“社会企业家领导论坛”资源整合企划摘要

整合产官学社资源成立“论坛”，倡导社会企业家精神，以“战略公益”协助解决各种社会发展挑战，展现价值驱动型组织的社会贡献，带动更多激励人心的发展愿景。

- **公益可持续——社会企业**

观念前进的企业及公益组织日渐了解，公益事业也必须像企业组织一样，讲求可持续发展。要这样做，必须在传统慈善捐款之外，倡导可持续公益，也就是发展“社会企业”或“战略公益”营运模式。

但当前以培训或公益创投方式，促进公益组织成为社会企业的作法，不一定是最适当的解决方案，因为公益组织本质上不是企业，很难独自发展成为有竞争力的社会企业；更重要是，无法针对可持续发展的关键单位——企业对症下药。

企业是经济发展的动力，却也是社会成本产生的最大来源，要解决种种社会发展问题，优先从企业端切入会远比从公益组织端切入，具有更好社会益本比。

- **从企业端倡导“战略公益”的四大效益**

因此，若能从企业端切入社会企业，激励更多企业导入“企业社会责任（CSR）管理”，将本身转换成为具有“社会企业家”精神的组织，整体社会将可获得以下四大战略效益：

1、企业外溢社会成本，如公司治理、环保污染、温室气体、肥胖、公共卫生等发展问题的大量降低。

2、更多企业公益资源的提供，包括资金、物资提供。

3、公益组织可获得来自企业更为多元的赞助资源，除经费及物资之外，更包括专业志愿者及营销管理资源等等。

4、企业更有付费导入 CSR 的具体诱因，整体计划可持续潜力很强。

“战略公益”简单来说，强调企业发展战略与CSR各种社会正面价值的充分整合。“战略公益”不是单纯的慈善捐款或公益赞助活动，而是鼓励企业全面检视生产、营销、人资、研发、财务等管理层面，以及供应链全程环节，一方面积极去除可能外溢的社会成本（如治理问题、环保污染、小区发展障碍等），另一方面主动在供应链管理及发展战略上采取倡导社会价值、促进正面发展的行动（如更透明的公司治理、公益营销、减碳、振兴小区发展等）。

所以能在企管战略及供应炼过程管理上落实 CSR 相关公益价值，就是实践“战略公益”；也是在营运过程中，以企业家精神，协助解决社会发展问题，创造社会效益的广义型“社会企业”。

- **CSR 的独特市场竞争优势**

CSR 不等同于公益慈善，而是可与企业实际经营战略整合，协助企业掌握消费市场、供应链、及资本市场的买主“选购偏好”及“形象溢价”等竞争优势，主要国际实证调查显示：

1、全球主要国家消费者

2008 年世界经济论坛发表包括中国等九国 5000 位消费者意见调查发现，70%的受访者愿意对公益品牌多付形象价差。

2、全球主要供应链采购者

依据一份针对 12 万位境外采购决策者及分析师所做的调查发现，88%的决策主管表示，第三方的环保承诺会影响他们在挑选供货商的决策。

3、CSR 具有资本市场溢价及胜出率优势

a) 麦肯锡企管公司 2002 年全球投资人意见调查显示，企业投资人愿意支付溢价给公司治理较佳的企业，12-30%的治理溢价

b) 高盛投资银行 07 年 07 月在联合国全球契约峰会中发表报告显示，CSR 表现优异的企业，在证券市场股价领先群伦，平均高出 25％

IBM 调查也显示，68%的企业受访者认为，经由 CSR 活动，他们可以创造营收，54%的受访者表示，CSR 可为公司带来竞争优势。

- **论坛系列行动规划**

“社会企业家领导论坛”可定位是一个推动“战略公益”，可创收、持续发展的“CSR 管理顾问”社会企业，计划募集种子基金 100 万人民币，赞助推动十大产业企业社会责任系列战略研讨会，研讨内容初步规划如下，

1、CSR 在供应链、消费市场及资本市场的竞争优势

2、国内外主要同业 CSR 战略整合评比及案例研讨

3、企业非财务风险预测及因应管理行动

4、企业“创意雷达”、“公益营销”及“战略公益”规划研讨

5、分产业社会企业与社会伙伴行动研讨

上述研讨会至少直接传播 300 家企业，并透过媒体传播、直接沟通，邀请各产业领导者约 10 家加入“社会企业家领导论坛”，整合 500 万人民币启动资金，继续推动下列行动：

1、成立“社会企业家领导论坛”，每季针对各种社会发展议题，如气候变迁、公共卫生疾病防治、扶贫、教育等举办战略公益研讨会

2、策划举办全国“社会企业家公益提案大赛”，联合所有发起企业及 NPO，邀请大学生及 NPO 联合组队，以“社会企业家”精神，企划创意公益方案，协助解决各种社会发展问题，并针对优秀作品，由议题对接企业给予预算、顾问、以及营销资源的落实协助

3、规划执行各产业的“社会伙伴”公益营销、战略公益行动计划，整合产官学社资源，分产业、分议题地共同解决不同的社会发展问题，例如：

a) 农业部：一村一品项目、有机认证公平贸易农产品

b) 教育部：青少年社会创业家

c) 科技部：消弭数字落差小区发展计划

d) 卫生部：国内外医疗行动计划 ORBIS/Mercy Ship

e) 财政部：社会责任投资基金、小额信贷计划等等

4、持续规划执行系列 CSR 培训研讨会，促进更多企业导入 CSR，强化社会企业家精神，协助解决各种社会发展问题

- **目前筹备概况**

1、除向南都公益基金会申请资助 100 万人民币种子基金启动资源整合工作外，还已经获得中国红十字基金会支持。预计邀请主要产业各一家、十家左右，总计 500 万人民币的创始伙伴，推动论坛系列行动。

2、未来将陆续沟通邀请主要产业组织成员，如友成基金会、中城联盟、阿拉善 SEE、中国企业家杂志、南方报业集团、新浪或搜狐等团体、企业、组织，以及威盛、安利等个别企业。

3、未来论坛组委会拟设置轮值主席，传承发展经验，并可依企业招募状况，设置各种产业“CSR 委员会”，由组委会代表性龙头企业分别担任各该委员会主席。 此外,并可依发展阶段需求，设置相关功能委员会,如“战略慈善委员会”、“公益营销委员会”、“专业志愿者委员会”、“募款财务委员会”、“物资捐赠委员会”等等。

论坛创办企业、组织的权利义务

1、权利

a）联名赞助 CSR 产业研讨，并领军主持各该产业 CSR 研讨会

b）参与每季产官学社高阶战略论坛

c）联合发起年度“社会企业家公益提案大赛”形象传播

d）享有年度“政策伙伴”公益行动规划案

e）一场免费其它场次礼遇参与产业 CSR 战略研讨

2、义务

a）共同赞助年度系列行动经费

b）承诺未来每年会推动相关产业的“社会伙伴”公益营销、战略公益行动计划

c）导入企业 CSR 管理计划，落实企业公民角色。