



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

Journal of Endowment & Charity Studies

E-ISSN: 3115-7475

Vol.4, Issue.1, No.7, 2026, pp 166-196

Received: 16/12/2025

Last Revised: 10/04/2026

Accepted: 21/04/2026

Research Paper

The Impact of Perceived Organizational Support and Satisfaction with the Volunteer Management System on Participation Motivation: The Mediating Role of Organizational Identity (Case Study: Volunteers of the Imam Khomeini Relief Committee, Sari County)

Abbas Ahmadi  *

Assistant Professor, Department of Business Management, Payame Noor University, Tehran, Iran
Dr.ahmadi@pnu.ac.ir

Akbar Bahmani Choobbasti 

Associate Professor, Department of Public Management, Payame Noor University, Tehran, Iran
Bahmani@pnu.ac.ir

Fatemeh Tobeh 

Master of Business Management, Payame Noor University, Tehran, Iran
Fatemetobe1999@gmail.com

Introduction

Non-governmental organizations (NGOs) and supportive institutions depend on the active participation of volunteers to achieve their social objectives. One of the main challenges for these organizations is retaining volunteers and sustaining their participation in social activities. In recent years, researchers in the fields of human resource management and organizational behavior have focused on factors that can enhance volunteers' motivation to participate and their sense of belonging. Among these, perceived organizational support (POS) and the quality of volunteers' experience with volunteer management systems (VMS) are considered crucial factors that can influence participatory attitudes and behaviors. Perceived organizational support indicates the extent to which individuals perceive that the organization values their contributions and cares about their well-being, which can strengthen their sense of belonging and organizational identity. Furthermore, the use of volunteer management systems as technological tools can improve volunteers' interaction experiences with the organization and increase their satisfaction. However, the exact mechanisms through which these factors affect volunteer participation motivation, as well as the role of mediating variables in this relationship, require further investigation. Accordingly, the main problem of the current research is to examine how perceived organizational support and satisfaction with the volunteer management system impact volunteer participation motivation, and what role organizational identity plays in this context. The research hypotheses include the positive impact of perceived organizational support and VMS satisfaction on organizational identity and participation motivation, the impact of organizational identity on participation motivation, and the mediating role of organizational identity in these relationships. The findings of this study can contribute to improving volunteer management strategies in supportive organizations.

*Corresponding Author

Ahmadi, A., Bahmani Choobbasti, A., & Tobeh, F. (2026). The impact of perceived organizational support and satisfaction with the volunteer management system on participation motivation: The mediating role of organizational identity (case study: volunteers of the imam khomeini relief committee, sari county). *Journal of Endowment & Charity Studies*, 4(1), 167-196 <https://doi.org/10.22108/ecs.2026.147796.1169>



3115-7475© The Author(s). Published by University of Isfahan

This is an open access article under the CC BY-NC 4.0 License (<https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/>).



<https://doi.org/10.22108/ecs.2026.147796.1169>

Methodology

This research is applied in terms of its purpose and follows a descriptive-correlational design. The statistical population consists of active volunteers in the target supportive institution. The research sample includes 155 volunteers selected using a convenience sampling method. Data was collected using standard questionnaires related to the research variables, including perceived organizational support, volunteer management system satisfaction, organizational identity, and participation motivation. The validity of the research instrument was evaluated through face and content validity assessments, as well as Confirmatory Factor Analysis (CFA). The reliability of the questionnaires was also examined using indicators such as Cronbach's alpha and composite reliability, the results of which indicated an acceptable level of reliability for the instruments. Structural Equation Modeling (SEM) was employed for data analysis. In the first stage, descriptive analyses and the examination of respondents' demographic characteristics were conducted using SPSS version 25. In the second stage, SmartPLS version 3 was utilized to test the research hypotheses and examine the relationships among variables. Initially, the measurement model was evaluated for validity and reliability, and subsequently, the structural model was analyzed to test the hypothesized relationships. The use of the SEM approach enabled the simultaneous examination of both direct and indirect relationships between variables, as well as the mediating role of organizational identity within the research model.

Findings

The results of the data analysis indicated that perceived organizational support has a positive and significant impact on volunteer participation motivation. This finding suggests that when volunteers feel the organization values their efforts and supports their activities, they exhibit a greater willingness to continue their collaboration and participation in organizational activities. Additionally, the results demonstrated that perceived organizational support has a positive and significant effect on organizational identity. This indicates that perceived support from the organization can strengthen volunteers' sense of belonging and identification with the organization. On the other hand, satisfaction with the volunteer management system also showed a positive and significant impact on organizational identity and participation motivation. This finding implies that the efficiency and ease of use of volunteer management systems can create a more positive experience for volunteers, thereby increasing their level of participation. Furthermore, the structural model results revealed that organizational identity has a positive and significant impact on participation motivation. Moreover, organizational identity plays a significant mediating role in the relationship between perceived organizational support and participation motivation, as well as in the relationship between VMS satisfaction and participation motivation. In other words, a portion of the effect of these variables on participation motivation is transmitted through the reinforcement of volunteers' organizational identity.

Discussion and Conclusion

The findings of this research highlight that organizational and technological factors play a crucial role in enhancing volunteer participation motivation. Perceived organizational support, as a primary psychological factor, can increase the sense of value and belonging among volunteers, consequently fostering their active participation. This finding aligns with theoretical perspectives in organizational behavior, which emphasize that perceived support from the organization leads to the formation of positive attitudes and participatory behaviors among members. The results also indicated that satisfaction with the volunteer management system can directly and indirectly affect participation motivation. The utilization of efficient and user-friendly systems not only facilitates communication and managerial processes but also creates a positive experience for volunteers, ultimately leading to increased commitment and participation. The mediating role of organizational identity in this study demonstrates that the sense of belonging and identification with the organization is a fundamental mechanism that translates organizational support and technological satisfaction into participation motivation. Therefore, managers of volunteer-based organizations should focus not only on establishing supportive mechanisms but also on strengthening organizational identity and improving the user experience of management systems. Such an approach can significantly contribute to fostering sustainable volunteer participation and enhancing the effectiveness of the organization's social activities.

Keywords

Perceived Organizational Support, Volunteer Management System, Organizational Identity, Participation Motivation, Imam Khomeini Relief Committee (IKRC).

مقاله پژوهشی

بررسی تأثیر حمایت سازمانی درک‌شده و رضایت از سامانه مدیریت ارتباط با داوطلبان بر انگیزه مشارکت، با نقش میانجی هویت سازمانی (مورد مطالعه: داوطلبان کمیته امداد امام خمینی (ره) شهرستان ساری)

عباس احمدی*^۱ ID، اکبر بهمنی چوب‌بستی^۲ ID و فاطمه توبه^۳ ID

۱. استادیار گروه مدیریت بازرگانی، دانشگاه پیام نور، تهران، ایران

Dr.ahmadi@pnu.ac.ir

۲. دانشیار گروه مدیریت دولتی، دانشگاه پیام نور، تهران، ایران

Bahmani@pnu.ac.ir

۳. کارشناس ارشد مدیریت بازرگانی، دانشگاه پیام نور، تهران، ایران

Fatemetobe1999@gmail.com

چکیده

پژوهش حاضر با هدف بررسی تأثیر حمایت سازمانی درک‌شده و رضایت از سامانه مدیریت داوطلب بر انگیزه مشارکت داوطلبان کمیته امداد امام خمینی (ره) شهرستان ساری با توجه به نقش میانجی هویت سازمانی انجام شد. این پژوهش از نظر هدف کاربردی و از نظر شیوه گردآوری داده‌ها، توصیفی از نوع پیمایشی است. جامعه آماری شامل کلیه مدیران و کارکنان شاغل در کمیته امداد امام خمینی (ره) شهرستان ساری بود که با روش نمونه‌گیری تصادفی ساده، ۱۵۵ نفر به عنوان نمونه بررسی شدند. ابزار گردآوری داده‌ها شامل پرسشنامه‌های استاندارد بود که پایایی آنها با ضریب آلفای کرونباخ بیشتر از ۰/۷ تأیید شد. داده‌ها با استفاده از نرم‌افزار SPSS نسخه ۲۵ برای تحلیل‌های توصیفی و نرم‌افزار Smart PLS نسخه ۳ برای تحلیل‌های استنباطی و مدل‌سازی معادلات ساختاری پردازش شدند. یافته‌ها نشان داد حمایت سازمانی درک‌شده و رضایت از سامانه مدیریت داوطلب تأثیری مثبت و معنادار بر هویت سازمانی و انگیزه مشارکت داوطلبان دارد. علاوه بر این، هویت سازمانی بر انگیزه مشارکت داوطلبان اثری مثبت و معنادار داشت. همچنین، هویت سازمانی نقش میانجی معناداری در رابطه بین حمایت سازمانی درک‌شده و رضایت از سامانه مدیریت داوطلب با انگیزه مشارکت داوطلبان ایفا می‌کند. نتایج پژوهش بیانگر آن است که تقویت سازوکارهای حمایتی و بهره‌گیری مؤثر از سامانه‌های مدیریت داوطلب می‌تواند زمینه‌ساز ایجاد احساس تعلق، اعتماد و خودهماندسازی داوطلبان با سازمان شود و در نهایت، تداوم مشارکت آنان را تضمین کند. به بیان دیگر، هرچه ادراک داوطلبان از حمایت و کارآمدی سامانه‌های ارتباطی و مدیریتی بیشتر باشد، پیوند عاطفی و شناختی آنان با سازمان مستحکم‌تر می‌شود و این امر آنان را به مشارکت پایدارتر و فعال‌تر در برنامه‌های کمیته امداد ترغیب می‌کند.

واژه‌های کلیدی

حمایت سازمانی درک‌شده، سامانه مدیریت داوطلب، هویت سازمانی، انگیزه مشارکت داوطلبان، کمیته امداد امام خمینی (ره).

*نویسنده مسئول

احمدی، ع.، بهمنی چوب‌بستی، ا.، و توبه، ف. (۱۴۰۵). بررسی تأثیر حمایت سازمانی درک‌شده و رضایت از سامانه مدیریت ارتباط با داوطلبان بر انگیزه مشارکت، با نقش میانجی هویت سازمانی (مورد مطالعه: داوطلبان کمیته امداد امام خمینی (ره) شهرستان ساری). *مطالعات*

وقف و امور خیریه، ۴(۱)، ۱۶۷-۱۹۶. <https://doi.org/10.22108/ecs.2026.147796.1169>



۱- مقدمه و بیان مسأله

سازمان‌های خیریه و نهادهای حمایتی در جمهوری اسلامی ایران، به ویژه کمیته امداد امام خمینی (ره)، به دلیل ماهیت خدماتی و مأموریت محور خود، اتکای زیادی به مشارکت داوطلبان دارند. این نهادها، علاوه بر بودجه‌های دولتی، بخشی عمده از ظرفیت اجرایی و اثربخشی برنامه‌های حمایتی را از طریق داوطلبانی تأمین می‌کنند که بدون دریافت پاداش مالی و بر پایه انگیزه‌های انسانی، اجتماعی و ارزش‌های اخلاقی فعالیت می‌کنند (پرپنچی و همکاران، ۱۴۰۱؛ عمادی و همکاران، ۱۴۰۰). کمیته امداد امام خمینی (ره) به عنوان یکی از گسترده‌ترین نهادهای حمایتی کشور، در حوزه‌هایی مانند حمایت معیشتی از خانوارهای کم‌برخوردار، پرداخت مستمری ماهانه، ارائه خدمات درمانی و بیمه‌ای، تأمین جهیزیه، اعطای وام‌های اشتغال‌زایی، حمایت تحصیلی از دانش‌آموزان و دانشجویان نیازمند و اجرای طرح‌های توانمندسازی اقتصادی فعالیت می‌کند. بر اساس گزارش‌های رسمی این نهاد، میلیون‌ها نفر در سطح کشور تحت پوشش خدمات مستقیم و غیرمستقیم آن قرار دارند و هزاران نیروی داوطلب در قالب امدادیار، حامی ایتم و مجری طرح‌های محلی با این سازمان همکاری می‌کنند. در سطح محلی، مانند کمیته امداد امام خمینی (ره) شهرستان ساری، نقش داوطلبان در شناسایی نیازمندان، اجرای طرح‌های حمایتی، توزیع کمک‌ها و نظارت میدانی برجسته است و کاهش مشارکت آنان می‌تواند کیفیت خدمات و دامنه فعالیت‌های حمایتی را به طرز قابل ملاحظه محدود کند (Traeger et al., 2023). بررسی‌های انجام‌شده در سطح شهرستان نشان می‌دهد در سال‌های اخیر میزان مشارکت فعال داوطلبان و استمرار همکاری آنان با نوساناتی همراه بوده است؛ به گونه‌ای که بخشی از داوطلبان پس از مدتی کوتاه از چرخه فعالیت خارج می‌شوند یا سطح تعامل آنان کاهش می‌یابد. این وضعیت نه فقط موجب وقفه در تداوم و کیفیت خدمات‌رسانی می‌شود، بلکه هزینه‌هایی مضاعف برای جذب، آموزش و سازمان‌دهی مجدد نیروهای جدید بر سازمان تحمیل می‌کند. از این رو، چالش اساسی سازمان‌های خیریه و حمایتی، به ویژه نهادهایی گسترده مانند کمیته امداد امام خمینی (ره)، صرفاً جذب داوطلبان جدید نیست، بلکه مدیریت اثربخش چرخه مشارکت و پیشگیری از فرسایش و ریزش زودهنگام آنان است. مطابق ادبیات مدیریت منابع انسانی، نگهداشت نیروهای موجود به مراتب کم‌هزینه‌تر و اثربخش‌تر از جذب مجدد است (یزدانی و همکاران، ۱۴۰۴) و جذب اولیه فقط بخشی از فرایند مدیریت داوطلبان را تشکیل می‌دهد (مسعودی‌پور و معصومی، ۱۴۰۳). افزون بر این، انگیزه مشارکت داوطلبانه به عنوان شاخصی از سرمایه اجتماعی، موجب ثبات نیروی انسانی، بهره‌گیری از تجربه انباشته و تقویت پیوندهای اجتماعی می‌شود و شواهد نشان می‌دهد این پایداری، علاوه بر ارتقای عملکرد سازمان، به افزایش انسجام اجتماعی و اعتماد عمومی نیز می‌انجامد (Shang et al., 2025)؛ بنابراین، تقویت حمایت سازمانی درک‌شده، تحکیم هویت سازمانی و بهره‌گیری کارآمد از سامانه‌های مدیریت داوطلب، ضرورتی راهبردی برای پایداری مشارکت داوطلبانه محسوب می‌شود.

پایداری مشارکت داوطلبانه نتیجه تعامل هم‌زمان عوامل انسانی-اجتماعی و عوامل فناورانه-ساختاری است (Kao et al., 2023). در میان عوامل انسانی، «حمایت سازمانی درک‌شده» اهمیت ویژه دارد و مطابق نظریه ادراک حمایت سازمانی ایزنبرگر و همکاران (Eisenberger et al., 1986)، زمانی افزایش می‌یابد که داوطلب احساس کند سازمان به ارزش، تلاش و رفاه او توجه دارد. ادراک حمایت سازمانی سازوکاری روان‌شناختی ایجاد می‌کند که طی آن، داوطلب موقعیت خود را معتبر می‌داند و فعالیت‌هایش را برای سازمان معنادار تلقی می‌کند (ناصریان و رحیمی، ۱۴۰۴). در بستر فعالیت‌های داوطلبانه کمیته امداد، حمایت سازمانی درک‌شده می‌تواند در قالب فراهم‌سازی ابزارهای لازم، ارائه بازخوردهای شفاف، آموزش‌های مهارتی، سازوکارهای رفاهی و قدردانی رسمی بروز یابد. پژوهش‌ها نشان می‌دهند ادراک حمایت سازمانی موجب تقویت احساس

ارزشمندی، امنیت روانی و اعتماد داوطلبان می شود و سطح تعهد عاطفی آنان را افزایش می دهد (Traeger et al., 2023; Zhang, 2023). داوطلبانی که چنین حمایتی را تجربه می کنند، انگیزه بیشتری برای تداوم مشارکت، اختصاص زمان بیشتر و ایفای نقش های فراتر از وظایف رسمی دارند (Grant & Sumanth, 2018). عامل مهم دیگر سامانه مدیریت داوطلب است که به عنوان زیرساخت فناوریانه برای مدیریت چرخه مشارکت طراحی می شود. این سامانه شامل ابزارهای دیجیتال برای ثبت نام، تخصیص وظایف، زمان بندی فعالیت ها، آموزش آنلاین و برقراری ارتباطات دوسویه است و موجب کاهش پیچیدگی های اداری، شفافیت فرایندها و افزایش کارآمدی مشارکت می شود (Gürbüz, 2024). چنین سامانه ای با استانداردسازی داده ها و بهبود دسترسی به اطلاعات، اعتماد متقابل میان داوطلب و سازمان را تقویت و تجربه مشارکت را حرفه ای تر و انگیزشی تر می کند (Pianezzi, 2021). در برخی از واحدهای محلی، از جمله کمیته امداد امام خمینی (ره) شهرستان ساری، بهره گیری از سامانه های یکپارچه مدیریت داوطلب هنوز با چالش هایی مانند یکپارچگی داده ها، آموزش ناکافی کاربران و محدودیت های زیرساختی مواجه است که می تواند بر کیفیت تجربه داوطلبان و ادراک آنان از کارآمدی سازمان تأثیرگذار باشد. این کاستی های اجرایی ضرورت بررسی نقش سامانه مدیریت داوطلب در تقویت هویت سازمانی و تداوم مشارکت را برجسته تر می کنند.

با این حال، تأثیر حمایت سازمانی درک شده و رضایت از سامانه مدیریت داوطلب بر انگیزه مشارکت داوطلبانه لزوماً مستقیم نیست و معمولاً از مسیر «هویت سازمانی» میانجی گری می شود. بر اساس نظریه مائل و اشفورث^۱ (1992)، هویت سازمانی میزان ادراک هم پوشانی میان ارزش ها و اهداف فرد با سازمان را نشان می دهد و موجب شکل گیری پیوند روان شناختی عمیق می شود. زمانی که داوطلب احساس کند ارزش هایش با هویت سازمانی سازگار است، انگیزه های درونی، احساس معناداری نقش و تعهد هنجاری او تقویت و مشارکت موقتی به مشارکت پایدار تبدیل می شود (شفیع زاده و گیلوری، ۱۳۹۷؛ صفایی و احمدپور، ۱۴۰۴). شواهد نظری و تجربی نشان می دهد حمایت سازمانی درک شده و رضایت از سامانه مدیریت داوطلب، هر دو از مسیرهای مکمل، هویت سازمانی را تقویت می کنند. حمایت سازمانی درک شده از طریق ارائه پیام های ارزشی، بازخورد مثبت و قدردانی رسمی، احساس تعلق و وفاداری داوطلب را افزایش می دهد (Wang et al., 2023; Hsieh & Chiu, 2024). از سوی دیگر، رضایت از سامانه مدیریت داوطلب با ایجاد ساختارهای شفاف، تجربه کارآمد مشارکت و دسترسی سریع به اطلاعات، ادراک داوطلب از حرفه ای بودن و اعتبار سازمان را ارتقا می دهد و به تقویت هویت سازمانی کمک می کند (Ashforth & Mael, 1992). هویت سازمانی قوی نیز به طور مستقیم احتمال تداوم مشارکت داوطلبانه را افزایش می دهد و موجب ارتقای تعهد، انگیزش و بهره وری نیروی انسانی داوطلب می شود (یزدانی و همکاران، ۱۴۰۴).

با توجه به وابستگی قابل ملاحظه کمیته امداد امام خمینی (ره) شهرستان ساری به منابع انسانی داوطلبانه، فهم دقیق الگوی اثرگذاری حمایت سازمانی درک شده، رضایت از سامانه مدیریت داوطلب و هویت سازمانی برای طراحی راهبردهای پایدارسازی مشارکت، ضرورتی اساسی و اجتناب ناپذیر است. اهمیت این پژوهش بیش از آنکه صرفاً نظری باشد، در پاسخ گویی به نیازهای واقعی و عملیاتی این نهاد ریشه دارد؛ زیرا با توجه به گستره خدمات حمایتی، حجم قابل ملاحظه جامعه هدف و محدودیت نیروی انسانی رسمی، هر گونه کاهش در ماندگاری داوطلبان می تواند به افت پوشش خدمات، افزایش فشار کاری کارکنان و کاهش کیفیت نظارت میدانی منجر شود. در عین حال، کمبود مطالعات بومی که به طور هم زمان نقش حمایت سازمانی درک شده و زیرساخت های فناوریانه مدیریت داوطلب را با میانجی گری هویت سازمانی بررسی

¹ Mael & Ashforth

کرده باشند، بیانگر خلأیی معنادار در ادبیات داخلی است. از این رو، پژوهش حاضر با شناسایی عوامل اجتماعی-ادراکی و فناورانه مؤثر بر تداوم مشارکت، در تلاش است تا زمینه گذار مدیران از رویکردهای مقطعی و واکنشی به سیاست‌های پایدار نگهداشت داوطلبان را فراهم کند و به این پرسش اساسی پاسخ دهد که آیا هویت سازمانی می‌تواند نقش میانجی معناداری در رابطه میان حمایت سازمانی درک‌شده و رضایت از سامانه مدیریت داوطلب با تداوم انگیزه مشارکت داوطلبان در کمیته امداد امام خمینی (ره) شهرستان ساری ایفا کند.

۲- ادبیات پژوهش

۲-۱ حمایت سازمانی درک‌شده

حمایت سازمانی، به عنوان یکی از مفاهیم بنیادین در ادبیات رفتار سازمانی، به ادراک کلی افراد از ارزش‌گذاری، توجه و تعهد سازمان نسبت به رفاه، موفقیت و آینده آنان اشاره دارد. بر اساس نظریه آیزنبرگر و همکاران (Eisenberger et al., 1986)، حمایت سازمانی ادراک‌شده بازتابی از این باور است که سازمان برای تلاش‌ها، نیازها و به‌زیستی کارکنان اهمیت قائل است و به نحوی معنادار از آنان پشتیبانی می‌کند. این سازه نقش کلیدی در تبیین کیفیت رابطه فرد-سازمان دارد، زیرا کارکنان زمانی تعهد و دلبستگی بیشتری نشان می‌دهند که احساس کنند سازمان نسبت به حضور، عملکرد و رفاه آنان حساس و قدردان است (شاه‌حسینی و همکاران، ۱۳۹۵؛ ابراهیمی و شمالی، ۱۳۹۹). حمایت سازمانی ادراک‌شده زمانی شکل می‌گیرد که کارکنان احساس کنند نقش آنان مهم و ارزشمند تلقی و تلاش‌هایشان تأیید می‌شود؛ ادراکی که تحت تأثیر عدالت سازمانی، بازخورد مناسب و رفتارهای حمایتی مدیران ایجاد می‌شود (سیاهکالی مرادی، ۱۴۰۳).

از دیدگاه نظریه مبادله اجتماعی، سطح بالای حمایت سازمانی با برانگیختن احساس الزام متقابل، موجب افزایش تعهد، رضایت شغلی، درگیری شغلی و کاهش تمایل به ترک خدمت می‌شود (دارمی و همکاران، ۱۳۹۱). افزون بر پیامدهای فردی، حمایت سازمانی ادراک‌شده در سطح سازمانی به بهبود عملکرد، تقویت تعهد عاطفی و ارتقای نگرش‌های مثبت نسبت به محیط کار می‌انجامد و فقدان آن می‌تواند زمینه بروز بی‌اعتمادی، کاهش انگیزش و شکل‌گیری احساسات منفی نسبت به سازمان را فراهم کند (ابراهیمی و شمالی، ۱۳۹۹؛ Traeger et al., 2023). شواهد پژوهشی نیز تأکید می‌کند که حمایت سازمانی متغیری اثرگذار و گاه میانجی در روابط رفتاری و نگرشی کارکنان است و توجه به آن می‌تواند کیفیت محیط کار، پایداری نیروی انسانی و کارآمدی سازمان را بهبود بخشد (شاه‌حسینی و همکاران، ۱۳۹۵؛ صیفی‌پور، ۱۴۰۴).

۲-۲ سامانه مدیریت داوطلب

سامانه مدیریت داوطلب در ادبیات مدیریت غیرانتفاعی به عنوان بستری یکپارچه از راهبردها، فرایندها و فناوری‌ها تعریف می‌شود که با هدف سازمان‌دهی، تحلیل و بهبود تعاملات میان داوطلب و سازمان در تمام مراحل چرخه عمر مشارکت داوطلبانه طراحی شده و از اصول مدیریت ارتباط با مشتری الهام گرفته است (احمدی و میرزایی، ۱۴۰۲؛ سلیمان، ۱۳۹۵). این سامانه فراتر از یک ابزار عملیاتی، رویکردی راهبردی برای ایجاد و تقویت روابط پایدار، ارزش‌محور و دوطرفه با داوطلبان ارائه می‌دهد و بر ارتقای تجربه همکاری، افزایش حس تعلق و حفظ داوطلب به عنوان یک منبع انسانی کلیدی تأکید دارد (پرپنچی و همکاران، ۱۴۰۱).

سامانه مدیریت داوطلب از طریق جمع‌آوری، یکپارچه‌سازی و تحلیل داده‌های رفتاری و ترجیحات داوطلبان در نقاط تماس متعدد—شامل وب‌سایت، تلفن، شبکه‌های اجتماعی و تعاملات حضوری—تصویری جامع از داوطلب فراهم می‌کند

و امکان شخصی سازی تعاملات، تخصیص کارآمد وظایف، زمان بندی مؤثر فعالیت ها و مداخله های هدفمند برای بهبود تجربه داوطلب را فراهم می کند (عمادی و همکاران، ۱۴۰۰). با توجه به اهمیت نقش داوطلب در پایداری سازمان های اجتماعی، سامانه مدیریت داوطلب به عنوان زیرساختی حیاتی برای توسعه روابط اثربخش، ارتقای کیفیت خدمات و بهبود عملکرد سازمانی شناخته می شود و عدم بهره گیری صحیح از آن می تواند کارایی، انگیزش و ماندگاری داوطلبان را مستقیماً تحت تأثیر قرار دهد (Grant & Sumanth, 2018; Traeger et al., 2023). این سامانه با تمرکز بر مدیریت چرخه عمر داوطلب، رویکرد سازمان را از منطق معاملاتی کوتاه مدت به منطق رابطه محور و بلندمدت سوق می دهد و زمینه ساز افزایش ارزش مشارکتی و تعهد مستمر داوطلبان می شود (Gürbüz, 2024).

۲-۳ هویت سازمانی

هویت سازمانی مفهومی بنیادین در ادبیات رفتار سازمانی است که به ادراک مشترک اعضای یک سازمان درباره ویژگی های محوری، متمایز و نسبتاً پایدار آن اشاره دارد و چارچوبی شناختی برای تفسیر واقعیت سازمانی فراهم می کند. بر اساس دیدگاه آلبرت و وتن (Albert & Whetten, 1985)، هویت سازمانی شامل ویژگی هایی است که به عنوان خصوصیات اصلی سازمان پذیرفته می شوند، سازمان را از سایر نهادها متمایز می کنند و در طول زمان ثبات نسبی دارند. این مفهوم که ریشه در نظریه هویت اجتماعی دارد، چگونگی تعریف افراد از خود را در قالب عضویت در سازمان تبیین می کند و بیانگر تجربه ادراک شده «یگانگی» یا «تعلق» افراد به سازمان است (Ashforth & Mael, 1992). هویت سازمانی نه فقط بیانگر احساس همبستگی، وفاداری و ادراک ویژگی های مشترک میان اعضاست، بلکه نقشی مهم در تعیین رفتار، نگرش، رضایت مندی، تعهد و تمایل به ماندگاری کارکنان ایفا می کند و به عنوان سازه ای کلیدی برای افزایش کارایی و تحقق اهداف سازمان شناخته می شود (سلیمان، ۱۳۹۵).

هویت سازمانی با فراهم کردن مبنایی برای هویت یابی کارکنان، موجب می شود افراد ویژگی های سازمان را به عنوان بخشی از ویژگی های شخصی خود درونی سازی کنند و در نتیجه، در راستای منافع سازمان گام بردارند (ابراهیمی و شمالی، ۱۳۹۹). این سازه که از دهه ۱۹۸۰ به طور جدی وارد جریان اصلی پژوهش های سازمانی شده است، ابزاری راهبردی برای مدیریت تغییر، انسجام بخشی به فرهنگ سازمان، جهت دهی به رفتارهای اجتماعی کارکنان و افزایش انسجام درونی سازمان محسوب می شود (شفیع زاده و گیلوری، ۱۳۹۷). از دیدگاه نظری، هویت سازمانی بازتابی از ادراکات اعضاست نسبت به آنچه سازمان «واقعاً هست» و باید از تصویر بیرونی سازمان متمایز شود؛ زیرا هویت بر تجربه درونی و مشترک اعضا استوار است، در حالی که تصویر سازمان به ادراک های بیرونی ذی نفعان اشاره دارد (Pianezzi, 2021). مجموعه پژوهش های کلاسیک نیز تأکید دارند هویت سازمانی با افزایش حس عضویت، وفاداری و ادراک ویژگی های مشترک میان کارکنان، موجب تقویت انسجام، همکاری و پایداری رفتاری آنان می شود و شانس موفقیت و بقای سازمان را افزایش می دهد (Albert & Whetten, 1992; Mael & Ashforth, 1985). در مجموع، هویت سازمانی شالوده ای مفهومی است که به کمک آن می توان رفتارهای کارکنان، هم راستایی آنان با اهداف سازمان و نحوه تعریف و بازتعریف سازمان توسط اعضا را درک و آن را به عنوان یکی از مؤلفه های حیاتی موفقیت بلندمدت و پایداری سازمانی تلقی کرد.

۲-۴ مشارکت داوطلبان

مشارکت داوطلبان به عنوان یکی از بنیادی ترین سازوکارهای توسعه اجتماعی، سیاسی و فرهنگی، در ادبیات مدیریت غیرانتفاعی و علوم اجتماعی جایگاهی محوری دارد و نقشی اساسی در ارتقای سرمایه اجتماعی، بهبود حکمرانی و افزایش

انسجام جمعی ایفا می‌کند. در جوامع در حال توسعه، تحقق توسعه ملی بیش از هر چیز به مشارکت فعال، آگاهانه و سازمان‌یافته شهروندان وابسته است؛ زیرا فقدان مشارکت واقعی می‌تواند به ناکارآمدی نهادی، اتلاف منابع و کاهش انسجام اجتماعی منجر شود (عمادی و همکاران، ۱۴۰۰؛ مسعودی‌پور و معصومی، ۱۴۰۳). مشارکت داوطلبانه، فراتر از حضور فیزیکی در فعالیت‌های جمعی، فرایندی چندبُعدی مبتنی بر درگیری ذهنی، عاطفی و رفتاری شهروندان است که آنان را از جایگاه منفعل به کنشگرانی اثرگذار در تصمیم‌گیری‌ها، برنامه‌ریزی‌ها و اجرای امور اجتماعی تبدیل می‌کند. این نوع مشارکت زمانی به بیشترین کارایی می‌رسد که در قالب‌های سازمان‌یافته مانند نهادهای محلی، شبکه‌های اجتماعی و ساختارهای رسمی داوطلبانه شکل گیرد و سازمان‌ها با واگذاری بخشی از وظایف اجتماعی به مردم، امکان تمرکز بر مسائل کلان‌تر را پیدا کنند و شهروندان نیز با احساس مالکیت اجتماعی در مسیر توسعه شریک شوند (یزدانی و همکاران، ۱۴۰۴).

از دیدگاه نظری، مشارکت داوطلبان نه فقط یک کنش آگاهانه، آزادانه و مبتنی بر مسئولیت‌پذیری است، بلکه سازوکاری دموکراتیک برای افزایش توان جمعی، شکوفایی استعدادها و بسط سرمایه اجتماعی به شمار می‌آید. این نوع مشارکت که بر انگیزش‌های درونی، ارزش‌های اخلاقی و تمایل به خدمت مبتنی است، عمیق‌ترین سطح همبستگی و تعهد اجتماعی را ایجاد و در قالب کنش‌های جمعی، ظرفیت‌های بالقوه جامعه را به نیروی محرکه توسعه تبدیل می‌کند (Clary et al., 1992؛ عمادی و همکاران، ۱۴۰۰). همچنین، مشارکت داوطلبانه، فراتر از یک اقدام صرف اجتماعی، در پارادایم سازمان‌های غیرانتفاعی و اخلاقی، با اصول بنیادین تعاون، همیاری و ارزش‌های سازمانی پیوند می‌خورد و هم‌زمان، کارکردهای روان‌شناختی، جامعه‌شناختی و اخلاقی همچون تقویت اعتماد اجتماعی، افزایش رضایت و نشاط فردی و تحقق عدالت اجتماعی را به همراه دارد (سیاهکالی مرادی، ۱۴۰۳؛ احمدی و میرزایی، ۱۴۰۲). در مجموع، مشارکت داوطلبانه یکی از مؤثرترین ابزارهای توانمندسازی اجتماعی و کلیدی‌ترین بستر برای تحقق توسعه پایدار، کاهش فقر، گسترش همبستگی و ایجاد جامعه‌ای مشارکت‌محور و تاب‌آور به شمار می‌آید (پرپنچی و همکاران، ۱۴۰۱).

۳- چارچوب نظری و توسعه فرضیه‌های پژوهش

۳-۱ حمایت سازمانی درک‌شده و انگیزه مشارکت داوطلبان

تبیین رابطه میان حمایت سازمانی درک‌شده و انگیزه مشارکت داوطلبان مستلزم توجه به سازوکارهای انگیزشی، هویتی و ادراکی در بستر سازمان‌های داوطلب‌محور است که در چارچوب نظریه حمایت سازمانی ادراک‌شده و نظریه رفتار برنامه‌ریزی‌شده قابل تحلیل است. بر اساس یافته‌های یزدانی و همکاران (۱۴۰۴)، ایجاد ساختارهای حمایتی، اعتماد سازمانی و فرصت‌های رشد، نقشی بنیادین در حفظ و نگهداشت داوطلبان ایفا می‌کند. همچنین، ناصریان و رحیمی (۱۴۰۴) نشان دادند حمایت سازمانی در کنار مدیریت مشارکتی، مسئولیت‌پذیری و در نتیجه تداوم تعهد حرفه‌ای را تقویت می‌کند. نتایج پژوهش دارمی و همکاران (۱۳۹۱) نیز بیانگر آن است که حمایت سازمانی ادراک‌شده با افزایش تعهد سازمانی، زمینه استمرار همکاری کارکنان را فراهم می‌کند. مطالعه بنیتو-بالستورس^۱ و همکاران (2025) نشان داد ادراک رفتارهای حمایتی و شکل‌گیری هویت نقش داوطلبانه، پیش‌بینی‌کننده اصلی ماندگاری داوطلبان است. افزون بر این، شانگ^۲ و همکاران (2025) تأکید کردند حمایت سازمانی از طریق تقویت کارآمدی مشارکت، تمایل به مشارکت مجدد را افزایش می‌دهد. یافته‌های هسیه

¹ Benito-Ballesteros

² Shang



و جیو (2024) نیز نشان می‌دهد تقویت مالکیت روان‌شناختی و احساس ارزشمندی، تعهد داوطلبانه را ارتقا می‌دهد. همچنین، پژوهش کائو^۱ و همکاران (2023) نقش انگیزش مشارکت داوطلبانه را در تقویت پیامدهای ناشی از حمایت سازمانی برجسته کرده است. بر این اساس و با اتکا به مبانی نظری یادشده، فرضیه زیر تدوین می‌شود:

فرضیه ۱: حمایت سازمانی درک شده تأثیری مثبت و معنادار بر انگیزه مشارکت داوطلبان دارد.

۳-۲ حمایت سازمانی درک شده و هویت سازمانی

در تبیین روابط میان حمایت سازمانی درک شده و هویت سازمانی، توجه به سازوکارهای ادراکی و اجتماعی در محیط کار ضروری است که ریشه در نظریه حمایت سازمانی و نظریه هویت اجتماعی دارد. بر اساس یافته‌های زراعت‌پیشه (۱۴۰۴)، هویت سازمانی از طریق تقویت حمایت سازمانی می‌تواند زمینه بروز رفتارهای نوآورانه را فراهم کند و نشان‌دهنده پیوند متقابل این دو سازه است. همچنین، سیاهکالی مرادی (۱۴۰۳) تأکید می‌کند حمایت سازمانی ادراک شده با تقویت هویت سازمانی، تعهد و وفاداری اعضا را افزایش می‌دهد. نتایج پژوهش ابراهیمی و شمالی (۱۳۹۹) نیز بیانگر اثر مثبت حمایت سازمانی بر هویت‌یابی سازمانی و نقش تعدیل‌گر شرایط شغلی در این رابطه است. در همین راستا، شاه‌حسینی و همکاران (۱۳۹۵) نشان دادند حمایت ادراک شده به ارتقای تعهد عاطفی کارکنان منجر می‌شود که خود با هویت سازمانی هم‌سو است. مطالعه روی^۲ و همکاران (2025) نیز نشان داد حمایت سازمانی از طریق تقویت هویت سازمانی می‌تواند رضایت شغلی را بهبود بخشد. همچنین، پژوهش ژانگ^۳ (2023) نقش میانجی هویت سازمانی در رابطه میان حمایت سازمانی و وفاداری کارکنان را تأیید می‌کند. یافته‌های دینک^۴ و همکاران (2022) بیانگر آن است که حمایت سازمانی ادراک شده پیشاینده مستقیم شکل‌گیری هویت سازمانی است. افزون بر این، هی^۵ و همکاران (2022) نقش حمایت اجتماعی را در تقویت هویت سازمانی برجسته کرده‌اند. بر این اساس و با اتکا به مبانی نظری یادشده، فرضیه زیر تدوین می‌شود:

فرضیه ۲: حمایت سازمانی درک شده تأثیری مثبت و معنادار بر هویت سازمانی دارد.

۳-۳ رضایت از سامانه مدیریت داوطلب و انگیزه مشارکت داوطلبان

تبیین تأثیر رضایت از سامانه مدیریت داوطلب بر تداوم مشارکت مستلزم توجه به نقش زیرساخت‌های مدیریتی و فناورانه در تقویت انگیزش، کارآمدی و تعهد داوطلبان است که در چارچوب نظریه حمایت سازمانی ادراک شده و نظریه تبادل اجتماعی قابل تحلیل است. بر اساس یافته‌های یزدانی و همکاران (۱۴۰۴)، وجود سامانه‌های مدیریتی شفاف، بازخورد مؤثر و فرصت‌های رشد، از مهم‌ترین پیشایندهای حفظ و نگهداشت داوطلبان به شمار می‌روند. همچنین، سلیمان (۱۳۹۵) نشان داد سیستم‌های اطلاعاتی مدیریت با تقویت مدیریت مشارکتی و فرهنگ سازمانی، زمینه افزایش مشارکت و هم‌سویی اعضا را فراهم می‌کند. مطالعه گوربوز^۶ (2024) بیانگر آن است که مدیریت کارآمد داوطلبان نقشی تعیین‌کننده در پایداری عملیات و

¹ Kao

² Roy

³ Zhang

⁴ Dinc

⁵ He

⁶ Gürbüz

انگیزش آنان دارد. افزون بر این، اتا^۱ و همکاران (2024) با ارائه مدل پویا برای مدیریت ظرفیت داوطلبان نشان دادند سیاست‌های داده‌محور می‌توانند کارآمدی و ماندگاری مشارکت را افزایش دهند. پژوهش یوری و یو^۲ (2023) نیز اهمیت طراحی بسترهای آنلاین و تجربه کاربری را در بازگشت و استمرار فعالیت داوطلبان تأیید می‌کند. همچنین، گرنث و سومانث^۳ (2018) نشان دادند سامانه‌های مدیریت داوطلب از طریق تسهیل ارتباطات، آموزش و زمان‌بندی، تمایل به ادامه فعالیت را تقویت می‌کنند. مجموع این شواهد حاکی از آن است که سامانه‌های مدیریت داوطلب با ایجاد نظم، شفافیت، کارآمدی و تجربه مثبت مشارکت، سازوکارهای انگیزشی و تعهدی را فعال می‌کنند. در نتیجه، هرچه این سامانه‌ها کارآمدتر و پاسخ‌گوتر طراحی شوند، احتمال انگیزه مشارکت داوطلبان افزایش می‌یابد. بر این اساس، فرضیه زیر تدوین می‌شود:

فرضیه ۳: رضایت از سامانه مدیریت داوطلب تأثیری مثبت و معنادار بر انگیزه مشارکت داوطلبان دارد.

۳-۴ رضایت از سامانه مدیریت داوطلب و هویت سازمانی

بررسی نقش سامانه‌های مدیریت داوطلب در شکل‌گیری هویت سازمانی مستلزم تبیین پیوند میان سازوکارهای ساختاری، ارتباطی و ادراکی در سازمان‌های داوطلب‌محور است که در چارچوب نظریه هویت اجتماعی و نظریه حمایت سازمانی ادراک‌شده قابل تحلیل است. بر اساس یافته‌های یزدانی و همکاران (۱۴۰۴)، طراحی سامانه‌های مدیریتی شفاف، تقویت بازخورد و ایجاد فرصت‌های رشد، زمینه پذیرش نقش داوطلبانه به عنوان بخشی از هویت فردی را فراهم می‌کند. همچنین، احمدی و میرزایی (۱۴۰۲) نشان دادند بهره‌گیری از فناوری اطلاعات و سامانه‌های ارتباطی آنلاین با افزایش شفافیت و اعتماد، هم‌راستایی ارزش‌ها و در نتیجه هویت سازمانی را تقویت می‌کند. نتایج پژوهش الجاندرا^۴ و همکاران (2025) بیانگر آن است که ارتباطات راهبردی و پاسخ‌گویی اثربخش، دل‌بستگی عاطفی اعضا و هویت‌یابی آنان را افزایش می‌دهد. در همین راستا، تریگر^۵ و همکاران (2023) تأکید کردند اثر حمایت سازمانی بر ماندگاری داوطلبان از طریق هویت سازمانی میانجی‌گری می‌شود. افزون بر این، پیانزی^۶ (2021) نشان داد نحوه پاسخ‌گویی و روایت‌های سازمانی در فرایند رسمی‌شدن نقشی تعیین‌کننده در تثبیت یا تضعیف هویت سازمانی دارد. این شواهد حاکی از آن است که سامانه‌های مدیریت داوطلب صرفاً ابزارهای اجرایی نیستند، بلکه بسترهای معنا‌ساز برای شکل‌دهی هویت مشترک محسوب می‌شوند. به بیان دیگر، هرچه سازوکارهای مدیریتی، ارتباطی و فناورانه سازمان منسجم‌تر و پاسخ‌گوتر باشد، احتمال هم‌ذات‌پنداری اعضا با سازمان افزایش می‌یابد. بنابراین، انتظار می‌رود استقرار و کارآمدی سامانه مدیریت داوطلب با تقویت ادراک حمایت، شفافیت و هم‌راستایی ارزشی، به شکل‌گیری هویت سازمانی منجر شود. بر این اساس، فرضیه زیر تدوین می‌شود:

فرضیه ۴: رضایت از سامانه مدیریت داوطلب تأثیری مثبت و معنادار بر هویت سازمانی دارد.

۳-۵ هویت سازمانی و انگیزه مشارکت داوطلبان

تبیین تأثیر هویت سازمانی بر تداوم مشارکت مستلزم بررسی سازوکارهای هویتی و ارزشی است که رفتارهای داوطلبانه را در بستر سازمانی هدایت می‌کنند و این امر در چارچوب نظریه هویت اجتماعی و نظریه همانندسازی سازمانی قابل تحلیل است.

¹ Ata

² Urrea & Yoo

³ Grant & Sumanth

⁴ Alejandra

⁵ Traeger

⁶ Pianezzi



بر اساس یافته‌های یزدانی و همکاران (۱۴۰۴)، پذیرش نقش داوطلبانه به عنوان بخشی از هویت فردی، یکی از عوامل کلیدی در نگهداشت و استمرار مشارکت محسوب می‌شود. همچنین، صفایی و احمدپور (۱۴۰۴) نشان دادند ابعاد هویت فرهنگی جمعی می‌تواند بخشی معنادار از واریانس مشارکت اجتماعی را تبیین کند که بیانگر نقش تعیین‌کننده مؤلفه‌های هویتی در رفتارهای مشارکتی است. نتایج سیاهکالی مرادی (۱۴۰۳) نیز حاکی از آن است که هویت سازمانی با تعهد و وفاداری داوطلبان رابطه مستقیم دارد و می‌تواند تداوم مشارکت را تقویت کند. شفیع‌زاده و گیلوری (۱۳۹۷) نشان دادند افزایش مشارکت در تصمیم‌گیری و رفتارهای مدنی به تقویت احساس عضویت و وفاداری سازمانی می‌انجامد. پژوهش پاروز^۱ و همکاران (۲۰۲۶) نیز بیانگر آن است که هویت سازمانی سبز با ارتقای رفتارهای داوطلبانه کارکنان رابطه مثبت دارد. افزون بر این، لانگر و فینی^۲ (۲۰۲۵) اهمیت جهت‌گیری هویت سازمانی را در شکل‌دهی به تعاملات مشارکتی برجسته کرده‌اند. همچنین، یافته‌های تریگر و همکاران (۲۰۲۳) نشان می‌دهد هویت سازمانی میانجی اثر حمایت بر قصد ماندگاری داوطلبان است. مجموع این شواهد دلالت بر آن دارد که هرچه سطح همانندسازی و هم‌راستایی ارزشی افراد با سازمان بالاتر باشد، انگیزش درونی برای استمرار فعالیت تقویت می‌شود؛ بنابراین، فرضیه زیر تدوین می‌شود:

فرضیه ۵: هویت سازمانی تأثیری مثبت و معنادار بر انگیزه مشارکت داوطلبان دارد.

۳-۶ نقش میانجی هویت سازمانی

نقش میانجی هویت سازمانی در ارتباط بین حمایت سازمانی درک شده و تداوم مشارکت به عنوان یکی از سازوکارهای کلیدی ارتقای انگیزش و وفاداری داوطلبان و کارکنان مطرح است و در این چارچوب، توجه به هویت فردی و جمعی و میزان همانندسازی با سازمان اهمیت می‌یابد. پژوهش صفایی‌پور (۱۴۰۴) نشان داد مشروعیت و حمایت سازمانی از طریق تقویت هویت سازمانی، رفتارهای اخلاقی و مسئولیت‌پذیری اجتماعی کارکنان را افزایش می‌دهد و هویت سازمانی نقش میانجی در این رابطه دارد. سیاهکالی مرادی (۱۴۰۳) نیز تأکید کردند حمایت ادراک شده سازمان موجب تقویت هویت سازمانی داوطلبان می‌شود و این هویت به طور مستقیم بر تعهد و وفاداری آنان اثرگذار است. تریگر و همکاران (۲۰۲۳) با بررسی داوطلبان یک سازمان مردم‌نهاد محیط‌زیستی نشان دادند هویت سازمانی میانجی اثر حمایت سازمانی بر مشارکت و قصد ماندگاری است. یافته‌های ناه^۳ و همکاران (۲۰۲۳) و دینک و همکاران (۲۰۲۲) نیز نشان می‌دهد سازوکارهای میانجی هویتی، از جمله تعهد عاطفی و غرور اصیل، مسیر اثرگذاری حمایت یا رهبری خدمتگزار بر رفتارهای داوطلبانه و شهروندی سازمانی را تبیین می‌کنند. از سوی دیگر، در ارتباط با سامانه مدیریت داوطلب، یزدانی و همکاران (۱۴۰۴) نشان دادند مدیریت هوشمند و ساختارهای حمایتی باعث تقویت هویت سازمانی و افزایش تعهد و تداوم مشارکت داوطلبان می‌شوند. عمادی و همکاران (۱۴۰۰) نیز تأکید کردند اعتماد اجتماعی از طریق اثر بر هویت و احساس تعلق، مشارکت داوطلبانه را ارتقا می‌دهد. هسیه و چپو (۲۰۲۴) با بررسی مالکیت روان‌شناختی و جانسون^۴ (۲۰۲۴) با تمرکز بر رهبری مشارکتی نشان دادند هویت سازمانی می‌تواند مسیرهای میانجی اثرگذاری را تقویت یا محدود کند. وانگ^۵ و همکاران (۲۰۲۳) نیز اثبات

¹ Parvez

² Langer & Feeney

³ Ngah

⁴ Johnson

⁵ Wang

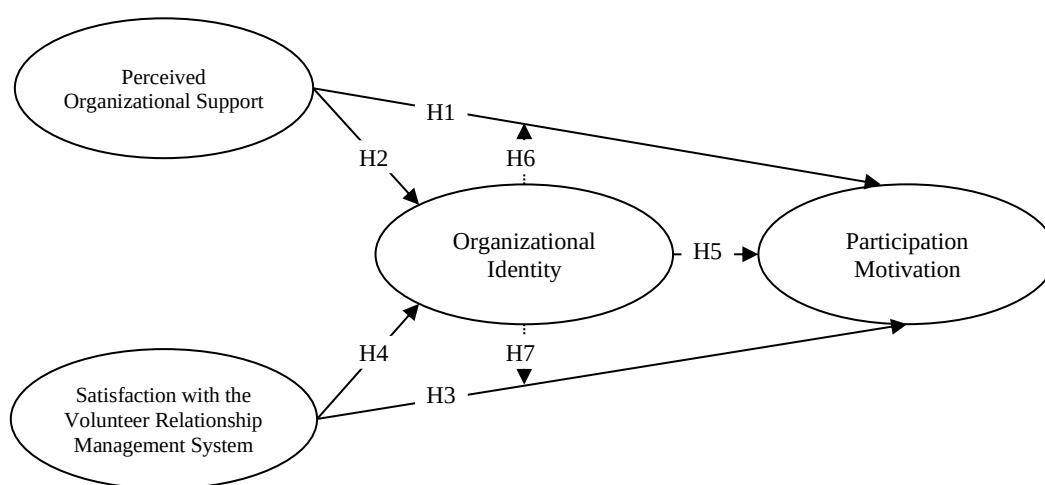


کردند هویت سازمانی و احساس مسئولیت ایمنی، میانجی روابط بین ادراک نابرابری و رفتار شهروندی ایمنی هستند. مجموع این شواهد بیانگر آن است که هویت سازمانی نقش کلیدی در تبیین اثر حمایت سازمانی درک شده و سامانه‌های مدیریت داوطلب بر تداوم مشارکت ایفا می‌کند و هم‌راستایی ارزشی، احساس تعلق و سازوکارهای هویتی می‌تواند انگیزش و وفاداری داوطلبان و کارکنان را به طور معنادار افزایش دهد. بر این اساس، فرضیه‌های زیر تدوین می‌شوند:

فرضیه ۶: هویت سازمانی نقش میانجی در رابطه بین حمایت سازمانی درک شده و انگیزه مشارکت داوطلبان ایفا می‌کند.

فرضیه ۷: هویت سازمانی نقش میانجی در رابطه بین رضایت از سامانه مدیریت داوطلب و انگیزه مشارکت داوطلبان ایفا می‌کند.

با توجه به چارچوب نظری مطرح شده، الگوی مفهومی پژوهش حاضر مطابق شکل (۱) ترسیم شد:



شکل ۱. مدل مفهومی پژوهش

Figure 1. Research conceptual model

۴- روش پژوهش

پژوهش حاضر بر مبنای هدف کاربردی از نوع توصیفی پیمایشی و بر مبنای روش از نوع کمی و از نظر ارتباط بین متغیرهای پژوهش از نوع علی است. حمایت سازمانی درک شده و رضایت از سامانه مدیریت داوطلب به مثابه متغیر پیش‌بین، انگیزه مشارکت داوطلبان به مثابه متغیر ملاک و هویت سازمانی به عنوان متغیر میانجی در نظر گرفته شد. جامعه تحت بررسی شامل ۲۶۰ نفر از مدیران و کارکنان شاغل در کمیته امداد امام خمینی (ره) شهرستان ساری بود که در سال ۱۴۰۴ مشغول به خدمت بوده‌اند و نمونه آماری به روش نمونه‌گیری تصادفی ساده از طریق فرمول کوکران، ۱۵۵ نفر در نظر گرفته شد. روش جمع‌آوری داده‌ها با استفاده از پرسشنامه‌های خوداظهاری تکمیل شده توسط همان مدیران و کارکنان منتخب انجام شد. در بخش اول پرسشنامه، پاسخ‌دهندگان مشخصات دموگرافیک خود شامل جنسیت، سن، تحصیلات و سابقه خدمت را تکمیل کردند. علاوه بر این، با رعایت ملاحظات اخلاقی و ارائه توضیح درباره اهداف پژوهش، محرمانه بودن اطلاعات تضمین شد و نام و نام خانوادگی در پرسشنامه ثبت نشد؛ همچنین، شرکت در پژوهش داوطلبانه و با حق انتخاب پاسخ‌دهندگان انجام شد.

سپس، در بخش دوم، برای حمایت سازمانی درک شده از پرسشنامه آیزنبرگر^۱ و همکاران (1986) با ۸ گویه، سامانه مدیریت داوطلب از مقیاس سین^۲ و همکاران (2005) با ۸ گویه، هویت سازمانی از مقیاس مائل و اشفورت (1992) با ۶ گویه و مشارکت داوطلبان از مقیاس کلری^۳ و همکاران (1996) با ۶ گویه استفاده شد. تمامی پرسشنامه‌ها با استفاده از طیف ۵ تایی لیکرت (کاملاً موافقم تا کاملاً مخالفم) ارزیابی شدند.

روش‌های آماری این پژوهش در دو سطح توصیفی و استنباطی انجام شدند. برای تحلیل داده‌ها از نرم‌افزارهای SPSS نسخه ۲۵ و Smart PLS نسخه ۳/۳ و برای آزمون فرضیه‌های پژوهش از روش مدل‌سازی معادلات ساختاری (SEM) بهره گرفته شد. در این پژوهش، برای بررسی روایی محتوا و صوری از پرسشنامه‌ای استفاده شده است که سایر پژوهشگران از آن در پژوهش خود در حوزه مشابه استفاده کرده‌اند؛ از این رو، از روایی مناسبی برخوردار است. با وجود این، برای اطمینان کامل از روایی محتوایی پرسشنامه، با نظرخواهی از کارشناسان آمار و پژوهش کمیته امداد امام خمینی (ره) شهرستان ساری، روایی پرسشنامه تأیید شد و به صورت نهایی درآمد؛ بنابراین، می‌توان گفت پرسشنامه پژوهش از روایی محتوای خوبی برخوردار است. علاوه بر این، پایایی پرسشنامه‌ها به روش آلفای کرونباخ نیز بررسی شد:

جدول ۱. پایایی متغیرهای پژوهش

Table 1. Reliability of research variables

متغیر	تعداد گویه	ضریب آلفای کرونباخ
حمایت سازمانی درک شده	۸	۰/۹۰۷
رضایت از سامانه مدیریت داوطلب	۸	۰/۹۲۵
هویت سازمانی	۶	۰/۸۹۴
انگیزه مشارکت داوطلبان	۶	۰/۸۵۶

نتایج به دست آمده در جدول (۱) نشان می‌دهد ضریب آلفای کرونباخ به دست آمده برای تمامی متغیرهای پژوهش بیشتر از ۰/۷ است که نشان‌دهنده پایایی مطلوب پرسشنامه‌هاست.

۵- یافته‌ها

نتایج تحلیل داده‌های جمعیت‌شناختی مدیران و کارکنان کمیته امداد امام خمینی (ره) شهرستان ساری نشان می‌دهد از میان ۱۵۵ شرکت‌کننده، مردان با فراوانی ۱۲۱ نفر (۷۸/۱ درصد) اکثریت قاطع را تشکیل می‌دهند. بررسی توزیع سنی پاسخ‌دهندگان نشان می‌دهد بیشترین فراوانی مربوط به گروه سنی ۳۶ تا ۴۵ سال با ۷۳ نفر (۴۷/۱ درصد) است و کمترین تعداد نیز به گروه سنی ۵۶ سال به بالا با ۵ نفر (۳/۲ درصد) اختصاص دارد. از نظر سطح تحصیلات، بیشترین تعداد پاسخ‌گویان دارای مدرک کارشناسی هستند (۹۳ نفر؛ ۶۰ درصد) و پس از آن، کارکنان دارای مدرک کارشناسی ارشد و بالاتر با ۲۱ نفر (۱۳/۵ درصد) قرار دارند، در حالی که کمترین سهم به افراد با تحصیلات دیپلم و پایین‌تر تعلق دارد (۱۵ نفر؛ ۹/۷ درصد).

¹ Eisenberger

² Sin

³ Clary



درصد). همچنین، بررسی سابقه خدمت نشان می‌دهد بیشترین فراوانی مربوط به کارکنان با سابقه ۱۱ تا ۱۵ سال است (۶۳ نفر؛ ۴۰/۶ درصد) و کمترین میزان نیز به کارکنان دارای بیش از ۲۱ سال سابقه تعلق دارد (۱۸ نفر؛ ۱۱/۶ درصد). این توزیع آماری بیانگر آن است که جامعه مورد مطالعه عمدتاً شامل نیروی انسانی میان‌سال، با سابقه، با سطح تحصیلات دانشگاهی و عمدتاً مرد است که ترکیبی از تجربه و توان تخصصی را در ساختار سازمانی کمیته امداد منعکس می‌کند. قبل از بررسی آزمون الگوی ساختاری یا فرضیه‌های پژوهش، در جدول (۲) شاخص‌های توصیفی متغیرها برای بررسی پراکندگی مناسب و نرمال بودن توزیع داده‌ها ارائه شده‌اند:

جدول ۲. آماره توصیفی متغیرهای پژوهش

Table 2. Descriptive statistics of research variables

متغیر	میانگین	انحراف معیار	چولگی	کشیدگی	سطح معناداری کولموگروف-اسمیرنوف
حمایت سازمانی درک شده	۳/۹۰	۰/۵۷۳	-۰/۵۸۸	۰/۸۷۵	۰/۰۰۰۱
رضایت از سامانه مدیریت داوطلب	۳/۴۷	۰/۷۲۵	-۰/۵۲۳	۰/۶۰۹	۰/۰۰۰۱
هویت سازمانی	۳/۸۲	۰/۶۰۹	-۰/۷۸۵	۲/۱۹۰	۰/۰۰۰۱
انگیزه مشارکت داوطلبان	۳/۹۰	۰/۵۳۲	-۰/۴۹۲	۲/۱۸۰	۰/۰۰۰۱

با توجه به جدول (۲)، بررسی شاخص‌های توصیفی مربوط به متغیرهای پژوهش، نتایج نشان داد ادراک کارکنان از حمایت سازمانی درک شده با میانگین ۳/۹۰ و انحراف معیار ۰/۵۷۳ در سطحی بالاتر از میانگین نظری قرار دارد؛ امری که بیانگر تجربه مطلوب کارکنان از توجه، قدردانی، حمایت و رفتار منصفانه سازمان است. چولگی منفی و کشیدگی مثبت این متغیر نشان می‌دهد بخش عمده پاسخ‌دهندگان نمرات بالایی را ثبت کرده‌اند و ارزیابی آنان نسبت به حمایت سازمانی درک شده همگرا و نسبتاً یکپارچه است. این الگو درباره رضایت از سامانه مدیریت داوطلب نیز مشاهده می‌شود؛ به گونه‌ای که میانگین این متغیر برابر ۳/۴۷ و انحراف معیار ۰/۷۲۵ گزارش شده و نشان‌دهنده ارزیابی نسبتاً مطلوب از کارآمدی، سهولت استفاده، شفافیت فرایندها و توانمندی‌های سامانه در ثبت نام، تخصیص وظایف و مدیریت ارتباطات است. چولگی منفی و میزان کشیدگی مثبت این متغیر نیز حاکی از آن است که بیشتر پاسخ‌دهندگان ارزیابی مثبتی از عملکرد سامانه داشته‌اند و پراکندگی نظرات محدود است. همچنین، یافته‌ها در خصوص هویت سازمانی با میانگین ۳/۸۲ و انحراف معیار ۰/۶۰۹ بیانگر سطحی بالا از تعلق، هم‌ذات‌پنداری و هم‌سویی کارکنان با اهداف سازمان است و چولگی منفی و کشیدگی نسبتاً بالا نشان می‌دهد بیشتر کارکنان این ادراک مثبت را به طور مشابه تجربه کرده‌اند. در نهایت، متغیر انگیزه مشارکت داوطلبان با میانگین ۳/۹۰ و انحراف معیار ۰/۵۳۲ نیز در سطحی بالاتر از حد متوسط قرار دارد و بیانگر حضور فعال، تداوم همکاری و احساس اثرگذاری از سوی داوطلبان است؛ به طوری که الگوی توزیع داده‌ها نشان‌دهنده ارزیابی مثبت و نسبتاً همگون مشارکت در میان آنان است.

برآیند این یافته‌ها نشان می‌دهد در سازمان تحت بررسی، سطوح حمایت سازمانی درک شده، کارآمدی سامانه مدیریت داوطلب، هویت سازمانی و انگیزه مشارکت داوطلبان همگی بالاتر از میانگین نظری ارزیابی شده‌اند و پاسخ‌دهندگان دیدگاه نسبتاً مشابه و همگرا نسبت به این ابعاد داشته‌اند. این الگو حاکی از وجود محیطی حمایتی، ساختارهای دیجیتال نسبتاً کارآمد، انسجام روان‌شناختی میان کارکنان و مشارکت فعال داوطلبان است؛ عواملی که می‌توانند نقشی مهم در ارتقای رضایت،

افزایش تعهد، تقویت ماندگاری نیروهای انسانی و پایداری فعالیت‌های سازمان ایفا کنند. این وضعیت همچنین نشان‌دهنده ظرفیت مناسب سازمان برای توسعه بیشتر سامانه‌ها، تقویت ارتباطات و ارتقای فرایندهای مدیریت داوطلبان و کارکنان است که می‌تواند به نتایج مثبت و پایدار در عملکرد سازمانی منجر شود.

علاوه بر این، نتایج آزمون کولموگروف-اسمیرنوف نشان داد نمرات تمامی متغیرها کمتر از ۰/۰۵ است؛ بنابراین، می‌توان نتیجه گرفت توزیع تمامی متغیرها نرمال نیست. از آنجا که توزیع متغیرها نرمال نیست و روش مدل‌سازی معادلات ساختاری قابلیت استفاده در هر دو حالت توزیع نرمال و غیرنرمال را دارد، از این روش برای تحلیل داده‌ها استفاده می‌شود. مدل‌سازی معادلات ساختاری حداقل مربعات جزئی^۱ به عنوان تکنیک آماری اصلی برای تجزیه و تحلیل داده‌ها در این مطالعه استفاده شد. مدل‌سازی معادلات ساختاری به دلیل انعطاف‌پذیری آن در مدیریت توزیع داده‌های غیرنرمال و اندازه‌های نمونه کوچک تا متوسط و همچنین، توانایی آن در تخمین مدل‌های پیچیده با ساختارهای چندبُعدی، برای این پژوهش انتخاب شد که به ویژه برای مطالعاتی مناسب است که بر پیش‌بینی و ارزیابی روابط علت و معلولی پیچیده میان متغیرهای پنهان تمرکز دارند (Cepeda-Carrion et al., 2019).

در این پژوهش، برای بررسی ارتباط بین سازه‌های مدل (شکل ۱) از روش معادلات ساختاری با رویکرد حداقل مربعات جزئی استفاده شد. در این روش، قدرت رابطه بین متغیر پنهان و متغیر مشاهده‌شده با بار عاملی مشخص می‌شود؛ بار عاملی کمتر از ۰/۳ ضعیف، بین ۰/۳ تا ۰/۶ قابل قبول و بیشتر از ۰/۶ مطلوب است (Hair et al., 2022). پس از شناسایی همبستگی متغیرها، آزمون معناداری با استفاده از روش بوت‌استرپ^۲ انجام شد و در سطح خطای ۵ درصد، مقادیر آماره t بزرگ‌تر از ۱/۹۶ ± نشان‌دهنده معناداری همبستگی‌هاست. پیش از تفسیر نتایج مدل، مناسب بودن مدل در سه بخش اندازه‌گیری، ساختاری و کلی بررسی شد تا پایایی و اعتبار آن تأیید شود. در بخش مدل اندازه‌گیری، از شاخص‌های آلفای کرونباخ، پایایی ترکیبی و روایی همگرا (واریانس استخراج‌شده) استفاده شد که تمامی مقادیر آلفای کرونباخ و پایایی ترکیبی بیشتر از ۰/۷ و واریانس استخراج‌شده بیشتر از ۰/۵ بود؛ بنابراین، مدل اندازه‌گیری از پایایی و روایی همگرا مناسبی برخوردار است. یافته‌های مربوط به این بخش در جدول (۳) ارائه شده است:

جدول ۳. مقادیر واریانس استخراج‌شده و میزان شاخص‌های پایایی

Table 3. Extracted variance values & reliability indices

سازه	کد گویه	گویه	بار عاملی	آماره معناداری (T-Value)	آلفای کرونباخ	پایایی ترکیبی	واریانس استخراج‌شده (≥ ۰/۵)
حمایت سازمانی درک‌شده	POS1	کمیتۀ امداد به رفاه من اهمیت می‌دهد.	۰/۸۵۵	۵۱/۸۲۲	۰/۹۱۹	۰/۹۳۸	۰/۶۶۵
	POS2	اگر مشکلی برای من پیش بیاید، کمیتۀ امداد از من حمایت خواهد کرد.	۰/۸۹۵	۶۹/۲۹۶			
	POS3	کمیتۀ امداد به پیشنهادها و دیدگاه‌های من توجه می‌کند.	۰/۸۹۹	۶۴/۷۲۵			
	POS4	از تلاش‌های من در کمیتۀ امداد قدردانی	۰/۹۱۱	۸۳/۸۴۸			

¹ PLS-SEM

² t-value



سازه	کد گویه	گویه	بار عاملی	آماره معناداری (T- Value)	آلفای کروناخ (≥ 0.7)	پایایی ترکیبی (≥ 0.7)	واریانس استخراج شده (≥ 0.5)
می شود.							
رضایت از سامانه مدیریت داوطلب	POS5	کمیتۀ امداد نسبت به کارکنان خود	۰/۸۷۱	۵۰/۱۳۵			
		احساس مسئولیت می کند.					
	POS6	این سازمان ارزش من را به عنوان یک	۰/۸۱۸	۳۱/۳۴۵			
		کارمند می شناسد.					
	POS7	در شرایط دشوار، کمیتۀ امداد پشت من	۰/۷۶۹	۲۶/۴۲۲			
		می ایستد.					
	POS8	احساس می کنم کمیتۀ امداد واقعاً برای	۰/۳۵۹	۶/۳۴۱			
		من اهمیت قائل است.					
رضایت از سامانه مدیریت داوطلب	CRM1	سازمان ما اطلاعات داوطلبان را به طور	۰/۷۹۸	۳۴/۵۳۶	۰/۹۲۶	۰/۹۴۱	۰/۶۶۹
		مؤثر جمع آوری و تحلیل می کند.					
	CRM2	سامانه مدیریت داوطلب، ارتباطات	۰/۸۷۵	۵۷/۸۵۲			
		دو طرفه را تسهیل می کند.					
	CRM3	فناوری های استفاده شده برای مدیریت	۰/۸۵۸	۵۰/۲۵۳			
		داوطلبان کارآمد و به روز هستند.					
	CRM4	سامانه باعث می شود خدمات متناسب با	۰/۸۷۵	۵۲/۱۰۲			
		نیاز داوطلبان ارائه شود.					
هویت سازمانی	CRM5	سامانه پاسخ گویی به داوطلبان را سریع تر	۰/۸۴۰	۳۹/۵۶۳			
		کرده است.					
	CRM6	من از عملکرد سامانه مدیریت داوطلبان	۰/۸۵۰	۴۰/۱۱۴			
		رضایت دارم.					
	CRM7	داده های موجود در سامانه دقیق و قابل	۰/۸۶۵	۴۸/۴۲۰			
		اعتماد هستند.					
	CRM8	سامانه مدیریت داوطلبان ارزش افزوده	۰/۵۲۱	۱۱/۳۲۹			
		واقعی برای سازمان ایجاد کرده است.					
هویت سازمانی	OI1	احساس می کنم عضوی از خانواده بزرگ	۰/۷۵۷	۲۴/۶۶۴	۰/۸۹۶	۰/۹۲۱	۰/۶۶۱
		کمیتۀ امداد هستم.					
	OI2	موفقیت کمیتۀ امداد را موفقیت خودم می دانم.	۰/۸۵۳	۳۷/۴۵۲			
	OI3	تعلق به کمیتۀ امداد بخشی از هویت من	۰/۸۸۵	۶۳/۸۸۰			
		شده است.					
	OI4	از اینکه خود را کارکنان کمیتۀ امداد	۰/۸۰۹	۳۵/۱۴۰			
هویت سازمانی		معرفی کنم احساس غرور می کنم.					
	OI5	ارزش های کمیتۀ امداد با ارزش های من	۰/۸۵۲	۴۷/۴۹۴			
		سازگار است.					
	OI6	احساس می کنم پیوندی عمیق با این	۰/۷۱۰	۲۰/۳۴۴			

سازه	کد گویه	گویه	بار عاملی	آماره معناداری (T-Value)	آلفای کرونباخ	پایایی ترکیبی	واریانس استخراج شده (≥ 0.5)
سازمان دارم.							
مشارکت داوطلبان	MVS1	انگیزه اصلی من از کار در کمیته امداد کمک به نیازمندان است.	۰/۷۹۱	۳۱/۵۲۳	۰/۸۶۱	۰/۸۹۷	۰/۵۹۲
	MVS2	احساس می‌کنم فعالیت در کمیته امداد برای جامعه ارزشمند است.	۰/۷۷۲	۲۶/۰۰۱			
	MVS3	خدمت در این سازمان به من احساس معنا و هدف می‌دهد.	۰/۸۰۳	۳۰/۳۸۹			
	MVS4	کار در کمیته امداد باعث رشد و یادگیری شخصی من می‌شود.	۰/۸۱۶	۳۷/۲۳۳			
	MVS5	کار در کمیته امداد با علایق درونی من هم‌سو است.	۰/۶۸۰	۱۷/۲۱۴			
	MVS6	انجام وظایفم در کمیته امداد به من احساس رضایت درونی می‌دهد.	۰/۷۴۶	۲۸/۰۱۹			

علاوه بر این، ارزیابی مدل اندازه‌گیری همچنین شامل ارزیابی روایی افتراقی است. آزمون روایی افتراقی تضمین می‌کند یک سازه از سایر سازه‌ها در یک مدل متمایز است. روایی افتراقی این پژوهش با استفاده از نسبت هتروتریت-مونوتریت^۱ اندازه‌گیری شد. با توجه به حساسیت بیشتر آن در تشخیص مسائل مربوط به روایی افتراقی، پژوهش‌های پیشین استفاده از HTMT را به عنوان روش اصلی برای ارزیابی روایی افتراقی در مدل معادلات ساختاری پیشنهاد می‌کنند. مقادیر HTMT معمولاً باید زیر ۰/۸۵ یا ۰/۹۰ باشند (Hair et al., 2022):

جدول ۴. روایی افتراقی

Table 4. Discriminant validity

سازه	حمایت سازمانی درک شده	رضایت از سامانه مدیریت داوطلب	انگیزه مشارکت داوطلبان	هویت سازمانی
حمایت سازمانی درک شده				
رضایت از سامانه مدیریت داوطلب	۰/۸۱۵			
انگیزه مشارکت داوطلبان	۰/۵۲۲	۰/۸۱۸		
هویت سازمانی	۰/۵۶۸	۰/۵۱۴	۰/۷۶۹	

همان‌طور که در جدول (۴) مشاهده می‌شود، تمام سازه‌های مدل روایی افتراقی قابل قبولی را نشان می‌دهند. تمام مقادیر HTMT زیر ۰/۹۰ هستند. این امر نشان می‌دهد سازه‌ها به اندازه کافی متمایز هستند تا نقش‌های فردی خود را در مدل تأیید کنند. پس از تأیید مناسب بودن مدل اندازه‌گیری، باید به قابلیت اتکای مدل ساختاری اشاره شود. برای این منظور، از دو

¹ Heterotrait-Monotrait Ratio (HTMTmt)



شاخص ضریب تعیین و پیش‌بینی کیفیت استفاده شد (جدول ۵):

جدول ۵. برازش مدل ساختاری پژوهش

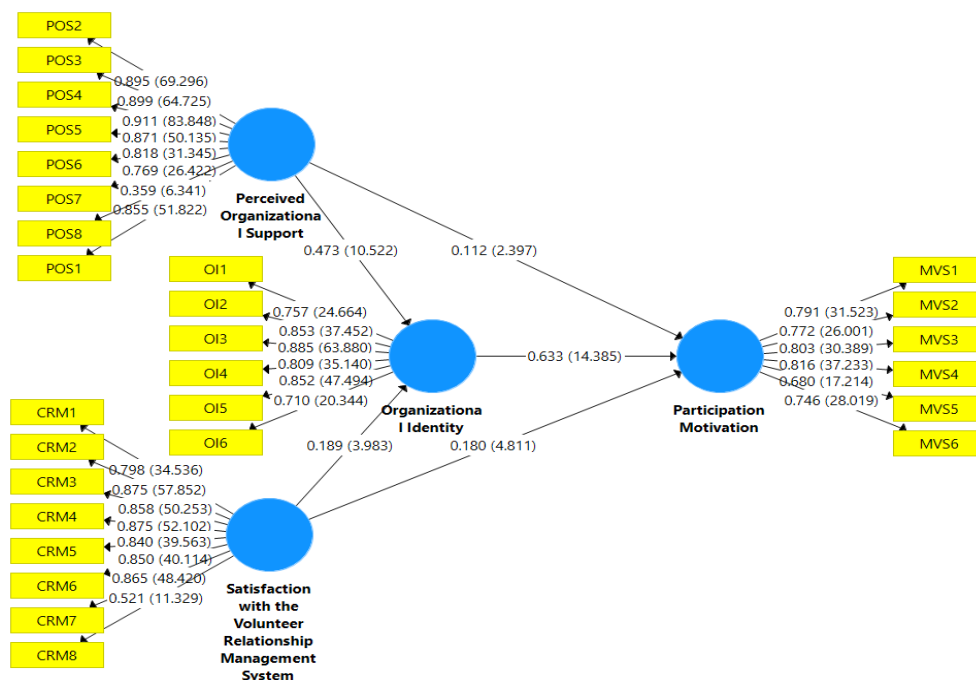
Table 5. Fitting the research structural model

متغیر	$R^2 \geq 0.19$	$Q^2 \geq 0.15$
هویت سازمانی	۰/۳۵۲	۰/۲۲۶
انگیزه مشارکت داوطلبان	۰/۶۴۷	۰/۳۷۱

ضریب تعیین (R^2) معیاری است که برای متصل کردن بخش اندازه‌گیری و بخش ساختاری الگوی سازی معادلات ساختاری به کار می‌رود و نشان از تأثیری دارد که یک متغیر برون‌زا بر یک متغیر درون‌زا می‌گذارد. به طور کلی، جدول (۵) نشان داد حمایت سازمانی درک‌شده و رضایت از سامانه مدیریت داوطلب ۳۵/۲ درصد از واریانس هویت سازمانی را توضیح می‌دهند. در مجموع، حمایت سازمانی درک‌شده، رضایت از سامانه مدیریت داوطلب و هویت سازمانی ۶۴/۷ درصد از واریانس انگیزه مشارکت داوطلبان را تبیین می‌کنند. همچنین، مقدار Q^2 قدرت پیش‌بینی مدل را مشخص می‌کند که برای سازه‌های درون‌زای هویت سازمانی ۰/۲۲۶ و انگیزه مشارکت داوطلبان ۰/۳۷۱ محاسبه شده است که نشان از قدرت پیش‌بینی نسبتاً قوی مدل در خصوص سازه‌های برون‌زای پژوهش دارد و به همین دلیل است که می‌توان گفت مدل دارای ارتباط پیش‌بینی‌کننده است؛ بنابراین، برازش مناسب مدل ساختاری را تأیید می‌کند. در پایان نیز به برازش کلی مدل اشاره شده است که در مدل‌های مبتنی بر حداقل مربعات جزئی از شاخص GOF استفاده می‌شود که باید بیش از ۰/۳ باشد (Hair et al., 2022). این شاخص طبق فرمول برای مدل پژوهش محاسبه شده است و نشان‌دهنده این است که کیفیت پیش‌بینی مدل پژوهش به طور کلی قوی است:

$$GOF = \sqrt{\text{communality} \times R^2} = 0.5684$$

رابطه متغیرهای تحت بررسی در هر یک از فرضیه‌های پژوهش بر اساس یک ساختار علی با روش حداقل مربعات جزئی PLS آزمون شده است. ضریب بار عاملی مقداری بین صفر و یک است. اگر بار عاملی کمتر از ۰/۳ باشد، رابطه ضعیف در نظر گرفته و از آن صرف‌نظر می‌شود. بار عاملی اگر بزرگ‌تر از ۰/۷ باشد، مطلوب است (Hair et al., 2022) و بر این اساس، الگوی کلی پژوهش در شکل (۲) ترسیم شده است. الگوی اندازه‌گیری (رابطه هر یک از متغیرهای قابل مشاهده با متغیر پنهان) و الگوی مسیر (روابط متغیرهای پنهان با یکدیگر) نیز محاسبه شده است. برای سنجش معناداری روابط نیز آماره t با روش بوت‌استرپ محاسبه شد. در این الگو که خروجی نرم‌افزار Smart PLS است، خلاصه یافته‌های مربوط به بار عاملی استاندارد روابط متغیرهای پژوهش ارائه شد. آزمون فرضیه‌های پژوهش بر اساس روابط هر یک از متغیرها به تفکیک نیز ارائه شده است. در ادامه، شکل (۲) یافته‌های مربوط را نشان می‌دهد:



شکل ۲. روش حداقل مربعات جزئی الگوی پژوهش

Figure 2. Partial least squares method of research model

جدول ۶. نتایج فرضیه‌های پژوهش

Table 6. Results of research hypotheses

فرضیه	مسیر	ضریب مسیر (β)	عدد معناداری (t-value)	(p-value)	نتیجه آزمون
۱	حمایت سازمانی درک شده ← انگیزه مشارکت داوطلبان	۰/۱۱۲	۲/۳۹۷	۰/۰۱۷	تأیید
۲	حمایت سازمانی درک شده ← هویت سازمانی	۰/۴۷۳	۱۰/۵۲۲	۰/۰۰۰	تأیید
۳	رضایت از سامانه مدیریت داوطلب ← انگیزه مشارکت داوطلبان	۰/۱۸۰	۴/۸۱۱	۰/۰۰۰	تأیید
۴	رضایت از سامانه مدیریت داوطلب ← هویت سازمانی	۰/۱۸۹	۳/۹۸۳	۰/۰۰۰	تأیید
۵	هویت سازمانی ← انگیزه مشارکت داوطلبان	۰/۶۳۳	۱۴/۳۸۵	۰/۰۰۰	تأیید
۶	حمایت سازمانی درک شده ← هویت سازمانی ← انگیزه مشارکت داوطلبان	۰/۲۹۹	۸/۰۶۲	۰/۰۰۰	میانجی جزئی
۷	رضایت از سامانه مدیریت داوطلب ← هویت سازمانی ← انگیزه مشارکت داوطلبان	۰/۱۱۹	۳/۸۸۹	۰/۰۰۰	میانجی جزئی

۶- بحث و نتیجه‌گیری

جهان کنونی شاهد گسترش روزافزون نقش سازمان‌های غیرانتفاعی^۱ و نهادهای حمایتی در ارائه خدمات اجتماعی و تکمیل وظایف دولت‌هاست. این سازمان‌ها، به ویژه نهادهایی همچون کمیته امداد امام خمینی (ره)، در بستر اجتماعی ایران، به عنوان

^۱ NPOs

ستون‌های اصلی خدمت‌رسانی و توزیع عدالت اجتماعی عمل می‌کنند و پایداری فعالیت‌های آنها به‌شدت به استفاده مؤثر از منابع و سرمایه‌های انسانی وابسته است (پرینچی و همکاران، ۱۴۰۱). در این میان، مشارکت داوطلبانه به عنوان یکی از حیاتی‌ترین سرمایه‌های غیرمالی، نقش محوری را در تضمین گستره و کیفیت خدمات اجتماعی ایفا می‌کند؛ با این حال، حفظ این منبع ارزشمند، یعنی اطمینان از تداوم مشارکت داوطلبان، به چالش اصلی مدیریتی در این نهادها تبدیل شده است. مدیریت ضعیف در این حوزه می‌تواند به فرسایش منابع انسانی و افزایش هزینه‌های جذب مجدد داوطلب منجر شود (مسعودی‌پور و معصومی، ۱۴۰۳).

نتایج مربوط به فرضیه نخست نشان می‌دهد حمایت سازمانی درک‌شده تأثیری مثبت و معنادار بر انگیزه مشارکت داوطلبان کمیته امداد امام خمینی (ره) شهرستان ساری دارد؛ به گونه‌ای که آماره معناداری (۲/۴۵۸) بزرگ‌تر از مقدار بحرانی (۱±۹۶) است و این امر معناداری رابطه را در سطح اطمینان ۹۵ درصد تأیید می‌کند. همچنین، ضریب مسیر برابر ۰/۱۱۲ بیانگر آن است که هر یک واحد افزایش در حمایت سازمانی درک‌شده موجب افزایش ۰/۱۱۲ واحدی در انگیزه مشارکت داوطلبان می‌شود و این متغیر نقش تسهیل‌گر مهمی در ارتقای سطح مشارکت ایفا می‌کند. تفسیر این نتیجه نشان می‌دهد هرچه کارکنان و داوطلبان احساس بیشتری از احترام، قدردانی، پشتیبانی و عدالت سازمانی تجربه کنند، انگیزه و تمایل آنها برای همکاری فعالانه افزایش می‌یابد؛ زیرا حمایت سازمانی درک‌شده به عنوان یک منبع روان‌شناختی و اجتماعی موجب تقویت احساس ارزشمندی، اعتماد، تعلق و تعهد می‌شود و در نتیجه رفتارهای مشارکتی و داوطلبانه را ارتقا می‌دهد. این یافته با نظریه مبادله اجتماعی قابل تبیین است؛ زیرا رفتار حمایتی سازمان موجب شکل‌گیری تعهد متقابل و تمایل افراد به جبران این حمایت از طریق مشارکت بیشتر می‌شود. همچنین، بر اساس نظریه هویت اجتماعی، حمایت سازمانی درک‌شده هویت و انسجام روان‌شناختی افراد را تقویت می‌کند و احساس یکی‌بودن با سازمان را افزایش می‌دهد؛ پدیده‌ای که خود زمینه‌ساز مشارکت فعال و پایدار است. افزون بر این، حمایت سازمانی درک‌شده با کاهش تنش‌های روانی، افزایش خودکارآمدی و انگیزش درونی، بستری مناسب برای تداوم همکاری و حضور مؤثر داوطلبان فراهم می‌کند. این نتیجه با یافته‌های دارمی و همکاران (۱۳۹۱) و ناصریان و رحیمی (۱۴۰۴) و همچنین، مطالعات بین‌المللی بنیتو-بالتورس و همکاران (2025)، کائو و همکاران (2023)، شانگ و همکاران (2025) و هسیه و چو (2024) هم‌خوان است که همگی بر نقش کلیدی حمایت سازمانی درک‌شده در افزایش مشارکت، تعهد و همکاری داوطلبان تأکید کرده‌اند.

نتایج مربوط به فرضیه دوم نشان می‌دهد حمایت سازمانی درک‌شده تأثیری مثبت و معنادار بر هویت سازمانی کارکنان کمیته امداد امام خمینی (ره) شهرستان ساری دارد؛ به طوری که آماره معناداری برابر ۱۰/۹۱۷ و بزرگ‌تر از مقدار بحرانی (۱±۹۶) است و این امر معناداری رابطه را در سطح اطمینان ۹۵ درصد تأیید می‌کند. ضریب مسیر بین این دو متغیر برابر ۰/۴۷۳ است که بیانگر آن است که هر یک واحد افزایش در حمایت سازمانی درک‌شده موجب افزایش ۰/۴۷۳ واحدی در هویت سازمانی می‌شود و نشان می‌دهد این رابطه مستقیم و مثبت است. تفسیر این یافته حاکی از آن است که هرچه کارکنان حمایت، توجه، احترام و قدردانی بیشتری از سوی سازمان تجربه کنند، پیوند روان‌شناختی و عاطفی آنان با سازمان تقویت می‌شود و خود را جزئی جدایی‌ناپذیر از کل سازمان می‌دانند. این وضعیت باعث تقویت احساس تعلق، هم‌سودن با اهداف سازمان، درونی‌سازی ارزش‌های سازمان و افتخار نسبت به عضویت در آن می‌شود. از دیدگاه نظری، این رابطه با نظریه هویت اجتماعی قابل تبیین است، زیرا افراد هویت خود را از عضویت در گروه‌ها و سازمان‌هایی کسب می‌کنند که برایشان اهمیت روانی دارند و رفتارهای حمایتی سازمان موجب می‌شود کارکنان سازمان را بخشی از «خود اجتماعی» خود درک کنند

و وابستگی عاطفی بیشتری نشان دهند. همچنین، نظریه مبادله اجتماعی نشان می‌دهد پاسخ متقابل کارکنان به حمایت‌های سازمانی به شکل افزایش تعهد، وفاداری و تقویت هویت سازمانی نمود پیدا می‌کند. حمایت سازمانی درک‌شده، علاوه بر تقویت حس تعلق، با افزایش مالکیت روان‌شناختی، اعتماد، امنیت شغلی و انسجام اجتماعی، زمینه‌ساز شکل‌گیری هویت سازمانی پایدار و قوی می‌شود. یافته‌های این پژوهش با نتایج مطالعات سیاهکالی مرادی (۱۴۰۳)، ابراهیمی و شمالی (۱۳۹۹)، زراعت‌پیشه (۱۴۰۴)، شاه‌حسینی و همکاران (۱۳۹۵) و پژوهش‌های بین‌المللی دینگ و همکاران (۲۰۲۱)، ژانگ (۲۰۲۳)، روی و همکاران (۲۰۲۵) و هی و همکاران (۲۰۲۲) هم‌سو است که همگی بر نقش حمایت سازمانی درک‌شده در تقویت هویت سازمانی و پیامدهای مثبت مرتبط با آن از جمله وفاداری، تعهد، رضایت و انسجام کارکنان تأکید کرده‌اند.

نتایج مربوط به فرضیه سوم نشان می‌دهد رضایت از سامانه مدیریت داوطلب تأثیری مثبت و معنادار بر انگیزه مشارکت داوطلبان کمیته امداد امام خمینی (ره) شهرستان ساری دارد؛ به طوری که آماره معناداری برابر $4/857$ و بزرگ‌تر از مقدار بحرانی $(\pm 1/96)$ است و این امر نشان‌دهنده معناداری رابطه در سطح اطمینان ۹۵ درصد است. ضریب مسیر بین این دو متغیر برابر $0/180$ است که بیانگر آن است که هر یک واحد تغییر در رضایت از سامانه مدیریت داوطلب موجب افزایش $0/180$ واحدی در انگیزه مشارکت داوطلبان می‌شود و بنابراین، رابطه مستقیم و مثبت بین این دو متغیر وجود دارد. تفسیر این یافته نشان می‌دهد هرچه سازمان از ابزارهای فناورانه کارآمدتری برای جذب، سازمان‌دهی، زمان‌بندی، آموزش و ارتباط با داوطلبان استفاده کند، سطح مشارکت آنان نیز افزایش می‌یابد؛ زیرا سامانه مدیریت داوطلب هوشمند فرایندهای مشارکت را ساختارمند، شفاف و قابل پیگیری و امکان درک بهتر نقش و وظایف و تجربه اثربخشی بیشتر را برای داوطلبان فراهم می‌کند و در نهایت، تمایل آنان به تداوم مشارکت را افزایش می‌دهد. از دیدگاه نظری، این نتیجه با نظریه خودتعیین‌گری قابل تبیین است، زیرا انگیزش درونی و رفتار داوطلبانه زمانی تقویت می‌شود که سه نیاز روان‌شناختی خودمختاری، شایستگی و ارتباط برآورده شوند و سامانه‌های مدیریت داوطلب با ارائه امکان انتخاب زمان فعالیت، مشاهده پیشرفت کار، دسترسی به آموزش‌های دیجیتال و برقراری ارتباط ساختارمند با مدیران و سایر داوطلبان، این سه نیاز را هم‌زمان تقویت می‌کنند و به این ترتیب، انگیزه مشارکت داوطلبان افزایش می‌یابد. یافته‌های پژوهش حاضر با مطالعات پیشین نیز هم‌خوانی دارد؛ از جمله پژوهش گرنت و سومان (۲۰۱۸) که نشان داد فراهم‌سازی زیرساخت‌های مدیریتی و اطلاعاتی مناسب رفتارهای مشارکتی کارکنان و داوطلبان را افزایش می‌دهد و همچنین، نتایج مطالعات سلیمان (۱۳۹۵) و یوری و یو (۲۰۲۳)، گوربوز (۲۰۲۴) و انا و همکاران (۲۰۲۴) نشان می‌دهد سامانه‌های مدیریت داوطلب دیجیتال موجب ارتقای اثربخشی عملیات، افزایش انگیزش مشارکتی و حفظ مشارکت داوطلبانه در طول زمان می‌شوند و به این ترتیب، سامانه مدیریت داوطلب نه فقط یک ابزار فنی، بلکه یک سازوکار روان‌شناختی مؤثر برای تقویت انگیزه و مشارکت پایدار داوطلبان محسوب می‌شود.

نتایج مربوط به فرضیه چهارم نشان می‌دهد رضایت از سامانه مدیریت داوطلب تأثیری مثبت و معنادار بر هویت سازمانی کمیته امداد امام خمینی (ره) شهرستان ساری دارد؛ به طوری که آماره معناداری برابر $4/073$ و بزرگ‌تر از مقدار بحرانی $(\pm 1/96)$ است و ضریب مسیر بین این دو متغیر برابر $0/189$ است؛ به این معنا که هر یک واحد تغییر در رضایت از سامانه مدیریت داوطلب موجب افزایش $0/189$ واحدی در هویت سازمانی می‌شود؛ بنابراین، رابطه مستقیم و مثبت بین این دو متغیر وجود دارد. تفسیر این یافته نشان می‌دهد استفاده از سامانه مدیریت داوطلب کارآمد، شفاف و تعاملی، میزان احساس تعلق، هم‌پنداری و هویت‌یابی داوطلبان با سازمان را تقویت می‌کند؛ زیرا این سامانه‌ها با فراهم‌سازی اطلاعات دقیق، برقراری ارتباط منظم، ارائه بازخورد مناسب، امکان رصد پیشرفت فعالیت‌ها و ایجاد کانال‌های ارتباطی رسمی، به داوطلبان کمک می‌کنند تا

نقش خود، مأموریت و ارزش‌های سازمان را بهتر درک و خود را بخشی از ساختار و رسالت آن تلقی کنند؛ فرایندی که هویت سازمانی و احساس عضویت روان‌شناختی را ارتقا می‌دهد. از دیدگاه نظری، این نتیجه با نظریه هویت اجتماعی قابل تحلیل است؛ بر اساس این نظریه، افراد زمانی هویت سازمانی قوی‌تری تجربه می‌کنند که مرزبندی‌ها، ارزش‌ها، مأموریت و ارتباطات درون‌گروهی سازمان شفاف و قابل تشخیص باشند و سامانه مدیریت داوطلب بستر رسمی و ساختارمندی برای ایجاد چنین شفافی فراهم می‌آورد. دریافت اطلاعات دقیق درباره مأموریت سازمان، نتایج فعالیت‌ها، نقش داوطلب در زنجیره خدمت‌رسانی و بازخورد عملکردی، فرایند «درون‌گروه‌سازی» را تسهیل می‌کند و موجب می‌شود داوطلبان خود را بیشتر متعلق به سازمان بدانند؛ از این رو، سامانه مدیریت داوطلب نه فقط یک ابزار فنی، بلکه سازوکاری نمادین و هویت‌ساز است که هم‌پنداری داوطلبان با کمیته امداد را تقویت می‌کند. این یافته با مطالعات پیشین نیز هم‌خوانی دارد؛ از جمله پژوهش یزدانی و همکاران (۱۴۰۴) که نشان داد سامانه‌های فناورانه با بهبود ارتباطات و گردش اطلاعات، پیوند روانی افراد با سازمان را تقویت می‌کنند، احمدی و میرزایی (۱۴۰۲) که تأکید دارند ابزارهای الکترونیکی و سیستم‌های اطلاعاتی با افزایش شناخت داوطلبان از مأموریت و ساختار سازمان، هویت‌یابی آنان را ارتقا می‌دهند و مطالعات تریگر و همکاران (2023)، پیانزی (2021) و الجاندرا و همکاران (2025) که نشان می‌دهند شفافیت اطلاعات، کانال‌های ارتباطی دیجیتال، پاسخ‌گویی و ساختاردهی سازمانی، عوامل کلیدی در تقویت هویت سازمانی و تداوم عضویت داوطلبان در سازمان‌های غیرانتفاعی هستند. نتایج مربوط به فرضیه پنجم نشان می‌دهد هویت سازمانی تأثیری مثبت و معنادار بر انگیزه مشارکت داوطلبان کمیته امداد امام خمینی (ره) شهرستان ساری دارد؛ به طوری که آماره معناداری برابر $13/772$ و بزرگ‌تر از مقدار بحرانی $(\pm 1/96)$ است و ضریب مسیر بین این دو متغیر برابر $0/633$ است؛ به این معنا که هر یک واحد تغییر در هویت سازمانی موجب افزایش $0/633$ واحدی در انگیزه مشارکت داوطلبان می‌شود؛ بنابراین، رابطه مستقیم و مثبت بین این دو متغیر وجود دارد. تفسیر این یافته حاکی از آن است که هرچه داوطلبان احساس تعلق، هم‌پنداری و پیوند روان‌شناختی بیشتری با سازمان داشته باشند، انگیزه و تمایل آنان برای حضور فعال، ایفای نقش‌های داوطلبانه، همکاری در فعالیت‌ها و مشارکت مستمر افزایش می‌یابد؛ زیرا هویت سازمانی موجب می‌شود افراد خود را بخشی از سازمان بدانند، ارزش‌ها، اهداف و مأموریت‌های آن را درونی و رفتارهای فراتر از وظایف رسمی و مشارکت اثربخش را تقویت کنند. از دیدگاه نظری، این رابطه با نظریه هویت اجتماعی قابل توضیح است که بر اساس آن، افراد هویت خود را از عضویت در گروه‌ها و سازمان‌هایی که برایشان اهمیت روانی دارند، شکل می‌دهند و زمانی که داوطلبان خود را به سازمان متصل و همسو با ارزش‌ها و مأموریت‌های آن ببینند، انگیزه درونی برای مشارکت و ایفای نقش‌های اجتماعی افزایش می‌یابد. همچنین نظریه رفتار شهروندی سازمانی نشان می‌دهد که هویت سازمانی یکی از مهم‌ترین پیش‌زمینه‌های رفتارهای داوطلبانه و فراتر از وظایف رسمی است، زیرا افراد خود را مسئول موفقیت و اعتبار سازمان می‌دانند و به همین دلیل با انگیزه و تعهد بیشتر مشارکت می‌کنند. این یافته با شواهد پژوهشی متعدد داخلی و بین‌المللی هم‌سو است؛ از جمله پژوهش بنیتو-بالتورس و همکاران (2025) که هویت سازمانی را عاملی کلیدی در افزایش مشارکت داوطلبانه و تعهد کارکنان دانسته است، مطالعه سیاهکالی مرادی (۱۴۰۳) که بر نقش احساس تعلق و هم‌پنداری با ارزش‌های سازمان در ارتقای فعالیت‌های مشارکتی تأکید دارد و پژوهش‌های شفیع‌زاده و گیلوری (۱۳۹۷) و صفایی و احمدپور (۱۴۰۴) که نشان می‌دهند هویت جمعی و سازمانی با مشارکت فعال در تصمیم‌گیری و اقدامات اجتماعی ارتباطی مثبت و معنادار دارد. همچنین، یافته‌های پاروز و همکاران (2026) و لانگر و فینی (2025) تأکید می‌کند تقویت هویت سازمانی و جمعی اعضا موجب افزایش مشارکت فعال و رفتارهای داوطلبانه در سازمان‌های غیرانتفاعی و محیط‌های عمومی می‌شود.

نتایج مربوط به فرضیه ششم نشان می‌دهد هویت سازمانی نقش میانجی‌گری در رابطه بین حمایت سازمانی درک شده و انگیزه مشارکت داوطلبان کمیته امداد امام خمینی (ره) شهرستان ساری دارد؛ به طوری که آماره معناداری مسیر غیرمستقیم برابر $0.03/8$ و بزرگ‌تر از مقدار بحرانی $(1\pm/96)$ است و ضریب مسیر غیرمستقیم نیز برابر $0.299/0$ است؛ به این معنا که با ورود هویت سازمانی به عنوان متغیر میانجی، هر یک واحد تغییر در حمایت سازمانی درک شده موجب افزایش $0.299/0$ واحدی در انگیزه مشارکت داوطلبان می‌شود و تقریباً 73% درصد از اثر کل حمایت سازمانی درک شده بر انگیزه مشارکت داوطلبان از طریق هویت سازمانی تبیین می‌شود. تفسیر این یافته حاکی از آن است که حمایت‌های سازمانی از کارکنان و داوطلبان، با تقویت احساس تعلق و هویت سازمانی، محرکی برای افزایش مشارکت فعال، همکاری مؤثر و انجام وظایف فراتر از تعهدات رسمی ایجاد می‌کند؛ به بیان دیگر، هویت سازمانی مکانیسمی واسطه‌ای است که توضیح می‌دهد چگونه حمایت سازمانی درک شده به ارتقای رفتارهای مشارکتی منجر می‌شود. از دیدگاه نظری، این رابطه با نظریه مبادله اجتماعی قابل تحلیل است که بر اساس آن، افراد در پاسخ به حمایت سازمانی درک شده تمایل دارند با ایجاد تعهد، وفاداری و رفتارهای متقابل مثبت پاسخ دهند و هویت سازمانی نقش واسطه‌ای دارد، زیرا احساس تعلق و هم‌پنداری با سازمان باعث می‌شود داوطلبان ارزش‌ها و اهداف آن را درونی کنند و انگیزه بیشتری برای مشارکت فعال نشان دهند؛ همچنین، نظریه هویت اجتماعی بیان می‌کند تعلق به گروه و هم‌پنداری با هویت سازمانی مسیر اثرگذاری حمایت سازمانی درک شده بر رفتارهای داوطلبانه را تقویت می‌کند و پایداری مشارکت را افزایش می‌دهد. این نتیجه با شواهد پژوهشی داخلی و بین‌المللی هم‌سو است؛ از جمله مطالعات سیاهکالی مرادی (۱۴۰۳) و صیفی‌پور (۱۴۰۴) که نشان می‌دهند هویت سازمانی نقش میانجی در روابط حمایتی و پیامدهای رفتاری کارکنان به ویژه در مسئولیت‌پذیری و مشارکت اجتماعی ایفا می‌کند و پژوهش‌های ناه و همکاران (2023) و دینک و همکاران (2022) که تأکید می‌کنند حمایت ادراک شده سازمانی با تقویت هویت و تعهد داوطلبان موجب افزایش رفتارهای مشارکتی و وفاداری سازمانی می‌شود.

نتایج مربوط به فرضیه آخر نشان می‌دهد هویت سازمانی نقش میانجی‌گری در رابطه بین رضایت از سامانه مدیریت داوطلب و انگیزه مشارکت داوطلبان کمیته امداد امام خمینی (ره) شهرستان ساری دارد؛ به طوری که آماره معناداری مسیر غیرمستقیم برابر $3/985$ و بزرگ‌تر از مقدار بحرانی $(1\pm/96)$ است و ضریب مسیر غیرمستقیم نیز برابر $0.119/0$ است؛ به این معنا که با ورود هویت سازمانی به عنوان متغیر میانجی، هر یک واحد تغییر در رضایت از سامانه مدیریت داوطلب موجب افزایش $0.119/0$ واحدی در انگیزه مشارکت داوطلبان می‌شود و تقریباً 40% درصد از اثر کل رضایت از سامانه مدیریت داوطلب بر انگیزه مشارکت داوطلبان از طریق هویت سازمانی تبیین می‌شود. تبیین این یافته حاکی از آن است که سامانه‌های مدیریت داوطلب، با ایجاد بسترهای شفاف، ساختارمند و تعاملی برای ثبت نام، زمان‌بندی، آموزش و ارتباط با داوطلبان، هویت سازمانی آنان را تقویت می‌کنند و این هویت سازمانی تقویت شده محرکی برای افزایش انگیزه و مشارکت فعال و مستمر در فعالیت‌های سازمانی است؛ به عبارت دیگر، سامانه مدیریت داوطلب به صورت غیرمستقیم از طریق ایجاد حس تعلق، هم‌پنداری و درک نقش داوطلبان نسبت به مأموریت و ارزش‌های سازمان، مشارکت آنان را ارتقا می‌بخشد. از دیدگاه نظری، این رابطه با نظریه هویت اجتماعی قابل توضیح است، زیرا عضویت در یک گروه سازمانی و تجربه تعلق به آن موجب شکل‌گیری هویت سازمانی می‌شود که رفتارهای مشارکتی و داوطلبانه را تقویت می‌کند و سامانه مدیریت داوطلب با ارائه اطلاعات شفاف، امکان پیگیری عملکرد و بازخورد مستمر، شرایط لازم برای درونی‌سازی هویت سازمانی و تقویت مسیر اثرگذاری خود بر مشارکت فعال داوطلبان را فراهم می‌آورد. علاوه بر این، نظریه مالکیت روان‌شناختی بیان می‌کند احساس

مالکیت و کنترل داوطلبان نسبت به فعالیت‌ها و نقش‌های خود در سازمان، با افزایش هویت سازمانی، مشارکت اثربخش و مستمر را تقویت می‌کند. این یافته با شواهد پژوهشی داخلی و بین‌المللی هم‌راستاست؛ از جمله پژوهش یزدانی و همکاران (۱۴۰۴) که نشان داد سامانه‌های سازمانی ساختارمند از طریق تقویت هویت سازمانی موجب افزایش جذب و نگهداشت داوطلبان می‌شوند و مطالعه عمادی و همکاران (۱۴۰۰) که تأکید کرده است اعتماد و هویت سازمانی میانجی‌گری مهمی در رابطه بین زیرساخت‌های مدیریت داوطلب و گرایش به مشارکت فعالانه دارند. همچنین، در سطح بین‌المللی، یافته‌های هسیه و چپو (2024) و جانسون (2024) نشان می‌دهد هویت سازمانی نقش میانجی حیاتی در مسیر اثرگذاری ابزارها و سبک‌های مدیریتی بر رفتار داوطلبانه و عملکرد کارکنان دارد و پژوهش وانگ و همکاران (2023) نیز تأیید می‌کند هویت سازمانی می‌تواند اثر غیرمستقیم زیرساخت‌های مدیریتی و تعاملات رهبر-عضو بر رفتارهای شهروندی و مشارکتی کارکنان را توضیح دهد.

با توجه به گستره نظری موجود، یافته‌ها و محدودیت‌های پژوهش حاضر، پیشنهادهای کاربردی متعددی ارائه می‌شوند که می‌توانند زمینه‌های توسعه مشارکت و تقویت هویت سازمانی داوطلبان کمیته امداد امام خمینی (ره) شهرستان ساری را فراهم کنند. نخست، بر اساس نتایج مربوط به حمایت سازمانی درک‌شده، به مدیران توصیه می‌شود برنامه‌های حمایتی مشخصی برای داوطلبان طراحی و اجرا کنند، از جمله ارائه پشتیبانی در مواجهه با مشکلات شخصی و کاری، ایجاد سیستم بازخورد و قدردانی مستمر و ترویج فرهنگ احترام و شناخت ارزش‌های فردی داوطلبان، تا احساس امنیت، اعتماد و تعلق آنان افزایش یابد. همچنین، برگزاری برنامه‌های آموزشی، کارگاه‌های تعامل و هم‌اندیشی با حضور داوطلبان می‌تواند پیوند روان‌شناختی و هویت سازمانی آنان را تقویت کند و انگیزه برای مشارکت فعالانه را افزایش دهد. علاوه بر این، با توجه به نتایج مربوط به رضایت از سامانه مدیریت داوطلب، پیشنهاد می‌شود این سامانه به‌روزرسانی شود و توسعه یابد تا قابلیت جمع‌آوری، تحلیل و پیگیری اطلاعات داوطلبان بهبود یابد و ارتباط دوطرفه و بازخورد سریع با آنان تسهیل شود. طراحی سامانه به گونه‌ای که دسترسی به اطلاعات سازمان و فعالیت‌ها شفاف و قابل مشاهده باشد، می‌تواند هویت سازمانی و حس تعلق داوطلبان را تقویت کند. همچنین، اجرای برنامه‌های تقویت هویت سازمانی، مانند جشنواره‌های تقدیر، معرفی موفقیت‌های داوطلبان، فعالیت‌های گروهی و کارگاه‌های هم‌اندیشی، می‌تواند انگیزه مشارکت را افزایش دهد. در نهایت، برای بهره‌گیری از نقش میانجی هویت سازمانی در روابط حمایتی و رضایت از سامانه مدیریت داوطلب، پیشنهاد می‌شود برنامه‌ها و سامانه‌ها به گونه‌ای طراحی شوند که هم‌زمان هویت سازمانی داوطلبان را تقویت کنند و امکان مشارکت در تصمیم‌گیری، ارائه بازخورد شخصی‌سازی‌شده، گزارش عملکرد گروهی و ایجاد انجمن‌های تعاملی آنلاین فراهم شود تا اثر حمایت سازمانی درک‌شده و رضایت از سامانه مدیریت داوطلب بر مشارکت فعال و مستمر داوطلبان به حداکثر برسد.

با توجه به یافته‌های پژوهش حاضر و محدودیت‌های آن، پیشنهاد می‌شود مطالعات آینده در چند مسیر مشخص توسعه یابند تا ابعادی جدیدتر و عمیق‌تر از موضوع بررسی شوند. پژوهش‌های آتی می‌توانند نمونه‌های خود را به سایر شعب و سازمان‌های غیرانتفاعی مشابه در استان‌های مختلف یا در سطح ملی گسترش دهند تا قابلیت تعمیم نتایج افزایش یابد و تفاوت‌های فرهنگی و سازمانی نیز ارزیابی شوند. همچنین، استفاده از طراحی‌های طولی می‌تواند امکان بررسی تغییرات حمایت سازمانی درک‌شده، هویت سازمانی و انگیزه مشارکت داوطلبان در طول زمان و تحلیل روابط علی-معلولی را فراهم کند. علاوه بر این، پژوهش‌های بعدی می‌توانند نقش متغیرهای میانجی و تعدیل‌گر دیگری مانند رضایت شغلی، انگیزش درونی، فرهنگ سازمانی و رهبری تحول‌گرا را در مسیر تأثیر حمایت سازمانی درک‌شده و رضایت از سامانه مدیریت داوطلب بر انگیزه مشارکت داوطلبان بررسی کنند و ویژگی‌های فنی و کارکردی سامانه‌های مدیریت داوطلب مانند

قابلیت‌های تحلیلی، امنیت اطلاعات و تعامل دوطرفه را به صورت جزئی و عمیق تحلیل کنند تا اثرات دقیق‌تر این سامانه‌ها بر هویت و مشارکت داوطلبان مشخص شود. همچنین، مقایسه اثر حمایت سازمانی درک شده و رضایت از سامانه مدیریت داوطلب در سازمان‌های غیرانتفاعی با مأموریت‌ها و ساختارهای مختلف می‌تواند الگوهای مشترک و تفاوت‌های سازمانی را روشن کند. در عین حال، این پژوهش با محدودیت‌هایی مواجه بوده است که شامل محدودیت نمونه (فقط مدیران و کارکنان کمیته امداد شهرستان ساری)، جمع‌آوری داده‌ها در یک بازه زمانی و طراحی مقطعی که بررسی تغییرات زمانی و تحلیل علّیت را محدود می‌کند، استفاده از پرسشنامه‌های خوداظهاری که ممکن است با سوگیری همراه باشند، تمرکز صرف بر حمایت سازمانی درک شده و رضایت از سامانه مدیریت داوطلب به عنوان متغیرهای پیش‌بین و هویت سازمانی به عنوان میانجی و عدم بررسی سایر عوامل مؤثر مانند فرهنگ سازمانی، سبک رهبری و انگیزش فردی و همچنین، ویژگی‌های خاص کمیته امداد می‌شوند که تعمیم نتایج به سایر سازمان‌ها را محدود می‌کند. این محدودیت‌ها می‌توانند مبنایی برای طراحی پژوهش‌های آینده با روش‌های دقیق‌تر، نمونه‌های گسترده‌تر و متغیرهای تکمیلی باشند تا ابعاد پویای حمایت سازمانی درک شده و هویت سازمانی در تقویت مشارکت داوطلبان بهتر شناسایی شوند.

مقاله حامی مالی ندارد.

مقاله تعارض منافع ندارد.

در تدوین مقاله از هوش مصنوعی استفاده نشده است.

۷- منابع

- ابراهیمی، الف.، و شمالی، ش. (۱۳۹۹). بررسی نقش تعدیل‌گری درهم‌تنیدگی شغلی در رابطه میان حمایت سازمانی ادراک شده و هویت‌یابی سازمانی. *مطالعات مدیریت بهبود و تحول*، ۲۹، ۷۵-۱۰۰.
<https://doi.org/10.22054/jmsd.2020.46229.3414>
- احمدی، ع. الف.، و میرزایی سی رویی، الف. (۱۴۰۲). بررسی تأثیر فناوری اطلاعات بر نوآوری مدیریت با نقش میانجی دانش سازمانی (مورد مطالعه: اداره کل سازمان تأمین اجتماعی شهرستان‌های استان تهران). *نشریه علمی رویکردهای پژوهشی نوین مدیریت و حسابداری*، ۷، ۱۴۲۵-۱۴۴۷.
<https://majournal.ir/index.php/ma/article/view/1961>
- پرپنچی، س. الف.، تاجیک اسماعیلی، س.، نیرومند، ل.، و ملکیان، ن. (۱۴۰۱). نقش توسعه مشارکت اجتماعی در امور انسان‌دوستانه کمیته امداد امام خمینی (ره). *مطالعات توسعه اجتماعی ایران*، ۱۴ (۳)، ۱۹۳-۲۰۳.
<https://www.magiran.com/p2512941>
- دارمی، ز.، نوری، الف.، و مولوی، ح. (۱۳۹۱). رابطه بین حمایت سازمانی ادراک شده و فرهنگ مشارکتی با تعهد سازمانی در میان پرستاران بیمارستان‌های خصوصی و دولتی شهر اصفهان. *مدیریت اطلاعات سلامت*، ۹ (۶)، ۹۰۸-۹۱۸.
https://him.mui.ac.ir/article_12180.html
- زراعت‌پیشه، ش. (۱۴۰۴). نقش واسطه‌ای حمایت سازمانی در رابطه هویت سازمانی و نوآوری سازمانی. چهارمین همایش ملی ایده‌های کاربردی در علوم تربیتی، روانشناسی و مطالعات فرهنگی، بوشهر.
<https://civilica.com/doc/2321702>
- سلیمان، ب. (۱۳۹۵). تأثیر سیستم‌های اطلاعاتی مدیریت بر مدیریت مشارکتی و فرهنگ سازمان ثبت اسناد و املاک استان چهارمحال و بختیاری [پایان‌نامه کارشناسی ارشد]. دانشگاه علم و هنر یزد، دانشکده علوم انسانی.
- سیاهکالی مرادی، س. (۱۴۰۳). بررسی نقش میانجی تعهد سازمانی ادراک شده در تأثیر حمایت سازمانی ادراک شده و فرهنگ

- سازمانی بر رفتار شهروندی سازمانی (مورد مطالعه: کارکنان شهرداری محمدیه). نشریه علمی رویکردهای پژوهشی نوین مدیریت و حسابداری، ۱، ۹۲۵-۹۳۵. <https://majournal.ir/index.php/ma/article/view/3022>
- شاه حسینی، م. ع.، استیری، م.، و کشفی، م. (۱۳۹۵). بررسی تأثیر حمایت سازمانی ادراک شده و حمایت سرپرست ادراک شده بر تعهد سازمانی و عملکرد فردی کارکنان. مدیریت دولتی، ۱(۲)، ۳۷۳-۳۹۱. <https://doi.org/10.22059/jipa.2016.59886>
- شفیعزاده، ح.، و گیلوری، س. (۱۳۹۷). بررسی رابطه مشارکت در تصمیم‌گیری و رفتار مدنی سازمانی با هویت سازمانی در مریوان ورزش شهرستان گرمسار. مطالعات مدیریت رفتار سازمانی در ورزش، ۵(۲)، ۳۰-۲۱. https://journals.pnu.ac.ir/article_4680.html
- صفایی، ص.، و احمدپور، س. (۱۴۰۴). رابطه ابعاد هویت فرهنگی جمعی با مشارکت اجتماعی شهروندان (مورد مطالعه: شهر تبریز). فصلنامه جغرافیه (برنامه ریزی منطقه‌ای)، ۱۵، ۲۰۹-۲۲۸. <https://www.doi.org/10.22034/jgeoq.2025.506543.4236>
- صفایی پور، م. (۱۴۰۴). تبیین نقش میانجی هویت سازمانی در تأثیر مشروعیت سازمانی بر مسئولیت‌پذیری اجتماعی کارکنان شهرداری. اولین همایش بین‌المللی افق‌های تازه در روانشناسی یادگیری و آموزش و پرورش از دید معلم، ارومیه. <https://civilica.com/doc/2421490>
- عمادی، س. م.، جعفری‌نیا، غ.، و امینی، ن. (۱۴۰۰). بررسی ارتباط بین اعتماد اجتماعی و گرایش به مشارکت داوطلبانه در فعالیت‌های جمعیت هلال احمر (نمونه مورد مطالعه: شهر اصفهان). پژوهش‌های جامعه‌شناسی، ۱۵(۳)، ۷-۲۸. <https://www.magiran.com/p2367153>
- مسعودی پور، س.، و معصومی، ف. (۱۴۰۳). نوع‌شناسی اولویت‌های ذهنی مدیران خیریه‌های دولتی و غیردولتی در موضوع مدیریت امر خیر در کشور مبتنی بر روش شناسی کیو. مطالعات وقف و امور خیریه، ۲(۱)، ۲۹-۵۰. <https://doi.org/10.22108/ecs.2023.138749.1064>
- ناصریان، ج.، و رحیمی، ک. (۱۴۰۴). بررسی رابطه بین مدیریت مشارکتی و حمایت سازمانی با مسئولیت‌پذیری معلمان ابتدایی ناحیه ۲ شهرستان زنجان. ششمین همایش بین‌المللی علوم تربیتی، مشاوره، روانشناسی و علوم اجتماعی، همدان. <https://civilica.com/doc/2373866>
- یزدانی، م.، عادلیان، ح.، و پروین، س. (۱۴۰۴). الگوی مطلوب جذب و نگهداشت مشارکت نیروهای داوطلب. برنامه‌ریزی رفاه و توسعه اجتماعی، ۱۶، ۱۵۷-۲۲۸. <https://doi.org/10.22054/qjsd.2025.73803.2485>

References

- Ahmadi, A. A., & Mirzaei Sirouyi, E. (2024). Investigating the impact of information technology on management innovation with the mediating role of organizational knowledge (Case study: General Directorate of Social Security Organization of Tehran Province counties). *Scientific Journal of New Research Approaches in Management and Accounting*, 7, 1425-1447. <https://majournal.ir/index.php/ma/article/view/1961> [In Persian]
- Albert, S., & Whetten, D. A. (1985). Organizational identity. *Research in Organizational Behavior*, 7, 263-295.
- Alejandra, M., Melgarejo Molina, Z., & Simon Elorz, K. (2025). Organizational identification and member retention in nonprofit organizations: communication and accountability. *Tendencias*, 26(1), 89-114. <https://doi.org/10.22267/rtend.252601.266>
- Ata, B., Tongarlak, M. H., Lee, D., & Field, J. (2024). A dynamic model for managing volunteer engagement. *Operations Research*, 72(5), 1958-1975. <https://doi.org/10.1287/opre.2021.0419>
- Benito-Ballesteros, Á., Chacón, F., Aguayo-Estremera, R., Lana-Blond, R., & Jiménez-Rubio, L. (2025). Stay or stray: A comparative analysis of short-term volunteer permanence in the theory of



- planned behavior and the three-stage model of volunteers' duration of service. *Voluntas: International Journal of Voluntary and Nonprofit Organizations*. <https://doi.org/10.1007/s11266-025-00769-5>
- Cepeda-Carrion, G., Cegarra-Navarro, J. G., & Cillo, V. (2019). Tips to use partial least squares structural equation modelling (PLS-SEM) in knowledge management. *Journal of Knowledge Management*, 23(1), 67-89. <https://doi.org/10.1108/JKM-05-2018-0322>
- Clary, E. G., Snyder, M., & Ridge, R. (1992). Volunteer motivations: A functional strategy for recruitment, placement, and retention of volunteers. *Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly*, 21(2), 119–131. <https://doi.org/10.1002/nml.4130020403>
- Clary, E. G., Snyder, M., & Stukas, A. A. (1996). Volunteers' motivations: Findings from a national survey. *Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly*, 27(4), 485–505. <https://doi.org/10.1177/0899764096254006>
- Darami, Z., Nouri, A., & Molavi, H. (2013). Relationship of perceived organizational support and corporate culture with organizational commitment among nurses in private and public hospitals. *Health Information Management*, 9(6), 908-918. https://him.mui.ac.ir/article_12180.html [In Persian]
- Dinc, M. S., Zaim, H., Hassanin, M., & Alzoubi, Y. I. (2022). The effects of transformational leadership on perceived organizational support and organizational identity. *Human Systems Management*, 41(6), 699-716. <https://doi.org/10.3233/HSM-211563>
- Ding, Z., Yang, H., Wang, J., & Xu, J. (2021, December). The effects of employee volunteering on organizational loyalty: the moderating effects of perceived organization support. In *2021 IEEE International Conference on Industrial Engineering and Engineering Management (IEEM)* (pp. 1289-1293). IEEE.
- Ebrahimi, E., & Shomali, S. (2020). Investigating the relationship between perceived organizational support and organizational identification with regard to the moderating role of job embeddedness. *Management Studies in Development and Evolution*, 29, 75-100. <https://doi.org/10.22054/jmsd.2020.46229.3414> [In Persian]
- Eisenberger, R., Huntington, R., Hutchison, S., & Sowa, D. (1986). Perceived organizational support. *Journal of Applied Psychology*, 71(3), 500–507. <https://doi.org/10.1037/0021-9010.71.3.500>
- Emadi, S. M., Jafarinia, G., & Amini, N. (2022). Investigating the relationship between social trust and the tendency to volunteer participation in Red Crescent Society activities (Case study: Isfahan city). *Sociological Research*, 15(3), 7-28. <https://www.magiran.com/p2367153> [In Persian]
- Grant, A. M., & Sumanth, J. J. (2018). The role of technology in volunteer retention: A social exchange and self-determination perspective. *Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly*, 47(4), 850-870. <https://doi.org/10.1177/0899764018783066>
- Gürbüz, H. Z. (2024). Volunteer management and its impact on overall operations. *Ekonomi İşletme ve Yönetim Dergisi*, 8(2), 115-132. <https://doi.org/10.7596/jebm.1585532>
- Hair Jr, J. F., Black, W., Babin, B., & Anderson, R. (2022). *Multivariate data analysis* (7th ed). New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- He, K., Oláh, J., & Hasan, M. (2022). The influence of psychological ownership and social support on organizational resilience: the mediating role of organizational identity. *Journal of Business Economics and Management (JBEM)*, 23(3), 650-667. <https://doi.org/10.3846/jbem.2022.16571>
- Hsieh, M. J., & Chiu, S. K. (2024). Innovative thinking in volunteer organizations: Addressing the impact of psychological ownership on volunteer organizational commitment. *Systems*, 12(7), 228. <https://doi.org/10.3390/systems12070228>
- Johnson, S. (2024). *The mediating effect of organizational identity between participative leadership style and the influence on employee behavioral performance* [Doctoral dissertation]. National University.
- Kao, J. C., Cho, C. C., & Kao, R. H. (2023). Perceived organizational support and organizational citizenship behavior—A study of the moderating effect of volunteer participation motivation, and



- cross-level effect of transformational leadership and organizational climate. *Frontiers in Psychology*, 14, 1082130. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2023.1082130>
- Langer, J., & Feeney, M. K. (2025). Who “We” are matters: The influence of organizational identity orientation on public participation in government? *Public Management Review*, 27(1), 340-359. <https://doi.org/10.1080/14719037.2023.2248988>
- Mael, F., & Ashforth, B. E. (1992). Alumni and their alma mater: A partial test of the reformulated model of organizational identification. *Journal of Organizational Behavior*, 13(2), 103-123. <https://doi.org/10.1002/job.4030130202>
- Masoodipoor, S., & Masoumi, F. (2024). A typology of the mental priorities of governmental and non-governmental charity managers in the issue of charity management in Iran based on Q methodology. *Journal of Endowment & Charity Studies*, 2(1), 29-50. <https://doi.org/10.22108/ecs.2023.138749.1064> [In Persian]
- Naserian, J., & Rahimi, K. (2025). *Investigating the relationship between participatory management and organizational support with the accountability of primary school teachers in District 2 of Zanjan*. The 6th International Conference on Educational Sciences, Counseling, Psychology and Social Sciences, Hamadan. <https://civilica.com/doc/2373866>. [In Persian]
- Ngah, N. S., Abdullah, N. L., Mohd Suki, N., & Kasim, M. A. (2023). Does servant leadership affect organisational citizenship behaviour? Mediating role of affective commitment and moderating role of role identity of young volunteers in non-profit organisations. *Leadership & Organization Development Journal*, 44(6), 681-701. <https://doi.org/10.1108/LODJ-11-2022-0484>
- Parpanchi, S. A., Tajik Esmaeili, S., Niroumand, L., & Malekian, N. (2022). The role of developing social participation in the humanitarian affairs of the Imam Khomeini Relief Foundation. *Iranian Social Development Studies*, 14(3), 193-203. <https://www.magiran.com/p2512941> [In Persian]
- Parvez, M. O., Kim, W. G., Patwary, A. K., & Zainol, N. A. (2026). Active participation matters: Impacts of green organizational identity on employees' voluntary green behaviors. *International Journal of Hospitality Management*, 133, 104447. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2025.104447>
- Pianezzi, D. (2021). We are what we tell: an enquiry into NGOs' organizational identity and accountability. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 34(8), 1824-1850. <https://doi.org/10.1108/AAAJ-06-2020-4647>
- Roy, I., Islam, R., Arefin, M. S., & Rahman, S. (2025). How perceived supervisor and organizational support shape job satisfaction: the intervening role of work-life balance and organizational identification. *Open Journal of Business and Management*, 13(4), 2782-809. <https://www.scirp.org/journal/paperinformation.aspx?paperid=142323>
- Safaei, S. A., & Ahmadpour, S. (2025). The relationship between dimensions of collective cultural identity and social participation of citizens (Case study: Tabriz city). *Geography and Regional Planning*, 15, 209-228. <https://www.doi.org/10.22034/jgeoq.2025.506543.4236> [In Persian]
- Seifipour, M. (2025). *Explaining the mediating role of organizational identity in the effect of organizational legitimacy on the social responsibility of municipality employees*. The First International Conference on New Horizons in the Psychology of Learning and Education from the Teacher's Perspective, Urmia. <https://civilica.com/doc/2421490> [In Persian]
- Shafizadeh, H., & Gilvari, S. (2018). Investigation of the relationship between participation in decision-making and organizational citizenship behavior with the organizational identity in sports coaches of Garmsar city. *Organizational Behavior Management in Sport Studies*, 5(2), 21-30. https://journals.pnu.ac.ir/article_4680.html [In Persian]
- Shahhosseini, M. A., Estiri, M., & Kashfi, M. S. (2016). Investigating the impact of perceived organizational support and perceived supervisor support on organizational commitment and individual performance of employees. *Journal of Public Administration*, 8(2), 373-391. <https://doi.org/10.22059/jipa.2016.59886> [In Persian]
- Shang, Y., Long, X., Song, G., Qiu, Q., Shafi, M., & Yang, R. (2025, July). Volunteer retention: Mediating role of participation efficacy in management and organizational support. In



- International Conference on Management Science and Engineering Management* (pp. 286-293). Singapore: Springer Nature Singapore.
- Siahkali Moradi, S. (2024). Investigating the mediating role of perceived organizational commitment in the effect of perceived organizational support and organizational culture on organizational citizenship behavior (Case study: Employees of Mohammadiyeh Municipality). *Scientific Journal of New Research Approaches in Management and Accounting*, 8, 925-935. <https://majournal.ir/index.php/ma/article/view/3022> [In Persian]
- Sin, L. Y., Tse, A. C., & Yim, F. H. (2005). CRM: Conceptualization and scale development. *European Journal of Marketing*, 39(11/12), 1264-1290. <https://doi.org/10.1108/03090560510623253>
- Soleiman, B. (2016). *The effect of management information systems on participatory management and organizational culture of the State Organization for Registration of Deeds and Properties of Chaharmahal and Bakhtiari Province* [Master's thesis]. University of Science and Arts, Yazd. [In Persian]
- Traeger, C., Alfes, K., & Fürstenberg, N. (2023). Perceived organizational support and volunteer outcomes: Evidence from a German environmental nonprofit organization. *Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly*, 52(3), 763-786. <https://doi.org/10.1177/08997640221103292>
- Urrea, G., & Yoo, E. (2023). The role of volunteer experience on performance on online volunteering platforms. *Production and Operations Management*, 32(2), 416-433. <https://doi.org/10.1111/poms.13879>
- Wang, D., Huang, R., Qiao, Y., Sheng, Z., Li, K., & Zhao, L. (2023). How perceived leader-member exchange differentiation affects construction workers' safety citizenship behavior: Organizational identity and felt safety responsibility as mediators. *Journal of Construction Engineering and Management*, 149(11), 04023110. <https://doi.org/10.1061/JCEMD4.COENG-13557>
- Yazdani, M., Adelyan, H., & Parvin, S. (2025). The ideal model for attracting and maintaining the participation of volunteers. *Social Development & Welfare Planning*, 16, 157-228. <https://doi.org/10.22054/qjsd.2025.73803.2485> [In Persian]
- Zeraatpisheh, S. (2025). *The mediating role of organizational support in the relationship between organizational identity and organizational innovation*. The 4th National Conference on Applied Ideas in Educational Sciences, Psychology and Cultural Studies, Bushehr. <https://civilica.com/doc/2321702>. [In Persian]
- Zhang, J. (2023). *A study on the impact of organizational support on employee loyalty: using organizational identity as a mediation* [Doctoral dissertation]. Rangsit University. Library.

