

داوطلبان، جوانان و امدادی هلال‌احمر استان بوشهر بوده‌است. مطابق با آمارهای ارائه‌شده توسط جمعیت هلال‌احمر استان بوشهر تعداد کل اعضای گروه‌های داوطلبان، جوانان و امدادی هلال‌احمر استان بوشهر ۷۲۱۷ نفر بوده‌است که با استفاده از جدول کرجسی و مورگان ۳۹۱ نفر به عنوان حجم نمونه انتخاب شدند. با بهره‌گیری از روش نمونه‌گیری خوشه‌ای یک مرحله‌ای شهرستان‌های بوشهر، دشتستان، دشتی، بندر گناوه، کنگان، دیر و تنگستان انتخاب گردید. روایی صوری پرسشنامه توسط تعدادی از کارشناسان و صاحب‌نظران مورد بررسی قرار گرفت. ضریب آلفای کرونباخ در پرسشنامه اول و دوم به ترتیب برابر $r=0/86$ و $r=0/83$ به‌دست آمده‌است که نتایج بیانگر وجود سطح بالایی از همبستگی درونی بین سئوالات است.

یافته‌ها: نتایج حاصل از این پژوهش نشان می‌دهد عوامل تبلیغات افراد با نفوذ، تبلیغات خیابانی، حمایت سازمانی، انگیزه اجتماعی، ارتباط، رسانه، انگیزه درونی و تشویق مادی به ترتیب بیشترین تأثیر را در جذب افراد داشته‌اند. همچنین مهم‌ترین عواملی که در ماندگاری و ادامه همکاری نقش داشته‌اند به ترتیب ایمنی و بهداشت، روابط انسانی، فرهنگ سازمانی، تشویق غیرمادی، آموزش و تشویق مادی بوده‌است.

نتیجه‌گیری: عوامل متعددی در جذب و نگهداری گروه‌های داوطلبان، جوانان و امدادی جمعیت هلال‌احمر نقش دارند. با توجه به میانگین سنی کشور و احتمال بروز حوادث طبیعی و غیرطبیعی، توجه به یافته‌های پژوهش می‌تواند مسئولین امر را در اتخاذ سیاست‌های مناسب جهت جذب و نگهداشت نیروها یاری کند.

کلمات کلیدی: جمعیت هلال‌احمر، جذب و همکاری، نگهداری، نیروی انسانی

بررسی عوامل مؤثر در جذب و نگهداری گروه‌های داوطلبان، جوانان و امدادی جمعیت هلال‌احمر استان بوشهر

علی پولادی ریشه‌ری^۱، شاهین افشارپور^۲، سید موسی گلستانه^۳، شیوا رستمی^۴، محمود مظفری^۵، عبدالکریم شعبانزاده^۶، محمدرستگارپور^۷

۱. دکترای روان‌شناسی، هیئت علمی دانشگاه پیام نور بوشهر
۲. نویسنده مسئول: کارشناس ارشد روان‌شناسی، آموزش و پرورش استان بوشهر

Email: shahinafsharpoor@gmail.com

۳. دکترای روان‌شناسی، هیئت علمی دانشگاه خلیج فارس بوشهر

۴. کارشناس ارشد تعلیم و تربیت اسلامی، آموزش و پرورش استان بوشهر

۵. کارشناس مددکاری اجتماعی، هلال‌احمر استان بوشهر

۶. کارشناس مدیریت، هلال‌احمر استان بوشهر

۷. دکترا (پزشک عمومی)، هلال‌احمر استان بوشهر

دریافت: ۹۱/۲/۲۵ پذیرش: ۹۱/۱۲/۱

چکیده

مقدمه: سازمان‌های هلال‌احمر و صلیب‌سرخ در سراسر جهان وظیفه دارند، نسبت به آرایه خدمات انسان‌دوستانه و حمایت از مددجویان اقدام نمایند. جمعیت هلال‌احمر با جذب، سازماندهی و بهره‌گیری از توان اقشار و افرادی که تمایل به مشارکت در اهداف انسان‌دوستانه جمعیت هلال‌احمر دارند، به نیازمندان کمک می‌نماید. این تحقیق به بررسی عوامل مؤثر در جذب و نگهداری گروه‌های داوطلبان، جوانان و امدادی جمعیت هلال‌احمر استان بوشهر پرداخته‌است.

روش‌ها: روش پژوهش حاضر توصیفی از نوع پیمایشی است. جامعه آماری تحقیق شامل گروه‌های

مقدمه

امروزه، بیش از هر زمان دیگری مشخص شده است که رشد و توسعه سازمان‌ها و در پی آن یک جامعه و کشور در گرو استفاده صحیح از نیروی انسانی است. نیروی انسانی نقش سازنده و کلیدی در پیشبرد اهداف و مأموریت‌های سازمان دارد و از ارکان رشد، توسعه و بقای سازمان محسوب می‌گردد (۱). تغییرات گسترده و شتابان محیط فعالیت سازمان‌ها، ضرورت‌هایی را در زمینه اتخاذ تدابیر و استراتژی‌های متنوع و متناسب با شرایط فراهم آورده است. از سازمان‌های مردم‌نهاد به طرق مختلف در سراسر جهان استفاده می‌شود. سازمان مردم‌نهاد در معنای کلی، به سازمانی اشاره می‌کند که به‌طور مستقیم بخشی از ساختار دولت محسوب نمی‌شود اما نقش بسیار مهمی به عنوان واسطه بین افراد (اتم‌های اجتماع) و قوای حاکم و حتی خود جامعه ایفا می‌کند. (۲)

نگاهی به فعالیت گروه‌های مردم‌نهاد که در استان بوشهر در برهه‌ای خاص شکل گرفتند، نشان می‌دهد که این گروه‌ها به خوبی توانستند با حداقل امکانات فعالیت‌های ارزنده و مفیدی در حوزه فعالیت خود انجام دهند. از مهم‌ترین این گروه‌ها می‌توان به جمعیت هلال‌احمر ایران اشاره کرد. یکی از ویژگی‌های مهم جمعیت هلال‌احمر خود جوشی و نیاز طبیعی است. به این معنا که سازمان‌های مردم‌نهاد بنابر نیاز طبیعی ناشی از شرایط فکری، محیطی، انگیزش‌ها، خصوصیت‌ها و آرمان‌های مشترک افراد و جامعه، به صورت داوطلبانه و خودجوش و بر اساس اصل آزادی اراده اشخاص

تأسیس و اداره می‌شوند. استان بوشهر بیش از دیگر مناطق مستعد شکل‌گیری چنین نهادهایی است. این استان دارای جوانان مستعد و علاقه‌مندی است که یک فعالیت واحد اعم از بهداشت، محیط‌زیست، فرهنگ، ورزش و هر زمینه دیگری می‌تواند آنها را حول یک محور گرد آورد و از پتانسیل بالای آنان جهت ارتقای جامعه بهره‌گیرد و از هرز رفتن انرژی آنان جلوگیری نماید. وانگهی، مخاطرات و بلایای طبیعی در قاره کهن به ویژه منطقه‌ای که در آن زندگی می‌کنیم، عامل مهمی است که لزوم جذب و نگهداری جوانان، داوطلبان و سایر افراد را ضروری ساخته است. این مقاله در صدد پاسخ‌گویی به این سؤال است که چه عواملی در جذب و نگهداری گروه‌های داوطلبان، جوانان و امدادی برای انجام خدمات داوطلبانه در جمعیت هلال‌احمر استان بوشهر مؤثر است.

روش‌ها

روش پژوهش حاضر توصیفی از نوع پیمایشی است. جامعه آماری تحقیق شامل گروه‌های داوطلبان، جوانان و امدادی هلال‌احمر استان بوشهر بوده است. مطابق با آمارهای ارائه شده توسط جمعیت هلال‌احمر استان بوشهر تعداد کل اعضای گروه‌های داوطلبان، جوانان و امدادی هلال‌احمر استان بوشهر ۷۲۱۷ نفر بوده است که از این میزان تعداد داوطلبان هلال‌احمر ۱۹۴۹ نفر (۲۷ درصد)، جوانان ۲۴۵۴ نفر (۳۴ درصد) و نیروهای امدادی ۲۸۱۴ نفر (۳۹ درصد) می‌باشند. با استفاده از جدول کرجسی و مورگان، ۳۹۱ نفر به عنوان جامعه نمونه انتخاب گردید. با بهره‌گیری از روش نمونه‌گیری خوشه‌ای

یک مرحله‌ای، شهرستان‌های بوشهر، دشتستان، دشتی، بندرگناوه، کنگان، دیر و تنگستان انتخاب گردید. سپس حجم نمونه در هر خوشه (متناسب با حجم) مشخص گردید. در مجموع، پرسشنامه بر روی ۱۰۴ نفر از نیروی‌های داوطلب، ۱۳۴ نفر از نیروهای جوانان و ۱۵۳ نفر از نیروهای امدادی اجرا شد. در این پژوهش از دو پرسشنامه محقق ساخته استفاده گردید. ابتدا پرسشنامه راهنما براساس نظریه‌های موجود و جمع‌آوری نظرات کارشناسان تهیه و روی ۱۰۰ آزمودنی که به صورت تصادفی انتخاب شده بودند، اجرا گردید. پرسشنامه یک، مربوط به تعیین عوامل مؤثر بر جذب گروه‌های جوانان و داوطلبان و امدادی هلال‌احمر شامل دو قسمت می‌باشد: قسمت اول شامل پرسش‌های مربوط به عوامل جمعیت‌شناختی نظیر جنس، سن، میزان تحصیلات پاسخگو و والدین، میزان درآمد و نوع شغل و قسمت دوم مربوط به عوامل مؤثر بر جذب گروه‌های جوانان و داوطلبان هلال‌احمر نظیر نقش روابط عمومی، تبلیغات، ویژگی‌های شخصیتی و مذهبی، قوانین حمایتی، انگیزه‌های مادی و رفتار سازمانی است. پرسشنامه دوم، مربوط به تعیین عوامل مؤثر در نگهداری گروه‌های داوطلب و جوانان است که مؤلفه‌هایی نظیر ارزشیابی کارکنان، تشویق مادی و غیرمادی، مدیریت، محیط کار، روابط انسانی و فرهنگ سازمانی را دربرمی‌گیرد. پرسشنامه با مقیاس لیکرت با گزینه‌های کاملاً موافق (۵)، موافق (۴)، نظری ندارم (۳)، مخالف (۲) و کاملاً مخالف (۱) مورد اندازه‌گیری قرار گرفته است. روایی صوری پرسشنامه توسط تعدادی از

کارشناسان و صاحب‌نظران مورد بررسی قرار گرفت. ضریب آلفای کرونباخ در پرسشنامه اول و دوم به ترتیب برابر با $\alpha=0/86$ و $\alpha=0/83$ بدست آمده است که نتایج بیانگر وجود سطح بالایی از همبستگی درونی بین سؤالات است. داده‌ها با استفاده از نرم‌افزار SPSS مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت.

یافته‌ها

براساس نتایج، از مجموع جامعه مورد مطالعه ۵۱/۶ درصد را مردان و ۴۸/۴ درصد را زنان تشکیل داده‌اند. در ضمن، ۳۵/۱ درصد را افراد زیر ۲۰ سال، ۶۲/۷ بین ۲۱ تا ۳۰ سال و مابقی ۳۱ سال و بیشتر سن داشته‌اند. همچنین با توجه نتایج، ۳/۱ درصد از آنان زیر دیپلم، ۴۹/۱ درصد از آنان دارای مدرک دیپلم و مابقی دارای مدارک فوق‌دیپلم و لیسانس بوده‌اند. از لحاظ شغل، ۴۳/۷ درصد آنان دارای شغل آزاد، ۱۰/۲ درصد از آنان کارمند و مابقی دانشجوی بوده‌اند. نتایج در مورد وضعیت تأهل آنان نشان داده‌است، ۷۸/۳ درصد از آنان مجرد و ۲۱/۷ درصد متأهل بوده‌اند (جدول شماره ۱). از لحاظ نوع همکاری نتایج به این قرار بود، ۴۲/۲ درصد از آنان همکاری فعالانه، ۳۳/۸ درصد همکاری نیمه فعال و مابقی همکاری غیرفعالانه داشته‌اند. در مورد نوع عضویت نتایج نشان داده‌است، ۲۶/۶ درصد از آنان عضو داوطلبان، ۳۴/۳ درصد از آنان عضو جوانان و مابقی عضو گروه امدادی بوده‌اند. مقایسه نحوه آشنایی اعضای هلال‌احمر نتایج نشان داد که اکثریت افراد (۶۷/۸ درصد) از طریق مراجعه مستقیم، ۲۸/۴ درصد از طریق تبلیغات خیابانی و مابقی از طریق اینترنت با جمعیت هلال‌احمر آشنا شده‌اند (جدول شماره ۲).

جدول شماره ۱: داده‌های توصیفی جمعیت شناختی آزمودنی‌ها

متغیر	فراوانی	درصد	متغیر	فراوانی	درصد
جنسیت	مرد	۲۰۳	آزاد	۱۷۱	۴۳/۷
	زن	۱۸۸	دانشجو	۱۸۰	۴۶
	کل	۳۹۱	کارمند	۴۰	۱۰/۲
			کل	۳۹۱	۱۰۰
سن	زیر ۲۰ سال	۹۸	تحصیلات	زیر دیپلم	۱۲
	۲۱ تا ۳۰	۲۴۵		دیپلم	۱۹۲
	۳۱ تا ۴۰	۴۰		فوق دیپلم	۱۰۵
	۴۱ به بالاتر	۸		لیسانس	۸۲
	کل	۳۹۱		کل	۳۹۱
وضعیت تأهل	مجرد	۳۰۶			
	متأهل	۸۵			
	کل	۳۹۱			

جدول شماره ۲: داده‌های توصیفی آزمودنی‌ها (نوع عضویت، نوع همکاری و نحوه آشنایی)

متغیر	فراوانی	درصد	متغیر	فراوانی	درصد
نوع عضویت	داوطلبان	۱۰۴	نوع همکاری	فعال	۱۶۵
	جوانان	۱۳۴		نیمه فعال	۱۳۲
	امدادی	۱۵۳		غیر فعال	۹۴
	کل	۳۹۱		کل	۳۹۱
نحوه آشنایی	ایترنت	۱۰			
	تبلیغات خیابانی	۱۱۱			
	رابطه مستقیم	۲۶۵			
	سایر موارد	۵			
کل	۳۹۱				

جدول شماره ۳: نتایج تحلیل رگرسیون به روش سلسله مراتبی در مورد عوامل جذب و همکاری

متغیر ملاک	متغیرهای پیش بین	R	R ²	F	Sig
جذب و همکاری	تبلیغات افراد با نفوذ	۰/۸۰	۰/۶۴	۶۷۴/۰۷	۰/۰۰۰۱
	تبلیغات خیابانی	۰/۸۹	۰/۷۹	۷۱۵/۱۹	۰/۰۰۰۱
	حمایت سازمانی	۰/۹۳	۰/۸۷	۸۳۶/۱۱	۰/۰۰۰۱
	انگیزه اجتماعی	۰/۹۵	۰/۹۱	۱۰۱۶/۵۸	۰/۰۰۰۱
	ارتباط	۰/۹۷	۰/۹۵	۱۵۶۸/۲۸	۰/۰۰۰۱
	رسانه	۰/۹۹	۰/۹۸	۲۹۶۸/۸۴	۰/۰۰۰۱
	انگیزه درونی	۰/۹۹۶	۰/۹۹	۶۱۷۲/۸۸	۰/۰۰۰۱
	تشویق مادی	۱	۱	۶۱۸۳/۹۴	۰/۰۰۰۱

جدول شماره ۴: نتایج تحلیل رگرسیون روش سلسله مراتبی عوامل ماندگاری و ادامه کار

متغیر ملاک	متغیرهای پیش بین	R	R ²	F	Sig
ماندگاری و ادامه کار	ایمنی و بهداشت	۰/۸۵	۰/۷۳	۱۰۱۲/۸۹	۰/۰۰۰۱
	روابط انسانی	۰/۹۵	۰/۹۱	۲۰۷۷/۲۴	۰/۰۰۰۱
	فرهنگ سازمانی	۰/۹۸	۰/۹۷	۴۰۰۳/۹۴	۰/۰۰۰۱
	تشویق غیر مادی	۰/۹۹	۰/۹۸	۶۳۹۰/۳۸	۰/۰۰۰۱
	آموزش	۰/۹۹۷	۰/۹۹۵	۱۴۲۱۰/۱۸	۰/۰۰۰۱
		تشویق مادی	۱	۱	۱۴۲۳۰/۱۶

همچنین نتایج یافته‌های تحلیلی این مطالعه در مورد عوامل مؤثر بر جذب و نگهداری این نیروها نشان داد که عوامل تبلیغات افراد با نفوذ، حمایت سازمانی، تبلیغات خیابانی، انگیزه اجتماعی، ارتباط، رسانه، انگیزه درونی و تشویق مادی به ترتیب بیشترین تأثیر را در جذب افراد داشته‌اند. در ضمن، مهم‌ترین عواملی که در ماندگاری و ادامه همکاری نقش داشته‌اند، به ترتیب عبارتند از ایمنی و بهداشت، روابط انسانی، فرهنگ سازمانی، تشویق غیرمادی، آموزش و تشویق مادی.

در ضمن، جهت شناسایی مهم‌ترین عوامل جذب و همکاری و ماندگاری نیروها در جمعیت از تحلیل رگرسیون به روش سلسله مراتبی استفاده گردید که نتایج آنها در جداول شماره ۳ و ۴ تنظیم شده‌است. نتایج تحلیل رگرسیون نشان داده‌است، مهم‌ترین عواملی که در جذب و همکاری نقش داشته‌اند به ترتیب عبارتند از: تبلیغات افراد با نفوذ، تبلیغات خیابانی، حمایت سازمانی، انگیزه اجتماعی، ارتباط، رسانه، انگیزه درونی و تشویق مادی. بنابراین مهم‌ترین متغیر، تبلیغات افراد با نفوذ و کم اهمیت‌ترین متغیر تشویق مادی بوده‌است. البته

تبلیغات افراد با نفوذ به تنهایی ۶۴ درصد واریانس جذب و همکاری را تبیین می‌کرد.

نتایج رگرسیون در مورد عوامل ماندگاری و ادامه کار نیروها نشان داد، مهم‌ترین عواملی که در ماندگاری و ادامه همکاری نقش دارند به ترتیب عبارتند از: ایمنی و بهداشت، روابط انسانی، فرهنگ سازمانی، تشویق غیر مادی، آموزش و تشویق مادی. بنابراین مهم‌ترین متغیر ایمنی و بهداشت و کم‌اهمیت‌ترین متغیر تشویق مادی بودند. ایمنی و بهداشت به تنهایی ۷۳ درصد واریانس ماندگاری و ادامه همکاری را تبیین می‌کرد.

بحث

انسان موجودی اجتماعی است که در خانواده متولد می‌شود و همراه با جامعه رشد نموده و نیازهای خود را بر مبنای روابط متقابل تأمین می‌نماید. از نظر روحی و عاطفی نیز انسان نیازمند ارتباط و تعامل با دیگران است، می‌خواهد دیگران را دوست داشته باشد و دیگران نیز او را دوست داشته باشند.

نتایج این مقاله نشان داده‌است، مهم‌ترین مهارت‌ها در فرایند جذب نیروی انسانی، ارتباطات و فعالیت تشویقی و ترغیبی است. مؤسسات به هم‌نوا کردن مجموعه با ثبات از کارکنان، تسهیلات و فعالیت‌های خود جهت ارائه خدمات و قبول آن به مخاطبین مختلف نیاز دارند. نیازهای مؤسسات با شدت و سرعت هر چه تمام‌تر در حال تغییر است و فقط با نظام ارتباطی صحیح می‌توان به موقع در قبال تغییر واکنش مفید نشان داد و پاسخ‌گویی صحیح به این تغییرات محیطی رمز ماندگاری و ادامه حیات سازمان‌هاست.

انتخاب رسانه مناسب از حساس‌ترین و مهم‌ترین مراحل جذب نیروهای داوطلب است؛ زیرا از یک سو رسانه‌ها علاوه بر کارکرد اجتماعی خاص خویش، دو کارکرد مهم، تأثیرگذاری بر ادراک مخاطبان و جهت‌دهی افکار عمومی را دارا هستند و از سوی دیگر، هریک از رسانه‌ها، ویژگی، کارکرد و مقدرات خاص خود را دارد که آنها را از یکدیگر متمایز می‌سازد و توان تأثیرگذاری متفاوتی را در موقعیت‌های مختلف به آنها می‌بخشد. همچنین تبلیغات دارای ارزش فرهنگی است و مبنای فرهنگ تبلیغات ارتباط با انسان‌ها و احترام به آنهاست. دنیای آینده دنیای رقابت، سبقت و سرعت است که سستی، ایستایی، کهنگی و کهنه‌گرایی را مردود می‌سازد و مخاطب باوری را محور فعالیت قرار می‌دهد و شناخت واقع‌بینانه را مبنای هرگونه سازندگی و بالندگی می‌داند (۳). در ضمن، حمایت سازمانی در جذب و همکاری گروه‌های داوطلبان، جوانان و امدادی جمعیت هلال‌احمر نقش دارد. منظور از حمایت سازمانی، حمایت یا کمکی است که کارکنان برای انجام دادن یک برنامه موفقیت‌آمیز به آن نیاز دارند. بعضی از عوامل کمکی عبارتند از: بودجه کافی، تجهیزات، تسهیلات، حمایت‌های لازم در برابر سایر واحدهای سازمان، و وجود ذخیره کافی منابع انسانی (۴).

همچنین پاداش‌ها و تشویق‌ها جهت افزایش انگیزش نیروی انسانی حائز اهمیت است و در صورتی که به درستی اعمال نشود، نتیجه عکس خواهد داشت. از طرفی دیگر، انگیزه‌های درونی به عنوان دسته مهمی از انواع انگیزش، به آن دسته از انگیزه‌ها گفته

می‌شود که منبع و کانون آنها نه در محیط خارج بلکه در درون فرد وجود دارند. پاداش‌هایی که فرد در قبال نیروزایی این انگیزه‌ها دریافت می‌کند، پاداش‌هایی درونی هستند و لزوماً ملموس نخواهد بود. فرد براساس یک خواست درونی و یک میل باطنی دست به عمل می‌زند و فعالیت خود را جهت می‌دهد (۵).

در جوامع و سازمان‌های مختلف، عوامل خاصی ممکن است در تعیین سیستم تشویق و پاداش نقش داشته باشند، بیشتر سازمان‌ها بر این باورند که سیستم پاداش بر مبنای ارزش خاصی است که این ارزش برای افراد و سازمان‌های مختلف، متفاوت است. ولی معمولاً در اکثر سازمان‌ها جدای از فعالیت آنها، شاخص‌های گوناگونی مشخص شده‌اند که بر مبنای آنها به پرداخت پاداش می‌پردازند (۶).

تبلیغات مذهبی، کارهای عام‌المنفعه، تبلیغ برای جمع‌آوری اعانات، ایجاد مدارس توسط اشخاص خیر و تبلیغ برای اهدای کلیه، خون و...، تبلیغ خدمات غیرانتفاعی یا بشردوستانه قلمداد می‌شود. به کارگیری روش‌های فعال و پویای تبلیغات، از جمله فراهم‌سازی بسترهای لازم برای احساس درگیری یا مشارکت افراد با جمعیت هلال‌احمر می‌تواند مشوق وفاداری اعضا و توصیه‌های مثبت آنها به دیگران باشد (۷).

همچنین عوامل روابط انسانی، تشویق مادی، تشویق غیرمادی، فرهنگ سازمانی، ایمنی و بهداشت و آموزش در ماندگاری و ادامه همکاری گروه‌های داوطلبان، جوانان و امدادی در جمعیت هلال‌احمر نقش دارد. به‌طوریکه نتایج این مطالعه نشان

داده‌است، مهم‌ترین عوامل در ماندگاری و ادامه همکاری گروه‌های داوطلبان، جوانان و امدادی در جمعیت هلال‌احمر، به ترتیب ایمنی و بهداشت، روابط انسانی، فرهنگ سازمانی، تشویق غیرمادی، آموزش و تشویق مادی می‌باشند. البته بررسی‌ها نشان داد بین زنان و مردان در متغیرهای عوامل روابط انسانی، تشویق مادی، تشویق غیرمادی، فرهنگ سازمانی، ایمنی و بهداشت و آموزش تفاوت معنی‌داری مشاهده نشده‌است (۸،۹).

روابط انسانی از نظر مفهوم‌شناسی به معنای ایجاد مناسبات انسانی سالم، به منظور ارتقای رضایت خاطر و نیرومندکردن روحیه افراد و ایجاد اشتراک مساعی بیشتر انسان‌ها می‌باشد، روابط انسانی در مدیریت، شریان حیات مدیریت و قلب تپنده سازمان است. دانش روابط انسانی با ایجاد محیط سالم، منجر به ایجاد نشاط و آرامش با بیشترین بازدهی و کمترین هزینه می‌گردد (۱۰).

اگر سازمان بتواند محیطی ایمن، بهداشتی و راحت برای کار فراهم آورد، ممکن است بر کامیابی در جذب و نگهداری نیروی کار واجد شرایط و مولد بیفزاید. جنبه‌های فیزیکی و اجتماعی-روانی محیط کار هر دو، بر ایمنی و بهداشت اثر می‌گذارد. هر یک از آنها خطرهای خاص خود را دربردارد، جنبه فیزیکی، باعث بیماری‌ها و سوانح، و جنبه اجتماعی-روانی سبب کیفیت نامطلوب زندگی شغلی و فشار روانی می‌شود. به‌طورمعمول، فقط محیط فیزیکی، کانون توجه اکثر مؤسسات و قوانین ایمنی و بهداشت بوده‌است. اما اکنون سازمان‌ها تأثیر

خطرهای اجتماعی-روانی کار را بر سلامتی و بهداشت به طور روز افزونی می‌پذیرند (۱۱).

رسیدن به اهداف به توانایی کارکنان در انجام وظایف محوله و انطباق با محیط متغیر بستگی دارد. اجرای آموزش و بهسازی نیروی انسانی سبب می‌شود تا افراد بتوانند متناسب با تغییرات سازمانی و محیط، به‌طور مؤثر فعالیت‌هایشان را ادامه داده و بر کارایی خود بیفزایند. نیروی انسانی کارا و توانا یکی از مهم‌ترین عوامل در رسیدن سازمان به اهدافش به حساب می‌آید، زیرا آموزش، نیروی انسانی را در درک و اجرای سیاست‌های سازمانی یاری می‌دهد و باعث پیوستگی و انسجام بین افراد سازمان می‌شود (۱۲).

همچنین وقتی در سازمانی مشارکت وجود داشته باشد، تمام کارکنان وجود خود را محترم، با ارزش و کارساز یافته، خود را در سرنوشت سازمان سهیم دانسته و نسبت به سازمان تعهد پیدا می‌کنند. بنابراین

دخالت و مشارکت کارکنان در تصمیم‌گیری‌های سازمان و بکارگیری نظرهای آنان در عمل، باعث افزایش حس مسئولیت‌پذیری و تعهد در قبال تصمیمات اتخاذ شده می‌گردد. از این رو، مدیران باید کارکنان را در پیشبرد امور سازمانی با توجه به صلاحیت و کارایی‌شان سهیم نموده و به نظرهای آنها در خصوص مسائل سازمانی احترام بگذارند، زیرا پیامد این امر افزایش تعهد کارکنان را در سازمان به دنبال خواهد داشت (۱۳).

نتیجه‌گیری

در مجموع نتایج نشان داده‌است، عوامل متعددی در جذب و نگهداری گروه‌های داوطلبان، جوانان و امدادی جمعیت هلال‌احمر نقش دارند. با توجه به میانگین سنی کشور و احتمال بروز حوادث طبیعی و غیرطبیعی، توجه به یافته‌های پژوهش می‌تواند مسئولین امر را در اتخاذ سیاست‌های مناسب در جذب و نگهداشت نیروها یاری کند.

References

1. Jalali, S. H, *Review factors to attract and retain human resources and provide appropriate solutions in Sewage treatment plant in Isfahan*, a master's thesis research institute affiliated to the Ministry of Energy Management, 2002. [In Persian]
2. Ghalee takie Rezai, Z. *Impact of ngos on women's political participation in the martyr Beheshti University*, Tehran, Iran M.Sc. Thesis, 2003. [In Persian]
3. Masoudi, O. *Advertising Magic and understanding of technology in teaching*, Research and Assessment, No. 29, Research Center of IRIB, 2002 [In Persian]
4. Sanei, A. *Evaluation of methods for attracting and keeping skilled manpower Flight operations in Iran*, Thesis (Administrative Sciences.) Management & business administration, Tehran University, 1996. [In Persian]
5. Radafshar, Z, Tshnyzi S H, Solati S, nadari N, Abdollahi M. *Motivational factors affecting retention of faculty members working in Hormozgan University of Medical Sciences*, 1986. [In Persian]
6. Shamsabadi Rafiee, Gh. *Barriers to attract and keep skilled labor in the plants (especially) power plants based in deprived areas and provide solutions to improve it*, Thesis (state management) Management and business administration. Tehran University, 1994. [In Persian]
7. Rahnavard F, Alamdari SH, Sadeghi Nickpei, N. *Identified factors attract and keep people volunteer groups to provide volunteer services in Red Crescent Society*, Journal of Rescue 2. 2010 [In Persian]
8. Rahmanpour, A. *Maintenance strategies, human resources, management of (Iran Management Association)*, 1990 (66). [In Persian]
9. Sargazy, HR. *Factors in attracting and keeping skilled manpower Reconstruction in the province*. MA Thesis, Islamic Azad University, Kerman Branch, Department of Literature and Humanities, 1997. [In Persian]
10. Ryazi, M. Mahdavi-Izadi, M. *Examine the absorption and retention of human resources in organizations*, 1999. [In Persian]
11. Myrspasy, N. *Strategic management, human resources and labor relations*, Tehran: Mir published twenty, 2002. [In Persian]
12. Patch, Christine. Roderick, Paul. Rosenberg, William, *Factors affecting the uptake of screening: a randomized controlled non-inferiority trial comparing a genotypic and a phenotypic strategy for screening for haemochromatosis*, Journal of Hepatology, July 2005, 1(43):149-155

Studying the effective factors of attracting and maintaining volunteers, youth and relief groups in Red Crescent society of Bushehr province

Ali Pouladi Reishahri, PhD. in Psychology, Faculty member of Payam e Noor University of Bushehr

Corresponding author: Shahin Afsharpour, MA in Psychology, Education Bushehr

Email: shahinafsharpoor@gmail.com

Seyed Mousa Golestaneh, PhD in Psychology, Faculty member of Persian Gulf University, Bushehr

Shiva Rostami, MA in Education, Education of Bushehr

Mahmoud Mozafari, BA in Social Work, Red Crescent province

Abdolkarim Shabanzadeh, MA in Management, Red Crescent society of Bushehr province

Mohammad Rastegarpour, General practitioner, Red Crescent society of Bushehr province

Received: 2012-05-14

Accepted: 2013-02-19

Abstract

Background: Red Crescent and Red Cross national societies have duty to offer humanitarian services and support the needy people around the world. Red Crescent society helps the needy by organizing and utilizing the power of people who are willing to participate in the humanitarian purposes. This research studies the effective factors that attract and maintain volunteers, youth and relief groups in Red Crescent society of Bushehr province.

Methods: In this descriptive study, all volunteers, young and relief groups in Red Crescent society of Bushehr (7217) were studied. About 391 ones were selected in three groups of volunteers (104), youth (134), and relief (154) by using Korejci & Morgan's formula. By using one-stage cluster sampling, some townships of Bushehr province were selected such as Bushehr, Dashtestan, Dashti, Genaveh, Kangan, and Tangestan. Face validity of the questionnaire was examined by experts. Alpha Cronbach's was $r=0/86$ and $r=0/83$ in the first and second questionnaires respectively. The results indicated a high level of internal consistency among the questions.

Findings: According to the results, the most important factors on attracting people were such as advertising factors of influential people, street advertising, organizational support, social motivation, communication, media, intrinsic motivation and material encouragement. Also, the important factors in continuous cooperation were such as health and safety, human relations, organizational culture, material & immaterial encouragement and education.

Conclusion: Several factors are involved in attracting and keeping volunteers, youth and relief groups in Red Crescent society. Given the age average in the country and the risk of natural and unnatural disasters, authorities is recommended to pay attention to the research findings in order to adopt appropriate polices to attract and maintain all groups in Red Crescent society.

Keywords: Red Crescent society, attract and cooperation, maintenance, manpower