

بررسی عوامل مؤثر در جذب و ماندگاری داوطلبان جمعیت هلال احمر استان خراسان رضوی^۱

زهرا بستان^۱، حامد بخشی^۲

۱. نویسنده مسئول: عضو پژوهشی جهاد دانشگاهی مشهد، دانشجوی دکتری جامعه‌شناسی اقتصادی و توسعه دانشگاه فردوسی، مشهد، ایران
Email: Z.bostan7@gmail.com
۲. دانشیار گروه جامعه‌شناسی جهاد دانشگاهی مشهد، دکترای جامعه‌شناسی اقتصادی و توسعه، مشهد، ایران
دریافت: ۹۶/۴/۱۴ پذیرش: ۹۷/۲/۱۶

چکیده

مقدمه: اهمیت جذب و ماندگاری نیروی انسانی داوطلب و مشارکت‌های مردمی به اندازه‌ای است که همه تلاش‌ها و فعالیت‌های جمعیت هلال احمر متکی به آن تعریف شده است. در این نوشتار سعی شده است تا به بررسی عوامل مؤثر بر جذب و ماندگاری داوطلبان در جمعیت هلال احمر استان خراسان رضوی پرداخته شود.

روش: این تحقیق به روش پیمایش و به صورت مقطعی انجام شده است که طی آن ۳۵۰ نفر داوطلب عضو جمعیت هلال احمر خراسان رضوی پرسشنامه را تکمیل کردند. نمونه مورد بررسی به روش نمونه‌گیری طبقه‌ای از بین شعب مناطق برخوردار، نیمه‌برخوردار و نابرخوردار استان خراسان رضوی انتخاب شدند.

یافته‌ها: داوطلبان با هدف یادگیری و دانش‌اندوزی درباره ایمنی و کمک‌های اولیه جذب هلال احمر می‌شوند. برخورداری از مهارت‌های متناسب با فعالیت‌های هلال احمر، تبلیغات دهان به دهان از طریق دوستان و سایر اعضای خانواده و تبلیغات رسانه‌ای و محیطی به ترتیب اهمیت، از دیگر عوامل مؤثر در جذب داوطلبان قلمداد می‌شوند. همچنین رضایت از ماهیت و محتوای فعالیت، مهم‌ترین عامل ماندگاری اعضا بوده است. بدین معنا که هر چه فعالیتی که عضو انجام می‌دهد شادتر، شفاف‌تر (از نظر شرح وظایف) و متناسب با علایق وی باشد، احتمال ماندگاری وی را قوت می‌بخشد.

نتیجه‌گیری: تقویت انگیزه نیروی انسانی داوطلب یکی از روندهای کلیدی توسعه و مشارکت اجتماعی در جامعه می‌باشد، بنابراین لازم است تدابیری اندیشید تا این مهم به نحو مطلوبی تحقق یابد. بخش عمده‌ای از راهکارهای جذب و ماندگاری داوطلبان به ارتقا و بهبود آگاهی و شناخت اعضا از اهداف و فعالیت‌های جمعیت پیش و پس از عضویت بازمی‌گردد. در نتیجه شناخت صحیح است که انتظارات اعضا از جمعیت واقعی می‌شود. از طرف دیگر جمعیت هلال احمر با برنامه‌ریزی صحیح فعالیت‌ها قادر است از تمایلات مشارکت‌جویانه داوطلب به طور هدفمند و مداوم در جهت اهداف خود بهره‌مند شود.

کلمات کلیدی: جذب، ماندگاری، داوطلبان،

جمعیت هلال احمر خراسان رضوی

^۱ این مقاله برگرفته از طرح پژوهشی مورد حمایت جمعیت هلال احمر خراسان رضوی انجام شده است.

مقدمه

نیاز به خدمات داوطلبانه در سال‌های اخیر از اهمیت به‌سزایی در جامعه برخوردارست، زیرا سازمان‌ها و مؤسسات ارائه‌دهنده خدمات اجتماعی بدون داوطلبان تربیت‌شده فقط قادر به انجام دادن حداقل برنامه‌های خود هستند، ولی با کمک داوطلبان می‌توانند برنامه‌های خود را از نظر کمی و کیفی گسترش داده و به مردم بیشتری خدمت کنند. بنابراین تشویق همه اقشار جامعه به‌خصوص جوانان برای انجام خدمات داوطلبانه ضروری است.

در این میان، نیروی انسانی داوطلب، یکی از ایفاکنندگان نقش‌های اصلی و بنیادین جمعیت هلال‌احمر به‌شمار می‌روند و شناسایی عوامل تأثیرگذار در جذب آنها می‌تواند موجبات مشارکت بیشتر اقشار جامعه را فراهم سازد. لذا بهره‌مندی بیشتر از خدمات داوطلبانه امدادگران به سازماندهی و سیاست‌گذاری‌های راهبردی نیاز دارد. جمعیت هلال‌احمر جمهوری اسلامی ایران، ظرفیت‌سازی فعالیت‌های داوطلبانه در جامعه را از جمله مهم‌ترین محورهای مأموریتی خود می‌داند. باید با جذب نیرو و سازماندهی و مشخص کردن وظایف و مأموریت‌ها، همواره آماده مقابله با حوادث احتمالی بود تا بتوان میزان آسیب‌دیدگی‌ها را به حداقل رساند.

داوطلبان، بخش عمده‌ای از نیروهای کارآمد و مؤثرند که جمعیت را در تحقق اهداف بشردوستانه خود یاری می‌رسانند. از آنجایی که دانش و تجربه آنان می‌تواند گامی اساسی برای نیل به آرمان‌های جمعیت هلال‌احمر باشد، باید راه‌هایی یافت تا بتوان این‌گونه افراد را بیشتر جذب و در این حوزه کاری

حفظ و از تجربیات‌شان استفاده کرد. بنابراین باید نسبت به عواملی که نقش تعیین‌کننده‌ای در جذب و ماندگاری نیروهای داوطلب دارند، شناخت حاصل کرد و این امر جز با بهره‌گیری از روش‌های علمی و شیوه‌های مطلوب محقق نخواهد شد. نهادهای امداد‌رسانی، باید درصدد راه‌هایی برآیند تا بتوانند مشارکت را به یک هنجار فرهنگی تبدیل کنند. به همین منظور سؤال اصلی نوشتار حاضر این است که چه عواملی بر جذب و ماندگاری داوطلبان در جمعیت هلال‌احمر خراسان رضوی تأثیرگذار است. بررسی سوابق تجربی موضوع مورد مطالعه نشان داد، تا کنون در خراسان رضوی تحقیقی مشابه با این موضوع انجام نشده است، اما تحقیقات متعددی در این راستا در کشور انجام شده است که هر یک به عواملی خاص در جذب و ماندگاری داوطلبان یا جوانان اشاره داشته‌اند که محققان در این پژوهش از یافته‌های آنان بهره‌مند شده‌اند. عواملی که در این مطالعات به عنوان عوامل مؤثر بر جذب و نگهداری داوطلبان شناخته شده‌اند عبارتند از تبلیغات افراد با نفوذ، تبلیغات خیابانی، حمایت سازمانی، انگیزه اجتماعی، ارتباط، رسانه، انگیزه درونی و تشویق مادی [۱ و ۲]، تنوع الگوهای جذب، پاداش حاصل از مشارکت، رضایت از عضویت [۳]، احساس عدم کارایی عضو، افزایش میزان آگاهی و اطلاعات عمومی نسبت به فرهنگ ایمنی و آمادگی [۴]، ابزارهای اطلاع‌رسانی و تشویقی، فعالیت‌های مورد علاقه [۴ و ۵] بیشترین تأثیر را در جذب افراد داشته‌اند.

اسمیت و شن (۲۰۰۲) تفاوت انجمن‌های داوطلبانه از حکومت، بنگاه‌های اقتصادی و خانواده‌ها را حس دگرخواهی داوطلبانه^۲ می‌دانند. [۹]

برخی از نظریه‌پردازان نشان دادند برای فهم دقیق روش‌ها، عوامل و راهکارهای جذب افراد به سوی داوطلبی، ابتدا باید انگیزه آنها بررسی شود. انگیزه داوطلب شدن پدیده‌ای چندبُعدی است.

کلاری و همکاران در بررسی ابعاد انگیزشی به عواملی چون «ارزش‌ها، شناخت، حرفه، پیشرفت، و حمایت» به عنوان عاملی محرک برای سوق افراد به فعالیت‌های داوطلبانه اشاره داشتند. افراد با دلایل خاص خود در نهضت‌های داوطلبی درگیر می‌شوند که انگیزه هر فرد با توجه به روحیات، خانواده، شرایط زندگی و محیط خود متفاوت است. برای جذب و به کارگیری داوطلبان باید از توقعات آنان باخبر بود تا بتوان مدیریت جذب نیرو را هدفمند ساخته و روی خواسته‌های آنان تمرکز کرد. [۱۰]

بولینگ^۳ (۲۰۰۵) به این نتیجه رسید که داوطلبی به کاهش تنش‌های ناشی از طول عمر کمک می‌کند. افراد در گروه‌های سنی خاص، انگیزش منحصر به فردی برای داوطلبی دارند. نوجوانان بیشتر به علت هویت داوطلب می‌شوند و افراد میانسال عامل تولید را عامل جذب به نهضت داوطلبی نشان دادند. افراد مسن نیز بیشتر به علت درستی و کمال داوطلب می‌شوند. [۱۱]

برای شناسایی عوامل ماندگاری داوطلبان، سنجش عوامل رضایتمندی که موجب حفظ داوطلبان و یکی

اینلف^۱ با بررسی فعالیت‌ها در انجمن‌های داوطلبانه نشان داد که زنان بیش از مردان در این فعالیت‌ها مشارکت می‌کنند و اصولاً انگیزه بیشتری برای کمک‌رسانی و عمل ایثارگرانه دارند. این تفاوت بیش از آنکه راجع به مقوله جنسیت باشد به میزان متفاوت «مشارکت در شبکه‌های اجتماعی مذهبی»، «میزان اعتماد اجتماعی»، میزان تحصیلات و درآمد ربط دارد. [۶]

جیمز و شارپ با بررسی فعالیت‌های داوطلبانه خیرخواهانه، نرخ بالای مشارکت در طبقه پایین را به گرایش‌های مذهبی آنها نسبت می‌دهند. [۷]

فعالیت‌های داوطلبانه فوایدی دوسویه دارد که جامعه و داوطلب هر دو از آن بهره‌مند می‌شوند. داوطلبان برای دستیابی به اهداف مشترک در کنار یکدیگر به فعالیت می‌پردازند و به نحوی موجب افزایش سرمایه اجتماعی در جامعه می‌شوند، بنابراین جامعه را به محیطی بهتر برای زندگی همگان تبدیل می‌کنند. داوطلبان، فعالیت‌های محوله را به خوبی انجام می‌دهند و به سازمان‌ها در انجام مأموریت‌هایشان کمک می‌کنند، بنابراین سرمایه بالقوه و گرانبهایی محسوب می‌شوند. توسعه نیروی کار داوطلبانه در زمینه‌های مختلف، ضرورت بررسی و ارزیابی آگاهی‌های موجود در حیطه فعالیت داوطلب را ایجاب می‌کند.

عضویت در انجمن‌های داوطلبانه یک امکان گروهی برای رشد شخصیت مدرن است که به فرد امکان عضویت داوطلبانه در گروه به منظور شرکت در فعالیت‌های اجتماعی مختلف را می‌دهد. [۸]

² voluntary altruism

³ Boling

¹ Einolf

از پیش‌بین‌کننده‌های ترک داوطلبی است، مورد بررسی و تجزیه و تحلیل قرار می‌گیرد.

هرزبرگ (۱۹۵۹) معتقد است عواملی همچون حق‌الزحمه‌ها، مزایا یا پاداش‌ها، امکانات و تسهیلات، شرایط فیزیکی جمعیت، سبک مدیریت در جمعیت و گروه که تحت عواملی بهداشتی از آن یاد کرده است تنها عواملی هستند که فقدان یا نقص در آن باعث نارضایتی فرد می‌شود، اما وجود آن لزوماً به معنای رضایت‌مندی داوطلب نمی‌شود. از طرفی دیگر، عواملی چون ماهیت فعالیتی که داوطلب در جمعیت انجام می‌دهد، میزان موفقیت وی در انجام آن، میزان هیجان و تنوع در فعالیت، میزان کسب شهرت و احترام به واسطه فعالیتی که داوطلب انجام می‌دهد بر رضایت وی تأثیر می‌گذارد و فقدان این دسته از عوامل که هرزبرگ آن را عوامل انگیزشی می‌خواند، موجب نارضایتی فرد می‌شود. [۱۲]

روش تحقیق

با توجه به اینکه هدف تحقیق حاضر، بررسی عوامل مؤثر بر جذب و ماندگاری داوطلبان در جمعیت هلال‌احمر بوده است از روش پیمایش استفاده شد. از آنجا که تحقیق در زمانی مشخص صورت گرفت، از نوع مقطعی است. با توجه به تقسیم‌بندی تحقیقات علمی از نظر هدف، تحقیق حاضر از نوع کاربردی و به لحاظ معیار وسعت از نوع پهنانگر است. جامعه آماری این تحقیق را کلیه داوطلبان جمعیت هلال‌احمر استان خراسان رضوی تشکیل می‌دهند. در مجموع ۳۵۰ نفر از اعضای داوطلب به عنوان نمونه انتخاب شدند. در تخصیص حجم نمونه از روش نمونه‌گیری طبقه‌ای متناسب با حجم

استفاده شده است، بدین ترتیب که از بین شعب استان خراسان رضوی، شعبه مشهد، تربت حیدریه و سبزوار (به عنوان شعب درجه یک یا برحسب تقسیم‌بندی جمعیت هلال‌احمر مناطق برخوردار)، شعب قوچان، نیشابور و کاشمر (به عنوان شعب درجه دو یا مناطق نیمه‌برخوردار) و شعب سرخس، جوین، تایباد (به عنوان شعب درجه سه یا مناطق نابرخوردار) انتخاب شدند. با مشخص شدن جمعیت اعضای هر شهرستان، سهم نمونه متناسب با تعداد اعضای آن شعبه انتخاب شد و در نهایت افراد نمونه در هر شهرستان برحسب فهرست اعضای داوطلب، به روش تصادفی سیستماتیک انتخاب شدند.

در این پژوهش عوامل تأثیرگذار بر جذب داوطلبان در قالب متغیرهایی چون نوع انگیزه‌های افراد، نوع و میزان تبلیغات جمعیت، میزان اوقات فراغت فرد، میزان برخورداری فرد از توانمندی و مهارت لازم، میزان شناخت و آگاهی فرد از جمعیت، نقش خانواده و دوستان، نوع فعالیت مورد علاقه در جمعیت، نوع گروه مورد علاقه در جمعیت بررسی شد. در این تحقیق، ماندگاری اعضا برحسب دفعات شرکت در فعالیت‌های جمعیت هلال‌احمر در طی ماه سنجیده شد. عوامل مؤثر بر ماندگاری داوطلبان با متغیرهای چون میزان استفاده از توانمندی فرد در جمعیت، نحوه فعالیت فرد در جمعیت، سابقه عضویت فرد، میزان رضایت از جمعیت، هویت سازمانی و میزان تعهد نسبت به جمعیت سنجیده شد. عمده سئوالات با مقیاس لیکرت اندازه‌گیری و روایی صوری پرسشنامه نیز توسط تعدادی از صاحب‌نظران و پژوهشگران بررسی شد. ضریب آلفای کرونباخ به طور جداگانه برای هر شاخص

همایش، ۱۳ درصد بروشور، ۶ درصد وب‌سایت جمعیت و ۵ درصد فعالیت‌های هلال‌احمر (مانند فعالیت‌های ورزشی و مسابقات، برنامه‌های اجرایی سطح شهر) را مؤثر دانستند.

از دیگر عوامل مؤثر در جذب افراد، برگزاری برنامه‌های مورد علاقه برای اعضاست. فعالیت‌هایی مانند کمک به آسیب‌دیدگان، آموزش کمک‌های اولیه، کمک به محرومان و نیازمندان و اردوها به ترتیب بیش از سایر فعالیت‌ها، مورد علاقه داوطلبان بودند.

شناسایی انگیزه افراد یکی از مهم‌ترین عوامل جذب در گروه‌ها و فعالیت‌های داوطلبانه است. (جدول شماره ۱) مهم‌ترین انگیزه داوطلبان برای عضویت در جمعیت هلال‌احمر، شرکت در کلاس‌های آموزش کمک‌های اولیه (۷۹/۶) و افزایش آگاهی و اطلاعات عمومی نسبت به فرهنگ ایمنی (۷۷/۲) است. بنابراین داوطلبان با هدف یادگیری و دانش‌اندوزی درباره ایمنی جذب هلال‌احمر می‌شوند. سپس انگیزه‌های دیگری چون کمک به افراد مستمند و محروم (۷۴/۹)، کمک به افراد آسیب‌دیده (۷۴/۲) و انگیزه عضویت داوطلبان بوده است. کسب درآمد یا به‌دست آوردن فرصت شغلی^۱ (۴۰/۵) در عضویت پاسخگویان کمترین اهمیت را داشته است.

بررسی شد. بدین معنا که ضریب آلفای شاخص تعهد سازمانی، رضایت از گروه، رضایت از سیستم پاداش‌دهی، رضایت از برنامه‌ریزی سازمانی، رضایت از ماهیت و محتوای فعالیت و رضایت از روابط درون سازمانی به ترتیب ۰/۹۲، ۰/۷۵، ۰/۶۸، ۰/۶۶، ۰/۶۴ و ۰/۶۳ بوده است.

یافته‌های تحقیق

در یافته‌های به‌دست آمده، ۵۰ درصد نمونه‌های مورد بررسی را زنان و ۵۰ درصد مردان تشکیل دادند. به لحاظ سنی، ۳۸ درصد از افراد مورد بررسی بین ۲۰ تا ۳۰ سال و ۳۲ درصد ۳۰ تا ۴۰ ساله بودند. ۶۳ درصد پاسخگویان متأهل و ۳۷ درصد مجرد بودند. و اکثریت تحصیلاتشان در حد دیپلم (۳۲ درصد) و لیسانس (۳۱ درصد) بود. ۶۷ درصد داوطلبان تا حد زیاد به امور دینی پایبند بودند. از نظر سابقه عضویت، ۳۵ درصد پاسخگویان بین ۱ تا ۴ سال، ۳۰ درصد بین ۵ تا ۸ سال و ۳۵ درصد ۹ سال و بیشتر از آن عضو جمعیت هلال‌احمر بوده‌اند. از نظر عضویت فرد در سایر گروه‌های داوطلبانه، حدود ۷۲ درصد از اعضای مورد بررسی عضو بسیج بودند، ۱۱ درصد تجربه عضویت در انجمن اسلامی را داشتند و ۱۴ درصد نیز عضو خیریه بوده‌اند.

۴۸ درصد پاسخگویان از طریق دوستان خود با جمعیت هلال‌احمر، ۱۷ درصد اعضا نیز به‌واسطه سایر اعضای خانواده خود و ۱۳ درصد با پیگیری و علاقه شخصی با جمعیت آشنا شدند. بنابراین دوستان و خانواده، مشوقان اصلی افراد برای عضویت در جمعیت بودند. از بین رسانه‌های تبلیغاتی در جذب اعضا، ۴۶ درصد داوطلبان نقش تلویزیون را مؤثرتر دانستند، ۳۰ درصد برگزاری

^۱ هلال‌احمر برای فعالیت‌هایی چون کمپ‌های نروزی (برای امداد و راهنمایی مسافران) حق‌الزحمه پرداخت می‌کند که این امر انگیزه عضویت برخی از افراد بوده است.

جدول شماره ۱: انگیزه‌های داوطلبان از عضویت در جمعیت هلال‌احمر

انواع انگیزه	میانگین (بین ۰ تا ۱۰۰)
شرکت در کلاس‌های آموزش کمک‌های اولیه	۷۹/۶
بالا بردن میزان آگاهی نسبت به فرهنگ ایمنی	۷۷/۲
اعتقاد به آسیب‌پذیری کشور در مقابل سوانح	۷۵/۳
کمک به افراد مستمند و محروم	۷۴/۹
کمک به افراد آسیب‌دیده در سوانح یا حوادث	۷۴/۲
هیجان فعالیت‌های امدادی	۶۹/۹
مشاهده یا تجربه یک فاجعه یا حادثه	۶۷/۱
ارتباط با افراد هم‌سن و سال خودم	۶۶/۵
کسب درآمد یا فرصت شغلی در آینده	۴۰/۵

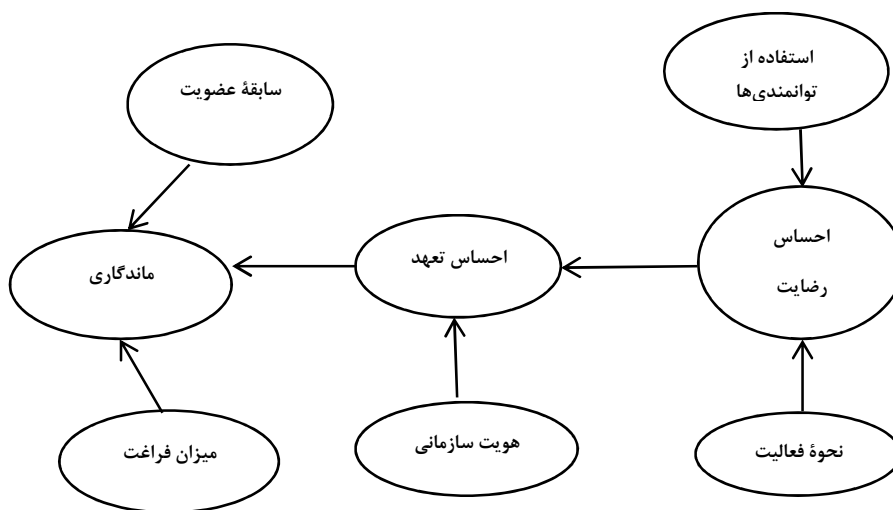
جدول شماره ۱: توصیف عوامل مؤثر بر ماندگاری

گویه‌ها	کم (درصد)	متوسط (درصد)	زیاد (درصد)
هویت سازمان	۲۹/۳	۱۵/۵	۵۵/۲
	۲۶/۴	۱۳/۵	۶۰/۱
استفاده از توانمندی اعضا	۲/۴۶	۲۵/۶	۲۸/۲
تعهد سازمانی اعضا	۲۲/۷	۱۶	۶۱/۳
	۲۵/۳	۸/۸	۶۵/۹
	۲۲/۷	۱۹/۴	۵۷/۹

جدول شماره ۲: میزان رضایت داوطلبان از جمعیت هلال‌احمر

ابعاد رضایت	گویه‌ها	زیاد (درصد)	متوسط (درصد)	کم (درصد)	میانگین (بازه ۰ تا ۱۰۰)
رضایت از روابط سازمانی	میزان صمیمانه بودن برخورد کارکنان	۴۴/۹	۳۰	۲۵	۵۸
	میزان صمیمت و نحوه برخورد سرگروه	۴۸/۱	۲۷	۲۴/۹	
	میزان صمیمانه بودن برخورد اعضای گروه	۴۶/۹	۲۹/۸	۲۳/۳	
رضایت از گروه	تعداد برنامه‌ها در گروه	۲۲/۸	۳۲/۸	۴۴/۵	۵۶
	استفاده سرگروه از نظر اعضای گروه در تصمیم‌گیری‌ها	۴۴/۳	۲۹/۴	۲۶/۳	
	میزان برنامه‌ریزی و انسجام برنامه‌های گروه	۳۶/۹	۲۹/۳	۲۳/۸	
نظم سازمانی	میزان مشارکت در تصمیم‌های گروه	۳۱/۹	۲۵/۶	۴۲/۵	۵۴
	برنامه‌ریزی و سازماندهی دقیق برنامه‌های جمعیت	۳۸/۵	۳۵/۵	۲۵/۹	
	اطلاع‌رسانی مناسب برنامه‌ها به اعضا دست و پاگیر بودن مقررات جمعیت	۳۸/۹	۳۲/۲	۲۸/۹	
رضایت از ماهیت فعالیت خود	میزان تکراری و کسل‌کننده بودن فعالیت‌ها	۱۶/۹	۳۴/۲	۴۸/۸	۵۱
	میزان تناسب فعالیت فرد با علائق وی	۳۸/۷	۳۵/۸	۲۵/۶	
	میزان شادابی و نشاط در فعالیت‌های سازمان	۳۷/۳	۳۴/۶	۲۸/۱	
وضعیت ساختمان	میزان شغاف بودن وظایف برای فرد	۲۹/۶	۳۴/۴	۳۶	۵۰
	میزان مناسب بودن ساختمان برای فعالیت‌ها	۳۴	۳۲/۷	۳۳/۳	
	میزان تقدیر از افراد شایسته گروه	۳۳	۲۹/۴	۳۷/۶	
رضایت از سیستم پاداش‌دهی	عدم تقدیر از فرد	۴۱/۱	۳۰/۸	۲۸/۱	۵۰
	وجود فرصت مساوی برای ارتقا و پیشرفت اعضا	۳۲/۸	۳۱/۵	۳۵/۶	
	دعوت از افراد فعال در برنامه‌های تشویقی	۴۲	۳۰/۸	۲۷/۲	

	۴۵/۳	۲۰/۷	۳۴	پارتنری بازی در ارتقای اعضا	
	۴۷/۷	۳۲/۶	۱۹/۸	میزان عادلانه بودن حق الزحمه‌ها	
۳۷	۴۷/۶	۳۱/۷	۲۰/۸	میزان به موقع پرداخته شدن حق الزحمه‌ها	
	۵۰/۶	۲۲/۹	۲۶/۵	کم بودن حق الزحمه‌ها	



شکل شماره ۱: مدل نظری عوامل مؤثر بر ماندگاری داوطلبان

جدول شماره ۴: نتایج تحلیل رگرسیون عوامل مؤثر بر ماندگاری داوطلبان

سطح معناداری	t	ضرایب استاندارد نشده		مدل رگرسیون
		ضرایب استاندارد شده	ضریب تأثیر	
۰/۱۰۹	۱/۶۰۸		۲/۶۷۳	مقدار ثابت
۰/۰۰۲	۳/۱۳۷	۰/۱۶۷	۰/۰۲۱	ساعات فراغت
۰/۱۶۷	۱/۳۸۴	۰/۰۷۵	۰/۶۷۱	جنسیت
۰/۸۹۹	۰/۱۲۷	۰/۰۰۸	۰/۰۴۹	سن
۰/۱۸۰	۱/۳۴۴	۰/۰۸۷	۰/۸۳۸	وضعیت تأهل
۰/۲۳۳	-۱/۱۹۴	-۰/۰۶۳	۰/۳۰۲	میزان تحصیلات عضو
۰/۰۳۸	۲/۰۸۴	۰/۱۲۰	۰/۰۹۵	سابقه عضویت
۰/۱۲۹	۱/۵۲۰	۰/۱۰۸	۰/۴۲۳	شاخص تعهد به جمعیت
۰/۲۳۸	۱/۱۸۲	۰/۰۶۳	۰/۵۳۹	نحوه فعالیت در جمعیت (نوع همراه فرد)
۰/۸۱۰	۰/۲۴۰	۰/۰۱۹	۰/۴۷۸	شاخص صمیمیت روابط سازمانی
۰/۰۰۰	۴/۲۹۸	۰/۳۲۹	۰/۵۲۷	رضایت از ماهیت فعالیت
۰/۲۱۳	۱/۲۴۸	۰/۰۹۴	۰/۴۹۹	شاخص رضایت از گروه عضویت
۰/۰۳۶	۲/۱۰۱	۰/۱۲۴	۰/۳۲۹	شاخص رضایت از حق الزحمه‌ها
۰/۰۲۸	۲/۲۱۰	۰/۱۶۷	۰/۴۹۷	شاخص رضایت از پاداش
۰/۸۸۴	۰/۱۴۶	۰/۰۱۱	۰/۴۸۴	شاخص رضایت از نظم سازمانی
۰/۶۲۹	۰/۴۸۳	۰/۰۲۸	۰/۲۵۰	میزان استفاده از توانایی‌های فرد در جمعیت

از دیگر عوامل مؤثر در جذب اعضا بهره‌مندی فرد از مهارت‌های مورد نیاز جمعیت یا احساس توانمندی است. ۴۰ درصد پاسخگویان بر این اعتقادند که از مهارت‌های لازم برای فعالیت در جمعیت تا حد زیادی برخوردارند، ۳۵ درصد معتقدند تا حدی دارای توانایی و مهارت لازم هستند و ۲۶ درصد معتقدند که از مهارت لازم چندان برخوردار نیستند. اگرچه جمعیت هلال‌احمر در هنگام عضویت مهارت‌های افراد را جویا می‌شود، اما در نتیجه نبود ارتباط مداوم با داوطلب و فقدان برنامه‌ریزی صحیح برای استفاده از آن، بخش زیادی از داوطلبان را برای فعالیت سرگردان باقی می‌گذارد. آگاهی صحیح از اهداف، وظایف و فعالیت‌های جمعیت هلال‌احمر یکی از عوامل تأثیرگذار بر جذب اعضا است. یافته‌ها نشان می‌دهد که ۳۲ درصد داوطلبان میزان آگاهی‌شان از اهداف و وظایف جمعیت تا حد زیاد، ۴۲ درصد متوسط و ۲۶ درصد نیز در حد کم بوده است.

در بخش دیگری از تحقیق به عوامل مؤثر بر ماندگاری داوطلبان در هلال‌احمر پرداخته شده است. در این نوشتار عوامل مؤثر بر ماندگاری داوطلبان در قالب متغیرهایی چون میزان بهره‌گیری جمعیت از توانایی و مهارت‌های آنان، نحوه فعالیت فرد در جمعیت (نوع همراهان)، میزان رضایت از جمعیت، میزان تعهد به جمعیت و میزان هویت سازمانی سنجیده شده است. یافته‌ها بیانگر آن است که ۲۸ درصد داوطلبان اذعان داشته‌اند که از توانایی‌های فردی آنان در جمعیت تا حد زیادی استفاده شده است، درحالی‌که ۲۶ درصد

معتقدند که تا حدودی از توانایی‌های آنان استفاده شده است و ۲۴ درصد نیز بر این اعتقادند که جمعیت اصلاً یا در حد کم از توانمندی‌های آنان استفاده کرده است. ۲۲ درصد نیز بر این باورند که جمعیت از توانایی‌های فردی آنان اصلاً استفاده نکرده است. بررسی میزان اوقات فراغت اعضا نشان داد که بیشتر آنها یعنی ۴۲ درصد داوطلبان کمتر از ۵ ساعت در هفته وقت فراغت داشته‌اند. ۲۴ درصد بین ۵ تا ۱۰ ساعت و ۳۵ درصد داوطلبان بیش از ۱۰ ساعت در هفته وقت فراغت دارند. نحوه فعالیت اعضا بر حسب نوع همراهان بررسی شد، بدین ترتیب که ۴۲ درصد از اعضا به همراه حداقل یکی از دوستان خود در برنامه‌های هلال‌احمر شرکت می‌کنند. ۴۶ درصد به تنهایی و ۱۲ درصد به همراه یکی از اعضای خانواده خود در برنامه‌های هلال‌احمر مشارکت می‌کنند.

از نظر میزان احساس تعهد داوطلبان نسبت به جمعیت هلال‌احمر، ۶۴ درصد داوطلبان میزان تعهدشان در حد زیاد، ۱۲ درصد داوطلبان در حد متوسط و ۲۴ درصد در حد کم بوده است. چنان‌که ۶۱ درصد از داوطلبان به عضویت خود در هلال‌احمر افتخار می‌کنند. ۶۶ درصد داوطلبان با این گویه که «به ارزش‌ها و اصول جمعیت پایبندم» موافق بوده‌اند. ۵۸ درصد داوطلبان تمایل زیادی به ادامه فعالیت در جمعیت هلال‌احمر داشته‌اند. همچنین ۵۷ درصد داوطلبان باز هم حاضرند هلال‌احمر را به عنوان یک فعالیت داوطلبانه انتخاب کنند. (جدول شماره ۲)

رضایت داوطلبان از جمعیت هلال احمر، در قالب رضایت از روابط دورن سازمانی، گروه عضویت، ماهیت فعالیت‌شان در جمعیت، نظم سازمانی و ... سنجیده شده است. مقایسه مقادیر میانگین نشان داد که بیشترین میزان رضایت داوطلبان از روابط دورن سازمانی (روابط با کارکنان، سرگروه و با دیگر اعضا) بود و پس از آن رضایت از گروه عضویت بوده است (چرا که هر یک از افراد در گروه خاصی در جمعیت عضو می‌شوند که دارای تقسیم کار و فعالیت مشخص است و افراد هر گروه تعاملات بیشتری با اعضای خود دارد). کمترین میزان رضایت داوطلبان از حق الزحمه‌های پرداختی بوده است. در مجموع رضایت کلی از جمعیت ۵۱ درصد و در حد متوسط بوده است. (جدول شماره ۳)

به‌علاوه نمونه مورد بررسی برحسب دفعات شرکت در فعالیت‌های جمعیت در طی ماه، به اعضای غیرفعال، نیمه‌فعال و فعال تقسیم شدند. بدین ترتیب اعضای که در طی ماه در هیچ یک از برنامه‌های جمعیت مشارکت نداشتند جزو اعضای غیرفعال محسوب شده‌اند. اعضای که بین یک تا دو بار در ماه در فعالیت‌های جمعیت مشارکت دارند، نیمه‌فعال و اعضای که سه بار و بیش از آن در فعالیت‌های جمعیت مشارکت داشته‌اند، جزو اعضای فعال قرار گرفته‌اند. در بین نمونه مورد بررسی، ۳۸ درصد داوطلبان جزو اعضای فعال، ۲۸ درصد نیمه‌فعال و ۳۴ درصد نیز جزو اعضای غیرفعال بوده‌اند.

تمامی اعضای غیرفعال، نیمه‌فعال و فعال میزان رضایت‌شان از جمعیت متوسط رو به بالاست. همچنین داوطلبان غیرفعال بر این اعتقادند که چندان از توانایی‌های آنها در جمعیت بهره گرفته نمی‌شود.

داوطلبان نیمه‌فعال معتقدند در حد متوسط از توانایی‌های آنها استفاده شده است. داوطلبان فعال نیز بیان کردند که از توانایی‌های آنها در حد متوسط رو به بالا در جمعیت استفاده شده است.

بررسی نتایج تحلیلی نیز از این قرار است:

- بین سن داوطلبان و میزان ماندگاری آنان رابطه منفی وجود دارد، لذا هر چه سن داوطلبان کمتر باشد، میزان ماندگاری آنان در جمعیت بیشتر می‌باشد.^۱

- بین وضعیت تأهل داوطلبان و میزان ماندگاری آنان در جمعیت رابطه وجود دارد. تفاوت میانگین میزان ماندگاری بین متأهل‌ها و مجردها حاکی از آن است که میزان ماندگاری داوطلبان مجرد بیش از داوطلبان متأهل است.

- همچنین بین میزان تحصیلات داوطلبان و میزان ماندگاری آنان در جمعیت رابطه معناداری وجود دارد. تفاوت میانگین میزان ماندگاری بین سطوح مختلف تحصیلی نشان می‌دهد که میزان ماندگاری در بین اعضای با تحصیلات دیپلم و فوق دیپلم بیش از سایر سطوح تحصیلی است.

- بین میزان استفاده از توانایی‌های داوطلبان و میزان ماندگاری آنان در جمعیت رابطه مثبت معناداری وجود دارد. بدین معنا که هر چه میزان استفاده از توانایی‌ها بیشتر باشد، میزان ماندگاری آنان در جمعیت بیشتر خواهد بود.

- بین نوع همراه (دوستان، خانواده یا به تنهایی) داوطلبان در برنامه‌ها و میزان ماندگاری آنها در

^۱ لازم به ذکر است که در روابط همبستگی و روابط علی، متغیر میزان ماندگاری به صورت متغیر نسبی (برحسب دفعات مشارکت در ماه) محاسبه شده است.

عضویت فرد ۰/۱۲ است. همچنین مقدار ضریب تأثیر متغیر میزان رضایت از ماهیت فعالیت در جمعیت ۰/۳۲۹ است. میزان تأثیر متغیر رضایت از حق الزحمه‌ها ۰/۱۲۴ و مقدار ضریب تأثیر متغیر رضایت از پاداش ۰/۱۶۷ است. سایر متغیرها رابطه معناداری نداشتند.

- بدین معنی که هرچه میزان سابقه عضویت فرد بیشتر باشد، میزان ماندگاری آنان در جمعیت بیشتر خواهد بود.

- هرچه میزان اوقات فراغت اعضا بیشتر باشد، میزان ماندگاری آنان در جمعیت بیشتر خواهد بود.

- هر چه میزان رضایت فرد از ماهیت فعالیت خود در جمعیت بیشتر باشد، میزان ماندگاری آنان در جمعیت بیشتر خواهد بود.

- هرچه میزان رضایت اعضا از پاداش دهی جمعیت بیشتر باشد، میزان ماندگاری آنان در جمعیت بیشتر خواهد بود.

- هر چه میزان رضایت اعضا از حق الزحمه‌های جمعیت بیشتر باشد، میزان ماندگاری آنان در جمعیت بیشتر خواهد بود.

- و اینکه مقدار ضریب تأثیر متغیر میزان رضایت از ماهیت فعالیت بیش از سایر متغیرها بوده است.

بحث و نتیجه‌گیری

انگیزه اصلی داوطلبان از عضویت در جمعیت، شرکت در کلاس‌های آموزش کمک‌های اولیه و افزایش اطلاعات در مورد فرهنگ ایمنی است. لازم به ذکر است که کلاس‌های کمک‌های اولیه به صورت رایگان برگزار می‌شود و در حقیقت افراد به خاطر دریافت خدمات رایگان به جمعیت ورود پیدا

جمعیت رابطه معناداری وجود دارد. تفاوت میانگین بین گونه‌های مختلف حضور در برنامه‌ها (به همراه دوستان، خانواده یا به تنهایی) داوطلبانی که به همراه دوستان خود در برنامه‌های جمعیت شرکت می‌کنند، میزان ماندگاری بیشتری دارند.

- همچنین بین میزان اوقات فراغت داوطلبان و میزان ماندگاری آنان در جمعیت رابطه مثبتی وجود دارد. هر چه میزان اوقات فراغت داوطلبان بیشتر باشد، میزان ماندگاری آنان در جمعیت نیز بیشتر است.

- بین میزان رضایت داوطلبان از گروه عضویت خود، رضایت از ماهیت فعالیت خود در جمعیت و میزان ماندگاری آنان رابطه مثبت و معنادار وجود دارد، بدین معنا که هر چه افراد از نوع فعالیتی که در جمعیت انجام می‌دهند و از گروهی که در آن عضو هستند، رضایت بیشتری داشته باشند، میزان ماندگاری آنان در جمعیت بیشتر است.

- بین میزان رضایت داوطلبان از جمعیت و میزان تعهد آنان به جمعیت هلال‌احمر رابطه مثبت و معناداری وجود دارد، بدین معنا که هر چه میزان رضایت داوطلبان از جمعیت بیشتر باشد، میزان تعهد آنان نسبت به جمعیت بیشتر است. ضرایب تأثیر رگرسیونی نیز نشان داده است که از بین متغیرهای مورد بررسی، ۵ متغیر میزان ساعات فراغت و سابقه عضویت، میزان رضایت از ماهیت فعالیت در جمعیت، میزان رضایت از پاداش و حق الزحمه‌ها در ماندگاری داوطلبان در جمعیت تأثیر مثبت و معناداری دارند. (جدول شماره ۴)

مقدار ضریب تأثیر استاندارد شده متغیر میزان اوقات فراغت ۰/۱۶۷ است، مقدار ضریب تأثیر متغیر سابقه

می‌کنند، لذا برای داوطلبان بعد آموزشی هلال‌احمر از بعد فعالیت داوطلبانه و خیرخواهانه آن اهمیت بیشتری دارد. بنابراین گسترش کلاس‌های کمک‌های اولیه، فضای مناسبی برای جذب اعضای واقعی فراهم می‌آورد (نه کسانی که برحسب اتفاق فرم‌های عضویت در اختیارشان قرار می‌گیرد). ارائه نمایش‌های عینی از فعالیت‌های جمعیت در نهادهای مختلف مانند برگزاری مانور در مدارس، دانشگاه‌ها، ادارات و... به لحاظ تبلیغاتی فضای مناسبی برای جذب اعضا به شیوه آگاهانه و داوطلبانه فراهم می‌آورد.

نتایج بیانگر آن است که داوطلبان اغلب کسانی هستند که روحیه مشارکت‌جویانه‌ای داشته و در دیگر نهادها و انجمن‌های داوطلبانه به‌ویژه بسیج نیز عضو هستند. حضور در پایگاه‌های بسیج و تبلیغ اهداف و برنامه‌های جمعیت به اعضای بسیج می‌تواند در جذب اعضای فعال و مشارکت‌طلب مؤثر واقع شود (البته برخی از فعالیت‌های جمعیت هلال‌احمر و بسیج به نوعی موازی کاری است و به‌طور کلی مزایا و تسهیلات عضویت در بسیج بیش از جمعیت هلال‌احمر است. بدین ترتیب انتظار آن نمی‌رود که میزان ماندگاری اعضا در جمعیت هلال‌احمر مانند بسیج باشد).

مصاحبه‌های انجام شده با اعضا و مسئولان و بررسی آمار اعضا در شعب مختلف مورد بررسی نشان داد که در جذب تعداد اعضای مورد نیاز در جمعیت مشکلی وجود ندارد، بلکه مشکل اصلی در شیوه و نحوه عضوگیری است که به نوعی ماندگاری اعضا را نیز تحت‌الشعاع قرار می‌دهد. به عنوان مثال، در مناسبتهای مختلف در کنار سایر فعالیت‌ها،

فرم‌های عضویت بدون هدف و بدون ارائه توضیحات لازم بین افراد توزیع می‌شود یا ادارات و سازمان‌های مختلف، گروهی از کارکنان خود را به عضویت هلال‌احمر در می‌آورند، در حالی که عضو از عضویت خود اطلاعی ندارد. حال آن‌که شیوه مناسب برای جذب و لازمه ماندگاری اعضا در جمعیت، عضویت به صورت آگاهانه است. کلاس‌های آموزش کمک‌های اولیه فرصت مناسبی است برای آشنایی بیشتر اعضا با جمعیت، اهداف و وظایف جمعیت هلال‌احمر که پس از آن افراد می‌توانند با شناخت و آگاهی کافی و تمایل به عضویت درآیند. یافته‌ها نیز مؤید این حقیقت است که بیش از نیمی از نمونه‌های مورد بررسی میزان آگاهی‌شان از اهداف و فعالیت‌های جمعیت هلال‌احمر در حد متوسط و کمتر از آن است.

نکته مهم در جذب و ماندگاری اعضا استفاده از حلقه‌های دوستی و تنظیم برنامه‌ها در غالب این‌گونه روابط است که می‌تواند پتانسیل مناسبی برای جلب همکاری اعضا داشته باشد. روابط اجتماعی و پیوستگی اجتماعی اعضا در قالب شبکه‌های دوستی و خانوادگی نقش مهمی در جذب نیروهای داوطلب جدید خواهد داشت. چرا که افرادی که به طور اجتماعی تر و غیر رسمی تر به اجتماع خود پیوند خورده‌اند، بیشتر احتمال دارد که تمایل به مشارکت با یکدیگر در سازمان‌های رسمی و غیررسمی داشته باشند. [۱۳]

مصاحبه با برخی از اعضای جمعیت هلال‌احمر از جمله تجربه محقق در ۴ سال عضویتش در جمعیت، نشان داد که در طی دوره عضویت خود حتی یکبار برای شرکت در فعالیت‌ها دعوت نشده‌اند یا

فعالیت‌های آنان تاکنون به طور شایسته تقدیر نشده است، بلکه بر این باورند که فرصت برای پیشرفت و ارتقای اعضا به طور یکسان فراهم نیست. بررسی ضرایب تأثیر رگرسیونی نیز بیانگر آن است که ضریب تأثیر متغیر میزان رضایت از ماهیت فعالیت بیش از سایر متغیرها در ماندگاری اعضا مؤثر است، اما تکراری بودن محتوای فعالیت‌ها، سنخیت نداشتن آن با توانایی و علائق اعضا، موازی کاری با سایر سازمان‌ها (از جمله بسیج)، مشخص نبودن وظیفه و مسئولیت فرد در جمعیت سبب کاهش رضایت فرد از نوع فعالیت می‌شود و در نتیجه تمایل چندانی به ادامه فعالیت نخواهد داشت.

پیشنهادها

برای افزایش رضایت اعضا از ماهیت فعالیت خود باید برنامه‌ها و فعالیت‌های جمعیت از تنوع و شادابی لازم برخوردار بوده و جنبه عملی بودن آن ملموس باشد. در واقع، افراد انتظار دارند وظایف و نوع فعالیت مورد انتظار از آنان شفاف و مشخص باشد. نکته اساسی در نوع فعالیت‌های جمعیت هلال احمر از جمله شهرستان‌ها، بومی سازی فعالیت‌ها و تناسب آن با فرهنگ و مردم آن شهر و منطقه است و لزوماً براساس بخشنامه اجرا نگردد. تجربه محقق در این پژوهش نشان داد که دسترسی به دبیران کانون‌ها یکی از مشکلات عمده اعضاست. حتی ابتدایی ترین اطلاعات یعنی فهرستی منظم و به روز از اعضا در برخی شعب وجود ندارد^۱.

^۱ مشاهدات محقق حاکی از آن است که شعب مختلف استان خراسان رضوی فهرست کامل و منسجمی از همه اعضای خود (به جز در شعبه نیشابور) ندارند و مشخصات تمامی اعضا به صورت نرم افزاری موجود نیست. مشخصات اعضای که چندسالی از عضویت آنها گذشته فقط به شکل فرم‌های اولیه و دست‌نویس ثبت شده است.

برنامه‌های جمعیت به آنها اطلاع‌رسانی نشده است. باید گفت که لازمه فعالیت‌های داوطلبانه‌ای که به شکل رسمی و سازمانی انجام می‌شوند، این است که سازمان‌ها خود افراد را برای فعالیت فراخوانده و آنها را درگیر کنند، نه اینکه افراد دائم خود به سازمان مراجعه کنند و جویای برنامه‌ها شوند. نبود اطلاع‌رسانی منظم فعالیت‌ها و برنامه‌ها، در نهایت احساس عدم کارایی و غیرمفید بودن را در داوطلبان تشدید خواهد کرد. چنان که بخش قابل توجهی از داوطلبان نیز اذعان داشتند که جمعیت از توانایی‌های آنان استفاده نمی‌کند.

در بررسی عوامل ماندگاری، نتایج نیز نشان داد که داوطلبان از ماهیت فعالیت‌شان در جمعیت رضایت چندانی نداشته‌اند (ماهیت فعالیت در ابعاد مختلف از جمله تناسب آن با علائق فرد، میزان شفاف بودن فعالیت‌ها، میزان تکراری و کسل‌کننده بودن، میزان شادابی و نشاط در فعالیت‌ها سنجیده شده است). این نتیجه با نظریه هرزبرگ که معتقد است «اساسی‌ترین صفت در رضامندی آن است که کار یا فعالیت برای فرد مورد نظر از نظر شخصی جالب و معنی‌دار باشد» [۱۲] و خشنودی عضو، تابعی است از آن فعالیت یا محتوای فعالیتی که تلاش‌انگیز و محرک باشند. به اعتقاد هرزبرگ خشنودی از ماهیت فعالیت یکی از عوامل انگیزشی است که رضایت فرد را افزایش داده و نارضایتی را کاهش می‌دهد. برای فراهم آوردن موجبات انگیزش داوطلبان در جمعیت، باید روی مسأله پیشرفت، شناخت و کسب شهرت، ماهیت کار و مسئولیت و رشد تأکید کرد که اینها موجب می‌شوند فرد به پاداش‌های درونی دست یابد. بیشتر داوطلبان نه فقط معتقدند از

شناخت اعضا از اهداف و فعالیت‌های جمعیت پیش و پس از عضویت باز می‌گردد. در نتیجه شناخت صحیح است که انتظارات اعضا از جمعیت واقعی می‌شود و جمعیت هلال احمر نیز با برنامه‌ریزی صحیح فعالیت‌ها می‌تواند از تمایلات مشارکت‌جویانه داوطلب به طور هدفمند و مداوم در جهت اهداف خود بهره‌مند شود.

یکی از اقدامات جدی که باید در دستور کار شعب مختلف هلال احمر قرار گیرد، بررسی سالانه وضع اعضا و به‌روز کردن وضعیت فعالیت آنهاست. علاوه بر این جمعیت هلال احمر خراسان رضوی باید برای نظارت بر شعب و کانون‌ها برنامه‌ریزی جدی داشته باشد، زیرا نبود نظارت و اطلاع‌رسانی، برخی از کانون‌ها را به انحلال کشانده است.

پرواضح است بخش زیادی از راهکارها در جذب و ماندگاری داوطلبان به ارتقا و بهبود آگاهی و

References

1. Pouladi Rey Shahri, A, Afsharpour, Shahin et al, The study of effective factors in attracting and maintaining volunteer, youth, and relief groups of Red Crescent society of Bushehr province, Quarterly Journal of Rescue and Relief, 2012, Vol.5, Issue 1, pp.31-39.
2. Asadiyan, GH, Foroughi, Mohammad et al. The study of reduction causes of volunteers in Red Crescent society of Chaharmahal & Bakhtiari province, Quarterly Journal of Rescue and Relief, 2012, Vol 4, Issue 3. P.47-56
3. Safabakhsh, M. The factors influencing youth attracting to join in Red Crescent society (case study: Tehran metropolis). Quarterly Journal of Rescue & Relief, 2009, 1st Year, No.2. Pp.8-16.
4. Rahnavard, F, Sadeghi Nikpei, N, Alamdari, SH. Identification of effective factors in attracting and maintaining of volunteer groups in volunteer services in Red Crescent Society, Vol 1, Issue 2, pp.39-53.
5. Sepasi Moghaddam, H, Najafi, M, Pourmohammad, A. Investigating the interest of people in voluntary participation in some of the various activities of Red Crescent society, Quarterly Journal of Rescue and Relief, 2009, Vol.1, pp.35-40
6. Chalabi, M. The sociology of order, theoretical analysis of social order. Tehran: Ney Publishing. 1996
7. Einol C. J. Gender Differences in the Correlates of Volunteering and Charitable Giving. Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly, 2011, 1092- 1112.
8. James, R. N. & Sharpe D. L. The Nature and Causes of the U-Shaped Charitable Giving Profile. Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly, 2007, 219-238.
9. Smith, David. H & Shen Ce. The roots of civil society: a model of voluntary association prevalence applied to data on Larger Contemporary Nations International Journal of Comparative Sociology, 2002, Vol. 43, No. 2, 93-133.
10. Clary, EG, Snyder M, Ridge RD & et al. Understanding and assessing the motivations of volunteers: a functional approach. Journal of Personality and Social Psychology, 1998, 74(6): 1516-1530.
11. Boling A. L. Volunteer motivation across the lifespan. A dissertation submitted to the faculty of Claremont graduate university in pivotal fulfillment of the requirements for the degree of philosophy in psychology, Claremont. California. 2005
12. Herzberg, F., Mausner, B., & Snyderman, B. B. The Motivation to Work (2nd Ed.). New York: John Wiley & Sons. 1959
13. Larsen, Larissa&, Harlan, Sharon L& et al. Understanding the Relationship between Social Capital and Civic Action. Journal of Planning Education and Research, 2004. pp.24-64

Studying the effective factors of attracting and retaining volunteers in Red Crescent society of Khorasan Razavi province

Corresponding author: Zahra Bostan, PHD student in Sociology of Economics and Development, Researcher of ACECR of Mashhad, Mashhad, Iran

Email: Z.bostan7@gmail.com

Hamed Bakhshi: PHD in Economic sociology, Associate Professor of ACECR of Mashhad, Mashhad, Iran

Received: September 5, 2017 **Accepted:** May 6, 2018

Background: The importance of attracting and retaining volunteers and people's participation is such that all the efforts and activities of Red Crescent society defined based on. The present study investigates the effective factors of attracting and retaining volunteers in Red Crescent society of Khorasan Razavi province.

Method: In this cross-sectional survey, 350 volunteers selected and studied among the branches of high potential, low potential, and semi-potential areas of Khorasan Razavi province Red Crescent society using stratified sampling. Data was gathered by using questionnaire.

Findings: According to the findings, volunteers are attracted to Red Crescent society with the aim of learning about safety and first aid. Other effective factors to attract volunteers can be noted including having skills appropriate to Red Crescent society activities, oral advertising through friends, family members, media, and environmental advertising in order of importance. In addition, satisfaction of the nature and content of the activity has been the most important factor to maintain volunteers. It means that the happier and more transparent volunteers' activities in terms of tasks description and in accordance with their interests will increase their durability.

Conclusion: The results show that one of the key trends of development and social participation in community is to strengthen the motivation of volunteers. The main part of strategies in attracting and maintaining volunteers refers to promote and to improve members' awareness and recognition of the goals and activities about RCs society before and after membership. However, with proper planning and knowledge, Red Crescent society would be able to utilize volunteers' participatory tendencies purposefully and continuously in order to advance its goals.

Keywords: attract, maintenance, volunteers, Red Crescent society of Khorasan Razavi province