

## عنوان مقاله:

خلق ارزش و سنجش عملکرد مسئولیت اجتماعی بنگاه براساس مدل کارت امتیاز متوازن

## محل انتشار:

هشتمین کنفرانس بین المللی مدیریت (سال: 1389)

تعداد صفحات اصل مقاله: 11

## نویسندگان:

احمد شربت اوغلی - استادیار دانشکده مدیریت و اقتصاد دانشگاه صنعتی شریف

منوچهر نجمی - دانشیار دانشکده مدیریت و اقتصاد

امین ناصری - کارشناس ارشد مدیریت MBA

امین شمس مورکانی - کارشناس ارشد مدیریت MBA

## خلاصه مقاله:

مسئولیت اجتماعی شرکت ها یکی از مفاهیم نوین در عرصه بنگاه می باشد که نگاه جامعی به منافع همه ی ذی نفعان سازمان داشته و عدم توجه به آن می تواند پیامدهای نامطلوبی را برای بنگاه داشته باشد از طرفی شرایط رقابتی امروزه اقتضا می کند که هر هزینه و هر سرمایه گذاری که شرکت انجام می دهد هدفمند بوده و سازمان را در خلق یک ارزش برای خود یا جامعه یاری نماید اینجاست که تعیین اهداف استراتژیک و تدوین نقشه های استراتژی مختص مسئولیت اجتماعی بنگاه CSR می تواند راهنمای خوبی برای مدیران بنگاه جهت انجام مسئولیتهای اجتماعی خود باشد در این مقاله قصد داریم تا با استفاده از نقشه های استراتژیک نحوه خلق ارزش یک بنگاه برای جامعه و ذینفعان خود را نشان داده و نمونه ای از شاخصهای سنجش CSR در سازمان را ارائه دهیم.

## کلمات کلیدی:

مسئولیت اجتماعی بنگاه، کارت امتیاز متوازن، نقشه استراتژی، سنجش عملکرد

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/99538>

