



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

**Journal of Endowment & Charity Studies**

E-ISSN: 2980-9444

Vol. 2, No.1, Spring & Summer, 2024, pp 29-50

Received: 13/08/2023 Accepted: 11/11/2023

### Research Paper

## A Typology of the Mental Priorities of Governmental and Non-governmental Charity Managers in the Issue of Charity Management in Iran based on Q Methodology

**Saeed Masoodipoor** \* 

Assistant Professor, Department of Management, Faculty of Economics and Administrative Sciences, Qom University, Qom, Iran.

[s.masoodipoor@qom.ac.ir](mailto:s.masoodipoor@qom.ac.ir)

**Fatemeh Masoumi**

Master of Business Administration, Faculty of Economic and Administrative Sciences, Qom University, Qom, Iran.

[fatememasoumi1500@gmail.com](mailto:fatememasoumi1500@gmail.com)

### Introduction

Voluntary organizations play an important role in today's society (Alfes, 2018:1-2). In Iran, an important part of the economy is dedicated to the non-profit sector (Ayodo, 2021). In all organizations, weakness in management weakens non-profit organizations (Pyanov et al., 2021). Accordingly, it is very important to better understand the factors that influence the decision-making of organization managers (Cyr et al., 2022:1-2). Charitable organizations should strive to demonstrate the highest level of performance; Because a well-managed charity organization will ensure a higher reputation and more donations (Crettez et al., 2021:26). Charitable organizations, as spontaneous support institutions, have a significant impact on the process of poverty alleviation and social harm (Nayeri et al., 2021:2). Part of the challenges of charities, at the micro level, include people's lack of trust in how to spend donations and poor communication between charities and donors (Ayodo, 2021) and limited resources (Alfes, 2018:1-2). Considering the diversity of charitable organizations, the necessity of designing a large system of charity is felt twice. The design of this system should be based on the opinions of actors and activists in the field of charity affairs. Therefore, improving and reforming the governance system of charity affairs should be based on the views and experiences of non-governmental and governmental charities, which requires a general understanding of their approaches and mindsets. In the theoretical literature, topics such as charity in the economy, the definition of charity, the ratio of government and non-government sectors in charity affairs, and issues and problems of governance of charity affairs in the country are discussed.

### Research Methodology

In the current research, Q methodology was used, which is included in the category of applied research. This method is mixed and exploratory and has no hypothesis. For the current research, in the stage of gathering the discourse space and cue cards, the interview tool was used, and in the quantitative stage, the cue table was used, and for the quantitative data analysis, exploratory factor analysis was used. To understand the discourse environment, due to the limited number of interviews and reports published on the Internet, and also for further accreditation, interviews were conducted with 23 managers of governmental and non-governmental charities and several expert professors in this field.

---

#### \*Corresponding Author

Masoodipoor, S., and Masoumi, M. (2024). A typology of the mental priorities of governmental and non-governmental charity managers in the issue of charity management in iran based on Q methodology. *Journal of Endowment & Charity Studies*, 2(1), 29-50.



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.2023.138749.1064](https://doi.org/10.22108/ecs.2023.138749.1064)

### Research Findings

In this research, in the first stage of selecting the Q sample phrase, 87 selected phrases were obtained. Finally, 31 terms have been selected. In the next step, 23 experts were studied and were given Q statements and tables to complete, and finally, 18 Q answers were used for analysis. In the mentioned research, face validity was used and Cronbach's alpha method was used to measure the reliability of the study, and the present value was 0.96. In the current study, the value of the KMO index is equal to 0.546. In Q methodology, the pebble diagram is used to show the most important factors in terms of the determined amount of variance. From the first factor onwards, the explanatory variance suddenly drops sharply. Therefore, the previous six factors will be used for factor analysis. In general, for the current research, the rotated matrix has been applied using the Varimax method. Participants No. 6, 9, and 11 form the first mental model, participants No. 1, 2, 5, 15, and 18 form the second mental model, participants No. 7, 10, and 12 form the third mental model, participants No. 4 and 14 form the fourth mental model, participants Number 3 and 17 form the fifth mental model and participants number 8, 10, 13, and 16 form the sixth mental model jointly. Six types of mentality were obtained, which include, 1) those who support popularization with a focus on government regulation, 2) those who support the performance of charities, 3) those who support the transparent presence of the people, 4) opponents of government administration, 5) the sovereigntists, and 6) propagandists.

### Discussion and Conclusion

Based on the results obtained in the current research, six types of thinking and mentality were obtained. The first group believes in the principle of popularization of charity affairs and considers it an important issue, but they think that this popularization should be under the supervision and guidance of the government as the supervising, controlling, and guiding authority. The second group pays more attention to issues that lead to the improvement of the performance and effectiveness of charities, and they believe that the solution to poverty is to promote and solve these problems within charities. The third group, believing in the weakness of the government and the lack of public trust in it, emphasizes mechanisms to attract the attention of the people, and unlike the first group, they do not believe much in government intervention in the regulatory debate. The fourth group's mindset is based on strong opposition to the entry of the government and its administration, and they introduce the best work of the government to collect taxes from the rich to allocate to the deprived. The sovereigntists and those who say full government ownership form the fifth mentality, who are very cautious about people's participation and consider a minor role for them. According to them, the performance of non-governmental charities should be under the supervision and full control of the government. Finally, the sixth mentality emphasizes the element of advertising and promotion of the good deed, as well as efforts to attract people's participation. According to the results of the present research, the common element that exists among all mentalities, although with intensity and weakness, is the need for better and more involvement of the non-governmental sector and public charities. This issue can be taken into consideration as a common axis for discussion to reach a favorable governance structure. Other issues such as the level of government influence and tenure, how to design the propaganda system, etc. are among the issues about which there are differences of opinion.

### Keywords

Charity Affairs, Governmental Charities, Non-Governmental Charities, Mentality, Q Method.



مطالعات وقف و امور خیریه

دوره ۲، شماره ۱، بهار و تابستان ۱۴۰۳، ص: ۵۰-۲۹

### مقاله پژوهشی

## نوع‌شناسی اولویت‌های ذهنی مدیران خیریه‌های دولتی و غیردولتی در موضوع مدیریت امر خیر در کشور مبتنی بر روش‌شناسی کیو

مسعودی‌پور، سعید<sup>۱</sup> ID، معصومی، فاطمه<sup>۲</sup>

۱. استادیار گروه مدیریت، دانشکده علوم اقتصادی و اداری، دانشگاه قم، قم، ایران.

s.masoodipoor@qom.ac.ir

۲. کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی، دانشکده علوم اقتصادی و اداری، دانشگاه قم، قم، ایران.

fatememasoumi1500@gmail.com

تاریخ دریافت: ۱۴۰۲/۰۵/۲۲ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۲/۰۸/۲۰

### چکیده

حضور بخش دولتی و غیردولتی در حوزه امور خیریه در کشور، هم ایجادکننده فرصت و هم تهدید برای کشور است. نظام حکمرانی امور خیریه در ایران با چالش‌های متعددی روبه‌رو است. بر این اساس، این حوزه نیازمند به تنظیم‌گری است؛ اما موفقیت هر سیاستی در گرو شناخت و فهم دقیق وضعیت موجود است. یکی از موضوعاتی به‌کاربردی در این زمینه، شناخت اولویت‌های ذهنی مدیران خیریه‌های دولتی و غیردولتی است. در این پژوهش، با استفاده از روش‌شناسی کیو تلاش شده است تا نوع‌شناسی از اولویت‌های ذهنی مدیران خیریه‌های دولتی و غیردولتی در موضوع مدیریت امر خیر در کشور ارائه شود. برای این منظور، ابتدا در فاز کیفی عبارت‌های کیو از طریق مصاحبه با مدیران، استخراج و در قالب ۳۱ عبارت نهایی شد. در فاز کمی، پرسشنامه کیو حاصل از ۱۸ نفر از مدیران خیریه‌ها تجزیه و تحلیل و با استفاده از تحلیل عاملی اکتشافی، گروه‌های ذهنیتی شناخته شدند. بر این اساس، شش گروه ذهنی شامل قائلان به مردمی‌سازی با محوریت تنظیم‌گری دولت، قائلان به ارتقای عملکرد خیریه‌ها، قائلان به حضور شفاف مردمی، مخالفان تصدی‌گری دولتی، حاکمیت‌گرایان و تبلیغ‌گرایان شناسایی شدند و ذهنیت هر گروه توضیح داده شد. براساس یافته‌های این پژوهش، برای طراحی نظام کلان مدیریت امور خیریه در کشور، باید تلاش کرد تا به عناصر مشترک در بین ذهنیت‌ها مانند ضرورت مردمی‌سازی امر خیر در کشور توجه کرد و از محورهایی که مورد اتفاق کامل در بین مدیران نیست، فاصله گرفت.

**واژه‌های کلیدی:** امور خیریه، خیریه‌های دولتی و غیردولتی، ذهنیت‌شناسی، روش کیو

### \*نویسنده مسئول

مسعودی‌پور، س و معصومی، ف. (۱۴۰۳). نوع‌شناسی اولویت‌های ذهنی مدیران خیریه‌های دولتی و غیردولتی در موضوع مدیریت امر خیر در کشور مبتنی بر روش‌شناسی کیو. *مطالعات وقف و امور خیریه*، ۲(۱)، ۵۰-۲۹.



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>)

doi [10.22108/ecs.2023.138749.1064](https://doi.org/10.22108/ecs.2023.138749.1064)

## ۱- مقدمه و بیان مسئله

مؤسسات خیریه نقش مهمی در جامعه ایفا می‌کنند؛ به‌ویژه زمانی که کشور با بلایای طبیعی بزرگ مواجه می‌شود (Du, 2022:1). امروزه پس از ناکامی دولت‌ها و بخش خصوصی در درمان فقر و محرومیت، به نقش بخش غیرانتفاعی<sup>۱</sup> یا بخش سوم اقتصاد به‌صورت روزافزونی توجه شده است (کاظمی نجف‌آبادی و حسینی، ۱۳۹۸: ۹۲). سازمان‌های داوطلبانه نقش مهمی در جامعه امروز ایفا می‌کنند؛ زیرا با توجه به اقدامات ریاضتی که دولت‌ها در سراسر جهان اجرا می‌کنند، تعداد فزاینده‌ای از خدمات عمومی را در زمینه‌هایی مانند سلامت اجتماعی، مراقبت، کار اجتماعی و جوانان در اختیار می‌گیرند (Alfes, 2018:1-2). در واقع، بخش سوم اقتصاد، در کنار بخش‌های دولتی و خصوصی جایگاه ویژه و منحصربه‌فردی را در نظامات اقتصادی پیدا کرده است. در ایران نیز، بخش مهمی از اقتصاد به حوزه غیرانتفاعی اختصاص یافته و سازوکارهای دینی مرتبط با آن، نظیر انواع انفاق‌ها توانسته است سهمی در کاهش مسائل اجتماعی و بهبود رفاه اجتماعی داشته باشد. سازمان‌های مرتبط با امور خیریه در ایران، به دو شکل دولتی و غیردولتی فعالیت می‌کنند. بخش درخور توجهی از خیریه‌ها و نهادهای فعال در این زمینه، مردمی و غیردولتی هستند و تعدادی هم نهادهای دولتی نظیر کمیته امداد امام خمینی، سازمان اوقاف و ... در این حوزه مشغول به فعالیت‌اند.

بقا و توسعه دو شاخص اصلی نشان‌دهنده موفقیت در سازمان‌های خیریه‌اند (Ayodo, 2021). این دو مهم در گروهی کمک‌های داوطلبان و خیرین به خیریه‌هاست. همچنین، بخشی از منابع و ورودی‌های خیریه‌ها، تجربیات و فعالیت‌های داوطلبانه است. تکرر و تنوع تجربیات داوطلبانه، موجب ایجاد چالش‌هایی در مدیریت آنها برای خیریه‌ها شده است (Urrea et al., 2019). همچون همه سازمان‌ها، ضعف در مدیریت، باعث تضعیف سازمان‌های غیرانتفاعی می‌شود (Pyanov et al., 2021). بر این اساس، درک بهتر عواملی که بر تصمیم‌گیری مدیران سازمان تأثیر می‌گذارد، بسیار مهم است (Cyr et al, 2022:1-2). این موضوع درباره سازمان‌های خیریه نیز صادق است. سازمان‌های خیریه باید تلاش کنند بالاترین سطح عملکرد را از خود نشان دهند؛ زیرا سازمان خیریه‌ای که به‌خوبی مدیریت شود، شهرت بالاتر و کمک‌های مالی بیشتری را تضمین خواهد کرد (Crettez et al., 2021:26). سازمان‌های خیریه به دلیل توانایی‌های ذاتی خود، در صورتی که مدیریت علمی داشته باشند و وظایف خود را به‌درستی انجام دهند، می‌توانند بسیار کارآمد باشند. سازمان‌های مردم‌نهاد و خیریه می‌توانند به‌طور مؤثر به دولت‌ها و رشد ملت‌ها در زمینه‌های مختلف کمک کنند و نقش مهمی در کشور ایفا کنند. سازمان‌های خیریه در همه کشورها باید دارای اولویت و مهم محسوب شود؛ زیرا آنها به‌عنوان نهادهای حمایتی خودجوش، در روند فقرزدایی و آسیب‌های اجتماعی تأثیر بسزایی دارند (Nayeri et al., 2021:2).

آنچه تا به اینجا گفته شد ضرورت مدیریت مؤثر و کارآمد خیریه در سطح خرد (یا همان سطح خیریه) است که تمام خیریه‌ها باید در این زمینه به‌درستی و با برنامه عمل کنند. با وجود جایگاه مهم و والای خیریه‌ها در اقتصاد جوامع مختلف، حضور آنها با چالش‌ها و مشکلاتی روبه‌رو بوده است. بخشی از چالش‌های خیریه‌ها، در سطح خرد یا سطح خیریه تعریف می‌شود. عدم اعتماد مردم درباره نحوه هزینه‌کرد کمک‌های مالی و ارتباطات ضعیف بین خیریه و اهداکنندگان ازجمله این چالش‌هاست (Ayodo, 2021). یکی از چالش‌های کلیدی برای سازمان‌های داوطلب این است که باید در محیطی با منابع محدود عمل کنند؛ در حالی که بودجه دولتی و کمک‌های مالی فردی در بسیاری از کشورها راکد یا حتی کاهش یافته، تقاضا برای خدمات به‌طور پیوسته در طول سال‌های گذشته افزایش یافته است. این بدان معناست که سازمان‌های داوطلب اساساً

<sup>1</sup> Non-profit sector

ملزم به انجام کارهای بیشتر با منابع کمترند (Alfes, 2018:1-2)؛ به همین دلیل، مدیران خیریه تحت فشار قرار می‌گیرند تا منابع مالی سازمان را مدیریت کنند (Cyr et al., 2022:1-2). بیشتر سازمان‌های مردم‌نهاد در دریافت کمک‌های مالی و کمک‌های خیریه با مشکلات زیادی مواجه می‌شوند که این امر به دلیل عدم دریافت وجه لازم از خیرین است که می‌توانند کمک‌های مالی یا سایر موارد را اهدا کنند (Ayodo, 2021:8).

اما در سطح کلان نیز مدیریت امور خیریه نیازمند یک تحول است؛ به‌ویژه در ایران که تنوعی از انواع سازمان‌های خیریه اعم از دولتی و غیردولتی و در موضوعات مختلف و با مدل‌های درآمدی گوناگون در دامنه متنوعی از فعالیت‌ها مشغول‌اند، ضرورت طراحی نظام کلان امر خیر دوچندان احساس می‌شود. طراحی این نظام باید با کسب نظرات از بازیگران و فعالین حوزه امور خیریه باشد. طبیعی است نگاه‌های همه این بازیگران، همسو و هم‌جهت نیست و به نظر می‌رسد مقدمه طراحی نظام کلان، شناسایی ذهنیت‌های بازیگران و تلاش برای یافتن نقطه‌های مشترک است؛ بنابراین، ارتقا و اصلاح نظام حکمرانی امور خیریه باید مبتنی بر دیدگاه‌ها و تجربیات خیریه‌های غیردولتی و دولتی شکل گیرد که پیش‌نیاز آن، شناخت کلی از رویکردها و ذهنیت‌های آنهاست.

فعالیت سازمان‌های غیرانتفاعی خیلی بهتر و بیشتر می‌تواند مرهمی بر زخم‌های نیازمندان باشد. بخشی از این مشکلات به عدم تعریف سازوکاری مشخصی برای مدیریت مراکز خیریه در کشور و فقدان مدیریت و نظارت یکپارچه‌ای بر آنها بر می‌گردد. موضوعات مختلفی برای سیاست‌گذاری و موفقیت یک خیریه مورد توجه محققان قرار گرفته است که از جمله آنها می‌توان به اتخاذ یک رویکرد پویا برای برنامه‌ریزی بهینه، مدیریت تبلیغات و هزینه‌های خیریه (Crettez et al., 2021:26)، در مواجهه مدیران با فناوری‌های جدید (Ramjaun, 2021:10)، پاسخگویی از طریق ارائه گزارش عملکرد و گزارش‌های مالی (Hooks & Stent, 2020:3)، ایجاد حاکمیت شرکتی قوی (نظارت هیئت مدیره، استقلال افراد کلیدی و نظارت بر تأمین‌کننده سرمایه) (Harris et al., 2017:4)، وجود قوانین شفاف و مشخص ناظر به نحوه عملکرد نهادها (کازمی نجف‌آبادی، حسینی، ۱۳۹۸: ۹۲)، انتقال تجربیات از داوطلبان با تجربه به داوطلبان تازه‌کار (Ayodo, 2021:16)، استراتژی‌های برندسازی (Ramjaun, 2021:1-2)، تشکیل شبکه ملی مؤسسات خیریه و ساماندهی بخش خیریه (کازمی نجف‌آبادی و حسینی، ۱۳۹۸: ۹۲) و ... اشاره کرد. علاوه بر مشکل بهره‌وری خیریه‌ها در کشور، کژکارکردها و مسائلی توسط خیریه‌ها ایجاد می‌شود که این موضوع، دلالت روشنی بر لزوم تنظیم‌گری و مدیریت کلان امور خیریه است. درواقع، برای بهره‌مندی از مواهب بخش سوم اقتصاد و ورود مردم به حوزه امر خیر، باید نسبت درستی درخصوص بازیگران این عرصه و سایر مؤلفه‌های مؤثر در امور خیریه ایجاد شود.

تنوع و تکثر نهادها و سازمان‌های فعال در حوزه امور خیریه در ایران، هم می‌تواند فرصتی برای توسعه این بخش باشد و هم تهدیدی که منجر به پراکندگی و عدم همگرایی فعالیت‌ها شود. تنظیم‌گری و برقراری رابطه درست و کارآمد بین بخش دولتی و بخش غیردولتی در امور خیریه از ضروریات مدیریت کلان امر خیر در کشور است. یکی از علل عدم تحقق نظام حکمرانی امر خیر در کشور، تکثر دیدگاه‌ها و نگاه‌های مدیران و مسئولین کشور در این حوزه است. درواقع، تشتت رویکردهای موجود در خصوص اولویت‌های ذهنیتی مدیران که مؤثر بر شکل‌گیری اولویت‌های طراحی نظام حکمرانی امر خیر، مانع همگرایی و رسیدن به یک نقطه آغاز برای تغییر قدم به قدم این مهم شده است. این پژوهش در تلاش است تا به نوع‌شناسی این اولویت‌ها در میان مدیران خیریه‌های دولتی و غیردولتی بپردازد. درواقع این پژوهش کمک خواهد کرد تا منطق فکری مدیران خیریه‌ها، دسته‌بندی و شناسایی شود تا براساس آن بتوان به طراحی راهبردهای همگرا و همسوکننده در امور خیریه اقدام کرد.

## ۲- ادبیات نظری پژوهش

در این قسمت به مروری بر ادبیات نظری پژوهش پرداخته می‌شود و موضوعاتی نظیر خیریه در اقتصاد، تعریف خیریه، نسبت بخش دولتی و غیردولتی در امور خیریه و ... بحث و بررسی می‌شوند.

### ۲-۱- جایگاه خیریه در اقتصاد

مؤسسات خیریه نقش عمده‌ای در کاهش مسائل اجتماعی، افزایش رفاه و تعالی جامعه ایفا می‌کنند. بسیاری از مؤسسات خیریه غیردولتی، تنها از کمک‌های مردمی و نیروهای داوطلب استفاده می‌کنند و از این منظر کار داوطلبانه سنگ بنای بقای آنها شده است. علاوه بر جلب مشارکت مستقیم داوطلبان در زمینه کار بدون دستمزد، آنها همچنین منابع لازم برای فعالیت‌های امور خیر را فراهم می‌کنند (Grau & Rebollo, 2019:6-7). مؤسسات خیریه سهم مهمی در پیشرفت و رفع مشکلات در جامعه دارند. مؤسسات خیریه در ایران سابقه‌ای طولانی دارند که می‌توان آن را هم‌زمان با تشکیل هسته‌های اجتماعی و واحدهای جمعیتی خانواده دانست. در بانک اطلاعاتی معاونت اجتماعی وزارت بهداشت تا سال ۱۳۹۷ تعداد ۸۱۴ مؤسسه خیریه سلامت شناسایی شده است که از این تعداد حدود ۴۰۷ مرکز خیریه درمانی، ۳۷ بیمارستان خیریه و ۳۷۰ کلینیک خیریه سلامت در سراسر کشور فعالیت می‌کنند و تا سال ۱۳۹۸، نمایندگان مستقل مجمع خیرین سلامت در ۵۶ دانشگاه و دانشکده حضور داشتند. تحقیقات نشان داده‌اند در ایران سهم عمده خیرین در حوزه بیمارستان‌سازی بوده است (Nayeri et al., 2021:2). فعالیت‌های خیرین نقش مهمی در سازمان‌های غیردولتی ایفا کرده و وضعیت مالی آنها را بهبود داده و از پروژه‌های توسعه‌ای آنها در جامعه حمایت کرده است. این فعالیت‌ها به توسعه و رفاه جامعه و کمک به افرادی که توانایی کمتری دارند یا تحت تأثیر همه‌گیری‌هایی مانند سیل یا بیماری هستند، منجر می‌شود (Ayodo, 2021). اثربخشی در مؤسسات خیریه به این اشاره دارد که چگونه یک مؤسسه خیریه می‌تواند الزامات تعیین‌شده در بیانیه مأموریت و اهداف خود را برآورده کند (Berri & Donnelly, 2021: 2). وجود سمن‌ها با توجه به نوع مسئولیت‌ها و اهدافی که پیش رو دارند و توجه به فرایند جهانی‌سازی در هر جامعه‌ای، دارای اهمیت بوده‌اند و می‌تواند چشم‌انداز مهمی را فراهم آورد (Grau & Rebollo, 2019:10).

### ۲-۲- تعریف خیریه و مسئولیت آنها

خیریه از نظر قانونی به‌عنوان سازمانی در نظر گرفته می‌شود که برای اهداف خیرخواهانه ایجاد شده است که این اهداف شامل مواردی است که مطابق با قوانین در راستای منافع عمومی تعریف می‌شوند (Ramjaun, 2021). بخش خیریه ویژگی‌های منحصربه‌فرد خود را داراست و از نظر جهت‌گیری، انگیزه و فعالیت، با بخش خصوصی یا دولتی بسیار متفاوت است. این بخش، برای ایجاد منافع عمومی و گسترش فعالیت‌های خیرخواهانه در همه کشورهای جهان به رسمیت شناخته شده است (Hyndman, 2017:2).

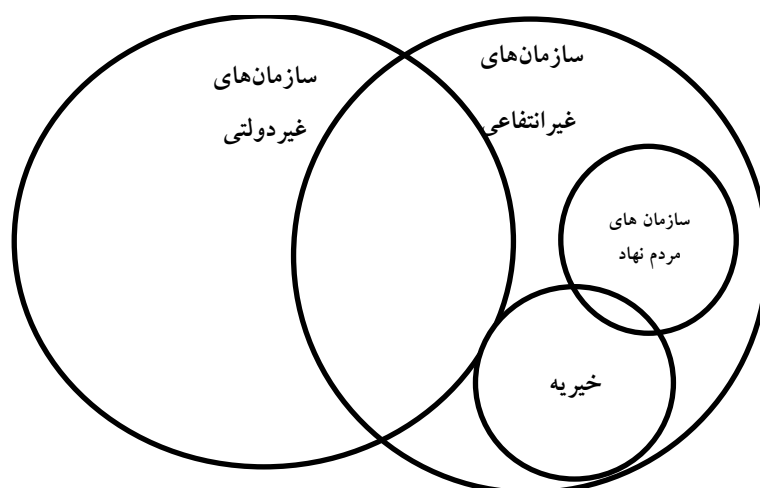
سازمان‌های داوطلبانه از گروه‌های کوچک محلی تا سازمان‌های بزرگ ملی و بین‌المللی را شامل می‌شود (Alfes, 2018:4-5). سازمان‌های مردم‌نهاد (سمن) به سازمانی اطلاق می‌شود که با شخصیت حقوقی مستقل، غیردولتی، غیرانتفاعی، غیرسیاسی، برای انجام فعالیت داوطلبانه با گرایش فرهنگی، اجتماعی و مذهبی و بشردوستانه و براساس قانونمندی و اساس‌نامه‌ای مدون، رعایت چارچوب قوانین موضوعه کشور و مفاد آیین‌نامه‌های اجرایی آن فعالیت می‌کند. این سازمان‌ها طیف گسترده‌ای از مسائل پیش روی انسان امروزی را چون آموزش در سطوح مختلف، مسائل دینی و مذهبی و

فرهنگی و هنری محیط زیست، مبارزه با فقر و اعتیاد و سایر مسائل به سبب تلاش در بهبود امور و ایجاد پیشرفت‌های مردمی شامل می‌شوند (Grau & Rebollo, 2019:10).

سازمان‌های غیردولتی در نحوه انجام فعالیت‌های خود متفاوت هستند و بانک جهانی بین دو نوع اصلی سازمان‌های غیردولتی تمایز قائل می‌شود: الف. سازمان‌های عملیاتی؛ ب. سازمان‌های مردم‌نهاد مدافع<sup>۱</sup>؛ با این حال، این فعالیت‌ها متقابلاً منحصر به فرد نیستند و بسیاری از سازمان‌های غیردولتی در هر دو فعالیت دارند. سازمان‌های غیردولتی عملیاتی بر اجرا و تداوم برنامه‌ها یا پروژه‌های خاص تمرکز دارند. آنها باید منابع پولی و غیر پولی را برای رسیدن به اهداف خود بسیج کنند. سازمان‌های غیردولتی عملیاتی باید منابعی در سطح استراتژیک یا مرکزی داشته باشند (Alfes, 2018:6). بخش مهمی از سازمان‌های عملیاتی را خیریه‌ها تشکیل می‌دهند. این مؤسسات، عام‌المنفعه و غیرسیاسی هستند که از سوی افراد حقیقی و حقوقی تأسیس شده‌اند و در زمینه ارائه خدمات اجتماعی به افراد فعالیت می‌کنند. مؤسسات خیریه به واسطه وجود نیروهای داوطلب که معمولاً تعداد افراد زیادی هم هستند، دارای ساختار، روابط و گروه‌های رسمی و غیررسمی پیچیده هستند (شیرخدائی و همکاران، ۱۳۹۴: ۱۵۷). سازمان‌های مردم‌نهاد به شکل‌های مختلف در سراسر جهان وجود دارند. سازمان مردم‌نهاد در کلی‌ترین معنایش، به سازمانی اشاره دارد که مستقیماً بخشی از دولت محسوب نمی‌شود؛ اما نقش بسیار مهمی به‌عنوان واسطه بین فرد فرد مردم (اتم‌های اجتماع)، قوای حاکم و حتی خود جامعه ایفا می‌کند. این سازمان‌ها متشکل از داوطلبان فردی یا سازمانی است که معمولاً وابسته به هیچ دولتی نبوده و در سطح محلی، ملی یا بین‌المللی برای خدمت‌رسانی شکل گرفته‌اند. سازمان‌های غیردولتی به‌عنوان نهادها و مؤسساتی کارآمد و مکمل بخش دولتی، در تأمین اهداف توسعه از جایگاه ویژه‌ای برخوردارند (Berri & Donnelly, 2021: 69). تنوع سازمان‌های غیرانتفاعی بسیار زیاد است و فعالیت‌های گوناگونی را در بر می‌گیرد که یکی از آنها سازمان‌های خیریه و بشردوستانه است. منظور از مؤسسات خیریه، مؤسسات و انجمن‌های غیرانتفاعی، عام‌المنفعه و غیرسیاسی هستند که از سوی افراد حقیقی و حقوقی تأسیس شد و در زمینه ارائه خدمات اجتماعی به افراد فعالیت می‌کنند. اصولاً مؤسسات خیریه بنا بر ماهیت شکل‌گیری خود به افراد علاقه‌مند به کارهای عام‌المنفعه و داوطلبانه متکی هستند؛ به طوری که این افراد بازوی اجرایی این مؤسسات محسوب می‌شوند و در خط مقدم ارتباط با افراد هدف قرار دارند (شیرخدائی و همکاران، ۱۳۹۴: ۱۵۴).

رابطه بین سازمان‌های غیرانتفاعی، غیردولتی و مردم‌نهاد را می‌توان در قالب شکل زیر نشان داد. همان‌طور که مشخص است بخشی از سازمان‌های غیردولتی با اهداف غیرانتفاعی و تمام سازمان‌های مردم‌نهاد با اهداف غیرانتفاعی فعالیت می‌کنند.

<sup>۱</sup> Advocacy NGOs



شکل ۱- رابطه میان سازمان‌های غیرانتفاعی، غیردولتی و مردم‌نهاد

Figure 1- The relationship between non-profit, non-governmental and non-governmental organizations

### ۳-۲- خیریه‌های دولتی و غیردولتی

در بسیاری از کشورها از جمله آمریکا، بخش غیرانتفاعی در تأمین مالی به‌نحو معناداری وابسته به دولت است. این میزان در آمریکا ۳۶ درصد، در انگلیس ۴۷ درصد، در استرالیا ۳۱ درصد، در فرانسه ۵۸ درصد، در آلمان ۶۴ درصد است. تنظیم رابطه بین دولت و بخش غیرانتفاعی حالت‌های مختلفی دارد. اهمیت بخش غیردولتی هم از باب رابطه آن با دولت و هم از بعد خدماتی که به جامعه ارائه می‌دهد، بسیار حائز اهمیت است. ضعف روابط بین دولت و این بخش باعث شده است به سمت الگوی تأمین مالی کاملاً مستقل حرکت کنند. در آمریکا انجمن‌های غیرانتفاعی برای انجام اقدامات جمعی بر دولت سبقت گرفته‌اند. در طول تاریخ آمریکا، روش‌های گوناگونی برای رسیدگی به نیازهای عمومی در خارج از دولت و با کمک بخش خصوصی یا بخش غیرانتفاعی استفاده شده است. حتی سازمان‌های غیرانتفاعی با مشارکت مردم مکمل بخش دولتی بوده‌اند (مسعودی‌پور و باقری نصرآبادی، ۱۳۹۷). در واقع، خیریه‌های دولتی بخشی از ناکارآمدی‌های اقتصاد را جبران می‌کنند و خیریه‌های غیردولتی بخش مهم‌تر آن را پوشش می‌دهند. آنچه مهم است هماهنگی و همکاری این دو بخش در ارائه خدمات رفاهی به جامعه هدف است.

### ۴-۲- مسائل و مشکلات حکمرانی امور خیریه در کشور

در برخی از پژوهش‌ها، مسائل و مشکلات حکمرانی امور خیریه<sup>۱</sup> در کشور شناسایی و رتبه‌بندی شده‌اند. مسئله شایان توجه در بررسی مشکلات، اتخاذ رویکرد سیستمی و کل‌نگر<sup>۲</sup> برای تحلیل این موضوع است. در این خصوص در چهار زمینه مهم و ویژه باید اقدام به طراحی نظام حکمرانی کرد که این چهار حوزه عبارت‌اند از: روابط خیریه‌ها با مردم، روابط خیریه‌ها با دولت، روابط خیریه‌ها با خودشان و رابطه خیریه با خودش (مسعودی‌پور و باقری نصرآبادی، ۱۳۹۷). برخی از این موضوعات در سطح کلان، در سطح خرد یا ترکیبی از هر دو سطح باید بررسی شوند؛ برای مثال، رابطه یک خیریه با خودش

<sup>1</sup> Charity governance

<sup>2</sup> Systematic and holistic approach



در سطح خرد بررسی می‌شود که به استفاده از ابزارهای نوین مدیریتی در حوزه منابع انسانی، فناوری اطلاعات، مدیریت مالی و ... تأکید دارد. حوزه ارتباط خیریه‌ها با دولت مسئله مهم در سطح کلان است.

در پژوهش‌های انجام‌شده آسیب‌ها و مسائل حکمرانی امور خیریه در کشور در قالب ۳۱ آسیب و ۹ دسته طبقه‌بندی شده است که از جمله آنها می‌توان به آسیب‌های اقتصادی، آسیب‌های امنیتی - سیاسی، آسیب‌های فرهنگی، فقدان یا ضعف در پایگاه داده، مسائل حوزه نظارت، تصدی‌گری، عدم رویکرد دانش‌بنیان و ... اشاره کرد (مسعودی‌پور و باقری نصرآبادی، ۱۳۹۷). مرتضوی و محمدی دوست (۱۳۹۷) مسائل اولویت‌دار حوزه خیریه کشور را عدم سازمان‌دهی مناسب اطلاعات، عدم نظارت کافی بر خیریه‌ها، عدم اجرای برخی از مواد قانونی فصل سه قانون اساسی، عدم وجود سازمان انسجام‌دهنده میان خیریه‌ها، حضور نامزدهای سیاسی برای جلب وجهه در خیریه‌ها، فردگرایی در خیریه‌ها، سیاسی تلقی کردن کارهای اجتماعی سمن‌ها، نداشتن شاخص در زمینه کارایی و هزینه بالاسری مؤسسات خیریه و ... معرفی کرده‌اند. در حوزه نهاد وقف به‌عنوان یکی از عناصر مهم امور خیریه در کشور نیز مشکلات و مسائل مهمی وجود دارد که در دو سطح مسائل خرد و کلان طبقه‌بندی می‌شود. مسائل سطح خرد ناظر به سطح موقوفه است و مسائلی نظیر بازاریابی وقف، توجه به وقف جدید، صیانت از موقوفات، ایجاد منفعت، اجرای نیت و موقوفات احیاناً شده را شامل می‌شود؛ اما سطح کلان در حوزه تنظیم‌گری و سیاست‌گذاری نهاد وقف است (ابوجعفری و مسعودی‌پور، ۱۴۰۰).

## ۲-۵- پیشینه پژوهش

بررسی پیشینه داخلی و خارجی نشان می‌دهد پژوهشی در موضوع تحلیل ذهنیت مدیران خیریه‌ها حاضر انجام نشده است. پژوهش‌هایی در حوزه نوع‌شناسی ذهنیت مدیران در موضوعاتی نظیر مدیریت بدحجابی، خودکفایی، آموزش‌های سازمانی، نخبه‌پروری و ... انجام شده است؛ اما در موضوع امور خیریه و مدیریت کلان آن، چه در خارج و چه داخل، پژوهشی انجام نشده است. همچنین، پژوهش‌های زیادی در حوزه امور خیریه انجام شده که از روش کیو استفاده شده است. در جدول ۱ تلاش شده است تا برخی از این دو دسته پژوهش‌ها گزارش شوند.

### جدول ۱- پیشینه پژوهش‌های داخلی و خارجی

Table 1- Background of domestic and foreign researches

نویسندگان	سال	عنوان پژوهش	روش / ابزار	نتیجه
مهدی‌خواه و دیگران	۱۳۹۷	گونه‌شناسی ذهنیت خط‌مشی‌گذاران علم و فناوری در خصوص خودکفایی؛ پژوهشی مبتنی بر روش‌شناسی کیو	روش کیو	در پژوهش با بهره‌گیری از روش کیو، ذهنیت‌های مختلف نسبت به خط‌مشی خودکفایی در عرصه علم و فناوری شناسایی شده است. نتایج این پژوهش نشان می‌دهد چهار گونه ذهنیت در مواجهه با خط‌مشی خودکفایی میان خط‌مشی‌گذاران علم و فناوری مطرح است؛ «فریادگران استقلال»، «هواخواهان توسعه»، «تنظیم‌گران وابستگی» و «فروماندگان» که هر یک از منظر خود این خط‌مشی را تفسیر و تعبیر می‌کنند.
ذوالفقارزاده و دیگران	۱۳۹۹	گونه‌شناسی ذهنیت نقش‌آفرینان در تدوین سیاست‌های نخبه‌گزینی و نخبه‌پروری: پژوهشی مبتنی بر روش‌شناسی کیو	روش کیو	در این پژوهش به کشف و استخراج ذهنیت‌های دست‌اندرکاران در فرایند تدوین سند و صاحب‌نظران این حوزه در دو محور نخبه‌گزینی و نخبه‌پروری و نیز تسهیل اجرایی‌سازی آن، پرداخته شده است. تحلیل عاملی نتایج مصاحبه‌ها، شش گونه ذهنیتی در رابطه با بخش نخبه‌گزینی با عناوین آرمان‌گرایان کسارآفرین‌محور، آرمان‌گرایان منفعل و شعارمحور، آرمان‌گرایان منتقد، آرمان‌گرایان تحول‌خواه زمینه‌ساز تدریجی، واقع‌گرایان تحول‌خواه سیستمی

پژوهش‌های داخلی				
نویسندگان	سال	عنوان پژوهش	روش / ابزار	نتیجه
کاظمی نجف‌آبادی و حسینی	۱۳۹۸	راهبردها و راهکارهای ارتقا بخش خیریه	روش کمی، تحلیلی توصیفی و استفاده از منابع کتابخانه	دفعی و مجموعه‌گرایان واقع‌بین و سه‌گونه ذهنیتی در رابطه با بخش نخبه‌پروری با عناوین پرورش گلخانه‌ای تخصصی، پرورش باغچه‌ای عام و پرورش تلفیقی حمایت‌محور استخراج شد. نتایج تحلیل آموزه‌های قرآنی و حدیثی و فراتحلیل مطالعات پیمایشی موجود، حاکمی از وجود راهبردهایی چون: گفت‌وگو سازی اتفاق قرآنی، توسعه بخش خیریه، بهبود بخشی به کیفیت تخصیص وجوه خیرخواهانه، بهبود بخشی به کیفیت جمع‌آوری وجوه خیرخواهانه برای ارتقای خیریه در کشور است. برای تحقق هر یک از این راهبردها، راهکارهای جزئی و عملیاتی همچون حرفه‌ای کردن بخش خیریه، فراهم آوردن امکان مدیریت تخصیص وجوه توسط نیوکاران، با گسترش تبلیغات و تحریر انگیزه‌ها قابل ارائه است.
نوروزی، بودلایی	۱۴۰۰	شناسایی عوامل مؤثر در ماندگاری داوطلبان بین نسلی در مؤسسات خیریه (مطالعات موردی: مؤسسات خیریه در شهر شیراز)	روش کیفی، مصاحبه نیمه‌ساختاریافته، نمونه‌گیری قضوتی، تجزیه و تحلیل داده‌ها با استفاده از روش تحلیل مضمون	مضامین اصلی (انگیزش، مدیریت منابع انسانی، مدیریت و رهبری، فرهنگ‌سازی و ارتباطات) از جمله عوامل مؤثر در ماندگاری داوطلبان در هر دو نسل جوان و میان‌سال هستند و تفاوت موجود در بین این عوامل در بین دو نسل میزان اهمیت هر کدام از مضامین اصلی و فرعی است.
مبشر راد، غنبر طهرانی	۱۳۹۷	عوامل تأثیرگذار بر کارکرد رسانه‌های اجتماعی در تأمین مالی جمعی مؤسسات خیریه	روش کیفی، نظریه داده‌بنیاد	براساس این تحقیق، وجود استراتژی هم‌راستای تأمین مالی، مدیریت کارآمد رسانه‌ها و اعتبار سمن، علت شکل‌گیری موفق پروژه در بستر فناوری اطلاعات و کاربرد صحیح رسانه‌ها است و تبلیغات و اشتراک رسانه‌ای و ارتباطات خیرین با سمن، زمینه ساختار رشد را فراهم می‌کند تا مقوله محتوا ایفا و بودجه مورد نیاز را با موفقیت تأمین شود.
امامی و دیگران	۱۳۹۵	گونه‌شناسی ذهنیت‌های خط‌مشی‌گذاران و مجریان درباره مدیریت مواجهه با بدحجابی در ایران؛ پژوهشی مبتنی بر روش‌شناسی کیو	روش کیو	مهم‌ترین عامل مشکل‌ساز در سطح خط‌مشی‌گذاری حوزه عفاف، «اختلاف‌نظر خط‌مشی‌گذاری و مجریان عرصه مدیریت مواجهه با بدحجابی» است. هدف اصلی این پژوهش «شناخت و دسته‌بندی ذهنیت‌های خط‌مشی‌گذاری و مجریان عرصه مدیریت مواجهه با بدحجابی در ایران» است. در این پژوهش از روش کیو استفاده شده است که پنج گونه ذهنیتی حاصل شد که با عناوین اجراگرایان، خط‌مشی‌گرایان، نگرش‌گرایان، عامه‌گرایان و متحیران نامگذاری شدند.
پژوهش‌های خارجی				
رامجون	۲۰۲۱	مدیریت برند شرکتی در موضوع خیریه: چالش ارتباطات داخلی	رویکرد اکتشافی، روش گردآوری داده‌ها ترکیبی از مصاحبه و مشاهده مشارکتی.	یافته‌های این مطالعه پیچیدگی‌های مدیریت یک برند خیریه در داخل را با چندین موضوع و چالش‌های مرتبط با ارتباطات داخلی نشان داد. همچنین، سه موضوع اصلی از بینش‌های جمع‌آوری شده از مدیران ارشد و داوطلبان پدید آمد که به شرح زیر است: (۱) وضوح برند داخلی، (۲) ارتباطات داخلی و (۳) حضور برند داخلی.
گراو ریبولو	۲۰۱۹	خیریه‌ها به‌عنوان خانواده‌های نمادین: شواهد قوم‌نگاری از اسپانیا	پژوهش میدانی و قوم‌نگاری	پیوندهای خانوادگی نمادین در میان افراد مختلف از طریق درهم‌تنیدگی، تعهد و تعهد، احساس تعلق، وابستگی متقابل و طرح فضاهای نمادین کانون ایجاد می‌شود.
نیری، حسام، نصیری‌پور، جهانگیری،	۲۰۲۱	شناسایی عوامل مؤثر بر مدیریت همکاری مؤسسات خیریه و بیمارستان‌های آموزشی دانشگاه علوم پزشکی شهید بهشتی	جمع‌آوری داده‌ها از طریق پرسش‌نامه، تجزیه و تحلیل داده‌ها با نرم‌افزار	مراحل زیر روش‌هایی است که طی آن هزینه‌های مربوط به بخش بستری در طول مدت قرارداد توسط یک مؤسسه خیریه پوشش داده می‌شود: تعیین معیارهای انتخاب یک مؤسسه خیریه برای فعالیت در بیمارستان، انتخاب روش مشارکتی و الگوی قرارداد، تعیین سهم سرمایه و هزینه‌های جاری و انتخاب نوع بخش در قرارداد.

### ۳- روش پژوهش

در پژوهش حاضر از روش‌شناسی کیو استفاده شده که در دسته پژوهش‌های کاربردی قرار گرفته است. این روش بر حسب ماهیت آمیخته و از نوع اکتشافی بوده و فاقد فرضیه است. برای پژوهش حاضر در مرحله گردآوری فضای گفتمان و کارت‌های کیو از ابزار مصاحبه و در مرحله کمی از جدول کیو و برای تحلیل داده‌های کمی از تحلیل عاملی اکتشافی استفاده شده است. روش‌شناسی کیو فنی است که پژوهشگر را قادر می‌سازد تا نخست، ادراکات و عقاید فردی را شناسایی و طبقه‌بندی کند و دوم، به دسته‌بندی گروه‌های افراد براساس ادراکشان بپردازد. هدف از روش‌شناسی کیو، شناسایی شباهت‌ها و تفاوت‌های ذهنیت مشارکت‌کنندگان و نحوه رتبه‌بندی عبارت کیو و درک مجموعه کیو است (ملکی مین باش، علی‌پور و اصغری نجیب، ۱۴۰۱).

شناخت فضای گفتمانی بین جامعه مورد مطالعه درخصوص موضوع مورد پژوهش، اولین گام عملیاتی در اجرای روش است. شناخت فضای گفتمانی منجر به استحصال عبارت‌های کیو خواهد شد که این عبارت‌ها، گزاره‌هایی هستند که همه جامعه مورد مطالعه، نگرش یا اعتقاد یکسانی نسبت به آن ندارند. عبارت‌های کیو از طرق مختلفی به دست می‌آیند که مهم‌ترین آنها بررسی مصاحبه‌ها، سخنرانی‌ها، مقالات و نوشته‌هایی است که افراد مختلف و فعال در حوزه امر خیر انتشار داده‌اند. برای شناخت فضای گفتمانی، با جستجو در منابع اینترنتی پس از به دست آمدن تصویر کلی از انواع نگرش‌ها در موضوعات مختلف، اقدام به انتخاب جملات کلیدی و مهم در این مطالب شد. با توجه به محدودبودن مصاحبه‌ها و گزارش‌های انتشاریافته در اینترنت و نیز برای اعتباربخشی بیشتر با ۲۳ نفر از مدیران خیریه‌های دولتی و غیردولتی و نیز تعدادی از اساتید صاحب‌نظر در این حوزه، مصاحبه‌هایی، انجام و تلاش شد تا نگاه‌ها و رویکردهای مختلف در این نمونه حاضر باشند. متن مصاحبه‌ها پیاده‌سازی شد و عبارت‌های کیو از آن به دست آمد.

در پژوهش حاضر، بنا به گفته خوش‌گویان‌فرد (۱۳۸۶)، در هنگام انتخاب عبارت کیو بیشتر سعی بر آن بود که عباراتی انتخاب شود که گویا و بدون ابهام، کوتاه و ساده و عبارات مأنوس و دارای معنی و مفهوم متفاوتی با سایر عبارات باشند. در این پژوهش در مرحله اول انتخاب عبارت نمونه کیو، ابتدا ۸۷ عبارت برگزیده به دست آمد. گام بعدی نمونه‌گیری از عبارت‌های کیو استخراج شده است؛ به شکلی که این عبارت‌ها معرف جامعه باشد و تصویر جامعی از کل ذهنیت‌ها و دیدگاه‌های موجود در ارتباط با موضوع بررسی شده ارائه دهد (خوش‌گویان‌فرد، ۱۳۸۶: ۲۵-۳۶؛ لطفی، ۱۳۹۵). در این مرحله نیز از میان ۸۷ عبارت درنهایت، ۳۱ عبارت انتخاب‌شده در جدول زیر نشان داده شده است.

#### جدول ۲- عبارت‌های کیو استفاده‌شده در پژوهش حاضر

Table 2- Q expressions used in the present research

۱. در خیریه‌ها کمک به نیازمندان براساس اولویت‌بندی مشخص و درستی انجام نمی‌شود.
۲. یک خیریه باید تلاش کند تا افراد برای خدا و با نیت الهی به آن کمک کنند.
۳. استفاده از الگوهای تبلیغاتی خیریه‌های متداول در سایر کشورها، برای خیریه‌های کشور ما مناسب هستند.
۴. مؤسسات خیریه خصوصی از الگوهای تبلیغاتی اثربخش برای جلب مشارکت‌های مردمی استفاده می‌کنند.
۵. در کنار حمایت‌های مادی از نیازمندان، فعالیت‌های فرهنگی و ارتقای معنویت در آنها لازم است.
۶. در امر حمایت از نیازمندان مشکلات حقوقی و قانونی وجود دارد که باید در این زمینه مجلس وارد شود.
۷. علت اصلی وضع نامطلوب فقر در کشور، کم‌کاری و ضعف عملکرد حوزه‌های علمی، روحانیون و مبلغان در دعوت مردم به کمک به نیازمندان واقعی است.
۸. استفاده از ظرفیت جریان‌های اجتماعی و برنامه‌های پرطرفدار رسانه ملی برای حل معضل فقر ضروری است.
۹. کارهای تبلیغاتی و فرهنگی برای جلب مشارکت یکی از نیازمندی‌های خیریه‌هاست.
۱۰. مشاهده متکدیان خیابانی، پدیده کارتن‌خوابی، کودکان کار و ... در سطح شهر منجر به بی‌اعتمادی مردم و احساس ناکارآمدی نسبت به نهادهای دولتی در امر مبارزه با فقر می‌شود.

۱۱. مبارزه با فقر آشکار مانند کارتن خوابی، متکدیان و ... از فقر پنهان اولویت دارد.
۱۲. یکی از مسائل مهم سازمانی، چه برای خیریه‌های دولتی و چه خصوصی، شناسایی نیازمندان واقعی است.
۱۳. یکی از مسائل مهم سازمانی، چه برای خیریه‌های دولتی و چه خصوصی، کمبود اعتبارات مالی برای تخصیص به نیازمندان است.
۱۴. حل مسئله فقر جزء اصلی‌ترین اولویت‌های کشور است.
۱۵. سیاست‌ها و قوانین حمایتی از افراد نیازمندان متناسب با ویژگی‌ها و شرایط خاص آنها وضع نمی‌شود.
۱۶. فضای تبلیغاتی و رسانه‌ای مناسبی برای جلب مشارکت‌های مردمی برای کمک به نیازمندان در کشور وجود دارد.
۱۷. مردم اعتماد کافی و تصویر خوبی نسبت به مراکز خصوصی خیریه دارند.
۱۸. یکی از نقاط آسیب بیشتر خیریه‌ها در کشور عدم شفافیت است.
۱۹. هماهنگی و همکاری لازم میان دستگاه‌های دولتی و خصوصی متولی امر کمک به نیازمندان در کشور وجود ندارد.
۲۰. مردم اعتماد کافی و تصویر خوبی نسبت به مراکز دولتی فعال در عرصه کمک به نیازمندان دارند.
۲۱. سازمان‌هایی که در کمک به نیازمندان به صورت تخصصی و خاص کار می‌کنند، توانمندی بیشتری دارند (برای مثال، خیریه مخصوص ایتم، خیریه مخصوص تأمین جهیزیه نیازمندان).
۲۲. فرهنگ‌سازی و فعالیت‌های تبلیغی لازم برای جلب توجه مردم به موضوع کمک به نیازمندان در کشور انجام شده است.
۲۳. برنامه‌های توانمندسازی نیازمندان برای کسب درآمد از اولویت بیشتری نسبت به کمک مستقیم مالی دارد.
۲۴. نظارت دولت بر خیریه‌های خصوصی، لازم و ضروری است.
۲۵. لازم است تا نهادی دولتی به‌عنوان هماهنگ‌کننده مراکز دولتی و خیریه‌های خصوصی برای کمک به نیازمندان در نظر گرفته شود.
۲۶. کارآمدترین راه برای کمک به نیازمندان، حضور فعالانه مردم است.
۲۷. حل مسئله فقر در کشور نیازمند به برنامه‌ریزی بلندمدت دارد.
۲۸. دولت‌ها اولویت بالایی برای حل مسئله فقر و کمک به نیازمندان قائل نیستند.
۲۹. قسمتی از درآمدهای مالیاتی کشور باید برای حل مسئله فقر استفاده شود.
۳۰. مردم در توجه به نیازمندان و کمک به مؤسسات خیریه، اهتمام کافی و لازم را دارند.
۳۱. مسئله فقر در کشور به‌صورت پایدار و همیشگی حل‌شدنی است.

در مرحله بعد، ۲۲ نفر از خبرگان مطالعه شدند و عبارت‌ها و جدول کیو برای تکمیل به آنها داده شد که در نهایت، ۱۸ پاسخ‌نامه کیو برای تحلیل استفاده شد. همان‌طور که در شکل ۱ دیده می‌شود برای انجام پژوهش حاضر از نمودار کیو با توزیع شبه‌نرمال و توزیع اجباری استفاده شد. این نمودار حاوی ۳۱ خانه است که برای قراردادن ۳۱ عبارت کیو توسط مشارکت‌کنندگان از درجه -۵ که به معنای مخالفت کامل با عبارت مدنظر است تا +۵ که به معنای موافقت کامل با عبارت کیو مدنظر است، تعبیه شده است.

-۵	-۴	-۳	-۲	-۱	۰	+۱	+۲	+۳	+۴	+۵
(۱)										(۱)
	(۲)								(۲)	
		(۳)	(۳)				(۳)	(۳)		
				(۴)		(۴)				
					(۵)					

شکل ۲- نمودار کیو استفاده‌شده در این پژوهش

Figure 2- Q diagram used in this research

#### ۴- تجزیه و تحلیل داده‌ها

قبل از پرداختن به تحلیل داده‌ها، ابتدا به بررسی روایی و پایایی ابزار تحقیق پرداخته می‌شود. منظور از روایی آن است که ابزار اندازه‌گیری، بتواند ویژگی مدنظر را اندازه بگیرد (خاکی، ۱۳۹۱: ۲۳۰-۲۳۱). خوش‌گویان‌فرد (۱۳۸۶) فقط یک نوع روایی را مدنظر قرار داده است و آن هم روایی صوری است. در پژوهش مذکور از روایی صوری استفاده شد. مطالعات کیو دنبال سنجش هیچ مدل یا سازه‌ای نیست و روایی در پژوهش کیو بیشتر بر جامعیت عبارت کیو است؛ به گونه‌ای که توانایی آشکارسازی ذهنیت‌های مختلف را داشته باشد که این موضوع با نظر خبرگان تأیید شد.

موضوع دوم، پایایی است؛ یعنی اینکه تا چه حد آن ابزار داده‌های دقیق و درستی را استخراج می‌کند و در طول زمان ثبات است و نتیجه‌های همسان به دست می‌دهد (خاکی، ۱۳۹۱: ۲۳۲). در پژوهش حاضر، برای سنجش پایایی پژوهش نیز از روش آلفای کرونباخ در نرم‌افزار SPSS استفاده شد. آلفای کرونباخ پژوهش حاضر عدد ۰/۹۶ به دست آمد که بیان‌کننده قابلیت اعتماد بسیار بالای عبارت نمونه کیو و نتایج مرتب‌سازی آنها در نمودار کیو است که از طریق مشارکت‌کنندگان این پژوهش انجام شده است.

در انجام تحلیل عاملی ابتدا باید از این مسئله اطمینان یافت که آیا تعداد داده‌های مدنظر (اندازه نمونه و رابطه بین متغیرها) برای تحلیل عاملی مناسب‌اند یا خیر. بدین منظور از دو روش آماری یعنی از شاخص KMO<sup>۱</sup> و آزمون بارتلت<sup>۲</sup> در نرم‌افزار SPSS استفاده شد. شاخص کفایت نمونه بیان‌کننده کفایت نمونه‌گیری است؛ هرچه اندازه شاخص KMO به یک نزدیک‌تر باشد، «کفایت نمونه‌گیری» را نشان می‌دهد؛ چنانچه شاخص مذکور بالای ۰/۵ باشد، پذیرفتنی است (حبیب‌پور و صفری، ۱۳۹۱، ۳۲۲). در پژوهش حاضر مقدار شاخص KMO، تقریباً برابر با این مقدار بود و با توجه به مقدار sig، داده‌ها در آزمون بارتلت موفق بوده‌اند.

#### جدول ۳- نتایج آزمون KMO و بارتلت

Table 3- KMO and Bartlett test results

ضریب KMO (ضریب اندازه‌گیری کفایت نمونه‌گیری)	.546
کا اسکوئر	234.498
درجه آزادی	153
ضریب معناداری یا sig	.000

#### ۴-۱- شناسایی و استخراج عامل‌ها

برای اینکه درک شود هر عامل توانسته است چند درصد از واریانس مجموعه متغیرها را تعیین کند، در جدول ۴، مقادیر ویژه اولیه، مجموع بارهای عاملی استخراج‌شده و مجموع مجزورات آنها آمده‌اند. این جدول، نشان‌دهنده متغیرهای پنهان استخراج‌شده (عوامل یا اجزاء) هستند.

<sup>۱</sup> Kaiser-Mayer-Olkin

<sup>۲</sup> Bartlett's Test of Sphericity

جدول ۴- واریانس کلی توضیح داده شده

Table 4- Total explained variance

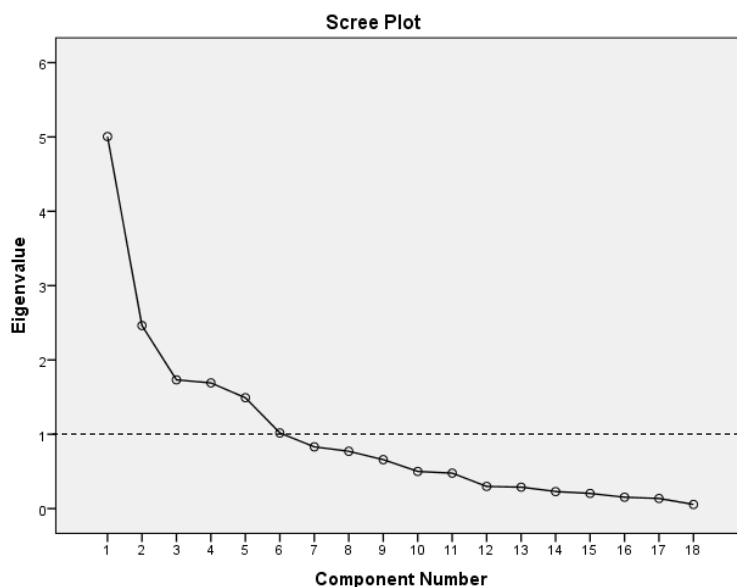
عامل	مقادیر ویژه اولیه			مجموع مجذورات بارهای عاملی استخراج شده			مجموع مجذورات بارهای عاملی چرخش یافته شده		
	مجموع	درصد واریانس	درصد تجمعی واریانس	مجموع	درصد واریانس	درصد تجمعی واریانس	مجموع	درصد واریانس	درصد تجمعی واریانس
1	5.005	27.806	27.806	5.005	27.806	27.806	2.990	16.612	16.612
2	2.463	13.681	41.487	2.463	13.681	41.487	2.954	16.409	33.020
3	1.732	9.622	51.109	1.732	9.622	51.109	1.939	10.774	43.794
4	1.691	9.395	60.505	1.691	9.395	60.505	1.929	10.719	54.513
5	1.492	8.287	68.792	1.492	8.287	68.792	1.826	10.146	64.658
6	1.017	5.650	74.442	1.017	5.650	74.442	1.761	9.783	74.442
7	.830	4.613	79.055						
8	.771	4.283	83.338						
9	.658	3.656	86.994						
10	.500	2.778	89.772						
11	.477	2.652	92.424						
12	.298	1.655	94.079						
13	.289	1.603	95.682						
14	.229	1.274	96.956						
15	.204	1.132	98.087						
16	.153	.850	98.938						
17	.136	.755	99.692						
18	.055	.308	100.000						

جدول فوق، جدول کل واریانس تبیین شده را نشان می‌دهد که نرم‌افزار با توجه به دیدگاه افراد نمونه، در مجموع، ۶ عامل را (که مقادیر ویژه آنها بالای یک است) شناسایی و این ۶ عامل در حدود ۷۴/۴۴۲ درصد واریانس را تبیین می‌کند و پوشش می‌دهد. در جدول بالا بیشترین واریانس تبیین شده مربوط به عامل اول (۱۶/۶۱۲) و دوم (۳۳/۰۲۰) است و بعد از آنها به ترتیب هریک از عامل‌های سوم، چهارم، پنجم، ششم و هفتم با مقادیر (۴۳/۷۹۴)، (۵۴/۵۱۳)، (۶۴/۶۵۸)، (۷۴/۴۴۲) در رتبه‌های بعدی قرار دارند.

#### ۴-۲- تعیین تعداد عامل‌ها

در روش شناسی کیو برای نشان‌دادن مهم‌ترین عامل‌ها از نظر میزان واریانس تعیین شده از نمودار سنگ‌ریزه<sup>۱</sup> استفاده می‌شود. در نمودار سنگ‌ریزه، مقدار ویژه استخراجی را برای متغیرهای پنهان بالقوه را به صورت ترسیمی نشان می‌دهد. همان‌طور که در شکل مشخص است از عامل اول به بعد ناگهان واریانس تبیینی افت شدیدی می‌کند. اگر نمودار  $y=1$  را در شکل زیر رسم شود، مشخص می‌شود از عامل هفتم به بعد، مقدار ویژه به دست آمده کمتر از یک خواهد بود؛ از این رو، برای تحلیل عاملی از شش عامل قبلی استفاده خواهد شد.

<sup>۱</sup> Scree plot



شکل ۳- نمودار سنگ‌ریزه مربوط به تحلیل عاملی

Figure 3- Pebble diagram related to factor analysis

به‌طور کلی، برای تحقیق حاضر، ماتریس چرخش یافته با استفاده از روش واریماکس به کار گرفته شده است که برای تفسیر و شناسایی عامل‌ها به کار می‌رود؛ روش واریماکس رایج‌ترین روش چرخش متعامد در تحلیل عاملی است که هدف آن رسیدن به ساختار ساده با متعامد نگه داشتن محورهای عاملی است. در جدول ۵ بعد از ۱۳ بار چرخش، نتایج تحلیل عاملی در شش دسته نشان داده شده‌اند.

جدول ۵- ماتریس عامل چرخش یافته

Table 5- Rotated factor matrix

	عامل					
	1	2	3	4	5	6
N1		.826				
N2		.795				
N3					.860	
N4				.725		
N5		.794				
N6	.750					
N7			.708			
N8						.799
N9	.767					
N10			.716			.318
N11	.854					
N12			.715			
N13						.660
N14				.793		
N15		.559				
N16						.486
N17					.839	
N18		.602				

با توجه به جدول ۵، مشارکت‌کنندگان شماره ۶، ۹، ۱۱ به‌طور مشترک الگوی ذهنی اول (عامل اول، مشارکت‌کنندگان شماره ۱۸، ۱۵، ۵، ۲، ۱ الگوی ذهنی دوم، مشارکت‌کنندگان شماره ۱۲، ۱۰، ۷ الگوی ذهنی سوم، مشارکت‌کنندگان شماره ۴، ۱۴ الگوی ذهنی چهارم، مشارکت‌کنندگان شماره ۳، ۱۷ الگوی ذهنی پنجم و مشارکت‌کنندگان شماره ۱۶، ۱۳، ۱۰، ۸ الگوی ذهنی ششم را تشکیل می‌دهند.

#### ۴-۳- تبیین و تشریح ذهنیت‌های شناسایی شده

شش نوع ذهنیت به‌دست‌آمده در ادامه تبیین شده‌اند. شایان ذکر است عنوان قرار داده شده برای هر نوع ذهنیت با توجه به توصیف به‌دست‌آمده از هر نوع ذهنیت است.

#### ۴-۳-۱- دسته اول: قائلان به مردمی‌سازی با محوریت تنظیم‌گری دولت

افراد دسته نخست، محور ذهنی‌شان مردمی‌سازی امور خیریه است که البته به نقش دولت در تنظیم‌گری و زمینه‌چینی توجه داشته‌اند. این افراد به‌شدت معتقدند فقر یکی از اصلی‌ترین اولویت‌های کشور شناخته می‌شود (کارت ۲: ۴، ۵+ و ۵+); در عین حال، کارآمدترین راه موضوع فقر را مشارکت فعالانه مردم می‌دانند (کارت ۲۱: ۴، ۳+ و ۳+). بر این مبنا باید امکان فعالیت بیشتر مردم در سازمان‌های خیریه غیردولتی به‌عنوان یکی از مصادیق مشارکت‌های مردمی را افزایش داد؛ اما با وجود این، معتقدند حضور مردم در خیریه‌های غیردولتی باید در چارچوب خط‌مشی دولت و تحت نظارت دولت بر خیریه‌ها انجام شود (کارت ۲۳: ۳، ۴+). در بعد عملیاتی نیز این افراد بر این باورند که برنامه‌های توانمندساز برای نیازمندان به شکلی که خودشان بتوانند کسب درآمد داشته باشند، نسبت به کمک مستقیم مالی دارای اولویت است (کارت ۲۴: ۴، ۳+، ۳+). علاوه بر این، در کنار این حمایت‌ها، پرداختن به فعالیت‌های فرهنگی در ابعاد مختلف و نیز ارتقای معنویت در نیازمندان باید جزء برنامه‌ها در نظر گرفته شود (کارت ۱۱: ۲، ۲+، ۳+). این افراد با این موضوع که علت اصلی فقر در کشور، کم‌کاری دستگاه‌های تبلیغی و روحانیون هستند، به‌شدت مخالف‌اند (کارت ۹: ۵- و ۴-). از سوی دیگر، اعتقاد ندارند مشکل سازمان‌های خیریه دولتی و غیردولتی در حل مسئله فقر، کمبود اعتبارات مالی است (کارت ۳: ۴- و ۳-). از منظر این افراد، مردم اعتماد کافی و تصویر مثبت از مراکز دولتی در امور خیر (مثل کمیته امداد) ندارند (کارت ۲۷: ۲، ۴- و ۳-). همچنین، اعتقاد چندانی به ظرفیت جریان‌ات اجتماعی و رسانه ملی در جلب مشارکت مردمی ندارند (کارت ۸: ۳-، ۳- و ۳-).

#### ۴-۳-۲- دسته دوم: قائلان به ارتقای عملکرد خیریه‌ها

این گروه بر محورها و موضوعاتی تأکید دارند که ناظر به مشکلات داخلی و عملکردی خیریه‌ها به‌ویژه خیریه‌های غیردولتی است؛ از این رو، می‌توان این افراد را با عنوان قائلان به ارتقای عملکرد خیریه‌ها نام نهاد. دسته دوم معتقدند دولت‌ها اولویت بالایی برای حل مسئله فقر قائل نیستند (کارت ۱۹: ۳+، ۴+، ۴+). از سوی دیگر، فعالیت خیریه‌ها در کشور دارای آسیب‌هایی است که یکی از این نقاط آسیب در بیشتر خیریه‌ها عدم شفافیت است (کارت ۲۹: ۵، ۴+، ۳+ و ۲+); اما یکی دیگر از مشکلات و آسیب‌ها ناهماهنگی میان بخش دولتی و بخش غیردولتی است و از نظر این افراد لازم است تا نهادی دولتی به‌عنوان هماهنگ‌کننده مراکز دولتی و غیردولتی فعالیت کند (کارت ۲۲: ۳+، ۴+، ۳+). در ابعاد عملیاتی و طرح‌ریزی نیز این گروه همانند گروه قبلی قائل به این هستند که برنامه‌های توانمندسازی برای ایجاد اشتغال و کار تولیدی دارای اولویت نسبت به کمک مستقیم است (کارت ۲۴: ۴+، ۳+ و ۵+). علاوه بر برنامه‌های امدادسانی، باید اقدام به فعالیت‌های تربیتی و



فرهنگی برای نیازمندان کرد (کارت ۱۱: +۵، +۴، +۳ و +۳). در عمل این گروه این‌گونه فکر می‌کنند که حل فقر جزء مسائل اصلی کشور قرار نگرفته است (کارت ۲: -۴، -۵ و -۳) و با این موضوع که فرهنگ‌سازی لازم برای فعالیت‌های مردمی در جهت کمک به نیازمندان انجام شده است، به شدت مخالف‌اند (کارت ۲۵: -۲، -۴، -۵ و -۲). همچنین، نسبت به الگوی تبلیغ امر خیر نیز حساس‌اند و اعتقاد دارند الگوهای تبلیغاتی خیریه‌های سایر کشورها برای کشور ما اصلاً مناسب نیستند (کارت ۱۳: -۴، -۴، -۵ و -۴).

#### ۴-۳-۳- دسته سوم: قائلان به حضور شفاف مردمی

بخشی از افراد محور اصلی تفکرشان بر لزوم جلب توجه مردمی برای مسئله فقر است که چگونه می‌توان از توان مردمی برای این کار استفاده کرد. کارآمدترین راه از منظر این گروه برای کمک به نیازمندان، حضور فعالانه مردم است (کارت ۲۱: +۵ و +۲). با وجود این، سازمان‌های خیریه اعم از دولتی و غیردولتی از منظر این گروه با مشکل عدم شفافیت مواجه‌اند (کارت ۲۹: +۵ و +۳ و +۲). علاوه بر سازوکارهای تشویقی برای حضور داوطلبانه مردم، این گروه معتقدند اختصاص بخشی از درآمدهای مالیاتی کشور به موضوع رفع محرومیت، حیاتی است (کارت ۱۸: +۴، +۳ و +۳). نکته مهم دیگر از منظر این گروه اولویت‌داشتن مبارزه با فقر آشکار مانند کارتن‌خوابی و متکدیان نسبت به فقر پنهان است (کارت ۵: +۴ و +۳). از سوی دیگر، از منظر این افراد، دولت‌ها اولویت بالایی برای حل مسئله فقر قائل هستند (کارت ۱۹: -۴، -۳)؛ ولی از منظر آنها مردم نیز اعتماد کافی و تصویر خوب نسبت به سازمان‌های خیریه دولتی ندارند (کارت ۲۷: -۵، -۴ و -۴). از منظر این افراد، تنظیم قوانین و سیاست‌های حمایتی از تناسب کافی با شرایط نیازمندان برخوردار است (کارت ۱: -۳، -۳ و -۳). در بعد الگوهای تبلیغی و ترویجی برای امر خیر نیز این گروه به هوشیاری نسبت به الگوهای وارداتی قائل‌اند و همه اشکال تبلیغ در امور خیریه را مناسب برای فرهنگ کشور نمی‌دانند (کارت ۱۳: -۳، -۳).

#### ۴-۳-۴- دسته چهارم: مخالفان تصدی‌گری دولتی

این دسته، مخالفان تصدی‌گری بخش دولتی در امور خیریه‌اند. به عقیده این افراد دولت‌ها اولویت بالایی برای حل مسئله فقر و کمک به نیازمندان قائل نیستند (کارت ۱۹: +۵ و +۴) و به همین دلیل، ورود مردم در مسئله محرومیت‌زدایی لازم است؛ تا جایی که می‌توان کارآمدترین راه حل این موضوع را در حضور فعالانه مردم دانست (کارت ۲۱: +۳ و +۲). شاید یکی از اقدامات مهمی که تنها از عهده دولت بر می‌آید، اختصاص بخشی از درآمدهای مالیاتی به این موضوع است. از منظر دسته چهارم، قسمتی از این درآمدها باید در موضوع رفع فقر و محرومیت هزینه شود (کارت ۱۸: +۴ و +۲). این گروه از افراد چون نگاه بدبینانه‌ای به دولت و عملکرد آن دارند، اعتقادی به میانجی‌گری نهادی از دولت برای هماهنگی خیریه‌های دولتی و غیردولتی ندارند (کارت ۲۲: -۳ و -۳) و حتی اعتماد مردمی به این سازمان‌های خیریه دولتی را در سطح پایین ارزیابی می‌کنند (کارت ۲۷: -۵ و -۴). در بعد فعالیت‌های فرهنگی و ترویجی، این گروه اعتقاد دارند فرهنگ‌سازی و تبلیغات لازم برای جلب توجه مردم برای کمک‌کردن به نیازمندان انجام نشده است (کارت ۲۵: -۳ و -۲) و فضای تبلیغاتی و رسانه‌ای مناسبی در این خصوص در کشور وجود ندارد (کارت ۳۱: -۴ و -۴).

#### ۴-۳-۵- دسته پنجم: حاکمیت‌گرایان

تمامی افراد این دسته که از مشاوران خیریه‌های دولتی هستند، با عنوان حاکمیت‌گرایان نام‌گذاری شدند و اعتقاد دارند هماهنگی و همکاری لازم میان دستگاه‌های دولتی و غیردولتی متولی امر کمک به نیازمندان در کشور وجود ندارد (کارت ۳۰: ۳+ و ۳+ و برای حل این مسئله قائل به لزوم وجود نهادی دولتی برای هماهنگی هستند (کارت ۲۲: ۵+ و ۳+). یکی دیگر از مشکلات مهم از منظر این افراد مشکلات حقوقی و قانونی است که باید در سطح مجلس به آنها پرداخته شود (کارت ۱۰: ۴+ و ۲+).

این افراد در امکان‌پذیری حل مسئله فقر به صورت کامل قائل نیستند که این موضوع به طور همیشگی و پایدار حل‌شدنی است (کارت ۱۶: ۵- و ۴-). این افراد اولویت خاصی برای مبارزه با فقر آشکار مثل کارتن‌خوابی در مقایسه با فقر پنهان قائل نیستند (کارت ۵: ۳- و ۲-) از منظر این گروه، مردم اعتماد کافی و تصویر خوب نسبت به خیریه‌های غیردولتی ندارند (کارت ۲۸: ۴- و ۵-); البته در خصوص وجود تصویر مطلوب نسبت به خیریه‌های دولتی در بین این گروه اتفاق نظری دیده نمی‌شود. این گروه نیز بر مسئله فرهنگ‌سازی توجه دارند و ضعف در فعالیت‌های تبلیغی در موضوع امر خیر را کافی نمی‌دانند (کارت ۲۵: ۴- و ۲-); اگرچه کم‌کاری در فرهنگ‌سازی در این موضوع را به کم‌کاری روحانیون و حوزه‌های علمیه نسبت نمی‌دهند (کارت ۹: ۳- و ۳-).

#### ۴-۳-۶- دسته ششم: تبلیغ‌گرایان

برخی از افراد بر عنصر کار فرهنگی و تبلیغی به‌عنوان شاه‌کلید حل مسئله فقر تکیه دارند که با عنوان تبلیغ‌گرایان می‌توان از آنها یاد کرد. در مقام توجه به مسئله فقر از منظر این افراد، فقر جزء مهم‌ترین اولویت‌های کشور قرار دارد (کارت ۲: ۴+، ۵+). این افراد بر استفاده از ظرفیت جریان‌های اجتماعی و برنامه‌های رسانه ملی تأکید دارند (کارت ۳: ۸+، ۳+ و ۲+). در خصوص نحوه فعالیت سازمان‌های خیریه، به عقیده این افراد، سازمان‌های تخصصی توانمندی بیشتری دارند؛ برای مثال، خیریه‌هایی که تنها بر موضوع تأمین جهیزیه متمرکز شده‌اند (کارت ۲۶: ۳+ و ۲+). این افراد نیز مسئله تأمین مالی خیریه‌ها را یک مسئله جدی و مهم می‌دانند (کارت ۳: ۴+ و ۳+) و عقیده دارند باید قسمتی از درآمدهای مالیاتی برای این کار اختصاص یابد (کارت ۱۸: ۴+ و ۴+). این گروه این‌گونه تصور می‌کنند که فرهنگ‌سازی و فعالیت‌های تبلیغی لازم برای جلب توجه مردم به این موضوع انجام نشده است (کارت ۲۵: ۲-، ۳- و ۴-) و در نتیجه، توجه مردم برای کمک به نیازمندان را کافی ندانسته‌اند (کارت ۱۷: ۴-، ۳- و ۴-) و بر همین اساس، فضای تبلیغاتی و رسانه‌ای مناسبی برای این موضوع در کشور نمی‌بینند (کارت ۳۱: ۵-، ۴- و ۴-).

#### ۵- جمع‌بندی و نتیجه‌گیری

مسئله فقر به‌عنوان عامل بسیاری از آسیب‌های اجتماعی در جامعه، با مشارکت مردمی و حمایت‌های دولتی رفع‌شدنی است. سازمان‌های مردم‌نهاد که در موضوعات مختلف از جمله حوزه امور خیر فعالیت می‌کنند، مهم‌ترین شکل سازمانی ورود مردم در مقوله رفع محرومیت است. از سوی دیگر، ورود بخش غیردولتی با توجه به نگرانی‌ها و دغدغه‌ها در خصوص کژکارکردهای احتمالی یا عدم هم‌راستایی و همگرایی مجموعه فعالیت‌های مردمی، نیازمند تنظیم‌گری و تسهیل‌گری بخش دولتی دارد. همچنین، یکی از موانعی که باعث چنین اتفاقی می‌شود تکثر نگرشی و بینشی نسبت به موضوع امر خیر در میان بازیگران است. بر این اساس، لازم است تنوع و تکثر ذهنیتی مدیران خیریه‌های دولتی و غیردولتی، مشخص و براساس اشتراکات و در جهت رفع اختلافات به برنامه‌ریزی اقدام شود.

بر اساس نتایج به دست آمده در پژوهش حاضر، شش نوع طرز تفکر و ذهنیت در موضوع خیریه‌ها و رفع فقر به دست آمده. دسته نخست، قائل به اصل مردمی‌سازی امور خیریه هستند و آن را موضوع مهمی می‌دانند؛ اما این‌طور فکر می‌کنند که این مردمی‌سازی باید تحت نظارت و هدایت کلان دولت به عنوان مقام ناظر و کنترل‌کننده و هدایت‌کننده قرار گیرد. دسته دوم، بیشتر بر موضوعاتی که به بهبود عملکرد و اثربخشی خیریه‌ها منتهی می‌شود، توجه دارند و راهکار رفع فقر را ارتقا و حل این معضلات در داخل خیریه‌ها می‌دانند. دسته سوم، با اعتقاد به ضعف دولت و عدم اعتماد مردمی به آن، بر سازوکارهایی به منظور جلب توجه مردمی تأکید دارند و برخلاف گروه نخست، اعتقاد چندانی به مداخله دولتی در بحث تنظیم‌گری ندارند. چهارمین گروه، محور ذهنیت‌شان بر مخالفت شدید با ورود دولت و تصدی‌گری آن است و بهترین کار دولت را اخذ مالیات از ثروتمندان برای تخصیص به محرومین معرفی می‌کنند. حاکمیت‌گرایان و قائلان به تصدی‌گری کامل دولتی، ذهنیت پنجم را شکل می‌دهند که نسبت به مشارکت مردمی بسیار محتاط هستند و نقش فرعی و اندکی را برای آنها قائل‌اند. به نظر آنها عملکرد خیریه‌های غیردولتی باید تحت نظارت و اشراف کامل دولتی باشد. در نهایت، ذهنیت ششم بر عنصر تبلیغات و ترویج امر خیر و نیز تلاش برای جلب مشارکت‌های مردمی تأکید می‌ورزد.

همان‌طور که در بخش پیشینه گفته شد پژوهش مشابهی در حوزه شناسایی ذهنیت‌های مدیران در موضوع اولویت‌های نظام مدیریت کلان امر خیر در کشور انجام نشده است؛ اما می‌توان نتایج این پژوهش را با پژوهش مسعودی‌پور و باقری نصرآبادی (۱۳۹۷) مقایسه کرد. در این پژوهش، ۳۱ مسئله و موضوع اولویت‌دار در حکمرانی امور خیریه شناسایی شده است که مربوط به تصدی‌گری دولت مرتبط با ذهنیت دسته چهارم (مخالفین تصدی‌گری دولت)، مسائل مربوط به نظارت و ارزیابی مرتبط با ذهنیت دسته پنجم (حاکمیت‌گرایان) و مسائل مربوط به ترویج انفاق مرتبط با ذهنیت گروه ششم (تبلیغ‌گرایان) در نظر گرفته می‌شود.

تشتت آرا و رویکردها در موضوع مدیریت کلان امر خیر در کشور و نیز عدم هم‌راستایی نگاه‌ها در حوزه اولویت‌ها، مسئله مهمی در طراحی نظام کلان این عرصه است. برای طراحی نظام کلان مدیریت امور خیریه در کشور، باید تلاش کرد تا به عناصر مشترک در بین ذهنیت‌ها توجه کرد. با توجه به نتایج پژوهش حاضر، عنصر مشترکی که در بین همه ذهنیت‌ها، هرچند با شدت و ضعف، وجود دارد، لزوم ورود بهتر و بیشتر بخش غیردولتی و خیریه‌های مردمی است. این موضوع می‌تواند به عنوان محور مشترک برای گفتگو به منظور رسیدن به یک ساختار مطلوب حکمرانی، درخور توجه قرار گیرد. سایر موضوعات مانند میزان نفوذ و تصدی‌گری دولت، چگونگی طراحی سازوکار نظارتی و کنترلی بر عملکرد خیریه‌های غیردولتی و چگونگی طراحی نظام تبلیغی و ... از جمله موضوعاتی هستند که اختلافات دیدگاه درباره آنها دیده می‌شود. پیشنهاد می‌شود یکی از سازمان‌های دولتی متولی، نظیر وزارت کشور، نشست‌هایی تخصصی، با حضور مدیران موفق خیریه‌های مردمی و مدیران خیریه‌های دولتی، برای طراحی ابعاد و نحوه ورود بخش مردمی در امور خیریه برگزار کند. همچنین، اطلاع مدیران دولتی از مشکلات و مسائل چالش‌های خیریه‌های غیردولتی و بیان دغدغه‌ها و مشکلات خیریه‌های غیردولتی از زبان مدیران دولتی، می‌تواند به تفاهم و تعامل بیشتر منجر شود. باید توجه داشت اصلاح نظام مدیریت امر خیر در کشور، تنها با مشارکت حداکثری خیریه‌های غیردولتی و جدیت مدیران دولتی ممکن خواهد بود.

از جمله محدودیت‌های انجام پژوهش حاضر، طولانی‌بودن فرآیند روش‌شناسی کیو و محدودیت زمانی مدیران در همکاری برای انجام پژوهش است. نگرانی برخی از مدیران و اتخاذ رویکرد محافظه‌کارانه با وجود دادن اطمینان از محرمانگی پاسخ‌ها باعث می‌شد تا فرآیند طولانی برای اعتمادبخشی طی شود. عدم همکاری برخی از مدیران ارشد سازمان‌ها، ممانعت برخی از مدیران از ضبط صوتی جلسه و محدود شدن به برخی از سازمان‌های حوزه امور خیریه از جمله محدودیت‌های این

پژوهش است. برای پژوهش‌های آتی پیشنهاد می‌شود فراوانی رویکردهای شناسایی شده در میان مدیران، بررسی و فراوانی قائلین به هر ذهنیت مشخص شود. همچنین، این پژوهش با مشارکت افراد بیشتری از سازمان‌های دیگری که در حوزه امور خیریه فعالیت می‌کنند، نظیر سازمان بهزیستی، انجام و نتایج آن با پژوهش حاضر مقایسه شود. در نهایت اینکه پیشنهاد می‌شود شناسایی و اولویت‌بندی موضوعات و مسائل حکمرانی امور خیریه از منظر مدیران با استفاده از روش‌های دیگر صورت بگیرد و نتایج آن با پژوهش حاضر مقایسه شود.

## منابع فارسی

- ابوجعفری، ر و مسعودی‌پور، س. (۱۴۰۰). تبیین اهرم‌های تحولی سازمان اوقاف و امور خیریه مبتنی بر شناسایی و اولویت‌بندی نظام جامع مسائل آن. *اندیشه مدیریت راهبردی*، ۱۵(۱)، ۳۲۷-۳۵۸.
- امامی، س. م، باقری کنی، م و لطفی، س. (۱۳۹۵). گونه‌شناسی ذهنیت‌های خط‌مشی‌گذاران و مجریان درباره مدیریت مواجهه با بدحجابی در ایران. *پژوهشی مبتنی بر روش شناسی کیو، راهبرد فرهنگ*، ۹(۳۳)، ۷-۴۰.
- حبیب‌پور گنابی، ک و صفری‌شالی، ر. (۱۳۹۵). *راهنمای جامع کاربرد spss در تحقیقات پیمایشی*، تهران: انتشارات لویه و همکاران. خاکی، غ. ر. (۱۳۹۱). *روش تحقیق (با رویکرد پایان‌نامه‌نویسی)*، تهران: فوژان.
- خوش‌گویان‌فرد، ع. ر. (۱۳۸۶). *روش‌شناسی کیو*، تهران: مرکز تحقیقات سیما.
- ذوالفقارزاده، م. م، دیداری، م و هداوند، م. (۱۳۹۹). گونه‌شناسی ذهنیت نقش‌آفرینان در تدوین سیاست‌های نخبه‌گزینی و نخبه‌پروری: پژوهشی مبتنی بر روش شناسی کیو. *مطالعات مدیریت دولتی ایران*، ۷، ۹۷-۱۳۱.
- شیرخدائی، م، فرزانه، ف، فتحی، ر، طهماسبی روشن، ن و خلیلی پالندی، ف. (۱۳۹۴). بازاریابی فعالیت خیرخواهانه: تبیین نقش جنسیت در جوانان. *مطالعات اجتماعی روانشناختی زنان*، ۱۳(۴)، ۱۵۳-۱۸۰.
- کاظمی نجف‌آبادی، م و حسینی، س. ر. (۱۳۹۸). راهبردها و راهکارهای ارتقا بخش خیریه. *مجله معرفت اقتصاد اسلامی*، ۱، ۹۱-۱۰۹.
- لطفی، س. (۱۳۹۵). *گونه‌شناسی ذهنیت‌های خط‌مشی‌گذاران و مجریان درباره مدیریت مواجهه با بدحجابی در ایران*، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشکده معارف اسلامی و مدیریت، دانشگاه امام صادق.
- مبشراد، ف و غنبرطهرانی، ن. (۱۳۹۷). عوامل تأثیرگذار بر کارکرد رسانه‌های اجتماعی در تأمین مالی جمععی مؤسسات خیریه. *فصلنامه مطالعات مدیریت کسب‌وکار هوشمند*، ۶(۲۴)، ۱۰۹-۱۳۶.
- مرتضوی، م و محمدی دوست، ح. (۱۳۹۷). آسیب‌شناسی نظام خیریه در ایران با استفاده از ماتریس IPA، *دومین همایش ملی خیر ماندگار*، تهران.
- مسعودی‌پور، س و باقری نصرآبادی، م. (۱۳۹۷). اولویت‌بندی مسائل کلیدی در نظام حکمرانی بخش دولتی و غیردولتی ایران در حوزه خیریه‌ها. *سیاست‌گذاری عمومی*، ۴(۳)، ۱۴۱-۱۵۸.
- ملکی مین‌باش رزگاه، م، علیپور، س و اصغری نجیب، م. (۱۴۰۱). شناسایی الگوهای ذهنی تعامل کسب‌وکارهای بنگاه به بنگاه در لینکدین با استفاده از روش کیو. *مدیریت بازرگانی*، ۱۴(۴)، ۶۲۵-۶۴۶.
- مهدی‌خواه، م. م، خانی جزینی، ج، امامی، س. م و رمضان‌پور نرگسی، ق. (۱۳۹۷). گونه‌شناسی ذهنیت خط‌مشی‌گذاران علم و فناوری درخصوص خودکفایی. *پژوهشی مبتنی بر روش شناسی کیو، بهبود مدیریت*، ۴۰، ۸۳-۱۰۴.
- نوروزی، ب و بودلایی، ح. (۱۴۰۰). شناسایی عوامل مؤثر در ماندگاری داوطلبان بین نسلی در مؤسسات خیریه (مطالعات موردی: مؤسسات خیریه در شهر شیراز). *مدیریت سازمان‌های دولتی*، ۹(۴)، ۶۷-۸۲.

## References

- AbuJaafari, R., and Masoodipour, S. (2021). Explanation of the transformational levers of the endowment organization and charity affairs based on the identification and prioritization of the comprehensive system of its issues, *Strategic Management Thought*, 15(1), 327-358. [In Persian]
- Alfes, K. (2018). People management in volunteer organizations and charities. Chapter in book *HRM in Mission Driven Organizations: Managing People in the Not for Profit Sector*, 47-77.
- Ayodo, N. I. (2021). *A Web-based charity management system for Non-Governmental Organizations in Kenya*. masters dissertation, Strathmore university.
- Berri, B., and Donnelly, R. (2021). The role of knowledge integration in shaping the capabilities and success of a charity: an in-depth case study analysis. *Journal of Knowledge Management*, 25(7), 1689-1707.
- Crettez, B., Hayek, N., and Zaccour, G. (2021). Optimal dynamic management of a charity under imperfect altruism. *Omega*, 100, 102227.
- Cyr, D., Landry, S., and Fortin, A. (2022). Management of charitable program expense ratios in the charity sector. *Australian Accounting Review*, 32(1), 106-123.
- Du, W. (2022). Analysis on the situation of charities in china. In *7th International Conference on Economy, Management, Law and Education (EMLE 2021)*, 178-183.
- Emami, M., Bagheri Keni, M., and Lotfi, S. (2015). Typology of the mindsets of policy makers and executives regarding the management of face-to-face veiling in Iran; A research based on Q methodology, *culture strategy*, 9(33), 7-40. [In Persian]
- Grau Rebollo, J., Escribano Castaño, P., Valenzuela-Garcia, H., and Lubbers, M. J. (2019). Charities as symbolic families: ethnographic evidence from Spain. *Journal of Organizational Ethnography*, 8(1), 25-41.
- Habibpour Getabi, K., and Safarishali, R. (2016). *A comprehensive guide to using spss in survey research*. Tehran: Loya et al. publications. [In Persian]
- Harris, E., Petrovits, C., and Yetman, M. H. (2017). Why bad things happen to good organizations: The link between governance and asset diversions in public charities. *Journal of Business Ethics*, 146, 149-166.
- Hooks, J., and Stent, W. (2020). Charities' new non-financial reporting requirements: preparers' insights. *Pacific Accounting Review*, 32(1), 1-19.
- Hyndman, N. (2017). The charity sector—changing times, changing challenges. *Public money management*, 37(3), 149-153.
- Kazemi Najafabadi, M., and Hosseini, Reza. (2018). Strategies and solutions to improve the charity sector, *Marafet Islamic Economy Journal*, 1, 91-109. [In Persian]
- Khaki, Gh. (2012). *Research method (with thesis writing approach)*. Tehran: Fujan. [In Persian]
- Khoshgoyanfar, A. (2007). *Q methodology*. Tehran: Sima Research Center. [In Persian]
- Lotfi, S. (2015). *A typology of the mindsets of policymakers and executives about the management of face-to-face veiling in Iran*, Master's Thesis, Faculty of Islamic Studies and Management, Imam Sadiq University. [In Persian]
- Mahdikhah, M., Khani Jazni, J., Emami, M., and Ramzanpour Nargesi, Q. (2017). Typology of the mentality of science and technology policymakers regarding self-sufficiency; A research based on Q methodology, *Management Improvement*, 40, 83-104. [In Persian]
- Maleki Min Bash Rozgah, M., Alipour, S., and Asghari Najib, M. (2022). Identifying the mental patterns of business-to-business interaction in LinkedIn using the Q method. *Business Administration*, 14(4), 625-646. [In Persian]
- Masoodipour S., and Bagheri Nasrabadi M. (2017). Prioritizing key issues in the governance system of Iran's governmental and non-governmental sector in the field of charities, *Public Policy*, 4(3), 141-158. [In Persian]
- Mobsherrad, F., and Ghanbartahrani, N., (2017). Factors influencing the function of social media in collective financing of charitable institutions, *Smart Business Management Studies Quarterly*, 6(24), 109-136. [In Persian]
- Mortazavi, M., and Mohammadi Dost, H. (2017). Pathology of the charity system in Iran using the IPA matrix, *the second national conference of lasting good*, Tehran. [In Persian]
- Nayeri, S. M., Hessam, S., Nasiripour, A. A., and Jahangiri, K. (2021). Identifying factors affecting of cooperation management between charities and the teaching hospitals of Shahid Beheshti University of Medical Sciences. *Asia Pacific Journal of Health Management*, 16(3), 249-259.
- Nowrozi, B., and Boudelai, H. (2021). Identification of effective factors in the retention of intergenerational volunteers in charitable institutions (Case studies: Charitable institutions in the city of Shiraz), *Management of Government Organizations*, 9(4), 67-82. [In Persian]
- Pyanov, A., Drannikova, E., Shevchenko, E., and Kochkarova, Z. (2021). Sustainable development of non-profit and non-governmental organizations: financial and organizational mechanisms. In *E3S Web of Conferences*, 1, 250, 1-7.

Ramjaun, T. A. (2021). Corporate brand management in a charity context: the internal communications challenge. *Corporate Communications: an international journal*, 26(2), 296-310.

Shirkhodai, M., Farzan, F., Fathi, R., Tahmasabi Roshan, N., and Khalili Palandi., F. (2014). Charitable activity marketing: Explaining the role of gender in young people, *Women's Social Psychological Studies*, 13(4), 153-180. [In Persian]

Urrea, G., Pedraza-Martinez, A. J., and Besiou, M. (2019). Volunteer management in charity storehouses: Experience, congestion and operational performance. *Production and Operations Management*, 28(10), 2653-2671.

Zulfiqarzadeh, M., Didari, M., and Hedavand, M. (2019). Typology of the mentality of role-players in formulating elite selection and elitism policies: a research based on Q methodology, *Iranian Public Management Studies*, 7, 97-131. [In Persian]