

بررسی عوامل موثر در جذب و ماندگاری داوطلبان جمعیت هلال احمر استان خراسان

رضوی^۱

زهرابستان^۱، حامد بخشی^۲

۱. نویسنده مسئول: دانشجوی دکترای جامعه شناسی اقتصادی و توسعه، عضو پژوهشی جهاددانشگاهی مشهد، ایران.

Email: Z.bosatn7@gmail.com

۲. دکترای جامعه شناسی اقتصادی و توسعه، دانشیار گروه جامعه شناسی جهاددانشگاهی مشهد، ایران

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. نوشتار حاضر درصدد آن است تا به بررسی عوامل موثر بر جذب و ماندگاری داوطلبان در جمعیت هلال احمر استان خراسان رضوی بپردازد.

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

یافته‌ها: داوطلبان با هدف یادگیری و دانش‌اندوزی درباره ایمنی 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 موثر بر جذب داوطلبان قلمداد می‌شوند. همچنین رضایت از ماهیت و محتوای فعالیت مهم‌ترین عامل ماندگاری اعضا بوده است. بدین معنا که هر چه فعالیت‌ها که عضو انجام می‌دهد، شادتر، شفاف‌تر (از نظر شرح وظایف) و متناسب با علایق وی باشد، احتمال ماندگاری عضو 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 راهکارها در جذب و ماندگاری داوطلبان به ارتقا و بهبود آگاهی و 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 خواهد شد. از طرفی دیگر جمعیت هلال احمر با برنامه‌ریزی صحیح فعالیت‌ها، قادر خواهد بود 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 بر گرفته از طرح پژوهشی است که با حمایت سازمان هلال احمر خراسان رضوی انجام شده است.

مقدمه

نیاز به خدمات داوطلبانه در سال‌های اخیر از اهمیت بسزایی در جامعه برخوردار می‌باشد، زیرا سازمانها و موسسات ارائه‌دهنده خدمات اجتماعی بدون داوطلبان تربیت شده فقط قادر به انجام دادن حداقل برنامه‌های خود هستند ولی با کمک داوطلبان می‌توانند برنامه‌های خود را از نظر کمی و کیفی گسترش دهند و به عده بیشتری از مردم خدمت کنند. بنابراین تشویق همه اقشار جامعه به خصوص جوانان برای انجام خدمات داوطلبانه ضروری است. در این میان نیروی انسانی داوطلب، یکی از ایفاکنندگان نقش‌های اصلی و بنیادین جمعیت هلال احمر به شمار می‌روند. شناسایی عوامل تاثیرگذار در جذب داوطلبان می‌تواند موجبات مشارکت بیشتر اقشار جامعه را فراهم سازد. در این میان بهره‌مندی بیشتر از خدمات داوطلبانه امدادگران نیازمند سازماندهی و سیاست‌گذاری‌های راهبردی می‌باشد. جمعیت هلال احمر 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 آسیب دیدگی‌ها را به حداقل رساند.

داوطلبان بخش عمده‌ای از نیروهای کارآمد و موثرند که جمعیت را در تحقق اهداف بشر دوستانه خود یاری می‌رسانند. از آنجایی که دانش و تجربه آنان می‌تواند گامی اساسی در جهت نیل به آرمانهای جمعیت هلال احمر باشد، نیاز است طرقی را پیدا نمود تا بیشتر بتوان این‌گونه افراد را جذب و آن‌ها را

در این حوزه کاری نگهداشت و از تجربیات آن‌ها استفاده نمود. بنابراین باید نسبت به عواملی که نقش تعیین‌کننده‌ای در جذب و ماندگاری نیروهای داوطلب دارند، شناخت حاصل نمود و این امر جز با بهره‌گیری از روش‌های علمی و شیوه‌های مطلوب محقق نخواهد شد. نهادهای امدادسانی، باید در صدد راه‌هایی برآیند تا بتوانند مشارکت را به یک هنجار فرهنگی تبدیل کنند. به همین منظور سوال اصلی نوشتار حاضر عبارتست از:

چه عواملی بر جذب و ماندگاری داوطلبان در جمعیت هلال احمر خراسان رضوی تاثیرگذار است؟

بررسی‌های محققین نشان داد که تا کنون در خراسان رضوی تحقیقی مشابه با این موضوع انجام نشده است اما تحقیقات متعددی در این راستا در کشور به انجام رسیده است که هر یک به عواملی خاص در جذب و ماندگاری داوطلبان یا جوانان اشاره داشته‌اند که محققین در این پژوهش از یافته‌های آنان بهره‌مند شده‌اند. عواملی که در این مطالعات به عنوان عوامل موثر 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 (پولادی ری شهری و همکاران، ۱۳۹۱ و اسدیان و همکاران، ۱۳۹۱)، تنوع الگوهای جذب، پاداش حاصل از مشارکت، رضایت از عضویت (صفابخش، ۱۳۸۸)، احساس عدم کارآیی عضو، افزایش میزان آگاهی و اطلاعات عمومی نسبت به فرهنگ ایمنی و آمادگی (رهنورد و همکاران، ۱۳۸۸)، ابزارهای اطلاع رسانی و ابزارهای تشویقی، فعالیتهای مورد علاقه

(سپاسی مقدم و همکاران، ۱۳۸۸ و رهنورد، ۱۳۸۸)، فعالیت‌های مورد علاقه بیشترین تأثیر را در جذب افراد داشته‌اند.

اینلف^۱ با بررسی فعالیت‌ها در انجمن‌های داوطلبانه نشان داده است 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 به مقوله جنسیت راجع باشد، به میزان‌های متفاوت «مشارکت در شبکه‌های اجتماعی مذهبی»، «میزان اعتماد اجتماعی»، میزان تحصیلات و درآمد راجع است (اینلف، ۲۰۱۱). جیمز و شارپ با بررسی فعالیت‌های داوطلبانه خیرخواهانه، نرخ بالای مشارکت در طبقه پایین را به گرایش‌های مذهبی آن‌ها نسبت می‌دهند (جیمز و شارپ، ۲۰۰۷).

فعالیت‌های داوطلبانه فوایدی دو سویه دارد که هم جامعه و هم داوطلب 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 را 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 (چلبی، ۱۳۷۵). اسامیت و شن (۲۰۰۲) تفاوت انجمن‌های داوطلبانه از حکومت، بنگاه‌های اقتصادی و خانواده‌ها را حس دگرخواهی داوطلبانه^۲ می‌دانند. برخی از نظریه پردازان نشان داده‌اند برای فهم دقیق روش‌ها، عوامل و راهکارهای جذب افراد به سوی داوطلبی، ابتدا باید انگیزه آنان بررسی شود. انگیزه داوطلب شدن پدیده‌ای چندبعدی است. کلاری و همکاران (کلاری و همکاران، ۱۹۹۸) در بررسی ابعاد انگیزشی به عواملی چون "ارزشها، شناخت، حرفه، پیشرفت، و حمایت" به عنوان عاملی محرک برای سوق دادن 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 باشیم تا بتوانیم مدیریت جذب نیرو را هدفمند سازیم و بر روی خواسته‌های آنان تمرکز کنیم.

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

^۲ voluntary altruism
^۳ Boling

^۱ Einolf

و به لحاظ معیار وسعت از نوع پهنانگر است. جامعه آماری این تحقیق را کلیه داوطلبان جمعیت هلال احمر استان خراسان رضوی تشکیل می‌دهند. در مجموع ۳۵۰ نفر از اعضای داوطلب به عنوان نمونه انتخاب شده‌اند. 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 هلال احمر مناطق برخوردار)، شعب قوچان، نیشابور و کاشمر (به عنوان شعب درجه دو یا مناطق نیمه برخوردار) و شعب سرخس، جوین، تایباد (به عنوان شعب درجه سه یا مناطق نابرخوردار) انتخاب شده‌اند. با مشخص شدن جمعیت اعضای هر شهرستان، سهم نمونه متناسب با تعداد اعضای آن شعبه انتخاب شده است. در نهایت افراد نمونه در هر شهرستان بر حسب لیست اعضای داوطلب، به روش تصادفی سیستماتیک انتخاب شده‌اند.

در این پژوهش عوامل تاثیرگذار بر جذب داوطلبان در قالب متغیرهایی چون نوع انگیزه های 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 مورد بررسی قرار گرفته است. در این تحقیق، ماندگاری اعضا بر حسب دفعات شرکت در فعالیت‌های جمعیت هلال احمر در طی ماه سنجیده شده است. عوامل موثر بر ماندگاری داوطلبان با متغیرهای چون

را عامل جذب به نهضت داوطلبی نشان دادند. افراد مسن نیز بیشتر به علت درستی و کمال داوطلب می‌شوند.

برای شناسایی عوامل ماندگاری داوطلبان، سنجش عوامل رضایتمندی که موجب حفظ داوطلبان و یکی از پیش‌بین کننده‌های ترک داوطلبی است، مورد بررسی و تجزیه و تحلیل قرار می‌گیرد.

اما طبق نظریه هرزبرگ (۱۹۵۹) عواملی همچون حق‌الزحمه‌ها و مزایا و 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 آن 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 تاثیر می‌گذارد. فقدان این دسته از عوامل که هرزبرگ آن را عوامل انگیزشی می‌خواند، موجب نارضایتی فرد می‌شود.

روش تحقیق

با توجه به این‌که هدف تحقیق حاضر، بررسی عوامل موثر بر جذب و ماندگاری داوطلبان در جمعیت هلال احمر بوده است از روش پیمایش استفاده شده است. از آنجا که تحقیق در یک زمان مشخص صورت گرفته است، تحقیق از نوع مقطعی است. با توجه به تقسیم‌بندی تحقیقات علمی از نظر هدف، تحقیق حاضر از نوع تحقیق کاربردی می‌باشد

اسلامی را داشته‌اند و ۱۴ درصد نیز عضو خیریه بوده‌اند.

۴۸ درصد پاسخگویان از طریق دوستان خود با جمعیت هلال احمر آشنا شده‌اند. ۱۷ درصد اعضا نیز بواسطه سایر اعضای خانواده خود، ۱۳ درصد طی پیگیری و علاقه شخصی با جمعیت آشنا شده‌اند. بنابراین دوستان و خانواده مشوقین اصلی افراد برای عضویت در هلال احمر بوده‌اند. از بین رسانه‌های تبلیغاتی در جذب اعضا به جمعیت، ۴۶ درصد داوطلبان نقش تلویزیون موثرتر دانسته‌اند، ۳۰ درصد برگزاری همایش، ۱۳ درصد بروشور، ۶ درصد وب سایت هلال احمر و ۵ درصد فعالیت‌های هلال احمر (مانند فعالیت‌های ورزشی و مسابقات، برنامه‌های اجرایی سطح شهر) را موثر دانسته‌اند.

از دیگر عوامل موثر در جذب افراد، برگزاری برنامه‌های مورد علاقه برای اعضاست. فعالیت‌هایی چون کمک به آسیب‌دیدگان، آموزش کمک‌های اولیه، کمک به محرومان و نیازمندان و اردوها به ترتیب بیش از سایر فعالیت‌ها مورد علاقه داوطلبان بوده است و افراد تمایل بیشتری به مشارکت در این نوع برنامه‌ها داشته‌اند.

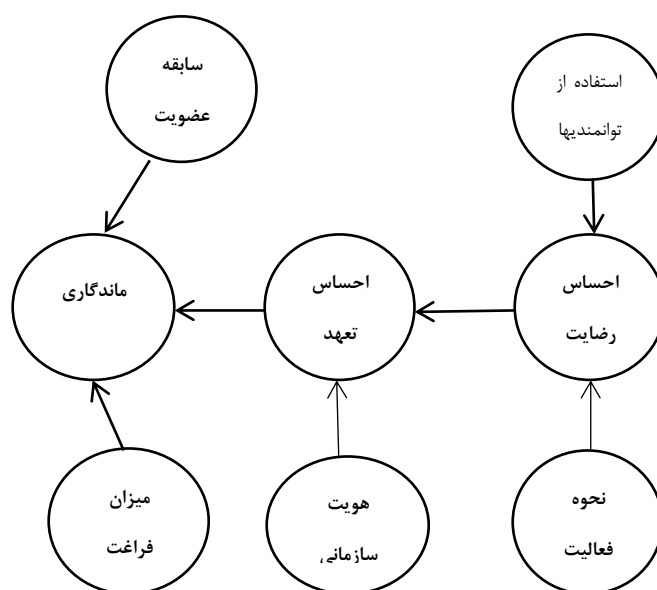
شناسایی انگیزه افراد یکی از مهمترین عوامل جذب در گروه‌ها و فعالیت‌های داوطلبانه است. در جدول ۱ مهمترین انگیزه‌های داوطلبان از عضویت در جمعیت هلال احمر ذکر شده است. (جدول شماره

(۱)

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 شده است. عمده سوالات با مقیاس لیکرت مورد اندازه‌گیری قرار گرفته است. روایی صوری پرسشنامه توسط تعدادی از صاحب‌نظران و پژوهشگران مورد بررسی قرار گرفته است. ضریب آلفای کرونباخ به طور جداگانه برای هر شاخص مورد بررسی قرار گرفته است، بدین معنا که ضریب آلفای شاخص تعهد سازمانی = ۰,۹۲، رضایت از گروه = ۰,۷۵، رضایت از سیستم پاداشدهی = ۰,۶۸، رضایت از برنامه ریزی سازمانی = ۰,۶۶، رضایت از ماهیت و محتوای فعالیت = ۰,۶۴، رضایت از روابط درون سازمانی = ۰,۶۳ بوده است.

یافته‌های تحقیق

بر اساس یافته‌های بدست آمده، ۵۰ درصد نمونه مورد بررسی را زنان و ۵۰ درصد را مردان تشکیل داده‌اند. به لحاظ سنی، ۳۸ درصد از افراد مورد بررسی بین ۲۰ تا ۳۰ سال قرار داشته‌اند، ۳۲ درصد نیز بین ۳۰ تا ۴۰ سال بوده‌اند. ۶۳ درصد پاسخگویان متأهل و ۳۷ درصد مجرد بوده‌اند. و اکثریت تحصیلاتشان در حد دیپلم (۳۲ درصد) و لیسانس (۳۱ درصد) بوده است. ۶۷ درصد داوطلبان تا حد زیاد به امور دینی پایبند بوده‌اند. 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 هلال احمر بوده‌اند. از نظر عضویت فرد در سایر گروه‌های داوطلبانه، حدود ۷۲ درصد از اعضای مورد بررسی عضو بسیج بوده‌اند، ۱۱ درصد تجربه عضویت در انجمن



شکل ۱. مدل نظری عوامل موثر بر ماندگاری داوطلبان

اعتقادند که از مهارتهای لازم برای فعالیت در جمعیت تا حد زیادی برخوردارند، ۳۵ درصد معتقدند تا حدی دارای توانایی و مهارت لازمند و ۲۶ درصد معتقدند که از مهارت لازم چندان برخوردار نیستند. اگر چه جمعیت هلال احمر در هنگام عضویت مهارتهای افراد را جویا می‌شود اما در نتیجه عدم ارتباط مداوم با داوطلب و عدم برنامه‌ریزی صحیح برای استفاده از آن، بخش زیادی از داوطلبان را برای فعالیت سرگردان باقی می‌گذارد. آگاهی صحیح از اهداف، وظایف و فعالیت‌های جمعیت هلال احمر یکی از عوامل تاثیرگذار بر جذب اعضا است. یافته‌ها نشان می‌دهد که ۳۲ درصد داوطلبان میزان آگاهی‌شان از اهداف و وظایف جمعیت تا حد زیاد، ۴۲ درصد در حد متوسط و ۲۶ درصد نیز در حد کمی بوده است.

در بخش دیگری از تحقیق به عوامل موثر بر ماندگاری داوطلبان در هلال احمر پرداخته شده است. در این نوشتار عوامل موثر بر ماندگاری

مهم‌ترین انگیزه داوطلبان برای عضویت در جمعیت هلال احمر، شرکت در کلاس‌های آموزش کمک‌های اولیه (۷۹,۶ درصد) و افزایش آگاهی و اطلاعات عمومی نسبت به فرهنگ ایمنی (۷۷,۲) است. بنابراین داوطلبان با هدف یادگیری و دانش‌اندوزی درباره ایمنی جذب هلال احمر می‌شوند. سپس انگیزه‌های دیگر خواهانه‌ای چون کمک به افراد مستمند و محروم (۷۴,۹ درصد)، کمک به افراد آسیب‌دیده (۷۴,۲ درصد) انگیزه عضویت داوطلبان بوده است. هرچند کسب درآمد یا بدست آوردن فرصت شغلی^۱ (۴۰,۵ درصد) در عضویت پاسخگویان کمترین اهمیت را داشته است. از دیگر عوامل موثر در جذب اعضا بهره‌مندی فرد از مهارت‌های مورد نیاز جمعیت یا احساس توانمندی است. ۴۰ درصد پاسخگویان بر این

^۱ هلال احمر برای فعالیت‌هایی چون کمپ‌های نروزی که برای و راهنمایی مسافران دایر می‌شود، حق الزحمه پرداخت می‌کند که دریافت این‌گونه حق الزحمه‌ها انگیزه عضویت برخی از افراد بوده است.

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. در حالی که ۲۶ درصد معتقدند که تا حدودی از توانایی‌های آنان استفاده شده است و ۲۴ درصد نیز بر این اعتقادند که جمعیت اصلاً و یا در حد کمی 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 به صورت نوع همراهان ۴۲ درصد از اعضا به همراه حداقل یکی از دوستان خود در برنامه‌های هلال احمر شرکت می‌کنند. ۴۶ درصد به تنهایی و ۱۲ درصد به همراه یکی از اعضای خانواده خود در برنامه‌های هلال احمر مشارکت می‌کنند.

از نظر میزان احساس تعهد داوطلبان نسبت به جمعیت هلال احمر، ۶۴ درصد داوطلبان میزان تعهدشان در حد زیاد، ۱۲ درصد داوطلبان در حد متوسط و ۲۴ درصد در حد کمی بوده است. چنان‌که ۶۱ درصد از داوطلبان به عضویت خود در هلال احمر 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 هلال احمر داشته‌اند. همچنین ۵۷ درصد داوطلبان باز هم حاضرند هلال احمر 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 می‌دهد که بیشترین میزان رضایت داوطلبان از روابط درون سازمانی (روابط با کارکنان، با سرگروه با دیگر اعضا) بوده است. 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).

بعلاوه نمونه مورد بررسی بر حسب دفعات شرکت در فعالیت‌های جمعیت در طی ماه، به اعضای غیرفعال، نیمه فعال و فعال تقسیم شدند. بدین ترتیب اعضای که در طی ماه در هیچ یک از برنامه‌های جمعیت مشارکت نداشته‌اند، جز اعضای غیرفعال محسوب شده‌اند. اعضای که بین ۱ تا ۲ بار در ماه در فعالیت‌های جمعیت مشارکت دارند، نیمه فعال، و اعضای که ۳ بار و بیش از آن در فعالیت‌های جمعیت مشارکت داشته‌اند، جز اعضای فعال قرار گرفته‌اند. در بین نمونه مورد بررسی، ۳۸ درصد

- داوطلبان جز اعضای فعال، ۲۸ درصد نیمه فعال و ۳۴ درصد نیز جز اعضای غیرفعال بوده‌اند. یافته‌ها نشان داده است که تمامی اعضای غیرفعال، نیمه فعال و فعال میزان رضایتشان از جمعیت متوسط رو به بالاست. همچنین داوطلبان غیرفعال بر این اعتقادند که از توانایی‌های آنها در جمعیت چندان بهره گرفته نمی‌شود. داوطلبان نیمه فعال معتقدند در حد متوسط از توانایی‌های آنها استفاده شده است. داوطلبان فعال نیز بیان کرده‌اند که در حد متوسط رو به بالا از توانایی‌های آنها در جمعیت استفاده شده است.
- بررسی نتایج تحلیلی نیز حاکی از آن است که:
 - بین سن داوطلبان و میزان ماندگاری آنان رابطه منفی وجود دارد، لذا هر چه سن داوطلبان کمتر باشد، میزان ماندگاری آنان در جمعیت بیشتر خواهد بود.^۱
 - بین وضعیت تاهل داوطلبان و میزان ماندگاری آنان در جمعیت رابطه وجود دارد. تفاوت میانگین میزان ماندگاری بین متاهلین و مجردها حاکی از آن است که میزان ماندگاری داوطلبان مجرد بیش از داوطلبان متاهل 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 داوطلبان در برنامه‌ها و میزان ماندگاری آنها در جمعیت رابطه معناداری وجود دارد. تفاوت میانگین بین گونه‌های مختلف حضور در برنامه‌ها (به همراه دوستان، به همراه خانواده و یا به تنهایی) داوطلبانی که به همراه دوستان خود در برنامه‌های جمعیت هلال احمر شرکت می‌کنند، میزان ماندگاری بیشتری در جمعیت 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 عضو آن هستند، رضایت بیشتری داشته باشند، میزان ماندگاری آنان در جمعیت بیشتر است.
- بین میزان رضایت داوطلبان از جمعیت و میزان تعهد آنان به جمعیت هلال احمر رابطه مثبت و معناداری وجود دارد، بدین معنا که هر چه میزان رضایت داوطلبان از جمعیت بیشتر باشد،

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

- 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 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 نداشته‌اند.
- 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.
- هر چه میزان رضایت اعضا از پاداش‌دهی 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.
- از این میان مقدار ضریب تأثیر متغیر میزان رضایت از ماهیت فعالیت بیش از سایر متغیرها بوده است.

جدول ۱. انگیزه‌های داوطلبان از عضویت در جمعیت هلال احمر

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 آسیب پذیری کشور در مقابل سوانح	۷۵,۳
کمک به افراد مستمند و محروم	۷۴,۹
کمک به افراد آسیب دیده در سوانح یا حوادث	۷۴,۲
هیجان فعالیتهای امدادی	۶۹,۹
مشاهده و یا تجربه یک فاجعه یا حادثه	۶۷,۱
ارتباط با افراد هم سن و سال خودم	۶۶,۵
کسب درآمد یا فرصت شغلی در آینده	۴۰,۵

جدول ۲. توصیف عوامل موثر بر ماندگاری

متغیر	گویه‌ها	زیاد	متوسط	کم
-------	---------	------	-------	----

هویت سازمانی	میزان اهمیت لباس و نشان برای ادامه فعالیت	٪۵۵,۲	٪۱۵,۵	٪۲۹,۳
	میزان اهمیت داشتن کارت عضویت برای ادامه فعالیت	٪۶۰,۱	٪۱۳,۵	٪۲۶,۴
استفاده از توانمندی اعضا	میزان استفاده از تواناییهای اعضا در جمعیت	٪۲۸,۲	٪۲۵,۶	٪۴۶,۲
تعهد سازمانی اعضا	میزان افتخار کردن به عضویت در جمعیت هلال احمر	٪۶۱,۳	٪۱۶	٪۲۲,۷
	میزان پایبندی به ارزشها و اصول جمعیت	٪۶۵,۹	٪۸,۸	٪۲۵,۳
	تمایل به ادامه فعالیت در جمعیت هلال احمر	٪۵۷,۹	٪۱۹,۴	٪۲۲,۷

جدول ۳. میزان رضایت داوطلبان از جمعیت هلال احمر

میانگین (در بازه ۰ تا ۱۰۰)	کم	متوسط	زیاد	گویه ها	ابعاد رضایت
٪۵۸	٪۲۵	٪۳۰	٪۴۴,۹	میزان صمیمانه بودن برخورد کارکنان	رضایت از روابط سازمانی
	٪۲۴,۹	٪۲۷	٪۴۸,۱	میزان صمیمت نحوه برخورد سرگروه	
	٪۲۳,۳	٪۲۹,۸	٪۴۶,۹	میزان صمیمانه بودن برخورد اعضای گروه	
٪۵۶	٪۴۴,۵	٪۳۲,۸	٪۲۲,۸	تعداد برنامه ها در گروه	رضایت از گروه
	٪۲۶,۳	٪۲۹,۴	٪۴۴,۳	استفاده سرگروه از نظر اعضا گروه در تصمیم گیریها	
	٪۲۳,۸	٪۲۹,۳	٪۳۶,۹	میزان برنامه ریزی و انسجام برنامه های گروه	
	٪۴۲,۵	٪۲۵,۶	٪۳۱,۹	میزان مشارکت در تصمیم های گروه	
٪۵۴	٪۲۵,۹	٪۳۵,۵	٪۳۸,۵	برنامه ریزی و سازماندهی دقیق برنامه های جمعیت	نظم سازمانی
	٪۲۸,۹	٪۳۲,۲	٪۳۸,۹	اطلاع رسانی مناسب برنامه ها به اعضا	
	٪۴۰,۶	٪۲۹,۶	٪۲۹,۹	دست و پاگیر بودن مقررات جمعیت	
٪۵۱	٪۴۸,۸	٪۳۴,۲	٪۱۶,۹	میزان تکراری و کسل کننده بودن فعالیتها	رضایت از ماهیت فعالیت خود
	٪۲۵,۶	٪۳۵,۸	٪۳۸,۷	میزان تناسب فعالیت فرد با علایق وی	
	٪۲۸,۱	٪۳۴,۶	٪۳۷,۳	میزان شادابی و نشاط در فعالیتهای سازمان	
	٪۳۶	٪۳۴,۴	٪۲۹,۶	میزان شفاف بودن وظایف برای فرد	
٪۵۰	٪۳۳,۳	٪۳۲,۷	٪۳۴	میزان مناسب بودن ساختمان برای فعالیتها	وضعیت ساختمان
٪۵۰	٪۳۷,۶	٪۲۹,۴	٪۳۳	میزان تقدیر از افراد شایسته گروه	رضایت از سیستم پاداشدهی
	٪۲۸,۱	٪۳۰,۸	٪۴۱,۱	عدم تقدیر از فرد	
	٪۳۵,۶	٪۳۱,۵	٪۳۲,۸	وجود فرصت مساوی برای ارتقا و پیشرفت اعضا	
	٪۲۷,۲	٪۳۰,۸	٪۴۲	دعوت از افراد فعال در برنامه های تشویقی	
	٪۴۵,۳	٪۲۰,۷	٪۳۴	پارتی بازی در ارتقا اعضا	
٪۳۷	٪۴۷,۷	٪۳۲,۶	٪۱۹,۸	میزان عادلانه بودن حق الزحمه ها	رضایت از حق الزحمه ها
	٪۴۷,۶	٪۳۱,۷	٪۲۰,۸	میزان به موقع پرداخته شدن حق الزحمه ها	
	٪۵۰,۶	٪۲۲,۹	٪۲۶,۵	کم بودن حق الزحمه ها	

جدول ۴. نتایج تحلیل رگرسیون عوامل موثر بر ماندگاری داوطلبان

سطح معناداری	t	ضرایب استاندارد نشده		مدل رگرسیون	
		ضرایب استاندارد شده	ضریب تأثیر خطای استاندارد		
.۱۰۹	۱,۶۰۸		۲,۶۷۳	۴,۲۹۹	مقدار ثابت
.۰۰۲	۳,۱۳۷	.۱۶۷	.۰۲۱	.۰۶۴	ساعات فراغت
.۱۶۷	۱,۳۸۴	.۰۷۵	.۶۷۱	.۹۲۹	جنسیت
.۸۹۹	.۱۲۷	.۰۰۸	.۰۴۹	.۰۰۶	سن
.۱۸۰	۱,۳۴۴	.۰۸۷	.۸۳۸	۱,۱۲۶	وضعیت تاهل
.۲۳۳	-۱,۱۹۴	-.۰۶۳	.۳۰۲	.۳۶۱	میزان تحصیلات عضو
.۰۳۸	۲,۰۸۴	.۱۲۰	.۰۹۵	.۱۹۸	سابقه عضویت
.۱۲۹	۱,۵۲۰	.۱۰۸	.۴۲۳	.۶۴۲	شاخص تعهد به جمعیت
.۲۳۸	۱,۱۸۲	.۰۶۳	.۵۳۹	.۶۳۷	نحوه فعالیت در جمعیت (نوع همراه فرد)
.۸۱۰	.۲۴۰	.۰۱۹	.۴۷۸	.۱۱۵	شاخص صمیمیت روابط سازمانی
.۰۰۰	۴,۲۹۸	.۳۲۹	.۵۲۷	۲,۲۶۳	رضایت از ماهیت فعالیت
.۲۱۳	۱,۲۴۸	.۰۹۴	.۴۹۹	.۶۲۲	شاخص رضایت از گروه عضویت
.۰۳۶	۲,۱۰۱	.۱۲۴	.۳۲۹	.۶۹۱	شاخص رضایت از حق الزحمه‌ها
.۰۲۸	۲,۲۱۰	.۱۶۷	.۴۹۷	۱,۱۰۰	شاخص رضایت از پاداش
.۸۸۴	.۱۴۶	.۰۱۱	.۴۸۴	.۰۷۱	شاخص رضایت از نظم سازمانی
.۶۲۹	.۴۸۳	.۰۲۸	.۲۵۰	.۱۲۱	میزان استفاده از تواناییهای فرد در جمعیت

بحث و نتیجه گیری

انگیزه اصلی داوطلبان از عضویت در جمعیت، شرکت در کلاس‌های آموزش کمک‌های اولیه و افزایش اطلاعات در مورد فرهنگ ایمنی است. البته باید به این نکته توجه داشت که کلاس‌های کمک‌های اولیه به صورت رایگان برگزار می‌شود، در حقیقت افراد به خاطر دریافت خدماتی رایگان به جمعیت ورود پیدا می‌کنند. لذا برای داوطلبان بعد آموزشی هلال احمر از بعد فعالیت داوطلبانه و خیرخواهانه آن اهمیت بیشتری داشته است. بنابراین گسترش کلاس‌های کمک‌های اولیه فضای مناسبی را برای جذب اعضای واقعی را فراهم خواهد آورد (نه کسانی که بر حسب 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 را برای جذب اعضا به شیوه آگاهانه و مختارانه فراهم می‌آورد. نتایج بیانگر آن است که داوطلبان غالباً کسانی هستند که روحیه مشارکت جویانه‌ای دارند و در دیگر نهادها و انجمن‌های داوطلبانه به ویژه بسیج نیز عضو هستند. حضور در پایگاه‌های بسیج و تبلیغ اهداف و برنامه‌های جمعیت به اعضای بسیج می‌تواند در جذب اعضای فعال و مشارکت طلب موثر واقع شود (البته برخی از فعالیتهای جمعیت هلال احمر و بسیج به نوعی موازی کاری است و به طور کلی مزایا و تسهیلات عضویت در بسیج بیش از جمعیت هلال احمر است. بدین ترتیب انتظار آن

نمی‌رود که میزان ماندگاری اعضا در جمعیت هلال احمر همانند با بسیج باشد).

مصاحبه‌های انجام شده با اعضا و مسئولین 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 تحت الشعاع قرار می‌دهد. به عنوان مثال، در مناسبت‌های مختلف در کنار سایر فعالیتهای، فرم‌های عضویت بدون هدف و بدون ارائه توضیحات لازم بین افراد توزیع می‌شود. و یا ادارات و سازمان‌های مختلف، گروهی از کارکنان خود را به عضویت هلال احمر 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 هلال احمر که پس از آن افراد می‌توانند با شناخت و آگاهی کافی و تمایل به عضویت درآیند. یافته‌ها نیز موید این حقیقت است که بیش از نیمی از نمونه مورد بررسی میزان آگاهی‌شان از اهداف و فعالیتهای جمعیت هلال احمر 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 (لارسن و همکاران، ۲۰۰۴).

مصاحبه با برخی از اعضای جمعیت هلال احمر (و از جمله تجربه محقق به عنوان عضوی که ۴ سال به عضویت جمعیت درآمده است) نشان داده است که در طی دوره عضویت خود حتی یک بار برای شرکت در فعالیتهای دعوت نشده‌اند و یا برنامه‌های جمعیت به آن‌ها اطلاع‌رسانی نشده است. لازمه فعالیتهای داوطلبانه‌ای که به شکل رسمی و سازمانی انجام می‌شود، این است که این سازمان خود افراد را برای فعالیت فراخواند و آنها را درگیر کند، نه اینکه افراد خود به سازمان دایما مراجعه کنند و جویای برنامه‌ها شوند. عدم اطلاع‌رسانی منظم فعالیتهای برنامه‌ها، نهایتاً 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 فعالیتهایشان در جمعیت رضایت چندانی نداشته‌اند (ماهیت فعالیت در ابعاد مختلف از جمله تناسب آن با علایق فرد، میزان شفاف بودن فعالیتهای، میزان تکراری و کسل کننده بودن، میزان شادابی و نشاط در فعالیتهای 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

فعالیتها و متناسب بودن آن با فرهنگ و مردم آن شهر و منطقه است و لزوماً بر اساس بخشنامه اجرایی نگردد.

تجربه محقق در این پژوهش نشان داد که دسترسی به دبیران کانون‌ها یکی از مشکلات عمده اعضای کانون است. حتی ابتدایی ترین اطلاعات یعنی لیستی منظم و به روز از اعضا در برخی شعب وجود ندارد^۱.

یکی از اقدامات جدی که در باید در دستور کار شعب مختلف هلال احمر بررسی هر ساله وضعیت اعضا و به روز کردن وضعیت فعالیت آنهاست. علاوه بر این جمعیت هلال احمر خراسان رضوی باید برای نظارت بر شعب و کانون‌ها برنامه‌ریزی جدی داشته باشد. عدم اطلاع رسانی و عدم نظارت، برخی از کانون‌ها را به انحلال کشانده است.

آنچه مشخص است بخش زیادی از راهکارها در جذب و ماندگاری داوطلبان به ارتقا و بهبود آگاهی و 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 خواهد شد و از طرفی دیگر جمعیت هلال احمر با برنامه‌ریزی صحیح فعالیت‌ها قادر خواهد بود از تمایلات مشارکت‌جویانه داوطلب به طور هدفمند و مداوم در جهت اهداف خود بهره‌مند شود.

باشد" (۱۲) و خشنودی عضو تابعی است از آن فعالیت یا محتوای فعالیتی که تلاش انگیز و محرک باشند. به اعتقاد هرزبرگ خشنودی از ماهیت فعالیت یکی از عوامل انگیزشی است که رضایت فرد را افزایش می‌دهد و نارضایتی را کاهش می‌دهد. اگر بخواهیم موجبات انگیزش داوطلبان را در جمعیت فراهم آوریم باید روی مسأله پیشرفت، شناخت و کسب شهرت، ماهیت کار و مسئولیت و رشد تاکید نماییم. اینها ویژگی‌هایی است که موجب می‌شوند فرد به پاداش‌های درونی دست یابد. بیشتر داوطلبان نه تنها معقدند از فعالیتهای آنان تا کنون به طور شایسته تقدیر نشده است، بلکه بر این باورند که فرصت برای پیشرفت و ارتقا 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 موثر است. اما تکراری بودن محتوای فعالیتها، عدم سنخیت آن با توانایی و علایق 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

جهت افزایش رضایت اعضا از ماهیت فعالیت خود باید برنامه‌ها و فعالیت‌های جمعیت از تنوع و شادابی لازم برخوردار باشد و همچنین جنبه عملی بودن آن ملموس باشد. از سوی دیگر افراد انتظار دارند وظیفه و نوع فعالیت مورد انتظار از آنان شفاف و مشخص باشد. نکته اساسی در نوع فعالیتهای جمعیت هلال احمر از جمله شهرستانها، بومی‌سازی

^۱ مشاهدات محقق حاکی از آن است که شعب مختلف استان خراسان رضوی لیست کامل و منسجمی از همه اعضا خود ندارند (به جز در شعبه نیشابور). مشخصات تمامی اعضا به صورت نرم افزاری وجود ندارد. مشخصات اعضای که چند سالی از عضویت آنها گذشته است تنها به صورت فرم‌های اولیه و دست نویس موجود بود.

References

۱. پولادی ری شهری، علی، افشارپور، شاهین، گلستانه، سید موسی، رستمی، شیوا، مظفری، محمود، شعبان-زاده، عبدالکریم، رستگارپور، محمد (۱۳۹۱) بررسی عوامل موثر در جذب و نگهداری گروه داوطلبان، جوانان و امدادی جمعیت هلال احمر استان بوشهر، فصلنامه امداد و نجات، دوره ۵، شماره 1، ص ۳۹-۳۱.
۲. اسدیان، غلامرضا، فروغی، محمد، مرتضوی، سیداحمد، شهرانی، فرزاد (۱۳۹۱). بررسی علل ریزش و کاهش داوطلبان جمعیت هلال احمر استان چهارمحال و بختیاری، دوره ۴، شماره ۳، ص ۴۷-۵۶.
۳. صفابخش، محسن (۱۳۸۸). عوامل موثر در جذب جوانان برای عضویت در جمعیت هلال احمر (مطالعه موردی: کلان شهر تهران). فصلنامه علمی امداد و نجات، سال اول، شماره ۲، ص ۱۶-۸.
۴. رهنورد، فرج الله، صادقی نیک پی، ناهید، علمداری، شهرام (۱۳۸۸). شناسایی عوامل مؤثر بر جذب و نگهداری گروه‌های مردمی داوطلب ارائه خدمات داوطلبانه در جمعیت هلال احمر، دوره ۱، شماره ۲، ص ۵۳-۳۹.
۵. سیاسی مقدم، حسین، نجفی، مهدی، پورمحمد، آناهیتا (۱۳۸۸). میزان علاقه‌مندی مردم به شرکت داوطلبانه در برخی فعالیت های مختلف جمعیت هلال احمر جمهوری اسلامی ایران، دوره ۱، شماره، ص ۴۰-۳۵.
۶. چلبی، مسعود (۱۳۷۵). جامعه شناسی نظم، تشریح و تحلیل نظری نظم اجتماعی. تهران: نشر نی.
۷. Einolf, C. J (۲۰۱۱). Gender Differences in the Correlates of Volunteering and Charitable Giving. *Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly*, ۱۰۹۲- ۱۱۱۲.
۸. James, R. N. & Sharpe, D. L. (۲۰۰۷). The Nature and Causes of the U-Shaped Charitable Giving Profile. *Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly*, ۲۱۹-۲۳۸.
۹. Smith, David. H & Shen Ce (۲۰۰۲). The Roots of Civil Society: A Model of Voluntary Association Prevalence Applied To Data on Larger Contemporary Nations *International Journal of Comparative Sociology*, Vol. ۴۳, No. ۲, ۹۳-۱۳۳.
۱۰. Clary, E. G & M. Snyder, R.D & Ridge & J. Copeland & A.A. Stukas & J. Haugen (۱۹۹۸). "Understanding and assessing the motivations of volunteers: A functional approach". *Journal of Personality and Social Psychology*, ۷۴(۶): ۱۵۱۶-۱۵۳۰.
۱۱. Boling A. L (۲۰۰۵) "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.
۱۲. Herzberg, F., Mausner, B., & Snyderman, B. B. (۱۹۵۹). *The Motivation to Work* (۲nd Ed.). New York: John Wiley & Sons.
۱۳. Larsen, Larissa & Harlan, Sharon L & et al (۲۰۰۴) Understanding the Relationship between Social Capital and Civic Action. *Journal of Planning Education and Research*, ۶۴۲۴-

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

Corresponding author: Zahra Bostan, PHD student in Economic sociology,
Researcher of Jahaddaneshgahi of Mashhad

Email:z.bostan^Y@gmail.com

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

Background: The importance of attracting and sustaining volunteers and people's participation is so much that all the efforts and activities of the Red Crescent population are defined. The present study investigates the effective factors of attracting and maintaining volunteers in the Red Crescent society of Khorasan Razavi province.

Methods: This study is conducted as a cross-sectional survey, in which ۳۰۰ of questionnaire were completed among volunteers from the Red Crescent Society of Khorasan Razavi. Studied sample was selected among the branches of high potential, low potential and semi potential areas of Khorasan Razavi province using stratified sampling method.

Findings: Volunteers attract to Red Crescent to aiming to learn about the safety. Having the appropriate skills for the activities of the Red Crescent, mouth-to-mouth advertising through friends and other family members, and media and environmental advertising are considered as effective factors in attracting volunteers. In addition, satisfaction of the nature and content of the activity has been the most important factor to maintain volunteers. It means that if the activity that a member performs is happier, more transparent (in terms of description of tasks) and appropriate to his interests, likelihood of maintaining is increased.

Conclusion: Enhancing the motivation of volunteers is a key trend in social development and participation in society, then it is necessary to think of achieving to goal in a desirable manner. Lots of solutions in attracting and maintaining volunteers is refers to promote and improve the awareness and recognition of members of the goals and activities about Red Crescent before and after of membership. On the other hand, whit proper planning of activities Red Crescent would be able to use interest of volunteer's in cautiously and targeted manner to achieve its goals.

Keywords: Attract, Maintenance, Volunteers, Red Crescent society, Khorasan Razavi