|  |
| --- |
| **عنوان طرح****فارسی** **شناسایی عوامل موثر بر جذب و ماندگاری داوطلبان جهت ارائه خدمات دربحرانهای طبیعی و انسان ساز جمعیت هلال احمرجمهوری اسلامی ایران****انگلیسی** **Identifying factors affecting the recruitment and retention of volunteers for presentation Services in natural and man-made crises of the Red Crescent Society of the Islamic Republic of Iran** |
| **مجری طرح: مرتضی رجبی** |
| **رتبه علمی مجری: دانشجوی دکتری**  | **پست /سمت مجری: نجاتگر راننده**  |
| **زمان شروع طرح :20/06/1400**  | **زمان پایان طرح: 15/01/1401** |
| **مقدمه**  بدون شک زمانی جمعیت هلال احمر نقش خود را در به کارگیری انسان‌های سالم و صالح و رشد یافته به نحو احسن ایفاد می کند که بتواند با استفاده از گروه‌های مردمی داوطلب آگاه و کارآمد در حقیقت عضو اساسی، هسته مرکزی و سازمان محسوب می‌شوند به اهداف از پیش تعیین شده اقدام کند(1). عصر کنونی دوره حواث طبیعی زیاد با تحولات شتابنده و غیر قابل پیش بینی است و NGO ها به دلیل وجود فاکتورهایی از قبیل مرزهای نامشخص بین هم، پخش شدن مردم برای مشارکت ، کوتاه شدن دوره حضور در انها ، تغییر الگوی حضور داوطلبین آگاه و خبره تر شدن آنان با دشوارترین شرایط رقابتی که هرگز سابقه نداشته است روبه رو شده است.دراین راستا تنها سازمانهایی در عرصه رقابت از موقعیت مناسبی برخوردار خواهند بود که محور اصلی فعالیت های خود را شناخت روحیات داوطلبین و ارضای نیازهای آنان قراردهند. با گذر از مدیریت سنتي و شدت يافتن رقابت در ابعاد نوين، داوطلبین به صورت ركن اصلي و محور تمام فعاليت هاي ارگان های مردم نهاد درآمده است؛ به نحوي كه از ديدگاه رقابتي، بقا و تداوم حيات سازمانها در گرو شناسايي و جذب داوطلبین جديد و حفظ داوطلبین موجود مي باشد. يكي از دغدغه هاي اصلي براي هرسازمانی در استفاده از تاكتيك هاي جلب مشارکت براي افزايش جذب و ارتباط درازمدت با اعضا ، بررسي تأثير اين تاكتيك ها بر رفتار آنان مي باشد. از طرف ديگر لزوما رابطه با تمام اعضا ارزش حفظ كردن ندارد برخي از اعضا با رويكردهاي جمعیت هلال احمر هم خواني ندارند، زيرا نيازها و رفتار عضو تغييريافته است. پس ممكن است تجزيه وتحليل ها نشان دهد بسياري از انان مورد علاقه ، برخي از اعضا نباشد زيرا هزينه حفظ اين روابط بيش از کمکهای او است كه ايجاانجام میدهد. لذا لازم است هلال احمر وسازمانها مرتبا سرمايه گذاري جلب مشارکت شان را ارزيابي كنند و خاتمه روابط ناموفق را در نظر بگيرد. بنابراين سازمانها معمولا با سوالاتي از قبيل اينكه اثر بخشي تاكتيك هاي جلب مشارکت مختلف چگونه است روبرو هستند. در حقيقت اكثر سازمان هاNGO به دنبال اين موضوع هستند كه چه تاكتيكی مي تواند سبب وفاداري عضو شود. تلاش هاي بسيار زيادي براي توضيح ارتباط سازمان – اعضا انجام گرفته است. در اين تحقیق به بررسي تأثير تاكتيك هاي جلب مشارکت بر عضو گیری اعضای داوطلب و علل های حضور انان در حوادث پرداخته مي شود |
| **بیان مسئله** امروزه جذب و حفظ اعضا در ارگان های مردم نهاد کشور با توجه به فعال شدن تعداد زیادی از این گونه NGOها و گسترش رقابت و به طور کلی افزایش بیش از حد مشکل تر شده است که این خود منجر به کاهش سوعضو گیری در جمعیت هلال احمر شده است. ر[[1]](#footnote-1)یچهلد و [[2]](#footnote-2)ساسر در سال1990 طی تحقیقاتی بیان داشتند که 5درصد کاهش در مقدار اعضا باعث از دست دادن بیش از 50درصد اعضا در NGOها می گردد. براساس تحقیقات انجام گرفته 5درصد افزایش در حفظ اعضا فعلی 25 تا 125 درصد جلب مشارکت را افزایش خواهد داد (Beerli,2004).بنابراین تعهد و در نتیجه ادامه فعالیت داوطلبان در موفقیت ارگانهای مردم نهاد موثرمی باشد. نکته قابل توجه اینکه اعضای متعهد مزایای بسیاری را با خود به همراه دارند از جمله این مزایا ، بهبود سود جلب مشارکت ، کاهش هزینه های عضو گیری ، افزایش خدمات ، داشتن اعضایی با حساسیت پایین و... را اشاره کرد.(Kandampully et al, 2000)از آنجایی که یکی از ارکان تحقق رسالت های سازمانهای 4 گانه جمعیت هلال احمر جذب نیروی انسانی داوطلب کارآمد و موثر بوده و این نیروی انسانی داوطلب یکی از ایفا کنندگان نقش های اصلی و بنیادین جمعیت هلال احمر به شمار می‌روند(۲) بنابراین لازم است . تدابیری اندیشید تا این مهم به نحو مطلوبی تحقق یابد. از آنجایی که دانش و تجربه گروه‌های مردمی داوطلب می تواند، گامی اساسی را در این زمینه بردارد، نیاز است طرقی را پیدا نمود تا بیشتر به توان آنها را از این حوزه کاری نگه داشته و از تجربیات آنها استفاده نمود(3).  |
| **اهداف طرح**1. علت یابی موانع جلب و مشارکت مردم در جمعیت هلال احمر و رفع موانع احتمالی و مشکلات موجود جلب مشارکت و حمایت مردم در فعالیت های جمعیت.
2. استفاده از افراد یک بار روابط عمومی بالا برای عضوگیری داوطلبان.
3. برقراری رابطه دوستانه و صمیمانه با داوطلبان.
4. استفاده از تکنیک های تبلیغاتی برای جذب داوطلبان.
5. شناسایی استعدادها و فعالیتها ابتکاری ارزش قائل شدن به آنها.
6. استفاده از تکنیک های تبلیغاتی برای جذب داوطلبان.
7. 7 شناسایی استعدادها و فعالیتها ابتکاری ارزش قائل شدن به آنها.

هدف اصلی جذب و ماندگاری داوطلبین هدف‌های فرعی پژوهش1. شناسایی تاثیر تاكتیك های جذب داوطلبان2. شناسایی تاثیر تاكتيك ارتباطات مدیران با داوطلبان3. شناسایی تاثیر تاكتيك رفتارمدیران بااعضای داوطلبان 4. شناسایی تاثیر تاكتيك سیاست های جمعیت هلال احمر بر عضو گیری و شرکت داوطلبین 5. شناسایی تاثیر تاكتيك پاداش سازمان بر جلب مشارکت مردم بر فعالیت های داوطلبین6. شناسایی تاثیر تمايل داوطلبان و تعهد بر انجام وظایف محوله7. شناسایی تاثیر تعهد ارتباطي اعضای داوطلبین در جمعیت هلال احمر |
| **روش اجرای طرح**طرح تحقیق، توصیفی و از نوع عالی می باشد و براساس هدف، از نوع کاربردی است. مرحله گردآوري داده­ها آغاز فرآيندي است كه طي آن محقق يافته‌هاي ميداني و كتابخانه‌اي را گردآوري مي‌كند. .جمع آوری داده ها در این تحقیق ترکیبی از روش های کتابخانه ای و میدانی است. |
| **یافته­های طرح**بخش اول توضیحاتی در مورد سازمانهای مردم نهاد ، متغیر های مستقل، تعاریفی از جلب مشارکت و تاكتیك های عضو گیری ، ارتباطات، شخصی سازی، پاداش و رفتار ترجیحی و همچنین در خصوص متغیرهای وابسته، تعهد ارتباطی و رفتار اعضا نیز بیان شد. و در بخش دوم خلاصه ای از تحقیقات گذشته در زمینه جلب مشارکت و رفتار اعضای داوطلبین بیان گردیده است.در پیمایش های اجتماعی شیوه های گوناگونی برای گردآوری داده ها و اطلاعات استفاده می شود، از جمله پرسشنامه، پرسشنامه پستی، مصاحبه، مصاحبه رودررو، مصاحبه تلفنی و مشاهده. در این مطالعه برای گردآوری داده ها از پرسشنامه استفاده شده است. پرسشنامه مورد نظر دارای دو بخش می باشد، بخش نخست شامل سوالات زمینه ای است که عواملی چون جنسیت، سن، میزان درآمد و تحصیلات را می سنجد. بخش دوم پرسشنامه شامل سوالاتی در زمینه تاکتیک های جلب مشارکت موسسات مردم نهاد و در زمینه رفتار داوطلبین است. همه سوالات این بخش در قالب طیف لیکرت طراحی شده اند. |
| **نتیجه گیری** اصولا هر پروژه تحقیقاتی با توجه به اهداف و رسالتی که دارد در یک چارچوب مشخص انجام می گیرد و در پایان به فهرستی از سوالات که در ابتدا مطرح بوده اند، پاسخ می گوید. اما یک پروژه تحقیقاتی در بهترین شرایط نیز نمی تواند به همه سوالات موجود یا پرسش هایی که در جریان تحقیق ایجاد می شوند پاسخ بگوید. همیشه در پایان تحقیقات سوالات جدیدی مطرح می شود که به عنوان موضوعات جدید به محققان دیگر پیشنهاد می شود. اینک در پایان تحقیق با توجه به نتایج به دست آمده و خلا های تحقیقاتی موجود، پیشنهادات زیر به سایر پژوهشگران ارائه می شود:1. اين پژوهش بين هلال احمر و سازمانهای مردم نهادی قابل اجرا است كه از تاكتيكهاي جلب مشارکت مانند پاداش، رفتار ترجيحي، شخصي سازي ارتباطات، استفاده ميكنند و فروشندگان می توانند ارتباط حسي با اعضا برقرار كنند و دقايقي را باآنان سپري كنند. لذا انجام این نوع پژوهش دیگر با این خصوصیات و نیز در دیگر استانها و مقايسه آنها با نتايج تحقيق حاضر می تواند مبنایی برای انجام پژوهشهای آتی باشد.
2. با توجه به محدودیت زمانی انجام تحقیق برای دستیابی به نتایج محکم تر و دقیق تر، انجام پژوهش در بازه زمانی بزرگتر و پخش پرسشنامه ها در زمانهای متوالی پیشنهاد می گردد.
3. اين پژوهش در صورتيكه متغير قيمت را نيز شامل شود نتايج محكمتري را خواهد داد . لذا برای بررسی اثر کمک رسانی بعنوان عامل مهمی در تصمیم گیری و رفتار مشارکت داوطلبین پیشنهاد می گردد که تحقیق حاضر در زمانهای خاص مانند بحرانها و بلایی بزرگ روی سازماها صورت گیرد.
4. از آن جا که تحقیق حاضر تنها در بخش سازمانهای مردم نهاد متمرکز بوده پیشنهاد می شود در بخش های دیگر مانند مدیریت بحران، خدمات بیمه ای، خدمات نظامی و.. نیز انجام پذیرد تا هم نتایج بیشتری به دست آید و هم اینکه قابلیت تعمیم پذیری بیشتری داشته باشد.
 |

1. Riachhold [↑](#footnote-ref-1)
2. Suser [↑](#footnote-ref-2)