

تأمین مالی جمعی در خیریه‌ها؛ نگاهی به کنش‌های خیرخواهانه جامعه ایرانی از منظر یک پیمایش آنلاین

مجید ولی محمدی^۱، علیرضا اسکندری نژاد^۲

^۱کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی (کارآفرینی) دانشگاه آزاد اسلامی واحد الکترونیک

^۲کارشناسی ارشد جامعه‌شناسی دانشگاه تهران

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۱/۰۲/۰۸

تاریخ دریافت: ۱۴۰۰/۰۱/۰۴

Collective Funding For Charities; A Look At The Benevolent Actions Of Iranian Society From The Perspective Of An Online Survey Majid Vali Mohammadi¹, Alireza Eskandari Nezhad²

¹Master of Business Administration (Entrepreneurship) Islamic Azad University, Electronic Branch

²Master of Sociology, University of Tehran

Received: (24/02/2022)

Accepted: (29/04/2022)

Abstract:

The methods of financing charitable organizations is one of the most important issues that is less addressed in Iran. Based on the self-selective unlimited online survey method, the present study measures the behaviors, attitudes and beliefs of the Iranian people about how to help charitable organizations, time intervals of providing aid, channels of familiarity with charitable activities and the amount of cash donations to charitable organizations. Based on the research findings, it can be claimed that the attitudes, behaviors and beliefs of the participants in this study are very close to the method of crowdfunding. In this way, organizations can receive small amounts of money from large numbers of people by setting up the right platforms. The findings of this online survey show that most of the participants have become acquainted with charities through social networks, they end up donating within a month, and most of them donate less than 50,000 Tomans, which confirms the effectiveness of the co-financing method in It is Iran. It seems that the move towards crowdfunding by charitable organizations in Iran can be effective in financing them according to the benevolent actions of the people.

Keywords: Collective financing, charity, charitable management

چکیده

شیوه‌های تأمین مالی نهادهای خیرخواهانه یکی از موضوعات پراهمیتی است که در ایران کمتر بدان پرداخته شده است. پژوهش حاضر بر اساس روش پیمایش آنلاین غیرمحدود خودگزینه‌گر، رفتارها، نگرش‌ها و باورهای مردم ایران در خصوص نحوه کمک به سازمان‌های خیرخواهانه، فواصل زمانی انجام کمک، کانال‌های آشنایی با فعالیت‌های خیرخواهانه و میزان کمک نقدی به سازمان‌های خیرخواهانه را می‌سنجد. بر اساس یافته‌های پژوهش می‌توان ادعا کرد که نگرش‌ها، رفتارها و باورهای مشارکت‌کنندگان در این پژوهش قرابت بسیار زیادی با شیوه تأمین مالی جمعی دارد. در این شیوه، سازمان‌ها می‌توانند با راه‌اندازی پلتفرم‌های مناسب، از تعداد کثیری از افراد مقادیر اندکی پول دریافت کنند. یافته‌های این پیمایش آنلاین نشان می‌دهد که اکثر مشارکت‌کنندگان از طریق شبکه‌های اجتماعی با خیریه‌ها آشنا شده‌اند، در فاصله زمانی نهایتاً یک‌ماهه کمک خود را انجام می‌دهند و همچنین اکثر آنها کمتر از ۵۰ هزار تومان کمک مالی می‌کنند، موضوعی که مؤید کارآمدی روش تأمین مالی جمعی در ایران است. به نظر می‌رسد که حرکت به سوی تأمین مالی جمعی از سوی سازمان‌های خیرخواهانه در ایران می‌تواند در تأمین مالی آنها با توجه به کنش‌های خیرخواهانه مردم اثرگذار باشد.

واژه‌های کلیدی: تأمین مالی جمعی، نیکوکاری، مدیریت خیریه