

Validation of the Family Economic Efficiency Model with a Cultural Approach, Emphasizing the Iranian-Islamic Lifestyle

Mojtaba. Fakhari¹, Ali. Rashidpoor^{2*}, Siamak. Korang Beheshti³

¹ PhD Student in Cultural Management and Planning , Isfahan (Khorasgan) Branch, Islamic Azad University, Isfahan, Iran

² Associate Professor, Department of Cultural Management and Planning, Isfahan (Khorasgan) Branch, Islamic Azad University, Isfahan, Iran

³ Assistant Professor, Department of Cultural Management and Plannin, Isfahan (Khorasgan) Branch, Islamic Azad University, Isfahan, Iran

* Corresponding author email address: alirashidpoor94@gmail.com

Article Info

Article type:

Original Research

How to cite this article:

Fakhari, M., Rashidpoor, A., & Korang Beheshti, S. (2024). Validation of the Family Economic Efficiency Model with a Cultural Approach, Emphasizing the Iranian-Islamic Lifestyle. *Journal of Social-Political Studies of Iran's Culture and History*, 3(3), 249-266.



© 2024 the authors. Published by Iran-Mehr: The Institute for Social Study and Research. This is an open access article under the terms of the Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International (CC BY-NC 4.0) License.

ABSTRACT

The aim of this study is to validate the family economic efficiency model with a cultural approach, emphasizing the Iranian-Islamic lifestyle. This research is applied, and its approach is quantitative. The statistical population of the research in the quantitative section consisted of 135 individuals, from which a sample size of 100 people was selected using the Morgan table. The data collection tool in this section was a researcher-made questionnaire, which included the components identified in the conceptual model of Fakhari et al. (2023). To ensure the validity of the questionnaire, its face validity was confirmed by the supervisor and a number of members of the statistical community, including university professors. Its content validity was also confirmed by the supervisor. The reliability of the questionnaire was confirmed with a Cronbach's alpha coefficient of 0.8. To validate the model derived from the identified information, a structural equation modeling approach based on variance was used. The results showed that the identified factors were categorized into five main concepts: causal conditions, intervening factors, contextual factors, outcomes, and strategies (with different sub-concepts).

Keywords: *economy, culture, family, lifestyle, Iranian-Islamic*

EXTENDED ABSTRACT

Introduction

The family is a fundamental unit of society, deeply influential in shaping both individual lives and societal structures. In the context of Iranian-Islamic culture, the family is more than a social unit; it is a cornerstone of moral and cultural continuity, playing a crucial role in the nation's economic and spiritual well-being (Ansari, 2021). Historically, Islamic teachings have emphasized the significance of strong familial bonds and moral values in shaping prosperous and harmonious communities (Daneshgar & Ghasemi, 2016). The Prophet Muhammad (PBUH) proclaimed that no institution is more beloved to Allah than marriage, underscoring the vital importance of the family in Islamic doctrine (Mirmohammadi, 2021). In this light, the role of the family in sustaining cultural traditions and promoting economic stability becomes critical.

This research focuses on validating a family economic efficiency model with a cultural approach, specifically emphasizing the Iranian-Islamic lifestyle. The study emerges from the pressing need to address the economic challenges families face, influenced by a complex web of political, cultural, and economic factors (Asadi & Hosseini, 2020). In Iran, the intersection of these elements becomes even more prominent, as economic pressures such as inflation, inequality, and global economic shifts strain the family unit's financial management. As women play increasingly significant roles in both the household and broader society, their influence on family economic strategies becomes a vital area of inquiry (Saadatmand & Khajavand Salehi, 2019).

While many studies have explored the cultural and economic dimensions of family life, there is a gap in research that integrates these aspects into a cohesive model applicable to Iranian families. This study seeks to fill this gap by providing a validated framework that incorporates cultural values into the economic decision-making processes of families.

Methods and Materials

The research employed a quantitative approach, focusing on a sample of 100 participants selected from a larger population of 135 individuals, in accordance with the Morgan table. Data collection was conducted through a researcher-made questionnaire designed based on the conceptual model of family economic efficiency. This questionnaire included components such as causal conditions, intervening factors, contextual elements, strategies, and outcomes.

The questionnaire's validity was ensured through face validity, confirmed by academic experts, and content validity was confirmed by the study's supervisors. Reliability was measured using Cronbach's alpha, which resulted in a coefficient of 0.8, indicating high reliability. Structural equation modeling (SEM) based on variance was employed to analyze the data and validate the conceptual model.

Findings

The analysis revealed that the factors influencing family economic efficiency could be categorized into five primary domains:

1. **Causal Conditions:** These included inflation and economic inequality driven by political developments, as well as the shifting needs of families based on consumption patterns.
2. **Intervening Factors:** Social media, technology, changing global consumption patterns, and the current economic sanctions were identified as key intervening factors influencing family economic decisions.

3. **Contextual Factors:** The cultural and spiritual values of the society, environmental influences, and the broader socio-economic context were highlighted as important contextual elements.
4. **Strategies:** The strategies for improving family economic efficiency included educational initiatives, structural reforms, and governmental support mechanisms aimed at promoting financial literacy and reducing economic disparities.
5. **Outcomes:** The primary outcomes identified were enhanced behavioral and cultural impacts, increased trust and support from the government, greater opportunities for entrepreneurship and employment, and the empowerment of productive human resources through education.

Discussion and Conclusion

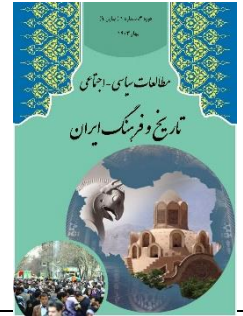
The results of this study underscore the importance of the family as a central institution in economic and social life, particularly within the context of the Iranian-Islamic lifestyle. The findings revealed that family economic efficiency is shaped by various factors, including inflation, consumption patterns, and socio-political dynamics. These causal conditions, coupled with intervening factors like social media, technology, and global economic changes, create a complex landscape for family financial management.

Contextual factors such as cultural values and environmental influences play a critical role in guiding family economic decisions. This is consistent with previous research that highlights the strong connection between spiritual values and economic behavior in Iranian families (Asadi & Hosseini, 2020; Zaghian et al., 2022). In this study, strategies such as financial education, structural reforms, and government support were identified as effective ways to enhance family economic efficiency. These findings echo the importance of integrating Islamic values into economic practices, as emphasized by prior studies (Saadatmand & Khajavand Salehi, 2019).

The study also demonstrates the vital role of women in family economic management, particularly in navigating challenges such as inflation and resource allocation. This supports earlier research that highlighted women's contributions to family financial stability through values of simplicity and frugality (Mohammadi, 2012).

Despite the study's contributions, there are limitations related to the specific cultural context of Iran, which may affect the generalizability of the findings. Future research could explore the family economic model in other cultural settings to provide a broader perspective.

In conclusion, the study validates a culturally-driven model of family economic efficiency, emphasizing the need for integrating spiritual and moral values into economic practices. The model offers a practical framework for enhancing family resilience in the face of economic challenges, particularly within the unique socio-cultural context of Iran.



اعتباریابی مدل اثربخش اقتصادی خانواده با رویکرد فرهنگی با تکیه بر سبک زندگی ایرانی اسلامی

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

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

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

* ایمیل نویسنده مسئول: alirashidpoor94@gmail.com

اطلاعات مقاله

چکیده

نوع مقاله

پژوهشی اصیل

نحوه استناد به این مقاله:

فخاری، مجتبی، رشیدپور، علی، و کورنگ بهشتی، سیامک. (۱۴۰۳). اعتباریابی مدل اثربخش اقتصادی خانواده با رویکرد فرهنگی با تکیه بر سبک زندگی ایرانی اسلامی. *مطالعات سیاسی-اجتماعی تاریخ و فرهنگ ایران*، ۳(۳)، ۲۴۹-۲۶۶.

هدف این پژوهش اعتباریابی مدل اثربخش اقتصادی خانواده با رویکرد فرهنگی با تکیه بر سبک زندگی ایرانی اسلامی می‌باشد. این پژوهش کاربردی و رویکرد این پژوهش کمی است جامعه آماری پژوهش در بخش کمی ۱۳۵ نفر بوده که با استفاده از جدول مورگان حجم نمونه برابر ۱۰۰ نفر انتخاب شد. ابزار گردآوری اطلاعات در این بخش پرسشنامه محقق ساخته مشتمل بر مولفه‌های شناسایی شده در مدل مفهومی فخاری و همکاران (۱۴۰۲) بود. برای احراز اطمینان از روایی پرسشنامه، روایی صوری آن با نظر استاد راهنما و تعدادی از اعضای جامعه آماری شامل اساتید دانشگاهی مورد تایید قرار گرفت. روایی محتوایی آن نیز با نظر استاد راهنما تایید گردید. پایایی پرسشنامه از طریق ضریب آلفای کرونباخ برابر ۰/۸ مورد تأیید قرار گرفت. برای اعتبار سنجی مدل حاصل از اطلاعات شناسایی شده از رویکرد مدل‌سازی معادلات ساختاری مبتنی بر وارپانس استفاده گردید. نتایج نشان داد عوامل شناسایی شده در ۵ مفهوم اصلی شرایط علی، عوامل مداخله گر، عوامل زمینه ای، پیامدها، راهبردها (با مفاهیم فرعی متفاوت) دسته‌بندی گردید.

کلیدواژگان: اقتصاد، فرهنگ، خانواده، سبک زندگی، ایرانی اسلامی.



© ۱۴۰۳ تمامی حقوق انتشار این مقاله متعلق به نویسنده است. انتشار این مقاله به صورت دسترسی آزاد مطابق با گواهی صورت گرفته است. (CC BY-NC 4.0)

مقدمه

خانواده رکن اساسی هر جامعه و نقطه آغازین زندگی انسان‌ها و نخستین کانون تمدن و آرامش بشری به شمار می‌آید، چنانچه این بنای مقدس از استحکام برخوردار باشد، چشم‌اندازهای روشنی در افق پیشرفت اجتماع بروز خواهد کرد؛ از این رو در منظومه فکری مقام معظم رهبری (مدظله العالی)، خانواده از ارکان مهم زیرساخت تمدن اسلامی است (Ansari, 2021). پیامبر خدا صلی الله علیه و آله فرمودند: "بُنِيَ فِي الْإِسْلَامِ بِنَاءً أَحَبَّ إِلَى اللَّهِ عَزَّ وَجَلَّ، وَأَعَزَّ مِنَ التَّزْوِيجِ" در اسلام هیچ بنایی ساخته نشد که نزد خداوند عزّ و جلّ محبوبتر و ارجمندتر از ازدواج باشد.

در فرهنگ اسلامی، خانواده به مثابه دژ محکم و استوار، بیشترین مسئولیت را در رشد، تحول، تربیت و سعادت انسان‌ها و جوامع بشری بر عهده داشته و دارد. از دیدگاه اسلام خانواده کانونی است که در آن، ارزش‌های اخلاقی، باورهای دینی و روابط اجتماعی شکوفا گردیده و از نسلی به نسل دیگر انتقال می‌یابد و زمینه رشد عاطفی و تربیت اخلاقی و اجتماعی اعضای خانواده فراهم می‌گردد (Daneshgar & Ghasemi, 2016). 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, 2020). سبک زندگی به معنای رفتارهای انسانی متأثر از فرهنگ هر کشور است که شامل تمام ابعاد زندگی انسان اعم از فرهنگی، سیاسی، اقتصادی، اجتماعی و غیره می‌شود (Zarean & Fazelian, 2019). تردیدی نیست که برای تحقق اقتصاد مطلوب در خانواده نیاز به بازنگری در سبک زندگی خانواده در بعد اقتصادی، و تغییر و اصلاح آن به سوی فرهنگ دینی و سبک زندگی اسلامی است (Bani Asadi & Ghafarnia, 2022). خانواده‌هایی که از دستورات اقتصاد اسلامی در سبک زندگی خود پیروی می‌کنند، بی شک خانواده‌هایی موفق در عرصه اقتصادی خواهند بود. در سبک زندگی اسلامی، خانواده فقیر ارزشی ندارد، خانواده‌ای ارزش دارد که بتواند از ثروت به نحو شایسته‌ای استفاده نماید، علم را پیشرفت دهد، فرزندان خود را به رشد عقلانی برساند (Mirmohammadi, 2021). 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 هما نظوری 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، 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» (دیدار با شرکت کنندگان در اجلاس جهانی زنان و بیداری اسلامی، ۱۳۹۱).

یکی از اصول در جوامع مختلف به ویژه در جامعه اسلامی مسئله کسب درآمد و مدیریت آن در خانواده می‌باشد، دین اسلام بر اقتصاد خانواده اهمیت بسیاری قائل است (Hasanzadeh & Khajavand Salehi, 2019). الگوی مصرف کنونی در جامعه ما با الگوی مصرف مطلوب از دیدگاه اسلامی فاصله دارد. از نظر سبک زندگی اسلامی هیچ مانعی برای فعالیت اقتصادی زنان در عرصه اجتماع وجود ندارد. از طرفی زنان می‌توانند با مدیریت صحیح اقتصادی خود در خانواده از جمله: محافظت اموال و امانتدار و رازدار بودن اموال همسر و حمایت مالی از ایشان و از

همه مهمتر ساده زیستی و قناعت با ابعاد بیش از اعتدال مصرف نکردن و هدر ندادن انرژی و زمان و پول که ثمره آن آسایش و راحتی اعضای خانواده است سهم بزرگی را در توسعه اقتصادی خانواده و در ابعاد وسیع آن، یعنی در جامعه هم عهده دار باشند (Saadatmand & Khajavand Salehi, 2019). برای رسیدن به اقتصاد سالم در خانواده همکاری اعضای آن ضروری است که در این میان نقش مادر با توجه به مسئولیت مادری و همسری اش مهمتر است. اسراف و مخارج فرعی و غیرضروری نه فقط سطح بهره‌وری اعضای خانواده را کاهش می‌دهد، بلکه به صورت فرهنگ و عاداتی نامطلوب به نسل‌های آینده منتقل می‌شود و جامعه نیز در معرض انواع آسیب‌های اقتصادی قرار می‌گیرند (Mohammad Ali et al., 2022). امروزه یکی از زمینه‌های اصلی بحث در علوم اجتماعی که در زمینه تحلیل‌های اقتصادی وارد شده است، نهاد خانواده می‌باشد (Asadi et al., 2021). سبک زندگی اسلامی ازدواج را موجب فقر زدایی و بهبود وضعیت اقتصادی می‌دانند ممکن است مقصود این مفاهیم کاملاً قابل درک نباشد بنابراین تبیین به روز از کارکرد اقتصادی ازدواج در متون دینی، برای سیاست‌گذاران امور خانواده ضروری می‌باشد.

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 تأمین سطح کفاف، هرکدام مصارف خویشتن را کاهش دهند و مصارف دیگر را تا آنجا که منجر به اسراف نگردد افزایش دهند (Asadi & Hosseini, 2020)؛ همچنین بیگدلی و رشیدپور (۱۴۰۰) به طراحی الگوی ارزیابی اثربخشی فعالیت‌های فرهنگی پرداختند (Bigdeli & Rashidpour, 2021). در بین پژوهش‌های خارجی 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 تاثیرگذار است و محدودیت‌های جامعه بود (Choudhry et al., 2019)؛ روسن و همکاران (۲۰۲۱) در پژوهشی با عنوان تصمیمات پس انداز خانگی در برنامه پس انداز کودکان اسرائیل پرداختند (Rosen et al., 2021)؛ ایشاکو (۲۰۱۴) تحقیقی با عنوان تأثیر کودکان در تصمیم‌گیری‌های خرید والدین در پاکستان انجام دادند (Ishaque & Tufail, 2014). 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 "اعتباریابی مدل اثربخش اقتصادی خانواده با رویکرد فرهنگی با تکیه بر سبک زندگی ایرانی اسلامی" 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 به ویژه 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 حالیکه تمام رفتارهای اجتماعی انسان در درون فرهنگ شکل می‌گیرد و فرهنگ به

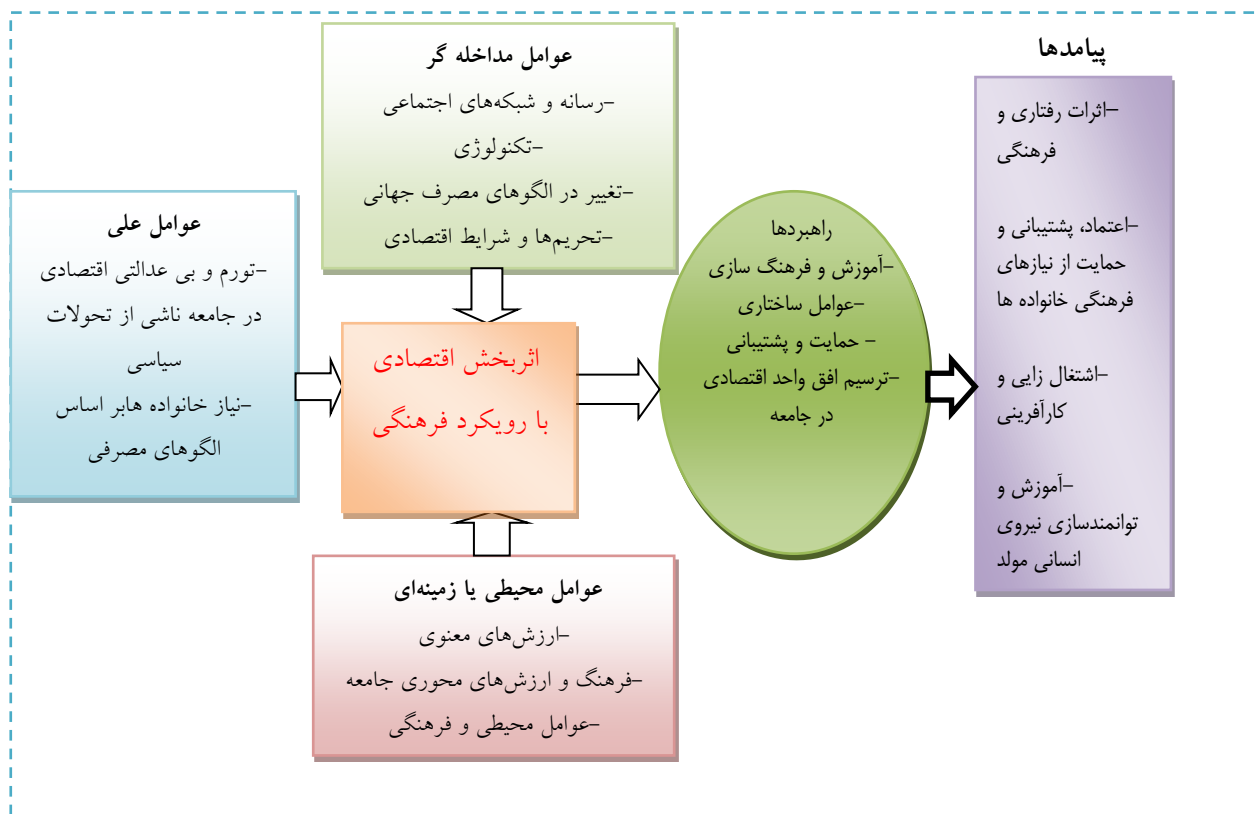
صورت کامل و به سبک زندگی و الگوی فرهنگی جامعه وابسته می‌باشد در این پژوهش سوال این است که اعتباریابی مدل اثربخش اقتصادی خانواده با رویکرد فرهنگی با تکیه بر سبک زندگی ایرانی اسلامی چگونه است؟

روش تحقیق

این پژوهش کاربردی و رویکرد این پژوهش کمی است. در بخش اعتبار سنجی مدل مفهومی فخاری و همکاران (۱۴۰۲) با روش پیمایشی و از طریق پرسشنامه محقق ساخته تجزیه و تحلیل شدند. جامعه آماری پژوهش در بخش کمی ۱۳۵ نفر بوده که با استفاده از جدول مورگان حجم نمونه برابر ۱۰۰ نفر انتخاب شد. ابزار گردآوری اطلاعات در این بخش پرسشنامه محقق ساخته مشتمل بر مولفه‌های شناسایی شده در مدل مفهومی فخاری و همکاران (۱۴۰۲) بود (Fakhari et al., 2023). پرسشنامه مذکور بر پایه عوامل و مؤلفه‌های شناسایی شده فراهم گردیده است، اما برای احراز اطمینان از روایی پرسشنامه، روایی صوری آن با نظر استاد راهنما و تعدادی از اعضای جامعه آماری شامل اساتید دانشگاهی که در پژوهش نیز شرکت داشتند مورد تأیید قرار گرفت. روایی محتوایی آن نیز با نظر استاد راهنما تأیید گردید. پایایی پرسشنامه از طریق ضریب آلفای کرونباخ برابر ۰/۸ مورد تأیید قرار گرفت برای اعتبار سنجی مدل حاصل از اطلاعات شناسایی شده بدلیل عدم نیاز به پیش فرض‌های توزیعی و مقیاس اندازه‌گیری اهداف پیش بینی و نظریه‌پردازی، تناسب با مدل‌های ترکیبی، تناسب با نمونه‌های کوچک، نامشخص بودن عوامل از رویکرد مدلسازی معادلات ساختاری مبتنی بر واریانس که با تحلیل کمترین مربعات جزئی شناخته می‌شود استفاده گردید

یافته‌های پژوهش

بر طبق نتایج حاصل از پژوهش فخاری و همکاران (۱۴۰۲) به منظور ارائه یافته‌ها در قالب جملات بدون ابهام و به صورت خلاصه کلیه مفاهیم حاصل از مصاحبه‌ها ترکیب، موارد اضافه و یا تکراری حذف و جهت دسته بندی نهایی عوامل با توجه به هدف پژوهش آماده گردیدند و مدل مفهومی صفحه بعد برای ترسیم کدگذاری محوری ارائه گردید.



تفکیک مفاهیم اصلی و مفاهیم فرعی الف: شرایط علی

مفهوم اصلی "شرایط علی" از طریق مفاهیم فرعی و معرف‌های زیر مورد سنجش قرار گرفته است:

جدول ۱

مفاهیم فرعی و معرف‌های مفهوم شرایط علی

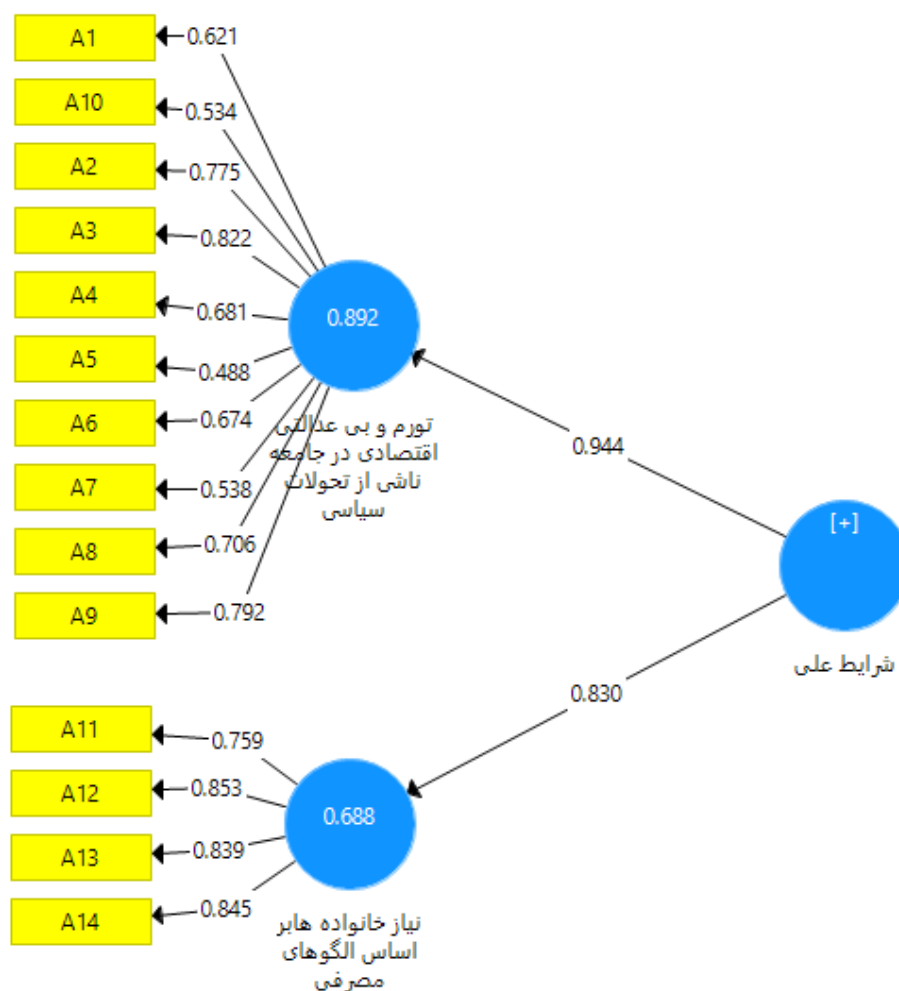
مفهوم فرعی	معرف
A۱	بی‌اعتمادی و ناعدالتی اقتصادی ناشی از نرخ تورم
A۲	تغییر در قیمت مسکن و به تبع آن ایجاد تنش اقتصادی در خانواده‌ها
A۳	کاهش نرخ تورم و نقدینگی در بازار.
A۴	ضرورت تدوین الگوی اقتصادی ایمن در چهارچوب روابط در خانواده در شرایط تورم.
A۵	تغییرات روزانه نرخ ارز در کشور و قیمت گذاری‌ها متفاوت محصولات.
A۶	عدم تطابق و هماهنگی در الگوی اقتصادی حاکم در جامعه به دلیل تضاد طبقاتی متفاوت در سطح جامعه.
A۷	نبود یک الگوی مشخص در قیمت گذاری کالاها و گرانی روزانه.
A۸	تفاوت میزان درآمد خانواده‌ها و طبقات مختلف در شرایط تورم.
A۹	ایجاد تنش‌های سیاسی داخلی و خارجی در کشور و بهم ریختگی اقتصادی در خانواده‌ها.
A۱۰	دسترسی محدود به نیازهای اولیه در طبقات متوسط و رو به پایین در سطح جامعه در شرایط تورم.

تغییر در نیاز خانواده‌ها موجب تغییر در فرهنگ و در نتیجه الگوی اقتصادی خانواده‌ها می‌گردد.	A11	نیاز خانواده هابر اساس الگوهای
ورود خانم‌ها به چرخه اقتصادی علاوه بر حضور مردان و تغییر در الگوهای اقتصادی خانواده‌ها	A12	مصرفی
نیاز میرم به بازاریابی و بازاریابی، برنامه ریزی بر اساس نیازهای فرهنگی، اجتماعی در خانواده‌ها.	A13	
بازتعریف و فرهنگ سازی مجدد خمس و زکات به عنوان یک نوع الگوی اقتصادی و اسلامی در خانواده‌ها.	A14	

مدل عاملی مفهوم اصلی "شرایط علی" به صورت مدل عاملی سلسله مراتبی (مرتب دوم) تدوین گردید، برآوردهای مربوط به این مدل؛ شامل شاخص‌های اعتبار و پایایی و بارهای عاملی مفاهیم فرعی و معرفها در ادامه گزارش می‌شود:

شکل ۲

مدل عاملی مرتبه دوم شرایط علی



تفکیک مفاهیم اصلی و مفاهیم فرعی ب: عوامل مداخله‌گر

مفهوم اصلی "عوامل مداخله‌گر" از طریق مفاهیم فرعی و معرفهای زیر مورد سنجش قرار گرفته است:

جدول ۲

مفاهیم فرعی و معرف‌های مفهوم عوامل مداخله‌گر

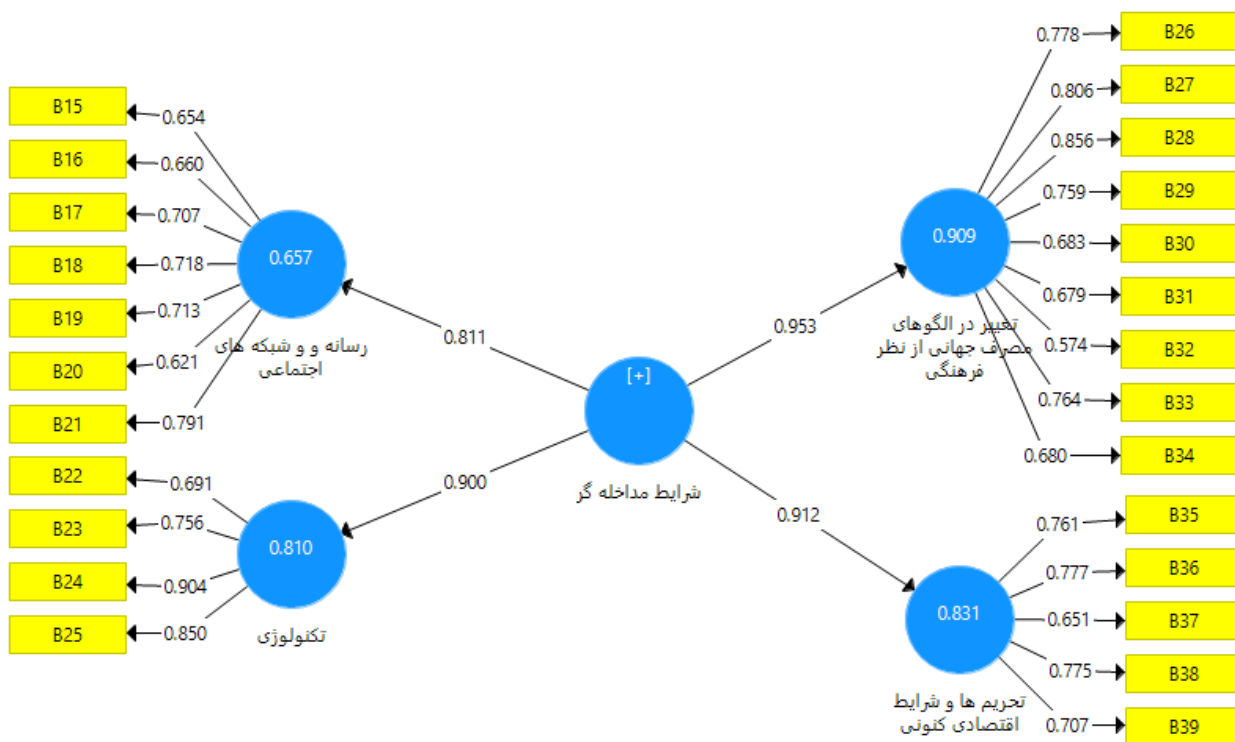
مفهوم فرعی	معرف	
رسانه و شبکه‌های اجتماعی	B1۵ تبلیغ زندگی مرفه و شهری در سال‌های اخیر.	
	B1۶ کمرنگ شدن ارزش‌های زندگی روستای به عنوان پایه اقتصادی جامعه	
مدرسه	B1۷ ترویج و تبلیغ زندگی مدرن و دور از دسترس از طریق فیلم - رسانه - فضای مجازی	
	B1۸ الگوپذیری خانواده‌ها از فرهنگ جوامع مختلف از طریق رسانه، تبلیغات و شبکه‌های اجتماعی	
تکنولوژی	B1۹ نقش پررنگ رسانه‌ها در معرفی الگوهای زندگی و تولید خدمات و کالاها.	
	B2۰ تغییر در سبک زندگی خانواده‌ها به دلیل حضور در شبکه‌های اجتماعی و مجازی.	
	B2۱ تغییر در نگرش، بینش و رفتار اقتصادی خانواده‌ها همگام با تغییرات جهانی.	
	B2۲ سرعت تکنولوژی و اهمیت آن در سال‌های اخیر.	
	B2۳ نقش پررنگ رسانه‌ها در تغییر سبک زندگی و تولید خدمات و کالاها.	
	B2۴ تغییر در علاقه مندی انسان‌ها و سبک زندگی آنها مبتنی بر توسعه تکنولوژی.	
	B2۵ تاثیر زیاد تکنولوژی در اوغات فراغت و تفریح و خوش گذرانی خانواده‌ها.	
	B2۶ تغییر در الگوی مصرف جهانی در قرن حاضر.	
	تغییر در الگوهای مصرف جهانی از نظر فرهنگی	B2۷ به فراموشی سپرده شدن فرهنگ و ارزش‌های محوری در جامعه با توجه به تغییر در الگوهای مصرف جهانی
		B2۸ حرکت جوامع به سوی زندگی‌های مدرن مبتنی بر فناوری‌های روز دنیا.
	تحریم‌ها و شرایط اقتصادی کنونی	B2۹ تغییرات جهانی اخیر و تاثیر در فرهنگ مصرفی جوامع.
		B3۰ ضرورت همگام شدن جوامع با الگوهای اقتصادی و مصرف جهانی.
B3۱ حرکت مشاغل به سمت شغل‌های پلتفرمی ناشی از وجود بیماری کرونا.		
B3۲ حاکم شدن فرهنگ تجمل‌گرایی و زندگی مدرن ناشی از تغییرات جهانی.		
B3۳ افت ارزش‌ها و هویت ایرانی اسلامی خانواده‌ها در سال‌های اخیر.		
B3۴ گرایش به سبک زندگی مصرف‌گرایی غرب و در نتیجه هدر رفت بسیار زیاد از سرمایه‌های معنوی خانواده‌ها.		
B3۵ تحریم‌ها و شرایط اقتصادی کنونی و تاثیر در شرایط اقتصادی و معیشتی خانواده‌ها.		
B3۶ بحرانهای اقتصادی و اجتماعی کنونی		
B3۷ عدم سواد مالی در خانواده‌ها و ضرورت باتعریف مجدد الگوی اقتصادی.		
B3۸ تاثیر تحولات سیاسی منطقه در طی سال‌های اخیر.		
B3۹ آسیب‌ها و تهدیدهای محیطی و منطقه‌ای در سال‌های اخیر حول محور اقتصاد		

مدل عاملی مفهوم اصلی "عوامل مداخله‌گر" به صورت مدل عاملی سلسله مراتبی (مرتبه دوم) تدوین گردید، برآوردهای مربوط به

این مدل؛ شامل شاخص‌های اعتبار و پایایی و بارهای عاملی مفاهیم فرعی و معرف‌ها در ادامه گزارش می‌شود:

شکل ۳

مدل عاملی مرتبه دوم شرایط مداخله‌گر



تفکیک مفاهیم اصلی و مفاهیم فرعی ج: عوامل زمینه‌ای

مفهوم اصلی "عوامل زمینه‌ای" از طریق مفاهیم فرعی و معرف‌های زیر مورد سنجش قرار گرفته است:

جدول ۳

مفاهیم فرعی و معرف‌های مفهوم عوامل زمینه‌ای

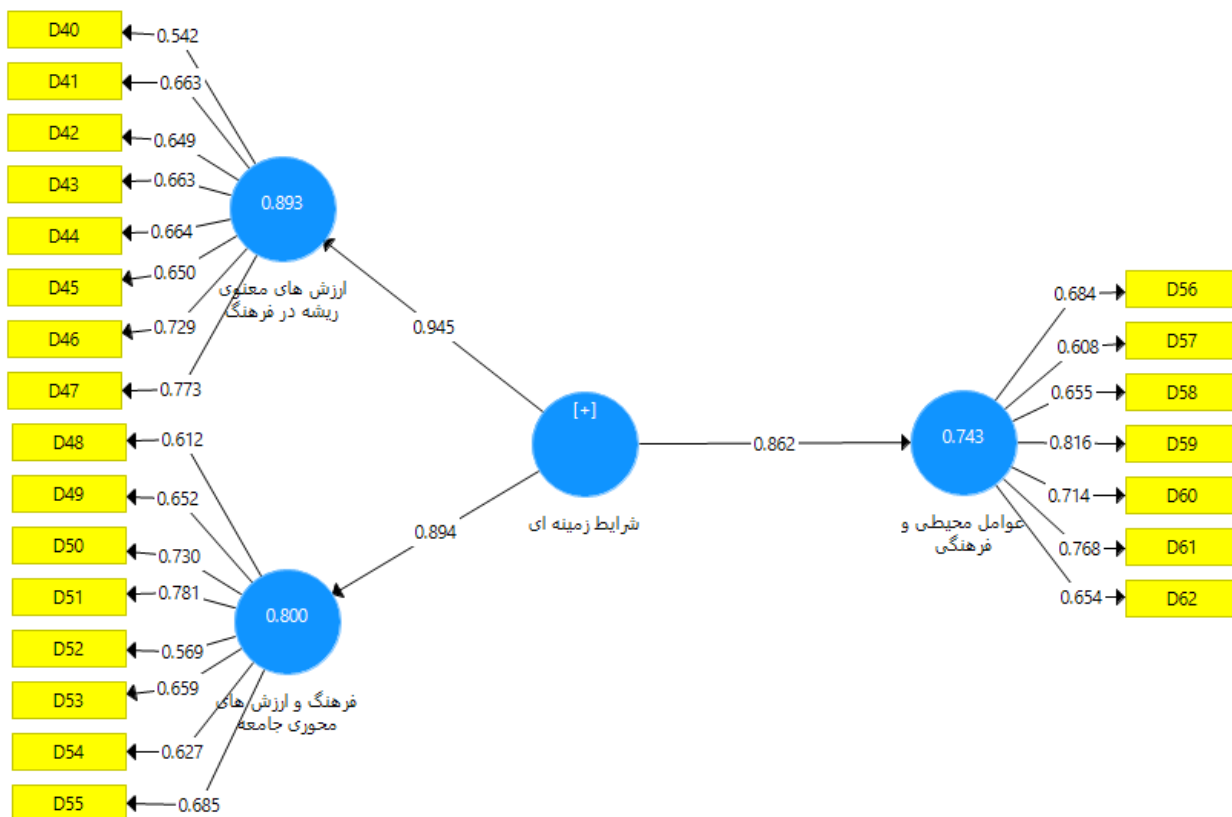
مفهوم فرعی	معرف
ارزش‌های معنوی ریشه در فرهنگ	D۴۰ الهام از ارزش‌های الهی در خانواده ایرانی
	D۴۱ توجه به اصل دینداری و خانواده محوری.
	D۴۲ اهمیت تعالی خانواده از بعد دینی و معنوی در الگوهای اقتصادی
	D۴۳ محوریت روحیه قناعت ناشی از بعد تربیت دینی و تربیتی.
	D۴۴ پرداختن به رفاه اقتصادی و مادی گرایی در تعریف رفاه زندگی
	D۴۵ غلبه مادی گرایی و خودخواهی در کانون خانواده بر ارزش‌های متعالی و دینی.
	D۴۶ تبعیت از الگوی اقتصادی مبتنی بر فرهنگ غرب.
	D۴۷ کم رنگ شدن ارزش‌های اعتقادی و دینی در نسل‌های جوان.
	D۴۸ توجه به فرهنگ و ارزش‌های محوری در خانواده ایرانی به عنوان یک اصل مهم در تدوین الگوی اقتصادی
فرهنگ و ارزش‌های محوری جامعه	D۴۹ رنگ باخته شدن فرهنگ پس انداز در اکثر خانواده‌ها و دوری از فرهنگ اسلامی و فرهنگ پس انداز
	D۵۰ بی توجهی به ارزش‌های متعالی در خانواده
	D۵۱ عدم رضایت از کفایت اقتصادی در جامعه جوان.
	D۵۲ ترویج تفکر زندگی مدرن
	D۵۳ جایگزین شدن فرهنگ اقتصادی غرب به جای فرهنگ و ارزش‌های محوری جامعه.

D54	تاثیر فرهنگ تحت عنوان روش ها، ارزش ها و باورها در سبک زندگی آدمها و تولید و بازرچانی خانواده.	
D55	کمرنگ شدن ارزش های فرهنگی و هنجارهای جامعه به دلیل اثرات منفی اقتصادی	عوامل محیطی و فرهنگی
D56	شرایط محیطی مانند ترافیک، آلودگی هوا و صوتی.	
D57	خستگی های مفرد افراد از وضع اقتصادی و شرایط حاکم بر اقتصاد و معیشت خانواده ها.	
D58	افسردگی های مضمّن نان آور خانواده ها به خاطر شرایط کاری و اقتصادی نامناسب محیط های شغلی و....	
D59	مهارت شغلی و توانمندی در حرفه شغلی به عنوان عاملی محیطی در حرفه شغلی افراد.	
D60	مخاطرات طبیعی مانند کمبود آب و بارش و تاثیر در وضع اقتصاد روستایی و پایه (کشاورزی).	
D61	عدم وابستگی فرزندان به پدر و مادر و گرایش بیشتر آنها به تغییر در سبک زندگی و گرایش به زندگی مدرن.	
D62	تعامل انسان با محیط و کیفیت و کمبود آب مصرفی.	

مدل عاملی مفهوم اصلی "عوامل زمینه ای" به صورت مدل عاملی سلسله مراتبی (مرتب دوم) تدوین گردید، برآوردهای مربوط به این مدل؛ شامل شاخص های اعتبار و پایایی و بارهای عاملی مفاهیم فرعی و معرفها در ادامه گزارش می شود:

شکل ۴

مدل عاملی مرتبه دوم شرایط زمینه ای



تفکیک مفاهیم اصلی و مفاهیم فرعی د: پیامدها

مفهوم اصلی "پیامدها" از طریق مفاهیم فرعی و معرف‌های زیر مورد سنجش قرار گرفته است:

جدول ۴

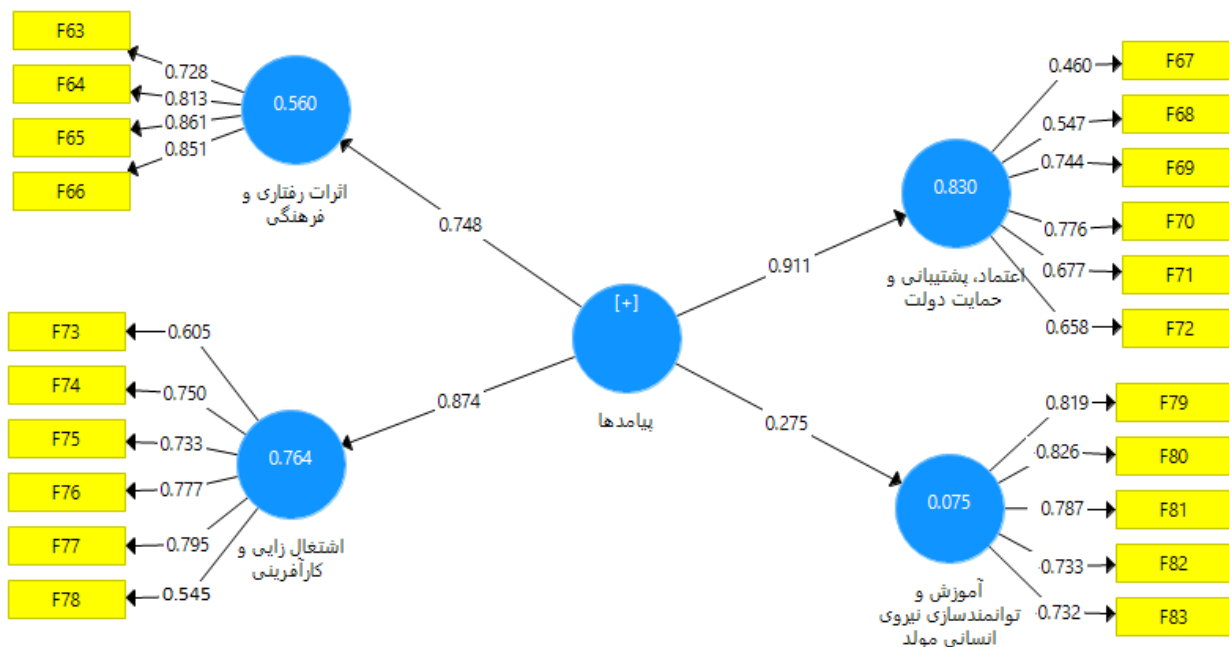
مفاهیم فرعی و معرف‌های مفهوم پیامدها

مفهوم فرعی	معرف
اثرات رفتاری و فرهنگی	ایمن سازی روانی جامعه. F۶۳
	برطرف نمودن تاثیر شرایط اقتصادی فعلی و گرانی بر رفتار و وضع روانشناختی خانواده ها. F۶۴
	کاهش نگرانی خانواده‌ها از عدم تطابق بین سه بخش دخل، خرج و پس انداز آنها در سبد هزینه کرد. F۶۵
	ادراک از عدالت اجتماعی در سطح جامعه. F۶۶
اعتماد، پشتیبانی و حمایت دولت	اعتماد سازی و برطرف نمودن بی عدالتی ناشی از نرخ تورم F۶۷
	تدوین الگوی اقتصادی ایمن در چهارچوب روابط در خانواده در شرایط تورم. F۶۸
	افزایش کسب و کار مطابق الگوهای اقتصادی و مصرف جهانی در سطح جامعه مبتنی بر فرهنگ. F۶۹
	ایجاد توازن در توانمندی و کفایت اقتصادی خانواده‌ها. F۷۰
	ایجاد رویکردی یکسان به عنوان الگوی اقتصادی مبتنی بر فرهنگ واحد در جامعه به وسیله دولت. F۷۱
	ترسیم افق روشن و امیدوار کننده از آینده کشور برای خانواده‌ها به ویژه نسل جوان. F۷۲
اشتغال زایی و کارآفرینی	همگام شدن جامعه با الگوهای مصرفی جهانی و تدوین استراتژی موثر. F۷۳
	کاهش نگرانی خانواده از مشاغل آینده فرزندان خود. F۷۴
	اشتغال زایی و برطرف نمودن ابهامات و مشکلات شغلی جوانان. F۷۵
	گسترش دانش، و بهره مندی از تکنولوژی و فناوری بروز در دنیا. F۷۶
	ایجاد رفاه اقتصادی و تعادل در طبقات مختلف جامعه. F۷۷
	شکل گیری یک محیطی اقتصادی مبتنی بر روحیه کارآفرینی و خلاقیت در جامعه. F۷۸
آموزش و توانمندسازی نیروی انسانی مولد	پرورش نیروی انسانی مولد و آموزش منابع انسانی حسب نیاز. F۷۹
	ایجاد زیر ساخت‌های علمی و عملیاتی در سطح جامعه با اهتمام به نیازهای آینده کشور. F۸۰
	تقسیم عادلانه منابع و تسهیلات در سطح جامعه در راستای بهبود و ارتقاء رضایت از زندگی. F۸۱
	فراهم سازی زیرساخت‌های اساسی در ابعاد اجتماعی، سیاسی، اقتصادی و فرهنگی در خانواده‌ها و آگاه سازی آنها. F۸۲
	نهادینه نمودن ارزش‌های فرهنگی، دینی، اخلاقی در خانواده. F۸۳

مدل عاملی مفهوم اصلی "پیامدها" به صورت مدل عاملی سلسله مراتبی (مرتب دوم) تدوین گردید، برآوردهای مربوط به این مدل؛

شامل شاخص‌های اعتبار و پایایی و بارهای عاملی مفاهیم فرعی و معرف‌ها در ادامه گزارش می‌شود:

مدل عاملی مرتبه دوم مفهوم اصلی مربوط به پیامدها



تفکیک مفاهیم اصلی و مفاهیم فرعی و: راهبردها

مفهوم اصلی "راهبردها" از طریق مفاهیم فرعی و معرف‌های زیر مورد سنجش قرار گرفته است:

جدول ۵

مفاهیم فرعی و معرف‌های مفهوم راهبردها

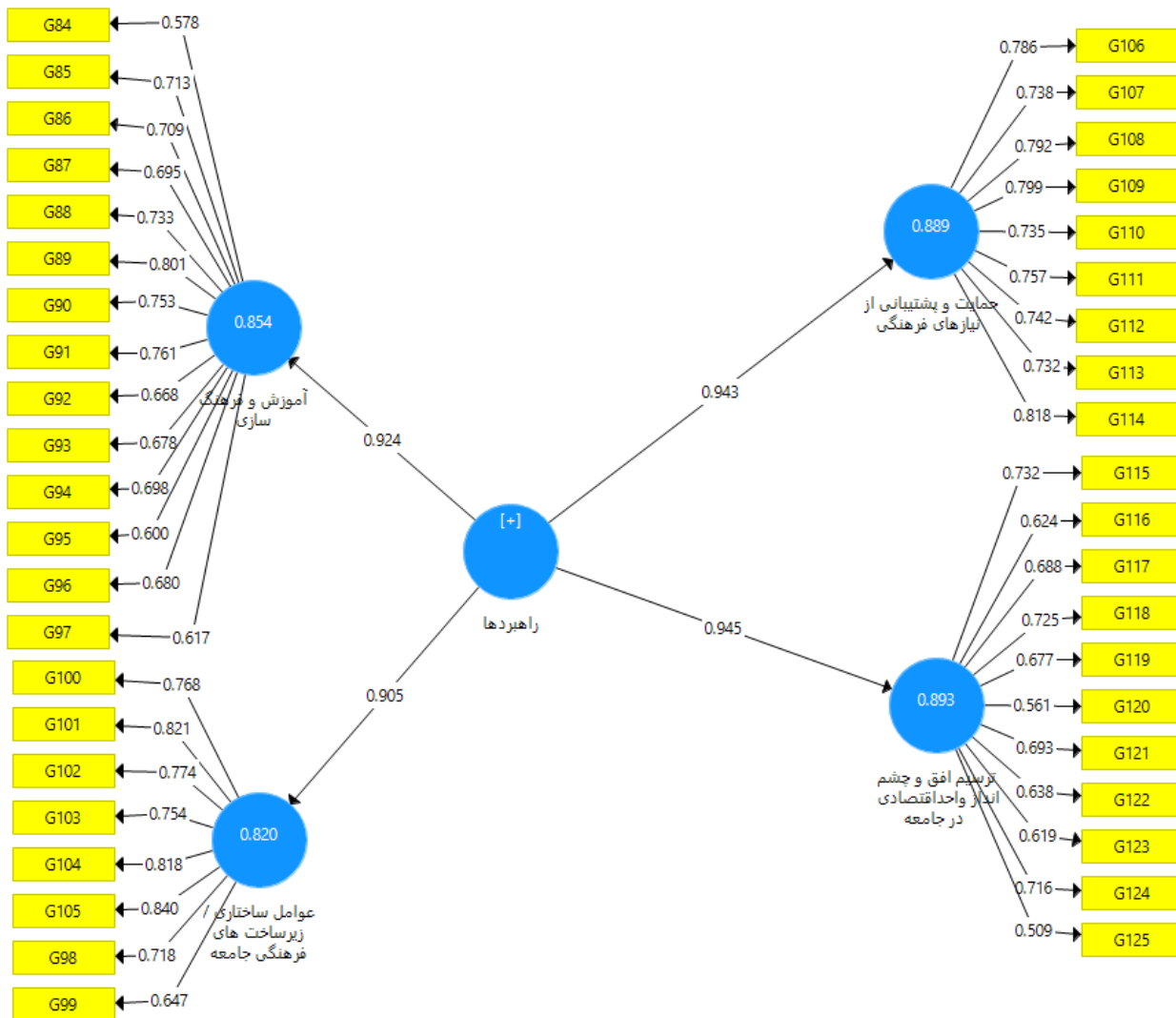
مفهوم فرعی	معرف
آموزش و فرهنگ سازی	G۸۴ G۸۵ G۸۶ G۸۷ G۸۸ G۸۹ G۹۰ G۹۱ G۹۲ G۹۳ G۹۴
	ضرورت آموزش الگوی مصرفی صحیح به نسل جوان منطبق بر ارزش‌های فرهنگی جامعه. اخذ تصمیمات اقتصادی مهم در خانواده متناسب با نیازهای فرهنگی جامعه. ارتقاء سواد اقتصادی خانواده‌ها از طریق آموزش. فرهنگ سازی ایجاد الگوی بهینه اقتصادی مبتنی بر فرهنگ در جامعه از طریق آموزش. ترویج روحیه کارآفرینی در سطح جامعه از طریق آموزش به ویژه در نسل‌های جوان. نهادینه سازی هنجارها و ارزش‌های متعالی اقتصادی و مادی جامعه به عنوان شاخص‌های رضایت از زندگی. سرمایه گذاری در راستای مهارت آموزی و تقویت بنیه علمی نسل جوان در جهت رفاه آینده خانواده ها. ارتقا دانش و سطح سواد پدر یا مادر ان از شاخص‌های اقتصادی. ارتقاء آگاهی از تکنولوژی و فناوری‌های 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 خانواده ها.

G۹۵	آموزش الگوی صحیح مصرف به ویژه به نسل‌های جوان.
G۹۶	آموزش و نهادینه سازی فرهنگ صحیح هزینه کرد.
G۹۷	آموزش فرهنگ کسب درآمد صحیح و از راه درست آن.
G۹۸	تدارک زیرساخت‌های لازم در جامعه در خصوص الگوهای سرمایه گذاری صحیح.
G۹۹	جلوگیری از رشد بخش غیر مولد اقتصاد و سرمایه گذاری بر توسعه فعالیت‌های سالم و صحیح.
G۱۰۰	(راهبردها و پیشنهاد) سرمایه گذاری برای افزایش سواد اقتصادی جامعه به ویژه نسل‌های جوان
G۱۰۱	(پیامدهایی) شکل گیری یک محیطی اقتصادی مبتنی بر روحیه کارآفرینی و خلاقیت در جامعه.
G۱۰۲	پرورش نیروی انسانی مولد و مدیریت بر منابع انسانی موجود.
G۱۰۳	ایجاد ساختارهای کلی و علمی و عملیاتی در سطح جامعه با اهتمام به نیازهای آینده کشور.
G۱۰۴	تقسیم عادلانه منابع به افراد جامعه در راستای بهبود و ارتقاء کیفیت زندگی افراد ساکن در جامعه.
G۱۰۵	فراهم سازی زیرساخت‌های اساسی در ابعاد اجتماعی، سیاسی، اقتصادی و فرهنگی در خانواده‌ها و آگاه سازی آنها.
G۱۰۶	تدارک اقدامات جهت اشتغال زایی در بین جوانان و نوجوانان.
G۱۰۷	گسترش دانش، حمایت از تکنولوژی و فناوری و بهره مندی بهینه از آنها.
G۱۰۸	برطرف نمودن ابهامات و مشکلات شغلی خانواده‌ها به ویژه جوانان.
G۱۰۹	ایجاد رفاه اقتصادی و تعادل در طبقات مختلف جامعه در کوتاه مدت و بلند مدت توسط دولت و بخش خصوصی.
G۱۱۰	ضرورت حمایت دولت از خانواده‌ها در راستای پذیرش الگوی اقتصاد مقاومتی.
G۱۱۱	اشتغال زایی برای جوانان توسط دولت.
G۱۱۲	حمایت و بسترسازی دولت برای تهیه امکانات اولیه زندگی خانوار مانند مسکن.
G۱۱۳	کاهش نگرانی خانواده از آینده خود و خانواده.
G۱۱۴	پرداختن به نیازهای فرهنگی خانواده‌ها به جای تامین حداقلی آنها مانند یارانه.
G۱۱۵	ایجاد توازن در حقوق و دستمزد مستمری بگیران.
G۱۱۶	شفافیت از وضعیت آتی و امنیت اقتصادی در کشور.
G۱۱۷	همگام شدن جامعه با الگوهای مصرفی جهانی و تدوین استراتژی موثر.
G۱۱۸	ترسیم افق روشن و امیدوار کننده از آینده کشور برای خانواده‌ها به ویژه نسل جوان.
G۱۱۹	ایجاد رویکردی یکسان به عنوان الگوی اقتصادی مبتنی بر فرهنگ واحد در جامعه به وسیله دولت.
G۱۲۰	تدوین الگوی راهبردی با قواعد و مقررات اقتصادی یکسان برای تمام طبقات جامعه.
G۱۲۱	تعریف صحیح از الگوی اقتصادی در خانواده در ابعاد مختلف اجتماعی، فرهنگی، روانی و رفتاری و اقتصادی و فرهنگ سازی یا القا آن در جامعه.
G۱۲۲	تقویت بعد اقتصادی خانواده‌ها از طریق ارائه راهکارهای بنیادین توسط دولت.
G۱۲۳	ایجاد توازن در توانمندی و کفایت اقتصادی خانواده‌ها.
G۱۲۴	تدارک راهکارهای افزایش کسب و کار مطابق الگوهای اقتصادی صحیح مبتنی بر فرهنگ.
G۱۲۵	رواج تجمل گرایی زهر آگین

مدل عاملی مفهوم اصلی "راهبردها" به صورت مدل عاملی سلسله مراتبی (مرتب دوم) تدوین گردید، برآوردهای مربوط به این مدل؛

شامل شاخص‌های اعتبار و پایایی و بارهای عاملی مفاهیم فرعی و معرف‌ها در ادامه گزارش می‌شود:

مدل عاملی مرتبه دوم راهبردها



در نهایت، میانگین مشارکت سیاسی از عدد پنج (حداقل یک و حداکثر پنج) برابر با ۳/۳۶ بوده که نشانگر مشارکت سیاسی متوسط به بالا است. در مجموع حدود ۱۶/۸ درصد میزان مشارکت سیاسی را در حد خیلی زیاد می دانند. حدود ۲۵/۳ درصد در حد زیاد، حدود ۲۴/۷ درصد در حد متوسط، حدود ۱۸/۹ درصد در حد کم و حدود ۱۴/۲ درصد نیز میزان مشارکت سیاسی را در حد خیلی کم می دانند.

بحث و نتیجه گیری

اقتصاد خانواده به معنای چگونگی سامان دهی و مدیریت منابع خانه است. خانواده سازمانی است که تولید و توزیع کالاهای مورد نیاز را فراهم می سازد و زن بدون مناقشه به عنوان یکی از دو رکن اساسی خانواده در این سازماندهی و مدیریت، نقش اساسی را ایفا می کند. همان گونه که خانواده به عنوان واحد کوچکی از اجتماع در پیشرفت و توسعه فرهنگی جامعه نقش اول را دارد، در توسعه و رشد اقتصادی جامعه نیز نقش اساسی را ایفا می کند و میزان، چگونگی و نوع حضور او در عملکرد و چرخه های اقتصاد کشور تأثیرگذار است. توجه به اقتصاد

خانواده و برنامه‌ریزی برای آینده آن از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است. زیرا برنامه‌ریزی برای آینده زندگی در تمامی خانواده‌ها مطرح است. بنابراین پژوهش حاضر با هدف ارایه مدل اثربخش اقتصادی خانواده با رویکرد فرهنگی شکل دهی 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 زمینه ساز شامل: (۱) ارزش‌های معنوی ریشه در فرهنگ، (۲) فرهنگ و ارزش‌های محوری جامعه و (۳) عوامل محیطی و فرهنگی، عوامل راهبردی شامل: (۱) آموزش و فرهنگ سازی، (۲) عوامل ساختاری / زیرساخت‌های فرهنگی جامعه، (۳) حمایت و پشتیبانی از نیازهای فرهنگی خانواده‌ها، (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) می‌باشند. در خصوص یافته بدست آمده از حیث همسویی با سایر پژوهش‌های انجام شده، می‌توان گفت یافته بدست آمده با یافته‌های پژوهشگرانی همچون زاغیان و همکاران (۱۴۰۱) مبنی بر تاثیرگذاری بسیار زیاد سبک زندگی ایرانی اسلامی و تدابیر ملحوظ در آن در همه ابعاد (اخلاقی، اقتصادی و...) بر پیشرفت خانواده و جامعه (Zaghian et al., 2022)؛ 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 کارآیی برخوردار بوده (Asadi & Hosseini, 2020) و در نهایت زمینه ساز سعادت اعضای خانواده باشد، خارستانی و سیفی (۱۳۹۸) صحنه بر اهمیت رفاه، قناعت و... از دیدگاه قرآن کریم (Saadatmand & Khajavand Salehi, 2019) و اهم نتایج تحقیقات شکفته و همکاران (۱۳۹۸)، محمدی (۱۳۹۱)، ایشاکو (۲۰۱۴) همخوانی دارد (Ishaque & Tufail, 2014; Mohammadi, 2012; Shokofteh et al., 2019).

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

در انجام مطالعه حاضر، هیچ‌گونه تضاد منافی وجود ندارد.

مشارکت نویسندگان

در نگارش این مقاله تمامی نویسندگان نقش یکسانی ایفا کردند.

موازن اخلاقی

در انجام این پژوهش تمامی موازن و اصول اخلاقی رعایت گردیده است.

شفافیت داده‌ها

داده‌ها و مآخذ پژوهش حاضر در صورت درخواست از نویسنده مسئول و ضمن رعایت اصول کپی رایت ارسال خواهد شد.

حامی مالی

این پژوهش حامی مالی نداشته است.

References

- Ansari, A. (2021). A Look at the Characteristics of an Ideal Family from the Perspective of the Supreme Leader. *Rahtousheh*, 131, 31-41.
- Asadi, N., & Hosseini, S. R. (2020). The Optimal Model for Family Income Allocation with an Islamic Approach. *Islamic Economic Knowledge Journal*, 23, 27-42.
- Asadi, N., Hosseini, S. R., & Kazemi Najafabadi, M. (2021). Analysis of the Economic Functions of Family Formation in Islamic and Capitalist Economies. *Islamic Economics*, 21(83), 133-163.
- Bani Asadi, R., & Ghafarnia, F. (2022). Islamic Lifestyle in Family Economics with Emphasis on the Sayings and Life of Imam Sajjad (AS). *Contemporary Research in Science and Research Monthly*, 4(33).
- Bigdeli, M., & Rashidpour, A. (2021). Designing a Model for Evaluating the Effectiveness of Cultural Activities. *Intercultural Studies Scientific Quarterly*, 16(46), 49-76.
- Choudhry, A. N., Mutalib, R. A., & Ismail, N. S. A. (2019). Socio-Cultural factors affecting women economic empowerment in Pakistan: A Situation Analysis. *International Journal of Academic Research Business and Social Sciences*, 9(5), 90-102. <https://doi.org/10.6007/IJARBS/v9-i5/5842>
- Daneshgar, S. H., & Ghasemi, M. (2016). *Family from the Perspective of Islam* Conference on Islamic Teachings, Contemporary Human, and Family System, Sari.
- Fakhari, M., Rashidpour, A., & Korang Beheshti, S. (2023). Designing an Effective Economic Family Model with a Cultural Approach. *Iranian-Islamic Family Studies Quarterly*, 3(3), 17-32.
- Hasanzadeh, E., & Khajavand Salehi, H. (2019). *Family Economics Management from the Perspective of the Holy Quran with a Focus on Income and Earning Limitations* Third International Conference on Religious Research, Islamic Sciences, Jurisprudence, and Law in Iran and the Islamic World, Karaj.
- Ishaque, A., & Tufail, M. (2014). Influence of Children on Family Purchase Decision. *International Review of Management and Business Research*, 3(1), 162-173.
- Mirmohammadi, A. (2021). *Islamic Lifestyle and the Characteristics of a Successful Economic Family* National Conference on Professional Research in Psychology and Counseling with a Teacher's Perspective, Minab.
- Mohammad Ali, E., Nireh, Aghaei Bejestani, M., & Emam, S. M. (2022). Women's Employment in Family Economics from the Perspective of Jurisprudence and Subjective Law. *Islamic Economic Jurisprudence Quarterly*, 4(2), 41-60.
- Mohammadi, M. (2012). *Women's Extravagance from the Perspective of Islam (Investigating Causes, Effects, and Solutions)*. Payam Edalat Publications.
- 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. <https://doi.org/10.1007/s10834-020-09724-6>
- Saadatmand, E. a.-S., & Khajavand Salehi, H. (2019). *The Role of Women in Family Economic Management from the Perspective of the Holy Quran and Narrations* Third International Conference on Religious Research, Islamic Sciences, Jurisprudence, and Law in Iran and the Islamic World, Karaj.
- Shokofteh, R., Mirzaei, H., Majidi, A. A., & Sediq Orei, G. (2019). Economic Management of Mashhadi Families. *Sociology and Development Biannual Journal*, 8(2), 311-331.
- Zaghian, I., Zarei Mahmoudabadi, H., Kafi, M., & Salehzadeh, M. (2022). The Model of Women's Caregiving Roles in the Family System Based on the Character of Hazrat Fatima (SA). *Iranian-Islamic Family Studies*, 2(1), 40-61.
- Zarean, M., & Fazelian, N. (2019). Factors Affecting the Realization of the Islamic Lifestyle in Families from the Perspective of Female Seminary Scholars. *Islam and Social Studies*, 6(4), 129-144.