

首期“善播中国·企业公益战略沙龙”在京举办

■ 本报记者 张木兰

“

2012年10月26日,在“第二届企业社会责任优秀案例(公益项目)”发布前夕,首期“善播中国·企业公益战略沙龙”活动在北京举行。

此前,2011年8月—11月,沙龙的主办方——《公益时报》社发起了“首届企业社会责任优秀案例(公益项目)”征集活动,并评选出“2011跨国公司CSR十佳优秀案例”成为企业社会责任的典范。本次征集活动是首届的延续,并且被组委会纳入“善播中国2012公益嘉年华”系列活动。活动除举办“2012社会公益创新国际高峰论坛”、“企业社会责任优秀案例评选”、“责任之道企业社会责任优秀案例精选”书籍发布以外,还将举办优秀公益案例展览,通过展板、展位和现场公益活动的形式向公众展示企业的公益理念和善举。

此次沙龙,作为系列活动的预热,邀请了众多学者、企业家和公益人士参加,分享了他们优秀的企业社会责任理念和公益思想。

”



“善播中国·企业公益战略沙龙”将不定期持续举行,每期会力邀众多有影响力的嘉宾,同与会人员一起总结过去、评析现在、畅想未来,在中国公益事业的道路共谋发展



企业家更容易发现和解决社会问题

● 北京师范大学中国公益研究院院长 王振耀

企业社会责任实际上已经对整个中国社会产生了非常大的影响。有两件事情可以证明,第一件事,牛根生辞掉了蒙牛所有的职务,开始专职做慈善,他用企业家创业的方法来推动慈善事业。他建立了一个儿童博物馆,在业界已经有了很大影响。当时,他得知投资一所儿童博物馆,让孩子提早接受教育对孩子非常有益。而中国没有一个大型的儿童博物馆,美国已经有300多所,他就资助代表团去美国参观,代表团里有政府官员和公益人士。

牛根生就像创业时一样,找政府,做公关,用了各种企业家的方法和精神来推动公益创新,将专业知识、企业和慈善三者结合了起来。这很难得。因为通常情况下,学者只知道研究,实践家只知道实践,企业家只专注于企业。而按照企业家的精神办公益,这会很快产生比较大的社会影响。

第二个,我要说说华民慈善

基金会理事长卢德之提出的“资本精神”。这个“资本精神”为中国的企业家、富豪做慈善提供了最坚实的理论基础,对整个社会下一步的社会改革产生了很大推动力。因为我们按照资本论的理论看待财富,始终会认为资本从头到尾都是血和肮脏的东西,但实际上,资本也有社会价值。这是一个重要的理论贡献。

另外,我还想谈谈跨国公司,这两年也有两个非常大的典型事件。一个是安利公司成立了基金会,跨国公司开始在中国注册基金会,并资助了很多中国的项目,这是一个非常大的信号。第二个,是英特尔的“芯世界”项目,他们能做到几千人来参加,在社会上广泛传播。

所以我觉得中国现在的慈善环境,其实到了一个大转折阶段。理论有,典型有。本土企业在做,跨国企业在做。政策也非常开放。实际上,企业家更容易发现和解决社会问题。一旦企业家承担起发现和解决社会问题的责任,就意味着中国社会、中国商业、中国的市场经济结构都会发生重大提升性的变革或者转型。一系列新的需求会产生,企业推动慈善,企业推动社会问题解决,企业也会创造出更好的市场。

最后,我想给大家公布一个消息,《公益时报》现在和我们研究院在筹划做一个非常具体的项目,本着资本精神的理念,开发财富价值领袖,把这些优秀的做公益的企业家开发出来,把他们好的、有个性的理念传播出去,让他们的思想发挥更重要的作用。我们正在开发的第一个人就是牛根生,我们决心开发一百个。

我相信,在中国的公益界能开发出一系列有思想价值的领袖。



企业做公益要把幸福作为第一标准

● 中国社会组织促进会基金会分会会长、华民慈善基金会理事长 卢德之

我认为,幸福是评价慈善的第一标准。今年中秋国庆双节期间,央视推出话题:幸福是什么?到处问你幸福么,但没有多少人说自己幸福,莫言也没说幸福。说明被采访的很多人是没有幸福感的。

那么,做慈善的人,幸福感怎样?我进这个圈子四年了,我的感受是大多数人是幸福的。压力大一点的是我。我要负责挣钱,也负责花钱,我对社会已经做了承诺。但我感觉也还可以,也算幸福。

这就形成了一个反差。一方面社会大众不太幸福或者说多数人是不幸福,而我们公益界的人大多数幸福指数不低。虽然也有痛苦,但痛并快乐着,即便我们很多目标实现时不心满意足,责任不完善,慈善理念没有达到理想状态,但我们公益界的同胞还是相对有满足感、幸福感。

社会大众越感到不幸福的时候,慈善就越重要。慈善既是一种物理行为,也是一种精神追求。应该说慈善项目是物质和精神结合的形态。与其他的标准相比,我认为幸福对于慈善项目的效果评价

更具有综合性、更深刻、更有说服力。另外,我认为都幸福才是真幸福。慈善涉及到很多人,受助人、捐赠人、慈善工作者、志愿者和其他的参与者。如果你只是自己过瘾,不考虑受助人的感受,是不行的。一定要找到一个平衡,让这个过程中涉及到的所有人都感到幸福,达到共同慈善。

我觉得提高慈善项目的幸福度要实现五个满意:社会满意、捐赠人满意、受助者满意、慈善工作者满意和志愿者满意。最好政府也满意,当然,这个满意不是绝对的,是相对的,有时候可能社会满意,政府不满意,但是要尽可能找到双方的平衡点。项目设计上要重点关注五个要素:社会需求、关注未必充分关注的领域、量力而行、与政府互动、可持续发展。而在项目运行的过程中要体现五个原则:诚信、透明、专业、规范、高效。慈善是人对人的关爱,企业在设计公益项目时,只有把幸福作为第一标准,慈善才能真正体现以人为本的性质。



企业应把独特资源转为自身优势

● 安利公益基金会秘书长 匡冀南

安利公益基金会是在去年5月底成立的,到现在不过一年零四个月。我知道很多企业正在筹备自

己的基金会,一些公关公司和咨询公司正在做各种方案,建议他们的客户成立企业基金会。

所有企业成立基金会都会说是为了践行企业社会责任,如果仅仅是基于这样一个目的,工作就简单多了。但实际上,民政部给了我们这样一个资格,冒了一定风险,是希望我们能够在慈善行业做出一些新的探索和尝试。我们也希望能够真正解决一些我们能够解决的社会问题。那我们该怎么做?

除了安利公益基金会,我还负责安利中国企业社会责任的工作,有很多公益组织问我安利能不能给一些支持。我只有一个标准,就是你找安利公司要钱,必须回答三个问题:第一,你找安利公司要100万,为什么不是99万?你列出来。第二,为什么是安利公司给你100万?而不是可口可乐?第三,为什么安利公司给你100万,而不是给你隔壁的项目?

我在做CSR的时候,这样要求别人,今天我做NGO,也这样要求自己。为什么是安利公益基金会做?为什么做这个项目?为什么要用这么多钱?我们一直用这些问题的标准来衡量项目,这就是安利公益基金会做成现在这样的秘诀。

我认为企业做基金会,每一家企业,每一个企业家都有独特的资源。我指的是钱之外的资源。问题在于,你有没有把这些资源变成你的优势。安利的资源就是我们有大量直销人员,全国各地有很多分公司,这就是我们的优势。我们需要调研一个项目,只要发一封邮件,两天所有的调研结果就都发过来了,并且可以保证准确、高效、零投入。我利用这个优势,可以在很多省份同步做很多项目,并且不会增加成本。

其他的企业基金会和公益组织,应该好好研究一下你所掌握的资源的优势。