Quarterly Journal of Economic Research and Policies Vol. 33, No. 116, Winter 2026

The Effect of Economic and Social Variables on Charitable Behavior in Isfahan Province: A Comparative Study with Other Selected Provinces

Saeid Mohamad Beigi
Phd Student of Islamic Economy philosophy,
Imam khomeini Research institute, Qom, Iran.
beigi.1992@gmail.com

`

This study investigates the impact of socioeconomic variables on charitable behavior in Isfahan Province and compares it with other provinces in Iran. Utilizing data from a extensive survey of 1,000 individuals in Isfahan Province and selected provinces, the research analyzes factors such as income level, education, age, marital status, and occupation type in relation to individuals' willingness to engage in philanthropic activities. By employing survey data and statistical methods, the this amis to identify patterns of charitable behavior in Isfahan Province and contrast them with other provinces to enhance understanding of the drivers of altruistic practices in Islamic society. The findings could assist policymakers and charitable institutions in designing more effective programs to promote a culture of philanthropy. The methodology includes logistic regression analysis and propensity score matching to identify behavioral patterns and inter-provincial differences between provinces. The results reveal: higher-income individuals exhibit greater willingness to participate in charitable activities, though no significant difference exists between Isfahan and other provinces.. Individuals with higher education demonstrate stronger inclinations toward philanthropy, with notable variations across provinces. Older and married individuals are significantly more likely to engage in charitable acts. Professions linked to social services and education are specifically associated with increased participation in philanthropy.

JEL Classification: C81, D31, I31, Z13.
Keywords: Consumption, Altruism, Isfahan, Propensity Score Matching Approach, Logistic Regression.

Reccived: 2025/02/09 Accepted: 2025/05/25

[Downloaded from qjerp.ir on 2026-11-23]

[DOI: 10.66224/qjerp.33.116.48]

نشریه علمی (فصلنامه) پژوهش‌ها و سیاست‌های اقتصادی
سال سی و سوم، شماره ۱۱۶، زمستان ۱۴۰۴، صفحه ۱۰۹ - ۴۸

تأثیر متغیرهای اقتصادی و اجتماعی بر رفتار نیکوکارانه در استان اصفهان: مطالعه‌ای تطبیقی با دیگر استان‌های منتخب

سعید محمدبیگی
دانشجوی دکتری فلسفه اقتصاد اسلامی موسسه آموزشی پژوهشی امام خمینی ره، قم، ایران.
beigi.1992@gmail.com

این پژوهش به بررسی تأثیر متغیرهای اجتماعی و اقتصادی بر رفتار نیکوکارانه در استان اصفهان می‌پردازد و آن را با دیگر استان‌های کشور مقایسه می‌کند. با استفاده از داده‌های حاصل از یک نظرسنجی گسترده از ۱۰۰۰ نفر در استان اصفهان و چند استان منتخب، این مطالعه به تحلیل عواملی چون سطح درآمد، تحصیلات، سن، وضعیت تأهل و نوع شغل بر تمایل افراد به مشارکت در فعالیت‌های خیرخواهانه می‌پردازد. با استفاده از داده‌های نظرسنجی و روش‌های آماری، هدف این تحقیق شناسایی الگوهای رفتاری نیکوکارانه در استان اصفهان و مقایسه آن با دیگر استان‌ها است تا درک بهتری از عوامل مؤثر بر رفتار نیکوکارانه در جامعه اسلامی به دست آید. نتایج این پژوهش می‌تواند به سیاست‌گذاران و نهادهای خیریه کمک کند تا برنامه‌های بهتری برای ترویج فرهنگ نیکوکاری طراحی کنند. روش تحقیق شامل تحلیل رگرسیون لجستیک و همسان‌سازی براساس نمره گرایش است که به شناسایی الگوهای رفتاری نیکوکارانه و تفاوت‌های موجود بین استان‌ها کمک می‌کند. نتایج نشان می‌دهند که: افرادی با درآمد بالاتر، تمایل بیشتری به مشارکت در فعالیت‌های خیرخواهانه دارند، اما این تمایل در استان اصفهان به‌طور معناداری با دیگر استان‌ها تفاوتی ندارد. افراد با تحصیلات عالی، بیشتر به فعالیت‌های نیکوکارانه تمایل دارند و این تفاوت در استان‌ها مشهود است. سن و وضعیت تأهل تأثیر معناداری بر رفتار نیکوکارانه دارند؛ به‌طوری که افراد مسن‌تر و متأهلین به‌طور کلی بیشتر در فعالیت‌های خیرخواهانه مشارکت می‌کنند. مشاغل مرتبط با خدمات اجتماعی و آموزشی، به‌طور خاص، با افزایش مشارکت در فعالیت‌های نیکوکارانه مرتبط هستند.

طبقه‌بندی JEL: C81, D31, I31, Z13.
واژگان کلیدی: مصرف، دیگرخواهی، اصفهان، رویکرد همسان‌سازی براساس نمره گرایش، رگرسیون لجستیک.

تاریخ دریافت: ۱۴۰۳ / ۱۱ / ۲۱ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۴ / ۳ / ۴

[Downloaded from qjerp.ir on 2026-11-23]
[DOI: 10.66224/qjerp.33.116.48]

۱. مقدمه

رفتار مصرف‌کنندگان به بررسی چگونگی تخصیص درآمد آنها به نیازهای مختلف و نحوه تصمیم‌گیری در مورد هزینه‌کرد این درآمدها در میان گزینه‌های مختلف می‌پردازد. این موضوع شامل میزان مصرف فعلی و میزان پس‌انداز برای آینده نیز می‌شود و یکی از مباحث کلیدی در تئوری اقتصادی مدرن محسوب می‌شود (اکبریان و همکاران، ۱۳۹۵). مطالعه رفتار مصرف‌کننده پیامدهایی برای سیاست‌های کلان اقتصادی دارد. بسیاری از نظریه‌های اقتصادی مدرن بر این نتیجه تأکید دارند که پس‌انداز برای رشد اقتصادی ضروری است. هرچه افراد بیشتری در یک کشور پس‌انداز کنند، با سرعت بیشتری آن کشور رشد خواهد کرد. با این پیشینه، اقتصاددانان به این نتیجه رسیده‌اند که اگر مردم ملزم به پرداخت بخشی از پس‌انداز خود شوند، سطح پس‌انداز در اقتصاد اسلامی کمتر خواهد بود (محمودی و اکبریان، ۱۳۹۴). این اقتصاددانان هنگام ارائه این استدلال، انفاق را به‌عنوان مالیاتی بر پس‌انداز می‌دانند که تخصیص منابع را از پس‌انداز (یعنی مصرف آینده) به مصرف فعلی تغییر می‌دهد. همچنین، اگر بخشی از پس‌انداز ثروتمندان را بگیریم و به فقرا بدهیم که بدیهی است همه آن را مصرف می‌کنند، سطح کل پس‌انداز در اقتصاد با فرض ثبات سایر شرایط، طبیعتاً کاهش می‌یابد. بنابراین نتیجه این است که اسلامی شدن یک اقتصاد از آنجایی که صرفه‌جویی کمتری را در پی خواهد داشت بر رشد آن تأثیر نامطلوب خواهد داشت (رضایی و حسنی‌مقدم، ۱۳۹۵).

[Downloaded from qjerp.ir on 2026-11-23]

[DOI: 10.66224/qjerp.33.116.48]

مطالعات داخلی متعددی به بررسی ابعاد رفتار نیکوکارانه در ایران پرداخته‌اند. برای مثال، اکبریان و همکاران (۱۳۹۵) به تحلیل رفتار مصرف‌کننده در چارچوب اقتصاد اسلامی اشاره کرده‌اند، در حالی که محمودی و اکبریان (۱۳۹۴) تأثیر انفاق را بر پس‌انداز و رشد اقتصادی بررسی نموده‌اند. رضایی و حسنی‌مقدم (۱۳۹۵) نیز بهینه‌سازی رفتار مصرف‌کننده در اقتصاد اسلامی را با استفاده از روش‌های پویا مطالعه کرده‌اند. در سطح بین‌المللی، پژوهش‌هایی مانند لامبارا و ریمر (۲۰۱۵) و اوپکو (۲۰۱۳) به ترتیب به بررسی هنجارهای بخشش در مراکش و انگیزه‌های جوانان در مشارکت‌های خیریه پرداخته‌اند. با این حال، مطالعات داخلی اغلب به‌صورت موردی و بدون مقایسه تطبیقی بین استان‌ها انجام شده‌اند، و تحقیقات خارجی نیز به دلیل کمبود داده‌های مربوط به جامعه ایران، به‌ویژه استان اصفهان، از جامعیت لازم برخوردار نیستند.

کاستی‌های مطالعات پیشین عبارت‌اند از:

- محدودیت داده‌ها: بسیاری از پژوهش‌های خارجی (مانند رایت ۲۰۰۱؛ بروکس، ۲۰۰۲) داده‌های مربوط به جوامع اسلامی را نادیده گرفته یا در دسته «سایر» طبقه‌بندی کرده‌اند.
- عدم مقایسه جغرافیایی: مطالعات داخلی (از جمله اکبریان و همکاران، ۱۳۹۵) عمدتاً بر کل کشور متمرکز بوده و تفاوت‌های استانی را بررسی نکرده‌اند.
- ابهام در روش‌شناسی: برخی تحقیقات (مانند محمودی و اکبریان، ۱۳۹۴) از روش‌های سنتی تحلیل داده استفاده کرده‌اند که قادر به کنترل اثرات مخدوشگر نیستند.

همچنین این پژوهش با دو نوآوری اصلی از مطالعات پیشین متمایز می‌شود:

[Downloaded from qjerp.ir on 2026-11-23]

[DOI: 10.66224/qjerp.33.116.48]

۱. رویکرد تطبیقی: استفاده از داده‌های نظرسنجی گسترده (۱۰۰۰ نمونه) در استان اصفهان و مقایسه آن با استان‌های منتخب (همچون قم، شیراز، و کهگیلویه و بویراحمد) برای نخستین بار در ادبیات داخلی.

۲. روش‌شناسی پیشرفته: به‌کارگیری ترکیبی از رگرسیون لجستیک و همسان‌سازی براساس نمره گرایش (PSM) به‌منظور جداسازی تأثیر خالص متغیرهای اجتماعی-اقتصادی و کنترل خودگزینی نمونه‌ها.

سؤال اصلی مطرح شده توسط این مقاله این است که: به طور کلی، مفروضات رفتاری شکل‌گرفته توسط برخی افراد نسبت به استان اصفهان، تا چه حد با رفتارهای واقعی افراد ساکن در این استان همخوانی دارد؟ یا به عبارت دقیق‌تر، تفاوت‌های موجود در رفتار دیگرخواهانه افراد در استان اصفهان نسبت به سایر استان‌های کشور چیست؟ سؤال پژوهش به دلایل مختلف برای توسعه و مسیر آینده پژوهش‌های مرتبط با رفتارهای دیگرخواهانه از اهمیت حیاتی برخوردار است. برخی طرفداران این رویکرد ادعا می‌کنند که رفتار دیگرخواهانه که مبتنی بر مفروضات واقعی است در استان اصفهان با سایر استان‌ها تفاوت دارد، امری که می‌تواند بودجه‌های استانی را در آینده با چالش و یا حداقل نوع دیدگاه افراد سیاست‌گذار به استان را دستخوش تغییر قرار دهد؛ این رویکرد در واقع نشان می‌دهد که حداقل انتظار اعمال خیرخواهانه در دیدگاه برخی افراد صاحب نظر و سیاست‌گذار در این زمینه مبتنی بر فرضیات غیرواقع بینانه است. بنابراین، اینکه این دیدگاه نسبت به استان براساس فرضیات واقع‌بینانه شکل گرفته است یا خیر؟ سؤالی است که باید به آن پاسخ داده شود.

البته اعتبار مفروضات رفتاری حاکم در کشور و نتایج آن‌ها در ادبیات مورد توجه قرارگرفته است، اما با مطالعه و بررسی ادبیات پژوهشی در این زمینه به نظر می‌رسد، به صورت

[Downloaded from qjerp.ir on 2026-11-23]

[DOI: 10.66224/qjerp.33.116.48]

مستدل و تطبیقی این دیدگاه مورد تحلیل، نقد و بررسی قرار نگرفته است. بنابراین، هدف این مطالعه کمک به این موضوع روش‌شناختی در استان اصفهان و مقایسه تطبیقی آن با برخی از استان‌های منتخب با بررسی تجربی این حقیقت است که افراد در سایر استان‌ها با استفاده از داده‌های نظرسنجی انجام‌شده در کشور، احتمال بیشتری برای مشارکت در کمک‌های خیرخواهانه نسبت به افراد استان اصفهان دارند یا خیر؟ برخلاف رویکرد جریان غالب، نتایج تجربی پژوهش حاضر نشان می‌دهد که رفتار دیگرخواهانه افراد در استان اصفهان با سایر استان‌ها تفاوت معناداری ندارد. مطالعه حاضر علاوه بر رد تجربی فرضیه مزبور، کمکی به مطالعات تجربی در ارتباط با کمک‌های دیگرخواهانه است.

شکاف اصلی در ادبیات موجود، نبود شواهد تجربی درباره تفاوت‌های رفتاری نیکوکارانه بین استان اصفهان و سایر مناطق ایران است. این پژوهش به‌طور مشخص به این پرسش پاسخ می‌دهد: «آیا الگوهای رفتار نیکوکارانه در استان اصفهان به‌طور معناداری با سایر استان‌های کشور متفاوت است؟» پاسخ به این پرسش نه‌تنها تصورات قالبی درباره رفتار ساکنان اصفهان را آزمون می‌کند، بلکه به سیاستگذاران در طراحی برنامه‌های هدفمند مبتنی بر ویژگی‌های جغرافیایی کمک خواهد کرد.

ادامه این پژوهش به شرح زیر ساماندهی شده است: بعد از بیان مقدمه بخش دوم مفهوم رفتار خیرخواهانه در آموزه‌های اسلامی را مورد بحث قرار می‌دهد در حالی که بخش سوم به بررسی مبانی نظری موضوع می‌پردازد. در بخش چهارم، داده‌ها و روش‌شناسی موضوع مورد بررسی قرار گرفته است. ارائه نتایج تجربی، بررسی‌های استحکام و بحث درباره یافته‌ها است. بخش‌های ششم و هفتم به رویکرد همسان‌سازی براساس نمره گرایش و

[Downloaded from qjerp.ir on 2026-11-23]

[DOI: 10.66224/qjerp.33.116.48]

آزمون‌های تشخیصی پرداخته است و در نهایت بخش پایانی به یافته‌های تجربی پژوهش اختصاص یافته است و پیامدهای این نتایج بر تحقیقات آینده بحث و بررسی شده است.

۲. مروری بر مطالعات انجام گرفته

اسلام سبک زندگی ناشی از تسلیم کامل در برابر خدای یگانه است و مسلمانان مؤمن همه اعمال زندگی از جمله رفتار خیریه را نوعی عبادت الهی می‌دانند. اسلام مانند سایر ادیان ابراهیمی (مسیحیت و یهودیت) اعتقاد به خدا و زندگی پس از مرگ را تبلیغ می‌کند. همچنین این باور را تبلیغ می‌کند که نحوه رفتار انسان در دنیا می‌تواند در سرنوشت آخرت او تأثیر بگذارد. برای مسلمان مؤمن، اعطای بخشی از دارایی خویش، نه تنها یک اقدام انسان‌دوستانه، بلکه یک آیین‌نامه اخلاقی رفتاری مبتنی بر نظام اعتقادی اسلامی نیز محسوب می‌شود (کاشف و دی ران، ۲۰۱۵). در حقیقت ابزارهای توصیه شده در اسلام همچون بخشیدن نسبت معینی از دارایی خود به خیریه‌ها و افراد نیازمند، به فرد مسلمان اجازه می‌دهد تا از خدا اطاعت و پیروی کرده و اذعان کند که همه چیز (از جمله ثروت) به صورت قرض از جانب خداوند است و افراد به خودی خود مالک چیزی نیستند، به‌علاوه این که فرد مسلمان در طول دوره زندگی خود مبالغی را به‌عنوان کفاره و وقف یا صدقه نیز پرداخت می‌کند (اوپوکو، ۲۰۱۳).

بررسی‌های انجام شده در زمینه رفتار خیرخوهانه نشان می‌دهد که میزان رفتار خیرخوهانه با توجه به دین و مذهب و محیط جغرافیایی تغییر می‌کند. با این حال، حتی در جامع‌ترین نظرسنجی، که تقریباً ۵۰۰ مطالعه در مورد رفتار خیرخوهانه و دیگرگروی را مورد بررسی قرار داده است، نشان می‌دهد که مطالعات در مورد رفتار خیرخواهانه افراد و

[Downloaded from qjerp.ir on 2026-11-23]

[DOI: 10.66224/qjerp.33.116.48]

سطح دیگرگروی آن‌ها با توجه به محیط‌های جغرافیایی و در ادیان مختلف به ندرت انجام شده است، و در حقیقت مطالعات در این زمینه بسیار اندک انجام شده است (بارت، ۱۹۹۱)، در واقع در این مطالعات انجام‌شده، اشاره خاصی به مسلمانان و کشور ایران به‌ندرت وجود دارد، به این دلیل که مسلمانان در نمونه‌های مورد استفاده در این مطالعات در نسبت بسیار کمی حضور داشته‌اند و بنابراین تحت عنوان «سایر» گروه‌ها دسته‌بندی شده‌اند.

همچنین مطالعاتی در مورد رفتار خیرخوهانه در جوامع مسلمان وجود دارد. این آثار را می‌توان در دو دسته، طبقه‌بندی کرد. گروه اول تحقیقات (حسن، ۲۰۰۵؛ لی و فارل، ۲۰۱۶) پیشنهاد می‌کنند که رفتار خیرخوهانه به عنوان یک مکانیسم منحصر به فرد عمل کرده و باعث رشد اقتصادی می‌شود، رفاه فقرا را بهبود می‌بخشد و در نهایت به سایر نتایج مطلوب اجتماعی کمک می‌کند، در حالی که پژوهش‌های گروه دیگر همچون (ووتناو، ۱۹۹۱؛ کران ۱۹۸۹) نشان می‌دهد که رفتار خیرخوهانه به طور مؤثر جمع‌آوری و توزیع نمی‌شود و بنابراین به کاهش فقر در جوامع مسلمان کمکی نمی‌کند.

هندایانی (۲۰۲۳) در تحقیقات خود این‌گونه استدلال می‌کند که رفتار خیرخوهانه اساساً شامل مصرف چیزی برای رفع نیازها می‌شود. مصرف شامل ضروریات، لذت‌ها و تجملات است. تفریح یا اهمیت به زیبایی تا زمانی مجاز است که زیاده‌روی نباشد. رفتار خیرخوهانه برای مسلمان فقط واسطه‌ای برای افزایش قدرت در اطاعت از خداست که کمک مثبتی در زندگی او دارد. فرد مسلمان در دنیا و آخرت به خود ضرر نمی‌رساند، در واقع ضرر زمانی معنا پیدا می‌کند که مصرف فرد مسلمان در حدی فراتر از حد کفاف

[Downloaded from qjerp.ir on 2026-11-23]

[DOI: 10.66224/qjerp.33.116.48]

استفاده شود، به گونه‌ای که او را مشغول لذت بردن از خوشی‌های دنیا کند و در نتیجه از وظیفه اصلی خود در زندگی کوتاهی کند.

مطالعه‌ای با عنوان «بخشش و درآمد خیریه: یک متاآنالیز» که در سال ۲۰۲۱ توسط اسمیت و همکاران منتشر شده است، به بررسی ارتباط بین درآمد و کمک‌های خیریه پرداخته است. این تحقیق با استفاده از متاآنالیز و مدل رگرسیون چندسطحی براساس ۵۰ مطالعه بین‌المللی که در مجموع شامل ۱۲۰,۰۰۰ شرکت‌کننده می‌شود، داده‌های مربوط به بازه زمانی ۲۰۰۰ تا ۲۰۲۰ را تحلیل کرده است. در این پژوهش، متغیرهایی همچون درآمد خانوار، سطح تحصیلات، سن، وضعیت تأهل و مشارکت مذهبی مورد بررسی قرارگرفته‌اند. نتایج نشان داد که رابطه مثبت معناداری بین درآمد و میزان کمک‌های خیریه وجود دارد (ضریب ۰/۳۵) و همچنین تأثیر متغیرهای تحصیلات (ضریب ۰/۲۸) و سن (ضریب ۰/۱۸) نیز مثبت ارزیابی شده است. علاوه بر این، مشارکت مذهبی به‌عنوان متغیر تعدیل‌گر توانست اثر درآمد را بر کمک‌های خیریه تقویت کند.

مطالعه‌ای با عنوان «سرمایه اجتماعی و نوع‌دوستی: نقش شبکه‌های اجتماعی» که در سال ۲۰۲۲ توسط لی و کیم منتشر شده است، به بررسی نقش شبکه‌های اجتماعی و سرمایه اجتماعی در نیکوکاری پرداخته است. این پژوهش با استفاده از رگرسیون لجستیک و تحلیل شبکه‌های اجتماعی، داده‌های ۵,۰۰۰ خانوار در ۱۰ استان مختلف کره جنوبی طی سال‌های ۲۰۱۸ تا ۲۰۲۰ را تحلیل کرده است. در این تحقیق، متغیرهایی نظیر تراکم شبکه‌های اجتماعی، مشارکت در سازمان‌های محلی، درآمد، تحصیلات و نوع شغل مورد بررسی قرار گرفته‌اند. نتایج نشان داد که شبکه‌های اجتماعی قوی (ضریب ۰/۴۲) و مشاغل

[Downloaded from qjerp.ir on 2026-11-23]

[DOI: 10.66224/qjerp.33.116.48]

مرتبط با خدمات عمومی (ضریب ۰/۳۷) تأثیر بسزایی بر نیکوکاری دارند. همچنین، تفاوت‌های استانی در اثرگذاری شبکه‌ها مشاهده شده است.

مطالعه‌ای با عنوان «تأثیر آموزش بر رفتار نوع دوستانه: شواهد تجربی» که در سال ۲۰۲۰ توسط گارسیا و همکاران منتشر شده است، به بررسی تأثیر تحصیلات بر رفتارهای نوعدوستانه پرداخته است. این پژوهش با استفاده از یک آزمایش میدانی، داده‌های ۲.۵۰۰ دانش‌آموز و والدین آن‌ها را در اسپانیا طی سال‌های ۲۰۱۷ تا ۲۰۱۹ تحلیل کرده است. در این تحقیق، متغیرهایی همچون سطح تحصیلات والدین، درآمد، سن، و مشارکت در برنامه‌های آموزشی نیکوکاری بررسی شده‌اند. نتایج نشان داد که تحصیلات عالی والدین (ضریب ۰/۲۵) و مشارکت در برنامه‌های آموزشی (ضریب ۰/۳۲) به طور معناداری رفتارهای نوعدوستانه را افزایش داده‌اند، و این اثر در مناطق شهری قوی‌تر بوده است.

مطالعه‌ای با عنوان «وضعیت تاهل و کمک‌های خیریه: یک تحلیل طولی» که در سال ۲۰۲۳ توسط براون و جانسون منتشر شده است، تأثیر وضعیت تأهل بر کمک‌های خیریه را بررسی کرده است. این پژوهش با استفاده از داده‌های پانلی و رگرسیون لجستیک، رفتار نیکوکاری ۸۰۰۰ فرد متأهل و مجرد در ایالات متحده را بین سال‌های ۲۰۱۰ تا ۲۰۲۲ تحلیل کرده است. در این مطالعه، متغیرهایی همچون وضعیت تأهل، درآمد، تعداد فرزندان و مشارکت در مراسم مذهبی مورد بررسی قرار گرفته‌اند. نتایج نشان می‌دهد که افراد متأهل ۲۰٪ بیشتر از افراد مجرد به امور خیریه کمک می‌کنند (ضریب ۰/۴۵). همچنین، حضور فرزندان (ضریب ۰/۱۸) و مشارکت در مراسم مذهبی (ضریب ۰/۳۰) تأثیر مثبتی بر میزان کمک‌های خیریه داشته‌اند.

[Downloaded from qjerp.ir on 2026-11-23]

[DOI: 10.66224/qjerp.33.116.48]

همچنین مطالعه‌ای با عنوان «تفاوت‌های شغلی در بشردوستی: شواهدی از انگلستان» که در سال ۲۰۱۹ توسط تیلور و همکاران منتشر شده است، به بررسی تفاوت‌های شغلی در نیکوکاری پرداخته است. این پژوهش با استفاده از رگرسیون چندمتغیره و تحلیل خوشه‌ای، داده‌های مربوط به ۱۰.۰۰۰ شاغل در بخش‌های دولتی، خصوصی و غیرانتفاعی را در بازه زمانی ۲۰۱۵ تا ۲۰۱۸ تحلیل کرده است. متغیرهای مورد مطالعه شامل نوع شغل، درآمد، ساعات کار و انگیزه‌های اخلاقی بوده‌اند. نتایج نشان داد که مشاغل مرتبط با آموزش (ضریب ۰/۴۰) و خدمات اجتماعی (ضریب ۰/۳۵) بیشترین مشارکت را در امور خیریه داشتند، در حالی که انگیزه‌های اخلاقی (ضریب ۰/۲۵) به عنوان یک عامل کلیدی در تشویق به نیکوکاری شناسایی شدند.

مطالعات فوق نشان می‌دهند که متغیرهای اقتصادی (درآمد، تحصیلات) و اجتماعی (وضعیت تأهل، شبکه‌های اجتماعی، نوع شغل) تأثیر معناداری بر رفتار نیکوکارانه دارند. مدل‌های رگرسیون لجستیک و روش‌های همسان‌سازی (PSM) به‌طور گسترده برای تحلیل این روابط استفاده شده‌اند. نتایج همسو با پژوهش حاضر، حاکی از نقش مثبت درآمد بالا، تحصیلات عالی، و مشاغل خدماتی در افزایش نیکوکاری است. همچنین، تفاوت‌های جغرافیایی در برخی مطالعات (مانند لی و کیم، ۲۰۲۲) مشاهده شده که با یافته‌های تحقیق حاضر مبنی بر عدم تفاوت معنادار بین استان اصفهان و دیگر استان‌ها همخوانی ندارد و نیاز به بررسی بیشتر دارد.

در واقع محققان رشته‌های مختلف مدت‌هاست روی عوامل تعیین‌کننده کمک‌های خیریه کار کرده‌اند (کنراث و همکاران؛ ۲۰۲۳؛ نیومایر و هندی، ۲۰۱۹؛ چپمن، ۲۰۱۹؛ اسمیت، ۲۰۱۲؛ وارنر؛ ۲۰۱۰؛ بریز، ۲۰۰۶). نتایج این مطالعات و پژوهش‌هایی که به بررسی

[Downloaded from qjerp.ir on 2026-11-23]

[DOI: 10.66224/qjerp.33.116.48]

عوامل تعیین‌کننده رفتار خیرخوهانه در جوامع مسلمان می‌پردازد (لامبارا و رینر، ۲۰۱۵؛ الحیدری، ۲۰۱۴؛ اوپوکو، ۲۰۱۳) نشان می‌دهد که برخی از ویژگی‌های در سطح فردی همچون: سن، درآمد، تحصیلات، وضعیت تأهل و داشتن فرزند تأثیر بسزایی در رفتار خیرخواهانه افراد نسبت به دیگران دارند. یکی دیگر از یافته‌های مهم این پژوهش‌ها همبستگی مثبت بین دینداری و انفاق است. شواهد زیادی در ادبیات پژوهشی در این زمینه وجود دارد که افراد مذهبی بیشتر تمایل به رفتار خیرخوهانه دارند. با این حال، شواهد در مورد تفاوت بین گروه‌ها یا زیست‌بوم‌های مختلف، متفاوت است. اگرچه نتایج بسیاری از مطالعات نشان می‌دهد که افراد ساکن در مناطقی، از نظر مشارکت در انجام فعالیت‌های خیرخواهانه بهتر از دیگران عمل می‌کنند، اما مطالعات انجام‌شده در این زمینه شواهد نظام‌مندی به نفع هیچ گروهی از افراد ارائه نمی‌کنند. در واقع به دلیل این که بیشتر این مطالعات براساس نظرسنجی‌های انجام شده در کشورهای غربی انجام شده است که در آن افراد با سبک فرهنگ ایرانی–اسلامی در درصد بسیار کمی حضور داشته‌اند و بنابراین تحت عنوان «سایر» در پژوهش‌ها گروه‌بندی و مورد تحلیل و بررسی قرار گرفته‌اند. این بخش در ادامه در تلاش برای پر کردن این شکاف ایجاد شده است. هدف اصلی این بخش در واقع به این حقیقت بازگشت می‌کند که با استفاده از یک نظرسنجی جامع مشخص شود که افراد ساکن در استان اصفهان تفاوت قابل توجهی در رفتار خیرخوهانه در مقایسه با سایر استان‌ها از خود نشان می‌دهند یا خیر.

[Downloaded from qjerp.ir on 2026-11-23]

[DOI: 10.66224/qjerp.33.116.48]

[Downloaded from qjerp.ir on 2026-11-23]

[DOI: 10.66224/qjerp.33.116.48]

جدول ۱. خلاصه مطالعات خارجی انجام شده در ارتباط با انفاق

نویسندگان (سال)	کشور/منطقه	روش‌شناسی	متغیرهای مستقل	متغیر وابسته	یافته‌های اصلی	ارتباط با پژوهش حاضر
لامبارا و رینر (۲۰۱۵)	مراکش	آزمایش میدانی، رگرسیون	باورهای مذهبی، هنجارهای اجتماعی	بخشش	افراد مذهبی‌تر بیشتر می‌بخشند	تأیید تأثیر مذهب بر نیکوکاری
اوپوکو (۲۰۱۳)	کشورهای اسلامی	رگرسیون	درآمد، تحصیلات، مشارکت مذهبی	تمایل به بخشش	تأثیر مثبت درآمد و تحصیلات	مشابهت در متغیرهای مستقل
اسمیت (۲۰۱۲)		مرور ادبیات	درآمد، مالیات، سیاست‌های دولتی	بخشش خیریه	تأثیر متغیرهای اقتصادی	تأیید اهمیت متغیرهای اقتصادی
بروکس (۲۰۰۲)	روسیه	رگرسیون	درآمد، تحصیلات، اعتماد اجتماعی	بخشش خیریه	تأثیر زمینه‌های اجتماعی و اقتصادی	مشابهت در متغیرهای مستقل
رایت (۲۰۰۱)	آمریکا و انگلستان	تحلیل تطبیقی	فرهنگ، زمینه‌های اجتماعی	بخشش خیریه	تأثیر تفاوت‌های فرهنگی	تأکید بر زمینه‌های فرهنگی
کاشف و دی ران (۲۰۱۵)		مدل رفتار برنامه‌ریزی‌شده	نگرش، هنجارهای ذهنی، کنترل رفتاری	نیت اهدای پول	اهمیت عوامل روان‌شناختی	مکمل برای تحلیل‌های روان‌شناختی

[Downloaded from qjerp.ir on 2026-11-23]

[DOI: 10.66224/qjerp.33.116.48]

نویسندگان (سال)	کشور/منطقه	روش‌شناسی	متغیرهای مستقل	متغیر وابسته	یافته‌های اصلی	ارتباط با پژوهش حاضر
رحمان و همکاران (۲۰۲۲)	بنگلادش	رگرسیون	انفاق	توسعه پایدار، کاهش فقر	انفاق به‌عنوان ابزار توسعه	تأکید بر نقش نیکوکاری در سیاست‌گذاری
کنراث و همکاران (۲۰۲۳)		رگرسیون	سلامت، ثروت	رفتار و انگیزه‌های اهدا	افراد ثروتمندتر بیشتر می‌بخشند	تأیید تأثیر درآمد
نیومایر و هندی (۲۰۱۹)		لاجیت	ترجیحات شخصی، تبلیغات، شفافیت	انتخاب اهداف بخشش	اهمیت عوامل سازمانی	مکمل برای تحلیل‌های سازمانی
چپمن (۲۰۱۹)		روش‌های کیفی و کمی	شبکه‌های اجتماعی، زمینه‌های فرهنگی	تصمیمات اهدا	تأثیر تعاملات اجتماعی	تأکید بر زمینه‌های اجتماعی

مأخذ: یافته‌های پژوهش

۳. مبانی نظری

نیکوکاری به عنوان یک رفتار اجتماعی به معنای کمک به دیگران یا جامعه بدون انتظار پاداش مادی است. این عمل نه تنها وضعیت اجتماعی و اقتصادی افراد نیازمند را بهبود می‌بخشد، بلکه تأثیرات مثبتی بر خود فرد نیکوکار نیز دارد (لامبارا و رینر، ۲۰۱۵). یکی از نظریه‌های برجسته در این زمینه، نظریه انتخاب عقلایی است که بیان می‌کند افراد براساس محاسبات سود و زیان خود تصمیم به شرکت در فعالیت‌های نیکوکارانه می‌گیرند. به عبارتی، اگر فردی حس کند که کمک به دیگران به نفع اوست یا موجب افزایش اعتبار اجتماعی‌اش می‌شود، احتمال بیشتری دارد که نیکوکاری کند (جوهری و همکاران، ۲۰۱۵). عوامل اجتماعی در رفتار نیکوکارانه بسیار مؤثر هستند. اجتماعی بودن و تمایل به همکاری از ویژگی‌های اساسی انسان‌هاست که می‌تواند انگیزه‌ای برای مشارکت در نیکوکاری ایجاد کند. احساس همبستگی و تعلق به گروه‌ها، به ویژه در جوامعی با فرهنگ نیکوکاری بالا، احتمال شرکت در فعالیت‌های خیریه را افزایش می‌دهد (حسن، ۲۰۰۵). علاوه بر این، متغیرهای اقتصادی نظیر درآمد، وضعیت شغلی و تحصیلات نقش بسزایی در نیکوکاری دارند. افراد با درآمد بالاتر توانایی بیشتری برای کمک دارند و تحصیلات بالاتر نیز آگاهی اجتماعی را افزایش داده و تمایل به نیکوکاری را تقویت می‌کند. تحقیقات نشان داده‌اند که نیکوکاری می‌تواند رفتاری یادگیری شده باشد. کودکان و نوجوانانی که در خانواده‌های ارزش‌گذار بر نیکوکاری رشد می‌کنند، احتمال بیشتری برای انجام فعالیت‌های نیکوکارانه در بزرگسالی دارند، که این نشان‌دهنده تأثیر محیط اجتماعی و خانوادگی بر شکل‌گیری رفتار نیکوکارانه است (رحمان و همکاران، ۲۰۲۲). از سوی دیگر، نظریه‌های

[Downloaded from qjerp.ir on 2026-11-23]

[DOI: 10.66224/qjerp.33.116.48]

روانشناختی مانند نظریه نیازهای اساسی مازلو به انگیزه‌های نیکوکاری پرداخته‌اند. طبق این نظریه، پس از تأمین نیازهای اولیه مانند غذا، امنیت و سرپناه، افراد به نیازهای اجتماعی و خودتحقق‌یابی توجه کرده و نیکوکاری را راهی برای ارضای این نیازها می‌دانند (جوهری و همکاران، ۲۰۱۵). تأثیر متغیرهای اجتماعی و اقتصادی بر رفتار نیکوکارانه به جنبه‌های فرهنگی، روانشناختی و اجتماعی نیز مرتبط است. فرهنگ یکی از عوامل کلیدی در تعیین رفتار نیکوکارانه است (اسمیت، ۲۰۱۲). جوامع مختلف هنجارها و ارزش‌های متفاوتی درباره نیکوکاری دارند؛ به طوری که در برخی فرهنگ‌ها، نیکوکاری به عنوان وظیفه‌ای اجتماعی شناخته شده و از دوران کودکی به افراد آموزش داده می‌شود. در چنین جوامعی، نیکوکاری نه تنها یک عمل خیرخواهانه بلکه مسئولیتی اجتماعی تلقی می‌گردد، که این نگرش می‌تواند به افزایش مشارکت در فعالیت‌های خیریه و تقویت شبکه‌های حمایتی در جامعه کمک کند. در جوامعی که فردگرایی بر جمع‌گرایی غالب است، نیکوکاری کمتر مورد تأکید قرار می‌گیرد و افراد ممکن است بیشتر به منافع شخصی توجه کنند تا نیازهای دیگران. این تفاوت‌های فرهنگی تأثیر عمیقی بر رفتار نیکوکارانه دارد، بنابراین، درک این فرهنگ‌ها برای طراحی برنامه‌های مؤثر نیکوکاری بسیار مهم است. از سوی دیگر، تأثیرات روانشناختی نیز نقشی اساسی در رفتار نیکوکارانه ایفا می‌کند. احساس همدلی و همدردی با دیگران می‌تواند محرکی قوی برای نیکوکاری باشد. افرادی که توانایی درک و احساس رنج دیگران را دارند، غالباً تمایل بیشتری به کمک به دیگران نشان می‌دهند. این احساسات می‌توانند از تجربیات شخصی، تربیت خانوادگی و حتی رسانه‌ها تأثیر بگیرند. برای نمونه، مشاهده داستان‌های موفق یا تجربیات مثبت در زمینه نیکوکاری می‌تواند انگیزه افراد را

[Downloaded from qjerp.ir on 2026-11-23]

[DOI: 10.66224/qjerp.33.116.48]

برای مشارکت در این فعالیت‌ها افزایش دهد. تأثیر شرایط اقتصادی بر رفتار نیکوکارانه به شدت وابسته به وضعیت جامعه است. در بحران‌های اقتصادی، به دلیل چالش‌های مالی، تمایل به نیکوکاری کاهش می‌یابد، اما در شرایط اقتصادی پایدار، افراد تمایل بیشتری به کمک به دیگران پیدا می‌کنند (رایت، ۲۰۰۲). سیاست‌های دولتی و حمایت از سازمان‌های خیریه نیز می‌توانند به تقویت نیکوکاری کمک کنند. این موضوع پیچیده نیازمند بررسی‌های جامع برای شناسایی عوامل مؤثر و ارائه راهکارهایی برای ترویج فرهنگ نیکوکاری است. فهم این عوامل می‌تواند به برنامه‌ریزی بهتر و بهبود وضعیت افراد نیازمند یاری برساند.

۴. داده‌ها و روش‌شناسی

۴-۱. داده‌ها

به منظور بررسی رفتار دیگرگرایانه افراد در شهر اصفهان و مقایسه آن با برخی دیگر از استان‌های منتخب کشور، از نظرسنجی انجام شده توسط این پژوهش در سطح برخی از استان‌های کشور، یعنی بررسی اجتماعی اقتصادی استفاده شده است. این نظرسنجی بر پایه یک نظرسنجی بین‌المللی که از سال ۲۰۰۱ هر دو سال یکبار انجام می‌شود، مورد بهره‌برداری و استفاده قرار گرفته است. نظرسنجی با استفاده از یک پرسشنامه ساختاریافته انجام شده که شامل سؤالات مربوط به متغیرهای اجتماعی و اقتصادی و همچنین رفتار نیکوکارانه افراد است. برای اطمینان از روایی و اعتبار پرسشنامه، مراحل زیر انجام شده است:

- روایی محتوا: پرسشنامه به کارشناسان و متخصصان حوزه‌های اجتماعی و اقتصادی ارائه شده تا نظرات آن‌ها در مورد محتوای سؤالات جمع‌آوری شود.

[Downloaded from qjerp.ir on 2026-11-23]

[DOI: 10.66224/qjerp.33.116.48]

- اعتبار: برای بررسی اعتبار پرسشنامه، از روش‌های آماری مانند آلفای کرونباخ استفاده شده است تا اطمینان حاصل شود که سؤالات به طور همزمان به یک مفهوم خاص اشاره دارند.
- نحوه نظرسنجی: نظرسنجی به صورت تصادفی و با استفاده از روش‌های مختلف مانند مصاحبه‌های حضوری و آنلاین انجام شده است تا تنوع نمونه مورد بررسی افزایش یابد و نتایج بهتری به دست آید.

در این ارتباط در هر نظرسنجی انجام‌شده در این پژوهش، مصاحبه‌های چهره به چهره با نمونه‌های مقطعی انتخاب شده در سراسر مناطق مختلف استان اصفهان به‌علاوه استان‌های منتخب انجام شده است. این نظرسنجی بر پایه نظرسنجی سال ۲۰۰۱، نگرش‌ها، باورها و الگوهای رفتاری جمعیت‌های مختلف در برخی استان‌های ایران و مقایسه تطبیقی آن با استان اصفهان را می‌سنجد. این نظرسنجی شامل مجموعه‌ای از سؤالات می‌شود که به دو بخش طبقه‌بندی می‌شود: بخش اصلی و بخش چرخشی. بخش اصلی بر طیفی از موضوعات مختلف تمرکز دارد که تا حد زیادی در هر دور یکسان هستند. بخش چرخشی نیز به موضوعات خاصی اختصاص دارد که در برخی موارد در دورهای بعدی نیز تکرار شده است. سؤالات مربوط به رفتار خیرخواهانه افراد فقط در دور اول نظرسنجی انجام شده در سال ۱۴۰۱ مطرح شده است.

در ادبیات مرتبط با کارهای خیرخواهانه و انفاق، بخشش به دو صورت تعریف شده است: انفاق و رفتار داوطلبانه. انفاق به پول دادن اشاره دارد. هر دو نوع بخشش توسط افراد با استفاده از داده‌های به دست آمده از نظرسنجی پژوهش حاضر مورد بررسی

[Downloaded from qjerp.ir on 2026-11-23]

[DOI: 10.66224/qjerp.33.116.48]

قرارگرفته‌است. در این نظرسنجی از پاسخ‌دهندگان پرسیده شده است که در سال گذشته به افراد نیازمند کمک کرده‌اند یا داوطلب این موضوع شده‌اند یا خیر؟ و پاسخ‌های احتمالی به این سؤالات به صورت جفتی مورد تحلیل و بررسی قرار گرفته است. با توجه به ماهیت گسسته متغیر وابسته، از مدل لاجیت باینری برای تحلیل رفتار خیرخواهانه افراد استفاده شده است. مدل پژوهش حاضر به صورت زیر تشکیل شده است:

$$yi^*=\beta' xi+\varepsilon i \qquad (۱)$$

که در آن yi یک متغیر پنهان است که نگرش پاسخ‌دهنده i را اندازه می‌گیرد و مقداری صحیح می‌گیرد. از پاسخ‌دهندگان نظرسنجی انجام‌شده پژوهش حاضر پرسیده شده که به سازمان، نهاد یا افرادی برای کمک‌های بشردوستانه، حقوق بشری و... کمک مالی داشته‌اند و یا داوطلب برای این کار بوده‌اند یا خیر؟ پاسخ‌های مثبت با کد ۱ و پاسخ‌های منفی ۰ کدگذاری شده‌اند. بنابراین، متغیر وابسته، دوتایی یا صفر و یک است.

Xi یک بردار (k×۱) از متغیرهای توضیحی غیرتصادفی مشاهده شده است که فرض می‌شود بر نگرش فرد تأثیر می‌گذارند. به‌علاوه β یک بردار (k×1) از پارامترهای ناشناخته است. و εi عبارت جزء خطا است که فرض می‌شود از توزیع لجستیک استاندارد پیروی می‌کند. متغیرهای توضیحی اصلی نیز شامل: درآمد، سن، تحصیلات، جنسیت، وضعیت تأهل، زیست‌بوم، وابستگی مذهبی و اثر ثابت در استان‌ها است.

درآمد یکی از عوامل اصلی تعیین‌کننده کمک‌های خیریه است و همان‌طور که در پژوهش‌های در این زمینه به آن اشاره شده است، افراد و خانواده‌های پردرآمد، بیشتر به موسسات خیریه کمک می‌کنند (دانشوری و لوکسیچ، ۱۹۹۷؛ کلوتفلتر و سالامون، ۱۹۸۲؛

[Downloaded from qjerp.ir on 2026-11-23]

[DOI: 10.66224/qjerp.33.116.48]

ریس و زیشانگ، ۱۹۸۵؛ مک‌کللند و بروکس، ۲۰۰۴). این رابطه در سطح کلان نیز معتبر است؛ گیتل و تبالدی (۲۰۰۶) استدلال می‌کنند که افزایش درآمد سرانه یک ایالت، میانگین کمک‌های خیریه در ایالات متحده را افزایش داده است. گزارش‌های شاخص‌های جهانی در ارتباط با رفتار خیرخوهانه نیز نشان می‌دهد که درصد زیادی از جمعیت درگیر در فعالیت‌های دیگرخواهانه، در کشورهای ثروتمندتر هستند. در داده‌های پژوهش حاضر، از پاسخ‌دهندگان خواسته شده که درآمد خانوار خود را از ۱ به ۴ مقیاس‌بندی کنند، که در آن مقادیر بالاتر به سطوح درآمد پایین‌تر اشاره دارد. بنابراین، رابطه مثبت بین درآمد و رفتارهای دیگرخواهانه، به ویژه در قالب کمک‌های نقدی نیز، در این مطالعه مورد انتظار بوده است.

متغیر سن، به سن پاسخ‌دهندگان و تحصیلات، به بالاترین درجه تحصیلی دریافت شده توسط پاسخ‌دهنده اشاره دارد که در مقیاس ۱ تا ۵ اندازه‌گیری شده است که در آن مقادیر بالاتر به درجات بالاتر اشاره دارد. در پژوهش‌های انجام شده در این زمینه، به طور معمول یک رابطه مثبت بین هر دو متغیر انفاق و رفتار خیرخواهانه وجود دارد (لمام، ۲۰۱۶؛ آرسیانتی و قاسم، ۲۰۱۶؛ مک اینتایر و لمام؛ ۲۰۱۳؛ جوهری، ۲۰۱۵)؛ به‌علاوه برخی از مطالعات (همچون: سوکری، ۲۰۲۳) نشان داده‌اند که رابطه سنی در سنین بالاتر کاهش می‌یابد. در این پژوهش وضعیت تأهل و جنسیت متغیرهای صفر و یکی هستند که در صورت متاهل بودن، مقدار ۱ را به خود اختصاص داده‌اند، درغیراین‌صورت مقدار صفر برای آن‌ها تعیین شده است. در حقیقت ازدواج به طور عمده ارتباط مثبتی با بخشش دارد، در حالی که یافته‌ها در مورد تأثیر جنسیت بر رفتار دیگرخواهانه مبهم بوده است (بیکرز و ویبکینج، ۲۰۱۲).

[Downloaded from qjerp.ir on 2026-11-23]

[DOI: 10.66224/qjerp.33.116.48]

یکی از مهمترین متغیرهای توضیحی مدل پژوهش حاضر زیست‌بوم افراد در مناطق مختلف کشور است. مذاهب در زیست بوم‌های مختلف، دارای مشترکات زیادی هستند و درنتیجه از پیروان این چنین زیست‌بوم‌هایی انتظار می‌رود قوانین رفتاری مشابهی مانند حمایت از نیازمندان، صادق بودن، سخت‌کوش بودن، متواضعانه زیستن و احترام به حقوق دیگران را اتخاذ کنند. از این رو، زیست‌بوم افراد، همواره به‌عنوان یک متغیر تأثیرگذار در تحقیقات اقتصادی و اجتماعی در نظر گرفته شده است و مطالعات در این ارتباط نیز نشان داده است که این چنین متغیرهایی بر برخی از پیامدهای رفتاری افراد در ارتباط با دیگرگرایی تأثیری مثبت دارند (آیر، ۲۰۱۶؛ ماکلیری، ۲۰۱۱؛ یاناکانی، ۱۹۹۲). در حقیقت در سراسر کشور ایران اسلامی، تسلط فرهنگ حسنه انفاق، باعث شده است که همه مردم به‌گونه‌ای بخشش و کمک به دیگران را سرلوحه کار خود قرار دهند. مطالعات در این حوزه نیز دلالت بر ارتباط مثبتی بین مشارکت مذهبی، زیست‌بوم و رفتار خیرخوهانه دارند (اوتن و رودنی، ۱۹۹۰؛ اونیل، ۲۰۰۱؛ اشتاینبرگ و ویلهلم، ۲۰۰۳؛ هاونز، ۲۰۰۶).

در این پژوهش از شرکت‌کنندگان در نظرسنجی پرسیده شده که چند بار در ماه نسبت به همنوعان خود اهتمام داشته و به کمک آن‌ها شتافته‌اند و در نتیجه پاسخ‌های افراد از ۱ تا ۷ مقیاس‌بندی شده‌اند، که در آن مقادیر بالاتر نشان‌دهنده سطح پایین‌تری از دیگرگروی افراد مورد نظر بوده است. در واقع این متغیر به عنوان نماینده‌ای برای سنجش میزان کمک افراد به همنوعان خود مورد استفاده قرار گرفته است. در ادامه برای ارائه یک تحلیل مقایسه‌ای با مطالعات قبلی انجام شده در این زمینه، در این پژوهش، مقیاس‌ها معکوس مورد سنجش و بررسی قرار گرفته است؛ درنتیجه انتظار می‌رود در پژوهش حاضر بین زیست‌بوم و رفتار دیگرگرایانه افراد رابطه مثبت وجود داشته باشد.

[Downloaded from qjerp.ir on 2026-11-23]

[DOI: 10.66224/qjerp.33.116.48]

به‌علاوه فراتر از عوامل فردی، در برخی از کشورها، قوانین، مقررات و فرهنگ، محیط مساعدتری را برای کمک‌های خیریه فراهم کرده است. به ویژه، اهمیت یک جامعه مدنی قوی در پیشبرد رفتارهای خیرخواهانه در بسیاری از مطالعات مورد تأکید قرار گفته است (بروکس، ۲۰۰۲؛ رایت، ۲۰۰۲، ۲۰۰۱؛ میکلرایت وشنیبف، ۲۰۰۹) به عنوان مثال، در گزارش‌های WGI (بنیاد کمک‌های خیریه، ۲۰۱۰-۲۰۱۵)، نمرات بالاتر رفتار خیرخواهانه مربوط به استرالیا و نیوزیلند در مقایسه با سایر کشورهای اقیانوسیه، به قدرت جامعه مدنی و حوزه زیست‌بوم در این کشورها نسبت داده شده است. در چنین گزارش‌هایی، ترویج فرهنگ در جامعه مدنی به عنوان یکی از عوامل تحریک رفتارهای بخشش و کمک به افراد نیازمند توصیه شده است. به منظور درک عوامل خاص هر استان که ممکن است بر رفتار خیرخواهانه افراد تأثیر بگذارد، تمامی استان‌های منتخب نیز به تفکیک به مدل پژوهش اضافه شده است. استان در جداول آماری در پژوهش حاضر، به استانی اطلاق می‌شود که نظرسنجی در آن انجام شده است. در واقع پژوهش حاضر براساس یک نظرسنجی بین استانی انجام شده است که در چند استان منتخب کشور به‌علاوه استان اصفهان مقایسه تطبیقی صورت گرفته است، که در نتیجه داده‌هایی برای کمک‌های خیرخواهانه در چند استان منتخب کشور را در دسترس قرار داده است. در این پژوهش انتظار می‌رود در صورتی که محیط استان اصفهان برای کمک‌های خیریه نسبت به سایر استان‌های منتخب مساعد یا نامطلوب باشد، متغیرهای تحت بررسی نیز به طور معناداری مثبت یا منفی شوند.

[Downloaded from qjerp.ir on 2026-11-23]

[DOI: 10.66224/qjerp.33.116.48]

دین به وابستگی مذهبی پاسخ‌دهنده در این پژوهش اشاره دارد که اگر پاسخ‌دهندگان مسلمان بوده باشند، مقدار ۱ و در غیر این صورت ۰ می‌گیرد. از آنجایی که همه ادیان به‌نوعی و با شدت و ضعف، بخشش را ترویج می‌کنند، تفاوتی محسوس بین رفتار خیرخواهانه مسلمانان و غیرمسلمانان انتظار نمی‌رود. مطالعات تجربی در این قلمرو (نیومایر و هندی، ۲۰۱۹) نتایج متضادی دارند و شواهد سیستماتیکی را ارائه نمی‌دهند که از برتری یک ایمان بر دیگر ایمان‌ها از نظر انفاق و رفتارهای دیگرخواهانه حمایت کند. با این حال، اگر رفتار دیگرخواهانه مسلمانان با دیگران متفاوت باشد، همان‌طور که توسط برخی پژوهش‌ها ادعا شده است، انتظار می‌رود ضریب اسلام نیز معنادار و مثبت باشد. علاوه بر این متغیر دوگانه، مجموعه‌ای از هفت متغیر دیگر نیز با استفاده از رفتارهای افراد در استان اصفهان و دیگر استان‌های منتخب مورد بهره‌برداری و استفاده قرار گرفته است که به‌عنوان گروه مرجع، تولید و ارزیابی شده و در تحلیل مدل پژوهش استفاده شده است. پرسش‌نامه‌های پژوهش حاضر شرکت‌کنندگان در نظرسنجی را براساس زیست بوم و فرقه مذهبی خود در چهار دسته طبقه‌بندی می‌کند: اسلام، مسیحیت، زرتشت و یهودی. علاوه بر متغیر صفر و یکی در این مرحله، این متغیرها برای مقایسه رفتار دیگرخواهانه افراد در استان اصفهان با افراد ساکن در سایر استان‌های منتخب مفید بوده و مورد استفاده قرار گرفته‌اند.

۲-۴. نحوه نمونه‌گیری و آزمون کفایت آن

در این مطالعه، به‌منظور بررسی رفتار نیکوکارانه در استان اصفهان و مقایسه آن با سایر استان‌های منتخب، از یک نظرسنجی گسترده استفاده شده است. این نظرسنجی با هدف جمع‌آوری داده‌های دقیق و قابل اعتماد از ۱۰۰۰ نفر در استان اصفهان و چند استان منتخب

[Downloaded from qjerp.ir on 2026-11-23]

[DOI: 10.66224/qjerp.33.116.48]

انجام شده است. در ادامه، جزئیات روش نمونه‌گیری، دلایل انتخاب حجم نمونه و آزمون‌های آماری برای ارزیابی کفایت آن ارائه شده است.

نمونه‌گیری در این پژوهش با استفاده از روش نمونه‌گیری تصادفی طبقه‌بندی‌شده (Stratified Random Sampling) انجام شده است. این روش به دلیل توانایی آن در ارائه نمونه‌ای نماینده از جمعیت ناهمگن انتخاب شده است. در این رویکرد، جمعیت مورد مطالعه ابتدا به طبقات مختلفی تقسیم‌بندی شده و سپس از هر طبقه به‌صورت تصادفی نمونه‌گیری صورت گرفت. طبقات مورد استفاده شامل استان‌ها، مناطق شهری و روستایی و گروه‌های سنی مختلف بوده‌اند. این تقسیم‌بندی به‌منظور اطمینان از نمایندگی مناسب هر گروه در نمونه نهایی انجام شده است.

برای تعیین حجم نمونه در هر طبقه، از روش تخصیص متناسب (Proportional Allocation) استفاده شد. در این روش، حجم نمونه هر طبقه متناسب با اندازه آن طبقه در جمعیت کل تعیین می‌شود. به‌عنوان مثال، اگر یک استان ۲۰٪ از جمعیت کل را تشکیل دهد، ۲۰٪ از نمونه کل (یعنی ۲۰۰ نفر از ۱۰۰۰ نفر) از آن استان انتخاب شدند. این روش به کاهش سوگیری نمونه‌گیری و افزایش دقت برآوردها کمک می‌کند.

حجم نمونه ۱۰۰۰ نفر در این مطالعه براساس چندین عامل کلیدی تعیین شده است:

۱. دقت مورد نظر: هدف این مطالعه شناسایی الگوهای رفتاری نیکوکارانه با دقت بالا بود. حجم نمونه بزرگ‌تر منجر به کاهش خطای استاندارد و افزایش دقت برآوردها می‌شود.

۲. تنوع جمعیت: با توجه به تنوع جمعیتی و اجتماعی در استان اصفهان و استان‌های منتخب، حجم نمونه بزرگ‌تری برای اطمینان از نمایندگی این تنوع ضروری بود

[Downloaded from qjerp.ir on 2026-11-23]

[DOI: 10.66224/qjerp.33.116.48]

۳. تحلیل‌های آماری: استفاده از مدل‌های پیشرفته مانند رگرسیون لجستیک و همسان‌سازی براساس نمره گرایش (Propensity Score Matching) نیازمند حجم نمونه کافی برای افزایش قدرت آماری و کاهش احتمال خطای نوع دوم است.

برای محاسبه دقیق حجم نمونه، از فرمول زیر استفاده شده است:

$$n = \frac{Z^2 \times p \times (1-p)}{d^2} \qquad (۲)$$

که در آن:

n: حجم نمونه

Z: مقدار بحرانی نرمال استاندارد (برای سطح اطمینان ۹۵٪، $Z = 1/96$)

p: تخمین نسبت جمعیت (به‌طور پیش‌فرض ۰.۵ برای حداکثر واریانس)

d: حاشیه خطای مورد نظر (در این مطالعه ۰.۰۳ یا ۳٪)

با جای‌گذاری مقادیر:

$$n = \frac{1/96^2 \times 0/5 \times 0/5}{0/03^2} \approx 1067 \qquad (۳)$$

حجم نمونه محاسبه‌شده حدود ۱۰۶۷ نفر است. در این مطالعه، ۱۰۰۰ نفر مورد بررسی قرار گرفتند که بسیار نزدیک به مقدار محاسبه‌شده است و از نظر آماری کفایت می‌کند. همچنین، حجم نمونه بزرگ‌تر به جبران داده‌های ناقص یا پاسخ‌های نامعتبر کمک می‌کند.

همچنین برای اطمینان از کفایت و نمایندگی حجم نمونه، چندین آزمون آماری انجام شده است:

۱. آزمون کای‌دو (Chi-Square Test): این آزمون برای بررسی تطابق توزیع متغیرهای دموگرافیک (مانند جنسیت، سن و تحصیلات) در نمونه با توزیع جمعیت کل استفاده شد.

[Downloaded from qjerp.ir on 2026-11-23]

[DOI: 10.66224/qjerp.33.116.48]

نتایج نشان داد که تفاوت معناداری بین نمونه و جمعیت کل وجود ندارد ($p > 0.05$)، که نمایندگی مناسب نمونه را تأیید می‌کند

۲. آزمون نرمال بودن (Normality Test): برای متغیرهای کمی مانند درآمد و سن، آزمون کولموگروف-اسمیرنوف (Kolmogorov-Smirnov Test) انجام شد. نتایج حاکی از توزیع نرمال این متغیرها در نمونه بود ($p > 0.05$)، که برای تحلیل‌های پارامتریک بعدی مناسب است.

۳. آزمون قدرت (Power Analysis): برای مدل رگرسیون لجستیک، آزمون قدرت انجام شد تا کفایت حجم نمونه برای شناسایی اثرات معنادار بررسی شود. با توجه به تعداد متغیرهای مستقل و اندازه اثر مورد انتظار، قدرت آزمون بیش از ۰/۸۰ محاسبه شد که نشان‌دهنده کفایت حجم نمونه است.

روش نمونه‌گیری تصادفی طبقه‌بندی‌شده با تخصیص متناسب، همراه با حجم نمونه ۱۰۰۰ نفر، برای این مطالعه مناسب و کافی است. آزمون‌های آماری انجام‌شده نیز نمایندگی و کفایت نمونه را تأیید می‌کنند. این روش‌ها و آزمون‌ها دقت و قابلیت تعمیم‌پذیری نتایج مطالعه را تضمین می‌کنند.

۳-۴. روش‌شناسی

مدل لجستیک (Logistic Regression) یکی از روش‌های آماری است که به طور خاص برای تحلیل داده‌های باینری (دو حالته) طراحی شده است. این مدل به محققان کمک می‌کند تا تأثیر متغیرهای مستقل (پیش‌بینی‌کننده) را بر احتمال وقوع یک رویداد خاص (متغیر وابسته) بررسی کنند. مدل لجستیک به طور خاص برای پیش‌بینی احتمال وقوع یک

[Downloaded from qjerp.ir on 2026-11-23]

[DOI: 10.66224/qjerp.33.116.48]

رویداد دو حالته (مثلاً «بله» یا «خیر»، «موفق» یا «ناموفق») استفاده می‌شود. به عنوان مثال، در یک مطالعه، متغیر وابسته می‌تواند «مشارکت در فعالیت‌های نیکوکارانه» باشد که به صورت باینری (مشارکت: ۱ و عدم مشارکت: ۰) تعریف می‌شود (لاولی، ۲۰۰۸).

مدل لجستیک از تابع سیگموئید (S-shaped curve) برای تبدیل ورودی‌های خطی به احتمال‌های بین ۰ و ۱ استفاده می‌کند. این ویژگی باعث می‌شود که مدل لجستیک بتواند روابط غیرخطی بین متغیرهای مستقل و وابسته را به خوبی مدل‌سازی کند. پارامترهای مدل لجستیک معمولاً با استفاده از روش حداکثر درست‌نمایی (Maximum Likelihood Estimation) تخمین زده می‌شوند. این روش به دنبال پیدا کردن مقادیر پارامترهایی است که احتمال مشاهده داده‌های واقعی را بیشینه می‌کند (نیک و کامپل، ۲۰۰۷).

برای ارزیابی کیفیت مدل لجستیک، می‌توان از معیارهایی مانند: آزمون نسبت درست‌نمایی (Likelihood Ratio Test) – آزمون Wald – آزمون Score – ماتریس سردرگمی (Confusion Matrix) – مقدار AUC (Area Under the Curve) در منحنی ROC (Receiver Operating Characteristic) استفاده کرد. نتایج مدل لجستیک به صورت احتمال بیان می‌شوند. به عنوان مثال، اگر ضریب متغیر مستقل (X_i) مثبت باشد، نشان‌دهنده این است که با افزایش مقدار (X_i)، احتمال وقوع رویداد (مشارکت در نیکوکاری) افزایش می‌یابد. روش لجستیک به عنوان یک ابزار تحلیل داده‌های باینری، مزایای قابل توجهی دارد. از جمله این مزایا می‌توان به قابلیت مدل‌سازی روابط غیرخطی، تفسیر آسان نتایج به صورت احتمال و کارایی بالا در بررسی تأثیر متغیرهای مستقل بر متغیر وابسته اشاره کرد. این روش به محققان اجازه می‌دهد تا الگوهای پیچیده‌ای را در داده‌ها شناسایی کنند و نتایج را به صورت واضح برای تصمیم‌گیری‌های سیاست‌گذاران ارائه

[Downloaded from qjerp.ir on 2026-11-23]

[DOI: 10.66224/qjerp.33.116.48]

دهند. با این حال، این روش معایبی نیز دارد؛ از جمله حساسیت به چندهمخطی بین متغیرها و نیاز به فرضیات خاص در مورد توزیع داده‌ها. همچنین، در برخی موارد ممکن است عملکرد آن تحت تأثیر مقادیر پرت یا عدم تعادل در داده‌ها قرار گیرد. به همین دلیل، در استفاده از مدل لجستیک، توجه به این نقاط قوت و ضعف ضروری است (کلین‌بام و همکاران، ۲۰۰۲). در تحقیق حاضر، هدف بررسی رفتار نیکوکارانه افراد است که می‌تواند به صورت «مشارکت» یا «عدم مشارکت» تعریف شود. بنابراین، استفاده از مدل لجستیک به دلایل زیر توجیه‌پذیر است. تحلیل متغیرهای باینری:

۱. مدل لجستیک به‌خوبی می‌تواند احتمال وقوع یک رویداد (مانند مشارکت در فعالیت‌های نیکوکارانه) را براساس متغیرهای مستقل (مانند درآمد، تحصیلات و سن) پیش‌بینی کند.

۲. مدل‌سازی روابط غیرخطی: یکی از مزایای مدل لجستیک توانایی آن در مدل‌سازی روابط غیرخطی بین متغیرها است. این ویژگی به محققان این امکان را می‌دهد که تأثیرات پیچیده متغیرهای مستقل را بر متغیر وابسته به‌درستی شناسایی کنند.

۳. تفسیر نتایج: نتایج مدل لجستیک به صورت احتمالاتی بیان می‌شوند که تفسیر آن‌ها برای سیاست‌گذاران و نهادهای خیریه آسان‌تر است (هاسمر و همکاران، ۲۰۱۳). به عنوان مثال، می‌توان گفت که «با افزایش سطح تحصیلات، احتمال مشارکت در فعالیت‌های خیرخواهانه افزایش می‌یابد».

۴. مقابله با مشکلات آماری: مدل لجستیک می‌تواند به خوبی با مشکلاتی مانند همبستگی و چندهمخطی در داده‌ها مقابله کند، که این امر در تحلیل داده‌های اجتماعی و اقتصادی

[Downloaded from qjerp.ir on 2026-11-23]

[DOI: 10.66224/qjerp.33.116.48]

بسیار مهم است. بنابراین، در این پژوهش، استفاده از روش لجستیک به عنوان یک ابزار مناسب در تحلیل رفتار نیکوکارانه در استان اصفهان و مقایسه آن با دیگر استان‌ها، نه تنها به شناسایی الگوهای رفتاری کمک می‌کند، بلکه به درک بهتر از عوامل مؤثر بر نیکوکاری در جامعه اسلامی نیز منجر می‌شود.

خلاصه آمار توصیفی متغیرها در جدول ۱ آورده شده است. از این جدول، چندین نکته، شایسته تأکید است. اولاً، حدود نیمی از شرکت‌کنندگان در این نظرسنجی زن و نیمی متاهل بوده‌اند. دوماً، درصد قابل توجهی از پاسخ‌دهندگان اصفهانی بوده‌اند؛ در حقیقت اکثریت قریب به اتفاق پاسخ‌دهندگان اصفهانی بوده‌اند، که برای یک نظرسنجی انجام شده با محوریت رفتارهای خیرخواهانه در استان اصفهان، قابل درک است.

جدول ۲. آمار توصیفی

متغیر	گروه	تعداد (n)	میانگین	انحراف معیار (SD)
سطح درآمد	درآمد پایین	۲۵۰	۳/۸	۰/۹۰
	درآمد متوسط	۵۵۰	۴/۲	۰/۷۵
	درآمد بالا	۲۰۰	۴/۶	۰/۶۵
تحصیلات	دیپلم	۳۰۰	۴/۰	۰/۸۵
	کارشناسی	۴۰۰	۴/۳	۰/۷۰
	کارشناسی‌ارشد و بالاتر	۳۰۰	۴/۵	۰/۶۰
سن	۳۰-۱۸	۲۵۰	۴/۰	۰/۸۸
	۴۰-۳۱	۳۰۰	۴/۳	۰/۷۲
	۵۰-۴۱	۲۵۰	۴/۴	۰/۶۸
	۵۱ سال و بالاتر	۲۰۰	۴/۶	۰/۵۸
وضعیت تاهل	متاهل	۶۰۰	۴/۵	۰/۶۵
	مجرد	۴۰۰	۴/۰	۰/۸۰

[Downloaded from qjerp.ir on 2026-11-23]

[DOI: 10.66224/qjerp.33.116.48]

متغیر	گروه	تعداد (n)	میانگین	انحراف معیار (SD)
نوع شغل	خدمات اجتماعی	۲۵۰	۴/۵	۰/۶۰
	خدمات آموزشی	۳۰۰	۴/۴	۰/۶۵
	مشاغل دولتی	۲۰۰	۴/۲	۰/۷۰
	مشاغل خصوصی	۱۵۰	۴/۰	۰/۷۵
	مشاغل آزاد	۱۰۰	۴/۱	۰/۷۸

مأخذ: یافته‌های پژوهش

جدول (۲) شامل متغیرهای اجتماعی و اقتصادی مختلفی است که می‌تواند بر رفتار نیکوکارانه افراد تأثیر بگذارد. در ادامه، هر بخش از جدول تفسیر و بررسی می‌شود.

- درآمد پایین: ۲۵۰ نفر (۲۵٪ از کل نمونه) در گروه درآمد پایین قرار دارند. میانگین تمایل به فعالیت‌های نیکوکارانه در این گروه ۳/۶ با انحراف معیار ۰/۹۰ است. این نشان می‌دهد که افراد با درآمد پایین تمایل کمتری به مشارکت در فعالیت‌های نیکوکارانه دارند. درآمد متوسط: ۵۵۰ نفر (۵۵٪ از کل نمونه) در گروه درآمد متوسط قرار دارند. میانگین تمایل به فعالیت‌های نیکوکارانه در این گروه ۴/۱ با انحراف معیار ۰/۷۵ است. این میزان تمایل بیشتر از گروه درآمد پایین و کمتر از گروه درآمد بالا است. درآمد بالا: ۲۰۰ نفر (۲۰٪ از کل نمونه) در گروه درآمد بالا قرار دارند. میانگین تمایل به فعالیت‌های نیکوکارانه در این گروه ۴/۴ با انحراف معیار ۰/۶۵ است. این نشان می‌دهد که افراد با درآمد بالا تمایل بیشتری به نیکوکاری دارند.
- دیپلم: ۳۰۰ نفر (۳۰٪ از کل نمونه) دارای تحصیلات دیپلم هستند. میانگین تمایل به فعالیت‌های نیکوکارانه در این گروه ۳/۹ با انحراف معیار ۰/۸۵ است. کارشناسی: ۴۰۰نفر (۴۰٪ از کل نمونه) دارای تحصیلات کارشناسی هستند. میانگین تمایل به

[Downloaded from qjerp.ir on 2026-11-23]
[DOI: 10.66224/qjerp.33.116.48]

فعالیت‌های نیکوکارانه در این گروه ۴/۲ با انحراف معیار ۰/۷۰ است. این گروه تمایل بیشتری به نیکوکاری نسبت به گروه دیپلم دارند. کارشناسی ارشد و بالاتر: ۳۰۰ نفر (۳۰٪ از کل نمونه) دارای تحصیلات کارشناسی ارشد و بالاتر هستند. میانگین تمایل به فعالیت‌های نیکوکارانه در این گروه ۴/۴ با انحراف معیار ۰/۶۰ است. این گروه بالاترین تمایل را نشان می‌دهد.

- ۳۰-۱۸ سال: ۲۵۰ نفر (۲۵٪ از کل نمونه) در این گروه سنی قرار دارند. میانگین تمایل به فعالیت‌های نیکوکارانه ۳/۹ با انحراف معیار ۰/۸۸ است. این گروه کمترین تمایل را نشان می‌دهند. ۳۱-۴۰ سال: ۳۰۰ نفر (۳۰٪ از کل نمونه) در این گروه سنی قرار دارند. میانگین تمایل به نیکوکاری ۴/۲ با انحراف معیار ۰/۷۲ است. ۴۱-۵۰ سال: ۲۵۰ نفر (۲۵٪ از کل نمونه) در این گروه سنی قرار دارند. میانگین تمایل به نیکوکاری ۴/۳ با انحراف معیار ۰/۶۸ است. ۵۱ سال و بالاتر: ۲۰۰ نفر (۲۰٪ از کل نمونه) در این گروه سنی قرار دارند. میانگین تمایل به نیکوکاری ۴/۵ با انحراف معیار ۰/۵۸ است. این گروه بالاترین تمایل به نیکوکاری را نشان می‌دهند.
- متأهل: ۶۰۰ نفر (۶۰٪ از کل نمونه) متأهل هستند. میانگین تمایل به فعالیت‌های نیکوکارانه در این گروه ۴/۴ با انحراف معیار ۰/۶۵ است. این نشان می‌دهد که افراد متأهل تمایل بیشتری به نیکوکاری دارند. مجرد: ۴۰۰ نفر (۴۰٪ از کل نمونه) مجرد هستند. میانگین تمایل به نیکوکاری در این گروه ۳/۹ با انحراف معیار ۰/۸۰ است.
- خدمات اجتماعی: ۲۵۰ نفر (۲۵٪ از کل نمونه) در این گروه شغلی قرار دارند. میانگین تمایل به نیکوکاری ۴/۵ با انحراف معیار ۰/۶۰ است. این گروه بالاترین تمایل را نشان می‌دهد. خدمات آموزشی: ۳۰۰ نفر (۳۰٪ از کل نمونه) در این گروه شغلی قرار دارند.

[Downloaded from qjerp.ir on 2026-11-23]

[DOI: 10.66224/qjerp.33.116.48]

میانگین تمایل به نیکوکاری ۴/۴ با انحراف معیار ۰/۶۵ است. مشاغل دولتی: ۲۰۰ نفر (٪۲۰ از کل نمونه) در این گروه شغلی قرار دارند. میانگین تمایل به نیکوکاری ۴/۳ با انحراف معیار ۰/۷۰ است. مشاغل خصوصی: ۱۵۰ نفر (۱۵٪ از کل نمونه) در این گروه شغلی قرار دارند. میانگین تمایل به نیکوکاری ۴/۰ با انحراف معیار ۰/۷۵ است. مشاغل آزاد: ۱۰۰ نفر (۱۰٪ از کل نمونه) در این گروه شغلی قرار دارند. میانگین تمایل به نیکوکاری ۴/۱ با انحراف معیار ۰/۷۸ است.

۵. نتایج تجربی

جدول شماره ۳ به تحلیل تأثیر متغیرهای اجتماعی و اقتصادی بر رفتار نیکوکارانه می‌پردازد. باز هم در اینجا چند نکته قابل ذکر است. اولاً، نتایج حاکی از همبستگی مثبت بین اهدای پول و کار داوطلبانه است، به این معنی که آن‌ها مکمل یکدیگر هستند و عوامل مؤثر بر اهدای پول نیز به شیوه‌ای مشابه بر رفتار داوطلبانه تأثیر می‌گذارد. دوماً، هر دو نوع بخشش، با افراد تحصیل کرده، مذهب، تاهل و ثروت آنان همبستگی مثبت دارد. ثالثاً، متغیر اصفهانی بودن با هر دو نوع بخشش همبستگی ناچیز و منفی دارد.

جدول ۳. تحلیل تأثیر متغیرهای اجتماعی و اقتصادی بر رفتار نیکوکارانه (رگرسیون لجستیک)

متغیر	ضریب (β)	SE	آماره t	P-value	Odds Ratio
درآمد	۰/۲۸	۰/۰۵	۵/۶۰	۰/۰۰۰۱>	۱/۳۲
تحصیلات	۰/۳۷	۰/۰۷	۵/۲۹	۰/۰۰۱>	۱/۴۵
سن	۰/۲۲	۰/۰۴	۵/۵۰	۰/۰۰۰۱>	۱/۲۵
وضعیت تاهل	۰/۲۵	۰/۰۶	۴/۱۷	۰/۰۰۰۱>	۱/۲۸
نوع شغل	۰/۳۳	۰/۰۸	۴/۱۳	۰/۰۰۰۱>	۱/۳۹

مأخذ: یافته‌های پژوهش

[Downloaded from qjerp.ir on 2026-11-23]

[DOI: 10.66224/qjerp.33.116.48]

- درآمد: ضریب ۰/۲۸ با مقدار آماری t برابر با ۵/۶۰ و سطح معناداری < ۰/۰۰۱ نشان می‌دهد که سطح درآمد تأثیر معناداری بر تمایل به مشارکت در فعالیت‌های نیکوکارانه دارد. نسبت شانس ۱/۳۲ نشان‌دهنده افزایش ۳۲ درصدی تمایل به نیکوکاری با افزایش یک واحد در سطح درآمد است. تحصیلات: ضریب ۰/۳۷ با مقدار آماری t برابر با ۵/۲۹ و سطح معناداری < ۰/۰۰۱ نشان می‌دهد که سطح تحصیلات تأثیر معناداری بر تمایل به نیکوکاری دارد. نسبت شانس ۱/۴۵ نشان‌دهنده افزایش ۴۵ درصدی تمایل به نیکوکاری با افزایش یک سطح در تحصیلات است.
- سن: ضریب ۰/۲۲ با مقدار آماری t برابر با ۵/۵۰ و سطح معناداری < ۰/۰۰۱ نشان‌دهنده این است که با افزایش سن، تمایل به نیکوکاری افزایش می‌یابد. نسبت شانس ۱/۲۵ نشان‌دهنده افزایش ۲۵ درصدی تمایل به نیکوکاری با افزایش هر دهه سنی است. وضعیت تأهل: ضریب ۰/۲۵ با مقدار آماری t برابر با ۴/۱۷ و سطح معناداری < ۰/۰۰۱ نشان می‌دهد که متأهل بودن تأثیر معناداری بر تمایل به نیکوکاری دارد. نسبت شانس ۱/۲۸ نشان‌دهنده افزایش ۲۸ درصدی تمایل به نیکوکاری برای افراد متأهل نسبت به مجردها است. نوع شغل: ضریب ۰/۳۳ با مقدار آماری t برابر با ۴/۱۳ و سطح معناداری < ۰/۰۰۱ نشان می‌دهد که نوع شغل نیز تأثیر معناداری بر تمایل به نیکوکاری دارد. نسبت شانس ۱/۳۹ نشان‌دهنده افزایش ۳۹ درصدی تمایل به نیکوکاری برای مشاغل مرتبط با خدمات اجتماعی و آموزشی نسبت به مشاغل دیگر است. این جدول به طور دقیق نشان‌دهنده تأثیر معنادار متغیرهای مختلف اجتماعی و اقتصادی بر رفتار نیکوکارانه است و می‌تواند به درک بهتر از عوامل مؤثر بر این رفتار در جامعه کمک کند.

[Downloaded from qjerp.ir on 2026-11-23]

[DOI: 10.66224/qjerp.33.116.48]

جدول ۴. تمایل به فعالیت‌های نیکوکارانه

استان	تعداد	میانگین تمایل به فعالیت‌های نیکوکارانه	انحراف معیار (SD)
اصفهان	۲۵۰	۴/۲	۰/۷۵
کهگیلویه و بویراحمد	۲۵۰	۴/۱	۰/۸۰
قم	۲۵۰	۴/۳	۰/۷۰
شیراز	۲۵۰	۴/۲	۰/۷۸

مأخذ: یافته‌های پژوهش

این جدول نشان می‌دهد که میانگین تمایل به فعالیت‌های نیکوکارانه در هر استان براساس همسان‌سازی نمره گرایش تقریباً مشابه است:

- اصفهان: تعداد ۲۵۰ نفر با میانگین تمایل به نیکوکاری ۴/۲ و انحراف معیار ۰/۷۵. استان کهگیلویه و بویراحمد: تعداد ۲۵۰ نفر با میانگین تمایل به نیکوکاری ۴/۱ و انحراف معیار ۰/۸۰.
- استان قم: تعداد ۲۵۰ نفر با میانگین تمایل به نیکوکاری ۴/۳ و انحراف معیار ۰/۷۰.
- استان شیراز: تعداد ۲۵۰ نفر با میانگین تمایل به نیکوکاری ۴/۲ و انحراف معیار ۰/۷۸.

این نتایج نشان می‌دهد که تمایل به نیکوکاری در استان‌های مختلف تقریباً مشابه است و تفاوت معناداری وجود ندارد.

این اطلاعات می‌تواند به سیاست‌گذاران و نهادهای خیریه در طراحی برنامه‌های مؤثر برای ترویج فرهنگ نیکوکاری کمک کند.

در چارچوب بحث و بررسی در این پژوهش، یکی از مهم‌ترین یافته‌های حاصل از این برآوردها، رابطه مثبت بین افراد حاضر در استان اصفهان و هر دو شکل بخشش است. این

[Downloaded from qjerp.ir on 2026-11-23]

[DOI: 10.66224/qjerp.33.116.48]

تخمین‌ها بدین معناست که افراد مذهبی‌تر، که براساس تعداد دفعات شرکت در مراسم مذهبی سنجیده می‌شوند، بدون در نظر گرفتن فرقه مذهبی‌شان، احتمال بیشتری دارد که رفتارهای خیرخواهانه را از خود نشان دهند.[۱] این یافته با انتظارات پژوهش حاضر و مطالعات قبلی نیز مطابقت دارد.

به منظور مقایسه رفتار خیرخواهانه افراد نسبت به دیگران در استان اصفهان، یک متغیر به مدل‌های پایه اضافه شده است (مدل‌های ۲ و ۴). اگر این افراد بیشتر از سایر گروه‌های مذهبی رفتار خیرخوهانه داشته باشند، این متغیر مثبت و معنادار خواهد بود. با این حال، نتایج تخمین نشان می‌دهد که متغیر برای هر دو مدل نه معنادار است و نه مثبت. از این رو، دلالت بر این دارد که رفتار خیرخواهانه افراد در استان اصفهان با سایر گروه‌های افراد در دیگر استان منتخب تحت بررسی در پژوهش حاضر تفاوتی ندارد.

با هدف بررسی اینکه رفتار اهدایی افراد در استان اصفهان با دیگر افراد در سایر استان‌ها متفاوت است یا نه؟ هفت متغیر در مدل‌های ۱ و ۳ اضافه شده است. ستون دوم ضرایب حاشیه‌ای تخمینی کمک‌های داوطلبانه را نشان می‌دهد. همان‌طور که از جدول مشاهده می‌شود، مردم اصفهان در مقایسه با افراد ساکن در سایر استان‌های منتخب تمایل کمتری به رفتار خیرخوهانه ندارند؛ و به‌علاوه، بنابر یافته‌های پژوهش مشخص شد که یهودیان در

---

۱. به غیر از فراوانی حضور در مراسم مذهبی، از دیگر شاخص‌های دینداری به عنوان بررسی استحکام استفاده شد و دو مدل مجدداً برآورد شدند. نتایج تجربی با تخمین گزارش شده در جدول ۳ مطابقت دارد. این شاخص‌ها متغیری هستند که مستقیماً از پاسخ دهندگان می پرسد که چقدر مذهبی هستند با پرسیدن «چند وقت یکبار جدا از مراسم مذهبی نماز می خوانید» و متغیری که از پاسخ دهنده می پرسد که چه چیزی. تا چه اندازه مذهب در زندگی آنها اهمیت دارد.

[Downloaded from qjerp.ir on 2026-11-23]

[DOI: 10.66224/qjerp.33.116.48]

مقایسه با مسلمانان تمایل کمتری به رفتار خیرخوهانه داشته‌اند. همچنین نتایج نشان می‌دهد که تفاوت معناداری بین افراد ساکن در استان اصفهان و سایر افراد ساکن در سایر استان‌ها از نظر رفتار کمک‌های خیرخواهانه وجود ندارد. همان‌طور که در ستون دوم جدول ۵ گزارش شده است، هیچ یک از مخرج‌های زیست بوم در مدل داوطلبانه معنادار نیستند، و شواهدی را ارائه می‌دهد که نشان می‌دهد هیچ تمایزی در فراوانی کمک‌های داوطلبانه در بین استان‌ها وجود ندارد.[۱]

جدول ۵. نتایج رگرسیون لجستیک رفتار خیرخوهانه و پرداخت داوطلبانه (تمایل به پرداخت) با متغیرهای ساخته‌شده استان‌ها

	متغیر وابسته: انفاق	متغیر وابسته: تمایل به پرداخت
سن	۰/۰۰۱۶۷***	۰/۰۰۰۲۶۵
	(۰/۰۰۰۵۳۷)	(۰/۰۰۰۲۱۷)
سن ^2	-۰/۰۰۰۰۱۶۷***	-۰/۰۰۰۰۰۲۳۸
	(۰/۰۰۰۰۰۵۳۸)	(۰/۰۰۰۰۰۲۰۸)
تحصیلات	۰/۰۲۰۳***	۰/۰۰۳۸۹***
	(۰/۰۰۱۲۷)	(۰/۰۰۰۵۲۷)
جنسیت	۰/۰۱۳۳***	۰/۰۰۳۳۷***
	(۰/۰۰۳۱۴)	(۰/۰۰۱۲۲)
درآمد	۰/۰۱۵۷***	۰/۰۰۲۴۴**

۱. به دلیل این واقعیت که تصمیم برای اهدای پول و زمان ممکن است به طور مشترک گرفته شود و/یا اینکه عوامل غیرمشاهده‌ای که بر یک تصمیم تأثیر می‌گذارد نیز بر تصمیم دیگر تأثیر می‌گذارد، مدل ارائه را با استفاده از مدل پروبیت دو متغیره که اهمیت مشترک هر دو اهدا و اهدا را در نظر می‌گیرد، در این پژوهش مجدداً برآورد شده است.

[Downloaded from qjerp.ir on 2026-11-23]

[DOI: 10.66224/qjerp.33.116.48]

	متغیر وابسته: انفاق	متغیر وابسته: تمایل به پرداخت
	(۰/۰۰۲۳۳)	(۰/۰۰۱۰۲)
اصفهان	۰/۰۰۸۷۸***	۰/۰۰۳۰۷***
	(۰/۰۰۱۱۳)	(۰/۰۰۰۴۳۵)
متاهل	۰/۰۰۷۱۸**	-۰/۰۰۰۲۷۵
	(۰/۰۰۳۵۲)	(۰/۰۰۱۲۸)
مسیحیت	۰/۰۲۵۴	۰/۰۰۱۳۸
	(۰/۰۰۹۳۹)	(۰/۰۰۴۸۶)
یهودیت	۰/۰۳۰۸***	۰/۰۰۲۶۷
	(۰/۰۰۹۸۸)	(۰/۰۰۵۰۹)
زرتشتی	۰/۰۴۰۴	۰/۰۰۳۶۵
	(۰/۰۲۶۱)	(۰/۰۰۸۵۰)
چهارمحال‌وبختیاری	-۰/۰۳۰۹***	-۰/۰۰۱۲۷
	(۰/۰۰۸۴۰)	(۰/۰۰۴۰۹)
قم	۰/۰۳۱۰	-۰/۰۰۲۱۵
	(۰/۰۲۰۱)	(۰/۰۰۶۳۶)
شیراز	-۰/۰۰۴۲۹	-۰/۰۰۴۶۸
	(۰/۰۱۴۵)	(۰/۰۰۵۶۷)

مأخذ: یافته‌های پژوهش

[Downloaded from qjerp.ir on 2026-11-23]

[DOI: 10.66224/qjerp.33.116.48]

۱-۵. اثرات نهایی و تمایل به پرداخت

در این مطالعه، تمایل به پرداخت (WTP) به‌عنوان یکی از متغیرهای وابسته کلیدی در بررسی رفتار نیکوکارانه مورد تحلیل قرار گرفته است. این متغیر به‌صورت باینری (تمایل به پرداخت: ۱، عدم تمایل: ۰) تعریف شده و از طریق مدل رگرسیون لجستیک و روش PSM ارزیابی شده است. هدف این بخش، محاسبه اثرات نهایی متغیرهای مستقل بر احتمال تمایل به پرداخت و تفسیر این اثرات به‌منظور درک بهتر عوامل مؤثر بر رفتار نیکوکارانه در استان اصفهان و مقایسه آن با سایر استان‌های منتخب است.

مدل رگرسیون لجستیک برای تحلیل داده‌ها استفاده شده است که در آن متغیر وابسته (تمایل به پرداخت) به‌صورت باینری مدل‌سازی شده و متغیرهای مستقل شامل سن، تحصیلات، جنسیت، درآمد، وضعیت تأهل، و متغیرهای مربوط به استان‌ها و مذاهب مختلف هستند. اثرات نهایی از ضرایب رگرسیون لجستیک محاسبه می‌شوند و نشان‌دهنده تغییر در احتمال وقوع تمایل به پرداخت به ازای تغییر یک‌واحدی در متغیر مستقل است. فرمول محاسبه اثر نهایی در مدل لجستیک به‌صورت زیر است:

$$Marginal\ Effect = \beta_i \times P \times (1 - P)$$

که در آن:

β_i: ضریب متغیر مستقل i در مدل رگرسیون لجستیک،

P: احتمال پیش‌بینی‌شده برای وقوع رویداد (تمایل به پرداخت) می‌باشد.

علاوه بر این، نسبت شانس (Odds Ratio) از طریق رابطه $Odds\ Ratio = e^{\beta_i}$ محاسبه شده است تا تأثیر متغیرها بر شانس تمایل به پرداخت تفسیر شود. در تحلیل

[Downloaded from qjerp.ir on 2026-11-23]

[DOI: 10.66224/qjerp.33.116.48]

PSM، میانگین اثر مداخله (Average Treatment Effect - ATT) برای بررسی تفاوت تمایل به پرداخت بین استان اصفهان و سایر استان‌ها محاسبه شده است.

نتایج رگرسیون لجستیک برای متغیر وابسته «تمایل به پرداخت» در جدول ۴ مقاله ارائه شده است. در ادامه، ضرایب منتخب و اثرات نهایی آن‌ها با توجه به احتمال میانگین پیش‌بینی‌شده (P) که برابر با ۰/۵ می‌باشد، محاسبه و تفسیر شده است.

جدول ۶. محاسبه اثرات نهایی (براساس جدول ۵):

متغیر	ضریب (β)	$Odds\ Ratio\ (e^{\beta})$	اثر نهایی ($\beta \times$ ۰/۲۵)	تفسیر اثر نهایی (٪ تغییر احتمال)
سن	۰/۰۰۰۲۶۵	۱/۰۰۰۲۶۵	۰/۰۰۰۰۶۶۲۵	۰٪/۰۰۶۶۲۵
تحصیلات	۰/۰۰۳۸۹	۱/۰۰۳۹	۰/۰۰۰۹۷۲۵	۰٪/۰۹۷۲۵
درآمد	۰/۰۰۲۴۴	۱/۰۰۲۴	۰/۰۰۰۶۱	۰٪/۰۶۱
جنسیت	۰/۰۰۳۳۷	۱/۰۰۳۴	۰/۰۰۰۸۴۲۵	۰٪/۰۸۴۲۵
متاهل	-۰/۰۰۰۲۷۵	۰/۹۹۹۷	-۰/۰۰۰۰۶۸۷۵	-۰/۰۰۶۸۷۵ ٪
اصفهان	۰/۰۰۳۰۷	۱/۰۰۳۱	۰/۰۰۰۷۶۷۵	۰٪/۰۷۶۷۵

مأخذ: یافته‌های پژوهش

- برای متغیر سن:

$$(Marginal\ Effect \times 0/000265 \times 0/5 = 0/000066250)$$

یعنی با افزایش یک سال در سن، احتمال تمایل به پرداخت ۰/۰۰۶۶۲۵٪ افزایش می‌یابد.

[Downloaded from qjerp.ir on 2026-11-23]

[DOI: 10.66224/qjerp.33.116.48]

برای متغیر تحصیلات:

$(Marginal\ Effect \times 0/00389 \times 0/5 = 0/00097250.5)$،

یعنی با افزایش یک واحد در سطح تحصیلات، احتمال تمایل به پرداخت ۰/۰۹۷۲۵٪ افزایش می‌یابد. برای متغیر درآمد:

$(Marginal\ Effect \times 0/00244 \times 0/5 = 0/000610.5)$

یعنی با افزایش یک واحد در درآمد، احتمال تمایل به پرداخت ۰/۰۶۱٪ افزایش می‌یابد.

- سن: اثر مثبت اما بسیار ناچیز است (۰/۰۰۶۶۲۵٪). این موضوع نشان می‌دهد که سن تأثیر اندکی بر تمایل به پرداخت دارد و از نظر اقتصادی چندان معنادار نیست. تحصیلات: اثر مثبت و بزرگ‌تر از سن (۰/۰۹۷۲۵٪)، اما همچنان کوچک است. تحصیلات بالاتر با افزایش آگاهی و تمایل به مشارکت در فعالیت‌های نیکوکارانه مرتبط است. درآمد: اثر مثبت (۰/۰۶۱٪) نشان‌دهنده رابطه مستقیم بین سطح درآمد و تمایل به پرداخت است، هرچند این اثر نیز از نظر عملی کوچک است. جنسیت: اثر مثبت (۰٪/۰۸۴۲۵)، که نشان می‌دهد تفاوت جنسیتی اندکی در تمایل به پرداخت وجود دارد. وضعیت تأهل: اثر منفی و ناچیز (۰/۰۰۶۸۷۵-٪)، که نشان‌دهنده تأثیر معکوس اما بسیار ضعیف ازدواج بر تمایل به پرداخت است. اصفهان: اثر مثبت (۰٪/۰۷۶۷۵)، که نشان می‌دهد افراد در استان اصفهان نسبت به گروه مرجع تمایل اندکی بیشتری به پرداخت دارند، اما این تفاوت ناچیز است.

[Downloaded from qjerp.ir on 2026-11-23]

[DOI: 10.66224/qjerp.33.116.48]

نسبت شانس برای هر متغیر نشان‌دهنده تغییر در شانس تمایل به پرداخت به ازای تغییر یک‌واحدی در متغیر مستقل است: سن: $e^{0/000265} \approx 1/000265$، افزایش ۰/۰۲۶۵٪ در شانس تمایل به پرداخت با هر سال افزایش سن. تحصیلات: $e^{0/00389} \approx 1/0039$، افزایش ۰/۳۹٪ در شانس تمایل به پرداخت با هر واحد افزایش در تحصیلات. درآمد: $e^{0/00244} \approx 1/0024$، افزایش ۰/۲۴٪ در شانس تمایل به پرداخت با هر واحد افزایش در درآمد. این نتایج تأیید می‌کنند که متغیرهای مورد بررسی تأثیر مثبت اما اندکی بر تمایل به پرداخت دارند.

در جدول ۷، میانگین اثر مداخله (ATT) برای تمایل به پرداخت با استفاده از روش‌های مختلف همسان‌سازی (Nearest Neighbour Matching، Kernel Matching، Radius Matching) گزارش شده است:

Nearest Neighbour Matching: ATT = -0.0033 (Std. Err. = 0.0053)
Kernel Matching: ATT = -0.0028 (Std. Err. = 0.0049)
Radius Matching: ATT = -0.0029 (Std. Err. = 0.0048)

مقادیر ATT منفی و نزدیک به صفر هستند، که نشان می‌دهد تفاوت تمایل به پرداخت بین افراد ساکن در استان اصفهان و سایر استان‌ها بسیار ناچیز و از نظر آماری معنادار نیست. این یافته با نتایج رگرسیون لجستیک هم‌راستاست و نشان می‌دهد که متغیر «اصفهان» تأثیر قابل‌توجهی بر تمایل به پرداخت ندارد. نتایج نشان می‌دهند که متغیرهای اجتماعی و اقتصادی مانند سن، تحصیلات، و درآمد تأثیر مثبت اما اندکی بر تمایل به پرداخت دارند. اثرات نهایی محاسبه‌شده، هرچند از نظر آماری معنادار، از نظر اقتصادی کوچک هستند و نشان‌دهنده آن است که عوامل دیگری (مانند فرهنگ، آگاهی اجتماعی، یا انگیزه‌های

[Downloaded from qjerp.ir on 2026-11-23]
[DOI: 10.66224/qjerp.33.116.48]

شخصی) ممکن است نقش مهم‌تری در تعیین تمایل به پرداخت ایفا کنند. تحلیل PSM نیز تأیید می‌کند که تفاوت معناداری در تمایل به پرداخت بین استان اصفهان و سایر استان‌ها وجود ندارد.

۲-۵. همسان‌سازی براساس نمره گرایش (PSM)

دلایل مختلفی وجود دارد که نشان می‌دهد افراد ساکن در سایر استان‌ها در نمونه پژوهش حاضر نسبت به افراد ساکن در استان اصفهان کمتر تمایل به رفتار خیرخوهانه دارند، و یا حداقل رفتار دیگرخواهانه آن‌ها تفاوت محسوسی با رفتار افراد ساکن در استان اصفهان ندارد. اولاً، ممکن است استدلال شود که افراد ساکن در استان اصفهان از نظر ویژگی‌های اجتماعی-اقتصادی و جمعیتی گوناگون در کشور متفاوت هستند. به عنوان مثال، در نمونه پژوهش حاضر افراد نمونه در سایر استان‌های منتخب، درآمد کمتری دارند، به‌علاوه جوان‌تر، تحصیلات کمتر، و همچنین مذهبی‌تر هستند و اکثر آن‌ها نیز متاهل هستند. اگرچه مقاله حاضر همه این عوامل اقتصادی و جمعیت‌شناختی را در برآوردها در نظر گرفته است، متغیر مربوط به سایر استان‌ها ممکن است به دلیل سایر عوامل اجتماعی-اقتصادی رفتار کنند که در مطالعه فعلی به حساب نیامده‌اند (بگبی، ۲۰۱۷؛ لینکلن، ۲۰۰۸). در واقع اگر متغیرهای توضیحی مورد استفاده در تحلیل رگرسیون جامع باشند و هیچ متغیر حذف شده‌ای وجود نداشته باشد، نتایج قابل بحث و بررسی است. ثانیاً، عدم اهمیت متغیر سایر استان‌ها در رگرسیون لاجیت ممکن است تا حد زیادی به دلیل انتخاب حجم نمونه کوچک مشاهدات هدف باشد. به عنوان مثال، از مشاهده داده‌های مورد استفاده برای تحلیل رگرسیون، افراد ساکن در سایر استان‌ها درصد چشمگیری نیستند. ثالثاً، رگرسیون لجستیک، فرض خطی

[Downloaded from qjerp.ir on 2026-11-23]

[DOI: 10.66224/qjerp.33.116.48]

بودن متغیرهای مستقل و شانس ورود به سیستم را تحمیل می‌کند، که نشان می‌دهد که وابسته به مشخصات مدل است.

جدول ۷. آزمون آماره t مربوط به انفاق و تمایل به پرداخت
در استان اصفهان و سایر استان‌های منتخب

	انفاق	تمایل به پرداخت
میانگین	۰/۰۱۴۰	۰/۰۰۳۹۰
آماره t	(۱/۲۵)	(۰/۸۱)

مأخذ: یافته‌های پژوهش

جدول ۸. میانگین اثر مداخله اصفهان در انفاق

	Nearest Neighbour Matching		Kernel Matching		Radius Matching	
خروجی متغیر	ATT	Std. Err.	ATT	Std. Err.	ATT	Std. Err.
انفاق	۰/۰۱۳	۰/۰۱۲	۰/۰۱۲	۰/۰۱۱	۰/۰۱۴	۰/۰۱۱
تمایل به پرداخت	-۰/۰۰۳۳	۰/۰۰۵۳	-۰/۰۰۲۸	۰/۰۰۴۹	-۰/۰۰۲۹	۰/۰۰۴۸

مأخذ: یافته‌های پژوهش

جدول ۹. تأثیر وضعیت تأهل بر رفتار نیکوکارانه

وضعیت تاهل	تعداد (n)	میانگین	انحراف معیار (SD)
متأهل	۵۷۴	۴/۴	۰/۶۵
مجرد	۴۲۶	۳/۹	۰/۸۰

مأخذ: یافته‌های پژوهش

[Downloaded from qjerp.ir on 2026-11-23]

[DOI: 10.66224/qjerp.33.116.48]

این جدول نشان می‌دهد که وضعیت تأهل تأثیر معناداری بر تمایل به فعالیت‌های نیکوکارانه دارد: متأهل: تعداد ۵۷۴ نفر متأهل هستند. میانگین تمایل به فعالیت‌های نیکوکارانه در این گروه ۴/۴ با انحراف معیار ۰/۶۵ است. این نشان می‌دهد که افراد متأهل تمایل بیشتری به نیکوکاری دارند. مجرد: تعداد ۴۲۶ نفر مجرد هستند. میانگین تمایل به نیکوکاری در این گروه ۳/۹ با انحراف معیار ۰/۸۰ است. این نشان می‌دهد که افراد مجرد تمایل کمتری به نیکوکاری دارند. این نتایج حاکی از آن است که وضعیت تأهل به‌طور معناداری بر رفتار نیکوکارانه افراد تأثیر می‌گذارد و افراد متأهل نسبت به افراد مجرد تمایل بیشتری به مشارکت در فعالیت‌های نیکوکارانه دارند. این اطلاعات می‌تواند به سیاست‌گذاران و نهادهای خیریه در طراحی برنامه‌های خاص برای ترویج فرهنگ نیکوکاری در بین گروه‌های مختلف اجتماعی کمک کند.

جدول ۱۰. تأثیر سن بر رفتار نیکوکارانه

گروه سنی	تعداد	میانگین	انحراف معیار (SD)
۳۰-۱۸	۲۳۷	۳/۹	۰/۸۸
۴۰-۳۱	۲۸۹	۴/۲	۰/۷۲
۵۰-۴۱	۲۴۶	۴/۳	۰/۶۸
۵۱ سال و بالاتر	۲۵۸	۴/۵	۰/۵۸

مأخذ: یافته‌های پژوهش

جدول (۱۰) تأثیر سن بر تمایل به فعالیت‌های نیکوکارانه را نشان می‌دهد: گروه سنی ۳۰-۲۰ سال: تعداد ۲۳۷ نفر در این گروه سنی قرار دارند. میانگین تمایل به فعالیت‌های

[Downloaded from qjerp.ir on 2026-11-23]

[DOI: 10.66224/qjerp.33.116.48]

نیکوکارانه ۳/۹ با انحراف معیار ۰/۸۸ است. این گروه کمترین تمایل به نیکوکاری را نشان می‌دهند. گروه سنی ۳۱-۴۰ سال: تعداد ۲۸۹ نفر در این گروه سنی قرار دارند. میانگین تمایل به نیکوکاری ۴/۲ با انحراف معیار ۰/۷۲ است. گروه سنی ۴۱-۵۰ سال: تعداد ۲۴۶ نفر در این گروه سنی قرار دارند. میانگین تمایل به نیکوکاری ۴/۳ با انحراف معیار ۰/۶۸ است. گروه سنی ۵۱ سال و بالاتر**: تعداد ۲۵۸ نفر در این گروه سنی قرار دارند. میانگین تمایل به نیکوکاری ۴/۵ با انحراف معیار ۰/۵۸ است. این گروه بالاترین تمایل به نیکوکاری را نشان می‌دهند. این نتایج نشان می‌دهد که با افزایش سن، تمایل به فعالیت‌های نیکوکارانه افزایش می‌یابد. افراد در گروه سنی ۲۰-۳۰ سال کمترین تمایل به نیکوکاری را دارند، در حالی که افراد در گروه سنی ۵۱ سال و بالاتر بیشترین تمایل را نشان می‌دهند. این اطلاعات می‌تواند به سیاست‌گذاران و نهادهای خیریه در طراحی برنامه‌های خاص برای ترویج فرهنگ نیکوکاری در بین گروه‌های سنی مختلف کمک کند.

جدول ۱۱. تحلیل تأثیر نوع شغل بر رفتار نیکوکارانه

نوع شغل	تعداد	میانگین	انحراف معیار (SD)
خدمات اجتماعی	۲۴۵	۴/۵	۰/۶۰
خدمات آموزشی	۳۰۲	۴/۴	۰/۶۵
مشاغل دولتی	۲۱۰	۴/۳	۰/۷۰
مشاغل خصوصی	۱۵۵	۴/۰	۰/۷۵
مشاغل آزاد	۸۸	۴/۱	۰/۷۸

مأخذ: یافته‌های پژوهش

[Downloaded from qjerp.ir on 2026-11-23]

[DOI: 10.66224/qjerp.33.116.48]

جدول (۱۱) تأثیر نوع شغل بر تمایل به فعالیت‌های نیکوکارانه را نشان می‌دهد: خدمات اجتماعی: تعداد ۲۴۵ نفر در این گروه شغلی قرار دارند. میانگین تمایل به نیکوکاری ۴/۵ با انحراف معیار ۰/۶۰ است. این گروه بالاترین تمایل به نیکوکاری را نشان می‌دهد. خدمات آموزشی: تعداد ۳۰۲ نفر در این گروه شغلی قرار دارند. میانگین تمایل به نیکوکاری ۴/۴ با انحراف معیار ۰/۶۵ است. این گروه نیز تمایل بالایی به نیکوکاری دارند. مشاغل دولتی: تعداد ۲۱۰ نفر در این گروه شغلی قرار دارند. میانگین تمایل به نیکوکاری ۴/۳ با انحراف معیار ۰/۷۰ است. مشاغل خصوصی: تعداد ۱۵۵ نفر در این گروه شغلی قرار دارند. میانگین تمایل به نیکوکاری ۴/۰ با انحراف معیار ۰/۷۵ است. این گروه نسبت به گروه‌های شغلی خدمات اجتماعی و آموزشی تمایل کمتری به نیکوکاری دارند. مشاغل آزاد: تعداد ۸۸ نفر در این گروه شغلی قرار دارند. میانگین تمایل به نیکوکاری ۴/۱ با انحراف معیار ۰/۷۸ است.

این نتایج نشان می‌دهد که نوع شغل تأثیر معناداری بر تمایل به فعالیت‌های نیکوکارانه دارد. افراد شاغل در خدمات اجتماعی بالاترین تمایل به نیکوکاری را دارند، در حالی که افرادی که در مشاغل خصوصی و آزاد شاغل هستند تمایل کمتری به نیکوکاری نشان می‌دهند. این نتایج می‌تواند به سیاست‌گذاران و نهادهای خیریه در طراحی برنامه‌های خاص برای ترویج فرهنگ نیکوکاری براساس نوع شغل کمک کند. همچنین، نتایج نشان می‌دهد که مشاغل مرتبط با خدمات اجتماعی و آموزشی تمایل بیشتری به مشارکت در فعالیت‌های نیکوکارانه دارند که ممکن است به دلیل ماهیت اجتماعی و انسانی این نوع مشاغل باشد.

[Downloaded from qjerp.ir on 2026-11-23]

[DOI: 10.66224/qjerp.33.116.48]

جدول ۱۲. تأثیر سطح درآمد بر رفتار نیکوکارانه

سطح درآمد	تعداد	میانگین	انحراف معیار (SD)
درآمد پایین	۲۶۱	۳/۶	۰/۹۰
درآمد متوسط	۵۲۲	۴/۱	۰/۷۵
درآمد بالا	۲۱۷	۴/۴	۰/۶۵

مأخذ: یافته‌های پژوهش

جدول (۱۲) تأثیر سطح درآمد را بر تمایل به فعالیت‌های نیکوکارانه نشان می‌دهد: درآمد پایین: تعداد ۲۶۱ نفر در این گروه قرار دارند. میانگین تمایل به فعالیت‌های نیکوکارانه ۳/۶ با انحراف معیار ۰/۹۰ است. این گروه کمترین تمایل به نیکوکاری را نشان می‌دهند. درآمد متوسط: تعداد ۵۲۲ نفر در این گروه قرار دارند. میانگین تمایل به نیکوکاری ۴/۱ با انحراف معیار ۰/۷۵ است. این گروه تمایل بیشتری نسبت به گروه درآمد پایین نشان می‌دهند. درآمد بالا: تعداد ۲۱۷ نفر در این گروه قرار دارند. میانگین تمایل به نیکوکاری ۴/۴ با انحراف معیار ۰/۶۵ است. این گروه بالاترین تمایل به نیکوکاری را نشان می‌دهند. این نتایج نشان می‌دهد که با افزایش سطح درآمد، تمایل به فعالیت‌های نیکوکارانه نیز افزایش می‌یابد. افراد با درآمد پایین کمترین تمایل به نیکوکاری را دارند، در حالی که افراد با درآمد بالا بیشترین تمایل را نشان می‌دهند. این اطلاعات می‌تواند به سیاست‌گذاران و نهادهای خیریه در طراحی برنامه‌های خاص برای ترویج فرهنگ نیکوکاری در بین گروه‌های درآمدی مختلف کمک کند.

[Downloaded from qjerp.ir on 2026-11-23]

[DOI: 10.66224/qjerp.33.116.48]

جدول ۱۳. تحلیل تأثیر تحصیلات بر رفتار نیکوکارانه

سطح تحصیلات	تعداد	میانگین	انحراف معیار (SD)
دیپلم	۲۸۸	۳/۹	۰/۸۵
کارشناسی	۴۲۱	۴/۲	۰/۷۰
کارشناسی‌ارشد و بالاتر	۳۰۲	۴/۴	۰/۶۰

مأخذ: یافته‌های پژوهش

جدول (۱۳) تأثیر سطح تحصیلات را بر تمایل به فعالیت‌های نیکوکارانه نشان می‌دهد: دیپلم: تعداد ۲۸۸ نفر در این گروه قرار دارند. میانگین تمایل به فعالیت‌های نیکوکارانه ۳/۹ با انحراف معیار ۰/۸۵ است. این گروه کمترین تمایل به نیکوکاری را نشان می‌دهند. کارشناسی: تعداد ۴۲۱ نفر در این گروه قرار دارند. میانگین تمایل به نیکوکاری ۴/۲ با انحراف معیار ۰/۷۰ است. این گروه تمایل بیشتری نسبت به گروه دیپلم نشان می‌دهند. کارشناسی ارشد و بالاتر: تعداد ۳۰۲ نفر در این گروه قرار دارند. میانگین تمایل به نیکوکاری ۴/۴ با انحراف معیار ۰/۶۰ است. این گروه بالاترین تمایل به نیکوکاری را نشان می‌دهند. این نتایج نشان می‌دهد که با افزایش سطح تحصیلات، تمایل به فعالیت‌های نیکوکارانه نیز افزایش می‌یابد. افراد با تحصیلات دیپلم کمترین تمایل به نیکوکاری را دارند، در حالی که افراد با تحصیلات کارشناسی ارشد و بالاتر بیشترین تمایل را نشان می‌دهند. این اطلاعات می‌تواند به سیاست‌گذاران و نهادهای خیریه در طراحی برنامه‌های خاص برای ترویج فرهنگ نیکوکاری در بین گروه‌های تحصیلی مختلف کمک کند. افزایش سطح تحصیلات ممکن است باعث افزایش آگاهی و تمایل به مشارکت در فعالیت‌های نیکوکارانه شود.

[Downloaded from qjerp.ir on 2026-11-23]

[DOI: 10.66224/qjerp.33.116.48]

۳-۵. آزمون‌های تشخیصی

برای اطمینان از صحت و اعتبار نتایج حاصل از مدل‌های رگرسیون لجستیک و همسان‌سازی نمره گرایش در این مطالعه، آزمون‌های تشخیصی مختلفی انجام شد. این آزمون‌ها به بررسی معناداری ضرایب، نیکویی برازش مدل‌ها، توانایی مدل‌ها در پیش‌بینی نتایج و تطابق پیش‌بینی‌های مدل با داده‌های واقعی می‌پردازند. در ادامه، نتایج این آزمون‌ها به همراه مقادیر آماری و سطح معناداری آن‌ها ارائه شده است. این تحلیل‌های تشخیصی به تأیید اعتبار نتایج و تقویت اعتماد به پیشنهادهای سیاستی و نتایج پژوهش کمک می‌کنند.

جدول ۱۴. نتایج آزمون‌های تشخیصی

آزمون	مقدار آماری	مقدار بحرانی	سطح معناداری
Wald Test	۱۵/۴۷	۳/۸۴	۰/۰۰۰۱>
Hosmer-Lemeshow	۷/۲۲	۱۵/۵۱	۰/۴۱
Likelihood Ratio	۲۸/۶۳	۳/۸۴	۰/۰۰۰۱>
McFadden's R-squared	۰/۲۴	-	-
AIC	۲۱۵/۴۷	-	-
BIC	۲۳۰/۲۸	-	-

مأخذ: یافته‌های پژوهش

مقدار آماری والد برابر با ۱۵/۴۷ و مقدار بحرانی ۳/۸۴ با سطح معناداری < ۰/۰۰۱ نشان می‌دهد که ضرایب متغیرهای مستقل به‌طور معناداری متفاوت از صفر هستند. این به این معناست که متغیرهای مستقل تأثیر معناداری بر متغیر وابسته دارند. مقدار آماری Hosmer-Lemeshow برابر با ۷/۲۲ و مقدار بحرانی ۱۵/۵۱ با سطح معناداری ۰/۴۱ نشان

[Downloaded from qjerp.ir on 2026-11-23]

[DOI: 10.66224/qjerp.33.116.48]

می‌دهد که مدل به خوبی داده‌ها را برازش داده است. مقدار p-value بالاتر از ۰/۰۵ نشان می‌دهد که تفاوت بین پیش‌بینی‌های مدل و داده‌های واقعی ناچیز است.

مقدار آماری نسبت درست‌نمایی برابر با ۲۸/۶۳ و مقدار بحرانی ۳/۸۴ با سطح معناداری < ۰/۰۰۱ نشان می‌دهد که مدل با متغیرهای مستقل به‌طور معناداری بهتر از مدل بدون متغیرهای مستقل است. این به این معناست که متغیرهای مستقل به‌طور معناداری به بهبود مدل کمک می‌کنند. مقدار McFadden's R-squared برابر با ۰/۲۴ است که نشان می‌دهد ۲۴ درصد از واریانس متغیر وابسته توسط مدل توضیح داده می‌شود. هرچند که این مقدار به اندازه ضریب تعیین در رگرسیون خطی بالا نیست، اما نشان‌دهنده برازش مناسب مدل است.

مقدار AIC برابر با ۲۱۵/۴۷ است. مقادیر کمتر AIC نشان‌دهنده برازش بهتر مدل است. با مقایسه AIC بین مدل‌های مختلف، مدلی با مقدار AIC کمتر ترجیح داده می‌شود. مقدار BIC برابر با ۲۳۰/۲۸ است. مقادیر کمتر BIC نشان‌دهنده برازش بهتر مدل است. BIC به مدل‌های ساده‌تر تمایل دارد و مجازات بیشتری برای تعداد متغیرهای مستقل اعمال می‌کند. این آزمون‌ها و نتایج نشان می‌دهند که مدل به‌طور مناسبی داده‌ها را برازش داده و متغیرهای مستقل تأثیر معناداری بر متغیر وابسته دارند. این اطلاعات می‌تواند به اطمینان از صحت و اعتبار نتایج تخمین‌های انجام‌شده کمک کند و براساس آن‌ها پیشنهادهای سیاستی مناسب ارائه شود.

۶. جمع‌بندی

رفتار نیکوکارانه به‌عنوان یکی از ارکان مهم در جوامع اسلامی، نقش تعیین‌کننده‌ای در تحقق عدالت اجتماعی و کاهش نابرابری‌های اقتصادی ایفا می‌کند. با این حال، تفاوت‌های احتمالی در الگوهای این رفتار میان استان‌های مختلف ایران، به‌ویژه استان اصفهان که به عنوان یکی از

[Downloaded from qjerp.ir on 2026-11-23]

[DOI: 10.66224/qjerp.33.116.48]

کانون‌های فرهنگی و مذهبی کشور شناخته می‌شود، نیازمند بررسی دقیق است. این مطالعه با تمرکز بر شناسایی تأثیر متغیرهای اقتصادی (مانند درآمد، تحصیلات، و نوع شغل) و اجتماعی (مانند سن، وضعیت تأهل، و زیست‌بوم) بر تمایل به مشارکت در فعالیت‌های خیرخواهانه، درصدد پاسخ به این پرسش است: «آیا رفتار نیکوکارانه در استان اصفهان با سایر استان‌های منتخب کشور تفاوت معناداری دارد؟» پاسخ به این پرسش نه‌تنها درک بهتری از عوامل مؤثر بر فرهنگ نیکوکاری در جامعه اسلامی ارائه می‌دهد، بلکه به سیاست‌گذاران و نهادهای خیریه کمک می‌کند تا برنامه‌های هدفمندتری برای ترویج این رفتار طراحی کنند.

این پژوهش با بهره‌گیری از داده‌های حاصل از نظرسنجی گسترده در استان اصفهان و چند استان منتخب (شامل ۱۰۰۰ نمونه) و استفاده از روش‌های آماری پیشرفته، به تحلیل مسأله پرداخته است. رگرسیون لجستیک به‌عنوان چارچوب اصلی برای بررسی تأثیر متغیرهای مستقل بر رفتار نیکوکارانه (به‌عنوان متغیر وابسته دوتایی) استفاده شد. افزون بر این، همسان‌سازی براساس نمره گرایش (PSM) برای کاهش سوگیری ناشی از تفاوت‌های مشاهده‌نشده بین گروه‌های مقایسه‌شده به کار گرفته شد. متغیرهای کلیدی شامل سطح درآمد، تحصیلات، سن، وضعیت تأهل، نوع شغل، و زیست‌بوم جغرافیایی بودند که تأثیر هر یک بر مشارکت در فعالیت‌های خیریه و داوطلبانه سنجیده شد.

یافته‌های کلیدی این پژوهش نشان دادند که تفاوت معناداری در رفتارهای نیکوکارانه بین استان اصفهان و سایر استان‌های منتخب وجود ندارد، که این یافته فرضیه وجود تمایز فرهنگی خاص در اصفهان را رد می‌کند. از منظر اقتصادی، درآمد بالا و تحصیلات عالی به طور معناداری احتمال مشارکت در فعالیت‌های خیریه را افزایش می‌دهند؛ به‌طوری که افراد با درآمد بالا ۳۲٪ و دارندگان مدارک تحصیلات تکمیلی ۴۵٪ تمایل بیشتری به

[Downloaded from qjerp.ir on 2026-11-23]

[DOI: 10.66224/qjerp.33.116.48]

نیکوکاری نشان دادند. در بُعد عوامل اجتماعی، مشخص شد که سن و تأهل تأثیر مثبت داشته‌اند، به‌گونه‌ای که افراد مسن‌تر (۵۱ سال به بالا) و متأهلان به ترتیب ۲۵٪ و ۲۸٪ بیشتر در امور خیریه مشارکت می‌کنند. همچنین، در میان گروه‌های شغلی، مشاغل مرتبط با خدمات اجتماعی و آموزشی با افزایش ۳۹٪ احتمال مشارکت، مؤثرترین گروه‌ها در تشویق به نیکوکاری شناخته شدند.

۱-۶. نتیجه‌گیری و پیشنهادات

این پژوهش با هدف مقایسه رفتار خیرخواهانه افراد در استان اصفهان با سایر استان‌های منتخب، انجام شده است. در این ارتباط با استفاده از یک نظرسنجی پرسش‌نامه‌ای جامع از مناطق مختلف استان اصفهان و سایر استان‌های منتخب، این پژوهش به بررسی این مسأله پرداخته است که افراد ساکن در استان اصفهان تمایل بیشتری به انجام فعالیت‌ها، به ویژه کمک‌های خیرخواهانه و فعالیت‌های داوطلبانه مبتنی بر انجام کارهای خیر دارند یا خیر؟ بررسی تجربی پژوهش براساس رگرسیون لجستیک نشان می‌دهد که هیچ تفاوتی در احتمال انفاق نه از نظر کمک‌های خیریه و نه داوطلبانه بودن این چنین کمک‌هایی بین افراد ساکن در استان اصفهان و سایر استان‌ها وجود ندارد. علاوه بر این، نتایج پژوهش نشان‌می‌دهد که زنان و همچنین افراد تحصیل‌کرده، ثروتمند و مذهبی بیشتر از سایرین انفاق می‌کنند. احتمال انفاق نیز با افزایش سن افزایش می‌یابد اما با نرخ کاهشی، به‌علاوه متاهل بودن نیز تأثیر مثبت و قابل توجهی بر انفاق داشته است.

در نهایت، اگرچه این پژوهش با ارائه و بررسی دیدگاه‌های خیرخواهانه نسبت به افراد ساکن در استان اصفهان و مقایسه آن با سایر استان‌های منتخب و با کمک گرفتن از

[Downloaded from qjerp.ir on 2026-11-23]

[DOI: 10.66224/qjerp.33.116.48]

آزمایش تجربی فرضیه رفتاری، به پیشبرد ادبیات اقتصادی در این زمینه کمک می‌کند، اما توجه به این نکته نیز ضروری است که اطلاعات و بررسی‌های پژوهش حاضر تنها براساس داده‌های ثانویه انجام شده است. استفاده از داده‌های اولیه برای افزایش کیفیت داده‌ها و مطالعه نیز امری درخور توجه، پژوهش و بررسی است. بنابراین، در جهت پیشبرد مطالعات آتی، استفاده از روش ترکیبی که از داده‌های ثانویه و اولیه برای ترکیب نقاط قوت منابع و روش‌های مختلف استفاده کند، پیشنهاد می‌شود.

تأثیر متغیرهای اجتماعی و اقتصادی بر رفتار نیکوکارانه از طریق رگرسیون لجستیک نشان داد که درآمد، تحصیلات، سن، وضعیت تأهل و نوع شغل همگی تأثیر معناداری بر تمایل به مشارکت در فعالیت‌های خیرخواهانه دارند. افراد با درآمد بالاتر تمایل بیشتری به مشارکت در فعالیت‌های خیرخواهانه دارند. بنابراین سیاست‌گذاران می‌توانند با تشویق به افزایش درآمد افراد و ایجاد فرصت‌های شغلی بیشتر، تمایل به نیکوکاری را در جامعه افزایش دهند. همچنین با افزایش سن، تمایل به نیکوکاری نیز افزایش می‌یابد. برنامه‌های تشویقی برای افراد مسن‌تر می‌تواند منجر به افزایش مشارکت در فعالیت‌های نیکوکارانه شود. افراد متأهل تمایل بیشتری به نیکوکاری دارند. حمایت از خانواده‌ها و تأمین نیازهای آن‌ها می‌تواند به افزایش تمایل به نیکوکاری کمک کند. مشاغل مرتبط با خدمات اجتماعی و آموزشی تمایل بیشتری به نیکوکاری دارند. ایجاد و توسعه این نوع مشاغل می‌تواند منجر به افزایش مشارکت در فعالیت‌های نیکوکارانه شود. نتایج همسان‌سازی براساس نمره گرایش برای تمایل به فعالیت‌های نیکوکارانه نشان داد که تمایل به نیکوکاری در استان‌های مختلف تقریباً مشابه است. این نشان می‌دهد که برنامه‌های ترویج نیکوکاری می‌توانند به‌طور یکسان در همه استان‌ها اجرا شوند.

[Downloaded from qjerp.ir on 2026-11-23]

[DOI: 10.66224/qjerp.33.116.48]

منابع

قرآن کریم

ابن‌منظور، محمدبن‌مکرم (۱۳۶۹). *لسان العرب*، ۱۵ جلد. بیروت: انتشارات دار الفکر للطباعه و النشر و التوزیع.

ابوالفتوح رازی، حسین بن علی؛ ناصح، محمدمهدی و محمدجعفر یاحقی (۱۳۷۱). *روض الجنان و روح الجنان فی تفسیر القرآن*. ۲۰ ج. مشهد مقدس - ایران: آستان قدس رضوی. بنیاد پژوهش‌های اسلامی.

اکبریان، رضا؛ ساجدیان‌فرد، نجمه و نرگس ساجدیان‌فرد (۱۳۹۵). «رفتار مصرف‌کننده در ایران و نظریه اقتصاد اسلامی»، *نشریه اقتصاد و بانکداری اسلامی*، ۵(۱۷)، ۱۹۱- ۱۵۳.

اکبریان، رضا و غلامحسین محمودی (۱۳۹۴). «بررسی و تجزیه و تحلیل رفتار مصرف کننده در اقتصاد اسلامی»، *نشریه اقتصاد و بانکداری اسلامی*، ۴(۱۳)، ۸۲- ۵۳ .

رضایی، محسن و رفیع حسنی‌مقدم (۱۳۹۵). «بررسی و بهینه‌سازی رفتار مصرف‌کننده در اقتصاد اسلامی با استفاده از تکنیک برنامه‌ریزی پویا»، *پژوهش‌های اقتصادی ایران*، ۱۷(۵۱)، ۸۷-۷۱.

مراغی، احمد مصطفی (۱۳۶۹). *تفسیر المراغی*، ۳۰ جلد، بیروت، انتشارات دار الفکر.

Alhidari I. (2014). Investigating individuals' monetary donation behavior in Saudi Arabia (Doctoral dissertation, Cardiff University).

Arsyianti L.D. & S. Kassim (2016). "Regular charity giving behavior among low-income households in Indonesia". *Intellectual Discourse*, 24(1).

Auten G. & G. Rudney (1990). "The variability of individual charitable giving in the US". *Voluntas: International Journal of Voluntary and Nonprofit Organizations*, No. 1, 80-97.

[Downloaded from qjerp.ir on 2026-11-23]

[DOI: 10.66224/qjerp.33.116.48]

Bagby I. (2017). "Exploring the giving practices in American mosques: Why do Muslims give so little to their mosques?". *Journal of Muslim Philanthropy & Civil Society*, 1(1).

Barrett K.S. (1991). "Panel-Data Estimates of Charitable Giving: A Synthesis of Techniques". *National Tax Journal,* 44, 365-81.

Bekkers R. & P. Wiepking (2012). "Who gives? A literature review of predictors of charitable giving. Part Two: Gender, family composition and income". *Voluntary Sector Review*, 3(2), 217–45.

Bensaid B., Grine F., Nor M.R.M. & M.Y.Z. Mohd Yusoff (2013). "Ethico-spiritual dimensions of charity: An Islamic perspective". *Middle-East Journal of Scientific Research*, 13(13), 2.

Breeze B. (2006). Robin Hood in Reverse: exploring the relationship between income and charitable giving.

Brooks A.C. (2002). "Charitable giving in transition economies: Evidence from Russia". *National Tax Journal*, 55(4), 743-753.

Chapman C.M. (2019). Toward a triadic understanding of charitable giving: How donors, beneficiaries, fundraisers, and social contexts influence donation decisions.

Clotfelter C.T. & L.M. Salamon (1982). "The impact of the 1981 Tax Act on individual charitable giving". *National Tax Journal*, 35(2), 171-187.

Daneshvary N. & W.A. Luksetich (1997). "Income sources and declared charitable tax deductions". *Applied Economics Letters*, 4(5), 271-274.

Gittell R. & E. Tebaldi (2006). "Charitable giving: Factors influencing giving in US states". *Nonprofit and voluntary sector quarterly*, 35(4), 721-736.

Handayani N.S., Ab Rahman S. & M.A. Maisu (2023). "General Property Rights from Sharia Perspective: Strategy for the Implementation of Ummah's Economic Welfare and Justice". *Demak Universal Journal of Islam and Sharia*, 1(01), 46-56.

Hasan Z. (2005). "Treatment of Consumption in Islamic Economics: An appraisal". J.KAU: Islamic Economics, 18(2), 29-46.

[Downloaded from qjerp.ir on 2026-11-23]

[DOI: 10.66224/qjerp.33.116.48]

Havens J.J., O'Herlihy M.A. & P.G. Schervish (2006). "Charitable giving: How much, by whom, to what, and how". *The nonprofit sector: A research handbook*, No. 2, 542-567.

Hosmer Jr D.W., Lemeshow S. & R.X. Sturdivant (2013). *Applied logistic regression*. John Wiley & Sons.

Iannaccone L.R. (1992). "Religious markets and the economics of religion". *Social compass*, 39(1), 123-131.

Kleinbaum D.G., Dietz K., Gail M., Klein M. & M. Klein (2002). *Logistic regression* . New York: Springer-Verlag. p. 536

Iyer S. (2016). "The new economics of religion". *Journal of Economic Literature*, 54(2), 395-441.

Johari F., Alias M.H., Shukor S.A., Abd Wahab K., Aziz M.R.A., Ahmad N. & P. Ibrahim (2015). "Factors Influencing Repeat Cash Waqf Contribution for Islamic Philanthropy". *Malaysian Accounting Review*.

Kashif M. & E.C. De Run (2015). "Money donations intentions among Muslim donors: An extended theory of planned behavior model". *International Journal of Nonprofit and Voluntary Sector Marketing*, 20(1), 84–96.

Konrath S., Handy F., Wright S., Griffith K.A. & R. Jagsi (2023). "How Individuals' Health and Wealth Are Associated with Their Donation Behavior and Motivations". *Journal of Nonprofit & Public Sector Marketing*, 1-24.

Kuran T. (1989). "On the Notion of Economic Justice in Contemporary Islamic Thought". *International Journal of Middle East Studies*, 21(2), 171-191.

Lambarraa F. & G. Riener (2015). "On the norms of charitable giving in Islam: Two field experiments in Morocco". *Journal of Economic Behavior & Organization*, 118, 69-84.

Lammam C., MacIntyre H. & F. Ren (2016). "Generosity in Canada and the United States: The 2016 Generosity Index". *Fraser Institute*.

LaValley M.P. (2008). "Logistic regression". *Circulation*, 117(18), 2395-2399.

[Downloaded from qjerp.ir on 2026-11-23]

[DOI: 10.66224/qjerp.33.116.48]

Lee B.A. and C.R. Farrell (2003). Buddy, can you spare a dime? Homelessness, panhandling, and the public. Urban Affairs Review 38: 299-324.

Lincoln R., Morrissey C. A. & P. Mundey (2008). "Religious giving: A literature review". *Science of Generosity*, 1-47.

MacIntyre H. & C. Lammam (2013). Generosity in Canada and the United States: The 2013.

McCleary R.M. (Ed.). (2011). The Oxford handbook of the economics of religion. Oxford University Press.

McClelland R. & A.C. Brooks (2004). "What is the real relationship between income and charitable giving?", *Public Finance Review*, 32(5), 483-497.

Micklewright J. & S.V. Schnepf (2009). "Who gives charitable donations for overseas development?", *Journal of Social Policy*, 38(2), 317-341.

Neumayr M. & F. Handy (2019). "Charitable giving: What influences donors' choice among different causes?", *VOLUNTAS: International Journal of Voluntary and Nonprofit Organizations*, 30, 783-799.

Nick T.G. & K.M. Campbell (2007). "Logistic regression". *Topics in biostatistics*, 273-301.

O'Neill M. (2001). "Research on giving and volunteering: Methodological considerations". *Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly*, 30(3), 505-514.

Opoku R.A. (2013). "Examining the motivational factors behind charitable giving among young people in a prominent Islamic country". *International Journal of Nonprofit and Voluntary Sector Marketing*, 18(3), 172–186.

Rahman M.M.F., Islam M.A. & M.A. Islam (2022). "Infaq for Sustainable Development: The Pathway to Achieving No Poverty and Zero Hunger in Bangladesh". *International Journal of Advanced Research in Economics and Finance*, 4(3), 262-278.

Reece W. S. & K.D. Zieschang (1985). "Consistent estimation of the impact of tax deductibility on the level of charitable

[Downloaded from qjerp.ir on 2026-11-23]

[DOI: 10.66224/qjerp.33.116.48]

contributions". *Econometrica: Journal of the Econometric Society*, 271-293.

Salwa Amirah A. (2017). An investigation on the patterns and antecedents of charitable giving behavior among Muslims in Malaysia/Salwa Amirah Awang (Doctoral dissertation, University of Malaya).

Smith S. (2012). "Increasing charitable giving: what can we learn from economics?". *Fiscal Studies*, 33(4), 449-466.

Steinberg R. & M. Wilhelm (2003). "Tracking giving across generations". *New Directions for Philanthropic Fundraising*, 2003(42), 71-82.

Sukri N.B., Arshad A.A.M., Cheng C.S., Aminuddin Z.M. & A.S. Arshad (2023). "Factors Influencing Philanthropic Behavior among Youths in Malaysia". *Information Management and Business Review*, 15(3 (SI)), 525-535.

Warner J. (2010). The charitable-giving divide. The New York Times Magazine. Available: http://www. nytimes. com/2010/08/22/magazine/22FOB-wwln-t. html.

Wright K. (2001). "Generosity vs. altruism: Philanthropy and charity in the United States and United Kingdom". *Voluntas: International Journal of Voluntary and Nonprofit Organizations*, 12, 399-416.

Wright K. (2002). *Generosity versus altruism: Philanthropy and charity in the US and UK*. Centre for civil society, London school of economics and Political Science. No. 17.

Wuthnow R. (1991). *Acts of Compassion: Caring for Others and Helping Ourselves*. Princeton: Princeton University Press.

[Downloaded from qjerp.ir on 2026-11-23]

[DOI: 10.66224/qjerp.33.116.48]

پیوست‌ها

جدول ۱۶. نتایج تخمین مدل‌ها

متغیر	ضریب (β)	SE	آماره t	P-value	Odds Ratio	تعداد (n)	میانگین	SD
درآمد	۰/۲۸	۰/۰۵	۵/۶۰	⟨۰/۰۰۰۱	۱/۳۲			
تحصیلات	۰/۳۷	۰/۰۷	۵/۲۹	⟨۰/۰۰۰۱	۱/۴۵			
سن	۰/۲۲	۰/۰۴	۵/۵۰	⟨۰/۰۰۰۱	۱/۲۵			
وضعیت تاهل	۰/۲۵	۰/۰۶	۴/۱۷	⟨۰/۰۰۰۱	۱/۲۸			
نوع شغل	۰/۳۳	۰/۰۸	۴/۱۳	⟨۰/۰۰۰۱	۱/۳۹			
اصفهان						۲۵۰	۴/۲	۰/۷۵
قم						۲۵۰	۴/۱	۰/۸۰
شیراز						۲۵۰	۴/۳	۰/۷۰
کهگیوله و بویراحمد						۲۵۰	۴/۲	۰/۷۸
متاهل						۵۷۴	۴/۴	۰/۶۵
مجرد						۴۲۶	۳/۹	۰/۸۰
۱۸ تا ۳۰ سال						۲۳۷	۳/۹	۰/۸۸
۳۱ تا ۴۰ سال						۲۸۹	۴/۲	۰/۷۲
۴۱ تا ۵۰ سال						۲۴۶	۴/۳	۰/۶۸
۵۱ و بالاتر						۲۵۸	۴/۵	۰/۵۸
خدمات اجتماعی						۲۴۵	۴/۵	۰/۶۰
خدمات آموزشی						۳۰۲	۴/۴	۰/۶۵
مشاغل دولتی						۲۱۰	۴/۳	۰/۷۰
مشاغل خصوصی						۱۵۵	۴/۰	۰/۷۵
مشاغل آزاد						۸۸	۴/۱	۰/۷۸
درآمد پایین						۲۶۱	۳/۶	۰/۹۰
درآمد متوسط						۵۲۲	۴/۱	۰/۷۵

[Downloaded from qjerp.ir on 2026-11-23]

[DOI: 10.66224/qjerp.33.116.48]

متغیر	ضریب (β)	SE	آماره t	P-value	Odds Ratio	تعداد (n)	میانگین	SD
درآمد بالا						۲۱۷	۴/۴	۰/۶۵
دیپلم						۲۸۸	۳/۹	۰/۸۵
کارشناسی						۴۲۱	۴/۲	۰/۷۰
ارشد و بالاتر						۳۰۲	۴/۴	۰/۶۰

مأخذ: محاسبات پژوهش

در این پژوهش، تحلیل داده‌ها با استفاده از نرم‌افزارهای آماری Stata نسخه ۱۷ و R نسخه ۴.۳.۱ انجام شده است. جهت برآورد مدل رگرسیون لجستیک و همسان‌سازی براساس نمره گرایش (PSM) از پکیج‌های MatchIt، margins و ggplot2 در محیط R و دستورات تخصصی در Stata استفاده گردید. خروجی نرم‌افزار شامل جداول تحلیلی و آزمون‌های تشخیصی به شرح زیر است:

جدول ۱۷. نتایج رگرسیون لجستیک چندمتغیره (متغیر وابسته: مشارکت در فعالیت‌های نیکوکارانه)

متغیر	ضریب (β)	خطای استاندارد (SE)	آماره z	مقدار p	نسبت شانس (OR)
درآمد	۰/۲۸	۰/۰۵	۵/۶۰	$< 0/001^{***}$	۱/۳۲
تحصیلات	۰/۳۷	۰/۰۷	۵/۲۹	$< 0/001^{***}$	۱/۴۵
سن	۰/۲۲	۰/۰۴	۵/۵۰	$< 0/001^{***}$	۱/۲۸
وضعیت تأهل (متأهل)	۰/۲۵	۰/۰۶	۴/۱۷	$< 0/001^{***}$	۱/۲۸

[Downloaded from qjerp.ir on 2026-11-23]

[DOI: 10.66224/qjerp.33.116.48]

متغیر	ضریب (β)	خطای استاندارد (SE)	آماره z	مقدار p	نسبت شانس (OR)
نوع شغل (خدمات اجتماعی)	۰/۳۳	۰/۰۸	۴/۱۳	$< 0/001^{***}$	۱/۳۹
ثابت	-۱/۸۵	۰/۳۲	-۵/۷۸	$< 0/001^{***}$	-
$*** p < 0/001, ** p < 0.01, * p < 0.05$					

جدول ۱۸. نتایج همسان‌سازی براساس نمره گرایش (PSM)

روش همسان‌سازی	ATT	خطای استاندارد	فاصله اطمینان ۹۵٪
Nearest Neighbor	۰/۰۱۳	۰/۰۱۲	[۰/۰۳۴ ،-۰/۰۰۸]
Kernel Matching	۰/۰۱۲	۰/۰۱۱	[۰/۰۳۳ ،-۰/۰۰۹]
Radius Matching	۰/۰۱۴	۰/۰۱۱	[۰/۰۳۵ ،-۰/۰۰۷]

مأخذ: یافته‌های پژوهش

جدول ۱۹. آزمون‌های تشخیصی مدل رگرسیون لجستیک

آزمون	آماره آزمون	مقدار p	نتیجه
آزمون والد (Wald)	۱۵/۴۷	$< 0.001^{***}$	معناداری کلی مدل
Hosmer-Lemeshow	۷/۲۲	۰/۴۱	برازش مطلوب مدل
نسبت درست‌نمایی (LR)	۲۸/۶۳	$< 0.001^{***}$	بهبود معنادار مدل
McFadden's R^2	۰/۲۴	-	توضیح ۲۴٪ از واریانس

مأخذ: یافته‌های پژوهش

[Downloaded from qjerp.ir on 2026-11-23]

[DOI: 10.66224/qjerp.33.116.48]

رگرسیون لجستیک تمامی متغیرها (درآمد، تحصیلات، سن، وضعیت تأهل، و نوع شغل) تأثیر مثبت و معناداری بر مشارکت در فعالیت‌های نیکوکارانه داشتند ($p < 0.001$). به ازای هر واحد افزایش در تحصیلات، احتمال مشارکت ۴۵ درصد افزایش می‌یابد (OR = ۱/۴۵). همچنین براساس همسان‌سازی (PSM) تفاوت معناداری در تمایل به نیکوکاری بین استان اصفهان و سایر استان‌ها مشاهده نشده است (ATT ناچیز و فاصله اطمینان شامل صفر). Hosmer-Lemeshow دال بر عدم رد فرضیه صفر (p = ۰/۴۱) نشان‌دهنده برازش مناسب مدل با داده‌هاست. در نهایت داده‌های پرت با استفاده از روش IQR شناسایی و حذف شدند. نرمالیتی متغیرها با آزمون شاپیرو-ویلک تأیید گردید و تحلیل چندخطی بودن (VIF < ۵) نشان می‌دهد مشکل همخطی جدی وجود ندارد.

[Downloaded from qjerp.ir on 2026-11-23]

[DOI: 10.66224/qjerp.33.116.48]