

تعاون و کشاورزی، سال پنجم، شماره ۲۰، زمستان ۱۳۹۵

عوامل مؤثر بر پاسخگویی زیست محیطی شرکت‌های تعاونی تولید کشاورزی استان ایلام

حسین مهدی‌زاده^۱، کامران طاهرپور^۲، زهره معتمدی‌نیا^{۳*}

تاریخ دریافت: ۱۳۹۵/۳/۵ تاریخ پذیرش: ۱۳۹۵/۸/۸

چکیده

پاسخگویی زیست محیطی شرکت مبین واکنش شرکت‌ها به موضوعات زیست محیطی است. هدف این مطالعه بررسی تأثیر ارزش‌ها و نگرش زیست محیطی بر پاسخگویی زیست محیطی شرکت‌های تعاونی تولید کشاورزی استان ایلام بود. این تحقیق با توجه به هدف، کاربردی و از لحاظ گردآوری داده‌ها، توصیفی بود. جامعه آماری مطالعه را ۷۰ نفر از مدیران شرکت‌های تعاونی تولید کشاورزی استان ایلام تشکیل دادند که به روش سرشماری مطالعه شدند. برای گردآوری داده‌ها از پرسش‌نامه بسته استفاده گردید که روایی ظاهری و محتوایی آن با نظرسنجی از متخصصان و صاحب‌نظران در زمینه موضوع تأیید شد. برای سنجش پایایی ابزار تحقیق از ضریب آلفای کرونباخ استفاده شد که میانگین آن برای متغیرهای مطالعه ۰/۸۵ به دست آمد. مطابق یافته‌ها، جهت‌گیری‌های ارزشی با نگرش زیست محیطی همبستگی معنی‌داری داشتند، اما با پاسخگویی زیست محیطی شرکت همبستگی نداشتند. دو ارزش قدرت و نوع دوستی ۰/۴۱ درصد از تغییرات نگرش زیست محیطی را تبیین کردند. نگرش زیست محیطی نیز با پاسخگویی زیست محیطی شرکت همبستگی نداشت. با توجه به نتایج، نتیجه‌گیری شد ارزش‌ها و نگرش زیست محیطی در میان مدیران عمیق و واقعی نبوده‌اند؛ زیرا منجر به رفتار مسئولانه و پاسخگو در قبال محیط زیست نشده‌اند.

واژه‌های کلیدی: ارزش‌ها، نگرش زیست محیطی، پاسخگویی زیست محیطی شرکت، تعاونی تولید،

استان ایلام

۱. استادیار گروه کارآفرینی و توسعه روستایی، دانشگاه ایلام

۲. استادیار گروه علوم دامی، دانشگاه ایلام

۳. مدرس مدعو گروه کارآفرینی و توسعه روستایی، دانشگاه ایلام

E-mail: zohreh.motamedi@ut.ac.ir

*نویسنده مسئول

مقدمه

در اصل ۴۴ قانون اساسی جمهوری اسلامی ایران به تعاونی به عنوان یکی از پایه‌های اقتصادی کشور توجه ویژه شده و در سال‌های اخیر تلاش‌های زیادی صورت پذیرفته تا لزوم توسعه این بخش و نقش محوری آن در استقرار عدالت اجتماعی به موازات رشد اقتصادی مورد توجه قرار گیرد. افزون بر این، تعاونی‌های تولید کشاورزی از مهم‌ترین نمود حرکت‌های تعاونی در بخش کشاورزی هستند و هرگونه تلاش در راستای تحلیل مسائل آنها در واقع تلاش در جهت تحکیم اصل ۴۴ قانون اساسی است (حسینی و همکاران، ۱۳۹۳). قابل ذکر است که تعاونی‌ها، به‌عنوان مهم‌ترین تشکل‌های غیردولتی، مسئولیت‌های مهمی در توسعه فعالیت‌های اقتصادی، اجرای سیاست‌های دولت و به‌طور کلی رونق و پویایی اقتصاد کشاورزی به‌عهده دارند (کلانتری و لویایی‌آدریانی، ۱۳۹۵). با وجود، این عوامل فوق نمی‌بایست متولیان امر را از توجه به این واحدها از منظر توسعه پایدار و نقش آنها در ارتباط با محیط‌زیست غافل نماید، به‌خصوص اینکه نتایج برخی مطالعات نشان داده‌اند که این واحدها در آلوده نمودن محیط‌زیست سهیم هستند (Brio & Junquera, 2003). از این رو، بخش قابل توجهی از تحقیقات میزان پاسخگویی شرکت‌ها به موضوعات زیست‌محیطی را مورد بررسی قرار داده و به تشریح عوامل مؤثر بر آن پرداخته‌اند. تمرکز اکثر مطالعات بر عوامل سازمانی، بنگاهی و صنعتی بوده که پاسخگویی زیست-محیطی شرکت^۱ را تحت تأثیر قرار می‌دهند. برای مثال در بخش صنعت (Aragon-Correa & Buysse & Verbeke, 2003; Murillo) (Sharma, 2003)، ذی‌مدخلان و فشارهای قانونی (Luna et al., 2008)، سازمان‌های زیست‌محیطی (Liu et al., 2010) و فعالیت‌های استراتژی (Aragon-Correa, 1998) پژوهش‌هایی صورت گرفته است. با وجود، این به پیشنهاد برخی از محققان بایستی به عوامل فردی مؤثر بر CER توجه بیشتری شود (Bansal & Gao, 2006)، زیرا در سازمان‌ها مدیران تأثیر بیشتری بر اقدامات زیست‌محیطی دارند (Bansal, 2003; Prakash, 2001). اساس این مباحث بر این اندیشه استوار است که پذیرش این قبیل اقدامات حاصل یک

1. Corporate Environmental Responsiveness (CER)

جریان کامل از تصمیمات استراتژیک زیست‌محیطی است (Wagner, 2003) که بخش اعظمی از تفکر تصمیم‌گیران را منعکس می‌کند. باید توجه داشت که چشم‌اندازها، شناخت مدیران، ارزش‌ها و ادراک آنها فرایند انتخاب استراتژی را تحت تأثیر قرار می‌دهند. برخی از مطالعات نیز به بررسی عواملی چون ارزش‌های مدیران، نگرش‌های زیست‌محیطی و هنجارهای ذهنی پرداخته‌اند (Vazquez Brust & Liston- Heyes, 2010). از این عوامل غالباً برای تشریح نگرش مدیران و تمایل آنها به رفتار زیست‌محیطی استفاده می‌شود. اخیراً شارما و شارما (P. Sharma & S. Sharma, 2011) نیز اظهار نموده‌اند که بین نگرش‌ها، هنجارهای اجتماعی و دریافت کنترل رفتاری شرکت‌های خانوادگی با تداوم اقدامات استراتژیک زیست‌محیطی همبستگی وجود دارد. هدف پژوهش‌ها نیز آن است که مطابق مدل تنوری - محرک بین ارزش‌های مدیران رده‌بالا، نگرش‌ها و ادراک آنها با CER ارتباط برقرار نمایند. باید توجه داشت که اقدامات زیست‌محیطی منظم و گسترده CER را شکل می‌دهند (Papagiannakis & Lioukas, 2012). همچنین CER بیانگر واکنش شرکت‌ها به موضوعات زیست‌محیطی است. جمیسون و همکاران (Jamison et al., 2005)، CER را تعهد زیست‌محیطی تعریف نموده‌اند که به موجب آن شرکت بر پایداری تأکید داشته و دارای تأثیرات کاملاً مثبتی بر محیط‌زیست و جامعه می‌باشد. بر اساس تعریف لیون و ماکسول (Lyon & Maxwell, 2008) CER اقدامات سازگار با محیط‌زیست بوده، البته نه لزوماً به اجبار قانون. به‌طور کلی، CER اقدامات محتاطانه و سیاست‌های مورد قبول سازمان‌ها برای کاهش مخاطرات زیست‌محیطی همراه با مشارکت ذی‌نفعان در راستای شفاف‌سازی عملکردها می‌باشد (Kusku, 2007). دلایل زیادی نیز وجود دارد که شرکت‌ها از لحاظ زیست‌محیطی پاسخگو باشند؛ چرا که CER مزایای محسوس و غیرمحسوس متعددی را به دنبال دارد (Hansen & Mowen, 2007). از این رو، نظر به افزایش آگاهی‌ها، اغلب شرکت‌ها قدم در مسیر برنامه‌های پاسخگویی زیست‌محیطی شرکت می‌گذارند (Sindhi & Kumar, 2012). با استناد به نتایج مطالعه ژو و همکاران (Jo et al., 2014)، موفقیت از طریق CER اغلب در یک فرایند بلندمدت حاصل می‌شود. همچنین به‌واسطه CER، هزینه‌های زیست‌محیطی شرکت از

طریق افزایش عملکرد کاهش خواهد یافت و کاهش هزینه‌های زیست‌محیطی نیز تأثیری فوری و پایدار بر عملکرد شرکت‌ها خواهد گذاشت.

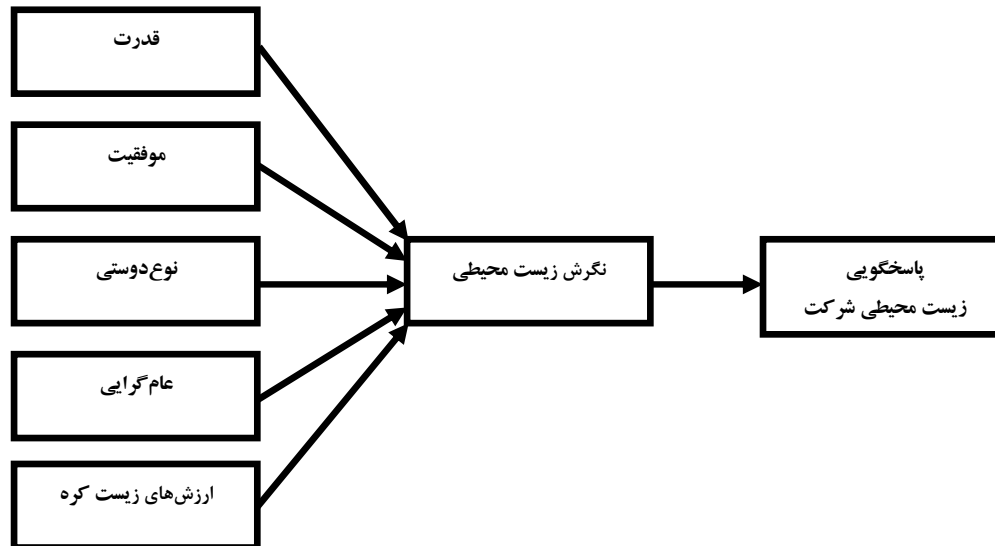
مبانی نظری

روانشناسان زیست‌محیطی بر این باورند که افراد دارای نگرش‌های مثبت زیست‌محیطی تمایل بیشتری به رفتار دوستدار محیط زیست دارند و به احتمال فراوان از لحاظ اخلاقی خود را موظف به اصلاح پیامدهای منفی تعامل با محیط‌زیست می‌دانند (Stern, 2000). نگرش‌های زیست‌محیطی پیشگوه‌های معتبری از اقدامات اکولوژی همچون استفاده مجدد از مواد، حفاظت و مدیریت محیط زیست می‌باشند (Barr, 2007). قابل ذکر است که نگرش‌های زیست‌محیطی بر مسئولیت‌پذیری افراد به عنوان مؤلفه‌ای مهم استوارند (Michel-Guillou & Moser, 2006). مطابق پژوهش سینگ و گوپتا (Singh & Gupta, 2013) ارتقای نگرش مثبت زیست‌محیطی گامی در راستای دستیابی به پایداری زیست‌محیطی است. با استناد به یافته‌های میلفونت و داکیت (Milfont & Duckit, 2004)، نگرش زیست‌محیطی مجموعه‌ای از عقاید، احساسات و نیت رفتاری یک شخص در ارتباط با اقدامات زیست‌محیطی است. نگرش‌های زیست‌محیطی اغلب پیشگوه‌های رفتار زیست‌محیطی هستند و برای پیشگویی پاسخگویی زیست‌محیطی شرکت مورد بررسی قرار می‌گیرند (Pe'er et al., 2007). گفتنی است که مدیران شرکت‌های کوچک و متوسط، که در برگیرنده شرکت‌های کشاورزی نیز هستند، از نگرش‌های زیست‌محیطی مثبتی برخوردارند، اما در عمل سطح اجرای رویکردهای زیست‌محیطی‌شان پایین است (Gadenn et al., 2009). مطابق یافته‌های پژوهش مینولد و مالکوس (Meinhold & Malkus, 2005)، افراد دارای نگرش‌های مثبت زیست‌محیطی بیشتر به انجام رفتارهای زیست‌محیطی می‌پردازند. با وجود، این زسوکا (Zso'ka, 2008) دریافت که بین نگرش مدیران شرکت‌های کوچک و متوسط و رفتار آنها شکاف وجود دارد. از سوی دیگر، باید خاطر نشان ساخت که ارزش‌ها اهداف مهم زندگی و یا استانداردهایی هستند که به‌عنوان اصول راهنما در زندگی افراد به‌کار برده می‌شوند. شوارتز

(Schwartz, 1992) ارزش را به عنوان یک هدف مطلوب یا یک اصل راهنما در زندگی شخص و دیگر نهادهای اجتماعی تعریف کرده است. ارزش‌ها از ارتباط بین محیط و متن فرهنگی به وجود آمده و نمایانگر این ارتباط هستند. گری (Gray, 1970)^۱ بر این باور است که ارزش‌ها راه دیدن جهان و ارتباط با آن هستند، لذا در رفتاری که انسان در قبال طبیعت به‌عنوان بخشی از جهان پیرامون خود دارد مؤثرند. قابل ذکر است که عبارت ارزش‌های زیست‌محیطی در پی تشریح دیدگاه مردم در خصوص محیط‌زیست طبیعی و نحوه ارتباط با آن می‌باشد. احتمال می‌رود که ارزش‌ها طیف وسیعی از نگرش‌ها و رفتارها را تحت تأثیر قرار دهند، لذا مفهوم ارزش در مطالعات پاسخگویی زیست‌محیطی شرکت بسیار برجسته و قابل توجه بوده (Bansal & Roth, 2000) و مکانیسم نامبرده به‌وسیله ارزش‌های شخصی مدیران CER را تحت تأثیر قرار می‌دهد. بخش اعظمی از ادبیات موجود ارتباط مستقیمی را بین ارزش‌های شخصی و CER پیشنهاد می‌کند. از دیگر سو، در مدل‌های روان‌شناسی، ارزش‌های شخصی رفتار زیست‌محیطی را به شکل غیرمستقیم تحت تأثیر قرار می‌دهند، آن‌هم از طریق تأثیر بر نگرش‌های زیست‌محیطی (Stern et al., 1999). ارزش‌های شخصی به تمرکز بیشتر عقاید در خصوص ارتباط محیط زیست - انسان منجر می‌گردد (Stern & Dietz, 1994) و در این مفهوم اهداف یا انتظارات مرتبط با اهداف مادی، دارایی و مقوله ثروت را شامل می‌شود (Kasser & Ryan, 1996). ارزش‌های زیست‌محیطی نیز به وسیله موقعیت فرد در دو بعد متعامد یعنی بعد زیست‌بوم و بعد انسانی مشخص می‌شود که اولی منعکس‌کننده حفاظت از محیط‌زیست و دومی نشان‌دهنده استفاده انسان از منابع طبیعی است (Baeve-de Pauw et al., 2014).

و اما در مطالعه حاضر ابتدا تأثیر ارزش‌ها (قدرت، موفقیت، نوع‌دوستی، عام‌گرایی و ارزش‌های زیست‌کره) بر نگرش زیست‌محیطی سنجیده می‌شود و سپس اثر نگرش زیست‌محیطی بر پاسخگویی زیست‌محیطی شرکت بررسی می‌گردد.

۱. به نقل از فاضلی و جعفر صالحی (۱۳۹۰)



شکل ۱. چارچوب مفهومی مطالعه

روش تحقیق

پژوهش حاضر بر مبنای هدف، کاربردی و بر مبنای روش، توصیفی - همبستگی می‌باشد. در این پژوهش استان ایلام با توجه به امکان دسترسی محققان انتخاب گردید. جامعه آماری تحقیق ۷۰ نفر از مدیران شرکت‌های تعاونی تولید کشاورزی این استان بودند. منظور از شرکت‌های تعاونی تولید کشاورزی در این مطالعه تعاونی‌های تولید محصولات دامی بودند که با توجه به موجود بودن فهرست آنها در اداره جهاد کشاورزی استان سرشماری شدند. در این مطالعه برای سنجش نگرش زیست محیطی از مقیاس NR استفاده شد. که مقیاسی برای ارزیابی روابط عاطفی، شناختی و روانی - حرکتی افراد با جهان طبیعت است. این مقیاس دربرگیرنده جنبه‌هایی از مقیاس‌های زیست محیطی و ادبیات موجود، درک افراد از همبستگی با طبیعت و مجموعه‌ای از سؤالات منتخب برای سنجش احساسات افراد در ارتباط با طبیعت می‌باشد (Nisbet et al., 2009). قابل ذکر است که با وجود مقیاس‌های متعدد و معتبر نگرش زیست محیطی چون NEP، NR برای این پژوهش برگزیده شد؛ زیرا مطابق اصول روان‌شناسی اکوسیستم، NR با رفتار مسئول زیست محیطی (ERB)^۱ پیوند دارد و از سویی دارای ارتباط

1. Environmental Responsible Behavior (ERB)

محکمی با طبیعت و رفتار زیست‌محیطی است (Lindsay & Strathman, 1996). لذا نظر به سنجش ارتباط بین نگرش زیست‌محیطی و پاسخگویی زیست‌محیطی به‌عنوان یک رفتار زیست‌محیطی، در بخشی از مطالعه این مقیاس انتخاب گردید. همچنین از مقیاس پاسخگویی زیست‌محیطی شرکت استفاده شد. در طراحی مقیاس پاسخگویی زیست‌محیطی شرکت از خرده‌مقیاس "برنامه‌ریزی و سازماندهی" و خرده‌مقیاس "اقدامات و عملیات" (Gonzalez- Bonito & Gonzalez- Bonito, 2005) و ۶ سؤال از سئوال‌ات موجود در مطالعات پیشین به منظور غنای مقیاس استفاده شد. از سئوال‌ات جهت‌گیری ارزشی^۱ پرسش‌نامه هانسلا و همکاران (Hansla, 2008)، شامل ارزش‌های قدرت، موفقیت، نوع‌دوستی و عام‌گرایی، به همراه ارزش‌های زیست‌کره از مطالعه استگ و همکاران (Steg et al., 2005) نیز استفاده شد. قابل ذکر است که جهت‌گیری‌های ارزشی، نگرش زیست‌محیطی و پاسخگویی زیست‌محیطی شرکت همگی در قالب طیف ۵ ارزشی (اصلاً=۰، خیلی کم=۱، کم=۲، زیاد=۳، خیلی زیاد=۴) سنجیده شد. به‌منظور بررسی روایی محتوایی پرسش‌نامه‌های فوق از فن ترجمه معکوس^۲ به این‌صورت استفاده گردید که ابتدا پرسش‌نامه به فارسی و بار دیگر به انگلیسی برگردانده و با متن اصلی تطابق داده شد. سپس نسخه نهایی را پانل متخصصان تأیید نمودند. از ضریب آلفای کرونباخ برای تعیین همسانی درونی پرسش‌نامه استفاده گردید که میانگین آن برای متغیرهای مطالعه (قدرت، موفقیت، نوع‌دوستی، عام‌گرایی، ارزش‌های زیست‌کره، نگرش زیست‌محیطی و پاسخگویی زیست‌محیطی شرکت) ۰/۸۵ بود. برای تجزیه و تحلیل داده‌ها از فراوانی، ضریب تغییرات، مقایسه میانگین با عدد مبنا، همبستگی پیرسون و رگرسیون چندگانه بهره گرفته شد.

نتایج و بحث

چنان‌که اشاره شد، مدیران تعاونی‌های تولید کشاورزی استان ایلام جامعه مورد مطالعه را تشکیل دادند که برخی از ویژگی‌های جمعیت‌شناختی آنها به شرح جدول ۱ می‌باشد.

1. Value Orientations
2. Back Translate

جدول ۱. ویژگی‌های جمعیت شناختی مدیران تعاونی‌های تولید کشاورزی استان ایلام

سن (برحسب سال)	فراوانی	درصد فراوانی
۲۷-۳۶	۱۷	۲۴/۳
۳۷-۴۶	۲۸	۴۰
۴۷-۵۶	۲۲	۳۱/۴
۵۷-۶۶	۳	۴/۳
سطح تحصیلات		
بی‌سواد	۲	۲/۹
زیر دیپلم	۹	۱۲/۹
دیپلم	۲۶	۳۷/۱
کاردانی	۵	۷/۱
کارشناسی	۱۹	۲۷/۱
کارشناسی ارشد و بالاتر	۹	۱۲/۹
سابقه فعالیت در تعاونی (برحسب سال)		
۱-۵	۳۰	۴۲/۹
۶-۱۰	۱۱	۱۵/۷
بالاتر از ۱۰	۲۹	۴۱/۴
سابقه کار مدیریتی (برحسب سال)		
۱-۵	۳۰	۴۲/۹
۶-۱۰	۱۳	۱۸/۶
بالاتر از ۱۰	۲۷	۳۸/۶

مأخذ: یافته‌های تحقیق

مطابق نتایج جدول ۱، ۲۴/۳ درصد از افراد مورد مطالعه در طبقه سنی ۲۷ تا ۳۶ سال، ۴۰ درصد در طبقه سنی ۳۷ تا ۴۶ سال، ۳۱/۴ درصد در طبقه سنی ۴۷ تا ۵۶ سال و ۴/۳ درصد در طبقه سنی ۵۷ تا ۶۶ سال قرار دارند. ۲/۹ درصد از مدیران مورد مطالعه بی‌سواد، ۱۲/۹ درصد دارای تحصیلات کمتر از دیپلم، ۳۷/۱ درصد دارای مدرک تحصیلی دیپلم، ۷/۱ درصد کاردانی، ۲۷/۱ درصد دارای مدرک تحصیلی کارشناسی و ۱۲/۹ درصد دارای مدرک تحصیلی کارشناسی

ارشد و بالاتر هستند. ۴۲/۹ درصد از مدیران بین ۱ تا ۵ سال، ۱۵/۷ درصد بین ۶ تا ۱۰ سال و ۴۱/۴ درصد دارای سابقه فعالیتی بالاتر از ۱۰ سال می‌باشند. ۴۲/۹ درصد از مدیران دارای سابقه مدیریتی بین ۱ تا ۵ سال، ۱۸/۶ درصد بین ۶ تا ۱۰ سال و ۳۸/۶ درصد بالاتر از ۱۰ سال هستند.

بررسی وضعیت پاسخگویی زیست‌محیطی شرکت

با توجه به اینکه تمرکز اصلی این مطالعه بر موضوع پاسخگویی زیست‌محیطی شرکت بوده، در جدول زیر به اولویت‌بندی گویه‌های CER پرداخته شده است.

جدول ۲. اولویت‌بندی گویه‌های مربوط به پاسخگویی زیست‌محیطی شرکت

رتبه	CV	SD	Mean	گویه‌ها
۱	۰/۴۸	۱/۲۹	۲/۶۸	سیاست تعاونی بر پاکسازی زباله‌ها استوار است.
۲	۰/۵۲	۱/۲۱	۲/۳۱	سیاست تعاونی بر کاهش مصرف منابع و اتلاف نیرو در مراحل تولید استوار است.
۳	۰/۵۳	۱/۳۲	۲/۴۸	اقدامات زیست‌محیطی تعاونی به همه کارکنان مربوط است.
۳	۰/۵۳	۱/۳۲	۲/۴۷	سیاست تعاونی بر حسابرسی منظم زیست‌محیطی استوار است.
۳	۰/۵۳	۱/۲۹	۲/۴۱	سیاست تعاونی بر کاهش آثار زیست‌محیطی استوار است.
۴	۰/۵۷	۱/۳۸	۲/۴	سیاست تعاونی بر کنترل و نظارت استوار است.
۵	۰/۵۸	۱/۲۹	۲/۲۲	سیاست تعاونی بر کاهش انرژی و مصرف منابع طبیعی استوار است.
۶	۰/۶۷	۱/۳۵	۲/۰۱	دیدگاه مصرف‌کنندگان در استراتژی زیست‌محیطی تعاونی دخالت داده می‌شود.
۶	۰/۶۷	۱/۳	۱/۹۴	از سیستم‌های مدیریت زیست‌محیطی در تعاونی استفاده می‌شود.
۷	۰/۶۸	۱/۳۸	۲/۰۱	سیاست تعاونی بر بازیافت زباله‌های تولید شده در طی فرایند تولید استوار است.
۷	۰/۶۸	۱/۲۶	۱/۸۴	خط‌مشی زیست‌محیطی تعاونی به صراحت تعریف شده است.
۸	۰/۶۹	۱/۳۸	۲	عملکرد زیست‌محیطی تعاونی اندازه‌گیری و ارزیابی می‌شود.
۹	۰/۷۴	۱/۳۱	۱/۷۵	در مورد مسائل زیست‌محیطی در تعاونی اطلاع‌رسانی مداوم صورت می‌گیرد.
۱۰	۰/۷۶	۱/۳	۱/۷	از جلسات منظم در خصوص موضوعات زیست‌محیطی در تعاونی استفاده می‌شود.
۱۱	۰/۸	۱/۴۴	۱/۸	سیاست تعاونی بر استفاده از مواد خام بازیافتی استوار است.
۱۱	۰/۸	۱/۳۵	۱/۶۷	از آموزش محیط‌زیست طبیعی و همایش برای مدیران و کارکنان تعاونی استفاده می‌شود.

مأخذ: یافته‌های تحقیق

بر اساس نتایج جدول ۲ مشاهده می‌شود که گویه‌های "سیاست تعاونی بر پاکسازی زیاده‌ها استوار است" و "سیاست تعاونی بر کاهش مصرف منابع و اتلاف نیرو در مراحل تولید استوار است"، به ترتیب بالاترین اولویت‌ها را به خود اختصاص داده‌اند و مدیران شرکت‌های تعاونی تولید کشاورزی بیشترین موافقت را با آنها دارند. در نقطه مقابل، گویه‌های "سیاست تعاونی بر استفاده از مواد خام بازیافتی استوار است" و "از آموزش محیط‌زیست طبیعی و همایش برای مدیران و کارکنان تعاونی استفاده می‌شود"، پایین‌ترین اولویت‌ها را به خود اختصاص داده‌اند.

مقایسه میانگین جهت‌گیری‌های ارزشی با عدد مبنا

به منظور مشخص نمودن وضعیت ارزش‌های قدرت، موفقیت، نوع‌دوستی، عام‌گرایی و ارزش‌های زیست‌کره در میان مدیران مورد مطالعه از آزمون مقایسه میانگین جامعه با عدد مبنا استفاده شد. عدد مبنا برای این متغیرها $2/4^1$ فرض گردیده بدین صورت که اگر میانگین این متغیرها $2/4$ و یا بالاتر باشد، می‌توان نتیجه گرفت که وضعیت ارزش‌های مزبور بالاتر از حد متوسط می‌باشد. میانگین $2/4$ معادل 60 درصد در طیف 5 ارزشی است.

جدول ۳. مقایسه میانگین جهت‌گیری‌های ارزشی با عدد $2/4$

متغیرها	میانگین	انحراف معیار	خطای معیار میانگین	t	df	sig
قدرت	۲/۵۲	۱/۱۴	۰/۱۳	۰/۹	۶۹	۰/۳
موفقیت	۳/۲۶	۰/۷۵	۰/۰۹	۹/۵۷	۶۹	۰/۰۰۰
نوع‌دوستی	۳/۳۲	۰/۷۶	۰/۰۹	۱۰/۰۱	۶۹	۰/۰۰۰
عام‌گرایی	۳/۲۹	۰/۸۵	۰/۱	۸/۷۹	۶۹	۰/۰۰۰
ارزش‌های زیست‌کره	۳/۷	۰/۴۸	۰/۰۵	۲۲/۳۶	۶۹	۰/۰۰۰

مأخذ: یافته‌های تحقیق

مطابق جدول ۳، در کل میانگین ارزش‌های قدرت، موفقیت، نوع‌دوستی، عام‌گرایی و ارزش‌های زیست‌کره بالاتر از حد متوسط برآورد شده‌اند و ارزش‌های زیست‌کره با میانگین $3/7$

۱. در طیف پنج ارزشی عدد ۳ بیشتر رایج است که معادل ۵۰ درصد می‌باشد (مومنی و فعال قیومی، ۱۳۸۷).

بالاترین و ارزش‌های مربوط به مقوله قدرت با میانگین ۲/۵۲ پایین‌ترین میانگین‌ها را از آن خود نموده‌اند؛ به عبارتی، جهت‌گیری‌های ارزشی مدیران مورد مطالعه از وضعیت مطلوبی برخوردار می‌باشد.

مقایسه میانگین نگرش زیست‌محیطی و پاسخگویی زیست‌محیطی شرکت با عدد مبنا

به‌منظور مشخص نمودن وضعیت نگرش زیست‌محیطی مدیران تعاونی‌های مورد مطالعه و پاسخگویی زیست‌محیطی شرکت‌های آنها از آزمون مقایسه میانگین جامعه با عدد مبنا استفاده شد. عدد مبنا برای این متغیرها ۲/۴ فرض گردید.

جدول ۴. مقایسه میانگین نگرش زیست‌محیطی و پاسخگویی زیست‌محیطی شرکت با عدد ۲/۴

متغیرها	میانگین	انحراف معیار	خطای معیار میانگین	t	df	sig
نگرش زیست‌محیطی	۲/۶۷	۰/۷۳	۰/۰۸	۳/۱۴	۶۹	۰/۰۰۲
پاسخگویی زیست‌محیطی شرکت	۲/۱	۱/۰۰۶	۰/۱۲	- ۲/۴۱	۶۹	۰/۰۱

مأخذ: یافته‌های تحقیق

با استناد به نتایج جدول ۴، میانگین متغیر نگرش زیست‌محیطی بالاتر از حد متوسط ولی میانگین متغیر پاسخگویی زیست‌محیطی شرکت پایین‌تر از حد متوسط (۲/۴) می‌باشد؛ به عبارتی، عقاید، احساسات و مقاصد رفتاری یک شخص در ارتباط با اقدامات زیست‌محیطی، یا همان نگرش زیست‌محیطی، وضعیت مطلوبی دارد، در حالی‌که پاسخگویی زیست‌محیطی شرکت، که شامل اقدامات سازگار با محیط‌زیست می‌باشد، وضعیت مساعدی در میان افراد مورد مطالعه ندارد. لذا می‌توان گفت که مدیران تعاونی‌های تولید کشاورزی در خصوص محیط‌زیست دیدگاه مثبت دارند اما در عمل آن را کمتر اجرا می‌کنند.

همبستگی بین ارزش‌ها، نگرش زیست‌محیطی و پاسخگویی زیست‌محیطی شرکت

به‌منظور بررسی ارتباط بین ارزش‌های مدیران شرکت‌های تعاونی تولید کشاورزی، نگرش زیست‌محیطی و پاسخگویی زیست‌محیطی شرکت از تحلیل همبستگی پیرسون استفاده شد که نتایج آن در جدول ۵ آمده است.

جدول ۵. شناسایی ارتباط بین ارزش‌ها، نگرش زیست‌محیطی و پاسخگویی زیست‌محیطی شرکت

ارزش‌ها	نگرش زیست‌محیطی		پاسخگویی زیست‌محیطی شرکت	
	شدت همبستگی	سطح معنی داری	شدت همبستگی	سطح معنی داری
قدرت	۰/۵۹**	۰/۰۰۰	۰/۱۲ -	۰/۳
موفقیت	۰/۴۵**	۰/۰۰۰	۰/۰۷ -	۰/۵۱
نوع‌دوستی	۰/۴۹**	۰/۰۰۰	۰/۰۳ -	۰/۷۷
عام‌گرایی	۰/۳۳**	۰/۰۰۵	۰/۱۳ -	۰/۲۶
ارزش‌های زیست‌کره	۰/۲۴*	۰/۰۴	۰/۰۶	۰/۵۸

مأخذ: یافته‌های تحقیق

** همبستگی بین دو متغیر در سطح ۰/۰۱ معنی‌دار

* همبستگی بین دو متغیر در سطح ۰/۰۵ معنی‌دار

مطابق نتایج جدول ۵، بین ارزش‌های قدرت، موفقیت، نوع‌دوستی، عام‌گرایی و ارزش‌های زیست‌کره و نگرش زیست‌محیطی مدیران شرکت‌های تعاونی تولید کشاورزی ارتباط مثبت و معنی‌داری وجود دارد که ارزش‌های مربوط به مقوله قدرت بالاترین و ارزش‌های زیست‌کره پایین‌ترین همبستگی‌ها را با نگرش زیست‌محیطی مدیران مزبور دارند. در مقابل، بین این ۵ ارزش و میزان پاسخگویی زیست‌محیطی شرکت ارتباط مثبت و معنی‌داری وجود ندارد و لذا می‌توان گفت برخلاف آنچه در مرور ادبیات موضوع تأیید شد، ارزش‌ها تنها با نگرش زیست‌محیطی ارتباط دارند، در حالی‌که با پاسخگویی زیست‌محیطی شرکت به‌عنوان نوعی رفتار زیست‌محیطی ارتباط ندارند؛ به‌عبارتی، ارزش‌ها با دیدگاه مدیران ارتباط داشته، اما با اقدامات زیست‌محیطی آنها ارتباطی ندارند.

همبستگی بین نگرش زیست‌محیطی و پاسخگویی زیست‌محیطی شرکت

به‌منظور بررسی فرض همبستگی بین متغیرهای نگرش زیست‌محیطی و پاسخگویی زیست‌محیطی شرکت از روش همبستگی پیرسون استفاده شد. مطابق نتایج، بین نگرش زیست‌محیطی و پاسخگویی زیست‌محیطی شرکت ارتباط مثبت و معنی‌داری وجود نداشت.

شناسایی تأثیر ارزش‌ها بر نگرش زیست‌محیطی

به‌منظور شناسایی تأثیر ارزش‌ها بر نگرش زیست‌محیطی مدیران شرکت‌های تعاونی تولید کشاورزی از تکنیک رگرسیون چندگانه استفاده شد. بر این اساس، ارزش‌های قدرت، موفقیت، نوع‌دوستی، عام‌گرایی و ارزش‌های زیست‌کره وارد معادله رگرسیونی با متغیر نگرش زیست‌محیطی شدند که نتایج آن در جدول ۶ آورده شده است، اما ابتدا مفروضات رگرسیون بررسی و ذکر شدند. یکی از مفروضاتی که در رگرسیون مدنظر قرار گرفت، استقلال خطاها (تفاوت بین مقادیر واقعی و مقادیر پیش‌بینی‌شده توسط معادله رگرسیون) از یکدیگر است. در صورتی که فرضیه استقلال خطاها رد شود و خطاها با یکدیگر همبستگی داشته باشند، امکان استفاده از رگرسیون وجود ندارد. به‌منظور بررسی استقلال خطاها از یکدیگر از آزمون دوربین - واتسون استفاده می‌شود. از سوی دیگر، برای بررسی هم‌خطی نیز ضرایب تولرانس^۱ و عامل تورم واریانس بررسی شدند. قابل ذکر است که هر چقدر تولرانس کم باشد، اطلاعات مربوط به متغیرها کم بوده و مشکلاتی در استفاده از رگرسیون ایجاد می‌شود. عامل تورم واریانس نیز معکوس تولرانس بوده و هرچقدر افزایش یابد واریانس ضرایب رگرسیون افزایش یافته و رگرسیون را برای پیش‌بینی نامناسب می‌سازد (مؤمنی و فعال قیومی، ۱۳۸۷).

جدول ۶. خلاصه رگرسیون چندگانه جهت شناسایی تأثیر جهت‌گیری‌های ارزشی بر

نگرش زیست‌محیطی

Collinearity Statistics	Durbin-Watson	AdjR ²	Sig	t	Beta	std	B	متغیرهای مستقل	متغیر وابسته
Tolerance	VIF								
			۰/۰۴	۰/۷۶	—	۰/۵۴	۰/۴۱	ضریب ثابت	نگرش
۰/۷۶	۱/۳	۲/۰۸	۰/۴۱	۰/۰۰۰	۴/۶۷	۰/۴۹	۰/۰۶	۰/۳۱	قدرت
۰/۵۴	۲/۰۴		۰/۰۴	۴/۰۱	۰/۲۹	۰/۱۴	۰/۲۸	نوع‌دوستی	محیطی

مأخذ: یافته‌های تحقیق

1. Tolerance

از آنجا که مقدار آماره دوربین - واتسون (۲/۰۸) در فاصله ۱/۵ و ۲/۵ قرار دارد، می‌توان از رگرسیون استفاده کرد. بررسی ضرایب تولرانس و عامل تورم واریانس نیز امکان استفاده از رگرسیون را فراهم می‌نماید.

با استناد به نتایج رگرسیون، ارزش‌های قدرت ($\text{sig} = ۰/۰۰۰$ و $t = ۴/۶۷$) و نوع‌دوستی ($\text{sig} = ۰/۰۴$ و $t = ۴/۰۱$) یک مدل قابل اتکا ($\text{sig} = ۰/۰۰۰$ و $F = ۱۰/۶$) را تشکیل داده‌اند که حدود ۴۱ درصد از تغییرات نگرش زیست‌محیطی را تبیین می‌نمایند. با این حال، ستون ضرایب استاندارد شده نشان می‌دهد که ارزش قدرت بیشترین اثر را بر متغیر وابسته دارد، چراکه به ازای یک واحد تغییر در این متغیر ۰/۴۹ واحد در متغیر نگرش زیست‌محیطی تغییر ایجاد می‌شود.

نتیجه‌گیری و پیشنهادها

مطابق نتایج، بیشتر مدیران مورد مطالعه (۴۰ درصد) در طبقه سنی ۳۷ تا ۴۶ سال قرار گرفتند. مدیران دارای مدرک تحصیلی دیپلم بیشترین فراوانی را داشته و پس از آن مدیران با مدرک تحصیلی کارشناسی قرار داشتند. مطابق نتایج، مدیران دارای سابقه مدیریتی بین ۱ تا ۵ سال بیشترین فراوانی را داشتند. از سوی دیگر، تعاونی‌های دارای سابقه فعالیت ۱ تا ۵ سال نیز به نسبت فراوانی بیشتری داشتند، از این رو می‌توان از اقدامات آموزش محیط زیست طبیعی و همایش‌ها با بهره‌گیری از روش‌های نوین آموزشی بهره برد، چراکه مطابق نتایج، استفاده از آموزش محیط‌زیست طبیعی و همایش‌ها برای مدیران و کارکنان تعاونی‌ها اهمیت پایینی داشت، لذا احتمال می‌رود که با استفاده از روش‌های نوین آموزشی این مسئله کاهش یابد و از طریق آن اهمیت موضوعات و مسائل زیست‌محیطی برای مدیران تعاونی‌ها پررنگ گردد به گونه‌ای که اقدامات زیست‌محیطی را سرلوحه فعالیت‌های خویش قرار دهند.

مطابق یافته‌ها، دو گویه اتکای سیاست‌های تعاونی بر پاکسازی زباله‌ها و کاهش مصرف منابع و اتلاف نیرو در مراحل تولید به ترتیب بالاترین اولویت‌ها را داشتند. مطابق اظهارات واگنر (Wagner, 2003) اقدامات پاسخگویی زیست‌محیطی محصول یک جریان کامل از تصمیمات

استراتژیک بوده که بخش اعظمی از تفکر تصمیم‌گیران را منعکس می‌کند. می‌توان با استناد به نتایج این مطالعه اظهار داشت که عمده تفکرات استراتژیک زیست‌محیطی مدیران شرکت‌های تعاونی تولید کشاورزی حول محورهای پاکسازی زباله‌ها و کاهش مصرف منابع و اتلاف نیرو می‌باشد که هم از جهت کاهش میزان زباله‌های تولیدی (با توجه به حجم بالای تولید زباله در کشور) و هم کاهش مصرف منابع و اتلاف نیرو (با توجه به جایگاه نه‌چندان مناسب واحدهای تولیدی کشورمان در مصرف منابع) بسیار امیدوار کننده است.

با استناد به نتایج، ارزش‌های قدرت، موفقیت، نوع‌دوستی، عام‌گرایی و ارزش‌های زیست‌کره بالاتر از حد متوسط (۲/۴) برآورد شدند که ارزش‌های زیست‌کره با میانگین ۳/۷ بالاترین و ارزش‌های مربوط به مقوله قدرت با میانگین ۲/۵۲ پایین‌ترین میانگین‌ها را از آن خود نمودند؛ به عبارتی، اکثر مدیران شرکت‌های تعاونی تولید کشاورزی با حفاظت از محیط زیست، جلوگیری از آلودگی محیط زیست، احترام به زمین به معنای زندگی هماهنگ و منطبق با دیگر گونه‌ها و وحدت با طبیعت به معنای همبستگی و ارتباط با طبیعت (گویه‌های ارزش زیست‌کره) موافقت بیشتری داشتند. همچنین میانگین متغیر نگرش زیست محیطی بالاتر از حد متوسط محاسبه شد، در حالی که میانگین متغیر پاسخگویی زیست‌محیطی شرکت پایین‌تر از حد متوسط بود. این موضوع گویای این است که مدیران شرکت‌های مورد مطالعه با وجود داشتن دیدگاه مثبت و مساعد نسبت به مسائل زیست محیطی، خود را در قبال آن مسئول و متعهد ندانسته و سطح اقدامات زیست‌محیطی آنها پایین می‌باشد که این یافته با نتایج مطالعه استرن (Stern, 2000) و بار (Barr, 2007) مخالف بود.

مطابق نتایج، بین ارزش‌های قدرت، موفقیت، نوع‌دوستی، عام‌گرایی و ارزش‌های زیست‌کره و نگرش زیست‌محیطی مدیران شرکت‌های مورد مطالعه ارتباط مثبت و معنی‌داری وجود داشت که ارزش‌های مربوط به مقوله قدرت بالاترین و ارزش‌های زیست‌کره پایین‌ترین همبستگی‌ها را با نگرش زیست‌محیطی مدیران شرکت‌های تعاونی داشتند؛ به عبارتی، قدرت اجتماعی، اختیار و ثروت دارای تأثیر بیشتری بر نگرش زیست‌محیطی مدیران شرکت‌های تعاونی

تولید کشاورزی بودند. مطابق نتایج، بین ارزش‌های قدرت، موفقیت، نوع‌دوستی، عام‌گرایی و ارزش‌های زیست‌کره مدیران شرکت‌های تعاونی تولید کشاورزی و پاسخگویی زیست‌محیطی شرکت ارتباط مثبت و معنی‌داری وجود نداشت؛ به عبارتی، ارزش‌ها با نیت‌ها و دیدگاه زیست‌محیطی مدیران ارتباط داشته، در حالی‌که با اقدامات آنها در راستای موضوعات و مسائل زیست‌محیطی ارتباطی نداشتند که این یافته با یافته‌های بنسال و راث (Bansal & Roth, 2005) مخالف بود. چنان‌که پیش از این اشاره شد، مطابق مطالعه استرن و همکاران (Stern et al., 1999)، ارزش‌ها به شکل غیرمستقیم از طریق نگرش زیست‌محیطی رفتار زیست‌محیطی را تحت تأثیر قرار می‌دهند که این یافته با یافته‌های تحقیق هم‌خوانی نداشت؛ چرا که با استناد به نتایج پژوهش بین نگرش زیست‌محیطی و پاسخگویی زیست‌محیطی شرکت ارتباط معنی‌داری وجود نداشت؛ به‌علاوه، این یافته با یافته‌های مطالعه شارما و شارما (Sharma & Sharma, 2011) مبنی بر ارتباط بین نگرش‌ها و اقدامات استراتژیک زیست‌محیطی مخالف بود.

مطابق نتایج، ارزش‌های قدرت و نوع‌دوستی حدود ۴۱ درصد از تغییرات نگرش زیست‌محیطی را تبیین نمودند، اما ضرایب استاندارد شده نشان داد که ارزش قدرت بیشترین اثر را بر متغیر وابسته داشته، چراکه به ازای یک واحد تغییر در این متغیر ۰/۴۹ واحد در متغیر نگرش زیست‌محیطی تغییر ایجاد می‌شود. گفتنی است که با استناد به نتایج این مطالعه، قدرت اجتماعی، اختیار و ثروت پیشگوه‌های عمده نگرش زیست‌محیطی مدیران شرکت‌های تعاونی تولید کشاورزی بودند. از آنجا که ارزش شخصی مجموعه‌ای از ارزش‌ها، اهداف یا انتظارات مرتبط با اهداف مادی، دارایی و مقوله ثروت می‌باشد، لذا ارزش‌های شخصی مدیران شرکت‌های تعاونی تولید کشاورزی تأثیر بیشتری بر نگرش زیست‌محیطی آنان دارد.

همچنین از مهم‌ترین نتایج این پژوهش تناقض بین ارزش‌ها، نگرش زیست‌محیطی و پاسخگویی زیست‌محیطی شرکت‌های تعاونی تولید کشاورزی جامعه مورد مطالعه بود؛ به عبارتی، مدیران تعاونی‌های مزبور با وجود داشتن جهت‌گیری‌های ارزشی بالاتر از حد متوسط (به‌خصوص ارزش‌های زیست‌کره) و نیز داشتن نگرش مثبت زیست‌محیطی در عمل پاسخگویی زیست‌محیطی

پایینی داشتند که این یافته با یافته‌های مطالعه زسوکا (Zso'ka, 2008) مبنی بر شکاف بین نگرش زیست‌محیطی و رفتار زیست‌محیطی مطابقت و هم‌خوانی داشت. به سخن دیگر، مدیران تعاونی‌های تولید کشاورزی در عمل نسبت به حفظ محیط‌زیست رفتاری مسئولانه و پاسخگو نداشتند، لذا می‌توان گفت که ارزش‌ها و نگرش زیست‌محیطی در میان آنها عمیق و واقعی نبوده، زیرا منجر به رفتار مسئولانه و پاسخگو در قبال محیط‌زیست نشده‌اند. بنابراین بایستی متولیان امر در راستای ارتقای دانش و آگاهی مدیران از معضلات زیست‌محیطی زمینه را به‌شکلی فراهم نمایند که مدیران این تعاونی‌ها با توجه به نقش حساس خود در تأمین بخش عمده‌ای از مایحتاج غذایی جامعه، مسائل زیست‌محیطی را در عمل جدی گرفته، مسئولانه نسبت به آنها بیندیشند و تدابیر مناسبی را برای کاهش آنها اتخاذ نمایند.

در پایان، پیشنهادهایی شفاف به شرح زیر ارائه می‌شود:

۱. تنظیم و تدوین چارچوب‌های قانونی و حقوقی در زمینه لزوم رعایت مسائل زیست‌محیطی در تعاونی‌ها؛
۲. اعمال نظارت‌های مستمر بر عملکرد زیست‌محیطی تعاونی‌ها؛
۳. برگزاری کارگاه‌های آموزشی با روش‌های نوین و متناسب با شرایط مدیران جامعه مورد مطالعه در راستای عمیق و نهادینه نمودن ارزش‌ها و نگرش‌های زیست‌محیطی آنها.

منابع

- حسینی، م.، آقاصفیری، ح. و کرباسی، ع. (۱۳۹۳). شناسایی و تدوین راهبردهای مناسب توسعه تعاونی‌های تولید کشاورزی. *تعاون و کشاورزی*، ۳(۱۰)، ۶۵-۸۵.
- فاضلی، م. و جعفرصالحی، س. (۱۳۹۲). شکاف نگرش، دانش و رفتار زیست‌محیطی گردشگران. *فصلنامه مطالعات مدیریت گردشگری*، ۸(۲۲)، ۱۳۷-۱۶۱.

کلانتری، خ. و لوایی‌آدریانی، ر. (۱۳۹۵). شناسایی و تبیین چالش‌های پیش روی شرکت‌های تعاونی تولید روستایی در ایران با استفاده از رویکرد نظریه بنیانی. *تعاون و کشاورزی*، ۵(۱۷)، ۳۳-۵۱.

مؤمنی، م. و فعال قیومی، ع. (۱۳۸۶). *تحلیل‌های آماری با استفاده از spss*. تهران: نشر کتاب نو.

Aragon-Correa, J.A. (1998). Strategic proactivity and firm approach to the natural environment. *Academy of Management Journal*, 41(5), 556-567.

Aragon-Correa, J.A., & Sharma, S. (2003). A contingent resource-based view of proactive corporate environmental strategy. *Academy of Management Review*, 28(1), 71-88.

Barr, S. (2007). Factors influencing environmental attitudes and behaviors: A.U.K. case study of household waste management. *Environment and Behavior*, 39(4), 435-473.

Brio, J., & Junquera, B. (2003). A review of the literature on environmental innovation management in SMEs: implications for public policies. in *Journal of Technovation*. Retrieved from [http:// www.elsevier.com/locate/ technovation](http://www.elsevier.com/locate/technovation) 23, 939-948

Baeve-de Pauw, J., & Jacobs, K. (2014). Gender differences in environmental values: An issue of measurement?. *Environment and Behavior*, 46(3), 373-397.

Bansal, P. (2003). From issues to actions: the importance of individual concerns and organizational values in responding to natural environmental issues. *Organization Science*, 14(5), 510-527.

Bansal, P., & Roth, K. (2000). Why companies go green: a model of ecological responsiveness. *Academy of Management Journal*, 43(4), 717-736.

- Bansal, P., & Gao, J. (2006). Building the future by looking to the past: Examining research published on organizations and environment. *Organization & Environment*, 19(4), 458-478.
- Buysse, K., & Verbeke, A. (2003). Proactive environmental strategies: A stakeholder management perspective. *Strategic Management Journal*, 24(5), 453-470.
- Gadenne, D., Kennedy, J., & McKeiver, C. (2009). An empirical study of environmental awareness and practices in SMEs. *Journal of Business Ethics*, 84(1), 45-63.
- Gonzalez-Benito, J., & Gonzalez-Benito, O. (2005). Environmental proactivity and business performance: An empirical analysis. *Omega*, 33(1), 1-15.
- Hansen, D.R., & Mowen, M.M. (2007). *Managerial accounting*. OH.: Thomson South and Western, Mason, OH.
- Hansla, A., Gamble, A., Juliusson, A., & Garling, T. (2008). The relationships between awareness of consequences, environmental concern, and value orientations. *Journal of Environmental Psychology*, 28(1), 1-9.
- Kasser, T., & Ryan, R.M. (1996). Further examining the American dream: Differential correlates of intrinsic and extrinsic goals. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 22(3), 280-287.
- Kusku, F. (2007). From necessity to responsibility: evidence for corporate environmental citizenship activities from a developing country perspective. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 14(20), 74-87.

- Liu, X., Liu, B., Shishime, T., Yu, Q., Bi, J., & Fujitsuka, T. (2010). An empirical study on the driving mechanism of proactive corporate environmental management in China. *Journal of Environmental Management*, 91(8), 1707-1717.
- Lyon, T.P., & Maxwell, J.W. (2008). Corporate social responsibility and the environment: a theoretical perspective. *Review of Environmental Economics and Policy*, 2(2), 240-60.
- Jamison, A., Reynolds, M., Holroyd, P., Veldman, E., Tremblett, K. (2005). *Defining corporate environmental responsibility*. Canadian ENGO Perspectives. The Pembina Institute. Retrieved 15 May, 2012 from www.pollutionprobe.org/old_files/Reports/cerreport.pdf.
- Jo, H., Kim, H., & Park, K. (2014). Corporate environmental responsibility and firm performance in the financial services sector. *Environmental Costs and Firm Performance*, 1-28.
- Lindsay, J. J., & Strathman, A. (1997). Predictors of recycling behavior: An application of a modified health belief model. *Journal of Applied Social Psychology*, 27, 1799-1823.
- Meinhold, J., & Malkus, A. (2005). Adolescent environmental behaviors: can knowledge, attitudes, and self-efficacy make a difference?. *Environment and Behavior*, 37(4), 511– 532.
- Michel-Guillou, E., & Moser, G. (2006). Commitment of farmers to environmental protection: From social pressure to environmental conscience. *Journal of Environmental Psychology*, 26(3), 227–235.

- Milfont, T.L., & Duckitt, J. (2004). The structure of environmental attitudes: A first-and second-order confirmatory factor analysis. *Journal of Environmental Psychology*, 24(3), 289-303.
- Murillo Luna, J.L., Garcés Ayerbe, C., & Rivera Torres, P. (2008). Why do patterns of environmental response differ? A stakeholders' pressure approach. *Strategic Management Journal*, 29(11), 1225-1240.
- Nisbet, E., Zelenski, J., & Murphy, S. (2009). The nature relatedness scale: Linking individuals' connection with nature to environmental concern and behavior. *Environment and Behavior*, 41, 715-739.
- Papagiannakis, G., & Lioukas, S. (2012). Values, attitudes and perceptions of managers as predictors of corporate environmental responsiveness. *Journal of Environmental Management*, 100, 41-51.
- Pe'er, S., Goldman, D., & Yauetz, B. (2007). Environmental literacy in teacher training: Attitudes, knowledge and environmental behaviour of beginning students. *The Journal of Environmental Education*, 39 (1), 45-59.
- Prakash, A. (2001). Why do firms adopt 'beyond-compliance' environmental policies?. *Business Strategy and the Environment*, 10(5), 286-299.
- Schwartz, S.H. (1992). Universals in the content and structure of values: Theory and empirical test in 20 countries. In M. Zanna (ED). *Advances in Experimental social psychology*, 25, 1-65.

- Sindhi, S., & Kumar, N. (2012). Corporate environmental responsibility—transitional and evolving. *Management of Environmental Quality(An International Journal)*, 23 (6), 640 – 657.
- Singh, N., & Gupta. K. (2013). Environmental attitude and ecological behaviour of Indian consumers. *Social Responsibility Journal*, 9 (1), 4- 18.
- Sharma, P., & Sharma, S. (2011). Drivers of proactive environmental strategy in family firms. *Business Ethics Quarterly*, 21(2), 309-334.
- Steg, L., Dreijerink, L., & Abrahamse, W. (2005). Factors influencing the acceptability of energy policies: A test of VBN theory. *Journal of Environmental Psychology*, 25(4), 415–425.
- Stern, P. C. (2000). Toward a coherent theory of environmentally significant behavior. *Journal of Social Issues*, 56(3), 407-424.
- Stern, P.C., Dietz, T., Abel, T., Guagnano, G.A., & Kalof, L. (1999). A value-belief-norm theory of support for social movements: the case of environmentalism. *Human Ecology Review*, 6(2), 81-97.
- Stern, P.C., & Dietz, T. (1994). The value basis of environmental concern. *Journal of Social Issues*, 50(3), 65-84.
- Vazquez Brust, D.A., & Liston-Heyes, C. (2010). Environmental management intentions: An empirical investigation of Argentina's polluting firms. *Journal of Environmental Management*, 91, 1111-1122.
- Wagner, M. (2003). *How does it Pay to be Green? An Analysis of the Relationship between Environmental and Economic Performance at the*

Firm Level and the Influence of Corporate Environmental Strategy Choice. Marburg: Tectum Verlag.

Zso´ka, A. (2008). Consistency and “awareness gaps” in the environmental behaviour of Hungarian companies. *Journal of Cleaner Production*, 16(3), 322-329.

Effective Factors in Corporate Environmental Responsiveness of Agricultural Production Cooperatives in Ilam Province

H. Mahdizadeh¹, K. Taherpour², Z. Motamedi Nia^{3}*

Received: May 25, 2016 Accepted: Oct 29, 2016

Abstract

Corporate environmental responsiveness (CER) refers to the extent to which organizations respond to natural environmental issues. The goal of this research was to investigate effective factors in CER of agricultural production cooperatives in Ilam Province, Iran. This was an applied research in terms of goal orientation and a descriptive-correlational study based on the method. The study population included 70 managers of agricultural production cooperatives in Ilam province. Census sampling method was applied in the study. For data collection, we used a closed-ended questionnaire. The face and content validity of the questionnaire were assessed by a panel of experts. Cronbach's alpha was calculated to estimate the reliability of the questionnaire (85%). The findings revealed that the mean CER was below average. Based on the analysis of the questionnaire items, corporate policies were based on waste removal had the highest priority. On the other hand, corporate policies were based on the use of recycled raw materials and natural environmental training/seminars were utilized for corporate employees and managers were ranked the lowest among CER items.

Keywords: Value Orientations, Environmental Attitude, Corporate Environmental Responsiveness (CER), Production Cooperatives, Ilam Province

1. Assistant Professor of Entrepreneurship and Rural Development, Department, Ilam University

2. Assistant Professor of Animal Science, Department, Ilam University, Iran

3. Lecturers of Entrepreneurship and Rural Development, Department, Ilam University

* Corresponding Author

E-mail:zohreh.motamedi@ut.ac.ir