

عوامل موثر بر توسعه فرهنگ وقف، رویکرد مدل معادلات ساختاری

منیر شامحمدی

دکتری رشته مدیریت و برنامه ریزی فرهنگی، دانشکده مدیریت و اقتصاد، واحد علوم و تحقیقات، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران.

کامران محمدخانی

دانشیار و عضو هیئت علمی، گروه مدیریت آموزش عالی، دانشکده مدیریت و اقتصاد، واحد علوم و تحقیقات، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران (نویسنده مسئول). globecampus@gmail.com

غلامرضا گودرزی

دانشیار و عضو هیئت علمی، گروه مدیریت، دانشکده مدیریت و اقتصاد، دانشگاه امام صادق (ع)، تهران، ایران.

سیدرضا صالحی امیری

استادیار و عضو هیئت علمی، گروه مدیریت امور فرهنگی، دانشکده مدیریت و اقتصاد، واحد علوم و تحقیقات، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران.

چکیده

مقدمه و هدف پژوهش: این پژوهش مدل معادلات ساختاری در ارتباط با عوامل مؤثر بر وقف در سازمان اوقاف و امور خیریه در ایران می‌باشد.

روش پژوهش: کاربردی و نوع داده‌ها تلفیقی (کمی و کیفی) نحوه گردآوری داده‌ها توصیفی از نوع پیمایشی - همبستگی، روش نمونه‌گیری تصادفی ساده و ابزار گردآوری داده‌ها مطالعات کتابخانه‌های و روش میدانی شامل یک پرسشنامه محقق ساخته بوده است این پرسشنامه دارای ۷ مولفه و ۵۶ شاخص براساس مصاحبه با ۱۷ نفر از خبرگان تدوین و سپس براساس یک مطالعه کمی با ۴۸۲ نفر نمونه آماری، در نظر گرفته شد. روایی محتوایی پرسشنامه مورد تأیید قرار گرفت. برای بررسی وضعیت موجود از نرم‌افزار SPSS استفاده شده است. هم‌چنین برای استخراج الگوی نهایی از مدل‌یابی معادلات ساختاری استفاده شد تحلیل‌های معادلات ساختاری توسط نرم‌افزار AMOS انجام گرفته است.

یافته‌ها: یافته‌ها نیز از برازش خوب الگوی ساختاری با داده‌های جامعه آماری برخوردار بود و الگوی مذکور تبیین مناسبی در جامعه آماری داشت.

نتیجه‌گیری: همه عوامل فوق تاثیر معناداری بر توسعه فرهنگ وقف دارند. ضرائب رگرسیون (ضرائب مسیر) در سطح اطمینان ۹۹ درصد معنادار بوده و نشان از تاثیر مثبت معنی‌دار بر توسعه فرهنگ وقف دارند.

واژگان کلیدی: توسعه فرهنگ وقف، وقف، عوامل اقتصادی، اجتماعی، سیاسی، فرهنگی.

مقدمه

است. از این رو، یکی از جلوه‌ها و نمودهای مشارکت اجتماعی و فعالیت‌های خیریه در فرهنگ اسلامی، سنت وقف است (صدیقی ارفعی و دیگران، ۱۳۹۱). انسان امروز با همه فرهنگ‌ها و بینش‌های گوناگون خویش، وقف و بنیادهای وقفی و خیریه را پدیده‌ای سودمند و در مسیر رشد و تعالی تمدن انسانی و توسعه همه جانبه جامعه می‌شناسد و دریافته است که وقف و سایر امور داوطلبانه می‌تواند کارساز و سودمند باشد و در رشد و توسعه جامعه مؤثر افتد (گنجی و دیگران، ۱۳۹۴). همان‌گونه که «هر جامعه‌ای برای تسهیل مسیر توسعه اجتماعی و فرهنگی خود باید عناصر و مؤلفه‌های تأثیرگذار خود را بیابد تا با تقویت آن در جامعه بتواند به اهداف مشخص نظام اجتماعی خود دست یابد. بیان اثرگذاری و نتایج مثبت وقف و خیریه در جامعه نیز به افزایش و ترویج این عمل در جامعه می‌انجامد» (تشکر، ۱۳۸۱).

با این اوصاف با نگاهی علمی و متفاوت و دانش بنیان به مقوله وقف و موقوفات، با بهره‌گیری از تجربه و مشاوره فعالان این حوزه، ارائه مدلی اجرایی، کاربردی و بومی در خصوص ارتقای موقوفات، ضروری به نظر می‌رسد؛ چرا که احتمال می‌رود این مدل بتواند ضمن تکمیل‌تر شدن در هنگام اجرا، سنت حسنه‌ای را در توسعه وقف و موقوفات در کشور ایجاد نماید و با پیوند بین وقف و اقتصاد در بسترهای عقیدتی، سیاسی و ارزشی، زمینه‌بستگی و رشد فرهنگ وقف و امور خیریه را فراهم نماید. در این تحقیق به بررسی مفهوم وقف و نظریه‌های آن، عوامل و مؤلفه‌های آن، در توسعه فرهنگ وقف، کارکردهای مثبت و منفی آن، وضعیت وقف در ایران و دلایل عدم رشد آن و راهکارهای برای رشد وقف در ایران، ارتباط متقابل وقف با عوامل اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی، سیاسی و... پرداخته شده است. هم‌چنین میزان تأثیرگذاری عوامل ذکر شده بر وقف و خیریه به منظور کاهش خلاءهای موجود در جامعه در سطح سازمان اوقاف و امور خیریه اندازه‌گیری و بررسی گردید. از آنجا که مسئله اساسی این پژوهش، تدوین و اعتباریابی (تبیین) الگوی مدیریت توسعه فرهنگ وقف می‌باشد؛ لذا

وقف و امور خیریه به عنوان گزاره‌های دینی که دارای ابعاد مختلف است؛ جایگاه ویژه‌ای در فرهنگ و تمدن اسلامی دارد. در بین گزاره‌های دینی، موارد زیادی وجود دارد که در دو حوزه فردی و اجتماعی قابل تقسیم هستند؛ اما در بین آن‌ها گزاره‌های اندکی هستند که هم در حوزه فردی در انتهای تکامل هستند و هم در حوزه اجتماعی تأثیر شگرفی دارند که یکی از آن‌ها وقف و امور خیریه است (ریاحی سامانی، ۱۳۹۱). توصیه به داشتن روحیه انفاق، احسان، ایثار، تعاون، فداکاری، نوع دوستی، همیاری و ایجاد صدقات جاریه، در قالب سنت حسنه وقف، یکی از عناصر و عوامل به وجود آورنده فرهنگ و تمدن اسلامی است که ثمرات علمی، بهداشتی - درمانی، اجتماعی و فرهنگی فراوانی در توسعه جامعه و رفح نیازهای روز آن در طول تاریخ داشته است (پوراحمد و همکاران، ۱۳۹۲).

در این راستا، اگر چه برخی از موقوفات که به دلیل وجود پاره‌ای از مشکلات در خصوص احیاء و توسعه آن‌ها، نتوانسته‌اند آن‌گونه که شایسته عظمت و جایگاه واقعی موقوفات است، در توسعه کشور نقش ایفا نمایند (موقوفاتی که درون مایه‌ای عقیدتی و فرهنگی دارند و قالبی اقتصادی و توسعه‌ای). (ریاحی سامانی، ۱۳۹۳) اما وقف به عنوان سرمایه بسیار مهم اقتصادی، فرهنگی، ارزشی و در یک کلام ملی محسوب می‌گردد؛ زیرا وقف قادر است توده‌های فاقد بهره‌مندی از درآمدهای جامعه را با یک توزیع مجدد داوطلبانه درآمد، بهره‌مند سازد و فرصت و قدرت اندیشیدن، درک منافع بلندمدت جامعه و در نتیجه هم‌سویی با برنامه‌های توسعه را در آن‌ها ایجاد کند (صحرانورد و اسدی، ۱۳۹۱). علاوه بر این، وقف به دلیل تأثیرات همه جانبه و مختلفی که دارد، اگر در فرهنگ جامعه نهادینه شود، بالتبع می‌تواند به عنوان یک عنصر پیشران در توسعه پایدار کشور محسوب شود (بشیر، ۱۳۹۳). فعالیت‌های خیریه و نیکوکاری که در هر جامعه‌ای رخ می‌دهد؛ همانند پدیده‌های دیگر، متأثر از عقاید، ارزش‌ها، فرهنگ و آداب و رسوم آن جامعه

- برای به کارگیری الگوی پیشنهادی چه ساز و کارهایی اجرایی را می‌توان پیشنهاد داد؟

مبانی نظری و پیشینه پژوهش

تاریخ پیدایش و چگونگی اوقاف و نذورات در میان ملل و اقوام قدیم به طور دقیق روشن نیست؛ ولی از قرائن و شواهد تاریخی چنین به دست می‌آید که از آغاز پیدایش ادیان آسمانی و بعثت انبیا و ظهور کاهنان و ساخته شدن معابد و آتشکده‌ها، صدقات و نذوراتی مانند «اوقاف» وجود داشته است. این صدقات و نذورات صرف عمران و آبادی معابد و امور خیریه می‌شده است. کاهنان، موبدان، هیربدان، کشیشان و کاتبان نیز از همین راه امرار معاش می‌کرده‌اند. از میان ملل قدیم، اقوام آریایی‌نژاد، به ویژه ایرانیان که از زمان‌های دور به پیروی از آیین و کیش خود به کارهای نیک و آبادانی و دستگیری از درماندگان و بینوایان توجه بسیاری داشتند، به یقین دارای موقوفات و نذورات بسیاری برای نگهداری معابد و آتشکده‌های خود بوده‌اند که پاره‌ای از آن‌ها در بعضی از شهرهای ایران، مثل یزد و کرمان باقی و دایر است (ریاحی سامانی، ۱۳۹۳).

در تاریخ اسلام از ابتدا به انجام کارهای خیر و انفاق در راه خدا تأکید بسیاری شده است؛ اگر چه مستقیماً آیاتی در ارتباط با وقف اموال وجود ندارد و حتی کلمه وقف در قرآن با مفهوم اصطلاحی آن به کار نرفته است؛ اما با وجود این، از همان سال‌های اولیه که اسلام در مدینه قدرت سیاسی پیدا کرد به مساله وقف توجه شد (دانش‌پور و ریاحی سامانی، ۱۳۸۸). نام وقف در صدر اسلام، «صدقه جاریه» بوده و این عنوان برگرفته از حدیثی است که از پیامبر اکرم صلی الله علیه و آله وسلم به یادگار مانده است (رخ یزد، ۱۳۸۳).

در ایران پس از اسلام، با توجه به اینکه ایرانیان، خود با امر وقف بیگانه نبودند؛ وقتی اسلام را پذیرفتند با تأکید و تشویقی که این دین برانجام کارهای خیر و انفاق در راه خدا نموده بود، وقف مورد توجه بیشتری قرار گرفت و آنان با خلوص نیت به وقف اموال خود پرداختند. البته تغییراتی در مصرف موقوفات،

جهت تدوین مدل از روش تحقیق کیفی، مبتنی بر تحلیل محتوایی - موضوعی و برای اعتباریابی مدل از روش مدلیابی معادلات ساختاری و تحلیل عاملی اکتشافی و تاییدی استفاده شده است.

مطالعه مجموع فعالیت‌های انجام شده در حوزه وقف، هم در داخل کشور و هم در خارج آن، این حقیقت را محرز می‌سازد که وقف در آینده کشورهای اسلامی تأثیر شگرف و عمیقی خواهد گذاشت. در همین راستا، بر مبنای مطالعات انجام شده، دلایل اهمیت و ضرورت انجام این تحقیق عبارتند از:

- ۱- تأثیر عمیق وقف و امور خیریه بر عرصه‌های مختلف جامعه و برجسته‌تر شدن آثار آن در توسعه همه جانبه کشور.
- ۲- گسترش و نهادینه‌سازی فرهنگ وقف و امور خیریه در جامعه، نه به عنوان گزاره‌ای صرفاً تاریخی و مذهبی، بلکه گزاره‌ای اقتصادی و اجتماعی.
- ۳- برجسته‌تر شدن نقش فعالیت‌های موقوفات در حوزه‌های اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و مدیریتی.
- ۴- فرهنگ‌سازی جهت نوآوری در توسعه وقف‌های جدید با استفاده از مؤلفه‌های سرمایه اجتماعی.
- ۵- ایفای نقش وقف به گونه‌ای مؤثر در تأمین نیازهای اولویت‌دار کشور و استفاده حداکثری و تشویق و ترغیب افراد جامعه به وقف.
- ۶- همکاری گسترده بین نهادهای وقفی فعال در کشورهای مختلف و تشکیل مجامع بین‌المللی فعال در حوزه وقف.
- ۷- آشنایی بیشتر مسئولین و کارشناسان با پدیده وقف به شکل علمی و سازمان‌یافته.

سوالات پژوهش

- عوامل مؤثر بر توسعه فرهنگ وقف کدامند؟
- وضعیت موجود وقف با توجه به عوامل مؤثر بر وقف چگونه است؟
- با تأکید بر عوامل مؤثر بر وقف، چه الگوی مناسبی برای توسعه فرهنگ وقف می‌توان ارائه نمود؟
- درجه تناسب الگوی پیشنهادی چگونه است؟

به ویژه موقوفات مذهبی به وجود آمد و به جای وقف برای آتشکده، به وقف اموال جهت تأسیس مسجد، مدرسه، اشاعه‌بین جدید و نیز کارهای عام‌المنفعه چون ساختن پل، حفر و لایروبی قنات، بنای کاروانسرا، ایجاد دارالشفاء و بسیاری موارد دیگر پرداختند (ریاحی سامانی، ۱۳۹۳).

تحقیقات نشان می‌دهد که در حال حاضر با توجه به انبوه چالش‌هایی که در پیش‌روی تأمین اجتماعی و توسعه قرار دارد، دولت‌ها به دلیل ناکارایی و روبه‌رو شدن با سختی و دشواری‌ها، نتوانسته‌اند آن چالش‌ها را مهار کنند و از میان ببرند. در کشورهای توسعه یافته به بنیادهای غیردولتی به عنوان عامل تعیین کننده در مشارکت دادن مردم در روند توسعه می‌نگرند، بنابراین تجدیدنظر در شناخت اصولی و ارزیابی بنیادهای خیریه و غیرانتفاعی، یک نیاز عینی و ضروری و نه یک نظریه محض به شمار می‌آید. نیکوکاری در آمریکا و اروپا به دلیل فعالیت هزاران بنیاد خیریه به یک علم تبدیل شده و به نام علم «امور بنیادها و سازمان‌ها» اشتهار دارد و دارای اصول، مبانی، تئوری، محققان و نویسندگانی است. امروزه قلمرو فعالیت‌های سازمان‌ها و بنیادهای خیریه از کشورها فراتر رفته و بعد جهانی پیدا کرده است. اولین برخورد رسمی و نظام‌مند سازمان ملل با تشکل‌های غیردولتی قطعنامه شماره ۲۰۳۷ این سازمان در سال ۱۹۶۵ در رابطه با جوانان می‌باشد (ریاحی سامانی، ۱۳۹۱).

عوامل مؤثر و تأثیرگذار بر وقف

یکی از برترین آموزش‌های عملی اسلام که در ارتباط با دیگران است. سنت حسنه «وقف» است. وقف از انواع امور خیریه و داوطلبانه است که برای برخوردار کردن دیگران از اموال شخصی توانمندان که در حقیقت، نوعی تعدیل ثروت و توزیع درآمد است، به وجود آمده است (ناصری و شادپی، ۱۳۸۷).

بنابراین، نیکوکاری به عنوان یک رفتار اجتماعی مطلوب یکی از مؤلفه‌ها و عناصر مهم نظام فرهنگی هر جامعه می‌باشد که در دین اسلام نیز به آن توجه زیادی شده است. بیان اثرگذاری و نتایج مثبت نیکوکاری در جامعه به افزایش و ترویج این عمل در جامعه می‌انجامد. انسان‌ها با درک این

نکته که نیکوکاری چه بازخوردی برای جامعه به طور عام و خودشان به طور خاص دارد، به انجام این عمل ترغیب می‌گردند (گنجی و الماسی، ۱۳۹۱). از سوی دیگر، مسئولان نیز با توجه به شناخت زمینه‌ها و عوامل اثرگذار بر گسترش و ترویج نیکوکاری، می‌توانند برنامه‌ریزی‌های مناسبی را بر مبنای این تحقیق به طور خاص و تحقیقات دیگر به طور عام، صورت دهند (گنجی و دیگران، ۱۳۹۴).

- عوامل جمعیت‌شناختی (دموگرافیک)

با توجه به نظریه کوتاس^۱ (۲۰۰۴)، عوامل تعیین کننده بیرونی عمدتاً متغیرهای جمعیت‌شناختی هستند که بر شیوه‌ای که تجارب خیرخواهانه درک می‌شوند و نحوه انجام فرایند تصمیم‌گیری تأثیر می‌گذارند.

عوامل بیرونی شامل متغیرهای جمعیت‌شناختی (دموگرافیک) و اجتماعی-دموگرافیک شامل سن، جنس، سطح درآمد و سطح تحصیلات است. بیشتر متغیرهای بالا رفتار مثبت را تحت تأثیر قرار می‌دهند (عبدالحلیم بن^۲، ۲۰۱۵).

جنسیت و طبقه اجتماعی افراد: در بحث جنسیت و طبقه اجتماعی افراد، زنان احساسات مادرانه دارند که می‌توانند در رفتار و عملشان نسبت به کمک کردن یا شریک شدن در نیازهای افراد اثر بگذارند (بیکر، ۲۰۱۰). طبقه اجتماعی ممکن است تحت تأثیر مشابهت‌ها قرار گیرد، یعنی افراد طبقه متوسط به آسیب دیدگان طبقه متوسط کمک می‌کنند و افراد طبقه پایین‌تر، به مصدومین طبقه پایین‌تر یاری می‌رسانند (بیرهوف، ۱۹۹۱).

بر اساس نظریه دووراک و تیومن^۳ (۲۰۱۳) جنسیت در هنگام تلاش برای اندازه‌گیری ویژگی اهدای خیریه متغیر مهمی است.

زنان به احتمال زیاد بیشتر به سمت اهداف خیرخواهانه گرایش دارند و اهدا می‌کنند، اما مردان از لحاظ مقدار داده‌های سخاوتمندانه‌تر فعالیت خیرخواهانه دارند (اسچنف، ۲۰۰۸). این موضوع توسط پایپر و اسچنف^۴ (۲۰۰۸)، استدلال شده است که مردان برای سازمان‌های مذهبی کمک‌های بیشتری نسبت به زن می‌دهند. نیومن^۵ (۲۰۰۰)

کمک به سازمان‌های خیریه وجود دارد (کاسری، ۲۰۱۳) و هر چه افراد جامعه سطح تحصیلات بیشتری داشته باشند؛ بیشتر به خیریه‌ها کمک می‌کنند (تارکات^{۱۲}، ۲۰۱۲).

علاوه بر این، عوامل روان‌شناختی مشارکت روانی مورد تأکید روان‌شناسان اجتماعی است و از موضوعات مبحث ترویج می‌باشد. این عامل دلالت بر نوعی درگیری ذهنی و عاطفی دارد که زمینه‌ساز ابتکارات جمعی است. راجرز و شومیکر معتقدند که مشارکت، یک درگیری ذهنی و عاطفی اشخاص در موقعیت‌های گروهی است که آنان را برمی‌انگیزد تا برای دستیابی به هدف‌های گروهی همدیگر را یاری دهند و در مسئولیت کار شریک شوند. مشارکت روانی در قالب ایجاد تغییر و دگرگونی در ذهنیت‌ها و شکستن عقاید قالبی نامناسب و شرکت در عمل جمعی مشترک، گرایش و آمادگی روانی لازم را برای کش جمعی فراهم می‌نماید (نیازی و غفاری، ۱۳۸۶). رویکرد روان‌شناختی در تبیین نوع دوستی، به ویژگی‌های شخصیتی دگرخواهانه توجه کرده است و گاه نیز نگرش مثبت خیران به سازمان‌های خیریه را عامل گرایش ایشان به بخشش و نیکوکاری تلقی کرده است (گرادی و ونگ^{۱۳}، ۲۰۰۸). وی تبیین‌های روان‌شناختی خیران را در جستجوی مزایای روان‌شناختی از جمله ارتقای خود پنداره اجتماعی، ارتقای خود پنداره نوع دوستانه، افزایش عزت نفس دانسته است (رودیک، ۲۰۰۹). چگونگی همبستگی روان‌شناختی بین یک خیریه خاص و یک تصویر شخصی می‌تواند کمک‌های مالی به این خیریه را تحریک کند (بنت، ۲۰۰۲). طبق نظر بنت^{۱۴} (۲۰۱۱)، تمایز بین اهدا کننده و غیر اهدا کننده در قبال اهدای کمک‌های خیریه، به خصوصیت سخاوتمند بودن شخص است.

کمک دهنده سخاوت خود را درک می‌کند، و همین باعث ایجاد رفتار خیرخواهانه می‌شود (فریتز، ۲۰۱۳). همبستگی روان‌شناختی بین تصویر شخصی و نوع خاصی از خیریه می‌تواند کمک‌های مالی به این خیریه را ایجاد کند. تصویر خارجی، که شخص نسبت به مسائل دارد باعث می‌شود افراد تمایل به انجام عمل خیر داشته باشند و نیز ممکن است بر رفتارهای تحمیلی تأثیر بگذارد (کانگ لی و تاون چانگ^{۱۵}، ۲۰۰۷).

پیشنهاد می‌کند که مردان بیشتر به گروه‌های سیاسی، گروه‌های حقوق مدنی و سازمان‌های هنری و فرهنگی اهدا می‌کنند، در حالی که زنان به احتمال زیاد به حمایت از خدمات برای سازمان‌های خیریه بی‌خانمان، پزشکی و مراقبت‌های بهداشتی کمک می‌کنند (کانگ لی و چانگ^{۱۶}، ۲۰۰۷). در حالی که، کاسری^۷ (۲۰۱۳) از طریق مطالعات خود، می‌گوید که در کمک دادن به خیریه تفاوت رفتار میان مردان و زنان وجود ندارد. بایر^۸ (۱۹۹۸) بر این باور است که زنان، اخلاق مراقبتی و مردان اخلاق عدالتی را اتخاذ می‌کنند و به نظر وی بهترین تئوری اخلاقی، مراقبت و عدالت را همراه و همگام با هم باید در نظر گرفت (دلور و دیگران، ۱۳۹۴). به عقیده بکرز و ویپکینگ^۹ (۲۰۱۱) بین سن فرد و رفتار کمک دادن در نسل‌های قدیمی‌تر رابطه مثبت و ساختارمندتر وجود دارد. نسل‌های قدیمی‌تر در مقایسه با کمک‌دهنده‌های جوان، بزرگترین و بهترین هدایا و خیریه را در اختیار افراد می‌گذارند، که حتی تعداد نسل‌هایشان نیز در حال کاهش است (فریتز^{۱۰}، ۲۰۱۳). با توجه به نظریه و ویپکینگ کمک‌های مالی در میان کسانی که در محدوده سنی ۴۰-۴۸ ساله بودند بالاتر بود (ویپکینگ، ۲۰۱۱).

افرادی که بیشترین درصد درآمد خود را اهدا می‌کنند عمدتاً از افرادی هستند که کمتر می‌توانند به خیریه‌ها کمک ارائه دهند (استرن، ۲۰۱۳). با این حال، کاسری (۲۰۱۳) استدلال کرد که این گونه نیست که اگر فردی درآمد بالاتر داشت به مؤسسات خیریه بیشتر کمک می‌کند؛ زیرا اکثر افراد ثروتمند ترجیح می‌دهند که به دانشگاه‌ها، سازمان‌های هنری و موزه‌ها بیشتر کمک و حمایت کنند، در حالی که فقرا به سازمان‌های مذهبی، مؤسسات خیریه و خدمات اجتماعی کمک می‌کنند. (استرن^{۱۱}، ۲۰۱۳). کاسری (۲۰۱۳) با توجه به تحقیقاتی که در این زمینه انجام داده بود، اظهار داشت که ارتباط و اثرات مثبت درآمد بر میزان کمک‌های مالی خیریه فرد وجود دارد (کاسری، ۲۰۱۳).

کاسری (۲۰۱۳) در تحقیقات خود بیان می‌کند که رابطه معنی‌داری میان سطح تحصیلات و آموزش فردی و اهدای

عوامل اجتماعی

تأمین خدمات اجتماعی بیشتر برای جامعه: حامیان استفاده از انگیزه‌های مالیاتی برای تشویق پرداخت خیریه، معتقدند که جامعه از وجود بخش غیرانتفاعی بزرگ و پرطراوت به انحای مختلف سود می‌برد. بسیاری از این سازمان‌ها کالاها و خدماتی را با استفاده از منابع غیردولتی تهیه می‌کنند که در غیر این صورت دولت بایستی آن‌ها را تهیه می‌کرد (حسامی عزیزی و دیگران، ۱۳۹۶).

کسب حمایت مردم: اگر دولت این حمایت‌های مردمی را تشویق کرده و با شهروندانی که درگیر حل مسائل اجتماعی هستند همکاری کند، مردم این برداشت را خواهند کرد که دولت به پیگیری نگرانی‌های مردم علاقمند بوده و در نتیجه شایسته حمایت مردم است.

توجه به ترجیحات خیرین: سازمان‌های خیریه خصوصی که باید به طور مستقیم برای جمع‌آوری کمک‌های مردمی با هم رقابت کنند؛ نسبت به سازمان‌هایی که کاملاً به وجوه دولتی وابسته‌اند کاراتر و پاسخ‌گوترند و خدمات متنوع‌تری را فراهم کرده و در نتیجه منعکس‌کننده ترجیحات خیرین هستند. در واقع انگیزه‌های مالیاتی برای کمک‌های خیریه انفرادی، امکان می‌دهد تا به طور مستقیم درباره چگونگی مصرف وجوه آنان اظهار نظر کنند (گیلک حکیم‌آبادی، ۱۳۹۰).

جلب اعتماد مردم نسبت به اقدامات خیرخواهانه افراد، و این که کمک‌های ارائه شده حتماً به دست افراد نیازمند می‌رسد، از عوامل مهمی است که مردم را به کمک کردن تشویق خواهد کرد (کریمی، ۱۳۸۵). احساس تعهد به سازمان، هنگامی در شخص ایجاد می‌شود که آن سازمان برای شخص، با ارزش و قابل درک باشد. این امر نیز سبب برقراری ارتباط و همکاری با سازمان و نزدیک شدن به آن می‌گردد. در این راستا وقف را می‌توان عمومی‌ترین پدیده تعاون، همکاری و مشارکت بشری دانست که از قدیمی‌ترین دوره‌های تاریخی در جوامع مختلف وجود داشته است (صحرانورد و اسدی، ۱۳۹۱). با توجه به اهمیت و پیچیدگی

پدیده مشارکت مردمی و تعاون، بسیاری از عناصر و مؤلفه‌های موجود در جامعه بر مشارکت مردمی به ویژه مشارکت در امور خیریه و وقف مؤثر بوده است (گنجی و دیگران، ۱۳۹۴).

عوامل فرهنگی

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 می‌نماید (آغاز، ۱۳۸۱).

شواهد نظری و تجربی نشان می‌دهند، کنش‌های خیرخواهانه انسان‌ها تا حدود زیادی ریشه در باورها و اعتقادات شهروندان دارد و باورهای فرهنگی و اجتماعی در گرایش‌های نوع دوستی و رفتارهای داوطلبانه و نیکوکارانه شهروندان مؤثر است (گنجی و دیگران، ۱۳۹۴).

عوامل مذهبی

ارزش‌ها و نمادهای دینی رایج در فرهنگ اسلامی از قبیل صدقه، زکات، توجه به فقرا و محرومان، نذر، ایثار، احسان و محبت با بندگان، نوع دوستی، تعاون و مشارکت جمعی و وقف اموال و دارایی برای اهداف خیریه بیانگر قابلیت‌های وسیع کارآفرینی اجتماعی در اسلام است. آیه‌های قرآن و احادیث متعدد مسلمانان را به خاطر اقدامات بشر دوستانه و نیکوکارانه به پادشاه‌های بهشت برین و قرب الهی مژده می‌دهند. به علاوه، مسلمانان اقدامات نیکوکارانه از قبیل صدقه، کمک کردن به نیازمندان و وقف را نوعی تعهد اخلاقی و دینی می‌دانند و در راستای جلب رضایت خداوند و رفع خواسته‌های نیازمندان تلاش می‌کنند (احسانی‌راد، ۱۳۹۲). علاوه بر این «انسان‌ها ذاتاً در اندیشه ماندگاری و کمال هستند و این را می‌توان از خلق و خوی انسان‌ها دانست، به همین جهت انسان‌ها در این اندیشه و فکر هستند که چگونه می‌توانند نام خود و یاد خود را ماندگار نمایند و حتی پس از مرگ هم باقی باشند و حیات آن‌ها پس از مرگ نیز تداوم یابد و آثاری از خود به جای بگذارند و کارهای

اساس به نظر می‌رسد بتوان گفت شهروندانی که به باورهای مذهبی بیشتر معتقد هستند، تمایل بیشتری دارند تا در امور خیرخواهانه و داوطلبانه و دگرخواهانه شرکت کنند. از سوی دیگر در قرآن کریم به طور مکرر به آیاتی برمی‌خوریم که بر مسأله‌ی نیکوکاری و احسان و کمک به فقرا و مستمندان و دستگیری مظلومان و.. تأکید می‌نماید. وقف نیز یکی از حسنات مؤکد و از باقیات و صالحات است که مورد تأکید آیین اسلام است. لذا ایجاد و بسط قسط و عدل، تعدیل ثروت‌های عمومی، کمک به در راه ماندگان و محرومین مادی و معنوی، یکی از شیوه‌های گسترش عدالت اجتماعی است (شکاری، ۱۳۹۱).

عوامل اقتصادی

منافع چیست؟ اهدای خیریه به عنوان یک رفتار اقتصادی که انتقال منافع مادی را با ساختار اجتماعی مرتبط می‌کند (گرانووتر^۸، ۱۹۸۵) و در ساختار فرهنگی نهفته است (الکساندر^۹، ۲۰۰۳). ویر، منافع را به دو دسته تقسیم می‌کند. اول: منافع مادی هستند، که به منابع اشاره دارند مانند درآمد، ثروت و قدرت که با عقلانیت اقتصادی ارتباط دارند؛ دوم: منافع ایده‌آل، با اشاره به جنبه معنوی منافع است که با فعالیت‌های بازیگران، یعنی انواع ایده‌آل‌های جهان در ذهن افراد مانند باورهای سیاسی و مذهبی پیوند دارد (ویر^{۱۰}، ۱۳۸۵).

رشد و توسعه اقتصادی: سازمان‌های خدماتی غیرانتفاعی مولد تولید کشور را افزایش می‌دهند و در نتیجه شغل ایجاد کرده و مخارج دولت را کاهش می‌دهند (حسامی‌عزیزی و دیگران، ۱۳۹۶). شرایط اقتصادی و نرخ‌های مالیات از عوامل مهمی هستند که بر میزان پرداخت‌های خیریه (خصوصاً از سوی بخش خصوصی)، تأثیر دارند. اگر مؤسسات خیریه به دو بخش مؤسسات خیریه دولتی و خصوصی تقسیم شود. بررسی‌ها حاکی از آن است که افراد ثروتمند زمانی که نرخ‌های مالیاتی افزایش می‌یابند کمتر به مؤسسات خیریه خصوصی کمک می‌کنند و در این شرایط کمک‌های دولتی به مؤسسات خیریه افزایش خواهند یافت. دولت‌ها به شکل‌های مختلف از کمک‌های خیریه خصوصی حمایت می‌کنند.

ماندگار انجام دهند و مشکلات اجتماعی و یا فرهنگی را به نحوی حل و فصل کنند (دری نجف‌آبادی، ۱۳۸۹).

بنابر مباحث مطرح شده در این بخش می‌توان گفت اعتقادات مذهبی (میزان دین‌داری) افراد در شرکت آن‌ها در وقف و امور خیریه تأثیرگذار می‌باشد، با این توضیح که مسلم است کسی که خدا و زندگی اخروی را قبول دارد، سعی در انجام اموری دارد که باعث خشنودی خدا شود و برای آخرتش توشه‌ای باشد، از کارهای پسندیده این مهم توجه به نیازهای دیگران و تلاش برای رفع آن‌ها می‌باشد؛ بنابراین فرد متناسب با توانایی خود در این مسیر گام برمی‌دارد (احسانی‌راد، ۱۳۹۲).

مردم مذهبی نسبت به افراد غیرمذهبی به دادن پول و داوطلب شدن برای امور خیریه مشتاق‌تر هستند (گرونیجرگ و نور، ۲۰۰۴؛ جکسون و دیگران، ۱۹۹۵؛ بکرس و ویپکینگ، ۲۰۱۰ به نقل از ملکی و شرفی، ۱۳۹۶). کمک‌های خیریه توسط مردم مذهبی را می‌توان با استفاده از چارچوب انتخاب عقلانی مبتنی بر اعتقاد توجیه کرد. مردم مذهبی بر این باورند که در بهشت برای اعمال خود بر روی زمین، پاداش دریافت خواهند کرد یا مجازات خواهند شد؛ پس نیکوکاری بر روی زمین، نفع شخصی را روشن می‌کند (هریس، ۲۰۰۸؛ آموس، ۱۹۸۲). رانگاناتان و هنلی (۲۰۰۸)، در تحقیق خود، اثر مستقیم بر تمایل به اهدای کمک به مؤسسات خیریه را تأیید کرده‌اند (ملکی و شرفی، ۱۳۹۶).

هم‌چنین وانگ و گرادی بر این باورند که باورهای مذهبی از عوامل تعیین‌کننده‌ی کنش‌های داوطلبانه و افزایش کمک‌های خیریه و بشر دوستانه است. شهروندان معتقد به باورهای مذهبی تمایل بیشتری دارند تا کمک‌های خیریه‌شان را در اختیار قشرهای آسیب‌پذیر و معلولان قرار دهند (وانگ و گرادی^{۱۶}، ۲۰۰۸).

علاوه بر این، سالمون^{۱۷} در یک بررسی تطبیقی، معتقد است که مکتب اسلام نسبت به بسیاری از مکاتب دینی دیگر، اهمیت زیادی به فعالیت‌های نوع دوستی و خیریه می‌دهد (سالمون، ۱۹۹۷، به نقل از شکاری، ۱۳۹۱). بر این

تقلید قرار می‌گیرند. برنامه‌های نیکوکاری مانند "جشن عاطفه‌ها" و "جشن نیکوکاری" نمونه‌هایی از این قبیل اند (کریمی، ۱۳۸۵).

امکه (۲۰۱۲)، به بررسی عوامل مؤثر بر تبلیغات دهان به دهان توسط اهدا کنندگان کمک به مؤسسات خیریه پرداخته و گفته است که بازاریان مؤسسات خیریه می‌توانند با تمرکز بر این عوامل، نسبت به جذب حامیان و کمک‌های بیشتر اقدام کنند (ملکی و شرفی، ۱۳۹۶).

فالکو و همکاران (۱۹۹۸) بیان می‌کنند که اکثریت مردم رفتارهای بشردوستانه خود را به والدین خود نسبت می‌دهند و یانکلویچ^{۲۴} (۱۹۸۵) بیان می‌کند که از آن‌ها رفتار انسان دوستانه را از طریق تعالیم مذهبی آموخته است.

زولیفلی و نجیب^{۲۵} (۲۰۰۸) در تحقیقی با عنوان "سرمایه‌گذاری فرصت‌های وقفی در مالزی (مسائل و چالش‌ها) به بررسی فرصت‌ها پرداخته است. در این تحقیق میزان اراضی وقفی و به نسبت آن جمعیت آن کشور مورد بررسی قرار گرفته است. چالش‌ها و مشکلات و فرصت‌ها بررسی و راه کار مناسب پیشنهاد گردیده است تحقیق فوق به مطالعه موقوفات به صورت توصیفی و تحلیلی پرداخته است.

عبدالکریم، شمسیه بت^{۲۶} (۲۰۰۸) در تحقیقی با عنوان "وقف در سنگاپور: مدیریت نوین و توسعه وقف و کمک به توسعه مذهبی، اجتماعی و اقتصادی مسلمانان اقلیت در سنگاپور" به حیطه وقف پرداخته است. این مقاله ابزارهای مؤثر در توسعه اجتماعی، اقتصادی و مذهبی وقف بررسی می‌نماید و ارزش‌ها و هنجارهایی که موجب افزایش و توسعه وقف می‌گردد مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفته است و تغییر ساختار و روش‌هایی که می‌تواند نسبت به بهبود و گسترش وقف بپردازد ارائه شده است.

کریم^{۲۷} (۲۰۰۸) در تحقیقی با عنوان "بنیاد بین‌المللی وقف: پیشنهادی برای ایجاد شبکه جهانی وقف" به مسئله جهانی سازی وقف پرداخته است. در تحقیق فوق، وقف را بعنوان ملک خصوصی معرفی نموده که بطور دائم در اختیار عموم مردم قرار می‌گیرد و درآمد حاصل از آن به منظور مورد

یک روش، درباره مقررات و قوانین ناظر بر فعالیت‌های این مؤسسات است که به سختی و شدت مؤسسات تجاری انتفاعی نیست زیرا در بسیاری از موارد مؤسسات غیرانتفاعی نمی‌توانند در شرایط سخت قانون و مقررات دوام بیاورند (حسامی عزیزی، ۱۳۹۶). روش دیگر که تقریباً عمومی‌ترین روش است؛ انگیزه‌های مالی است. دولت‌ها به ویژه در کشورهای توسعه یافته مانند آمریکا، انگلستان و کانادا و... برای تشویق و افزایش کمک‌های خیریه از انگیزه‌های مالیاتی عموماً به دو روش کسورات مالیاتی و اعتبار مالیاتی استفاده می‌کنند (مزیک و زاهدی، ۱۳۹۰ و شفیعی، ۱۳۹۰ به نقل از حسامی عزیزی، ۱۳۹۶).

عوامل سیاسی

به عنوان یک رهبر ایدئولوژیک، دولت می‌تواند از رسانه‌ها، آموزش، و دیگر کانال‌ها برای استفاده سریع از لفاظی‌های داخلی مانند مسئولیت اجتماعی (جوینر و پاپین^{۲۱}؛ ۲۰۰۲)، فداکاری شخصی (Cao, 2007) در تمام سطوح جامعه، زمانی که مشکل در یک مکان و منطقه اتفاق می‌افتد، کمک بگیرد و به ذهن مردم برای، ترویج اهدای خیریه رسوخ کند و مردم را تحت تاثیر قرار دهد (هانتر و ویدنو^{۲۲}، ۱۹۸۴).

برخی مطالعات نشان می‌دهد که اعتقادات سیاسی و کمک‌های خیریه با هم رابطه مثبتی دارند (لایمن، ۲۰۰۱؛ پاولا و روز^{۲۳}، ۲۰۰۲) به این دلیل که سازمان حزب می‌تواند احساس مسئولیت اجتماعی اعضای حزب را از طریق گفتگوی داخلی و سازماندهی فعالیت‌ها افزایش دهد (بننت، ۲۰۰۲)

عوامل تاریخی-تقلیدی

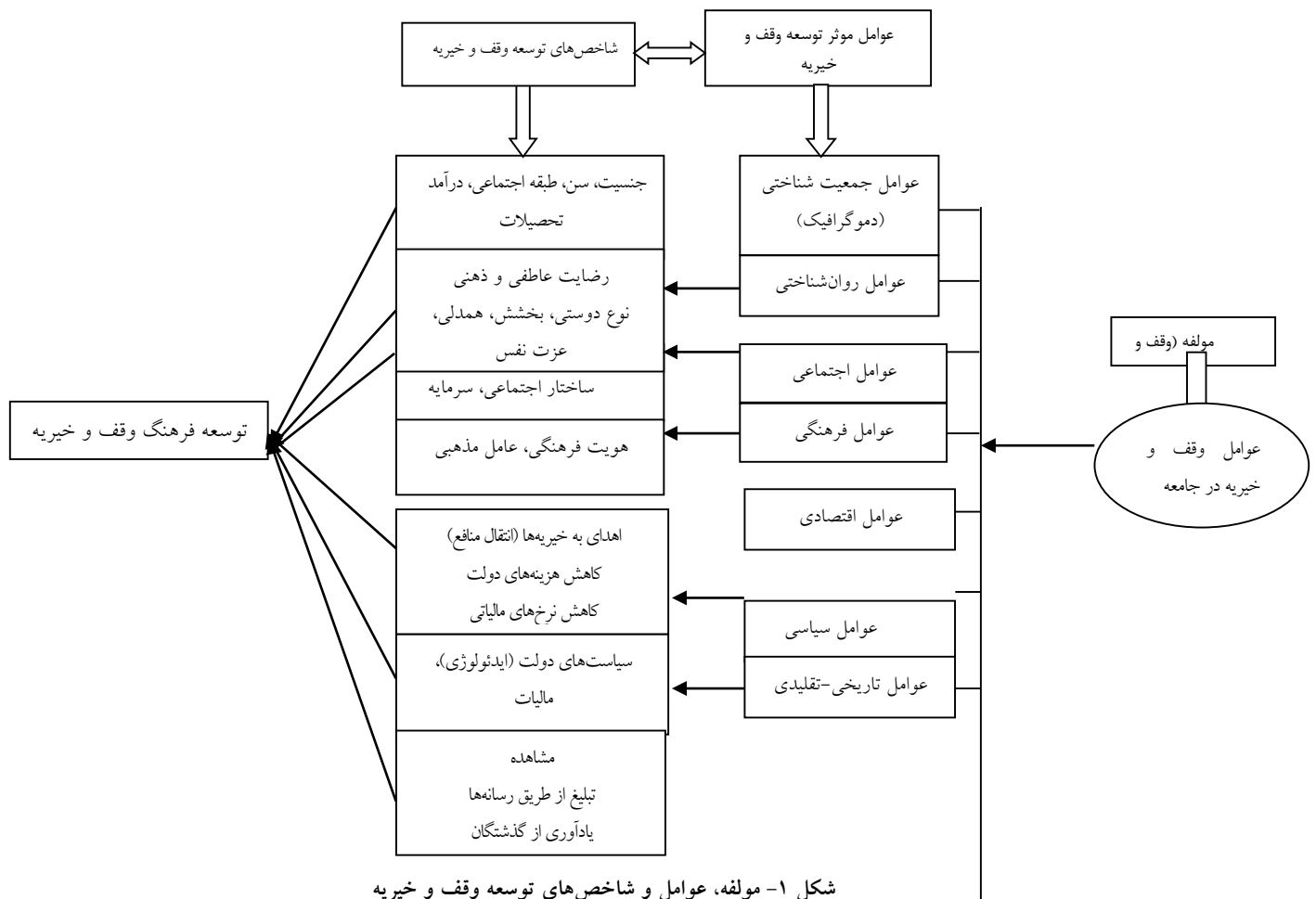
از آنجا که بخش مهمی از رفتارهای انسان، از طریق مشاهده و تقلید رفتارهای دیگران آموخته می‌شود، باید بپذیریم که رفتارهای موافق اجتماع نیز از این قاعده مستثنی نیستند. در این خصوص نقش رسانه‌های گروهی غیرقابل انکار است. از آن جا که شخصیت‌های تلویزیونی و سینمایی از محبوبیت زیادی برخوردارند، چنانچه این شخصیت‌ها، در رسانه‌ها رفتارهای نوع دوستانه و موافق اجتماع از خود نشان دهند، به احتمال زیاد از سوی بسیاری از مردم مورد

پنج کشور مسلمان می‌باشد و دارای آیین‌نامه‌ای به منظور فعال‌سازی اوقاف در زمینه توسعه اقتصادی و اجتماعی ملل و جوامع اسلامی، و مرتفع کردن مشکلات اقتصادی اقشار فقیر جامعه می‌باشد.

با توجه به مفاهیم نظری و پیشینه تحقیق مدل مفهومی پژوهش به شکل ۱ می‌باشد:

نظر ارسال می‌گردد. هدف مقاله فوق بررسی موضوع احیای موقوفات و حفظ موقوفات می‌باشد که برای این منظور پژوهشگر، پیشنهاد بنیاد بین‌المللی وقف به عنوان یک شبکه جهانی را داده است. این پژوهش، به صورت کیفی و تحلیلی و توصیفی می‌باشد.

موقوفات در تمام کشورهای جهان وجود دارند. سند اثبات آن، تشکیل بنیاد جهانی وقف است که شامل پنجاه و



شکل ۱- مولفه، عوامل و شاخص‌های توسعه وقف و خیریه

در یک موقعیت جدید (سازمان اوقاف و امور خیریه) و ارائه مدل پیشنهادی می‌باشد.

این پژوهش از نظر نوع داده‌ها، تلفیقی (کمی و کیفی) و از نظر نحوه گردآوری داده‌ها توصیفی از نوع پیمایشی می‌باشد. در پژوهش‌های توصیفی، پژوهشگران بدون دخل و تصرف در متغیرها، وضعیت مورد بررسی را گزارش می‌دهند. در پژوهش حاضر جهت توصیف توسعه فرهنگ

روش تحقیق

این پژوهش از نظر هدف، کاربردی است. هدف پژوهش‌های کاربردی به کارگیری دانش در موقعیت‌های جدید و در یک زمینه خاص است. در این پژوهش محقق با توجه به نظریه‌ها و رویکردهایی که در زمینه توسعه فرهنگ وقف وجود دارد، به دنبال به کارگیری این نظریات

سیاسی و عوامل تاریخی- تقلیدی) و ۵۶ شاخص در نظر گرفته شد.

براساس اطلاعات این پرسشنامه‌ها، ابتدا به اعتباریابی عوامل و شاخص‌های مدل بر مبنای تحلیل عاملی اکتشافی (EFA^{۲۸}) و تاییدی (CFA^{۲۹}) و سپس استخراج روابط ساختاری با استفاده از روش تحلیل مدل‌یابی معادلات ساختاری (SEM^{۳۰}) پرداخته شد.

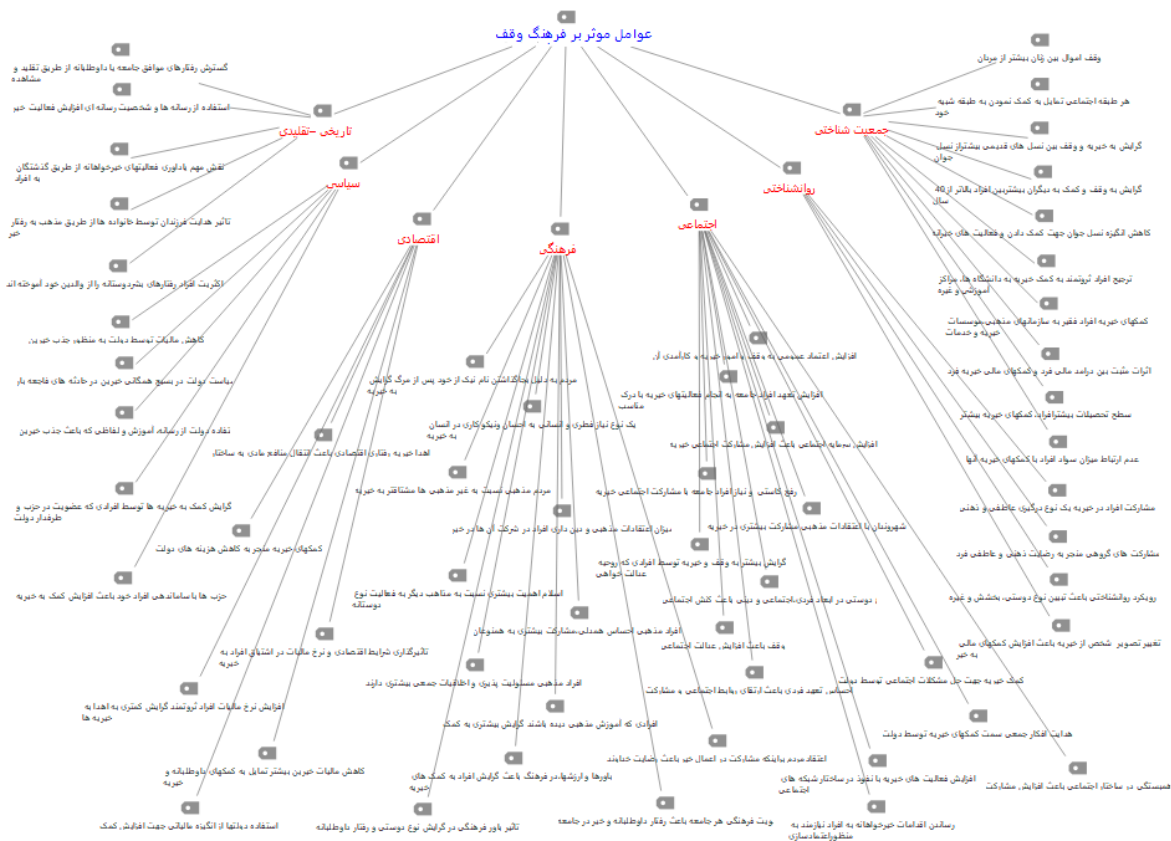
داده‌های این پژوهش مستخرج از یک نمونه آماری نسبتاً معرف برخاسته از یک جامعه آماری شامل تمام کارشناسان و کارکنان سازمان اوقاف در سراسر کشور بود. نمونه آماری، براساس نمونه لازم برای انجام تحلیل عاملی اکتشافی یا تاییدی (کلاین، ۱۳۹۵) ۵۰۰ نفر بود که البته ۴۸۱ پرسشنامه عودت داده شد. روش نمونه‌گیری طبقه‌ای متناسب با حجم از زیر جمعیت‌ها (حوزه‌های مختلف شغلی) انتخاب شده است، بدین صورت که پرسشنامه در بخش‌های شغلی مختلف سازمان اوقاف توزیع و جمع‌آوری گردید. پایایی ترکیبی و روایی سازه این سوالات و مولفه‌ها براساس مدل‌یابی معادلات ساختاری و به عنوان شاخص‌های نیکویی برازش محاسبه و گزارش شد. تحلیل داده‌ها بر مبنای روش تحلیل مولفه‌های اصلی^{۳۱} (که در تحلیل عاملی اکتشافی و تاییدی بکار می‌رود) و هم‌چنین مدل‌یابی معادلات ساختاری (SEM) در نرم‌افزارهای SPSS و AMOS انجام پذیرفت. یافته‌های تحقیق:

پس از بررسی ادبیات نظری و پژوهشی موجود و براساس مصاحبه با خبرگان که تعداد آن‌ها ۱۷ نفر بود، مصاحبه‌های نیمه ساختارمند انجام گرفت. در نهایت براساس استخراج کدها براساس فرآیند تحلیل مضمون، ۷ عامل جمعیت شناختی، روان‌شناختی، اجتماعی، فرهنگی، اقتصادی، سیاسی و تاریخی- تقلیدی شناسایی شدند. در باره مولفه‌ها و عوامل شناسایی شده براساس مقیاس پنج درجه‌ای لیکرت مورد پرسش قرار گرفت. شاخص‌های بیان شده توسط خبرگان براساس نرم‌افزار MAXQDA مورد تحلیل قرار گرفت. که در شکل ۲ نمایش داده می‌شود.

وقف از روش پیمایشی - از نوع همبستگی استفاده شده که طی آن پرسشنامه پژوهش بین افراد مورد مطالعه توزیع و داده‌های گردآوری شده بدون هیچ گونه تغییری گزارش شده است.

جامعه آماری این پژوهش در دو بخش کیفی و کمی متفاوت بوده است. در بخش کیفی جامعه مورد مطالعه مشتمل بر ۱۷ نفر از افراد صاحب نظر و خبرگان در دسترس در حوزه اوقاف و امور خیریه بوده است. جامعه آماری پژوهش در بخش کمی، کلیه کارکنان سازمان اوقاف که در سازمان‌های اوقاف و امور خیریه مشغول به کار می‌باشند، بوده است. حجم نمونه برابر ۴۸۱ نفر در نظر گرفته شد. ابزار گردآوری داده‌ها با توجه به اهمیت و گستردگی توسعه فرهنگ وقف مطالعات کتابخانه‌ای در مورد ادبیات و پیشینه توسعه فرهنگ وقف در ایران و سایر کشورها در نظر گرفته شد تا در مرحله بعد با استفاده از روش میدانی و مراجعه مستقیم به نمونه‌های پژوهش، تحلیل مناسبی از وضعیت توسعه فرهنگ وقف بدست آید. برای اینکه ابزار مناسبی برای بررسی وضعیت موجود توسعه فرهنگ وقف تدوین شود، محقق بررسی جامعی در مورد مدل‌ها، مولفه‌ها و ابعاد وقف در ایران و جهان انجام داد و سپس به بررسی اسناد و مدارک در سازمان اوقاف و امور خیریه پرداخت. نتیجه این بررسی‌ها، تهیه فهرست ابتدایی از ابعاد و مولفه‌های توسعه فرهنگ وقف که شامل هفت عامل جمعیت شناختی، روان‌شناختی، اجتماعی، فرهنگی، اقتصادی، سیاسی و تاریخی- تقلیدی می‌باشد.

مهم‌ترین ابزار مورد استفاده برای گردآوری داده‌ها شامل یک پرسشنامه محقق ساخته و دارای دو بخش بود. بخش اول مربوط به مشخصات فردی پاسخ‌گویان بوده که در آن متغیرهایی هم‌چون مقطع تحصیلی، سابقه خدمت و سمت سازمانی مطرح شده است. بخش دوم این پرسشنامه نیز برای بررسی عوامل مؤثر بر توسعه فرهنگ وقف با ۷ مولفه (شامل عوامل جمعیت شناختی، عوامل روان‌شناختی، عوامل اجتماعی، عوامل فرهنگی، عوامل اقتصادی، عوامل



شکل ۲- خروجی نرم افزار MAXQDA برای هر کدام از عوامل، ابعاد و شاخص‌ها

در زیر خروجی نرم افزار برای آزمون t - تک نمونه‌ای برای مولفه‌های عوامل موثر بر توسعه فرهنگ وقف آمده است:

جدول ۱- نتایج آزمون t تک نمونه‌ای برای مولفه‌های عوامل موثر بر توسعه فرهنگ وقف

تفاوت میانگین	میزان معنی داری	درجه آزادی	مقدار آماره t	میانگین	عوامل موثر بر توسعه فرهنگ وقف	مؤلفه اصلی
3.61867	.000	16	12.628	6.6187	عوامل موثر بر توسعه فرهنگ وقف	مؤلفه اصلی
1.86601	.000	16	5.692	4.8660	جمعیت شناختی	زیر مؤلفه
4.45588	.000	16	12.329	7.4559	روانشناختی	
4.64706	.000	16	16.476	7.6471	اجتماعی	
4.22549	.000	16	11.516	7.2255	فرهنگی	
3.10294	.000	16	8.853	6.1029	اقتصادی	
3.12745	.000	16	7.495	6.1275	سیاسی	
3.90588	.000	16	11.219	6.9059	تاریخی- تقلیدی	

علاوه بر طراحی مدل به تأثیر مجموعه‌ای از عوامل جمعیتی شناختی، روان‌شناختی، اجتماعی، فرهنگی، اقتصادی، سیاسی و تاریخی - تقلیدی بر توسعه فرهنگ وقف پرداخته است. برای بررسی تأثیر این عوامل بر توسعه فرهنگ وقف از تحلیل رگرسیون استفاده گردیده است که نتایج آن در جدول زیر آمده است:

جدول ۲- ساختار روابط بین سازه توسعه فرهنگ وقف و سازه‌های عوامل

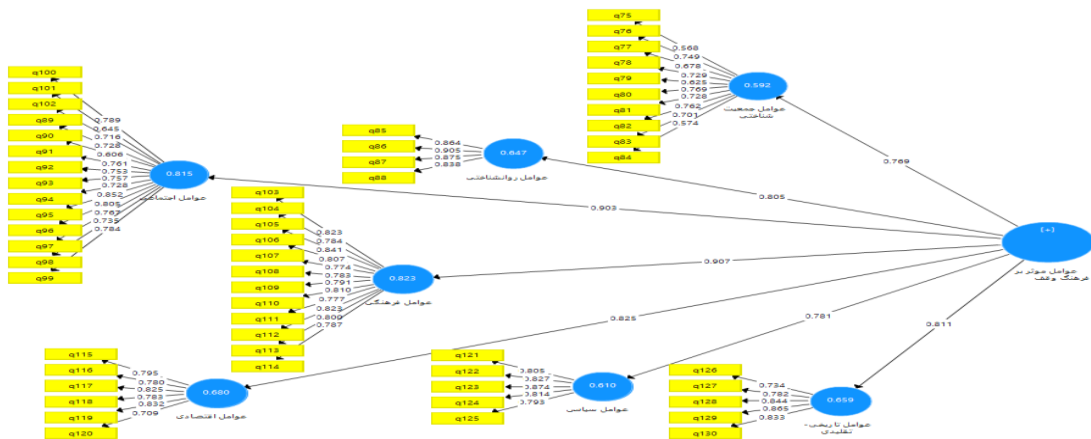
متغیرهای پیش‌بین	ضریب رگرسیونی (B)	خطای استاندارد	ضریب رگرسیونی استاندارد (β)	آماره t	میزان معنی‌داری (sig)
اجتماعی	۰/۶۸	۰/۳۲	۰/۶۲	۶/۵۴	۰/۰۰۰
اقتصادی	۰/۵۶	۰/۱۴	۰/۵۲	۳/۷۵	۰/۰۰۰
تاریخی - تقلیدی	۰/۴۱	۰/۳۵	۰/۳۷	۳/۲۵	۰/۰۲۷
جمعیت شناختی	۰/۳۵	۰/۲۴	۰/۳۱	۲/۲۰	۰/۰۳۵
روان‌شناختی	۰/۳۲	۰/۲۰	۰/۲۹	۲/۱۱	۰/۰۴۱
سیاسی	۰/۷۱	۰/۴۹	۰/۶۸	۴/۵۰	۰/۰۰۰
فرهنگی	۰/۶۰	۰/۱۱	۰/۵۷	۳/۰۰	۰/۰۱۲

همانطور که ملاحظه می‌شود همه مؤلفه‌های عوامل موثر بر توسعه فرهنگ وقف دارای میانگین بالاتر از ۳ بوده و مقدار t بالاتر از ۱/۹۶ دارد. طبق جدول فوق وضعیت موجود در حد مناسبی است. در این بخش به بررسی ساختار روابط بین سازه توسعه فرهنگ وقف و سازه‌های عوامل می‌پردازیم. در این تحقیق

مبتنی بر داده‌هایی از جامعه آماری و براساس روش‌های تحلیل مدل‌یابی معادلات ساختاری انجام پذیرفته است. تحلیل کمی مؤلفه‌ها و گویه‌ها به طور کلی به دو بخش تقسیم می‌شود: ارتباط بین گویه‌ها (یا سؤالات) با سازه‌های زیربنایی خود بررسی می‌شود. به عبارتی، این کار در اصل براساس مبانی تحلیل عاملی تأییدی^{۳۲} انجام می‌شود که توسط روش مدل‌یابی معادلات ساختاری^{۳۳} انجام می‌پذیرد. در این تحقیق انجام تحلیل‌های معادلات ساختاری توسط نرم‌افزار AMOS انجام گرفته است. در شکل زیر مدل آزمون شده همراه با مقادیر استاندارد شده بارهای عاملی روی هر کدام از مسیرها براساس خروجی نرم‌افزار AMOS درج شده است. یافته‌ها نشان می‌دهد که از ضرایب مسیر عنوان شده، تأثیر همه عوامل معنادار است و همه ضرایب مثبت و معنادار هستند مقدار بار عاملی مورد تایید در تحلیل عاملی تأییدی^{۳۳} است (کلاین، ۱۳۹۵).

همانطور که ملاحظه می‌شود همه عوامل فوق تأثیر معنی‌داری بر توسعه فرهنگ وقف ضرایب رگرسیونی (ضرایب مسیر) عوامل اجتماعی، عوامل اقتصادی و عوامل سیاسی در جدول فوق در سطح اطمینان ۹۹ درصد معنی‌دار بوده و نشان از تأثیر مثبت معنی‌دار بر توسعه فرهنگ وقف دارند.

پس از استخراج ابعاد و مؤلفه‌ها براساس مصاحبه با خبرگان در بخش کیفی و استخراج الگوی کیفی، در این بخش به تحلیل ساختار عاملی الگوی استخراج شده و اعتباریابی مدل خواهیم پرداخت. در این بخش در اصل مدل مناسب توسعه فرهنگ وقف که با داده‌های کمی برازش دارد، را در اینجا مورد آزمون قرار می‌دهیم در واقع در این بخش، به بررسی برازش مدل با داده‌های تجربی در جامعه آماری می‌پردازیم. بدین منظور پرسشنامه‌ای مبتنی بر ابعاد، مؤلفه‌ها و گویه‌های استخراج شده در بخش کیفی تدوین شده و یک نمونه معرف از جامعه آماری مذکور، اجرا گردید، در واقع در این بخش نوعی اعتباریابی مدل



شکل ۳- بارهای عاملی و ضرایب مسیر الگوی ساختاری مدیریت توسعه فرهنگ وقف

مدل با داده‌های برخاسته از جامعه آماری که تحت عنوان تبیین مدل از آن یاد می‌شود، چندین معیار نیکویی برازش^{۳۴} وجود دارد.

در اینجا، هر دو بخش اندازه‌گیری و ساختاری به عنوان یک مدل واحد با هم مورد ارزیابی قرار می‌گیرند. در جدول زیر شاخص‌های نیکویی برازش آمده است که بررسی می‌کند آیا مدل ساختاری از برازش مناسبی با داده‌های کمی برخوردار است یا خیر؟

جدول ۳- شاخص‌های نیکویی برازش

RMSEA	CFI	AGFI	X^2/df	$X^2(P\text{-value})$	نام معیار قضاوت
۰/۰۹	۰/۸۹	۰/۸۶	۲/۵۰	۱۵۹۰ (۰/۰۲۱)	مقدار آماره

پس از استخراج و تعیین مؤلفه‌های مدل، در این مرحله براساس نظر خبرگان و متخصصان، پرسشنامه‌ای به منظور تعیین و سنجش تناسب مدل تدوین گردید و در اختیار ۲۰ نفر از خبرگان قرار گرفت. این پرسشنامه در ۷ حوزه «فلسفه و اهداف»، «مبانی نظری»، «ابعاد و مؤلفه‌های مدل»، «عوامل موثر»، «سازو کارهایی اجرایی»، «ساز و کارهای ارتقاء» و «نظام بازخورد، اصلاح، ارزیابی و مهندسی مجدد»، تناسب مدل را مورد ارزیابی قرار می‌دهد. برای تحلیل این پرسشنامه و پاسخ به سوال تحقیق از آزمون t تک نمونه‌ای استفاده گردید. نتایج این آزمون در جداول (۴) و (۵) آمده است:

همانطور که ملاحظه می‌شود هیچ کدام از بارهای عاملی در شکل شماره کمتر از ۰/۳ نمی‌باشند و لذا می‌توان نتیجه گرفت که اجزاء مدل در لایه اول روابط (روابط بین زیر مولفه‌ها و شاخص‌ها یا سوالات مربوطه) مناسب بوده یا به اصطلاح این زیر سوالات یا شاخص‌ها برای سنجش زیر مولفه‌های مربوطه دارای اعتبار (روایی) سازه مناسبی هستند. در ادامه به منظور اعتباریابی الگوی مدیریت توسعه فرهنگ وقف، به بررسی شاخص‌های نیکویی برازش مدل پرداخته شده است. بدین منظور برای بررسی درجه تناسب

مقدار کای دوی-نسبی یعنی X^2/df باید کمتر از ۳ باشد و مقادیر شاخص برازش مدل اصلاح شده (AGFI) و شاخص برازش تطبیقی (CFI) باید نزدیک به ۱ باشد (بیشتر از ۰/۷ قابل قبول است). همچنین مقدار ریشه میانگین مربعات خطا باید کوچک و کمتر از ۰/۱ باشد. براساس یافته‌های جدول فوق از نظر همه معیارهای برازش، مدل ساختاری برازش خوبی با داده‌های کمی (جامعه آماری) دارد. در کل می‌توان گفت که الگوی ساختاری مدیریت توسعه فرهنگ وقف از تبیین (برازش) خوبی با داده‌های جامعه آماری دارد.

جدول ۴- شاخص‌های توصیفی معیارهای تناسب مدل توسعه فرهنگ وقف

نام معیار تناسب	تعداد نمونه	میانگین	انحراف معیار	خطای استاندارد میانگین
فلسفه و اهداف	۲۰	۴/۶۵	۰/۲۶	۰/۰۴۴
مبانی نظری	۲۰	۴/۸۲	۰/۲۱	۰/۰۲۳
ابعاد، مولفه‌ها و شاخص‌های مدل	۲۰	۴/۷۳	۰/۱۴	۰/۰۵۲
عوامل موثر	۲۰	۴/۷۷	۰/۳۰	۰/۰۲۵
سازوکارهای ارتقاء	۲۰	۴/۵۶	۰/۲۰	۰/۰۱۵
فرآیند اجرایی	۲۰	۴/۹۸	۰/۲۲	۰/۰۳۴
نظام بازخورد و اصلاح، ارزیابی و ..	۲۰	۴/۷۹	۰/۱۸	۰/۰۵۰

همانطور که در جدول آمار توصیفی فوق ملاحظه می‌شود همه معیارهای سنجش تناسب دارای میانگین بالای حد متوسط یعنی ۳ بوده و حتی همگی دارای میانگین بالای ۴ هستند که نشان از اعتبار بالای مدل از نظر معیارهای تناسب می‌باشد. البته باید این اختلاف

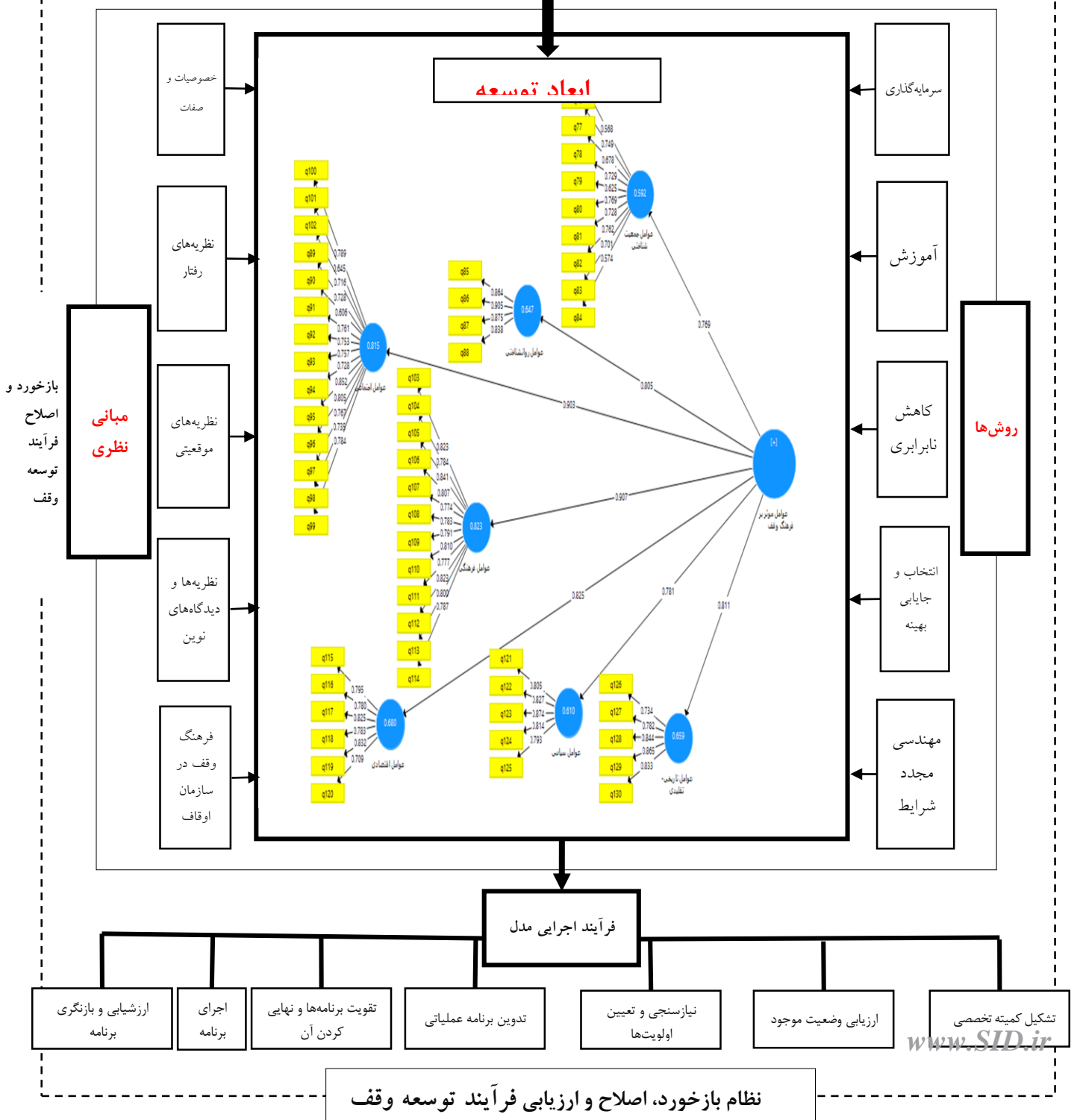
میانگین از نظر آماری نیز بررسی و معنی‌دار بودن اختلاف میانگین این معیارها با مقدار متوسط ۳ محرز شود. بدین منظور در جدول زیر نتایج آزمون t تک نمونه‌ای آمده است.

جدول ۵- نتایج آزمون t تک نمونه‌ای برای معیارهای تناسب مدل توسعه فرهنگ وقف

نام معیار تناسب	تفاوت میانگین	حد متوسط (میانگین فرضی) برابر با ۳ است		
		مقدار آماره t	درجه آزادی	میزان معنی‌داری (sig.)
فلسفه و اهداف	۱/۶۵	۷/۵۴	۱۹	۰/۰۰۰
مبانی نظری	۱/۸۲	۶/۸۲	۱۹	۰/۰۰۰
ابعاد، مولفه‌ها و شاخص‌های مدل	۱/۷۳	۶/۲۴	۱۹	۰/۰۰۰
عوامل موثر	۱/۷۷	۶/۰۵	۱۹	۰/۰۰۰
روش‌های ارتقاء	۱/۵۶	۷/۸۲	۱۹	۰/۰۰۰
فرآیند اجرایی	۱/۹۸	۷/۲۵	۱۹	۰/۰۰۰
نظام بازخورد و اصلاح، ارزیابی و ...	۱/۷۹	۷/۸۰	۱۹	۰/۰۰۰

همانطور که در جدول فوق ملاحظه می‌شود تفاوت میانگین همه معیارهای تناسب مدل، مثبت است. این بدین معنی است که از نظر مقدار مطلق، همه معیارهای دارای میانگین بالای ۳ بودند (تفاوت عددی مثبت). از طرفی میزان معنی‌داری نشان داد که همه این معیارها، تفاوت معنی‌داری با مقدار متوسط دارند. به طوری که همه معیارها در سطح اطمینان ۹۹ درصد معنی‌دار هستند و این نشان از تناسب مدل از نظر تمام معیارهای تناسب است.

- فلسفه و اهداف**
- نهادینه کردن ابعاد، مؤلفه‌ها و روش‌های توسعه فرهنگ وقف
 - تعیین جایگاه واقعی برنامه‌های توسعه فرهنگ وقف
 - ایجاد ارزش افزوده برای سازمان اوقاف از طریق توسعه فرهنگ وقف
 - خلق فرصت‌های جدید به منظور به روز نمودن دائمی، مهارت‌ها و توانمندی‌ها
 - سیاست‌سازی در جهت اصلاح ساختار سازمان به منظور اجرای برنامه‌های توسعه فرهنگ وقف
 - ایجاد فرصت برابر، برای مدیران واجد صلاحیت‌ها در توسعه فرهنگ وقف
 - ایجاد فرصت‌های برای کارکنان سازمان اوقاف برای رشد و توسعه فرهنگ وقف
 - تدوین مدلی برای توسعه فرآیندهای کاری و اجرایی توسعه فرهنگ وقف



شکل ۴- مدل توسعه فرهنگ وقف

بحث و نتیجه گیری

کردند، بود. داده‌های کمی نیز مستخرج از یک نمونه آماری نسبتاً معرف برخاسته از یک جامعه آماری شامل تمام کارشناسان و کارکنان سازمان اوقاف در سراسر کشور بود. نتایج تحقیق نشان داد که براساس استخراج کدها براساس فرآیند تحلیل مضمون، الگوی توسعه فرهنگ وقف شامل ۷ عامل زیربنایی (دموگرافیک، روان‌شناختی، اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی، تاریخی-تقلیدی، سیاسی) بود. یافته‌های پژوهش حاکی از اعتبار بالای عوامل و شاخص‌های این الگو بود. نتایج تحلیل عاملی-اکتشافی نشان داد که جدول کل واریانس تبیین شده مولفه‌ها جمعاً ۷ عامل را تشکیل می‌دهند که در واقع نشان دهنده روایی مناسب سؤالات این مولفه است. همچنین تعداد عوامل، به اندازه تعداد ابعاد مورد انتظار براساس مدل مفهومی بود (یعنی ۷ عامل دموگرافیک، روان‌شناختی، اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی، تاریخی-تقلیدی، سیاسی) و برای مفهوم مدیریت توسعه فرهنگ وقف، در مجموع ۵۶ مولفه در ۷ عامل زیربنایی طبقه‌بندی شد. نتایج تحقیق با یافته‌های تحقیقاتی مانند بندرچی (۱۳۸۰)، معراجی (۱۳۸۵)، بشیر (۱۳۹۳)، کتابی (۱۳۸۳) و اسلم جوادی (۱۳۸۰) هم‌راستا بود و در تحقیقات مذکور برخی از ابعاد، مولفه‌ها یا شاخص‌های استخراجی در پژوهش آمده است.

در خاتمه پیشنهاد می‌شود برای مدیریت بهتر توسعه حوزه وقف به ابعاد مربوط به این مفهوم یعنی توسعه فرهنگ وقف در زمینه برنامه‌ریزی و سیاست‌گذاری توسعه فرهنگ وقف توجه ویژه شود. هم‌چنین برنامه‌ریزان و سیاست‌گذاران لازم است از اصول علمی در زمینه توسعه وقف استفاده کافی را برده و تلاش کنند که توسعه وقف براساس یک مدیریت علمی و مبتنی بر مفاهیم بنیادی حوزه‌هایی مانند دموگرافیک، روان‌شناختی، اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی، تاریخی-تقلیدی، سیاسی انجام پذیرد. یکی از مواردی که می‌تواند در این زمینه مفید فایده باشد و چراغ راهنمای حرکت در این مسیر باشد، همانا یافته‌های این پژوهش است: کمک رسانی به دیگران؛ به ویژه به نیازمندان، باعث حفظ و افزایش کرامت انسانی

وقف یک پدیده اجتماعی است که با محیط جغرافیایی و نظام ارزشی و هنجارهای فرهنگی یک جامعه در ارتباط است. وقف می‌تواند بر نظام اجتماعی و رفتارهای سیاسی و فرهنگی اثر گذاشته و به حمل مسائل اقتصادی جامعه کمک کند و هم‌چنین از نهادها و موسسات اجتماعی و کارگزاران فرهنگی تأثیر بگیرد. به همین جهت دست اندرکاران مسایل اقتصادی، سیاسی و اجتماعی می‌توانند وقف را از نگرش دیدگاه خود مورد بررسی و کنکاش قرار داده و به تعریف نظری و عملیاتی، مطابق با هنجارهای اجتماعی بپردازند.

با توجه به پذیرش شاخص‌های ارزشی متعدد وقف، در حوزه‌های مختلف مردمی در جوامع مختلف و با استناد به آمارهای موجود در خصوص کاهش موقوفات و اثربخشی آن در افکار عمومی مردم، در تحقیق حاضر پژوهشگر بر آن است که با استفاده از این عوامل مدلی جهت تغییر دیدگاه جامعه برای افزایش موقوفات، به منظور کاهش کاستی‌ها در همه زمینه‌های (فرهنگی، اجتماعی، اقتصادی، مدیریتی، سیاسی) ارائه دهد. بدین منظور به اندازه‌گیری میزان تأثیرگذاری عوامل متعدد و مولفه‌های مؤثر بر وقف و خیریه به منظور کاهش خلاءهای موجود در سطح سازمان اوقاف و امور خیریه پرداخته شد. زیرا عوامل اقتصادی، اجتماعی، سیاسی و... قابلیت و ظرفیت جهت رشد و توسعه وقف و خیریه را در کشور دارد.

بنابراین مسئله اساسی این پژوهش، تدوین و اعتباریابی (تبیین) الگوی مدیریت توسعه فرهنگ وقف بود. بدین گونه که جهت تدوین مدل از روش تحقیق کیفی مبتنی بر تحلیل محتوی موضوعی و برای اعتباریابی مدل از روش مدل‌یابی معادلات ساختاری و تحلیل عاملی اکتشافی و تاییدی استفاده شد. برای انجام بخش کیفی (مصاحبه‌ها) از خبرگان حوزه وقف استفاده شد. جامعه آماری تحقیق شامل تمامی اعضای هیات علمی دارای کار پژوهشی در حوزه وقف، مدیران و کارشناسان سازمان اوقاف و اهالی حوزه که در این زمینه کار

می‌شود. انجام اعمال خیر در جامعه، باعث افزایش عدل و کاهش ظلم در جامعه می‌شود. مردم به طور انفرادی و یا در قالب نهادهای خیریه و غیرانتفاعی و سازمان‌های غیردولتی می‌توانند به هم نوعان خود یاری رسانده و محیط اجتماع را برای خود و دیگران لذت بخش کنند.

- در تجزیه و تحلیل عوامل جمعیت شناختی (دموگرافیک)؛ تشویق و ترغیب نسل جوان جهت افزایش انگیزه برای کمک دادن و عمل خیرخواهانه نسبت به گذشته می‌تواند موجب کاهش فقر و افزایش اعمال خیرخواهانه گردد. تشویق و ترغیب افراد ثروتمند که اعمال خیرانه آن‌ها در حوزه علم و فناوری و... باعث کاهش فاصله طبقاتی و افزایش سطح آموزش در جامعه می‌شود.

- در تجزیه و تحلیل عوامل روان‌شناختی؛ مشارکت روانی مردم در قالب ایجاد تغییر و دگرگونی در ذهنیت‌ها و شکستن عقاید قالبی نامناسب و شرکت در عمل جمعی مشترک، گرایش و آمادگی روانی لازم را به برای کنش جمعی فراهم می‌نماید.

- در تجزیه و تحلیل عوامل اجتماعی؛ اگر دولت حمایت‌های مردمی را تشویق کند و با شهروندانی که درگیر حل مسائل اجتماعی هستند هم کاری کند، مردم این برداشت را خواهند کرد دولت به پیگیری نگرانی‌های مردم علاقمند بوده و در نتیجه شایسته حمایت مردم است. توجه به ترجیحات خیرین، سازمان‌های خیریه خصوصی که باید به طور مستقیم برای جمع‌آوری کمک‌های مردمی با هم رقابت کنند نسبت به سازمان‌هایی که کاملاً به وجوه دولتی وابسته‌اند کارتر و پاسخ‌گوترند و خدمات متنوع‌تری را فراهم کرده و در نتیجه منعکس‌کننده ترجیحات خیرین هستند. هم‌چنین جلب اعتماد مردم نسبت به اقدامات خیرخواهانه افراد، و این که کمک‌های ارائه شده حتماً به دست افراد نیازمند می‌رسد، از عوامل مهمی است که مردم را به کمک کردن تشویق خواهد کرد.

شرکت آگاهانه، داوطلبانه و مؤثر مردم در امور خیریه‌ی روستا، شهر و یا کشور به منظور رفع نیازهای سایر افراد یا رفع کاستی‌های موجود در جامعه کمک می‌کند. برقراری عدالت

اجتماعی و کاهش فواصل طبقاتی، رشد ثروت عمومی و تعدیل اقتصادی، رفاه همگانی و تعاون اجتماعی، جلوگیری از تکاثر ثروت در دست عده‌ای معدود، از طریق امور خیریه و وقف امکان پذیر است.

- در تجزیه و تحلیل عوامل فرهنگی؛ 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 می‌نماید.

- در تجزیه و تحلیل عوامل مذهبی؛ ارزش‌ها و نمادهای دینی رایج در فرهنگ اسلامی از قبیل صدقه، زکات، توجه به فقرا و محرومان، نذر، ایثار، احسان و محبت با بندگان، نوع‌دوستی، تعاون و مشارکت جمعی و وقف اموال و دارایی برای اهداف خیریه بیانگر قابلیت‌های وسیع کارآفرینی اجتماعی در اسلام است.

- در تجزیه و تحلیل عوامل اقتصادی؛ نظام مالیات بر درآمد جمهوری اسلامی ایران نیز برای تشویق کمک‌های خیریه موسسات غیرانتفاعی را تحت شرایطی از مالیات بر درآمد معاف کرده است هم‌چنین خیرینی که کمک‌های خاص انجام می‌دهند، می‌توانند مطابق قانون از کسورات مالیاتی استفاده کنند.

- در تجزیه و تحلیل عوامل سیاسی عمدتاً بر سیاست‌های ملی، ایدئولوژی‌ها و باورهای سیاسی متمرکز شده است دولت می‌تواند نابرابری‌ها را از طریق سیاست‌های توزیع مجدد تحت تاثیر قرار دهد و در نتیجه بر رفتارهای اهدایی تأثیر می‌گذارد.

- در تجزیه و تحلیل عوامل تاریخی- تقلیدی استفاده از رفتارهای موافق اجتماع رسانه‌های گروهی شخصیت‌های تلویزیونی و سینمایی که از محبوبیت زیادی برخوردارند، چنان چه این شخصیت‌ها در رسانه‌ها رفتارهای نوع‌دوستانه و موافق اجتماع از خود نشان دهند، به احتمال زیاد از سوی بسیاری از مردم مورد تقلید قرار می‌گیرند.

چندین راهکار کلی نیز در این خصوص استخراج گردیده است که به شرح زیر می‌باشد:

- نهادینه کردن ابعاد، مؤلفه‌ها و روش‌های توسعه فرهنگ وقف در سازمان اوقاف و امور خیریه
- تعیین جایگاه واقعی برنامه‌های توسعه فرهنگ وقف در نظام اجتماعی و سیاسی کشور
- ایجاد ارزش افزوده برای سازمان اوقاف از طریق توسعه فرهنگ وقف
- سیاست سازی جهت اصلاح ساختار سازمان جهت اجرای برنامه‌های توسعه فرهنگ وقف
- ایجاد فرصت و تمهید شرایط و زمینه‌ها برای مدیران واجد صلاحیت‌ها در توسعه فرهنگ وقف
- ایجاد فرصت‌های برای کارکنان سازمان اوقاف برای رشد و توسعه فرهنگ وقف
- توجه به مبانی نظری و الگوهای عملی برای توسعه فرآیندهای کاری و اجرایی توسعه فرهنگ وقف
- منابع**
- احسانی راد، فاطمه (۱۳۹۲). بررسی علل و انگیزه‌های مردم از مشارکت در امور خیریه و وقف در شهر کاشان، پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه کاشان.
- آغاز، محمدحسن (۱۳۸۱). فرهنگ یاریگری و مشارکت در ایران، مجموعه مقالات دولت، مردم و همگرایی، با تدوین محسن فردرو و اصغر رضوانی، تهران: انتشارات آن.
- بشیر، حسن (۱۳۹۳). فرهنگ وقف مفاهیم بنیادین فرهنگ اسلامی، تهران، دفتر نشر فرهنگ اسلامی، شرکت و انتشارات سازمان اوقاف.
- پوراحمد، احمد، منوچهری میانداپ، ایوب، رفیعی مهر، حسین، آقا صفری، عارف (۱۳۸۹). نقش وقف در توسعه و سامان‌دهی شهرها نمونه موردی شهر لاجین، فصلنامه شهرایرانی اسلامی، شماره ۱۲.
- تشکر، زهرا و معینی محمدرضا (۱۳۸۱). نگاهی به سرمایه اجتماعی و توسعه، رفاه اجتماعی، شماره ۴.
- حسامی عزیزی باقر، گیلک حکیم‌آبادی محمدتقی، اختیاری نازنین (۱۳۹۶). بررسی عوامل موثر بر کمک‌های خیریه در استان‌های منتخب کشور ایران با رویکرد داده‌های تابلویی، اقتصاد و بانکداری اسلامی، دوره ۱۶، شماره ۱۹.
- دلاور، علی، شعبانی، زهرا و همکاران (۱۳۹۴). تبیین عوامل روان‌شناختی و اجتماعی بر نوع دوستی خیرین مدرسه ساز، فصلنامه روان‌شناسی تربیتی، شماره ۳۵، سال یازدهم.
- دری نجف‌آبادی، قربان علی؛ معینان، محمد علی؛ بهار (۱۳۸۹). مصاحبه با حضرت آیت‌الله دری نجف‌آبادی، مجله وقف میراث جاویدان، شماره ۶۹.
- دانش‌پور، علی و ریاحی سامانی، نادر (۱۳۸۸). چرا و چگونه وقف کنیم؟، سازمان چاپ و انتشارات ریاحی سامانی، نادر (۱۳۹۱). بهره‌وری در قلمرو وقف و امور خیریه، تهران، سازمان چاپ و انتشارات؛ سازمان اوقاف و امور خیریه، چاپ اول.
- ریاحی سامانی، نادر (۱۳۹۳). بهره‌وری در قلمرو وقف و امور خیریه، تهران، سازمان چاپ و انتشارات؛ سازمان اوقاف و امور خیریه، چاپ دوم.
- شکاری، عباس (۱۳۹۱). آثار فرهنگی و تربیتی وقف در اسلام و بسط دستاوردهای آن، مجموعه مقالات همایش ملی وقف (با تأکید بر آموزش عالی)، دانشگاه کاشان.
- صحرانورد، بهنام و اسدی، بهراد (۱۳۹۱). نقش وقف در توسعه و عدالت اجتماعی، مجموعه مقالات همایش ملی وقف (با تأکید بر آموزش عالی)، دانشگاه کاشان.
- صدیقی ارفعی، فریبرز و همکاران (۱۳۹۱). وقف آسیب‌ها، چالش‌ها و راهکارها، مجموعه مقالات همایش ملی وقف (با تأکید بر آموزش عالی)، دانشگاه کاشان.
- گنجی، محمد، نیازی، محسن و احسانی راد، فاطمه (۱۳۹۴). مشارکت در امور خیریه و وقف، پیش درآمدی بر توسعه‌ی پایدار، فصلنامه مطالعات توسعه‌ی اجتماعی - فرهنگی، دوره‌ی سوم.

Dvorak, T & Toubman, S. R (2013). Are Women More Generous than Men? Evidence from Alumni Donations. *Eastern Economic Journal* 39.

Granovetter, Mark (1983). The Strength of Weak Ties; A Network Theory Revisited. *Sociological Theory*.

Graddy, Elizabeth & E, Lili Wang (2008). Social Capital Volunteering and Charitable Giving Voluntas; *International Journal of Voluntary and Nonprofit Organization*.

Kasri, R. A (2013). Giving behaviours in Indonesia: motives and marketing implications for Islamic charities. *Journal of Islamic Marketing*.

Stern, K (2013). Why the Rich Don't Give to Charity. Retrieved July 01, 2014, from The Atlantic.

Turcotte, M (2012). Charitable giving by Canadians. *Canadian Social Trends*.

Wang Lili and Graddy Elizabeth (2008). Social Capital, Volunteering, and Charitable Giving.

Wuthnow, Robert and James Davison Hunter (1984). Culture analysis: the work of Peter L. Berger, Mary Douglas, Michel Foucault and Jurgen Habermas. New York: Routledge & Kegan Paul Ltd.

Wiepking, R. B (2011). Who gives? A literature review of predictors of charitable giving. Part One: Religion, education, age and Socialisation.

Yu-Kang Lee, Chun-Tuan Chang (2007). Intrinsic or Extrinsic? Determinants Affecting Donation Behaviors, *International Journal of Educational Advancement*.

گنجی، محمد و الماسی بیدگلی، احسان (۱۳۹۱). تبیین وضعیت نیکوکاری در بین شهروندان کاشان.

گیلک حکیم‌آبادی، محمدتقی (۱۳۹۰). مطالعه تطبیقی حمایت‌های مالیاتی از کمک‌های خیریه در جهان، پژوهشنامه مالیات علمی - پژوهشی شماره ۳۲.

ملکی مین‌باش رزگاه مرتضی، شرفی وحید (۱۳۹۶). بررسی رابطه بین بازاریابی رابطه‌ای مؤسسات خیریه و تمایل به اهدای کمک از سوی خیرین با نقش تعدیل‌گر هویت فرهنگی - محلی در شهرايِلام، دوره ۱۸، شماره ۵۴ و ۵۵.

Abd Halim Bin Mohd Noor a (2015). Nurul Amyra Mat Isa b, Hamidah Muhd Irpanb, Hasan Bin Bahromb, Arifin Bin Md Salleh b , Abdul Rahim Bin Ridzuan b(Procedia Economics and Finance 31.

Alexander, Jeffrey (2003). The meanings of social life: a cultural sociology. New York: Oxford University Press.

Bier hoff, H.W (1991). Evidence for altruistic personality data on accident research, *journal of personality*.

Bekkers, R & Wiepking, P (2010). A literature review of empirical studies of philanthropy: Eight mechanisms that drive charitable giving. *Journal of Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly*.

Bennett. R (2002). Papers Factors underlying the inclination to donate to particular types of charity Roger Bennett, *International Journal of Nonprofit and Voluntary Sector Marketing* Volume 8.

Bekkers, R & Wiepking, P (2011). A literature review of empirical studies of philanthropy: Eight mechanisms that drive charitable giving.

یادداشت‌ها

-
- ¹Kottasz
²Abd Halim Bin
³Dvorak and Toubman
⁴Schnepf and piper
⁵Newman
⁶Yu-Kang Lee, Chun-Tuan Chang
⁷Kasri
⁸Baier
⁹Bekkers & Wiepking
¹⁰Fritz
¹¹Stern
¹²Turcotte
¹³Graddy and Wang
¹⁴Bennet
¹⁵Yu-Kang Lee, Chun-Tuan Chang
¹⁶Wang and Graddy
¹⁷Salamon
¹⁸Granovetter
¹⁹Alexander
²⁰Weber
²¹Joyner and Payne
²²Wuthnow and Hunter
²³Pipes Paula and Helen Rose
²⁴Yankelovich
²⁵Zulkifli Hassan and Muhammad Najib Abdullah
²⁶Shamsiah Bte Abdul Karim
²⁷Reazul Karim
²⁸Expleatory Factor Analysis
²⁹Confirmatory Factor Analysis
³⁰Structural Equations Modeling
³¹Principal component analysis
³²Confirmatory factor Analysis
³³Structural Equation Modeling(SEM)
Goodness of fit index