



Journal of Endowment  
& Charity Studies  
<https://ecs.ui.ac.ir/?lang=en>

**Journal of Endowment & Charity Studies**

E-ISSN: 2980-9444

Vol. 2, No.2, Autumn & Winter, 2024, pp 51-72

Received: 26/01/2024 Accepted: 02/06/2024

## Research Paper

### Identifying the Factors Affecting the Collection of Public Small Donations

**Meisam Omrani** \* 

Assistant Professor, Department of Management, Tabaran Institute of Higher Education, Mashhad, Iran

[m.omrani@tabaran.ac.ir](mailto:m.omrani@tabaran.ac.ir)

#### Introduction

This paper tries to examine with a comprehensive view the effective factors in the collection of public micro-donations. The results of a national survey in Iran's National Charity Atlas for three consecutive years from 1399 to 1401 show that more than 90 percent of the country's people pay for charity. Based on this data, it can be claimed that one of the most important methods of collecting public donations is public micro-donations, and paying attention to the topic of this research can affect donations. Another important point is that although charitable donations are widespread worldwide, in the review of theoretical literature, there aren't consistent reviews about the factors that influence the collection of micro-donations, especially in a culture like Iran. This indicates that the use of related scientific methods in social research such as collecting public donations can both bring attention to this important social task on the part of a member of the country's scientific community and help the responsible institutions. With this approach, this research is looking to answer these questions: What factors are effective in the collection of micro-donations? How is the ranking of the identified factors effective in the collection of micro-donations?

Regarding the theories and motivations explaining charitable donations, very scattered topics have been raised in the research background and the area of indicators affecting the collection of public donations, almost the majority of the research presented is in the field of sociology.

#### Research Methodology

The main purpose of the research is to identify and prioritize the factors affecting the collection of micro-donations. From the objective point of view, the current research is in the category of applied research with a descriptive-analytical approach, and it has been done using library and documentary sources. In this research, a part of the necessary data to answer the questions has been collected through existing documents and research reports, and the other part has been done by referring to experts. In this research, the acceptability is confirmed by the validity of the research inputs, such as collecting data from past research, the selection of experts, and the validity of calculations. To achieve the research objectives and answer the questions, the current research

\*Corresponding Author

Omran, M. (2024). Identifying the Factors Affecting the Collection of Public Small Donations. *Journal of Endowment & Charity Studies*, 2(2), 51-72.

2980-9444 © The Author(s). Published by University of Isfahan

This is an open access article under the CC BY-NC 4.0 License (<https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0>).



[10.22108/ECS.2024.140552.1096](https://doi.org/10.22108/ECS.2024.140552.1096)

has been carried out in two stages:

The first stage is the identification stage; At this stage, the factors have been identified through library studies. In the following, experts' opinions have been obtained through the Delphi technique.

In the second stage or the prioritization stage, these factors have been questioned for ranking. At this stage, the affinity diagram approach is used and the effective factors of the same family are placed in one class and all previously identified factors are taken as sub-factors in these classes. In the following, using the process of hierarchical analysis and two-by-two comparison, prioritization has been done.

### **Research Finding**

In the first stage, after collecting all the factors from the library sources, 98 factors with different titles were obtained. Considering the possibility of integration, aggregation, and standardization of factors, based on the number of 98 factors, 37 standard factors were extracted in this section after adjustment and standardization. In the first part of Delphi, 10 factors were extracted. From these questionnaires, then according to the average scores of each indicator, all indicators with a score lower than the first quartile, i.e. 3.5, were removed, and 7 factors out of 47 factors were used for ranking. In the second step, the researcher classified all the factors that have a content affinity or natural relationships into eight separate groups using the kinship chart. These categories include factors related to society, factors related to the collection area, factors related to the type of collection place, social commitment factors, economic factors, demographic factors, psychological factors, and religious belief factors.

### **Discussion and Conclusion**

The first ten sub-factors have gained almost half of the total weight of the sub-factors, so it is very important to pay attention to these factors in decision-making. The first sub-factor with a high weight is the spiritual pleasure of helping (peace and sense of divine pleasure). This factor along with the third factor (religious beliefs) and the seventh factor (the reward and acting according to the divine order), show the great importance of religious beliefs in the levels of charity motivation. Also, the first ten sub-factors clearly show that the most effective factors in the amount of charity are internal factors rather than environmental factors, so the cultivation of internal factors such as the use of motivational factors and emphasis on educational issues in educational content, has a great impact on the change in charity statistics.

In contrast to this issue, the sub-factors related to individual demographic class are among the least important factors. Interestingly, unfortunately, many social judgments are based on demographic differences. Also, this research shows that in the economic class, confidence in income is more important than the income itself, so in the decision of choosing the target community, one should not pay much attention to the amount of income, but pay attention to the source of income.

### **Keywords**

Public Small Donations, Analytic Hierarchy Process, Delphi Method.



مطالعات وقف و امور خیریه

دوره ۲، شماره ۲، پاییز و زمستان ۱۴۰۳، ص ۷۲-۵۱

مقاله پژوهشی

## شناسایی عوامل مؤثر بر جمع‌آوری کمک‌های خرد مردمی

عمرانی، میثم\*<sup>۱</sup>

۱. استادیار، گروه مدیریت، موسسه آموزش عالی تابران، مشهد، ایران

m.omrani@tabaran.ac.ir

تاریخ دریافت: ۱۴۰۲/۱۱/۶ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۳/۳/۱۳

### چکیده

امروزه سازمان‌ها و مؤسسات فراوانی با هدف انجام برخی از خدمات اجتماعی ویژه افراد آسیب‌دیده اجتماعی، با مقاصد و اشکال گوناگون در تمامی کشورها در حال فعالیت هستند و بخش بزرگی از منابع درآمدی آنها متکی به کمک‌های مردمی است؛ در نتیجه، به دست آوردن عواملی که بتوان با برنامه‌ریزی حول محور آنها، منابع درآمدی این مؤسسات را بهبود بخشید، به بهبود خدمات اجتماعی به اقشار نیازمند خواهد انجامید. براساس این، اهداف این پژوهش شناسایی عوامل مؤثر بر جمع‌آوری کمک‌های خرد مردمی و رتبه‌بندی این عوامل است. این پژوهش پس از استفاده از منابع کتابخانه‌ای و استفاده از نظرات ده نفر از خبرگان در مرحله اول دلفی، تعداد ۴۷ عامل را به عوامل مهم تأثیرگذار بر کمک‌های خرد مردمی معرفی کرد. سپس با استفاده از گام دوم دلفی تعداد آنها را به ۴۰ عامل کاهش داد. در ادامه، عوامل شناسایی شده با استفاده از نمودار خوشخوانی در هشت طبقه اصلی یا عامل اصلی، تقسیم‌بندی و تمام طبقات و تمامی زیرعوامل آنها با استفاده از تحلیل سلسله‌مراتبی رتبه‌بندی شدند. یافته‌های پژوهش نشان‌دهنده اهمیت فراوان باورهای دینی و عوامل اقتصادی در میزان انگیزه کمک مردمی و در مقابل، اهمیت کم برخی از شاخص‌ها مانند عوامل جمعیت‌شناختی است.

واژه‌های کلیدی: کمک‌های خرد مردمی، تحلیل سلسله‌مراتبی، روش دلفی

\* نویسنده مسئول

عمرانی، م. (۱۴۰۳). شناسایی عوامل مؤثر بر جمع‌آوری کمک‌های خرد مردمی. *مطالعات وقف و امور خیریه*، ۲(۲)، ۷۲-۵۱.



2980-9444 © The Author(s). Published by University of Isfahan

This is an open access article under the CC BY-NC 4.0 License (<https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0>).



[10.22108/ECS.2024.140552.1096](https://doi.org/10.22108/ECS.2024.140552.1096)

## ۱. بیان مسئله:

از وظایف اجتماعی افراد یک جامعه، توجه به دیگر اعضای یک جامعه به خصوص نیازمندان است. نیکوکاری، انجام کار خیر، دستگیری از نیازمندان و کمک به محرومان از مفاهیمی است که در آموزه‌های دینی و فرهنگ ایرانی تأکید فراوانی بر آن شده است. وجود آیات زیاد قرآن کریم و احادیث فراوان که اشاره مستقیم به این موضوع دارند، در کنار آن اشعار و حکایت‌های بسیار در ادبیات غنی فارسی نشان‌دهنده جایگاه والای کمک به دیگران در سبک زندگی مردم ایران زمین است. ذهنیت افراد که عمدتاً با نگاه به تحولات سیاسی، اقتصادی و فرهنگی جامعه تعیین می‌شود نیز با گردش روزگار و تأثیر رویدادها نسبت به امور خیر متفاوت می‌شود؛ اما عموماً فرایند مثبت را طی کرده و روح نیکوکاری را ماندگار و التزام به انجام کار نیک را همچنان پایدار کرده است (Sargeant, 2004: 185). در کنار نگاه شخصی به این موضوع امروزه نهادهای مردم‌نهاد داوطلبانه با هدف دنبال کردن اهدافی غیرانتفاعی در کنار نهادهای دولتی و بخش خصوصی به سرعت در حال توسعه است. نهادهای با محوریت امور خیر که برخی موضوعات و آسیب‌های اجتماعی را در کنار نهادهای دولتی پیگیری می‌کنند، در قالب سازمان‌های غیرانتفاعی، سازمان‌های خیریه، سازمان‌های بشردوستانه و سازمان‌های داوطلبانه ایجاد شده و توسعه یافته‌اند. این مقاله سعی دارد با یک نگاه جامع شاخص‌های مؤثر بر جمع‌آوری کمک‌های خرد مردمی را بررسی کند و براساس نتایج آن، به تعیین فاصله برنامه‌ریزی مطلوب با برنامه‌ریزی کنونی نهادها کمک بزرگی کند.

در ایران اسلامی با وجود تمام مشکلات اقتصادی حاکم بر کل جامعه که تبعات فراوانی حتی بر وضعیت زندگی مردم گذاشته است، فرهنگ کمک به دیگران، کاملاً رایج در بین مردم باقی مانده است و روزبه‌روز به شیوه‌های جدیدتر، مشارکت مردم بیشتر و تأثیرگذارتر می‌شود؛ به گونه‌ای که براساس سالنامه آماری کمیته امداد امام خمینی به عنوان بزرگ‌ترین متصدی یا نهاد در امور خیر ایران، در سال ۱۴۰۱ نسبت به سال ۱۴۰۰ در زمینه کمک‌های خرد، رشد بیش از ۳۰ درصدی مشاهده می‌شود (کمیته امداد امام خمینی، ۱۴۰۲: ۱۶۵).

در کنار این موضوع نتایج یک پیمایش ملی در اطلس ملی خیر ایران مربوط به سه سال متوالی قبل یعنی ۱۳۹۹ تا ۱۴۰۱ نشان می‌دهند بیش از ۹۰ درصد مردم کشور، هزینه‌ای در زمینه صدقه، نذر و خیرات پرداخت می‌کنند. تقریباً ۲۰ درصد افراد حداقل در یک مؤسسه یا نهاد نیکوکاری عضویت فعال دارند، ۶۰ درصد افراد فقط خودشان کمک می‌کنند و به صورت جمعی فعالیت خیر ندارند و تقریباً ۷۰ درصد افراد روش غالب کمک‌های خود را از طریق کمک نقدی و مالی انجام می‌دهند (اطلس ملی خیر ایران، ۱۴۰۲: ۴۸-۴۲). براساس این آمار می‌توان ادعا کرد یکی از مهم‌ترین شیوه‌های جمع‌آوری کمک‌های مردمی، کمک‌های خرد مردمی است و توجه به موضوع این تحقیق می‌تواند بر حجم زیادی از کمک‌های خیرین تأثیر بگذارد.

نکته مهم دیگر این است که کمک مالی نیکوکارانه و بشردوستانه در همه جای دنیا رواج دارد؛ اما در بررسی ادبیات نظری، سوابقی منسجم درباره شاخص‌های مؤثر بر جمع‌آوری کمک‌های خرد مردمی به خصوص در فرهنگ حاکم بر جامعه‌ای شبیه به ایران دیده نمی‌شود. همچنین در غالب تحقیقات انجام‌شده، هدف اصلی تحقیق جمع‌آوری شاخص نیست؛ بلکه شاخص‌های ارائه‌شده صرفاً در جهت یک فرضیه یا هدفی خاص ارائه شده‌اند. این امر نشان می‌دهد استفاده از روش‌های علمی مرتبط در تحقیقات اجتماعی مانند جمع‌آوری کمک‌های مردمی می‌تواند توجه به این وظیفه مهم اجتماعی از طرف یک عضو از جامعه علمی کشور باشد و همچنین کمکی به نهادهای متصدی این موضوع باشد. این تحقیق با این رویکرد به دنبال جواب این سئوالات است:

۱. چه عواملی بر جمع‌آوری کمک‌های خرد مردمی مؤثر است؟
۲. رتبه‌بندی عوامل شناسایی شده مؤثر بر جمع‌آوری کمک‌های خرد مردمی چگونه است؟

## ۲. ادبیات نظری و پیشینه پژوهش

در جهان امروز مشارکت در فعالیتهای فرهنگی و اقتصادی در کنار دیگر مشارکتهای مانند مشارکتهای سیاسی و اجتماعی به‌عنوان یکی از ملزومات توسعه پایدار شناخته می‌شود (رحیمی و یزدخواستی، ۱۳۹۱: ۳۱۵). هر جامعه متناسب با نظام فرهنگی خود، نوع ویژه‌ای از مشارکت مردمی را دارد. بر این مبنا در جامعه ایران، غالب اشکال مشارکتهای مردم در بافت و ساختار ارزش‌های مذهبی صورت گرفته است و اصیل‌ترین احساسات، عواطف و خواسته‌های ایرانیان ریشه در باورها و ارزش‌های مذهبی دارد (مسجدجامعی، ۱۳۷۷). مشارکت و یاری‌گری در فرهنگ ایرانی و اسلامی با تأکید بر جنبه‌های روانی و معنوی و رشد شخصیت باعث پیدایش و آفرینش دانش و آگاهی شده است و در از بین بردن دشواری‌ها و گشودن مرزهای بسته به راه‌های تازه کمک می‌کند (آغاز، ۱۳۸۸: ۲۲۵). یکی از برترین فعالیتهای مشارکتی که ریشه در فرهنگ اسلامی و ایرانی دارد، کمک‌های خیرخواهانه و مردمی مردم در جهت برخورداری اقشار آسیب‌دیده جامعه از حداقل‌های یک زندگی است؛ البته در نگاه کلان باید بیان داشت کمک‌های خیریه عمومی مردم چه به‌صورت مستقیم و چه از طریق نهادهای خصوصی در کنار کمک‌های کلان دولتی یکی از مهم‌ترین راهکارهای کاهش فاصله طبقاتی و تحقق اهداف تأمین اجتماعی و فرهنگی قلمداد می‌شود (عرب‌هازار و زایر، ۱۳۹۷: ۹). با این حال، این تحقیق فارغ از اهداف کمک‌های مردمی به‌دنبال این موضوع است که چه عوامل یا شاخص‌هایی بر میزان کمک‌های مردمی مؤثرند. هرچند تقسیم‌بندی علمی از انواع کمک‌های مردمی وجود ندارد، با بررسی شیوه‌های کمک و اهداف نهایی کمک‌ها می‌توان کمک‌های مردمی را در دو گروه کمک‌های خرد و کمک‌های بزرگ یا کلان مردمی تقسیم‌بندی کرد. کمک‌های بزرگ و کلان با سرمایه‌گذاری یا هزینه‌های زیاد با هدف تأمین نیازهای یک نفر یا یک خانواده اعم از نیازهایی مانند تأمین مسکن، سلامتی یک بیمار، تهیه شرایط اشتغال و خودکفایی و آزادی زندانی مقروض انجام می‌پذیرد؛ اما کمک‌های خرد مردمی صرفاً کمک‌هایی با مقیاس کوچک است و انگیزه آن معمولاً بهبود شرایط روزمره افراد نیازمند است. ممکن است این کمک‌های خرد توسط نهادهای دولتی یا خصوصی صرف امور بزرگ‌تر هم شود؛ ولی مهم این است که کمک افراد در مقیاس کوچک است.

درباره نظریه‌ها و انگیزه‌های تبیین‌کننده کمک‌های خیر، مباحث بسیار پراکنده‌ای در پیشینه مطرح شده‌اند که برخی از آنها بیان می‌شود. نظریه دنیای عادلانه بیان می‌کند قربانیان به هر نحوی مسئول مصیبت خود هستند و ارزش کمتری برای دریافت کمک دارند. نظریه هویت اجتماعی نشان می‌دهند گروه‌های اجتماعی که افراد به آنها تعلق دارند می‌توانند بر نگرش‌ها و رفتار آنها تأثیر بگذارند. نظریه روابط کمکی بین گروهی نشان می‌دهد مردم گاهی اوقات به افراد در گروه‌های دیگر به‌عنوان راهی برای اثبات تسلط خود کمک می‌کنند (Chapman, 2022: 1826). نظریه نوع‌دوستی آگوست کنت<sup>۱</sup> که معتقد است در هر انسانی دو نیرو یا انگیزه مجزا وجود دارد؛ یکی از آنها معطوف به خود و در تعقیب منافع خود است که خودخواهی است و دیگری معطوف به دیگران و در جهت منفعت دیگران است که نوع‌دوستی است. از نظر کنت، نوع‌دوستی شالوده زندگی در جامعه است (Scott & Seglow, 2007: 15). نظریه یادگیری اجتماعی بیان می‌کند کمک به دیگران، ریشه در یادگیری گذشته دارد و فرایندهای پاداش - تنبیه و نیز مشاهده الگو بر بروز رفتار انسان تأثیر می‌گذارند (Lippa, 1994: 498). نظریه تصمیم‌گیری لاتانه و دارلی<sup>۲</sup> که معتقد است اگر فردی با یک موقعیت اضطراری مواجه شود، مداخله یا عدم مداخله در یک فرایند پنج مرحله‌ای شکل می‌گیرد. رفتار نوع‌دوستانه زمانی شکل می‌گیرد که فرد در مواجهه با حالت‌های اضطراری به تمام

<sup>۱</sup>. A. Comt

<sup>۲</sup>. B. Latane. J. Darle

مراحل جواب مثبت بدهد؛ یعنی متوجه وضعیت خاص شده باشد، وضعیت را اضطراری تفسیر کرده باشد، مسئولیت را بر عهده گرفته باشد، راه کمک‌رسانی را بلد باشد و با محاسبه پیامدها، تصمیم به مداخله بگیرد (Baron & Byrne, 1997: 366). نظریه همدلی دنیل باتسون<sup>۱</sup>، میزان کمک را برحسب توانایی و میزان همدلی تبیین می‌کند و معتقد است افرادی که در مواجهه با وضعیت‌های اضطراری، قادر باشند خود را به‌جای فرد قربانی یا نیازمند بگذارند، محتمل‌تر است اقدام به رفتار نوع‌دوستانه کنند (Deaux, 1993: 288). نظریه هنجار اجتماعی آلون گولدنر<sup>۲</sup> بیان می‌کند باید محبت‌های دیگران را با محبت، باز پس دهیم. به تعبیر دیگر باید به کسانی که به ما کمک کرده‌اند کمک کنیم و اگر می‌خواهیم دیگران به ما کمک کنند باید در حق آنها محبت کنیم. نظریه محیط که بیان می‌کند روابط و ارتباطات با دیگران تأثیر عمده‌ای در رفتار نوع‌دوستانه دارد؛ برای مثال، مطالعات نشان می‌دهد کودکانی که کمک‌کردن را مشاهده کردند، به احتمال زیاد اقدامات مناسبی از خود نشان می‌دهند. براساس این، الگوبرداری از اقدامات نوع‌دوستانه می‌تواند راهی مهم در پرورش اقدامات اجتماعی و دلسوزانه در افراد باشد. نظریه کمک به تسکین احساسات منفی بیان می‌کند دیدن یک شخص دیگر در مشکل باعث ناراحتی و پریشانی ما می‌شود؛ بنابراین، کمک به دیگران باعث می‌شود این احساسات منفی کاهش یابند. نظریه نوع‌دوستی خودمختار فرض می‌کند این احساسات هستند که عمل نوع‌دوستی را ایجاد می‌کنند (احمدی، ۱۳۸۸: ۸۷).

در بخش شاخص‌های تأثیرگذار بر جمع‌آوری کمک‌های مردمی، تقریباً اکثر تحقیقات ارائه‌شده در حوزه جامعه‌شناسی است؛ هرچند باید توجه کرد تمامی این تحقیقات به‌صورت عمومی، شاخص‌های تأثیرگذار کمک در زمینه‌های مختلف را در سطح اجتماع بررسی کرده‌اند. زبیری<sup>۳</sup> و صدیقی<sup>۴</sup> (۲۰۱۹) ضمن بیان چهار گروه عوامل اصلی تأثیرگذار با نام عوامل جمعیتی، اجتماعی و اقتصادی، روانی و رفتاری، تأثیر اتفاقات فصلی و مذهبی را در چگونگی پرداخت‌های خرد بیان می‌کنند. صالحی و علیمحمدی (۱۳۹۷) در پژوهش خود با تأکید بر عوامل مؤثر کار خیر در مسائل امنیتی و دفاعی، شاخص‌های اطمینان و امنیت نسبت به درآمد، باورها و اعتقاد دینی مذهبی، تبلیغات و فرهنگ‌سازی، تجربه و پیشینه کمک، تحصیل ثواب و عمل به دستور الهی، راحتی سازوکار کار خیرخواهانه، شفافیت و عملکرد سازمان‌های متولی و اطمینان از مصرف صحیح مال، عدم تمایل به مال‌اندوزی، هنجار مثبت‌بودن یاری‌رسانی در جامعه، لذت معنوی از کمک (آرامش و حس خشنودی الهی)، مسئولیت‌پذیری و احساس دین به جامعه، مشوق‌های مالیاتی، میزان تأثیرپذیری از افراد خیر، میهن‌دوستی و عرق‌ملی و وضعیت مناسب مالی فرزندان را مطرح کردند. یائو<sup>۵</sup> (۲۰۱۵) عوامل مؤثر بر کمک‌های خیرخواهانه را درآمد، سن، وضعیت تأهل، جنسیت، مذهب، تعداد فرزندان، وابستگی به احزاب سیاسی و موقعیت اجتماعی معرفی می‌کند. مارکس<sup>۶</sup> و کارتر<sup>۷</sup> (۲۰۱۴) عوامل مؤثر بر کمک در شرایط رکود اقتصادی را بررسی می‌کنند و عواملی مانند نژاد، جنسیت، میزان درآمد، تجربه، محل سکونت، سن، اندازه خانوار، وضعیت مالیاتی، ثروت خانگی، وابستگی مذهبی، سطح تحصیلات، مالکیت خانه، وضعیت شغلی، وضعیت تأهل و مالکیت رایانه را به‌عنوان عوامل مؤثر معرفی می‌کنند. ویپکینگ<sup>۸</sup> و برزی<sup>۹</sup> (۲۰۱۲) در تحقیق خود

1. D. Batson

2. Alvin Gouldner

3. Zubairi

4. Siddiqui

5. Yao

6. Marx

7. Carter

8. Wiepking

9. Breeze

یکی از مهم‌ترین عوامل مؤثر بر کمک را اطمینان نسبت به درآمد اعلام می‌کنند. ویپکینگ در یک مقاله دیگر در سال ۲۰۱۰، سطح تحصیلات را موضوع مهم و تأثیرگذاری بر کمک مردمی معرفی می‌کند. ورهارت<sup>۱</sup> و ون دن پول<sup>۲</sup> (۲۰۱۱) خصوصیات رفتاری غم و نگرانی را از عوامل مؤثر بر میزان کمک می‌دانند. الوین<sup>۳</sup> و فائو<sup>۴</sup> (۲۰۱۰) ویژگی‌های افراد خیرخواه را در استرالیا بررسی کرده‌اند و براساس این تحقیق عواملی مانند جنسیت، سن، درآمد، سطح تحصیلات، تعداد فرزند، حس سخاوت، امنیت مالی، مذهبی بودن، نگرش مثبت به افراد خیر و نگرش خوب به مؤسسات خیریه را در میزان کمک مؤثر می‌دانند. ویپکینگ و مس<sup>۵</sup> (۲۰۰۹) وضعیت تأهل و طبقه اجتماعی را دو عامل مهم تأثیرگذار بر میزان کمک معرفی می‌کنند. بکرز<sup>۶</sup> و ولدھیوزن<sup>۷</sup> (۲۰۰۸) در میزان اهدای خون به‌عنوان یک موضوع اهدای مردمی، عواملی را مؤثر می‌دانند که در دو گروه عوامل اجتماعی و آمار کمک قبلی تقسیم‌بندی شده‌اند. بخش اول عبارت‌اند از تفکیک مذاهب و ادیان، درصد مهاجران، ارزش مسکن، درآمد، درصد صاحبان خودرو، درصد رفاه، تراکم آدرس‌ها، درصد فارغ‌التحصیلان دوره متوسطه و دانشگاهی، درصد اشتغال، نقطه جمع‌آوری کمک، هنجارهای اجتماعی. بخش دوم نیز عبارت است از میزان مشارکت در انتخابات و درصد افرادی که عضو یک انجمن هستند. بکرز و شویت<sup>۸</sup> (۲۰۰۸) در تحقیق خود این موضوع را بررسی کردند که یکی از عوامل مؤثر می‌تواند شناخته‌تر شدن افراد در جامعه باشد. ویپکینگ و بکرز<sup>۹</sup> (۲۰۰۷) در پژوهشی دیگر باورها و اعتقاد دینی مذهبی، فکرکردن به مرگ، تعداد فرزندان، شاغل بودن و درآمد مناسب را عوامل مهمی در جذب کمک‌های مردمی معرفی می‌کنند. لی<sup>۹</sup> و چانگ<sup>۱۰</sup> (۲۰۰۷) در مقاله خود برخی از خصوصیات فردی مثبت مانند حس همدردی، ترحم و شفقت را از عوامل اصلی در کمک‌های مردمی می‌دانند. گیتل<sup>۱۱</sup> و تبالدی<sup>۱۲</sup> (۲۰۰۶) در تحقیق خود موضوع مهم عضویت افراد در سازمان‌های مردم‌نهاد را مدنظر قرار می‌دهند و این عضویت‌ها را در میزان ورود افراد به امور خیرخواهانه مؤثر می‌دانند. شویت و همکاران (۲۰۰۴) نیز در پژوهش خود، موضوع مسئولیت‌پذیری و دین افراد به جامعه را بررسی و آن را موضوعی مهم و تأثیرگذار برای جذب کمک‌های مردمی مطرح کرده‌اند. بنت<sup>۱۳</sup> (۲۰۰۳) در تحقیق خود، خصوصیات رفتاری، شباهت بین اهداکننده و کمک‌گیرنده و مادی‌گرایی را سه موضوع مهم تأثیرگذار بر میزان کمک اعلام کردند.

### ۳. روش پژوهش

هدف اصلی پژوهش، شناسایی و اولویت‌بندی عوامل مؤثر بر جمع‌آوری کمک‌های خرد مردمی است. با توجه به اینکه نتایج این پژوهش می‌تواند به‌طور مستقیم برای تصمیم‌گیری عملیاتی درخصوص تقویت عوامل تأثیرگذار استخراج‌شده از تحقیق توسط تصمیم‌گیران و سیاست‌گذاران استفاده شود، پژوهش حاضر در دسته تحقیقات کاربردی، از منظر هدف با رویکرد توصیفی - تحلیلی است و همان‌طور که بیان شد با استفاده از منابع کتابخانه‌ای و اسنادی انجام شده است. روش اسنادی روشی کیفی است که پژوهشگر سعی می‌کند با استفاده از نظام‌مند و منظم از داده‌های اسنادی به کشف، استخراج،

1. Verhaert

2. Van den Poel

3. Lwin

4. Phau

5. Maas

6. Bekkers

7. Veldhuizen

8. Schuyt

9. Lee

10. Chang

11. Gittel

12. Tebaldi

13. Bennett

طبقه‌بندی و ارزیابی مطالب مرتبط با موضوع پژوهش خود اقدام کند؛ بنابراین، در این پژوهش بخشی از اطلاعات لازم برای پاسخگویی به سؤالات از طریق اسناد و مدارک و گزارش‌های تحقیقی موجود گردآوری شده و بخش دیگر از طریق مراجعه به خبرگان صورت گرفته‌اند. خبرگان این تحقیق عبارت‌اند از متصدیان امور خیر در شهر مشهد (مانند مسئولان کمیته امداد و چند خیریه مطرح) و خیرین مطرح. در به‌کارگیری تعداد خبرگان، مبنای کار اشباع نظرات بوده است؛ براساس این، جامعه آماری این پژوهش عبارت است از تمام کتاب‌ها و اسنادی که درباره موضوع بحث‌های نظری و اطلاعات کاربردی داشته‌اند؛ خبرگانی که بتوانند در جمع‌آوری اطلاعات کمک کنند. در این تحقیق پذیرفتنی‌بودن با روایی ورودی‌های پژوهش مانند جمع‌آوری اطلاعات تحقیق‌های گذشته و انتخاب خبرگان برای دریافت اطلاعات و روایی محاسبات و تحلیل‌ها در فرایند انجام تحقیق تأیید می‌شود. انتقال‌پذیری با وصف تفصیلی همه جزئیات سنجیده می‌شود که در این پژوهش سعی شده است یک تصویر مفصل از زمینه‌ای ارائه شود که پژوهش در آن انجام شده است. قابلیت اطمینان در آن با مراجعه به خبرگان در چند مرحله سنجش می‌شود. تأییدپذیری نیز با شفاف‌بودن مراحل تحقیق از جمع‌آوری تا حصول نتایج نهایی با استفاده از روش‌ها و نرم‌افزارهای علمی انجام شده است. باید توجه کرد روش تحلیل سلسله‌مراتبی از دقت و مقبولیت بالایی برخوردار است. علت عمده این موضوع مقایسه انجام‌شده توسط شخص خبره، استفاده از معادلات ریاضی برای وزن‌دهی و اعمال نظر اجماع نظرات است.

برای دستیابی به اهداف تحقیق و پاسخ به سؤالات مطرح‌شده، تحقیق حاضر در دو مرحله انجام گرفته است: مرحله اول یا مرحله شناسایی: در این مرحله، ابتدا شناسایی عوامل از طریق مطالعات کتابخانه‌ای (مرور ادبیات) انجام شده است و با مطالعه جامع، تحقیقاتی شایان توجه قرار گرفته‌اند که بیست سال پیش نوشته شده‌اند. در ادامه، دریافت نظر خبرگان از طریق تکنیک دلفی<sup>۱</sup> با پرسشنامه باز صورت گرفته است. نتایج این دو بخش پس از یکسان‌سازی و تعدیل به‌عنوان عوامل نهایی اعلام شده‌اند.

مرحله دوم یا مرحله اولویت‌بندی: پس از شناسایی شاخص‌ها، به‌منظور رتبه‌بندی، درباره این شاخص‌ها پرسش مطرح شده است. در این مرحله سه گام انجام گرفته است. در گام اول، در ادامه استفاده از روش دلفی از طریق پرسشنامه پنج گزینه‌ای طیف لیکرت<sup>۲</sup> که در آن امتیاز هر شاخص از عدد ۵ تا ۱ عنوان شده است، تمام عوامل توسط خبرگان مجدداً نظرسنجی شده و عوامل با میانگین نمره کمتر از بقیه حذف شده‌اند. در گام دوم، از رویکرد نمودار خویشاوندی<sup>۳</sup> استفاده شده است و عوامل مؤثر هم‌خانواده در یک طبقه قرار گرفته‌اند و تمام عوامل شناسایی‌شده قبلی به‌عنوان زیرشاخص در این طبقات قرار می‌گیرند. نمودار خویشاوندی یا نمودار وابستگی ابزار مفیدی برای استفاده از جمع‌بندی روش دلفی است. به زبان ساده، این نمودار را ابزاری برای جمع‌آوری مقادیر زیادی از ایده‌ها، نظرات، عبارات کلامی و سازملندگی آنها در قالب گروه‌های مشخص براساس روابط طبیعی موجود بین آنها می‌دانند. گام سوم، مرحله اولویت‌بندی نهایی تمام طبقات (عوامل اصلی) و زیرشاخص‌ها است. روش گردآوری اطلاعات و تجزیه و تحلیل در این گام، پرسشنامه فرایند تحلیل سلسله‌مراتبی<sup>۴</sup> با مقایسه دوبه‌دو شاخص‌ها، به‌صورت خطی یا ماتریسی و براساس طیف ساعتی<sup>۵</sup> است. فرایند تحلیل سلسله‌مراتبی یکی از معروف‌ترین فنون تصمیم‌گیری چندشاخصه است که توسط توماس ال ساعتی در ۱۹۷۰ معرفی شد. این روش هنگامی مفید

1 . Delphi method

2 . Likert scale

3 . Affinity Diagram

4 . Analytic hierarchy process (AHP)

5 . saaty's scale



است که عمل تصمیم‌گیری با چند گزینه و چند شاخص روبه‌رو است یا فرایند تصمیم‌گیری دارای چند لایه درختی است. اساس این روش بر مقایسات زوجی پایدار است و فرایند رتبه‌بندی در روش تحلیل سلسله‌مراتبی دارای مراحل چهار مرحله تهیه درخت تصمیم‌گیری، مقایسات زوجی مبتنی بر طیف ساعتی، محاسبات عددی و تعیین اعتبار داده‌ها و درنهایت تعیین وزن شاخص‌ها است (آذر و رجب‌نیا، ۱۴۰۱: ۱۸۶). در تمامی محاسبات انجام‌شده از دو نرم‌افزار اکسل و اسپس اس<sup>۱</sup> استفاده شده است.

#### ۴. یافته‌های تحقیق

در مرحله اول پس از جمع‌آوری تمامی شاخص‌ها از منابع کتابخانه‌ای، تعداد ۹۸ شاخص با عناوین مختلف به دست آمد. با توجه به امکان ادغام، تجمیع و استانداردسازی شاخص‌ها، از تعداد ۹۸ شاخص، درنهایت با تعدیل و یکسان‌سازی، تعداد ۳۷ شاخص استاندارد در این بخش استخراج شدند که نام آنها در جدول ۱ بیان شده است.

جدول ۱: شاخص‌های مرتبط با کمک‌های مردمی براساس منابع کتابخانه‌ای

Table 1: The factors related to public assistance based on library sources

منبع از پیشینه	شاخص‌های مرتبط با کمک‌های مردمی
زبیری و صدیقی (۲۰۱۹)، لوین و فائو (۲۰۱۰)، صالحی و علیمحمدی (۱۳۹۷)، ویکینگ و برزی (۲۰۱۲)	اطمینان و امنیت نسبت به درآمد
زبیری و صدیقی (۲۰۱۹)، بکرز و شویت (۲۰۰۸)	افرادی که به دنبال شناخت گسترده هستند
لوین و فائو (۲۰۱۰)، مارکس و کارتر (۲۰۱۴)، صالحی و علیمحمدی (۱۳۹۷)، یانو (۲۰۱۵)، ویکینگ و بکرز (۲۰۰۷)	باورها و اعتقاد دینی مذهبی
صالحی و علیمحمدی (۱۳۹۷)	تبلیغات و فرهنگ‌سازی
مارکس و کارتر (۲۰۱۴)، صالحی و علیمحمدی (۱۳۹۷)	تجربه و پیشینه کمک
صالحی و علیمحمدی (۱۳۹۷)	تحصیل ثواب و عمل به دستور الهی
زبیری و صدیقی (۲۰۱۹)، لوین و فائو (۲۰۱۰)، مارکس و کارتر (۲۰۱۴)، ویکینگ و بکرز (۲۰۰۷)	تعداد فرزندان
زبیری و صدیقی (۲۰۱۹)، بکرز و ولدهیوزن (۲۰۰۸)	جنسیت
زبیری و صدیقی (۲۰۱۹)، لی و چانگ (۲۰۰۷)، بنت (۲۰۰۳)	ویژگی‌های شخصیتی مثبت مانند تعهد، ترحم، همدلی و شفقت
زبیری و صدیقی (۲۰۱۹)، ورهارت و ون دن پول (۲۰۱۱)	سلامت روان
زبیری و صدیقی (۲۰۱۹)، بکرز و ولدهیوزن (۲۰۰۸)، لوین و فائو (۲۰۱۰)، مارکس و کارتر (۲۰۱۴)، ویکینگ و بکرز (۲۰۰۷)	درآمد مناسب
بکرز و ولدهیوزن (۲۰۰۸)	درصد صاحبان خودرو
بکرز و ولدهیوزن (۲۰۰۸)	درصد فارغ‌التحصیلان دانشگاهی
صالحی و علیمحمدی (۱۳۹۷)	راحتی سازوکار کار خیرخواهانه
زبیری و صدیقی (۲۰۱۹)، لوین و فائو (۲۰۱۰)، مارکس و کارتر (۲۰۱۴)، ویکینگ (۲۰۱۰)	سطح تحصیلات
زبیری و صدیقی (۲۰۱۹)، لوین و فائو (۲۰۱۰)، مارکس و کارتر (۲۰۱۴)، یانو (۲۰۱۵)	سن
زبیری و صدیقی (۲۰۱۹)	سنت خانوادگی
زبیری و صدیقی (۲۰۱۹)، بکرز و ولدهیوزن (۲۰۰۸)، مارکس و کارتر (۲۰۱۴)، ویکینگ و بکرز (۲۰۰۷)	شاغل بودن

<sup>۱</sup>. SPSS

زبیری و صدیقی (۲۰۱۹)، بنت (۲۰۰۳)	شباهت بین اهداکننده و کمک‌گیرنده در گذشته و حال
لوین و فائو (۲۰۱۰)، صالحی و علیمحمدی (۱۳۹۷)	شفافیت و عملکرد سازمان‌های متولی و اطمینان از مصرف صحیح مال
زبیری و صدیقی (۲۰۱۹)، یائو (۲۰۱۵)، وپکینگ و مس (۲۰۰۹)	طبقه اجتماعی
صالحی و علیمحمدی (۱۳۹۷)	عدم تمایل به مال‌اندوزی
زبیری و صدیقی (۲۰۱۹)، گیتل و تبالدی (۲۰۰۶)	عضویت در سازمان‌های مردم‌نهاد و داوطلبانه
زبیری و صدیقی (۲۰۱۹)، وپکینگ و بکرز (۲۰۰۷)	تفکر درباره مرگ
صالحی و علیمحمدی (۱۳۹۷)	هنجار مثبت‌بودن یاری‌رسانی در جامعه
صالحی و علیمحمدی (۱۳۹۷)	لذت معنوی از کمک (آرامش و حس خشنودی الهی)
زبیری و صدیقی (۲۰۱۹)، بنت (۲۰۰۳)	مادی‌گرایی و دنیاپرستی
مارکس و کارتر (۲۰۱۴)	مالکیت خانه و اندازه آن
صالحی و علیمحمدی (۱۳۹۷)، شویت و همکاران (۲۰۰۴)	مسئولیت‌پذیری و احساس دین به جامعه
صالحی و علیمحمدی (۱۳۹۷)	مشوق‌های مالیاتی
صالحی و علیمحمدی (۱۳۹۷)	میزان تأثیرپذیری از افراد خیر
صالحی و علیمحمدی (۱۳۹۷)	میهن‌دوستی و عرق‌ملی
لوین و فائو (۲۰۱۰)	نگرش مثبت به افراد خیر
زبیری و صدیقی (۲۰۱۹)	نوع شغل
یائو (۲۰۱۵)	وابستگی به احزاب سیاسی
زبیری و صدیقی (۲۰۱۹)، مارکس و کارتر (۲۰۱۴)، یائو (۲۰۱۵)، وپکینگ و مس (۲۰۰۹)	وضعیت تأهل
صالحی و علیمحمدی (۱۳۹۷)	وضعیت مناسب مالی فرزندان

در ادامه مرحله اول پس از استخراج شاخص‌های موجود در پیشینه، در بخش اول دلفی، پرسشنامه‌ای باز بین ده نفر از خبرگان که متصدیان امور خیر در شهر مشهد یا از خیرین مطرح هستند، توزیع و تمام ده مورد آن تکمیل و بررسی شد. گفتنی است خبرگان انتخاب‌شده به تفکیک ۳ نفر خانم و ۷ نفر آقا بودند؛ ۴ نفر از ایشان مدیران و متصدیان امور خیر و ۶ نفر از فعالان مرتبط با خیریه‌ها یا خیرین مطرح هستند. براساس اطلاعات این پرسشنامه‌ها تعداد ۲۸ شاخص استخراج شد. همان‌گونه که پیش‌بینی می‌شد به‌علت جامعیت شاخص‌های جمع‌آوری‌شده از پیشینه، تعداد ۱۸ شاخص آن با شاخص‌های جمع‌آوری‌شده از پیشینه تقریباً یکسان بود؛ اما تعداد ۱۰ شاخص از این پرسشنامه‌ها استخراج شد که با شاخص‌های مطرح‌شده در پیشینه همخوانی نداشت. در جدول ۲، تمامی شاخص‌ها با توجه به منبع استخراج آنها مشاهده می‌شود.

جدول ۲: شاخص‌های مرتبط با کمک‌های مردمی برحسب منبع

Table 2: The factors related to public assistance by sources

ردیف	شاخص‌های مرتبط با کمک‌های مردمی	پیشینه	نظر خبرگان
۱	احتمال وجود خطر یا تهدید (مانند مرگ) در آن زیاد باشد		✓
۲	اطمینان و امنیت نسبت به درآمد	✓	
۳	افرادی که به‌دنبال شناخت گسترده هستند	✓	
۴	باورها و اعتقاد دینی مذهبی	✓	✓
۵	تبلیغات و فرهنگ‌سازی	✓	
۶	تجربه و پیشینه کمک	✓	✓
۷	تحصیل ثواب و عمل به دستور الهی	✓	✓
۸	تعداد فرزندان	✓	

✓		تعداد کل خانوار به جمعیت	۹
✓		جمعیت شاغل به جمعیت	۱۰
✓		جمعیت کل بالای ۲۰ سال به جمعیت	۱۱
✓	✓	جنسیت	۱۲
	✓	ویژگی‌های شخصیتی مثبت مانند تعهد، ترحم، همدلی و شفقت	۱۳
	✓	سلامت روان	۱۴
✓	✓	درآمد مناسب	۱۵
✓		درصد ساکنان صاحب‌خانه	۱۶
✓	✓	درصد صاحبان خودرو	۱۷
✓	✓	درصد فارغ‌التحصیلان دانشگاهی	۱۸
	✓	راحتی سازوکار کار خیرخواهانه	۱۹
✓		رفت‌وآمد (تردد) در آن زیاد باشد	۲۰
✓		سهولت دسترسی به تجهیزات جمع‌آوری کمک	۲۱
	✓	سطح تحصیلات	۲۲
✓	✓	سن	۲۳
✓	✓	سنت خانوادگی	۲۴
✓	✓	شاغل بودن	۲۵
	✓	شبهات بین اهداکننده و کمک‌گیرنده در گذشته و حال	۲۶
	✓	شفافیت و عملکرد سازمان‌های متولی و اطمینان از مصرف صحیح مال	۲۷
✓	✓	طبقه اجتماعی	۲۸
	✓	عدم تمایل به مال‌اندوزی	۲۹
	✓	عضویت در سازمان‌های مردم‌نهاد و داوطلبانه	۳۰
	✓	تفکر درباره مرگ	۳۱
	✓	هنجار مثبت‌بودن یاری‌رسانی در جامعه	۳۲
	✓	لذت معنوی از کمک (آرامش و حس خشنودی الهی)	۳۳
✓	✓	مادی‌گرایی و دنیاپرستی	۳۴
✓	✓	مالکیت خانه و اندازه آن	۳۵
✓		محیط تفریحی نباشد	۳۶
✓		محیط مذهبی باشد	۳۷
	✓	مسئولیت‌پذیری و احساس دین به جامعه	۳۸
	✓	مشوق‌های مالیاتی	۳۹
	✓	میزان تأثیرپذیری از افراد خیر	۴۰
✓		میزان همراهی با سیاست‌های دولت و حکومت	۴۱
	✓	میهن‌دوستی و عرق‌ملی	۴۲
✓	✓	نگرش مثبت به افراد خیر	۴۳
✓	✓	نوع شغل	۴۴
✓	✓	وابستگی به احزاب سیاسی	۴۵
✓	✓	وضعیت تأهل	۴۶

در مرحله دوم برای رسیدن به اولویت‌بندی شاخص‌ها، سه گام شایان توجه قرار گرفته است. در گام اول، در ادامه استفاده از روش دلفی از طریق پرسشنامه طیف لیکرت، تمام عوامل استخراج‌شده مجدداً توسط خبرگان نظرسنجی شدند و میانگین نمره کسب‌شده هر شاخص براساس نظر خبرگان طبق جدول ۳ به ترتیب استخراج شد.

جدول ۳: شاخص‌های مرتبط با کمک‌های مردمی و میانگین نمرات آنها

Table 3: The factors related to public assistance and their average scores

امتیاز	شاخص‌های مرتبط با کمک‌های مردمی	امتیاز	شاخص‌های مرتبط با کمک‌های مردمی
۴/۳	وضعیت تأهل	۴/۹	شفافیت و عملکرد سازمان‌های متولی و ...
۴/۳	شاغل بودن	۴/۹	سلامت روان
۴/۲	جمعیت کل بالای ۲۰ سال به جمعیت	۴/۹	تحصیل ثواب و عمل به دستور الهی
۴/۲	میزان تأثیرپذیری از افراد خیر	۴/۹	احتمال وجود خطر یا تهدید در آن زیاد باشد
۴/۱	مادی‌گرایی و دنیاپرستی	۴/۸	ویژگی‌های شخصیتی مثبت مانند ...
۴/۱	تجربه و پیشینه کمک	۴/۸	وضعیت مناسب مالی فرزندان
۴/۱	تفکر درباره مرگ	۴/۷	راحتی سازوکار کار خیرخواهانه
۴/۱	عدم تمایل به مال‌اندوزی	۴/۷	محیط مذهبی باشد
۴/۱	سن	۴/۷	اطمینان و امنیت نسبت به درآمد
۴/۱	درصد ساکنان صاحب‌خانه	۴/۶	شباهت بین اهداکننده و کمک‌گیرنده در گذشته و حال
۴/۱	محیط تفریحی نباشد	۴/۶	مسئولیت‌پذیری و احساس دین به جامعه
۳/۹	درآمد مناسب	۴/۶	باورها و اعتقاد دینی مذهبی
۳/۶	تعداد فرزندان	۴/۶	نوع شغل
۳/۶	درصد صاحبان خودرو	۴/۵	رفت و آمد (تردد) در آن زیاد باشد
۳/۵	میهن‌دوستی و عرق ملی	۴/۵	نگرش مثبت به افراد خیر
۳/۵	مالکیت خانه و اندازه آن	۴/۵	تعداد کل خانوار به جمعیت
۳/۴	سهولت دسترسی به تجهیزات جمع‌آوری کمک ...	۴/۵	جنسیت
۳/۴	مشوق‌های مالیاتی	۴/۵	طبقه اجتماعی
۳/۲	سطح تحصیلات	۴/۵	جمعیت شاغل به جمعیت
۳/۱	درصد فارغ‌التحصیلان دانشگاهی	۴/۴	لذت معنوی از کمک (آرامش و حس خشنودی الهی)
۳/۱	افرادی که به دنبال شناخت گسترده هستند	۴/۴	تبلیغات و فرهنگ‌سازی
۲/۵	میزان همراهی با سیاست‌های دولت و حکومت	۴/۴	سنت خانوادگی
۲/۲	وابستگی به احزاب سیاسی	۴/۴	هنجار مثبت بودن یاری‌رسانی در جامعه
		۴/۴	عضویت در سازمان‌های مردم‌نهاد و داوطلبانه

در این مرحله تمام خبرگانی که در مرحله قبل همکاری کرده بودند نیز تکمیل‌کننده پرسشنامه بودند. ضریب کندال<sup>۱</sup> استخراج‌شده برای تعیین میزان توافق بین خبرگان استخراج شد. این عدد براساس خروجی نرم‌افزار اسپاس طبق جدول ۴ معادل ۰/۵۰۱ به دست آمده است که عدد خیلی زیادی نیست و درست نصف نمره را کسب کرده است؛ اما درکل نشان‌دهنده توافق نسبی بین خبرگان است و نیازی به انجام مراحل دیگر دلفی و مراجعه مجدد به خبرگان نیست.

<sup>۱</sup> . Kendall's Coefficient of Concordance

## جدول ۴: خروجی محاسبه ضریب کندال

Table 4: Kendall coefficient calculation output

تعداد	۱۰
ضریب کندال	۰/۵۰۱
کای اسکواتر	۲۳۰/۵۰۲
درجه آزادی	۴۶
سطح معناداری	۰/۰۰۰

در ادامه با توجه به مقادیر میانگین نمره کسب‌شده هر شاخص، تمامی شاخص‌های با نمره کمتر از چارک اول یعنی ۳/۵ حذف شدند و تعداد ۷ شاخص از ۴۷ شاخص برای رتبه‌بندی در گام سوم کنار گذاشته شدند. در گام دوم، محقق با استفاده از نمودار خویشاوندی تمام شاخص‌هایی که قرابت محتوایی یا روابط طبیعی دارند را در گروه‌های جداگانه طبقه‌بندی کرده است. جدول ۵ نشان‌دهنده طبقه‌بندی تمام شاخص‌ها در ذیل هشت طبقه اصلی است که در ادامه زیرشاخص نامیده می‌شود. این طبقه‌ها عبارت‌اند از عوامل مرتبط با جامعه، عوامل مرتبط با منطقه جمع‌آوری، عوامل مرتبط با نوع مکان جمع‌آوری، عوامل تعهد اجتماعی، عوامل اقتصادی، عوامل جمعیت‌شناسی، عوامل روانشناختی و عوامل باورهای دینی. مقصود از نوع مکان، امکان خاص شهری مانند مدرسه، بیمارستان و ایستگاه‌های مترو و اتوبوس است.

## جدول ۵: طبقات کلی و زیرشاخص‌های مرتبط با کمک‌های مردمی

Table 5: General classes and sub-factors related to public assistance

زیرعوامل (زیرشاخص‌ها)	طبقات کلی
شفافیت و عملکرد سازمان‌های متولی و اطمینان از مصرف صحیح مال هنجار مثبت‌بودن یاری‌رسانی در جامعه تبلیغات و فرهنگ‌سازی راحتی سازوکار کار خیرخواهانه نگرش مثبت به افراد خیر	شاخص‌های مرتبط با جامعه
درصد صاحبان خودرو تعداد کل خانوار به جمعیت جمعیت کل بالای ۲۰ سال به جمعیت جمعیت شاغل به جمعیت درصد ساکنان صاحب‌خانه	شاخص‌های مرتبط با منطقه جمع‌آوری کمک
رفت‌وآمد (تردد) در آن زیاد باشد محیط مذهبی باشد محیط تفریحی نباشد احتمال وجود خطر یا تهدید (مانند مرگ) در آن زیاد باشد	شاخص‌های مرتبط با نوع مکان جمع‌آوری کمک
شباهت بین اهداکننده و کمک‌گیرنده در گذشته و حال عضویت در سازمان‌های مردم‌نهاد و داوطلبانه میهن‌دوستی و عرق‌ملی مسئولیت‌پذیری و احساس دین به جامعه	تعهد اجتماعی
نوع شغل مالکیت خانه و اندازه آن شاغل بودن اطمینان و امنیت نسبت به درآمد وضعیت مناسب مالی فرزندان درآمد مناسب	شاخص‌های اقتصادی

سن جنسیت وضعیت تأهل تعداد فرزندان طبقه اجتماعی	شاخص های جمعیت شناسی
میزان تأثیرپذیری از افراد خیر تجربه و پیشینه کمک مادی گرایی و دنیاپرستی ویژگی های شخصیتی مثبت مانند تعهد، ترجم، همدلی و شفقت سلامت روان تفکر درباره مرگ	شاخص های روانشناختی
عدم تمایل به مالاندوزی سنت خانوادگی تحصیل ثواب و عمل به دستور الهی باورها و اعتقاد دینی مذهبی لذت معنوی از کمک (آرامش و حس خشنودی الهی)	شاخص های باورهای دینی

در گام سوم یا نهایی مرحله دوم، پرسشنامه محقق ساخته براساس فرایند تحلیل سلسله مراتبی طراحی و تقسیم شد. متأسفانه در این مرحله به دلیل ماهیت پرسشنامه مقایسه دویه دو است، تعداد سؤالات به ۱۱۰ مورد افزایش یافت و به دنبال آن تنها هشت نفر از ده نفر خبره در مرحله قبل اعلام همکاری کردند و در نهایت ۷ پرسشنامه نیز تکمیل شد. اطلاعات جمع آوری شده ابتدا با استفاده از میانگین هندسی تجمیع یافت و وارد مرحله محاسبات شد. تمام محاسبات این مرحله، در نرم افزار اکسل انجام گرفته است. اساس تحلیل در روش های فرایند تحلیل سلسله مراتبی بر مقایسه های زوجی توسط خبرگان استوار است و هرگونه خطا و ناسازگاری در مقایسه عناصر، بر نتیجه نهایی به دست آمده از محاسبات تأثیر می گذارد. براساس این، نرخ ناسازگاری<sup>۱</sup> به عنوان شاخص میزان سازگاری تعبیه شده است. در صورتی می توان به نتایج مقایسه ها اعتماد کرد که این مقایسه ها سازگار باشند. با توجه به فرایند محاسبه، اگر نرخ ناسازگاری ۰/۱ یا کمتر باشد، مقایسه ها سازگار هستند. جدول ۶ نرخ ناسازگاری ۹ ماتریس روش تحلیل سلسله مراتبی در این تحقیق را نشان می دهد. همان گونه که مشاهده می شود، نرخ ناسازگاری همه ماتریس ها کمتر از ۰/۱ و حتی ۰/۰۵ است و بر همین اساس می توان از نظرات تمام خبرگان برای تحلیل استفاده کرد.

#### جدول ۶: نرخ ناسازگاری ماتریس هریک از طبقات

Table 6: Incompatibility rate of the matrix of each class

نرخ ناسازگاری	نوع ماتریس
۰/۰۲۸	ماتریس عوامل کلی
۰/۰۴۰	ماتریس مرتبط با عامل کلی جامعه
۰/۰۲۲	ماتریس مرتبط با عامل کلی منطقه جمع آوری
۰/۰۳۳	ماتریس مرتبط با عامل کلی نوع مکان جمع آوری
۰/۰۱۵	ماتریس مرتبط با عامل کلی تعهد اجتماعی
۰/۰۱۹	ماتریس مرتبط با عامل کلی اقتصادی
۰/۰۱۸	ماتریس مرتبط با عامل کلی جمعیت شناسی
۰/۰۴۳	ماتریس مرتبط با عامل کلی روانشناختی
۰/۰۱۸	ماتریس مرتبط با عامل کلی باورهای دینی

<sup>۱</sup> . Inconsistency Ratio

پس از ورود داده‌ها و انجام مراحل محاسباتی روش تحلیل سلسله‌مراتبی، وزن طبقه‌های اصلی به شرح جدول ۷ استخراج شد. همان‌گونه که مشاهده می‌شود، عوامل باورهای دینی و اقتصادی بیشترین اهمیت را بین طبقه‌ها دارند و عوامل فردی جمعیت‌شناختی و عوامل مرتبط با نوع مکان کمترین اهمیت را در رابطه با موضوع تحقیق دارند.

جدول ۷: وزن طبقات اصلی براساس روش تحلیل سلسله‌مراتبی

Table 7: The weight of the main classes based on the analytical hierarchy process method

وزن	عوامل کلی
۰/۲۵۶	باورهای دینی
۰/۱۶۸	اقتصادی
۰/۱۴۲	روانشناختی
۰/۱۱۴	جامعه
۰/۱۰۵	تعهد اجتماعی
۰/۰۸۷	منطقه جمع‌آوری
۰/۰۸۱	نوع مکان جمع‌آوری
۰/۰۴۷	جمعیت‌شناسی

بر همین اساس، ماتریس تمام طبقات اصلی با توجه به زیرشاخص‌های آنها تحلیل می‌شود. جدول ۸ وزن تمام زیرشاخص‌ها را در هریک از طبقات، به ترتیب از بااهمیت‌ترین تا کم‌اهمیت‌ترین نمایش می‌دهد.

جدول ۸: وزن زیرشاخص‌ها براساس روش تحلیل سلسله‌مراتبی

Table 8: The weight of the sub-factors based on the analytical hierarchy process method

وزن	شاخص‌های مرتبط با عامل کلی جامعه
۰/۲۹۲	شفافیت و عملکرد سازمان‌های متولی و اطمینان از مصرف صحیح مال
۰/۲۸۸	هنجار مثبت بودن یاری‌رسانی در جامعه
۰/۲۰۲	تبلیغات و فرهنگ‌سازی
۰/۱۲۱	نگرش مثبت به افراد خیر
۰/۰۹۸	راحتی سازوکار کار خیرخواهانه
وزن	شاخص‌های مرتبط با عامل کلی منطقه جمع‌آوری
۰/۳۳۳	جمعیت شاغل به جمعیت
۰/۲۲۹	درصد ساکنان صاحب‌خانه
۰/۲۱۴	جمعیت کل بالای ۲۰ سال به جمعیت
۰/۱۳۸	تعداد کل خانوار به جمعیت
۰/۰۸۶	درصد صاحبان خودرو
وزن	شاخص‌های مرتبط با عامل کلی نوع مکان جمع‌آوری
۰/۵۱۸	محیط مذهبی باشد
۰/۲۲۸	رفت‌وآمد (تردد) در آن زیاد باشد
۰/۱۳۱	احتمال وجود خطر یا تهدید (مانند مرگ) در آن زیاد باشد
۰/۱۲۲	محیط تفریحی نباشد
وزن	شاخص‌های مرتبط با عامل کلی تعهد اجتماعی
۰/۴۳۲	مسئولیت‌پذیری و احساس دین به جامعه
۰/۲۲۸	میهن‌دوستی و عرق‌ملی

۰/۲۱۶	شباهت بین اهداکننده و کمک‌گیرنده در گذشته و حال
۰/۱۲۴	عضویت در سازمان‌های مردم‌نهاد و داوطلبانه
وزن	شاخص‌های مرتبط با عامل کلی اقتصادی
۰/۴۲۰	اطمینان و امنیت نسبت به درآمد
۰/۱۸۵	درآمد مناسب
۰/۱۴۵	وضعیت مناسب مالی فرزندان
۰/۱۰۶	نوع شغل
۰/۰۷۹	شاغل بودن
۰/۰۶۷	مالکیت خانه و اندازه آن
وزن	شاخص‌های مرتبط با عامل کلی جمعیت‌شناسی
۰/۲۷۰	طبقه اجتماعی
۰/۲۲۲	تعداد فرزندان
۰/۲۱۸	وضعیت تأهل
۰/۱۷۲	سن
۰/۱۱۹	جنسیت
وزن	شاخص‌های مرتبط با عامل کلی روانشناختی
۰/۲۵۰	ویژگی‌های شخصیتی مثبت مانند تعهد، ترحم، همدلی و شفقت
۰/۲۲۸	تجربه و پیشینه کمک
۰/۱۸۱	تفکر درباره مرگ
۰/۱۴۳	مادی‌گرایی و دنیاپرستی
۰/۱۱۳	میزان تأثیرپذیری از افراد خیر
۰/۰۸۵	سلامت روان
وزن	شاخص‌های مرتبط با عامل کلی باورهای دینی
۰/۳۸۰	لذت معنوی از کمک (آرامش و حس خشنودی الهی)
۰/۲۱۹	باورها و اعتقاد دینی مذهبی
۰/۱۵۸	عدم تمایل به مال‌اندوزی
۰/۱۵۶	تحصیل ثواب و عمل به دستور الهی
۰/۰۸۷	سنت خانوادگی

براساس جدول ۸ می‌توان ۹ زیرشاخص مهم را رتبه اول هریک از طبقه‌ها معرفی کرد؛ با این حال، به‌منظور محاسبه دقیق‌تر بهتر است وزن (اهمیت) هریک از طبقات در وزن هریک از زیرشاخص‌ها ضرب شود تا وزن (اهمیت) نهایی هریک از زیرشاخص‌ها استخراج شود. جدول ۹ وزن نهایی تمام زیرشاخص‌ها را بر این اساس نشان می‌دهد. با توجه به اینکه جمع تمام وزن‌ها برابر با یک است، می‌توان علاوه بر وضعیت اهمیت هر زیرشاخص، فاصله هر شاخص تا شاخص دیگر را تحلیل و بررسی کرد.



## جدول ۹: وزن نهایی تمام زیرشاخص‌ها با توجه به داده‌های جداول ۷ و ۸

Table 9: The final weight of all sub-factors according to the data of tables 7 and 8

وزن نهایی	زیرعامل (زیرشاخص)
۰/۰۹۷۳	لذت معنوی از کمک (آرامش و حس خشنودی الهی)
۰/۰۷۰۵	اطمینان و امنیت نسبت به درآمد
۰/۰۵۶۳	باورها و اعتقاد دینی مذهبی
۰/۰۴۵۴	مسئولیت‌پذیری و احساس دین به جامعه
۰/۰۴۱۷	محیط مذهبی باشد
۰/۰۴۰۵	عدم تمایل به مال‌اندوزی
۰/۰۳۹۹	تحصیل ثواب و عمل به دستور الهی
۰/۰۳۵۵	ویژگی‌های شخصیتی مثبت مانند تمهد، ترحم، همدلی و شفقت
۰/۰۳۳۳	شفافیت و عملکرد سازمان‌های متولی و اطمینان از مصرف صحیح مال
۰/۰۳۲۸	هنجار مثبت بودن یاری‌رسانی در جامعه
۰/۰۳۲۴	تجربه و پیشینه کمک
۰/۰۳۱۱	درآمد مناسب
۰/۰۲۹۰	جمعیت شاغل به جمعیت
۰/۰۲۵۷	تفکر درباره مرگ
۰/۰۲۴۳	وضعیت مناسب مالی فرزندان
۰/۰۲۳۹	میهن‌دوستی و عرق‌ملی
۰/۰۲۳۰	تالیفات و فرهنگ‌سازی
۰/۰۲۲۷	شبهات بین اهداکننده و کمک‌گیرنده در گذشته و حال
۰/۰۲۲۴	سنت خانوادگی
۰/۰۲۰۳	مادی‌گرایی و دنیاپرستی
۰/۰۲۰۰	درصد ساکنان صاحب‌خانه
۰/۰۱۸۷	جمعیت کل بالای ۲۰ سال به جمعیت
۰/۰۱۸۴	رفت‌وآمد (تردد) در آن زیاد باشد
۰/۰۱۷۷	نوع شغل
۰/۰۱۶۰	میزان تأثیرپذیری از افراد خیر
۰/۰۱۳۸	نگرش مثبت به افراد خیر
۰/۰۱۳۲	شاغل بودن
۰/۰۱۳۱	عضویت در سازمان‌های مردم‌نهاد و داوطلبانه
۰/۰۱۲۶	طبقه اجتماعی
۰/۰۱۲۱	سلامت روان
۰/۰۱۲۰	تعداد کل خانوار به جمعیت
۰/۰۱۱۲	مالکیت خانه و اندازه آن
۰/۰۱۱۱	راحتی سازوکار کار خیرخواهانه
۰/۰۱۰۶	احتمال وجود خطر یا تهدید (مانند مرگ) در آن زیاد باشد
۰/۰۱۰۴	تعداد فرزندان
۰/۰۱۰۲	وضعیت تأهل
۰/۰۰۹۹	محیط تفریحی نباشد
۰/۰۰۸۰	سن
۰/۰۰۷۵	درصد صاحبان خودرو
۰/۰۰۵۵	جنسیت

همان گونه که مشاهده می‌شود، این اولویت‌بندی نتایج بسیار مهمی را ارائه می‌دهد که نمونه‌هایی از آن در ادامه بیان می‌شوند. ده زیرشاخص اول تقریباً نیمی از وزن کل زیرشاخص‌ها را کسب کرده‌اند؛ بنابراین، توجه به این شاخص‌ها در تصمیم‌گیری‌ها بسیار پراهمیت است. اولین زیرشاخص با وزن بالا یعنی لذت معنوی از کمک (آرامش و حس خشنودی الهی) در کنار شاخص سوم (باورها و اعتقاد دینی مذهبی) و شاخص هفتم (تحصیل ثواب و عمل به دستور الهی) نشان‌دهنده اهمیت فراوان اعتقادات دینی در میزان انگیزه برای کمک است و تصمیم‌گیران نهادهای خیریه باید به این موضوع در تصمیمات خود توجه کنند؛ برای مثال، در تبلیغات خود از ارثه محتوای دینی و اعتقادی غفلت نکنند یا در ایامی مانند ماه مبارک رمضان یا دیگر ایام مذهبی، برخی از فعالیت‌های جمع‌آوری کمک‌ها را متمرکز کنند. همچنین، ده زیرشاخص اول به‌خوبی نشان می‌دهند بیشترین عوامل مؤثر بر میزان کمک، عوامل درونی هستند تا عوامل محیطی؛ بنابراین، پرورش عوامل درونی مانند استفاده از عوامل انگیزشی و تأکید بر موضوعات تربیتی با محور کمک به دیگران در محتوای آموزشی، تأثیر فراوانی بر تغییر آمارهای میزان کمک خواهند داشت. دو زیرشاخص محیطی مهم در این تحقیق، یکی مربوط به مراجعه به محیط‌های مذهبی برای جمع‌آوری کمک و دیگری شفافیت عملکرد نهادهای متولی بود. مسلماً تهیه گزارش‌های مفید، مختصر و شفاف و اطلاع‌رسانی آن تأثیر بسیار زیادی بر کاهش تبعات خبرهای منفی و شایعات دارد. همچنین، استفاده از امکانات فناوری اطلاعات برای نمایش فرایند یک کمک خیر از اول مسیر (کمک خیر) تا انتهای مسیر (تحويل به نیازمند) برای یک شخص خیر بسیار خوشایند خواهد بود و حس لذت و خیرخواهی و مفیدبودن برای جامعه را دو چندان خواهد کرد؛ موضوعی که امروزه در بسیاری از نهادهای خیریه<sup>۱</sup> و صندوق‌های خیریه<sup>۲</sup> بزرگ بین‌المللی به‌خوبی مشهود است و شخص خیر به‌خوبی از مسیر نهایی کار خیر خود آگاه است.

در مقابل این موضوع زیرشاخص‌های مربوط به طبقه فردی جمعیت‌شناختی جزء کم‌اهمیت‌ترین شاخص‌ها محسوب می‌شوند. جالب آن است که متأسفانه بسیاری از قضاوت‌های اجتماعی مبتنی بر تفاوت‌های جمعیت‌شناختی است؛ برای مثال، بیان می‌شود طبقه اجتماعی مرفه‌تر و متأهل‌ها بیشتر کمک می‌کند؛ اما نظر خبرگان این موضوع نشان داد هرچند این زیرشاخص‌ها به‌عنوان عامل تأثیرگذار هستند، توجه زیاد به آنها و برنامه‌ریزی مبتنی بر زیرشاخص‌های آن نباید اولویت اول باشد و احتمال خطا در برخی تصمیم‌گیری‌های مبتنی بر زیرشاخص‌های جمعیت‌شناختی زیاد است. همچنین، این تحقیق نشان می‌دهد در طبقه اقتصادی، بیش از آنکه درآمد مهم باشد، اطمینان به درآمد مهم است؛ بنابراین، در تصمیم‌گیری انتخاب جامعه هدف باید به میزان درآمد خیلی توجه نشود، بلکه بر منشأ درآمد توجه شود.

## ۵. نتیجه‌گیری و پیشنهادات

یکی از مهم‌ترین شیوه‌های جمع‌آوری کمک‌های مردمی، کمک‌های خرد مردمی است و توجه به این موضوع می‌تواند بر حجم زیادی از کمک‌های خیرین تأثیر بگذارد. بدین ترتیب، این تحقیق با دو هدف تبیین عوامل مؤثر بر جمع‌آوری کمک‌های خرد مردمی و رتبه‌بندی عوامل شناسایی شده انجام گرفته است. برای دستیابی به این اهداف تحقیق حاضر در دو مرحله انجام گرفته است. در مرحله اول یا مرحله شناسایی، ابتدا عوامل از طریق مطالعات کتابخانه‌ای (مرور ادبیات) شناسایی شده‌اند. در این بخش پس از استخراج ۹۸ شاخص، با تعدیل و استانداردسازی تعداد ۳۷ شاخص استخراج شده‌اند. در ادامه با دریافت

<sup>۱</sup> charity organizations

<sup>۲</sup> Endowment funds

نظر خبرگان از طریق یک پرسشنامه باز، تعداد ۲۸ شاخص استخراج شدند که با ادغام این دو گروه با یکدیگر در نهایت در مرحله اول ۴۷ شاخص استخراج شده‌اند. در ادامه در مرحله دوم، ابتدا تعداد شاخص‌ها با توجه به نظر خبرگان و پرسشنامه طیف لیکرت به ۴۰ مورد کاهش یافت. سپس همه شاخص‌ها با استفاده از نمودار خوشخوانی در ۸ طبقه تقسیم‌بندی شدند. این طبقات عبارت بودند از شاخص‌های مرتبط با جامعه (با ۵ زیرشاخص)، شاخص‌های مرتبط با منطقه جمع‌آوری کمک (با ۵ زیرشاخص)، شاخص‌های مرتبط با نوع مکان جمع‌آوری کمک (با ۴ زیرشاخص)، تعهد اجتماعی (با ۴ زیرشاخص)، شاخص‌های اقتصادی (با ۶ زیرشاخص)، شاخص‌های جمعیت‌شناسی (با ۵ زیرشاخص)، شاخص‌های روانشناختی (با ۶ زیرشاخص) و شاخص‌های باورهای دینی (با ۵ زیرشاخص). در آخرین گام از مرحله دوم، تمام طبقات و زیرشاخص‌ها براساس فرایند تحلیل سلسله‌مراتبی رتبه‌بندی شده‌اند. مهم‌ترین طبقه، طبقه باورهای دینی شد و مهم‌ترین زیرشاخص‌ها، عبارت شدند از لذت معنوی از کمک (آرامش و حس خشنودی الهی)، اطمینان و امنیت نسبت به درآمد، باورها و اعتقاد دینی مذهبی و مسئولیت‌پذیری و احساس دین به جامعه. در بسیاری از تحقیقات گذشته نیز به دو زیرشاخص اطمینان و امنیت نسبت به درآمد و باورها و اعتقاد دینی مذهبی تأکید شده بود؛ اما به دو زیرشاخص دیگر یعنی لذت معنوی از کمک و مسئولیت‌پذیری و احساس دین نسبت به جامعه در متون قبلی کمتر توجه شده بود و تنها در یک تحقیق، یعنی صالحی و علیمحمدی (۱۳۹۷) ذکر شده‌اند. زیرشاخص اطمینان و امنیت نسبت به درآمد در پژوهش‌های زیبری و صدیقی (۲۰۱۹)، لوین و فائو (۲۰۱۰)، صالحی و علیمحمدی (۱۳۹۷) و ویپکینگ و برزی (۲۰۱۲) و زیرشاخص باورها و اعتقاد دینی مذهبی در تحقیق‌های لوین و فائو (۲۰۱۰)، مارکس و کارتر (۲۰۱۴)، صالحی و علیمحمدی (۱۳۹۷)، یائو (۲۰۱۵) و ویپکینگ و بکرز (۲۰۰۷) تأکید شده‌اند. با توجه به نتایج به‌دست‌آمده، پیشنهادات کاربردی که می‌توانند بیان شوند عبارت بودند از عدم غفلت نسبت به تبلیغات با ارثه محتوای دینی و اعتقادی، توجه به مکان‌ها و زمان‌های مذهبی مانند ماه رمضان، پرورش عوامل درونی مانند استفاده از عوامل انگیزشی و تأکید بر موضوعات تربیتی با محور کمک به دیگران در محتواهای آموزشی، استفاده از امکانات فناوری اطلاعات برای نمایش شفاف فرایند یک کمک خیر از کمک خیر تا تحویل به نیازمند و توجه کمتر به زیرشاخص‌های مربوط به طبقه فردی جمعیت‌شناختی. با توجه به اینکه این تحقیق بدون توجه به جزئیات منشأ درآمد و محل هزینه‌کرد انجام گرفته است، توصیه می‌شود در تحقیقات آتی، ابتدا به منشأ درآمد یا جامعه هدف آن توجه شود (برای مثال، در پژوهش‌های آتی همین عنوان تحقیق در جامعه جوانان بررسی شود) و دوم، در جمع‌آوری شاخص‌ها، به محل هزینه‌کرد نیز توجه شود (برای مثال، همین تحقیق در امور خیریه با هدف کمک به تهیه هزینه تحصیلی یا هزینه جهیزیه بررسی شود). همچنین، در پژوهش‌های آتی می‌توان با توجه به معیارها و شاخص‌های استخراج‌شده در کنار شاخص‌های کمی دیگر، یک نظام ارزیابی برای خیریه‌ها در نظر گرفت و براساس آنها این نهادها را رتبه‌بندی کرد. از محدودیت‌های تحقیق نیز می‌توان عدم پاسخگویی به موقع در مراجعات متعدد به خبرگان و توجیه‌کردن خبرگان در تکمیل پرسشنامه تحلیل سلسله‌مراتبی نام برد.

## ۶. منابع فارسی

احمدی، س. (۱۳۸۸). بررسی نوع‌دوستی در روابط روزمره اجتماعی و عوامل مؤثر بر آن. *مجله جامعه‌شناسی ایران*، ۱۲(۲)،

۸۷-۱۰۸

اطلس خیر ایران. (۱۴۰۲). گزارش پیمایش ملی گرایش مردم ایران به نیکوکاری. ۴۸-۴۲. <https://atlas.kheir.ir>

- آذر، ع و رجبزاده، ع. (۱۴۰۱). *تصمیم‌گیری کاربردی (رویکرد MADM)*. تهران: انتشارات نگاه دانش، ۱۸۶.
- آغاز، م. ح. (۱۳۸۱). فرهنگ یاری‌گری و مشارکت در ایران، *مجموعه مقالات دولت، مردم و همگرایی*، تهران: سازمان شهرداری‌های کشور تهران، ۲۲۵-۲۵۴.
- رحیمی، ح و یزدخواستی، ع. (۱۳۹۱). جایگاه فرهنگ در آموزه‌های دینی ما. *مجموعه مقالات همایش ملی وقف با تأکید بر آموزش عالی*، کاشان: دانشگاه کاشان، ۳۱۵-۳۳۴.
- صالحی ابرقویی، م و علیمحمدی، ع. (۱۳۹۷). شناسایی و اولویت‌بندی عوامل مؤثر بر گرایش خیرین و واقفین به حمایت مالی از تحقیقات و پژوهش‌های امور دفاعی و امنیتی کشور. *فصلنامه اقتصاد دفاع*، ۳(۷)، ۵۴-۷۸.
- عرب مازار، ع و زایر، آ (۱۳۹۷). ارائه الگویی برای حمایت مالیاتی از کمک‌های خیریه در ایران. *پژوهشنامه مالیات*، ۱۹(۱۱)، ۳۸-۹.
- کمیته امداد امام خمینی. (۱۴۰۲). *سالنامه آماری ۱۴۰۱*، ۱۶۵. <https://www.emdad.ir>
- مسجد جامعی، ا. (۱۳۷۷). مشارکت فرهنگی و فرهنگ مشارکت. *مجله پیوند، پنجمین کنگره سراسری انجمن‌های اولیا و مربیان کشور*.

## References

- Aghaz, M. (2008). The culture of helping and participation in Iran, a collection of articles on government, people and integration, Tehran: Organization of Municipalities of Tehran, 254-225 [In Persian]
- Ahmadi, S. (2008). Check altruism in everyday social relations and factors affecting it. *Iranian Journal of Sociology*, 12(2), 87-108. [In Persian]
- Arab Mazar, A., & Zair, A. (2017). Providing a model for tax protection of charitable donations in Iran. *Research Journal of Taxation*, No. 11, 53, 9-38. [In Persian]
- Atlas Kheir of Iran. (2023). The national survey on the inclination of the Iranian people towards charity, 42-48, <https://atlas.kheir.ir> [In Persian]
- Azar, A., & Rajabzadeh, A. (2022). *Applied decision-making (MADM approach)*. Tehran: Negah Danesh Publications, 186. [In Persian]
- Baron, R. A., Byrne, D., & Branscombe, N. R. (2006). *Social psychology*, 11/E. Aufl, Boston
- Bekkers, R., & Wiepking, P. (2007). Understanding philanthropy: A review of 50 years of theories and research. In *35th Annual Conference of the Association for Research on Nonprofit and Voluntary Action*, Chicago. 533-540.
- Bekkers, R., & Schuyt, T. (2008). And who is your neighbor? Explaining denominational differences in charitable giving and volunteering in the Netherlands. *Review of Religious Research*, 50, 74-96.
- Bennett, R. (2003). Factors underlying the inclination to donate to particular types of charity. *International Journal of Nonprofit and Voluntary Sector Marketing*, 8(1), 12-29. <https://doi.org/10.1002/nvsm.198>
- Chapman, C. M., Louis, W. R., Masser, B. M., & Thomas, E. F. (2022). Charitable triad theory: how donors, beneficiaries, and fundraisers influence charitable giving. *Psychology & Marketing*, 39(9), 1826-1848. <https://doi.org/10.1002/mar.21701>
- Deaux, K., Dane, F. C., Weightman, L. S., & Sigelman, C. K. (1990). *Social Psychology In the 90s*, California, Brooks/Cole publishing company, 288.
- Gittel, R., & Tebaldi, E. (2006). Charitable giving: factors influencing giving in US states. *Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly*, 35(4), 721-736. <https://doi.org/10.1177/0899764006289768>
- Imam Khomeini Relief Committee. (2023). *Statistical Yearbook 2023*, 165, <https://www.emdad.ir> [In Persian]

- Lee, Y. K., & Chang, C. T. (2007). Who gives what to charity? Characteristics affecting donation behavior. *Social Behavior and Personality: An International Journal*, 35(9), 1173–1180. <https://doi.org/10.2224/sbp.2007.35.9.1173>
- Lippa, R. (1994). *Introduction to social psychology*. California: Brooks. Cole company.
- Lwin, M., & Phau, I. (2010). Characteristics of charitable donors in Australia Recent Advances in Retailing and Services Science conference proceedings: Recent Advances in Retailing and Services Science. School of Marketing, Curtin University of Technology.
- Marx, J., & Carter, V. (2014). Factors influencing US charitable giving during the great recession: Implications for nonprofit administration. *Administrative Sciences*, 4(3), 350-372. <https://doi.org/10.3390/admsci4030350>
- Masjid Jamei, A. (1998). Cultural participation and the culture of participation, link magazine, the fifth national congress of parent and teacher associations of the country. [In Persian]
- Rahimi, H., & Yazdi Khasti, A. (2012). The place of culture in our religious teachings. In Proceedings of the National Conference on Endowment (with Emphasis on Higher Education). Kashan University, 315-334. [in Persian]
- Salehi Abrakoui, M., & Alimohammadi, A. (2017). Recognising and prioritising factors affecting motivation of benevolents for financing defense and security. *Defense Economy Quarterly*, 3(7), 54-78. [In Persian]
- Sargeant, A., & Lee, S. (2004). Donor Trust and relationship commitment in the UK charity sector: the impact on behavior. *Nonprofit and voluntary sector quarterly*, 33(2), 185-202. <https://doi.org/10.1177/0899764004263321>
- Schuyt, T., Smit, J., & Bekkers, R. (2004). Constructing a philanthropy-scale: social responsibility and philanthropy. *Order*, 501- 570.
- Scott, N., & Seglow, J. (2007). *EBOOK: Altruism*. McGraw-Hill Education (UK).
- Verhaert, G. A., & Van den Poel, D. (2011). Empathy as added value in predicting donation behavior. *Journal of Business Research*, 64(12), 1288–1295. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2010.12.024>
- Bekkers, R., & Veldhuizen, I. (2008). Geographical differences in blood donation and philanthropy in the Netherlands—what role for social capital? *Tijdschrift voor economische en sociale geografie*, 99(4), 483-496. <https://doi.org/10.1111/j.1467-9663.2008.00483.x>
- Wiepking, P., & Breeze, B. (2012). Feeling poor, acting stingy: the effect of money perceptions on charitable giving. *International Journal of Nonprofit and Voluntary Sector Marketing*, 17(1), 13–24. <https://doi.org/10.1002/nvsm.415>
- Wiepking, P., & Maas, I. (2009). Resources that make you generous: effects of social and human resources on charitable giving. *Social Forces*, 87(4), 1973–1995. <https://doi.org/10.1353/sof.0.0191>
- Yao, K. (2015). *Who gives? The determinants of charitable giving, volunteering and their relationship*. The Wharton School, University of Pennsylvania.
- Zubairi, F. H., & Siddiqui, D. A. (2019). *Factors influencing donation behavior: The Role of Seasonal Effects*. Available at SSRN 3444113.267-303



پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی  
پرتال جامع علوم انسانی