

عنوان مقاله:

مدلی برای توسعه ی هم آفرینی ارزش در تعاونی های تولید محصولات خارج از فصل استان کرمانشاه

محل انتشار:

مطالعات کارآفرینی و توسعه پایدار کشاورزی، دوره 11، شماره 2 (سال: 1403)

تعداد صفحات اصل مقاله: 18

نویسندگان:

امیرحسین علی بیگی - گروه ترویج و آموزش کشاورزی، پردیس کشاورزی و منابع طبیعی، دانشگاه رازی، کرمانشاه، ایران

فیض اله منوری فرد - گروه ترویج و آموزش کشاورزی، پردیس کشاورزی و منابع طبیعی، دانشگاه رازی، کرمانشاه، ایران

خلاصه مقاله:

ارتقای هم آفرینی ارزش در تعاونی های تولیدی کشاورزی افزایش عملکرد و توفیق این تعاونی ها را به دنبال دارد. هدف کلی این پژوهش توصیفی-همبستگی ارایه مدلی برای توسعه ی هم آفرینی ارزش در تعاونی های تولید محصولات خارج از فصل در استان کرمانشاه بود. جامعه ی آماری پژوهش، اعضای تعاونی های تولید محصولات خارج از فصل فعال استان کرمانشاه بودند (N=137). که به شیوه سرشماری ۱۲۹ انتخاب شدند. ابزار تحقیق پرسشنامه محقق ساخته بود که روایی آن توسط پائل متخصصان رشته های توسعه روستایی، ترویج کشاورزی و برنامه ریزی روستایی تعیین شد. پایایی ابزار پژوهش نیز از طریق محاسبه ی ضریب آلفای کرونباخ و پایایی ترکیبی تایید شد. بر مبنای نتایج پنج عامل: فشار محیطی، حمایت مدیران (فرهنگ سازمانی)، درک از خود کارآمدی، سرمایه ی اجتماعی و درک از مزیت نسبی بر رفتار هم آفرینی ارزش موثر بود. یافته های مدل-سازی معادلات ساختاری با استفاده از نرم افزار Smart-PLS نشان داد که «درک از خودکارآمدی» (sig, $\beta=0.657/0$) دارای بیشترین اثر مستقیم بر رفتار هم آفرینی ارزش در تعاونی های تولید کشاورزی خارج از فصل بود. یکی دیگر از متغیرهای اثرگذار بر تقویت هم آفرینی ارزش در تعاونی های مورد بررسی حمایت مدیران تعاونی از اعضاء و سایر بهره برداران برای ورود به این فرایند بود ($\beta=0.2/0$, sig) که به طور معناداری تحت تاثیر فشارهای محیطی قرار داشت ($\beta=0.825/0$, sig). در نهایت، متغیرهای پژوهش ۵/۶۴ درصد از واریانس متغیر وابسته را تبیین کردند. استفاده از مدل ساختاری ارائه شده در این پژوهش می تواند به توسعه و تقویت رفتار هم آفرینی ارزش در تعاونی های مورد مطالعه کمک نماید.

کلمات کلیدی:

تعاونی های کشاورزی، رفتار مشارکتی، رفتار شهروندی، درک از خودکارآمدی، هم آفرینی ارزش

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/2018105>

