



<https://ecs.ui.ac.ir/?lang=en>

Journal of Endowment & Charity Studies

E-ISSN: 3115-7475

Vol.2, Issue.2, No.4, 2024, pp 133-154

Received: 05/02/2024

Accepted: 03/07/2024

Research Paper

Investigating the Effects of Online Social Networks and Group Cohesion on the Performance of Charities (Case Study: Charity Institutions of Tabriz)

Khadijeh Hatami Khaljan

PhD in Sociology, Department of Social Sciences, Faculty of Social and Economic Sciences Al-Zahra University,
Tehran, Iran
kh.hatamikheljan@alzahra.ac.ir

Maryam Ghazi Nejad* 

Associate Professor, Department of Social Sciences, Faculty of Social and Economic Sciences, Al-Zahra University,
Tehran, Iran
M.ghazinejad@alzahra.ac.ir

Introduction

Organizational performance and competency assessment are an important mechanism for improving the efficiency of non-governmental organizations and help them to maximize their capabilities, increase their social impact, and, consequently, achieve their ultimate goals. Most of the charities in Tabriz are run in a semi-traditional way and along with the many problems and issues we are facing in the field of charities in this city, the lack of evaluation of charities and their performance and the factors affecting it is also considered a major and important issue. (Hatami Khaljan, 2023, 87). The purpose of the current research is to measure the performance of charitable institutions and investigate the effects of group cohesion variables, the role of social networks, and contextual variables (the age of the charity institution, the scope of activity of the charity institution, the history of membership) in the performance of the said institutions.

Methods

The present study was conducted by survey method among managers of 133 non-governmental organizations in Tabriz and SPSS and SMART PLS software were used to analyze the data. From the various criteria that were mentioned in the research literature and interviews to evaluate the performance of Charities, criteria appropriate to the characteristics, facilities, and limitations of the present study were selected and measures were designed. To measure the group cohesion variable, 6 items in the 5-part Likert scale (low, relatively low, medium, relatively high, high) were used, from the sum of these 6 items the group cohesion variable was obtained. These items are based on the adaptation of the Carron et al. (1985) Group Environmental Questionnaire. To measure the role of utilization of Online social networks, measures in the 5-point Likert spectrum (low, relatively low, medium, relatively high, high) have been used. These metrics are extracted from the Kinuthia master Thesis Questionnaire entitled "Investment in Information and Communication Technology and

*Corresponding Author

Hatami Khaljan, Kh., & Ghazi Nejad, M. (2024). Investigating the effects of online social networks and group cohesion on the performance of charities (case study: charity institutions of Tabriz), *Journal of Endowment & Charity Studies*, 2(2), 133-154. <https://doi.org/10.22108/ecs.2024.140613.1098>



3115-7475 © 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>).



<https://doi.org/10.22108/ecs.2024.140613.1098>

CHARITIES Performance in Kenya" (Kinuthia, 2012.).

Findings

The results showed that the average performance of non-governmental organizations among the statistical sample (in the range of zero to one hundred) was 70, which indicates the relatively high performance of non-governmental organizations under study. The average group cohesion in the studied samples was 75 out of 100, which indicates that the level of cohesion is relatively high. The average variable of the role of using Online social networks among the statistical sample was 65, indicating that this variable has a relatively high role in the performance of Charities. The use of the Instagram page has the highest number among the research sample and 49% of users have an Instagram page. After that, using the WhatsApp group with 43% is the most frequently used among the samples. The average performance of the samples among the statistical sample (in the range from zero to one hundred) was 70, which indicates the relatively high performance of the studied samples. The results of the hypothesis test showed that the variables of group cohesion and the variable of Online social networks with a coefficient of 31% had the most positive effects on the performance of Charities. The results of the hypothesis test showed that the variables of group cohesion and the variable of Online social networks with a coefficient of 31% had the most positive effects on the performance of non-governmental organizations. According to the managers, the Telegram group with 46.9%, the Instagram page with 44.5%, and the WhatsApp group with 21.8% had the most role in introducing and improving the performance of Charities, respectively, and in the fields of 1- Introduction of charitable institutions in the community; 2- Increasing transparency and better information about the performance of charitable institutions; 3- Satisfying supporters and members; 4- Attracting financial and non-financial aid; 5- Communication with other non-profit organizations; and 6- Attracting the participation of volunteers. There is a significant inverse relationship between the history of membership of managers in Charities and their evaluation of the performance of non-governmental organizations. There was no significant relationship between the variables of age level of operation of non-governmental organizations with their performance and the degree of group cohesion, but the variable of using Online social networks with a coefficient of 30% had a significant effect on increasing group cohesion.

Conclusion

In a general conclusion, the results showed that 56.8% of the respondents evaluated the performance of their charity institution at a relatively high level, and the variables of group cohesion and the role of social networks had the most positive effects on the performance of charities, and the role of social networks also had a significant effect on increasing group cohesion. has increased group cohesion by a factor of 30%. The reason for this can be the fact that previously communication between members of a group or organization was only possible through physical presence, but today communication platforms, platforms and new tools for more communication and easy communication, as a result, have provided understanding, intimacy, and cohesion between members. According to Harvey et al. (2018), charities are increasingly using social media tools in fundraising and increasing communication with donors and others. Institutions through. Three major mechanisms are used (1) signaling, (2) escalation of commitment, and (3) social contagion. Finally, the results showed that the total research variables can predict only 25% of the changes related to the dependent variable, and the other changes are related to other variables that have not been studied in the current research and can be investigated in future research.

Keywords

Charities Performance, Online social networks, Group Cohesion.



مقاله پژوهشی

بررسی تأثیرات شبکه‌های اجتماعی و انسجام گروهی در عملکرد مؤسسات خیریه
(مورد مطالعه: مؤسسات خیریه شهر تبریز)

خدیجه حاتمی خلجان^۱ و مریم قاضی نژاد^۲ 

۱-دکتری جامعه شناسی، گروه علوم اجتماعی، دانشکده علوم اجتماعی اقتصادی، دانشگاه الزهراء، تهران، ایران

kh.hatamikheljan@alzahra.ac.ir

۲-دانشیار، گروه علوم اجتماعی، دانشکده علوم اجتماعی اقتصادی، دانشگاه الزهراء، تهران، ایران

M.ghazinejad@alzahra.ac.ir

چکیده

هدف پژوهش حاضر، سنجش عملکرد مؤسسات خیریه و بررسی تأثیرات متغیرهای انسجام گروهی، نقش شبکه‌های اجتماعی و متغیرهای زمینه‌ای (قدمت مؤسسه خیریه، قلمرو فعالیت مؤسسه خیریه، سابقه عضویت) در عملکرد مؤسسات مذکور است. تحقیق به روش پیمایشی و در میان ۱۳۵ نفر از مدیران مؤسسات خیریه شهر تبریز انجام یافته و برای تحلیل داده‌ها از نرم‌افزارهای SPSS و SMART PLS استفاده شده است. یافته‌ها نشان داد ۵۶/۸ درصد از پاسخگویان، عملکرد مؤسسه خیریه‌شان را در سطح نسبتاً بالا ارزیابی کرده‌اند. البته بین سابقه عضویت در مؤسسه و ارزیابی از عملکرد آن رابطه معکوس معناداری مشاهده شد؛ به عبارتی مدیران با سابقه، ارزیابی منفی‌تری از عملکرد مؤسسه‌شان داشته‌اند. از نظر بهره‌مندی از شبکه‌های اجتماعی، بهره‌مندی از صفحه اینستاگرامی با ۴۴ درصد و سپس گروه تلگرامی با ۳۳ درصد بیشترین فراوانی استفاده را در بین مؤسسات خیریه داشتند. طبق نتایج، متغیرهای انسجام گروهی و شبکه‌های اجتماعی هردو با ضریب یکسان ۳۱ درصد، بیشترین اثر مثبت را بر عملکرد مؤسسات خیریه گذاشته‌اند. از نظر مدیران گروه تلگرامی با ۴۶/۹ درصد، صفحه اینستاگرامی با ۴۴/۵ درصد و گروه واتساپی با ۲۱/۸ درصد بیشترین نقش را در معرفی و بهبود عملکرد مؤسسات خیریه داشته‌اند. بیشترین نقش شبکه‌های اجتماعی به ترتیب در این زمینه‌ها بوده است: ۱- معرفی مؤسسات خیریه در اجتماع؛ ۲- افزایش شفافیت و اطلاع‌رسانی بهتر عملکرد مؤسسات خیریه؛ ۳- جلب رضایت حامیان و اعضا؛ ۴- جذب کمک‌های مالی و غیرمالی؛ ۵- ارتباط با دیگر سازمان‌های غیرانتفاعی؛ ۶- جذب نیروی داوطلب. نتایج تحلیل مسیر حاکی از آن بود که بین متغیرهای قدمت مؤسسه خیریه و قلمرو فعالیت مؤسسه خیریه با عملکرد مؤسسات خیریه و میزان انسجام گروهی در سازمان‌های غیرانتفاعی رابطه معناداری وجود ندارد اما متغیر شبکه‌های اجتماعی با ضریب ۳۰ درصد، برافزایش انسجام گروهی تأثیر معناداری داشته است.

واژه‌های کلیدی: عملکرد مؤسسات خیریه، تأثیرات شبکه‌های اجتماعی، انسجام گروهی.

*نویسنده مسئول

حاتمی خلجان، خ.، و قاضی نژاد، م. (۱۴۰۳). بررسی تأثیرات شبکه‌های اجتماعی و انسجام گروهی در عملکرد مؤسسات خیریه (مورد مطالعه: مؤسسات خیریه شهر تبریز). *مطالعات وقف و امور خیریه*، ۲(۲)، ۱۵۴-۱۳۳. <https://doi.org/10.22108/ecs.2024.140613.1098>



۱-مقدمه و بیان مسئله

اگرچه خیریه‌ها در سراسر تاریخ وجود داشته‌اند، به‌شکلی که امروزه به‌ویژه در سطح بین‌الملل دیده می‌شوند در دو قرن اخیر توسعه یافته‌اند. با گسترش و اهمیت یافتن نقش سازمان‌های غیرانتفاعی و همچنین خیریه‌ها در عرصه جهانی، مباحثی حول ارزیابی این سازمان‌ها مطرح شده است. اعطاکندگان و حامیان این سازمان‌ها به‌حق، درخصوص مسئول بودن این سازمان‌ها در مقابل دریافتی‌هایشان و کیفیت خروجی‌های حاصل از آن، مطالبه‌گری می‌کنند. مسئله ارزیابی سازمان‌ها سالیان درازی است که محققان را به چالش واداشته است. سازمان‌های تجاری در گذشته از شاخص‌های مالی فقط به‌منزله ابزار ارزیابی استفاده می‌کردند تا اینکه کاپلان^۱ (2001) پس از بررسی و ارزیابی سیستم‌های حسابداری مدیریت، بسیاری از ناکارایی‌های این اطلاعات را برای ارزیابی عملکرد سازمان‌ها نمایان ساخت. اما مسئله ارزیابی درباره سازمان‌های غیرتجاری همانند خیریه‌ها بحث برانگیزتر است؛ زیرا توافق کمتری در باب چپستی یک خیریه توانمند و ملاک‌های ارزیابی عملکرد آن وجود دارد (حاتمی‌خلجیان و همکاران، ۱۳۹۹: ۲۵).

کشورها و سازمان‌ها در سرتاسر جهان سرمایه‌گذاری‌های عظیمی را در نقش شبکه‌های اجتماعی با هدف افزایش کارایی و توانمندی سازمان‌های غیرانتفاعی انجام می‌دهند. در طول دهه گذشته بسیاری از مطالعات انجام شده در جهان در این حوزه به این یافته رسیده‌اند که بین سرمایه‌گذاری فناوری اطلاعات و ارتباطی و توانمندی سازمان رابطه مثبت وجود دارد (2016, Podilava 2015; Vaccaro & Madsen 2009; Bolten 2014; Adjei et al.,). شبکه‌های اجتماعی می‌توانند ابزاری برای تسهیل در برقراری ارتباط و تبادل اطلاعات بین بخش‌ها و کارکردهای مختلف در سازمان باشند. در این راستا شبکه‌های اجتماعی در نقش تقویت‌کننده همکاری و ابزار شبکه در بین کارکنان، مشتریان و شرکا عمل می‌کنند؛ زیرا موانع موجود را برطرف می‌کنند و در ارتباط و به اشتراک‌گذاری اطلاعات مؤثراند (Scott, 2001). بسیاری از سازمان‌های غیرانتفاعی شهر تبریز از نقش شبکه‌های اجتماعی بهره‌مند هستند. حال، میزان اثرپذیری عملکرد آن‌ها از این فناوری‌ها جای سؤال و بررسی دارد.

کیفیت روابط داخلی سازمان‌های غیرانتفاعی یعنی نوع روابط و همبستگی اعضای سازمان‌های غیرانتفاعی می‌تواند بر عملکرد آن‌ها اثرگذار باشد (Latif & Williams, 2017). درواقع، می‌توان به‌نوعی انسجام را احساس مسئولیت مشترک اعضای سازمان تعریف کرد که به تحقق اهداف منجر می‌شود؛ بنابراین، می‌توان آن را ابزاری برای افزایش آمادگی سازمان در برابر تغییرات سازمانی و محیطی دانست. باوجود انسجام علائق و نگرش‌های مشابه بین اعضای سازمان، تعاملات دوستانه و انعطاف‌پذیری لازم بین واحدهای کاری به وجود می‌آید و تعارضات افراد و واحدها به کمترین میزان می‌رسد و اثربخشی‌ها افزایش می‌یابد.

رشد مؤسسات خیریه در دهه‌های گذشته در تبریز چشمگیر بوده است. بیشتر این سازمان‌ها به‌شکل نیمه‌سنتی اداره می‌شوند که در همین شکل نیمه‌سنتی نیز دارای عملکردی موفق در زمینه‌هایی چون تلاش برای رفع فقر بوده‌اند و کسب عنوان «شهر بی‌گدا» (در کنار سایر علل مربوطه)، بدون فعالیت‌های مستمر این مؤسسات میسر نبوده است. ایفای چنین نقش‌هایی به معنای آن نیست که این سمن‌ها از تمام پتانسیل خود بهره برده‌اند یا عملکردی حداکثری داشته‌اند. در کنار مشکلات و مسائل عدیده‌ای که در حوزه مؤسسات خیریه در شهر تبریز به چشم می‌خورد، نبود ارزیابی از عملکرد آن‌ها و عوامل مؤثر بر آن نیز مسئله‌ای عمده و پراهمیت به شمار می‌رود (حاتمی‌خلجیان و همکاران، ۱۴۰۱: ۸۷).

باتوجه به مفاهیم و مسائل مطرح شده هدف پژوهش حاضر در مرحله اول، سنجش عملکرد مؤسسات خیریه شهر تبریز است. از آنجایی که کیفیت روابط داخلی سازمان‌های غیرانتفاعی یعنی نوع روابط و انسجام گروهی اعضا می‌تواند بر عملکرد

¹ Kaplan

اثرگذار باشد، به عنوان یک متغیر مستقل اثرگذار بررسی خواهد شد. به نظر می‌رسد کاربرد شبکه‌های اجتماعی نیز بر عملکرد مؤسسات اثرگذار باشد؛ به طوری که باعث افزایش میزان کارایی و عملکرد، بهبود پاسخگویی و شفافیت، و گسترش شبکه روابط در سازمان‌ها می‌شود. به همین دلیل در این پژوهش تأثیرات شبکه‌های اجتماعی در عملکرد مؤسسات خیریه نیز سنجیده شده است.

۲- پیشینه تحقیق

در این قسمت پیشینه و مطالعات تجربی مرتبط با موضوع پژوهش در سه زمینه بررسی شده است: ۱- عملکرد مؤسسات خیریه؛ ۲- تأثیرات شبکه‌های اجتماعی در عملکرد مؤسسات خیریه؛ ۳- تأثیرات انسجام گروهی در عملکرد مؤسسات خیریه.

۱.۲ عملکرد مؤسسات خیریه

در ادبیات سازمان‌های غیرانتفاعی، بسیاری از نویسندگان تعریف‌های مختلفی از اندازه‌گیری عملکرد ارائه داده‌اند؛ برای مثال سنجش عملکرد روشی برای شناسایی، کنترل و استفاده از اقدامات هدفمند مختلف برای اندازه‌گیری عملکرد سازمان و برنامه‌های آن به طور منظم است (Poister, 2008). میلر^۱ (2007) اندازه‌گیری عملکرد را روشی برای ارزیابی برنامه تعریف کرده است که کارایی و اثربخشی یک برنامه و تأثیرات آن را ارزیابی می‌کند. کارمن^۲ (2007) ادعا کرد اندازه‌گیری عملکرد یک ارزیابی منظم از خروجی‌ها، ورودی‌ها و تأثیرات برنامه است. او بیشترین شاخص‌های عملکردی سازمان‌های غیرانتفاعی را شامل کارایی، اثربخشی، جمع‌آوری کمک‌مخارج، جذب سرمایه، ممیزی‌ها و رضایت ذینفعان می‌داند. با وجود این، همیشه درباره چگونگی تعریف و اندازه‌گیری عملکرد در سازمان‌های غیرانتفاعی، اجماع نظر کمی وجود داشته است؛ زیرا این سازمان‌ها اهداف نامشخص و رابطه نامشخص بین پروژه‌ها و نتایج دارند. عملکرد سازمان‌ها باید با اثربخشی و کارایی آن‌ها برای دستیابی به اهداف اجتماعی متمایز، ارزیابی شود. (Ramadan & Borgonovi, 2015: 72)

ارزیابی عملکرد مؤسسات خیریه همانند دیگر اشکال سازمان‌های غیرانتفاعی در حل مسائل اجتماعی باید در بستر محیط و شرایطی که در آن قرار گرفته‌اند بررسی شود. همان‌طور که فاولر^۳ (1997) استدلال می‌کند، «NGOs سیستم‌های بسته نیستند که مرز مشخصی داشته باشند، بلکه آن‌ها بخشی از سیستم‌های باز هستند که بسیار زیاد به رویدادها و منابع محیطشان متکی‌اند و نمی‌توان آن‌ها را به عنوان موجودیتی منفک از محیط آن‌ها در نظر گرفت». سازمان‌های غیرانتفاعی را می‌توان در قالب سه محیط بررسی کرد: محیط قابل کنترل (سطح خرد)، محیط خاص (سطح میانه) و محیط عام (سطح کلان). در محیط قابل کنترل مطالعه مدیریت منابع انسانی، بودجه‌بندی، روابط داخل سازمانی و انسجام، فعالیت‌های برنامه‌ریزی و هدف‌گذاری قرار دارد. در سطح میانه یا محیط خاص آژانس‌های دولتی، سایر سازمان‌های غیرانتفاعی، رسانه‌ها، بخش خصوصی، گروه‌های اجتماعی و رابطه سازمان‌های غیرانتفاعی با این بخش‌ها مدنظر است. در محیط عام یا همان سطح کلان محیط سیاسی - ملی، سیستم اقتصادی کلان، چارچوب قانونی، عوامل اکولوژیکی، زمینه اقتصادی - اجتماعی و رابطه سازمان‌های غیرانتفاعی با این بخش‌ها وجود دارد (مقیم، ۱۳۸۷: ۳۰۰). بنابراین، عملکرد مؤسسات خیریه و تعاریف آن به عواملی وابسته است که در هر سه سطح

¹ Miller

² Carman

³ Fowler



از محیط وجود دارد.

کاریتی و لوند^۱ (2012) بیان کرده‌اند که مأموریت اصلی سازمان‌های غیر انتفاعی بر روی اهداف موردنظر ذینفعان و اجتماعشان متمرکز است براساس گفته‌های آرگریس^۲ (1964) و بنیس^۳ (1966)، دودسته شاخص در ارزیابی عملکرد سازمان‌های غیردولتی وجود دارد: شاخص‌های داخلی و شاخص‌های خارجی. شاخص‌های داخلی به "سلامت سازمانی" مربوط است؛ یعنی عملکرد مالی سازمان‌های غیرانتفاعی ازجمله دسترسی به بودجه، کارایی بودجه‌ریزی، هزینه و مخارج است (Ritchie & Kolodinsky, 2003). در مقابل، شاخص‌های بیرونی ارتباط بین سازمان‌های غیرانتفاعی و محیط‌زیست را نشان می‌دهد؛ برای مثال یوختمن و سیشوور^۴ (1967) چارچوب منابع سیستم را پیشنهاد داده‌اند. این چارچوب عملکرد مؤسسات خیریه را توانایی به دست آوردن منافع از محیط اطراف در جهت تأمین حداکثری نیازهای مالی و الزامات بقای آن‌ها تعریف می‌کند. چارچوب آن‌ها بر مبنای ایده‌تولنایی سازمان‌های غیرانتفاعی در برقراری ارتباط خوب با محیط استوار است.

علیزاده بیرجندی (۱۴۰۲) در پژوهش «بررسی نحوه عملکرد خیریه‌ها در امور متکدیان (مطالعه موردی: دوره قاجار و پهلوی)» سبک مدیریتی دو نمونه از خیریه‌هایی را بررسی کرده که تدابیر آنان در رفع برخی چالش‌های ساماندهی امور متکدیان کارساز بوده است. سبک مدیریتی خیریه‌های مطالعه‌شده در این پژوهش، بر سنخ‌شناسی متکدیان و ساماندهی آنها بر مبنای شاخص‌های هر سنخ با رویکرد مهارت‌آموزی قرار گرفته است.

پژوهش «اندازه‌گیری عملکرد خدمات سازمان‌های غیرانتفاعی» را خلیل ساواش و زینت کاراکاش^۵ (2019) در کشور ترکیه به روش پیمایشی و نیز مصاحبه نیمه‌ساختاریافته با سازمان‌های غیرانتفاعی واقع در شهر دنیزلی ترکیه انجام داده‌اند. نمونه تحقیق متشکل از هفت بنیاد^۶، سه اتحادیه^۷، دو دفتر حرفه‌ای^۸ و بیست‌ویک انجمن^۹ و پنج مورد از سایر انواع بوده است که با مشارکت ۲۴۹ نفر از اعضای سازمان‌های غیرانتفاعی انجام گرفته است. برای اندازه‌گیری عملکرد از ۵ بُعد استفاده شده است: ۱- ساختار عمومی NGO (۱۴ مؤلفه)؛ ۲- اهداف و موضوعات (۴ مؤلفه)؛ ۳- ارتباط اعضا (۵ مؤلفه)؛ ۴- خدمات آنلاین (۹ مؤلفه)؛ ۵- فعالیت‌ها (۱۱ مؤلفه). نتیجه اصلی این مطالعه، تفاوت در ابعاد عملکرد خدمات NGO ها باتوجه به نوع NGO ها بوده است. علاوه‌براین، اتحادیه و بنیاد بیشترین تفاوت را باهم داشتند. یافته‌ها نشان داد مشکل سازمان‌های غیرانتفاعی در یافتن منابع مالی برای فعالیت‌های خود در سطح متوسط قرار دارد. مؤسسه‌های خیریه بیشترین میزان اعتماد را در استفاده صحیح از این منابع دارند و سایر سازمان‌های غیرانتفاعی میزان کمتری از اعتماد را دارند.

شیمولی ماسرو^{۱۰} (2016) در پایان‌نامه دکتری خود با عنوان «توانمندی استراتژیک و عملکرد مؤسسات خیریه در نایروبی، کنیا» ۱۰۷ خیریه را در سراسر نایروبی بررسی کرد. داده‌های اولیه و ثانویه از طریق پرسش‌نامه پیمایشی و بحث گروهی متمرکز (FGD) جمع‌آوری شد. نتایج نشان داد بین توانایی‌های استراتژیک و عملکرد مؤسسات خیریه در شهرستان نایروبی

¹ Kareithi & Lund

² Argyris

³ Bennis

⁴ Yuchtman & Seashore

⁵ Savas & Karakas

⁶ Foundations

⁷ Union

⁸ Professional chamber

⁹ Association

¹⁰ MASERO, B. S



همبستگی مثبت وجود دارد. کلیه سازمان‌ها، صرف‌نظر از وضعیت و حوزه فعالیت خود، می‌خواهند در عملکرد خود مؤثر باشند و به سطحی پایدار دست یابند.

«عوامل مؤثر بر عملکرد نظام‌های نظارت و ارزیابی در سازمان‌های غیرانتفاعی در شهر آروشا» عنوان پایان‌نامه ارشد مماسی^۱ (2018) است که در کشور تانزانیا نگارش یافته است. نمونه مورد مطالعه ۱۰۹ عدد بود. یافته‌ها نشان داد ظرفیت انسانی، کیفیت داده‌ها و مشارکت ذینفعان بر عملکرد سیستم نظارت و ارزیابی سازمان‌های غیرانتفاعی در شهر آروشا تأثیر دارد. غنی‌سازی اطلاعات معتبر و قابل اعتماد، به مدیریت NGO ها دامنه وسیعی از تصمیم‌گیری را می‌دهد.

«سهم مدیریت منابع انسانی در عملکرد و پایداری سازمان‌های غیرانتفاعی: مطالعه موردی سازمان‌های منتخب»، این تحقیق را پی. ویلسون^۲ (2017) در شهرستان دارالسلام انجام داد. در این پژوهش از روش ترکیبی استفاده شده است که ۶۰ سؤال بین پاسخ‌دهندگان در سه سازمان غیردولتی منتخب توزیع شده است. یافته‌های این مطالعه نشان داد ۸۶٪ از پاسخ‌دهندگان معتقدند بین مدیریت منابع انسانی فعال و عملکرد و پایداری سازمان‌های غیرانتفاعی رابطه بسیار خوبی وجود دارد.

تیموتی نهر^۳ (2017) در پایان‌نامه ارشد «بررسی ارتباط سطح پاسخگویی، عملکرد و کمک مالی: مشاهده بخش سازمان‌های غیرانتفاعی هلند» به این نتایج رسید که اهداکنندگان، بیشتر به استفاده کارآمد از بودجه برنامه توجه می‌کنند تا هزینه‌های اداری و جمع‌آوری کمک‌های مالی. همچنین، هیچ مدرکی نشان نداد که پاسخگویی بیشتر منجر به عملکرد بیشتر در سازمان‌های غیرانتفاعی می‌شود. علاوه بر این، بین پاسخگویی و میزان کمک مالی رابطه مثبت معناداری مشاهده نشده است.

۲.۲ نقش شبکه‌های اجتماعی در عملکرد مؤسسات خیریه

پلتفرم‌های رسانه‌های اجتماعی در انتشار اطلاعات، به‌ویژه برای اهداف اجتماعی مؤثر هستند. به‌تازگی یک نظرسنجی درباره استفاده از رسانه‌های اجتماعی در بین مؤسسات خیریه ایالات متحده نشان می‌دهد ۹۸٪ از بزرگترین مؤسسات خیریه حداقل از یک شکل از رسانه‌های اجتماعی استفاده می‌کنند (Barnes & Mattson, 2008). افزایش فراگیر استفاده سازمان‌های غیرانتفاعی از رسانه‌های اجتماعی منجر به ادبیات قلیل‌توجهی درباره روش‌هایی شده است که غیرانتفاعی‌ها می‌توانند رسانه‌های اجتماعی را به‌منزله بخشی از استراتژی خود اجرا کنند. (Lee, 2021) شش هدف عمده خیریه‌ها و سازمان‌های غیرانتفاعی در شبکه‌های اجتماعی عبارت است از:

- ۱- به اشتراک گذاشتن اخبار سازمان؛ ۲- شناسایی نشان (برند) انحصاری؛ ۳- به اشتراک گذاشتن خبرهای مرتبط با هدف سازمان؛ ۴- جمع‌آوری پول و کمک‌های مردمی؛ ۵- استخدام داوطلب؛ ۶- استخدام کارمند.
- از نظر کینوتیا^۵ (2012) فناوری‌های اطلاعاتی-ارتباطی و شبکه‌های اجتماعی از طریق سازوکارهایی عملکرد مؤسسات خیریه را بدین‌صورت بهبود و ارتقا می‌بخشند: ۱- جذب بودجه پایدار کمک‌کنندگان؛ ۲- همکاری با شرکای دیگر؛ ۳- دستیابی به اهداف ذینفعان؛ ۴- انجام اهداف در چارچوب زمانی تعیین‌شده؛ ۵- افزایش کیفیت نتایج حاصل‌شده؛ ۶- کاهش

¹ Mmasy, G. N.

² P. WILSON

³ Timothy Nahr

⁴ <https://www.wikiniki.org/charities-cyberspace-monitoring>

⁵ Kinuthia.



هزینه؛ ۷- تهیه گزارش‌های دقیق؛ ۸- دریافت توصیه‌های ممیزی تمیز؛ ۹- گزارش سوء عملکردها؛ ۱۰- بهبود اقدامات استاندارد؛ ۱۱- کاهش هزینه‌های زمان و کارکنان؛ ۱۲- بهبود رضایت مشتریان؛ ۱۳- بهبود بهره‌وری کارمندان؛ ۱۴- افزایش انعطاف‌پذیری.

نامچول شین^۱ (2024) در پژوهش «تأثیر رسانه‌های اجتماعی بر اعطای خیریه برای سازمان‌های غیرانتفاعی» ۱۰۰ سازمان غیرانتفاعی برتر را که براساس درآمد کل رتبه‌بندی شده بودند، بررسی کرد. در این تحقیق معیار جذب رسانه‌های اجتماعی، یعنی اینکه سازمان‌های غیرانتفاعی چقدر حامیان خود را در صفحه‌های رسانه‌های اجتماعی خود جذب می‌کنند، لایک‌های فیسبوک و فالوورهای توییتر و فالوورهای اینستاگرام بوده است. نتایج نشان داد فالوورهای توییتر ارتباط مثبتی با اهداها دارند اما ضریب لایک فیسبوک و فالوور اینستاگرام منفی است و به‌طور کلی معنی‌دار نیست. به‌طور خلاصه، نتایج نشان داد دنبال‌کنندگان در توییتر ممکن است با اهدای کمک‌های مالی، بیشتر درگیر مأموریت‌ها و فعالیت‌های سازمان‌های خیریه باشند.

در پژوهش «تأثیرات مثبت بالقوه زمان صرف‌شده در اینستاگرام بر قدردانی، نوع‌دوستی و تمایل به کمک مالی» که مندینی و همکاران^۲ در سال 2022 بر روی ۲۹۱ دانشجوی ایالات متحده انجام داده‌اند، به این نتیجه رسیدند که زمان بیشتری که در اینستاگرام صرف بررسی و خواندن پست‌ها می‌شود، به‌شدت با قدردانی بالاتر نسبت به زندگی و نوع‌دوستی همراه با تمایل به درگیر شدن در رفتارهای مفید و نوع‌دوستانه (یعنی تمایل به اهدا) مرتبط است.

در پژوهش «تأثیر رسانه‌های اجتماعی بر جمع‌آوری کمک‌های خیریه»، هاروی و همکاران^۳ (2018) به این نتیجه رسیدند که مؤسسات خیریه به‌طور فزاینده‌ای از ابزارهای رسانه‌های اجتماعی در جمع‌آوری کمک‌های مالی استفاده می‌کنند. این تحقیق سه مکانیسم را بررسی کرد که از طریق آنها "لایک" فیس‌بوک بر رفتار خیریه اثر می‌گذارد: (۱) سیگنال‌دهی؛ (۲) تشدید تعهد؛ (۳) سرایت اجتماعی.

مبشر راد و غنبر تهرانی^۴ (۱۳۹۷) در پژوهش «عوامل تأثیرگذار بر کارکرد رسانه‌های اجتماعی در تأمین مالی جمعی مؤسسات خیریه»، این عوامل را با روش تئوری داده‌بنیاد بررسی کردند. نتایج نشان می‌دهد وجود استراتژی هم‌راستای تأمین مالی، مدیریت کارآمد رسانه‌ها و اعتبار سمن علت شکل‌گیری موفق پروژه در بستر فناوری اطلاعات و کاربرد صحیح رسانه‌ها بوده است. همچنین، تبلیغات و اشتراک رسانه‌ای و ارتباطات خیران با سمن، زمینه ساختاری رشد را فراهم می‌کند تا مقوله محتوا القا و بودجه موردنیاز با موفقیت تأمین شود.

۳.۲. تأثیر انسجام گروهی مؤسسات خیریه در عملکرد آنها

به گفته چارلز هورتون کولی^۴، گروه اولیه یک گروه اجتماعی کوچک است که اعضای آن روابط شخصی و پایدار دارند. گروه‌های ثانویه برخلاف گروه‌های اولیه، گروه‌های بزرگی هستند که روابط رسمی و نهادی دارند. گروه‌های اولیه می‌توانند در تنظیمات روابط در گروه‌های ثانویه نقش اساسی داشته باشند. این امر درباره سازمان‌های غیرانتفاعی که عضویت در آنها داوطلبانه و غیرمنفعت‌طلبانه است، بیشتر محتمل است و نوع روابط بین اعضای این گروه در صورتی بر عملکرد سازمان

¹ Namchul Shin

² Mendin & et al

³ Haruvy & et al

⁴ Charles Horton Cooley



مردم نهاد مؤثر است که دارای ویژگی‌هایی مؤثر باشد (Macionis & Gerber, 2010). کارون^۱ (1985) انسجام گروهی را این چنین تعریف می‌کند: «فرایندی پویا که در تمایل گروه به پیوستگی و اتحاد باهم برای دنبال نمودن اهداف و مقاصد خویش متجلی می‌شود». انسجام یکی از مهم‌ترین عوامل توانمندی سازمان‌ها شناخته می‌شود و تأثیر بسزایی در عملکرد سازمانی دارد؛ به گونه‌ای که می‌توان آن را ابزاری برای تواناسازی سازمان برای آمادگی در برابر تغییرات سازمانی و نیز دنبال کردن اهداف سازمان دانست. درواقع می‌توان به‌نوعی انسجام را احساس مسئولیت مشترک اعضای سازمان تعریف کرد که به تحقق اهداف منجر می‌شود. باوجود انسجام و نگرش‌های مشابه بین اعضای سازمان تعاملات دوستانه و انعطاف‌پذیری لازم بین واحدهای کاری به وجود می‌آید، تعارضات افراد و واحدها به کمترین میزان می‌رسد و اثربخشی‌ها افزایش می‌یابد. به‌طور کلی می‌توان گفت انسجام یکی از مهم‌ترین نقاط قوت سازمانی است که به افزایش بهره‌وری و تحقق مطلوبیت‌های سازمان و در نتیجه، استمرار حیات و توانمندی سازمان منجر خواهد شد (نکویی مقدم و همکاران، ۱۳۹۱).

خواجه فؤاد لطیف و نیگل ویلیام^۲ (2017) در پژوهشی با عنوان «اثربخشی گروهی در پروژه‌های سازمان‌های غیرانتفاعی» داده‌ها را از ۱۵۷ پاسخ‌دهنده (اعضای گروه و رهبران گروه) جمع‌آوری کردند. نتایج این مطالعه در مجموع هفت عامل: انسجام بین گروهی، همبستگی اعضا، عملکرد گروهی، دانش و مهارت‌ها و نگرش‌ها، ارتباطات و مشارکت رهبری، تصمیم‌گیری و اشتراک اطلاعات، و فرم‌دادن گروه^۳ را ابعاد اساسی اثربخشی گروهی در پروژه‌های سازمان‌های غیرانتفاعی نشان داد.

۴.۲. جمع‌بندی مبانی نظری و تجربی پژوهش

در پژوهش حاضر برای ارزیابی عملکرد مؤسسات خیریه، نظریه محیط سه سطحی فاولر^۴ به‌عنوان مبانی نظری قرار گرفت. فاولر (1997) استدلال می‌کند سازمان‌های غیرانتفاعی را می‌توان در قالب سه محیط بررسی کرد: محیط قابل کنترل (سطح خرد)، محیط خاص (سطح میانه) و محیط عام (سطح کلان). در محیط قابل کنترل (مقیمی، ۱۳۸۷: ۳۰۰) از دیدگاه آرگریس^۵ (1964) و بنیس^۶ (1966)، دو دسته شاخص در ارزیابی عملکرد سازمان‌های غیردولتی وجود دارد: شاخص‌های داخلی و شاخص‌های خارجی. شاخص‌های داخلی به "سلامت سازمانی" مربوط است. در مقابل، شاخص‌های بیرونی ارتباط بین سازمان‌های غیرانتفاعی و محیط‌زیست را نشان می‌دهد. علاوه بر آن، معیارهای استفاده‌شده در تحقیقات پیشین (قابلیت‌های استراتژیک {فناوری اطلاعاتی، منابع مالی، توانایی جمع‌آوری سرمایه، زیرساخت‌ها، منابع انسانی، منابع و دارایی‌های نامشهود}، ظرفیت انسانی، کیفیت داده‌ها، مشارکت ذینفعان بر عملکرد سیستم نظارت و ارزیابی سازمان‌های غیرانتفاعی) نیز به‌عنوان شاخص‌های عملکرد مورد استناد قرار گرفت.

در پژوهش حاضر، به نظریه گروه‌های اولیه چارلز هورتون کولی مبنی بر نقش گروه‌های اولیه در تنظیمات روابط در گروه‌های ثانویه (به‌خصوص درباره سازمان‌های غیرانتفاعی که عضویت در آن‌ها داوطلبانه و غیرمنفعت‌طلبانه است) به‌عنوان مبانی نظری استناد شد. در بررسی انسجام گروهی از مدل نظری کارون نیز بهره گرفته شد. کارون انسجام گروهی را این چنین تعریف می‌کند: «فرایندی پویا که در تمایل گروه به پیوستگی و اتحاد باهم برای دنبال نمودن اهداف و مقاصد خویش

¹ Carron

² Latif., & Williams

³ team formation

⁴ Fowler

⁵ Argyris

⁶ Bennis



متجلی می شود». اگرچه انسجام فرآیندی چندوجهی است، می توان آن را به چهار جزء اصلی تقسیم کرد: روابط اجتماعی، روابط وظیفه، وحدت درک شده و احساسات. اعضای گروه های به شدت منسجم، به مشارکت آسان و ماندن در گروه تمایل بیشتری دارند. شواهدی تجربی نشان می دهد انسجام گروهی پیش بینی کننده مثبتی برای عملکرد گروهی و سازمانی است. چند بررسی متاآنالیز، رابطه مثبتی را بین انسجام گروه و عملکرد نشان داده است (Mullen & Copper, 1994). در طول دهه گذشته بسیاری از مطالعات، رابطه بین سرمایه گذاری فناوری اطلاعات-ارتباطی و عملکرد سازمان را بررسی کرده و دریافته اند که بین سرمایه گذاری فناوری اطلاعات-ارتباطی و عملکرد تجاری رابطه مثبت وجود دارد (Brynjolfsson & Hitt, 1996). مؤسسات خیریه به طور فزاینده ای از ابزارهای رسانه های اجتماعی در جمع آوری کمک های مالی و افزایش ارتباط با اهداکنندگان و سایر مؤسسات از سه مکانیسم عمده استفاده می کنند: (۱) سیگنال دهی؛ (۲) تشدید تعهد؛ (۳) سرایت اجتماعی. این افزایش فراگیر استفاده سازمان های غیرانتفاعی از رسانه های اجتماعی منجر به شکل گیری ادبیات قابل توجهی درباره روش هایی شده است که غیرانتفاعی ها می توانند رسانه های اجتماعی را به منزله بخشی از استراتژی خود اجرا کنند. نتایج نشان می دهد انواع رسانه های اجتماعی تأثیرات متفاوتی در مشارکت عمومی دارند.

۳-فرضیه های تحقیق

۱.۳. فرضیه های اصلی

۱. بین میزان بهره مندی از شبکه های اجتماعی و افزایش بهبود عملکرد مؤسسات خیریه رابطه وجود دارد.
۲. بین انسجام گروهی و بهبود عملکرد مؤسسات خیریه رابطه وجود دارد.
۳. بین متغیرهای زمینه ای (قدمت، قلمرو جغرافیایی و سابقه عضویت در مؤسسات خیریه) و بهبود عملکرد مؤسسات خیریه رابطه وجود دارد.

۲.۳. فرضیه های اختصاصی

۱. بین میزان بهره مندی از شبکه های اجتماعی با افزایش انسجام گروهی مؤسسات خیریه رابطه وجود دارد.
۲. بین متغیرهای ویژگی های زمینه ای سازمان (قدمت، قلمرو جغرافیایی) و افزایش انسجام گروهی مؤسسات خیریه رابطه وجود دارد.

۴- روش تحقیق

تحقیق حاضر به روش پیمایشی و در سال ۱۴۰۰ در میان مدیران مؤسسات خیریه در حوزه مسائل اجتماعی شهر تبریز انجام یافته است. داده های تحقیق از طریق پرسش نامه الکترونیکی (به علت حادث شدن شرایط کرونایی در ادامه فرایند تحقیق، دیگر امکان دیدار حضوری میسر نبود) جمع آوری شد. به این صورت که ابتدا با مراجعه به افراد فعال و سرشناس در حوزه سازمان های غیرانتفاعی و خیریه ای در شهر تبریز، به صورت زنجیره وار و روش گلوله برفی با مدیران سازمان های غیرانتفاعی این شهر آشنایی حاصل شد و از طریق آن ها امکان آشنایی و مراجعه حضوری یا ارتباط آنلاین برای تکمیل پرسش نامه میسر شد. به این نحو که با توجه به نبود آمارهای دقیق و نیز پایین بودن نرخ پاسخ دهی به پرسش نامه های پستی و الکترونیکی، پرسش نامه برای مدیران تمامی مؤسسات خیریه فعال که شماره تماس همراهشان موجود بود یا در

گروه‌های مجازی سمن‌ها عضویت داشتند، ارسال شد و از آن‌ها درخواست شد پرسش‌نامه را برای مدیران سایر مؤسسات خیریه این حوزه که می‌شناسند، ارسال کنند. تعداد پرسش‌نامه‌های ارسالی به صورت مستقیم (توسط خود محقق) و غیرمستقیم (گلوله برفی) در حدود ۶۰۰ پرسش‌نامه بود و تعداد پرسش‌نامه‌های تکمیلی عودت داده شده و بدون نقص و ایراد ۱۳۵ مؤسسه بود که برای تحلیل در نرم‌افزارهای SPSS و SMART PLS وارد شد.

۵- تعاریف عملیاتی متغیرها

ارزیابی عملکرد مؤسسات خیریه: از میان معیارهای متعددی که در پیشینه پژوهش و مصاحبه‌ها به آن‌ها اشاره شد، معیارهای زیر متناسب با ویژگی‌ها، امکانات و محدودیت‌های تحقیق حاضر انتخاب و برای سنجش از سنجه‌های متناسب استفاده شد:

- * توانمندی در جذب منابع مالی و منابع انسانی
- * تعداد مددجو (افراد تحت پوشش و خدمت‌گیرنده)
- * داشتن مدیریت توانا و متخصص
- * تخصص‌گرایی (خیریه به جای پراکنده‌کاری، در یک حوزه مرتبط به صورت متمرکز فعالیت کند)
- * نوآوری و خلاقیت (در جذب منابع و بهبود عملکرد)
- * داشتن همکاری و رابطه با دیگر مؤسسات خیریه
- * شفافیت و پاسخگویی مالی به اعضا و حامیان
- * به حداقل رساندن هزینه‌های خود خیریه (کمتر از ۲۵ درصد برای آن صرف شود) ملزم بودن به رعایت مفاد اساسنامه مؤسسات خیریه
- * وجود روحیه مشورت‌خواهی و انتقادپذیری در هیئت‌مدیره
- * جلب رضایت مددجویان (افراد تحت پوشش)
- * پاسخگویی به حامیان و اعضا
- * حفظ کرامت انسانی مددجویان و رازداری
- * توانمندسازی خدمت‌گیران
- * کیفیت فعالیت‌ها و خدمات ارائه شده خیریه
- * وسعت برنامه‌ها و فعالیت‌ها (از لحاظ تعداد افراد تحت تأثیر برنامه‌ها یا وسعت جغرافیایی برنامه‌ها)
- * شناخته شدن خیریه در جامعه (سازمان‌های غیرانتفاعی اقدامات یا تبلیغاتی انجام دهند که در جامعه مطرح شوند)
- * نیت معنوی داشتن اعضا و حامیان خیریه‌ای و خالصانه عمل کردن
- * اختصاص هزینه و بودجه توسط خیریه برای امور پژوهشی و تحقیقاتی در حوزه مربوط به فعالیت خیریه
- از مدیران مؤسسات خیریه خواسته شد میزان عملکرد سازمانشان را در دستیابی به ملاک‌های توانمندی مذکور ارزیابی کنند و نمره‌ای از یک تا ده بدهند. کمترین میزان توانمندی ۰ و بیشترین میزان توانمندی عدد ۱۰ و همین نمره، شاخص توانمندی و عملکرد مؤسسات خیریه در نظر گرفته شده است.
- شبکه‌های اجتماعی مجازی:** برای سنجش نقش شبکه‌های اجتماعی، از سنجه‌هایی در طیف لیکرت ۵ قسمتی (کم - نسبتاً

پایین - سطح متوسط - نسبتاً بالا - بالا) استفاده شده است. این سنجش‌ها از پرسش‌نامه پایان‌نامه ارشد کینوتیا^۱ (2012) با عنوان «سرمایه‌گذاری در فناوری اطلاعات و ارتباطی و عملکرد NGOs در کنیا» استخراج شده و دارای مؤلفه‌های زیر بوده است:

۱. جذب کمک‌های مالی و غیرمالی اهداکنندگان

۲. ارتباط و همکاری با دیگر خیریه‌ها

۳. جذب اعضای داوطلب

۴. گزارش شفاف‌تر ورودی‌ها و خروجی‌ها

۵. معرفی و آشنایی با خیریه‌ای در اجتماع

۶. افزایش رضایت اعضا و حامیان

۷. تأثیرات کلی

انسجام گروهی مؤسسات خیریه: برای سنجش متغیر انسجام گروهی از ۶ گویه در طیف ۵ قسمتی لیکرت (کم - نسبتاً پایین - سطح متوسط - نسبتاً بالا - بالا) استفاده شد که از مجموع این ۶ گویه متغیر انسجام گروهی به دست آمد. این گویه‌ها براساس اقتباس از پرسش‌نامه محیط گروهی کارون و همکاران^۲ (1985) طراحی شده است:

* روابط و فضای این خیریه به چه میزان به گونه‌ای است که شمارا به همراهی و همکاری بیشتر دلگرم کند؟

* تا چه اندازه حضور در این خیریه، این احساس را به شما می‌دهد که اعضای خیریه به نوعی خانواده شما هستند (احساس تعلق خاطر زیادی نسبت به سازمان‌های غیرانتفاعی دارید) ؟

* وجود فرهنگ کار گروهی و همکاری در اعضای خیریه شما تا چه حد رضایت‌بخش است؟

* اعضای خیریه تا چه حد در قبال سازمان‌های غیرانتفاعی حس مسئولیت‌پذیری و پاسخگویی نسبت به وظایفشان را دارند؟

* اعضای خیریه شما تا چه حد روحیه انجام کارهای داوطلبانه دارند و به منفعت گروهی و جمعی اولویت می‌دهند؟

* احترام و پذیرش متقابل در اعضای خیریه شما تا چه حد وجود دارد؟

۱.۵. پایایی و روایی

در این تحقیق برای بررسی شاخص پایایی ابزار سنجش (طیف) استفاده شده در پرسش‌نامه، از آزمون ضریب آلفای کرونباخ استفاده شده است. نتایج نشان داد ضریب آلفای کرونباخ برای متغیر نقش شبکه‌های اجتماعی ۰/۸۵، برای متغیر انسجام گروهی ۰/۷۶ و برای متغیر عملکرد مؤسسات خیریه ۰/۸۹ است. بنابراین، پرسش‌نامه از پایایی مطلوبی برخوردار است. برای تأمین اعتبار محتوایی نیز از نظرها و تأیید اساتید راهنما و مشاور و کارشناسان حوزه و خود مدیران مؤسسات خیریه استفاده شده است. درضمن، پرسش‌نامه ابتدا به وسیله PRE-TEST در بین ۳۰ نفر از مدیران مؤسسات خیریه به صورت رندوم توزیع و برخی از سؤالاتی که در آن‌ها ابهاماتی دیده شد، اصلاح گردید. لذا می‌توان پذیرفت پرسش‌نامه دارای اعتبار صوری نیز هست.

¹ Kinuthia.

² Carron et al



۶- یافته‌ها

- ۴۰ درصد از مؤسسات خیریه نمونه تحقیق قدمتشان بین ۰ تا ۵ سال، ۲۴ درصد بین ۶ تا ۱۱ سال و ۳۱ درصد بین ۱۲ تا ۲۰ سال است. فقط ۵ درصد از خیریه‌های مورد تحقیق بیش از ۲۰ سال قدمت دارند و در مجموع ۶۴ درصد از خیریه‌های نمونه تحقیق قدمتشان کمتر از ۱۲ سال است.
 - ۴۲ درصد از پاسخگویان مدت همکاری‌شان با خیریه ۲ تا ۵ سال، ۳۵ درصد بین ۶ تا ۱۱ سال و ۱۸ درصد بین ۱۲ تا ۲۰ سال بوده است.
 - ۸/۹ درصد از خیریه‌های نمونه تحقیق قلمرو فعالیتشان تا سطح محله، ۴۹ درصد در سطح کل شهر، ۳۳ درصد در سطح استان، ۷ درصد در سطح کشوری و ۲ درصد در سطح بین‌المللی بوده است.
- توصیف عملکرد مؤسسات خیریه: تحلیل‌های یک متغیره بر روی متغیر عملکرد مؤسسات خیریه (جدول ۱) نشان می‌دهد ۴/۵ درصد از مدیران مؤسسات خیریه عملکرد مؤسسه‌شان را در سطح پایین، ۲/۳ درصد در سطح نسبتاً پایین، ۲۵ درصد در سطح متوسط، ۱۱/۴ درصد نسبتاً بالا و ۵۶/۸ درصد در سطح بالا دانسته‌اند.

جدول ۱. توصیف متغیر میزان عملکرد مؤسسات خیریه

Table 1. Variable description of the performance of charitable institutions

آماره‌های توصیفی				
درصد تجمعی	درصد فراوانی	فراوانی		
۴.۵	۴.۵	۶	پایین	۰-۲۰
۶.۸	۲.۳	۳	نسبتاً پایین	۲۰-۴۰
۳۱.۸	۲۵.۰	۳۳	متوسط	۴۰-۶۰
۴۳.۲	۱۱.۴	۱۵	نسبتاً بالا	۶۰-۸۰
۱۰۰.۰	۵۶.۸	۷۵	بالا	۸۰-۱۰۰
	۱۰۰.۰	۱۳۲	کل	

توصیف نقش شبکه‌های اجتماعی: تحلیل‌های یک متغیره بر روی متغیر نقش شبکه‌های اجتماعی (جدول ۲) نشان می‌دهد ۲/۲ درصد از مدیران مؤسسات خیریه نقش شبکه‌های اجتماعی را در سطح پایین، ۱۱/۷ درصد در سطح نسبتاً پایین، ۲۰/۴ درصد در سطح متوسط، ۴۶ درصد نسبتاً بالا و ۱۹/۷ درصد در سطح بالا دانسته‌اند.

جدول ۲. توصیف متغیر نقش شبکه‌های اجتماعی در عملکرد خیریه

Table 2. Variable description of the role of social networks in charity performance

آماره‌های توصیفی				
درصد تجمعی	درصد فراوانی	فراوانی		
۶.۷	۶.۷	۹	کم	۰-۲۰
۱۵.۶	۸.۹	۱۲	نسبتاً پایین	۲۰-۴۰
۲۸.۹	۱۳.۳	۱۸	سطح متوسط	۴۰-۶۰
۷۳.۳	۴۴.۴	۶۰	نسبتاً بالا	۶۰-۸۰
۱۰۰.۰	۲۶.۷	۳۶	بالا	۸۰-۱۰۰
	۱۰۰.۰	۱۳۵	کل	
۶۵/۰۲			میانگین از صد	

توصیف نوع شبکه‌های اجتماعی مورد استفاده در خیریه: جدول (۳) نشان می‌دهد بهره‌مندی از صفحه اینستاگرامی بیشترین فراوانی را در بین مؤسسات خیریه مورد تحقیق دارد و ۴۴ درصد از خیریه‌ها صفحه اینستاگرامی دارند. سپس بهره‌مندی از گروه تلگرامی با ۳۳ درصد و کانال تلگرامی با ۲۰ درصد، بیشترین فراوانی را در بین مؤسسات خیریه دارد همچنین، داده‌ها نشان داد فقط ۴ درصد از خیریه‌ها دارای سایت هستند و ۶/۵ درصد از خیریه‌ها هیچ‌کدام از شبکه‌های اجتماعی را ندارند.

جدول ۳. انواع شبکه‌های اجتماعی مورد استفاده در مؤسسات خیریه

Table 3. Types of social networks used in charities

گزینه	فراوانی پاسخ	درصد فراوانی
سایت	۶	۴/۴
وبلاگ	۳	۲/۲
صفحه اینستاگرامی	۶۰	۴۴/۴
کانال تلگرامی	۲۷	۲۰
گروه تلگرامی	۴۵	۳۳/۳
گروه واتساپی	۱۸	۱۳/۳
صفحه یا کانال فیس‌بوک	۶	۴/۴
هیچ‌کدام	۹	۶/۶

مقایسه نوع شبکه‌های اجتماعی در اثرگذاری بر عملکرد مؤسسات خیریه: داده‌های جدول (۴) حاکی از آن است که از نظر مدیران مؤسسات خیریه به ترتیب صفحه اینستاگرامی با ۴۴/۵ درصد، گروه واتساپی و گروه تلگرامی تقریباً به‌طوریکسان با ۲۲ درصد، و کانال تلگرامی با ۱۸ درصد بیشترین نقش را در معرفی و بهبود عملکرد خیریه داشته و سایر امکانات ارتباطی نقش قابل‌ملاحظه‌ای نداشته‌اند.

جدول ۴. اثرگذاری نوع فناوری ارتباطی بر عملکرد مؤسسات خیریه

Table 4. The effect of the type of communication technology on the performance of charitable institutions

گزینه	فراوانی پاسخ	درصد فراوانی
سایت	۱۰	۷
وبلاگ	۱	۰/۰۷
صفحه اینستاگرامی	۶۱	۴۴/۵
کانال تلگرامی	۲۵	۱۸/۲
گروه تلگرامی	۳۰	۲۱/۹
گروه واتساپی	۲۴	۲۱/۸
صفحه یا کانال فیس‌بوک	۴	۳
نمی‌دانم	۲	۰/۱۴

جدول (۵) نشان می‌دهد از نظر مدیران مؤسسات خیریه، شبکه‌های اجتماعی بیشترین نقش را به ترتیب در این ابعاد داشته‌اند: ۱- معرفی خیریه در اجتماع؛ ۲- افزایش شفافیت و گزارش و اطلاع‌رسانی بهتر عملکرد مؤسسات خیریه؛ ۳- جلب رضایت حامیان و اعضا؛ ۴- جذب کمک‌های مالی و غیرمالی؛ ۵- ارتباط با دیگر خیریه‌ها؛ ۶- جذب نیروی داوطلب.



جدول ۵. میانگین (از صد) مربوط به ابعاد متغیر نقش شبکه‌های اجتماعی

Table 5. The average related to the variable dimensions of the role of social networks

ابعاد	جذب کمک‌های مالی و غیرمالی	ارتباط با دیگر خیریه‌ها	جذب داوطلب	شفافیت و گزارش عملکرد	شناسایی و معرفی در اجتماع	رضایت اعضا و حامیان
میانگین از صد	۶۲/۸۹	۶۲/۹	۵۸/۹۶	۷۶/۳۲	۸۸/۶۴	۶۵/۷۶

توصیف متغیر انسجام گروهی: طبق جدول (۶) نتایج نشان می‌دهد ۶/۷ درصد از مدیران میزان متغیر انسجام گروهی در خیریه‌شان را در سطح پایین، ۱۷/۸ درصد در سطح نسبتاً پایین، ۶۰ درصد در سطح متوسط، ۱۳/۳ درصد نسبتاً بالا و ۲/۲ درصد در سطح بالا دانسته‌اند.

جدول ۶. توصیف متغیر انسجام گروهی خیریه

Table 6. Variable description of charity group cohesion

آماره‌های توصیفی				
فراوانی	درصد فراوانی	درصد تجمعی		
کم	۹	۶/۷	۰-۲۰	
نسبتاً پایین	۲۴	۲۴/۴	۲۰-۴۰	
سطح متوسط	۸۱	۸۴/۴	۴۰-۶۰	
نسبتاً بالا	۱۸	۹۷/۸	۶۰-۸۰	
بالا	۳	۱۰۰	۸۰-۱۰۰	
کل	۱۳۵	۱۰۰		

۱.۶. نتایج آزمون فرضیات تحقیق

برای آزمون فرضیات تحقیق و سنجش تأثیرات کلی متغیرهای مستقل بر متغیر وابسته عملکرد مؤسسات خیریه و نیز تأثیرات متغیرهای مستقل بر یکدیگر، از مدل تحلیل مسیر استفاده شده است. از پیش‌فرض‌های روش تخمین حداکثر درست نمایی، برقرار بودن فرض نرمال بودن چندمتغیره است. اگر مقدار نسبت بحرانی کمتر از ۲/۵۸ شود می‌توان استنباط کرد که پیش‌فرض نرمال بودن چندمتغیره برقرار است. در مدل این پژوهش مقدار نسبت بحرانی CR کمتر از مقدار ۲/۵۸ شده است (جدول ۷) که نشان‌دهنده وجود نرمال بودن چندمتغیره است.

جدول ۷. آزمون فرض نرمال بودن داده‌ها

Table 7. Data normality assumption test

حداقل	حداکثر	کشیدگی	مقدار بحرانی	چولگی	مقدار بحرانی
۱	۵	۰/۱۵۰	۰/۹۹۱	-۰/۵۶۴	-۱/۵۶۵
۰	۶	-۰/۰۰۸	-۰/۰۵۵	-۰/۰۸۸	-۰/۲۹۰
۱	۵	۰/۶۷۰	۴/۴۲۸	-۰/۰۰۱	-۰/۰۰۳
۱	۵	۰/۰۱۳	۰/۰۸۶	-۰/۲۶۹	-۰/۸۸۹
۱	۶	-۰/۶۶۱	-۴/۳۶۶	۱/۰۲۴	-۰/۳۸۴
۱	۱۰	-۰/۲۸۲	-۱/۸۶۴	-۰/۲۶۵	-۰/۸۷۴
Multivariate					
				۴/۶۶۱	-۲/۵۵۰

شاخص‌های برازش مدل: چنانچه داده‌های جدول (۸) نشان می‌دهد، شاخص‌های ارزیابی کلیت الگوی تحلیل مسیر با در نظر گرفتن دامنه مطلوب این شاخص‌ها، درمجموع بیانگر آن است که داده‌های پژوهش الگوی نظری تدوین شده را حمایت می‌کند.

جدول ۸. شاخص‌های برازش مدل

Table 8. Model fit indices

Rho	NFI	Q2	SRMR	شاخص‌ها
۱	۰/۹۶	۰/۱۳۰	۰/۰۳۰	برآورد

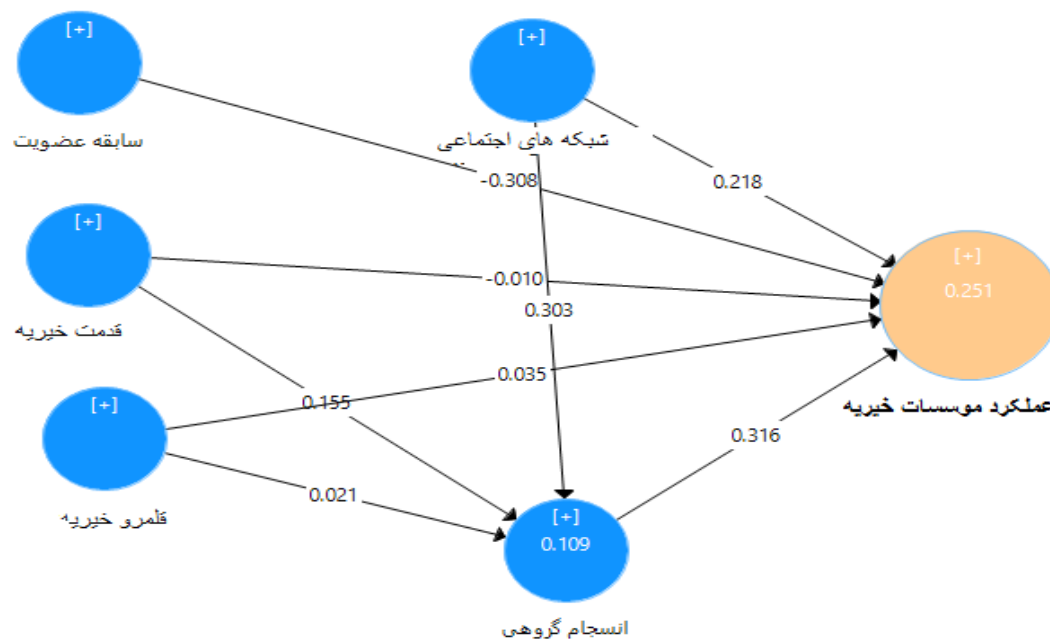
داده‌های جدول (۹) حاکی از تأثیرات متغیرهاست که نشان می‌دهد متغیرهای انسجام گروهی و متغیر نقش شبکه‌های اجتماعی در عملکرد مؤسسات خیریه تأثیر داشته است و جهت هردو رابطه مثبت است؛ یعنی افزایش میزان انسجام گروهی و نقش شبکه‌های اجتماعی باعث شده است میزان عملکرد مؤسسات خیریه نیز با ضریب ۳۱ درصد افزایش یابد.

جدول ۹. آزمون فرضیات تحقیق

Table 9. Test of research hypotheses

نتیجه آزمون فرضیه	سطح معناداری	آماره تی	تأثیرات کل	ضریب مسیر	فرضیه‌های تحقیق
قبول	۰/۰۰۱	۳/۴۱	۰/۳۱۶	۰/۳۱۶	انسجام گروهی ← عملکرد خیریه
قبول	۰/۰۲۱	۲/۳۰	۰/۳۱۴	۰/۲۱۸	نقش شبکه‌های اجتماعی ← عملکرد خیریه
رد	۰/۹۱۵	۰/۱۰	۰/۰۳۸	-۰/۰۱۰	قدمت خیریه ← عملکرد خیریه
رد	۰/۶۸۶	۰/۴۰	۰/۰۴۲	۰/۰۳۵	قلمرو خیریه ← عملکرد خیریه
قبول	۰/۰۰۴	۲/۹۰	-۰/۳۰۸	-۰/۳۰۸	سابقه عضویت ← عملکرد خیریه
قبول	۰/۰۰۰	۳/۵۹	۰/۳۰۳	۰/۳۰۳	شبکه‌های اجتماعی ← انسجام گروهی
رد	۰/۰۸۰	۰/۲۴	۰/۰۲۱	۰/۰۲۱	قلمرو خیریه ← انسجام گروهی
رد	۰/۰۷۰	۱/۸۱	۰/۱۵۵	۰/۱۵۵	قدمت خیریه ← انسجام گروهی

یافته‌ها نشان می‌دهد بین سابقه عضویت مدیران در خیریه و ارزیابی آن‌ها از عملکرد مؤسسات خیریه رابطه معکوسی وجود دارد و ارزیابی مدیران از عملکرد مؤسسات خیریه‌شان با افزایش تعداد سال‌های عضویتشان، با ضریب ۳۰ درصد کاهش یافته است. بین متغیرهای قدمت خیریه و قلمرو خیریه با عملکرد مؤسسات خیریه به علت آماره T کمتر از ۱/۹۶ و سطح معناداری بالای ۵ درصد، رابطه معناداری مشاهده نشد. همچنین، یافته‌ها نشان می‌دهد این دو متغیر تأثیر معناداری در افزایش میزان انسجام گروهی در خیریه نداشته‌اند اما متغیر نقش شبکه‌های اجتماعی در افزایش انسجام گروهی تأثیر معناداری داشته و باعث افزایش انسجام گروهی با ضریب ۳۰ درصد شده است. درنهایت مدل زیر نشان می‌دهد کل متغیرهای تحقیق توانسته‌اند با ضریب تعیین ۲۵ درصد فقط حدود یک‌چهارم از تغییرات مربوط به متغیر وابسته یعنی عملکرد مؤسسات خیریه را پیش‌بینی کنند.



نمودار ۱: مدل تحلیل مسیر مبتنی بر ضرایب استاندارد

Figure 1: Path analysis model based on standard coefficients

۷- جمع‌بندی و نتیجه‌گیری

همچنان که پیش‌تر اشاره شد، ارزیابی عملکرد سازمان‌های مهمی برای بهبود کارایی خیریه است که به آن‌ها در به حداکثر رساندن توانمندی‌ها و افزایش تأثیرات اجتماعی‌شان و در نتیجه، رسیدن به اهداف نهایی‌شان کمک می‌کند. بیشتر مؤسسات خیریه در تبریز به شکل نیمه‌سنتی اداره می‌شوند و در کنار مشکلات و مسائل عدیده‌ای که در حوزه مؤسسات خیریه در شهر تبریز به چشم می‌خورد، نبود ارزیابی از خیریه و عملکرد آن‌ها و عوامل مؤثر بر آن نیز مسئله‌ای عمده و پراهمیت به شمار می‌رود.

نتایج تحلیل‌های یک متغیره نشان داد ۵۶/۸ درصد از پاسخگویان عملکرد مؤسسات خیریه‌شان را در سطح نسبتاً بالا ارزیابی کرده‌اند. البته محققان علاقه‌مند بودند ارزیابی مددجویان و افراد تحت پوشش مؤسسات خیریه مورد مطالعه را نیز بررسی کنند اما این امر به دلایل زیر ممکن نبود:

- تعداد جامعه آماری این افراد مشخص نیست؛ بنابراین، نمونه‌گیری در این زمینه با مشکلات جدی روش‌شناختی همراه خواهد بود.

- مؤسسات خیریه به دلیل رازداری و حفظ کرامت این افراد هیچ اطلاعاتی درباره آن‌ها و نحوه دسترسی برای پاسخگویی در اختیار محقق قرار نمی‌دهند

- خود این افراد نیز تمایلی چندانی به شناخته‌شدن (به دلیل حفظ آبرو) و همکاری ندارند.

- سطح اطلاعات و دانش این افراد درباره خیریه کم است. شایان ذکر است در صورتی که تحقیق درباره رضایت از خیریه بود، نظر افراد تحت پوشش اهمیتی افزون‌تر می‌یافت و حضور این افراد در نمونه ضروری بود؛ اما از آنجاکه مسئله، عملکرد مؤسسات خیریه و تأثیرات فناوری‌های ارتباطی و... است، به نظر می‌رسد مدیران مؤسسات خیریه پاسخگویان بهتری هستند (به علت تخصص، دانش و تجربیات مدیران مؤسسات خیریه که جزء پرکارترین افراد در این حوزه هستند).

بهره‌مندی از صفحه اینستاگرامی بیشترین فراوانی را در بین مؤسسات خیریه مورد تحقیق دارد و ۴۴ درصد از خیریه‌ها صفحه اینستاگرامی دارند. سپس بهره‌مندی از گروه تلگرامی با ۳۳ درصد و کانال تلگرامی با ۲۰ درصد، بیشترین فراوانی را در بین مؤسسات خیریه دارند. یافته‌ها حاکی از آن است که از نظر مدیران مؤسسات خیریه به ترتیب صفحه اینستاگرامی با ۴۴/۵ درصد، گروه واتس‌آپی و گروه تلگرامی تقریباً به‌طور یکسان با ۲۲ درصد، و کانال تلگرامی با ۱۸ درصد بیشترین نقش را در معرفی و بهبود عملکرد مؤسسات خیریه داشته‌اند. شبکه‌های اجتماعی بیشترین نقش را به ترتیب در این بعد داشته‌اند: ۱- معرفی خیریه در اجتماع؛ ۲- افزایش شفافیت و گزارش و اطلاع‌رسانی بهتر عملکرد مؤسسات خیریه؛ ۳- جلب رضایت حامیان و اعضا؛ ۴- جذب کمک‌های مالی و غیرمالی؛ ۵- ارتباط با دیگر خیریه‌ها؛ ۶- جذب نیروی داوطلب. این نتیجه مؤید نتایج پژوهش «سرمایه‌گذاری در فناوری اطلاعات و ارتباطی و عملکرد NGOs در کنیا» است که کینوتیا^۱ در سال (2012) انجام داده بود. نتایج این تحقیق نشان داده بود که با استفاده از IT، چشم‌انداز و مأموریت‌ها به‌خوبی مستند و برای همه قابل فهم می‌شود. کارکنان توانمند می‌شوند، ارتباطات کاربردی تشویق می‌شود و به‌این ترتیب کار گروهی و نوآوری به‌شدت تشویق می‌شود. آن‌ها قادر به جذب بودجه اهداکنندگان و همکاری با سایر شرکا هستند. علاوه‌براین می‌توان گفت شبکه‌های اجتماعی مجازی امروزه یکی از مهم‌ترین منابع تولید ارزش‌هایی همچون اعتماد و مشارکت اجتماعی‌اند که حالت ایستای دنباله‌روی و هم‌رنگی اجتماعی را خنثی می‌کنند و افراد را بر می‌انگیزاند تا شخصاً در مسائل اجتماعی درگیر شوند. مؤسسات خیریه به‌طور فزاینده‌ای از ابزارهای رسانه‌های اجتماعی در جمع‌آوری کمک‌های مالی و افزایش ارتباط با اهداکنندگان و سایر مؤسسات از سه مکانیسم عمده استفاده می‌کنند: (۱) سیگنال‌دهی؛ (۲) تشدید تعهد؛ (۳) سرایت اجتماعی.

نتایج نشان داد ۶۰ درصد از مدیران مؤسسات خیریه میزان متغیر انسجام گروهی در خیریه‌شان را در سطح متوسط ارزیابی کرده‌اند. متغیرهای انسجام گروهی و متغیر نقش شبکه‌های اجتماعی بیشترین تأثیرات را در عملکرد مؤسسات خیریه داشته و جهت هر دو رابطه مثبت است؛ یعنی افزایش میزان انسجام گروهی و نقش شبکه‌های اجتماعی باعث شده است میزان عملکرد مؤسسات خیریه با ضریب ۳۱ درصد افزایش یابد. گروه‌های اولیه می‌توانند در تنظیمات روابط در گروه‌های ثانویه نقش اساسی داشته باشند. این امر درباره مؤسسات خیریه که عضویت در آن‌ها داوطلبانه و غیرمنفعت‌طلبانه است، بیشتر محتمل است و نوع روابط بین اعضای این گروه بر عملکرد مؤسسه مؤثر است. این نتیجه با یافته‌های خواجه فؤاد لطیف و نیگل ویلیام^۲ (2017) در پژوهشی با عنوان «اثر بخشی گروهی در پروژه‌های خیریه» مطابقت دارد. شواهد تجربی نشان می‌دهد انسجام گروهی پیش‌بینی‌کننده مثبتی برای عملکرد گروهی و سازمانی است و چند بررسی متاآنالیز، رابطه مثبتی را بین انسجام گروه و عملکرد نشان داده است (Mullen & Copper, 1994).

متغیر نقش شبکه‌های اجتماعی در افزایش انسجام گروهی تأثیر معناداری داشته و باعث افزایش انسجام گروهی با ضریب ۳۰ درصد شده است. دلیل این امر می‌تواند این موضوع باشد که قبلاً ارتباط بین اعضای یک گروه یا سازمان فقط از طریق حضور فیزیکی میسر بود؛ اما امروزه پلتفرم‌های ارتباطی، بسترها و ابزارهای جدیدی را برای ارتباطات بیشتر و ارتباط‌گیری آسان و در نتیجه، درک و هم‌فهمی و صمیمیت و انسجام بین اعضا فراهم کرده‌اند و از طریق اثرگذاری بر متغیر انسجام گروهی، به‌صورت غیرمستقیم نیز در متغیر عملکرد مؤسسات خیریه تأثیر داشته‌اند. در نهایت نتایج نشان داد کل متغیرهای تحقیق توانسته‌اند با ضریب تعیین ۲۵ درصد فقط حدود یک‌چهارم از تغییرات مربوط به متغیر وابسته یعنی عملکرد مؤسسات خیریه

¹ Kinuthia.

² Latif., & Williams



را پیش‌بینی کنند و سایر تغییرات را متغیرهایی پیش‌بینی کرده‌اند که در پژوهش حاضر وجود ندارند و باید در تحقیقات بعدی بررسی شوند.

منابع فارسی

- حاتمی خلجان، خ.، قاضی نژاد، م.، باستانی، س.، و راد، ف. (۱۴۰۱). طراحی و اعتباریابی پرسش‌نامه سنجش مشکلات سمن‌های حوزه مسائل اجتماعی. *جامعه‌شناسی نهادهای اجتماعی*، ۹(۲۰)، ۸۱-۱۰۵.
- حاتمی خلجان، خ.، قاضی نژاد، م.، باستانی، س.، و راد، ف. (۱۳۹۹). فراتحلیل پژوهش‌های صورت گرفته در حوزه سازمان‌های مردم نهاد؛ با تأکید بر علل مشارکت افراد در این سازمان‌ها. *جامعه‌شناسی اقتصادی و توسعه*، ۹(۲)، ۲۳-۴۶.
- علیزاده بیرجندی، ز. (۱۴۰۲). بررسی نحوه عملکرد مؤسسات خیریه در امور متکلیان (مطالعه موردی: دوره قاجار و پهلوی). *پژوهشنامه مطالعات وقف و امور خیریه*، ۱(۱)، ۲۳۹-۲۵۶.
- مبشراد، ف.، و غنبر طهرانی، ن. (۱۳۹۷). عوامل تأثیرگذار بر کارکرد رسانه‌های اجتماعی در تأمین مالی جمعی مؤسسات خیریه. *مطالعات مدیریت کسب و کار هوشمند*، ۶(۲۴)، ۸۷-۱۰۷.
- مقیم، س. (۱۳۸۷). *کارآفرینی در نهادهای جامعه مدنی*. تهران: انتشارات دانشگاه تهران.
- نکویی مقدم، م.، بهزادی گودری، ف.، و کشاورز، ح. (۱۳۹۱). بررسی رابطه بین انواع فرهنگ‌های سازمانی با مؤلفه‌های موفقیت سازمانی شامل انعطاف‌پذیری، انسجام، سرعت و نوآوری در بیمارستان‌های منتخب دولتی استان کرمان در سال ۱۳۸۸. *فصلنامه بیمارستان*، ۱۱(۱)، ۷۳-۸۲.

References

- Adjei, D. K. A., Annor-Frempong, F., & Bosompem, M. (2016). Use of social networking websites among NGOs in the Greater Accra Region of Ghana. *Public relations review*, 42(5), 920-928. <https://doi.org/10.1016/j.pubrev.2016.09.006>
- Alizadehbirjandi, Z. (2023). Investigating the Performance of Charities in the Affairs of Beggars (Case Study: Qajar and Pahlavi periods). *Journal of Endowment & Charity Studies*, 1(1), 239-256. <https://doi.org/10.22108/ecs.2023.134654.1009> [In Persian]
- Argyris, C. (1964). *Integrating the individual and the organization*. New York: John Wiley. <https://doi.org/10.4324/9780203788417>
- Barnes, N. G., & Mattson, E. (2008). Social media in the inc. 500: The first longitudinal study. *Journal of New Communications Research*, 3(1), 74-78.
- Bennis, W. G. (1966). *Changing organizations: Essays on the development and evolution of human organizations*. New York: McGraw-Hill. <https://doi.org/10.1177/002188636600200301>
- Bolten, C. E. (2014). Social networks, resources, and international NGOs in postwar Sierra Leone. *African Conflict and Peacebuilding Review*, 4(1), 33-59. <https://doi.org/10.2979/africonfpeacrevi.4.1.33>
- Brynjolfsson, E., & Hitt, L. (1996). Paradox lost? Firm-level evidence on the returns to information ss spending. *Management Science*, 42(4), 257-279. <https://doi.org/10.1287/mnsc.42.4.541>
- Carman, J. (2007). Evaluation practice among community-based organizations: Research into the reality. *American Journal of Evaluation*, 28(1), 60-75. <https://doi.org/10.1177/1098214006296245>
- Carron, A. V., Widmeyer, W. N., & Brawley, L. R. (1985). The development of an instrument to assess cohesion in sport teams: The Group Environment Questionnaire. *Journal of Sport and Exercise psychology*, 7(3), 244-266. <https://doi.org/10.1123/jsp.7.3.244>
- Facts and Stats about NGOs Worldwide. (2015) . NonProfit Action. 4
- Fowler, A. (1997) *Striking A Balance: A Guide To Enhancing The Effectiveness Of Non-Governmental*



- Organisations In International Development*. Earthscan. London.
<https://doi.org/10.4324/9781315070735>.
- Hall-Jones, P. (2006). The rise and rise of NGOs. *Public Services International*.
- Haruvy, E., Popkowski L., & Peter T. L., (2018). The influence of social media on charitable fundraising. <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.3201494>
- Hatami Kheljan, K., Ghazinejad, M., Bastani, S., & Rad, F. (2023). Designing and validating a questionnaire for measuring the problems of NGOs in the field of social problems. *Sociology of Social Institutions*, 9(20), 81-105. doi: <https://doi.org/10.22080/ssi.2022.24206.2029> [In Persion]
- Hatami Kheljan, K., Ghazinejad, M., Bastani, S., & Rard, F. (2020). Meta-analysis : research on NGO, with an emphasis on the participation of people in this organization. *Journal of Economic & Developmental Sociology*, 9(2), 23-46. doi: <https://doi.org/10.22034/jeds.2020.11461> [In Persion]
- Kaplan, R. (2001). Strategic performance measurement and management in nonprofit organizations. *Nonprofit Management and Leadership*, 11(3), 354-372. <https://doi.org/10.1002/nml.11308>
- Kareithi, R. N. M., & Lund, C. (2012). Review of NGO performance research published in academic journals between 1996 and 2008. *South African Journal of Science*: 108(11/12), Article # 755, 1-8. <https://hdl.handle.net/10520/EJC127518>
- Kinuthia, J. N. (2012). *Information technology investment and performance of NGO's in Kenya* (Doctoral dissertation). <http://erepository.uonbi.ac.ke:8080/xmlui/handle/123456789/12235>
- review. *International Journal for Quality in Health Care*, 22(1), 44-69. <https://doi.org/10.1093/intqhc/mzp057>
- Latif, K. F., & Williams, N. (2017). Team effectiveness in non-governmental organizations (NGOs) projects. *Evaluation and program planning*, 64, 20-32. <https://doi.org/10.1016/j.evalprogplan.2017.05.004>
- Lee, Y. J. (2021). Liked on facebook, liked for real?: Nonprofits' online popularity and financial performance. *Nonprofit Management and Leadership*, 31(3), 609-621. <https://doi.org/10.1002/nml.21447>
- Macionis, J. J., & Gerber, L. M. (2010). Sociology, seventh Canadian edition. *Don Mills: Pearson Education Canada*, 1.
- Masero, B. S. (2016). *Strategic capability and performance of non governmental organizations in nairobi county, kenya* (Doctoral dissertation, University of Nairobi). <http://repository.kemu.ac.ke/handle/123456789/1508>
- Mendini, M., Peter, P. C., & Maione, S. (2022). The potential positive effects of time spent on Instagram on consumers' gratitude, altruism, and willingness to donate. *Journal of Business Research*, 143, 16-26. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2022.01.046>
- Miller, J. (2007). An effective performance measurement system: Developing an effective performance measurement system for city of Elmira sub-grantees. *Unpublished manuscript*, New York: Binghamton University, State University of New York.
- Mmassy, G. N. (2018). *Factors influencing performance of Monitoring and Evaluation s of Non-Governmental Organizations in Arusha City* (Doctoral dissertation, The Open University of Tanzania).
- Mobasher Rad, F., & Ghanbar Tehrani, N. (2018). Factors influencing the function of social media in financial crowd funding in charity institutions. *Business Intelligence Management Studies*, 6(24), 87-107. doi: <https://doi.org/10.22054/ims.2018.8893> [In Persion]
- Moghimi, S. (1387). *Entrepreneurship in civil society institutions*. Tehran: Tehran University Press [In Persion]
- Mullen, B., & Copper, C. (1994). The relation between group cohesiveness and performance: An integration. *Psychological bulletin*, 115(2), 210. <https://doi.org/10.1037/0033-2909.115.2.210>
- Nahr, T. (2017). *Assessing the relation between accountability, performance and donation levels: A view from the Dutch NGO sector*. Amsterdam: University of Amsterdam (thesis)
- Nekuee Moghaddam, M., Behzadi, F., & Keshavarz, H. (2009). Aspects of organizational cultures:



- Missionary, participatory, flexibility and bureaucratic in organizational success indexes flexibility, cohesiveness, speed and innovation in public hospitals in Kerman province, *jhosp* 2012; 11 (1) :73-82 URL: <http://jhosp.tums.ac.ir/article-1-39-fa.html> [In Persian]
- Poister, T. H. (2008). *Measuring performance in public and nonprofit organizations*. John Wiley & Sons.
- Pudilová, R. (2015). *ACCOUNTABILITY LIMITED: NGOs in Bosnia and Herzegovina* (Doctoral dissertation, Central European University).
- Ramadan, M. A., & Borgonovi, E. (2015). Performance measurement and management in non-governmental organizations. *IOSR Journal of Business and Management*, 17(2), 70-76. DOI: <https://doi.org/10.9790/487X-17237076>
- Ritchie, W., & Kolodinsky, R. (2003). Nonprofit organization financial performance measurement: An evaluation of new and existing financial performance measures. *Nonprofit Management and Leadership*, 13(4), 367-378.
- Savas, H., & Karakas, Z. (2019). An investigation into service performance measurement of non-governmental organizations. *Gaziantep Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 18(3), 1143-1159. <https://doi.org/10.21547/jss.461071>
- Scott, W. R. (2001). *Institutions and organizations*. thousand oaks, CA: Sage, 2nd ed.
- Shin, N. (2024) "The Impact of Social Media on Charitable Giving for Nonprofit Organization," *Journal of International Technology and Information Management*: 32(1), Article 6. DOI: <https://doi.org/10.58729/1941-6679.1580>
- Vaccaro, A., & Madsen, P. (2009). ICT and an NGO: Difficulties in attempting to be extremely transparent. *Ethics and Information Technology*, 11(3), 221-231. DOI: <https://doi.org/10.1007/s10676-009-9180-3>
- Wilson, P. (2017). *The Contribution of Human Resources Management in the Performance and Sustainability of Non-Governmental Organizations: A Case Study of Selected Organizations* (Doctoral dissertation, The Open University of Tanzania). <http://repository.out.ac.tz/id/eprint/1931>
- Yuchtman, E., & Seashore, S.E. (1967). A approach to organizational effectiveness. *American Sociological Review*, 32(4), 891-903. <https://doi.org/10.2307/2092843>



