور اثر می‌گذارد، در این پژوهش ما به دنبال طراحی الگوی اقتصادی اثربخش خانواده با رویکرد فرهنگی هستیم که باعث پیشرفت تعالی خانواده از نظر اقتصادی فرهنگی گردد، در بعضی از خانواده‌ها فرهنگ اقتصادی حاکم که مانع پیشرفت آن خانواده می‌شود مثل فرهنگ تجمل‌گرایی، فرهنگ اسراف یا مصرف‌های بی‌رویه در هرزمینه را برطرف نمود. در این پژوهش سؤال این است که الگوی اقتصادی اثربخش خانواده با رویکرد فرهنگی چگونه است؟

روش تحقیق

پژوهش حاضر با هدف طراحی الگوی اثربخش اقتصادی خانواده با رویکرد فرهنگی شکل‌دهی شده است. این پژوهش از نوع کیفی است. و به دلیل اینکه ادبیات قوی به‌خصوص در داخل کشور در زمینه اقتصاد خانواده با رویکرد فرهنگی وجود نداشت از روش کیفی داده‌بنیاد برای استخراج مؤلفه‌ها و طراحی الگو استفاده شده است. جامعه آماری تحقیق حاضر کلیه استادان و خبرگان و کارشناسان شهر اصفهان بودند که در حوزه اقتصاد خانواده و مدیریت فرهنگ مرتبط با موضوع پژوهش فعالیت داشته‌اند، در ضمن روش انتخاب نمونه‌ها به‌صورت گلوله برفی بود. که با انجام مصاحبه با ۱۳ نفر به اشباع رسید. ابزار گردآوری داده‌ها در بخش کیفی مصاحبه نیم ساختاریافته بود. به منظور داده‌های ابتدایی پژوهش بر اساس عنوان و رجوع به پیشینه و مستندات موجود ابتدا عناصر اصلی مصاحبه برای پرسش‌های آغازین طراحی گردید. سپس مصاحبه‌ها بین دو حد نهایی ساختاریافته و بدون ساختار انجام شد که در آن از تمام پاسخ‌گوها (گروه نمونه) سؤال‌های مشابهی پرسیده شد، اما آنها آزاد بودند که پاسخ خود را به هر طریقی که مایلند ارائه دهند، مطابق با رویکرد مورد استفاده در پژوهش در فاز کیفی از طریق سه فن کدگذاری باز، محوری و انتخابی تجزیه و تحلیل داده‌ها انجام شد. بدین صورت که در مرحله کدگذاری باز، که اولین مرحله کدگذاری بود متون به صورت پاراگرافی کدبندی و مفهوم‌بندی شد. مفاهیم اولیه به صورت دستی استخراج گردید. در مرحله دوم با کدگذاری محوری مفاهیم و مقوله‌هایی که در مرحله کدگذاری باز، آزاد شده بودند، در ترکیبی جدید به یکدیگر متصل شدند. در کدگذاری محوری مقولات فرعی استخراج شد. در این مرحله، پژوهشگر مفاهیم را کنار یکدیگر گذاشته و براساس اشتراکات، تشابهات یا همپوشی معنایی به صورت مقولات فرعی طبقه‌بندی نمود. در مرحله بعد که همراه با بررسی دقیق داده‌ها در دو مرحله قبلی بود، پژوهشگر، مقولات اصلی را از مقولات فرعی که در کدگذاری محوری به‌دست آمده بود براساس تشابه بیشتر به روش دستی طبقه‌بندی نمود در نهایت در مرحله کدگذاری انتخابی مقوله هسته یا پدیده محوری به‌دست آمد. چهار آزمون اصلی «تاثیرپذیری»، «باورپذیری»، «انتقال‌پذیری»،

«اعتماد پذیری» برای بررسی کیفیت داده های پژوهش روی گروه نمونه اجرا گردید. برای بررسی اعتبارپذیری از دو تکنیک کنترل اعضا و کنترل همتایان استفاده شد. در مرحله کنترل اعضا، مهمترین یافته‌ها و مفاهیم برساخته در اختیار مشارکت کنندگان قرار گرفت و خواسته شد که تطابق یافته‌ها با نظریات‌شان بررسی شود و در کنترل همتایان نتایج در اختیار دو تن از استادان دانشگاه و دو تن از خبرگان قرار داده شد و صحت نتایج بررسی گردید. به منظور بررسی اطمینان پذیری از روش توافق بین کدگذاران و ضریب کوهن استفاده شد و چون این ضریب برابر $0/82$ به دست آمد، مورد تأیید قرار گرفت.

یافته های پژوهش

در مرحله حاضر در راستای پارادایم کدگذاری باز با توجه به داده‌های اشباع شده حاصل از ۱۳ مصاحبه نیمه ساختار یافته، داده‌ها طبقه بندی شوند تا اطلاعات نهایی مشخص گردند. در مرحله اول که استخراج مفاهیم معنادار است؛ تلاش شد به هر کدام از جملات، مفهومی خاص بخشیده شود و در جملاتی ساده‌تر بیان شوند. در این مرحله در مجموع از کل مصاحبه‌ها ۱۱۷ جمله معنادار استخراج گردید. در مرحله دوم اظهارات معنی‌دار استخراج شده در دسته های هم مفهوم سازماندهی و مرتب شدند یعنی مفهیمی که هم معنی بودند در یک‌جا آورده شدند. و تعداد ۱۳۵ کد مفهوم به دست آمد، در ضمن به طور همزمان روایی هم مد نظر بود و مفاهیم از نظر روایی سازه نیز مورد بررسی قرار گرفت. همچنین در این مرحله مفهیمی که در مورد آنها از نظر مصاحبه کنندگان و مشاهده کنندگان اجماع و اتفاق نظر نبود، حذف شدند. زیرا تنها مفهیمی در خوشه‌ها دسته‌بندی می‌شوند که از نظر روایی تأیید شده باشند و مفهیمی که به نوعی تکرار شده بودند، ترکیب شدند. نتایج حاصل نشان داد که تکرار مضامین، یکی از شاخص‌های اعتبار است. بدین منظور که مفهومی که حداقل ۳ نفر از مصاحبه شوندگان به آن اشاره نموده بودند به عنوان یکی از شاخص‌های اعتبار آن مضمون قرار گرفت. در نهایت در مرحله کدگذاری محوری مفاهیم به دست آمده از مرحله قبل شامل کلیه مطالب و جزئیات در مقوله های اصلی قرار گرفته، مقوله‌ای فرعی با آنها مرتبط شدند. مقوله‌های اصلی عبارتند از: شرایط علی، شرایط زمینه‌ای، شرایط مداخله‌گر، راهبردها و پیامدها. که نتایج نهایی مربوط به موارد ۵ گانه مذکور در جداول شماره ۱ تا ۵ نشان داده شده اند.

جدول: شماره ۱ عوامل علی الگوی اقتصادی اثربخش خانواده با رویکرد فرهنگی

مقوله های اصلی	مقوله های فرعی / گویه های پرسش نامه
تورم و بی عدالتی اقتصادی در جامعه ناشی از تحولات سیاسی	بی اعتمادی و ناعدالتی اقتصادی ناشی از نرخ تورم (عوامل علی زمینه ساز بروز بی عدالتی اجتماعی)
	تغییر در قیمت مسکن و به تبع آن ایجاد تنش اقتصادی در خانواده‌ها
	کاهش نرخ تورم و نقدینگی در بازار.
نیاز خانواده‌ها بر اساس الگوهای مصرفی	ضرورت تدوین الگوی اقتصادی ایمن در چهارچوب روابط در خانواده در شرایط تورم.
	تغییرات روزانه نرخ ارز در کشور و قیمت گذاری ها متفاوت محصولات.
	عدم تطابق و هماهنگی در الگوی اقتصادی حاکم در جامعه به دلیل تضاد طبقاتی متفاوت در سطح جامعه. نبود یک الگوی مشخص در قیمت گذاری کالاها و گرانی روزانه. تفاوت میزان درآمد خانواده‌ها و طبقات مختلف در شرایط تورم .
	ایجاد تنش های سیاسی داخلی و خارجی در کشور و به هم ریختگی اقتصادی در خانواده‌ها.
	دسترسی محدود به نیازهای اولیه در طبقات متوسط و روبه پایین در سطح جامعه در شرایط تورم.
	تغییر در نیاز خانواده‌ها موجب تغییر در فرهنگ و در نتیجه الگوی اقتصادی خانواده‌ها می‌شود.
	ورود خانم ها به چرخه اقتصادی علاوه بر حضور مردان و تغییر در الگوهای اقتصادی خانواده‌ها
	نیاز مبرم به بازاریابی و بازاریابی، برنامه ریزی بر اساس نیازهای فرهنگی، اجتماعی در خانواده‌ها.
	بازتعریف و فرهنگ سازی مجدد خمس و زکات به عنوان یک نوع الگوی اقتصادی و اسلامی در خانواده‌ها.

جدول: شماره ۲ عوامل مداخله‌گر الگوی اقتصادی اثربخش خانواده با رویکرد فرهنگی

مقوله‌های اصلی	مقوله‌های فرعی / گویه‌های پرسش‌نامه
رسانه و شبکه‌های اجتماعی	تبلیغ زندگی مرفه و شهری در سال‌های اخیر. کمرنگ شدن ارزش‌های زندگی روستای به عنوان پایه اقتصادی جامعه ترویج و تبلیغ زندگی مدرن و دور از دسترس از طریق فیلم - رسانه - فضای مجازی الگوپذیری خانواده‌ها از فرهنگ جوامع مختلف از طریق رسانه، تبلیغات و شبکه‌های اجتماعی نقش پررنگ رسانه‌ها در معرفی الگوهای زندگی و تولید خدمات و کالاها. تغییر در سبک زندگی خانواده‌ها به دلیل حضور در شبکه‌های اجتماعی و مجازی. تغییر در نگرش، بینش و رفتار اقتصادی خانواده‌ها همگام با تغییرات جهانی. سرعت تکنولوژی و اهمیت آن در سال‌های اخیر. نقش پررنگ رسانه‌ها در تغییر سبک زندگی و تولید خدمات و کالاها. تغییر در علاقه‌مندی انسان‌ها و سبک زندگی آنها مبتنی بر توسعه تکنولوژی. تأثیر زیاد تکنولوژی در اوقات فراغت و تفریح و خوش‌گذرانی خانواده‌ها.
تغییر در الگوهای مصرف جهانی از نظر فرهنگی	تغییر در الگوی مصرف جهانی در قرن حاضر. به فراموشی سپرده شدن فرهنگ و ارزش‌های محوری در جامعه با توجه به تغییر در الگوهای مصرف جهانی حرکت جوامع به سوی زندگی‌های مدرن مبتنی بر فناوری‌های روز دنیا. تغییرات جهانی اخیر و تأثیر در فرهنگ مصرفی جوامع. ضرورت همگام شدن جوامع با الگوهای اقتصادی و مصرف جهانی. حرکت مشاغل به سمت شغل‌های پلتفرمی ناشی از وجود بیماری کرونا. حاکم شدن فرهنگ تجمل‌گرایی و زندگی مدرن ناشی از تغییرات جهانی. افت ارزش‌ها و هویت ایرانی اسلامی خانواده‌ها در سال‌های اخیر. گرایش به سبک زندگی مصرف‌گرایی غرب و در نتیجه هدر رفت بسیار زیاد از سرمایه‌های معنوی خانواده‌ها. تخریب‌ها کنونی و تأثیر در شرایط اقتصادی و معیشتی خانواده‌ها. بحران‌های اقتصادی و اجتماعی کنونی عدم سواد مالی در خانواده‌ها و ضرورت با تعریف مجدد الگوی اقتصادی. تأثیر تحولات سیاسی منطقه در طی سال‌های اخیر. آسیب‌ها و تهدیدهای محیطی و منطقه‌ای در سال‌های اخیر حول محور اقتصاد
تخریب‌ها و شرایط اقتصادی کنونی	

جدول: شماره ۳ عوامل زمینه‌ای الگوی اقتصادی اثربخش خانواده با رویکرد فرهنگی

مقوله‌های اصلی	مقوله‌های فرعی / گویه‌های پرسش‌نامه
ارزش‌های معنوی ریشه‌دار فرهنگ	الهام از ارزش‌های الهی در خانواده ایرانی توجه به اصل دین‌داری و خانواده محوری. اهمیت تعالی خانواده از بعد دینی و معنوی در الگوهای اقتصادی محوریت روحیه قناعت ناشی از بعد تربیت دینی و تربیتی. پرداختن به رفاه اقتصادی و مادی‌گرایی در تعریف رفاه زندگی غلبه مادی‌گرایی و خودخواهی در کانون خانواده بر ارزش‌های متعالی و دینی. تبعیت از الگوی اقتصادی مبتنی بر فرهنگ غرب. کمرنگ شدن ارزش‌های اعتقادی و دینی در نسل‌های جوان.
فرهنگ و ارزش‌های محوری جامعه	توجه به فرهنگ و ارزش‌های محوری در خانواده ایرانی به عنوان یک اصل مهم در تدوین الگوی اقتصادی رنگ باخته شدن فرهنگ پس‌انداز در اکثر خانواده‌ها و دوری از فرهنگ اسلامی و فرهنگ پس‌انداز و بی‌توجهی به ارزش‌های متعالی در خانواده عدم رضایت از کفایت اقتصادی در جامعه جوان، ترویج تفکر زندگی مدرن جایگزین شدن فرهنگ اقتصادی غرب به جای فرهنگ و ارزش‌های محوری جامعه. تأثیر فرهنگ تحت عنوان روش‌ها، ارزش‌ها و باورها در سبک زندگی آدم‌ها و تولید و بازچرخانی خانواده. کمرنگ شدن ارزش‌های فرهنگی و هنجارهای جامعه به دلیل اثرات منفی اقتصادی.

عوامل محیطی و فرهنگی

شرایط محیطی مانند ترافیک، آلودگی هوا و صوتی.
 خستگی های مفرد افراد از وضع اقتصادی و شرایط حاکم بر اقتصاد و معیشت خانواده‌ها.
 افسردگی های مضمّن نان آور خانواده‌ها به خاطر شرایط کاری و اقتصادی نامناسب محیط‌های شغلی و...
 مهارت شغلی و توانمندی در حرفه شغلی به عنوان عاملی محیطی در حرفه شغلی افراد.
 مخاطرات طبیعی مانند کمبود آب و بارش و تاثیر در وضع اقتصاد روستایی و پایه (کشاورزی).
 عدم وابستگی فرزندان به پدر و مادر و گرایش بیشتر آنها به تغییر در سبک زندگی و گرایش به زندگی مدرن.
 تعامل انسان با محیط و کیفیت و کمبود آب مصرفی.

جدول شماره ۴: راهبردها الگوی اقتصادی اثربخش خانواده با رویکرد فرهنگی

مقوله های اصلی	مقوله های فرعی / گویه های پرسش نامه
آموزش و فرهنگ سازی	<p>ضرورت آموزش الگوی مصرفی صحیح به نسل جوان منطبق بر ارزش های فرهنگی جامعه. اخذ تصمیمات اقتصادی مهم در خانواده متناسب با نیازهای فرهنگی جامعه. ارتقای سواد اقتصادی خانواده ها از طریق آموزش. فرهنگ سازی ایجاد الگوی بهینه اقتصادی مبتنی بر فرهنگ در جامعه از طریق آموزش. ترویج روحیه کارآفرینی در سطح جامعه از طریق آموزش به ویژه در نسل های جوان. نهادینه سازی هنجارها و ارزش های متعالی اقتصادی و مادی جامعه به عنوان شاخص های رضایت از زندگی. سرمایه گذاری در راستای مهارت آموزی و تقویت بنیه علمی نسل جوان در جهت رفاه آینده خانواده‌ها. ارتقای دانش و سطح سواد پدر یا مادر ان از شاخص های اقتصادی . ارتقای آگاهی از تکنولوژی و فناوری های بروز در حوزه اقتصاد در خانواده. آموزش الگوهای مصرفی به عنوان یک استراتژی برون رفت از الگوهای اقتصادی غربی در سطح جامعه آموزش نحوه هزینه کرد درآمد اقتصادی خانواده‌ها با توجه به اضافه شدن زنان به چرخه اقتصادی در خانواده‌ها. آموزش الگوی صحیح مصرف به ویژه به نسل های جوان. آموزش و نهادینه سازی فرهنگ صحیح هزینه کرد. آموزش فرهنگ کسب درآمد صحیح و از راه درست آن.</p>
عوامل ساختاری / زیرساخت های فرهنگی جامعه	<p>تدارک زیرساخت های لازم در جامعه درخصوص الگوهای سرمایه گذاری صحیح. جلوگیری از رشد بخش غیر مولد اقتصاد و سرمایه گذاری بر توسعه فعالیت های سالم و صحیح. (پیامدهای) شکل گیری یک محیطی اقتصادی مبتنی بر روحیه کارآفرینی و خلاقیت در جامعه. پرورش نیروی انسانی مولد و مدیریت بر منابع انسانی موجود . ایجاد ساختارهای کلی و علمی و عملیاتی در سطح جامعه با اهتمام به نیازهای آینده کشور. تقسیم عادلانه منابع به افراد جامعه در راستای بهبود و ارتقای کیفیت زندگی افراد ساکن در جامعه . فراهم سازی زیرساخت های اساسی در ابعاد اجتماعی، سیاسی، اقتصادی و فرهنگی در خانواده‌ها و آگاه سازی آن‌ها.</p>
حمایت و پشتیبانی از نیازهای فرهنگی خانواده ها	<p>تدارک اقدامات برای اشتغال زایی در بین جوانان و نوجوانان. گسترش دانش، حمایت از تکنولوژی و فناوری و بهره مندی بهینه از آنها . برطرف نمودن ابهامات و مشکلات شغلی خانواده ها به ویژه جوانان. ایجاد رفاه اقتصادی و تعادل در طبقات مختلف جامعه در کوتاه مدت و بلندمدت از سوی دولت و بخش خصوصی. ضرورت حمایت دولت از خانواده ها در راستای پذیرش الگوی اقتصاد مقاومتی. اشتغال زایی برای جوانان از سوی دولت. حمایت و بستر سازی دولت برای تهیه امکانات اولیه زندگی خانوار مانند مسکن. کاهش نگرانی خانواده از آینده خود و خانواده . پرداختن به نیازهای فرهنگی خانواده ها به جای تامین حداقلی آنها مانند یارانه.</p>

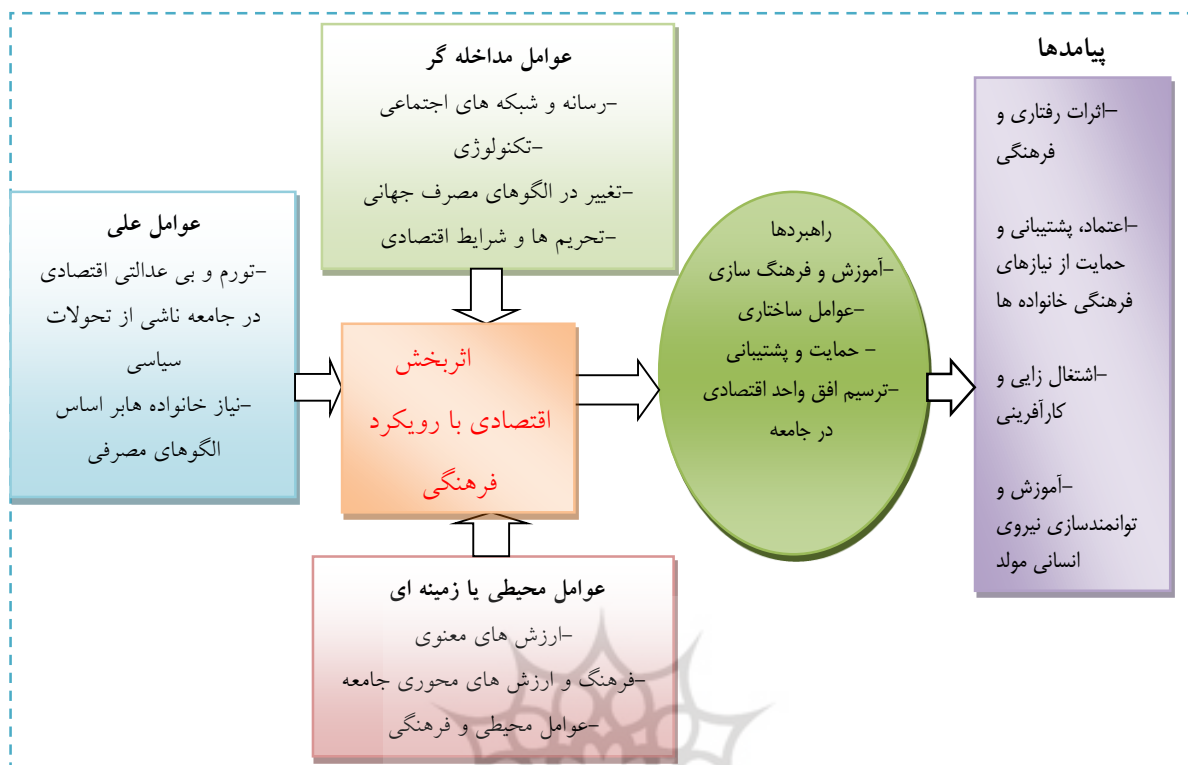
ترسیم افق و چشم انداز و احداث اقتصادی در جامعه

ایجاد توازن در حقوق و دستمزد مستمری بگیران.
شفافیت از وضعیت آتی و امنیت اقتصادی در کشور.
همگام شدن جامعه با الگوهای مصرفی جهانی و تدوین استراتژی مؤثر.
ترسیم افق روشن و امیدوار کننده از آینده کشور برای خانواده ها به ویژه نسل جوان .
ایجاد رویکردی یکسان به عنوان الگوی اقتصادی مبتنی بر فرهنگ واحد در جامعه به وسیله دولت.
تدوین الگوی راهبردی با قواعد و مقررات اقتصادی یکسان برای تمام طبقات جامعه.
تعریف صحیح از الگوی اقتصادی در خانواده در ابعاد مختلف اجتماعی، فرهنگی، روانی و رفتاری و اقتصادی و فرهنگ سازی یا القای آن در جامعه.
تقویت بُعد اقتصادی خانواده ها از طریق ارائه راهکارهای بنیادین از سوی دولت.
ایجاد توازن در توانمندی و کفایت اقتصادی خانواده ها .
تدارک راهکارهای افزایش کسب و کار مطابق الگوهای اقتصادی صحیح مبتنی بر فرهنگ.
رواج تجمل گرایی زهرآگین

جدول (۵): پیامدهای الگوی اقتصادی اثربخش خانواده با رویکرد فرهنگی

مقوله های اصلی	مقوله های فرعی / گویه های پرسش نامه
اثرات رفتاری و فرهنگی	ایمن سازی روانی جامعه. برطرف نمودن تأثیر شرایط اقتصادی فعلی و گرانی بر رفتار و وضع روان شناختی خانواده ها. کاهش نگرانی خانواده ها از عدم تطابق بین سه بخش دخل، خرج و پس انداز آن ها در سبد هزینه کرد. ادراک از عدالت اجتماعی در سطح جامعه.
اعتماد، پشتیبانی و حمایت دولت	اعتماد سازی و برطرف نمودن بی عدالتی ناشی از نرخ تورم تدوین الگوی اقتصادی ایمن در چهارچوب روابط در خانواده در شرایط تورم. افزایش کسب و کار مطابق الگوهای اقتصادی و مصرف جهانی در سطح جامعه مبتنی بر فرهنگ. ایجاد توازن در توانمندی و کفایت اقتصادی خانواده ها . ایجاد رویکردی یکسان به عنوان الگوی اقتصادی مبتنی بر فرهنگ واحد در جامعه به وسیله دولت. ترسیم افق روشن و امیدوار کننده از آینده کشور برای خانواده ها به ویژه نسل جوان .
اشتغال زایی و کارآفرینی	همگام شدن جامعه با الگوهای مصرفی جهانی و تدوین استراتژی مؤثر. کاهش نگرانی خانواده از مشاغل آینده فرزندان خود. اشتغال زایی و برطرف نمودن ابهامات و مشکلات شغلی جوانان. گسترش دانش، و بهره مندی از تکنولوژی و فناوری به روز در دنیا. ایجاد رفاه اقتصادی و تعادل در طبقات مختلف جامعه . شکل گیری یک محیطی اقتصادی مبتنی بر روحیه کارآفرینی و خلاقیت در جامعه. پرورش نیروی انسانی مولد و آموزش منابع انسانی حسب نیاز .
آموزش و توانمندسازی نیروی انسانی مولد	ایجاد زیر ساختا های علمی و عملیاتی در سطح جامعه با اهتمام به نیازهای آینده کشور. تقسیم عادلانه منابع و تسهیلات در سطح جامعه در راستای بهبود و ارتقای رضایت از زندگی . فراهم سازی زیرساخت های اساسی در ابعاد اجتماعی، سیاسی، اقتصادی و فرهنگی در خانواده ها و آگاه سازی آنها. نهادینه نمودن ارزش های فرهنگی، دینی، اخلاقی در خانواده

بر طبق نتایج حاصل مطابق با جداول شماره ۱ تا ۵ به منظور ارائه یافته ها در قالب جملات بدون ابهام و به صورت خلاصه کلیه مفاهیم حاصل از مصاحبه ها ترکیب، موارد اضافه و یا تکراری حذف و جهت دسته بندی نهایی عوامل با توجه به هدف پژوهش آماده شدند و مدل مفهومی زیر برای ترسیم کدگذاری محوری ارائه گردید.



شکل شماره ۱: مدل مفهومی پژوهش

بحث و نتیجه‌گیری

با توجه به این که یکی از مشکلات جامعه امروز ایران دوری از معیارهای سبک زندگی خانواده اسلامی است، این خود باعث تعویق حرکت جامعه به سمت تمدن نوین اسلامی شده است؛ بنابراین برای حرکت به سمت یک جامعه مترقی و پویا نیاز است که این کار از خانواده شروع شود. لازم به ذکر است که سرآغاز سعادت‌مندی و سربلندی جامعه از خانواده شروع می‌شود و در صورتی که خانواده نقش خود را به خوبی ایفا کند جامعه به سمت سعادت پیش برود (Zaghian, 2022). بنابراین پژوهش حاضر با هدف طراحی الگوی اثربخش اقتصادی خانواده با رویکرد فرهنگی شکل‌دهی شده است. نتایج نشان داد که عوامل علی شامل: (۱) تورم و بی‌عدالتی اقتصادی در جامعه ناشی از تحولات سیاسی، (۲) نیاز خانواده‌ها براساس الگوهای مصرفی؛ عوامل مداخله‌گر شامل: (۱) رسانه و شبکه‌های اجتماعی، (۲) تکنولوژی، (۳) تغییر در الگوهای مصرف جهانی از نظر فرهنگی و (۴) تحریم‌ها و شرایط اقتصادی کنونی؛ عوامل زمینه‌ساز شامل: (۱) ارزش‌های معنوی ریشه در فرهنگ، (۲) فرهنگ و ارزش‌های محوری جامعه و (۳) عوامل محیطی و فرهنگی، عوامل راهبردها شامل: (۱) آموزش و فرهنگ‌سازی، (۲) عوامل ساختاری / زیرساخت‌های فرهنگی جامعه، (۳) حمایت و پشتیبانی از نیازهای فرهنگی خانواده‌ها، (۴) ترسیم افق و چشم‌انداز واحد اقتصادی در جامعه) و پیامدها شامل (۱) اثرات رفتاری و فرهنگی، (۲) اعتماد، پشتیبانی و حمایت از نیازهای فرهنگی خانواده‌ها، (۳) اشتغال‌زایی و کارآفرینی و (۴) آموزش و توانمندسازی نیروی انسانی مولد) هستند. در خصوص یافته‌ها بدست آمده از حیث هم‌سویی با سایر پژوهش‌های انجام شده، می‌توان گفت یافته‌ها بدست آمده با یافته‌های پژوهشگرانی همچون زاغیان و زارعی

محمودآبادی (۱۴۰۰) مبنی بر تأثیرگذاری بسیار زیاد سبک زندگی ایرانی اسلامی و تدابیر ملحوظ در آن در همه ابعاد (اخلاقی، اقتصادی و ...) بر پیشرفت خانواده و جامعه، اسدی و حسینی (۱۳۹۹) که دریافتند خانواده مسلمان با توجه به مبانی، اصول هنجاری و... درآمد خویش را برای دست‌یابی به سعادت به سه حوزه مصرف، انفاق و سرمایه‌گذاری تخصیص می‌دهد و این ترکیب باید به شیوه‌ای باشد که از حداکثر کارایی برخوردار بوده، در نهایت زمینه ساز سعادت اعضای خانواده باشد. موسوی و همکاران (۱۳۹۸) تأکید بر اهمیت اصول و ماهیت اسلامی خانواده و حفظ استحکام و پایداری آن از طرف سیاست‌گذار، خارستانی و سیفی (۱۳۹۸) صخه بر اهمیت رفاه، قناعت و ... از دیدگاه قرآن کریم. و اهم نتایج تحقیقات شکفته و همکاران (۱۳۹۸)، محمدی (۱۳۹۱)، ایشاکو (۲۰۱۴) همخوانی دارد. در تبیین نتیجه به‌دست آمده می‌توان بیان نمود که مسائل و مشکلات اقتصادی و اجتماعی جوامع توسعه نیافته ناشی از عملکرد عقب مانده نظام‌های اجتماعی، فرهنگی، اقتصادی این کشورهاست. این موضوع به ما گوشزد می‌کند که برای رسیدن به جامعه‌ای منطبق با نیازهای امروزین توسعه یافتگی، راهی جز استفاده جدی از کلیه امکانات و استعدادهای انسانی، اقتصادی و فرهنگی باقی نمانده و برای نیل به چنین هدفی، راهی جز مشارکت دادن مردم در امور و اعمال و تعمیم اصول دموکراسی، همچون امنیت قضایی، برخورداری از آزادی مطبوعات و قلم و بیان و ... وجود ندارد. باید توجه داشت که بین حوزه فرهنگ و دیگر حوزه‌های اقتصادی و اجتماعی رابطه کنش و واکنش مستمری وجود دارد. بنابراین نباید تصور کرد که فرهنگ یک کشور لایتغیر است، بلکه فرهنگ در بستر زمان، هم عامل تغییر است و هم خود تغییر می‌کند. فرهنگ باید هم زمینه توسعه باشد، هم جزئی از فرایند آن و نیز باید هدف توسعه تلقی شود. کیفیت یک فرهنگ و محیط اجتماعی در تحریک، تشویق، حرکت، خلاقیت، شهامت، تدبیر، پشتکار و تلاش یک ملت تأثیر بسزایی دارد. کیفیت نیروی انسانی و کار - که در تحقق توسعه نقش محوری دارد - به نحو کامل به کیفیت فرهنگی و عوامل اجتماعی آن وابسته است. لازمه توسعه، اعتقاد به یک نظام عقلی و اجتماعی و دل‌بستگی به کار در همه زمینه‌ها به‌ویژه در فرهنگ عمومی مردم است. همچنین در تبیین نتیجه به‌دست آمده می‌توان بیان نمود که توسعه فن‌آوری‌های پیشرفته زندگی مردم را تغییر داده و نشاط جدیدی برای اکولوژی دیجیتال ایجاد کرده است. توسعه عصر اقتصاد دیجیتال را می‌توان با تحول دیجیتالی صنعت و تقاضای مصرف کننده ارتقا داد. براساس نظرات اکثر نخبگان رسانه‌های مبتنی بر نظریه برجسته سازی تلاش دارند تا بخش‌ها و موضوعات مشخصی را برای مخاطبان خود برجسته کنند و از این رو سبک زندگی ناشی از این مصرف رسانه‌ای این رسانه‌ها غالباً منتج به نتایجی می‌شود که رسانه‌ها از پیش برای آن برنامه ریزی کرده‌اند. به عبارت دیگر مخاطب رسانه، هویت، مدیریت بدن، نحوه تعامل و ارتباط با دیگران، سبک خرید و سایر ارکان سبک زندگی را مبتنی بر تصویری شکل می‌دهد که رسانه برای او ساخته است. نهاد خانواده، مهمترین و اثرگذارترین نهاد در شکل دهی رفتار اقتصادی افراد جامعه است و وظیفه رسانه‌ها، نهادها و متولیان فرهنگی است که خانواده‌ها را با رفتار بهینه و صحیح اقتصادی آشنا تر سازند. امروزه گرچه تعداد برنامه‌ها و میزگردهای رسانه ملی و مقالات و یادداشت‌های جراید در مقوله تبیین و تحلیل مباحث اقتصاد کلان به طرز چشمگیری زیاد است، اما فقدان برنامه‌ها و محتوای فرهنگی جذاب و گیرا برای آموزش و فرهنگ سازی رفتار خرد اقتصادی افراد جامعه چه در باب اصلاح الگوی خرید و چه در باب اصلاح الگوی مصرف به شدت احساس می‌شود. از سویی می‌توان بیان نمود که اقتصاد خانواده تنها محدود به خانواده‌های مرفه و ثروتمند نیست. این علم برای اقشار کم‌درآمد که اتفاقاً دخل و خرج‌شان همخوانی ندارد کاربردهای بیشتری خواهد داشت. از نکات قابل توجه در اقتصاد خانواده این است که افزایش درآمد، به معنی بهبود معاش خانواده نیست (افزایش درآمد هزینه‌ها را به دنبال خواهد داشت). بلکه مدیریت هزینه‌هاست که هنر گرداندگان اقتصاد خانواده را آشکار می‌کند. خانواده‌ها نمی‌توانند هنگام مواجهه با کمبود بودجه‌شان یک متمم بودجه بیاورند و هزینه‌های اضافی

را حذف کنند. بنابراین باید قادر باشند هزینه‌ها را مدیریت کنند. همان طور که در خانواده، والدین باید مدیریت عاطفی، روانی و اجتماعی را اعمال کنند، در بحث هزینه‌کردن و ایجاد تعادل بین دخل و خرج نیز نیاز به مدیریت است.

محدودیت‌ها

- با وجود اینکه نتایج پژوهش حاضر موجب غنای پیشینه پژوهشی در این زمینه شد، اما از برخی محدودیت‌ها پژوهش کیفی از جمله عدم تعمیم‌پذیری یافته‌ها به جوامع مختلف دیگر و قضاوت‌های ذهنی پژوهشگر حین اجرا و تحلیل مستثنا نبود.

پیشنهاد‌های پژوهشی

پژوهش‌های آینده می‌تواند الگوی اقتصادی خانواده را با در نظر گرفتن عوامل دیگر به جز فرهنگ بررسی نمایند. این پژوهش در شهر اصفهان انجام شده است پژوهش‌های دیگر می‌توانند در سایر شهرهای ایران انجام شده و با نتایج این پژوهش مقایسه شود.

تعارض منافع

بنا به اظهار نویسندگان این مقاله تعارض منافع ندارد

حمایت مالی

پژوهش حاضر برگرفته از رساله دکتری مجتبی فخاری از نویسندگان مقاله در گروه مدیریت و برنامه ریزی فرهنگی دانشگاه آزاد اسلامی واحد خوراسگان بوده است.

سپاسگزاری

بدین وسیله نویسندگان از کلیه شرکت کنندگان و افرادی که به نحوی در این پژوهش همکاری داشتند، نهایت تشکر را دارند

References

- Asadi, N, A; Hosseini, R. (2019). The ideal pattern of family income allocation with Islamic approach. *Marafet Islamic Economy Journal*. 23: 42-27.
- Burton, Albert. (2000). An introduction to the economy of culture from a liberal perspective. Translator: Mehrdad Vahdati. *Negah Masahez Publications*.
- Bigdali, M, & Rashidpour, A. (2020). Designing a model for evaluating the effectiveness of cultural activities. *Scientific Quarterly of Intercultural Studies* 16(46), 76-4.
- Eliasi, AD (2010). Investigating factors affecting the consumption of cultural goods among young people, *Cultural Research Society, Research Institute of Humanities and Cultural Studies*. (2)2: 55-76.
- Gulmakani, and 2018. The art of regulating family income and expenses. *Hamiyaran Javan Publications*.
- Haran Rosen, M., Pinto, O., Kondratjeva, O., Roll, S., Huseynli, A., & Grinstein-Weiss, M. (2021). Household savings decisions in Israel's Child Savings Program: The role of demographic, financial, and intrinsic factors. *Journal of Family and Economic Issues*, 42, 368-386.

- Khanbashi, M. (2013). Cultural-social approach to the concept of resistance economy. Monthly social, economic, scientific and cultural work and society. Number 171.
- Kharestani, Ismail and Seifi, Fatemeh (2019). The position of the family in the Islamic way of life and the creation of a good life from the perspective of the Qur'an, Number 64, 89-120.
- Klapper, L. F., Lusardi, A. & Panos, G. A. (2015). Financial Literacy and the Financial Crisis, World Bank Policy Research, Working Paper. 5980: 18- 29.
- ISHAQUE, A. & TUFAIL, M. (2014). Influence of Children on Family Purchase Decision. International Review of Management and Business Research, (3)1, 162-173
- Shokfeta, R.; Mirzaei, H.; Majdi, A. A.; Sadiq Orei, Ghar R. 2018. Economic management of Mashhad families. Biannual Sociology and Development. (8)2: 331-311.
- Mousavi Luqman, Ashraf, Atallah Rafii Atani and Ali Reza Moini (2018). Content analysis of Iran's family economic policies. Women's Strategic Studies Quarterly, Number. 83, pp. 104-81.
- Shokfeta, R.; Mirzaei, H.; Majdi, A. A.; Sadiq Orei, Ghar R. 2018. Economic management styles of Mashhad families. Two Quarterly Journals of Economic Sociology and Development. (8)2: 331-311.
- Sadr, F. 2011. Family; Hast Ha and Baidha, Qom: Quranic Sciences Publications, first edition.
- Soanes, C., & Hawker, S. (2014). Compact Oxford English dictionary. Oxford University Press.
- Mohammadi, M. 2012. Women's luxury from the perspective of Islam (investigation of factors, effects, solutions). The book of strategic thoughts, women and family. First Edition. Tehran: Payam Adalat publishing house.
- Toghiani, M. 2014. Identification and promotion of Iranian Islamic life style in the direction of economic defense in the system of resistance economy, Afaq Security Quarterly. (9) 31: 112-79.
- Zain al-Abidini, P.; Dehghanpour, 2013.. Investigating the role of the media in realizing the vision and mission of the resistance economy strategy, International Conference on Accounting, Economics and Financial Management.
- Zaghian ,Iman & Hasan Zareei (2022)The role of the Islamic family lifestyle in the realization of the Iranian Islamic model of progress. Quarterly Journal of Islamic-Iranian Family Studies, Number 1.