

آثار رعایت مسئولیت اجتماعی بر عملکرد و موفقیت شهرداری ها

حسن طبالی برسیانی

کارشناسی روابط بین الملل، دانشگاه آزاد اسلامی واحد شهرضا

چکیده

این پژوهش با هدف بررسی آثار رعایت مسئولیت اجتماعی بر عملکرد و موفقیت شهرداری ها انجام شد. روش تحقیق کتابخانه ای با استفاده از کتب، مقالات و پایان نامه ها انجام گرفت. نتایج نشان داد رعایت مسئولیت اجتماعی در شهرداری ها نه تنها به بهبود عملکرد و موفقیت آن ها کمک می کند، بلکه به توسعه پایدار و رفاه اجتماعی نیز توجه دارد. این رویکرد می تواند به عنوان یک استراتژی کلیدی برای مدیریت شهری مدرن در نظر گرفته شود.

واژه های کلیدی: مسئولیت اجتماعی، عملکرد، شهرداری

مقدمه

در دنیای امروز، مفهوم مسئولیت اجتماعی به عنوان یک اصل کلیدی در مدیریت سازمان‌ها و نهادهای عمومی، به ویژه شهرداری‌ها، مطرح شده است. مسئولیت اجتماعی به معنای تعهد سازمان‌ها به انجام فعالیت‌هایی است که به نفع جامعه و محیط زیست باشد و فراتر از منافع اقتصادی صرف عمل کند. شهرداری‌ها به عنوان نهادهای محلی، نقش حیاتی در توسعه پایدار و بهبود کیفیت زندگی شهروندان دارند و رعایت مسئولیت اجتماعی می‌تواند تأثیرات عمیقی بر عملکرد و موفقیت آن‌ها داشته باشد. رعایت مسئولیت اجتماعی در شهرداری‌ها نه تنها به ارتقاء اعتبار و اعتماد عمومی منجر می‌شود، بلکه می‌تواند به بهبود روابط با ذینفعان، افزایش مشارکت شهروندان و جذب سرمایه‌گذاری‌های جدید کمک کند. با توجه به چالش‌های روزافزون شهری، از جمله آلودگی محیط زیست، ترافیک، و نابرابری‌های اجتماعی، شهرداری‌ها باید به دنبال راهکارهایی باشند که نه تنها به حل این مشکلات کمک کند، بلکه به توسعه پایدار و رفاه اجتماعی نیز توجه داشته باشد. در این مقاله، به بررسی آثار رعایت مسئولیت اجتماعی بر عملکرد و موفقیت شهرداری‌ها پرداخته خواهد شد.

تعاریف مختلف پیرامون مسئولیت پذیری اجتماعی

مسئولیت اجتماعی به طور اعم، به مجموعه فعالیت‌هایی گفته می‌شود که صاحبان سرمایه و بنگاه‌های اقتصادی به صورت داوطلبانه، به عنوان یک عضو موثر و مفید در جامعه، انجام می‌دهند. عبارت مسئولیت اجتماعی شرکت از سال ۱۹۵۳ با کتاب "مسئولیت اجتماعی صاحبان کسب و کار" نوشته باون مطرح شد. مفهوم مسئولیت اجتماعی شرکت در این کتاب عبارت است از "کارکرد یک موسسه انتفاعی به شیوه‌ای که مدام انتظارات عمومی جامعه از کسب و کار را در زمینه اخلاقی، قانونی و تجاری برآورده کند یا از آن فراتر رود (ژوده^۱ ۲۰۰۶). به عقیده فالت در حالت احساس مسئولیت، فرد خود را چنان وابسته به کل و محیط می‌پندارد که منافع خویش را در منافع و مصالح محیط و سازمان جستجو می‌کند. به نظر وی مسئولیت اجتماعی عبارت است از احساس مسئولیت نسبت به کل نه نسبت به جزء و قسمتی از کل (مشبکی ۷۷). مسئولیت اجتماعی از تعهدات مدیریت است که علاوه بر حفظ و گسترش منافع سازمان در برابر رفاه عمومی جامعه انجام می‌گیرد (الوانی ۷۷). با این وجود مسئولیت اجتماعی یک عمل فداکاری و ایثار صرف برای دیگران نیست، بلکه به خصوص در یک برنامه کاری بلند مدت، روشی برای سعادت مندی جامعه و شرکت‌ها است. علاوه بر این، فردریک^۲ به صورت خلاصه معنی مسئولیت اجتماعی را به شکل سه ایده اصلی در نیمه سال ۱۹۵۰ بیان می‌کند:

۱- ایده‌ی مدیران شرکت به عنوان اعضاء هیات امنای دولتی

۲- ایده‌ی درخواست‌های متعادل‌کننده رقابتی در مورد منابع شرکت

۳- قبول نودوستی به عنوان نشانه حمایت شرکت از اهداف خوب (فردریک، ۲۰۰۶).

گریفن و بارنی^۳ مسئولیت اجتماعی را چنین تعریف می‌کنند "مسئولیت اجتماعی، مجموعه وظایف و تعهداتی است که سازمان بایستی در جهت حفظ، مراقبت و کمک به جامعه‌ای که در آن فعالیت می‌کند، انجام دهد". فرنچ و ساورد^۴ در سال ۱۹۹۸ نیز در کتاب مدیریت تحول در سازمان در خصوص مسئولیت اجتماعی می‌نویسند؛ مسئولیت اجتماعی وظیفه‌ای است بر عهده موسسات خصوصی، به این معنا که تاثیر سوء بر زندگی اجتماعی که در آن کار می‌کنند، نگذارند. میزان این وظیفه

¹ Rhode

² Frederick

³ W.Griffin & B.Barney

⁴ French & Saword

عموماً مشتمل بر وظایفی چون: آلوده نکردن، تبعیض قائل نشدن در استخدام، نپرداختن به فعالیتهای غیر اخلاقی و مطلع نمودن مصرف کننده از کیفیت محصولات. همچنین وظیفه ای است مبتنی بر مشارکت مثبت در زندگی افراد جامعه. از طرف دیگر رونالد ای برت و گریفین نیز معتقدند: "اخلاق روی نحوه رفتار فرد در داخل سازمان توجه دارد ولی مسئولیت اجتماعی، روی نحوه برخورد سازمان با کارکنان، سهامداران، سرمایه گذاران، ارباب رجوع، اعتبار دهندگان و به طور کلی با ذینفعان سروکار دارد (فلمینگ^۵، ۲۰۱۲). لازم به ذکر است که بین اخلاق مدیریت، پاسخگویی اجتماعی و تعهد اجتماعی با مسئولیت اجتماعی تفاوت وجود دارد. در این خصوص اندرسن در کتاب خود چنین می نویسد: هر دو اصطلاح اخلاق مدیریت و مسئولیت اجتماعی در رابطه با رعایت ارزشها و هنجارها و اصول اخلاقی جامعه و تامین هدفهای سازمان از سوی مدیران هستند؛ با این تفاوت که مسئولیت اجتماعی در ارتباط با مسائل کلان سازمان و اخلاق در ارتباط با رفتار فردی مدیران و کارکنان است (جعفری، ۱۴۰۱).

یک سازمان، زمانی به تعهد اجتماعی اش عمل می کند که به مسئولیتهای قانونی و اقتصادی خود عمل نماید و نه بیشتر. به عبارت دیگر، به حداقل مسئولیتی که قانون از وی خواسته است، عمل کند. چنانچه سازمانی، هدف اجتماعی را ترغیب کند، تنها به منظور رسیدن به هدفهای اقتصادی اش می باشد و نه چیز دیگر. مسئولیت اجتماعی با ورود خود، یک چارچوب حاکمیت اخلاقی را اضافه می کند که براساس آن سازمانها به فعالیتهایی اقدام می کنند که وضع جامعه را بهبود بخشد و از انجام کارهایی که باعث بدتر شدن وضعیت جامعه می گردند، پرهیز می کنند و نهایتاً، پاسخگویی اجتماعی اشاره به توان و ظرفیت سازمان در جهت عمل و اقدام نسبت به خواسته ها و انتظارات جامعه دارد (طوسی، ۱۳۹۱).

در نهایت مسئولیت اجتماعی در کتاب سبز به عنوان مفهومی تعریف شده است که طبق این مفهوم شرکتها به صورت داوطلبانه تصمیم می گیرند که جهت دستیابی به جامعه بهتر و محیط پاکیزه تر کمک کنند. متون علمی، تعاریف دیگری از مسئولیت اجتماعی را ارائه می سازند که هر یک به مساله مختلفی از جامعه می پردازند: مسائل اقتصادی، سیاسی، اجتماعی و اصول اخلاقی. ماون و لیندگری^۶ در سال ۲۰۱۰، تجزیه و تحلیل تعاریف مربوط به مسئولیت اجتماعی را به صورت عمیق تر انجام داده و پی به این مطلب برده اند که ماهیت تعهد مسئولیت اجتماعی می تواند از شکل عملکرد داوطلبانه به صورت تعهد اخلاقی برای شرکت تغییر یابد و تعاریف مختلف مسئولیت اجتماعی، انواع متفاوتی از گروهگذاران را مورد توجه قرار می دهند (گروهگذاران داخلی، گروهگذاران خارجی یا کل جامعه). نویسندگان مشاهده می کنند که تعهد افزایش یافته ی مسئولیت اجتماعی بایستی پذیرش عملکرد های مسئولیت اجتماعی را با بی میلی در فرهنگ تعبیه شده، تغییر دهند، هنگامی که فعالیت های سازمانی مستقیماً بر روی اصول مسئولیت اجتماعی تاثیر می گذارند. در حقیقت، روند مسئولیت اجتماعی بیش از یک توافق ساده با قوانین دولت، نوعی تعهد داوطلبانه است (منگوک و اوزان^۷، ۲۰۰۵).

اهمیت مسئولیت پذیری اجتماعی در شهرداریها

مسئولیت پذیری اجتماعی به عنوان یک اصل کلیدی در مدیریت شهری، نقش بسیار مهمی در بهبود کیفیت زندگی شهروندان و توسعه پایدار جوامع ایفا می کند. شهرداریها به عنوان نهادهای محلی، مسئولیتهای متعددی در قبال شهروندان، محیط زیست و اقتصاد محلی دارند و رعایت این مسئولیتهای می تواند تأثیرات عمیقی بر عملکرد و موفقیت آنها داشته باشد. تقویت اعتماد عمومی یکی از مهم ترین نتایج مسئولیت پذیری اجتماعی است. وقتی که شهرداریها به نیازها و دغدغه های جامعه

⁵ Fleming

⁶ Maon & Lindgreen

⁷ Menguc & Ozanne

توجه کنند و در راستای حل مشکلات اجتماعی و محیط زیستی اقدام کنند، شهروندان احساس امنیت و اعتماد بیشتری به نهادهای محلی خواهند داشت. این اعتماد می‌تواند به افزایش مشارکت شهروندان در تصمیم‌گیری‌های محلی منجر شود و بهبود کیفیت خدمات عمومی مانند حمل و نقل، بهداشت و فضای سبز را به همراه داشته باشد. علاوه بر این، مسئولیت‌پذیری اجتماعی به تحقق اهداف توسعه پایدار کمک می‌کند. با توجه به چالش‌های زیست‌محیطی و اجتماعی، شهرداری‌ها می‌توانند برنامه‌هایی را طراحی کنند که به حفظ منابع طبیعی و بهبود شرایط زندگی در جامعه منجر شود. این رویکرد همچنین می‌تواند به کاهش نابرابری‌های اجتماعی و اقتصادی کمک کند و شرایط زندگی گروه‌های آسیب‌پذیر را بهبود بخشد. در نهایت، مسئولیت‌پذیری اجتماعی به تقویت هویت محلی و فرهنگ شهروندی نیز کمک می‌کند. شهرداری‌ها با ترویج فعالیت‌های فرهنگی و اجتماعی می‌توانند احساس تعلق و هویت را در میان شهروندان تقویت کنند. به طور کلی، مسئولیت‌پذیری اجتماعی در شهرداری‌ها نه تنها به بهبود عملکرد و موفقیت آن‌ها کمک می‌کند، بلکه به توسعه پایدار و رفاه اجتماعی نیز توجه دارد. این رویکرد می‌تواند به عنوان یک استراتژی کلیدی برای مدیریت شهری مدرن در نظر گرفته شود و به تحقق اهداف اجتماعی، اقتصادی و زیست‌محیطی کمک کند.

آثار مثبت رعایت مسئولیت اجتماعی بر عملکرد و موفقیت سازمان

گرچه حاکمیت اخلاق کار بر سازمان، منافع زیادی برای سازمان از بعد داخلی از جنبه‌های بهبود روابط، افزایش جو تفاهم و کاهش تعارضات، افزایش تعهد و مسئولیت‌پذیری بیش تر کارکنان، افزایش چندگانگی و کاهش هزینه‌های ناشی از کنترل دارد ولی از دیدگاه مسئولیت اجتماعی نیز از راه افزایش مشروعیت سازمان و اقدامات آن، التزام اخلاقی در توجه به اهمیت ذی نفعان، افزایش درآمد، سودآوری و بهبود مزیت رقابتی، و...، توفیق سازمانی را تحت تاثیر قرار می‌دهد. در ادامه به تشریح این آثار مثبت و شواهد موید آن خواهیم پرداخت.

۱- افزایش مشروعیت سازمان و اقدامات آن

امروزه در شرایط جهانی شدن و شبکه‌های گسترده اطلاعاتی از سازمانها، انتظار می‌رود در برابر مسایل محیط زیست، رعایت منافع جامعه، حقوق اقلیتها و ... حساسیت داشته، واکنش نشان دهند. به علاوه این شبکه‌ی گسترده، تمام فعالیت‌های سازمان‌ها را زیر نظر دارد و به راحتی می‌تواند از راه انجمن‌ها و مجامع مختلف، چهره‌ی سازمان‌ها را در انظار عمومی خراب کند، بنابراین سازمان‌ها ناچار به انجام اقدامات وسیع و گسترده برای جلب افکار عمومی هستند که وجه غالب آن‌ها نشان دادن وجه اخلاقی کارهای سازمان است. گفتنی است که هر چه سازمان‌ها بزرگ تر باشند، باید حساسیت آن‌ها هم نسبت به این مسائل بیش تر باشد (NBES, 2005). رفتار غیر اخلاقی، رفتار محیط کسب و کار را بر ضد خود تحریک کرده، موجب شکست سازمان می‌شود (باکلی^۸، ۲۰۱۱).

۲- التزام اخلاقی در توجه به اهمیت ذی نفعان

علاوه بر سهام داران، گروه‌های دیگری نیز وجود دارند که از اقدامات سازمان تاثیر می‌پذیرند و دارای منافع مشروعی از سازمان اند. از جمله‌ی این گروه‌ها می‌توان به مشتریان، تامین کنندگان مواد اولیه، دولت و جامعه اشاره کرد. لستر تارو^۹ در

^۸ Buckley

^۹ Lester Taro

سال ۱۹۹۰ و ایوان^{۱۰} و فریمن در سال ۱۹۸۸ بر این باورند که، پاسخ مثبت به ملزومات اخلاقی اجتماعی، با افزایش سود و ارزش افزوده در دراز مدت، همراه است (رحمان سرشت، ۱۳۹۹).

۳- افزایش درآمد، سود آوری و بهبود مزیت رقابتی

توجه به تمام افراد و گروه هایی که ذی نفع هستند، میزان سود شرکت ها را در بلند مدت افزایش خواهد داد، زیرا موجب انگیزش نیروی انسانی، افزایش حسن نیت اجتماعی و اعتماد مردم به یکدیگر و نیز کاهش هزینه ها می شود. دیوید بر این باور است که روز به روز باور سازمان ها در این مورد راسخ تر می شود که ترویج اصول اخلاقی و تقویت فرهنگ معنوی موجب ایجاد مزیت های استراتژیک خواهد شد (دیوید^{۱۱}، ۱۴۰۲). کی و پاکین^{۱۲} باور دارند که تجزیه و تحلیل شکست های شرکت ها و مصیبت های وارده به آن ها نشان می دهد که لحاظ اخلاقیات و حساست های اجتماعی در نهایت، در فرایند تصمیم گیری و تدوین استراتژی، موجب افزایش سودآوری شرکت خواهد شد. همچنین طبق گزارشی که در سپتامبر ۲۰۰۵ توسط دولت استرالیا منتشر شده، رشد اقتصادی این کشور از سال ۱۹۹۸ تا ۲۰۰۵ به رقم متوسط سالانه ۳/۶ درصد رسیده که بیش تر از بسیاری از کشور های توسعه یافته، مانند آمریکا، آلمان، ژاپن و انگلستان است. بر اساس این گزارش، عوامل رشد این کشور، نگرش مثبت نسبت به تغییر و نیروی انسانی آموزش دیده با اخلاق کار بسیار قوی اعلام شده است. بر اساس گزارش مجله فورچون، ۶۳ درصد مدیران عالی شرکت های برتر بر این باورند که رعایت اخلاقیات، موجب افزایش تصویر مثبت و شهرت سازمان شده، منبعی برای مزیت رقابتی به شمار می آید (باکلی و دیگران ۲۰۱۱). به علاوه تحقیق سوینی^{۱۳} در سال ۱۹۹۹ در استرالیا نشان داد که ۹۰ درصد استرالیایی ها علاقمند به خرید از شرکت هایی هستند که رفتارهای آنها اخلاقی است. این تحقیق مشخص کرد هر چه اعتماد بین اعضای یک سازمان بیش تر باشد نیاز به کنترل مستقیم کاهش می یابد.

۴- استفاده از مزایای چندگانگی

متخصصان پیش بینی می کنند که نیروی کار به گونه ای روز افزون متنوع تر خواهد شد و شرکت هایی که بتوانند نیازهای این افراد متنوع را درک کرده، از این تنوع به خوبی بهره گیرند، موفق خواهند بود. لازم است مدیران توانایی اداره افراد با جنسیت، سن، نژاد، مذهب، قومیت و ملیتهای مختلف را داشته باشند. رعایت عدالت و اخلاق در برخورد با این افراد در محیط کار، مدیریت آن ها را تسهیل می کند و این امکان را برای سازمان فراهم می سازد که از مزایای نیروی کار متنوع، بهره گیرد. مطالعه ای که توسط رایت^{۱۴} و همکاران در سال ۱۹۹۵ در مورد رابطه بین چندگانگی و عملکرد سازمانی انجام گرفته، رابطه مثبتی را بین افزایش سطح چندگانگی در محیط کار و عملکرد مالی سازمان ها، نشان می دهد. باکلی در سال ۲۰۰۱ بر این باور است که چندگانگی سازگار با برنامه های اخلاق و فرهنگهای اخلاقی اند، می تواند موجب شهرت و اعتبار سازمان شده و عملکرد آن را بهبود بخشد (باکلی، ۲۰۱۱).

¹⁰ Ivan

¹¹ Devid

¹² Key & Papkin

¹³ Sweany

¹⁴ Write

۵- کاهش هزینه های ناشی از کنترل

ترویج خود کنترلی در سازمان، به عنوان یکی از مکانیزم های اصلی کنترل، از مباحثی است که بنیان آن بر اعتماد، اخلاق و ارزشهای فردی قرار دارد. ترویج خودکنترلی باعث کاهش هزینه های ناشی از روش های کنترل مستقیم شده و موجب بهبود سود می شود. این مستلزم تعهد کامل اعضا به تیم، مسئولیت پذیری همه اعضای تیم و داشتن احترام و اعتماد بین آن ها و مدیریت است (لای و ایدریس^{۱۵}، ۲۰۰۳).

۶- بهبود روابط، افزایش جو تفاهم و کاهش تعارضات

یکی از نتایج بهبود اخلاق کار در سازمان، تنظیم بهتر روابط در سازمان است که این به نوبه خود باعث افزایش جو تفاهم در سازمان و کاهش تعارضات بین افراد و گروه ها شده، عملکرد تیمی را بهبود می بخشد. شاید بیش ترین تاثیرات اصول اخلاقی مربوط به رفتار نیروی انسانی باشد. مطابق تحقیقات ترونیو و یانگ بلاد تصمیم گیری های اخلاقی به طور عمده تحت تاثیر گزینش و استخدام افراد اخلاقی است و پاداش و تنبه متداول تاثیر زیادی در رعایت اصول اخلاقی ندارد (لاوسن^{۱۶}، ۱۴۰۱).

۷- افزایش تعهد و مسئولیت پذیری بیشتر کارکنان

چنانچه گفته شد اخلاق بر فعالیت انسانها تاثیر قابل توجهی دارد و لازمه عملکرد مناسب، تعهد و مسئولیت پذیری کارکنان است. دسلر^{۱۷} (۱۳۷۸) باور دارد که: اگر کارکنان بر این باور باشند که با آنان رفتاری عادلانه و منصفانه می شود، شاید تمایل بیش تری داشته باشند که بار (کاری) بیش تری را تحمل کنند. دونالدسون و دیویس در سال ۱۹۹۰ معتقدند که مدیریت ارزش های اخلاقی در محیط کار، موجب مشروعیت اقدامات مدیریتی شده، انسجام و تعادل فرهنگ سازمانی را تقویت می کند، اعتماد در روابط بین افراد و گروه ها را بهبود می بخشد و با پیروی بیش تر از استانداردها، موجب بهبود کیفیت محصولات و در نهایت افزایش سود سازمان می شود. با توجه به نقشی که انسان ها در سازمان های امروزی دارند، نوع قضاوت افراد در مورد سازمان و موضوع فعالیت شان تاثیر بسیار زیادی در کارایی و اثربخشی آن ها و در نتیجه کارایی و اثربخشی سازمان دارد. انتظار بروز خلاقیت توسط کسانی که کار خود را از لحاظ اخلاقی ناپسند تلقی می کنند، واقعی و منطقی نیست (دونالدسون و دیویس ۱۹۹۰).

علاوه بر این مسئولیت اجتماعی موجب:

- ✓ افزایش ارزش تجاری، نشان تجاری
- ✓ دسترسی بیش تر به منابع مالی
- ✓ نیروی کار سالم تر و ایمن تر
- ✓ مدیریت ریسک و نظارت موثر تر بر امور سازمان
- ✓ کارکنان مشتاق
- ✓ وفاداری مشتری
- ✓ ارتقای اعتماد و اطمینان طرف های ذینفع
- ✓ تجارت و تولید مناسب و مطلوب

¹⁵ Lau & Idris

¹⁶ Levson

¹⁷ Destler

✓ تعلیم و تربیت

✓ کاهش فقر (گروه کارشناسان ایران ۱۳۸۶)

آثار رعایت مسئولیت اجتماعی بر عملکرد و موفقیت شهرداری ها

رعایت مسئولیت اجتماعی در شهرداری ها می تواند آثار مثبت و قابل توجهی بر عملکرد و موفقیت آن ها داشته باشد. در ادامه به برخی از این آثار اشاره می شود:

۱- **افزایش اعتماد عمومی:** رعایت مسئولیت اجتماعی باعث افزایش اعتماد شهروندان به شهرداری ها می شود. وقتی که شهرداری ها به نیازهای اجتماعی و محیط زیستی توجه کنند، شهروندان احساس می کنند که صدای آن ها شنیده می شود و این امر به تقویت رابطه بین شهروندان و نهادهای محلی کمک می کند.

۲- **بهبود کیفیت خدمات:** با توجه به مسئولیت اجتماعی، شهرداری ها می توانند خدمات خود را به گونه ای طراحی کنند که نیازهای واقعی جامعه را برآورده سازند. این امر منجر به افزایش کیفیت خدمات عمومی، از جمله حمل و نقل، بهداشت، و آموزش می شود.

۳- **جذب سرمایه گذاری:** شهرداری هایی که به مسئولیت اجتماعی پایبند هستند، می توانند سرمایه گذاران و کسب و کارها را جذب کنند. این نهادها به عنوان مکان هایی با ثبات و پایدار شناخته می شوند که می توانند فرصت های اقتصادی جدیدی را فراهم کنند.

۴- **افزایش مشارکت شهروندان:** رعایت مسئولیت اجتماعی می تواند به افزایش مشارکت شهروندان در تصمیم گیری های محلی منجر شود. وقتی که مردم احساس کنند که شهرداری به نیازهای آن ها توجه دارد، تمایل بیشتری به مشارکت در فعالیت های اجتماعی و سیاسی خواهند داشت.

۵- **توسعه پایدار:** رعایت مسئولیت اجتماعی در شهرداری ها می تواند به تحقق اهداف توسعه پایدار کمک کند. با توجه به مسائل محیط زیستی و اجتماعی، شهرداری ها می توانند برنامه هایی را اجرا کنند که به حفظ منابع طبیعی و بهبود کیفیت زندگی در جامعه منجر شود.

۶- **کاهش نابرابری های اجتماعی:** با توجه به مسئولیت اجتماعی، شهرداری ها می توانند برنامه هایی را برای کاهش نابرابری های اجتماعی و اقتصادی در جامعه طراحی کنند. این امر می تواند به بهبود شرایط زندگی گروه های آسیب پذیر و افزایش عدالت اجتماعی منجر شود.

۷- **تقویت هویت محلی:** رعایت مسئولیت اجتماعی می تواند به تقویت هویت محلی و فرهنگ شهروندی کمک کند. شهرداری ها با ترویج فعالیت های فرهنگی و اجتماعی می توانند احساس تعلق و هویت را در میان شهروندان تقویت کنند.

۸- **بهبود تصویر عمومی:** شهرداری هایی که به مسئولیت اجتماعی پایبند هستند، تصویر مثبت تری در جامعه و رسانه ها خواهند داشت. این تصویر مثبت می تواند به افزایش حمایت عمومی و بهبود روابط با سایر نهادها و سازمان ها منجر شود.

منابع و مآخذ

- ۱- الوانی، سید مهدی. ۱۳۷۸. مدیریت عمومی، تهران: نشر نی.
- ۲- جعفری، محمد تقی. ۱۴۰۱. فرهنگ پیشرو، چاپ سوم، انتشارات علمی فرهنگی.
- ۳- دیوید فرد آر. ۱۴۰۲. مدیریت استراتژیک، مترجم: علی پارسیان و سید محمد اعرابی، تهران: دفتر پژوهش های فرهنگی.
- ۴- رحمان سرشت، حسین. ۱۳۹۹. تئوری های سازمان و مدیریت، جلد اول، تهران: موسسه ی انتشارات فرهنگی فن و هنر.
- ۵- طوسی، محمدعلی. ۱۳۹۱. فرهنگ سازمانی، ، تهران: مرکز آموزش مدیریت دولتی.
- ۶- گروه کارشناسان ایران. ۱۳۸۶. "مسئولیت اجتماعی سازمان (CSR) با رویکرد مدل EFQM"، انتشارت کیفیت و مدیریت با همکاری نشر مرندیز.
- ۷- لاوسن، آلن. ۱۴۰۱. مدیریت اخلاقی در خدمات دولتی، مترجم: محمد رضا ربیعی مندجین و حسن کیوریان، تهران: نشر یکان.
- 8- Buckley M. R. ,D s.Beue,D. D. Frink.2011.Ethical Issues in Human Resources Systems», Journal of Human Resource Management Review, No.11, 11-29.
- 9- Donaldson, T. & K. Davis. 1990. «Business Ethics». Management Decision, V.28, N6.
- 10- Frederick, W.C. 2006. Corporation, Be Good! The Story of Corporate Social Responsibility, Doge Publishing, Indianapolis, IN.
- 11- Fleming, M. 2012. "What is safety culture? Rail way safety ever green House
- 12- Lau h.c. & m. a. Idris. 2005. Soft foundations of the critical success factors on tqm implementation in Malaysia», TQM Magazine , vol.13, no.4. pp515-52.
- 13- Menguc, B., & Ozanne, L. K. 2005. Challenges of the 'green imperative': a natural resource-based approach to the environmental orientation-business performance relationship. Journal of Business Research, 58 (4), 430-438.