

إدارة المسؤولية الاجتماعية للشركات

المقدمة:

تعد المسؤولية الاجتماعية للشركات أحد المفاهيم المحورية التي تعكس التزام المؤسسات بمسؤولياتها تجاه المجتمع، وهي لا تقتصر على التبرعات أو الأعمال الخيرية، بل تمثل فلسفة متكاملة تُدمج في صميم الاستراتيجية المؤسسية. وتُبنى هذه المسؤولية على تقديم الدعم للمجتمع من منطلق القيم، وليس لمجرد تحقيق مكاسب مادية مباشرة. غير أن التحدي الأبرز الذي تواجهه الشركات اليوم هو كيفية إحداث توازن فعلي بين دورها الاجتماعي وتحقيق أهدافها التجارية. ومن هذا المنطلق، تأتي هذه الدورة التدريبية لتزوّد المشاركين بفهم عميق للمبادئ والممارسات الحديثة في مجال المسؤولية الاجتماعية، مع التركيز على الجوانب الأخلاقية، وأسس التواصل الفعال، والتحديات الواقعية التي قد تعيق التنفيذ العملي لهذا المبدأ في بيئات العمل المتنوعة.

الفئات المستهدفة:

- العاملون في الشركات الخاصة والمنظمات غير الحكومية.
- موظفو الشركات المحلية، الإقليمية، والدولية الساعية إلى تحسين تأثيرها المجتمعي.
- العاملون في المؤسسات الحكومية الراغبة في ترسيخ المسؤولية الاجتماعية ضمن أنظمتها وسياساتها المؤسسية.
- الأفراد الطامحون لتطوير معارفهم ومهاراتهم في هذا المجال الحيوي، ممن لديهم الرغبة الحقيقية في المساهمة الإيجابية في المجتمع.

الأهداف التدريبية:

عند إتمام هذه الدورة، سيكون المشاركون قادرين على:

- تحليل المفاهيم الأساسية والنشأة التاريخية للمسؤولية الاجتماعية للشركات، بما في ذلك الأركان الأربعة لتعريف كارول (Caroll).
- إدراك الأسباب الجوهرية التي تجعل المسؤولية الاجتماعية عاملاً استراتيجياً لكل من القطاعين العام والخاص.
- استيعاب العلاقة التكاملية بين المسؤولية الاجتماعية، الأخلاقيات المهنية، ومبادئ الحوكمة المؤسسية.
- تتبع التطورات التي طرأت على مفهوم المسؤولية الاجتماعية وانتقاله من CSR التقليدي إلى CSR المتجدد.
- تطبيق قواعد التواصل العشر التي تضمن إيصال رسالة المسؤولية الاجتماعية بفعالية وتأثير.
- استكشاف التحديات التي تواجه تبني الشركات لهذا المفهوم، وتوظيف تلك التحديات كمصدر لتكوين ميزة تنافسية طويلة الأمد.

الكفاءات المستهدفة:

- الكفاءة في التخطيط والتنظيم والقيادة ضمن أطر مجتمعية.
- القدرة على التواصل الاحترافي سواء بالكتابة أو الحديث.
- التميز في بناء علاقات عمل قائمة على القيم والمسؤولية.

- التفكير التحليلي والنقدي في تقييم الاستراتيجيات الاجتماعية المؤسسية.

محتوى الدورة التدريبية:

الوحدة الأولى: مدخل إلى المسؤولية الاجتماعية للشركات

- المفاهيم الأولية والمبادئ التأسيسية للمسؤولية الاجتماعية.
- تطور فكرة "مواطنة الشركات" ودورها في بناء الثقة المجتمعية.
- قراءة نقدية لمدى التزام الشركات بمسؤولياتها الاجتماعية.
- نظرة تاريخية على تطور المفهوم وموقعه في الفكر الإداري الحديث.
- تحليل العناصر الأربعة في نموذج كارول: الاقتصادي، القانوني، الأخلاقي، والخيري.

الوحدة الثانية: لماذا تُعد المسؤولية الاجتماعية للشركات ضرورية؟

- تحليل نموذج "الناس، الكوكب، الأرباح" (People, Planet, Profit).
- استكشاف الاتجاهات المتباعدة حول مدى التزام الشركات بالمسؤولية الاجتماعية.
- عرض وجهات النظر المؤيدة والمعارضة، وبحث المبررات المنطقية لكل جانب.

الوحدة الثالثة: المسؤولية الاجتماعية والأخلاقيات المهنية

- استكشاف الروابط بين أخلاقيات العمل والمسؤولية الاجتماعية.
- التطورات المعاصرة في مجال أخلاقيات الشركات.
- كيفية دمج القيم الأخلاقية في الممارسات اليومية للمؤسسة.
- الانخراط في الاتفاقيات الدولية المعنية بأخلاقيات الأعمال.
- خطوات اتخاذ القرار في القضايا الأخلاقية المؤسسية.

الوحدة الرابعة: تطور مفهوم المسؤولية الاجتماعية

- تتبع مراحل الصعود والتراجع في تطبيق CSR.
- التعرف على أبرز الأخطاء التي أدت إلى فشل بعض مبادرات المسؤولية الاجتماعية.
- المبادئ الخمسة التي تمثل مستقبل المسؤولية الاجتماعية.
- مقارنة بين CSR1.0 التقليدية وCSR2.0 القائمة على الابتكار والتكامل.

الوحدة الخامسة: مهارات التواصل الفعال في مجال المسؤولية الاجتماعية

- سمات المعلومات الفعالة المتعلقة بالمسؤولية الاجتماعية.
- عشر قواعد ذهبية لتفعيل التواصل المؤسسي المؤثر:

1. ابدأ بالفعل، ثم تحدث عنه.
2. حدد بوضوح "ماذا؟" و"لماذا؟".
3. كن دائم الاستعداد للرد والمشاركة.
4. اجعل المسؤولية الاجتماعية جزءًا من أجندة مجلس الإدارة.
5. حقّق انخراط الموظفين في المبادرات الاجتماعية.
6. تبّن رسائل واضحة ومنسجمة.
7. خاطب جمهورك بما يتناسب مع احتياجاتهم الفردية.
8. شجع الحوارات التفاعلية وليس الرسائل أحادية الاتجاه.
9. كن نموذجًا يحتذى به.
10. اجعل علامتك التجارية مرآة لقيمك.

الوحدة السادسة: التحديات التي تواجه المسؤولية الاجتماعية للشركات

- مناظرة بين فكر فريدمان ورؤية راسيل حول حدود الدور المجتمعي للشركات.
- تحليل أبعاد المسؤولية الاجتماعية وتطبيقاتها المتنوعة.
- نماذج تطبيقية في CSR: من المبادرات المحدودة إلى السياسات الشاملة.
- خصوصيات تنفيذ CSR في البلدان النامية: التحديات والمحفزات.
- عرض هيكلية لإطار تطبيق المسؤولية الاجتماعية بفعالية.
- أكثر الأخطاء شيوعًا في تنفيذ مبادرات المسؤولية الاجتماعية.
- الاعتبارات الجوهرية لنجاح مبادرات المسؤولية الاجتماعية في المؤسسات.