



BSR®

The Business of a Better World

开展企业志愿活动 提升社会影响力

Adam Lane

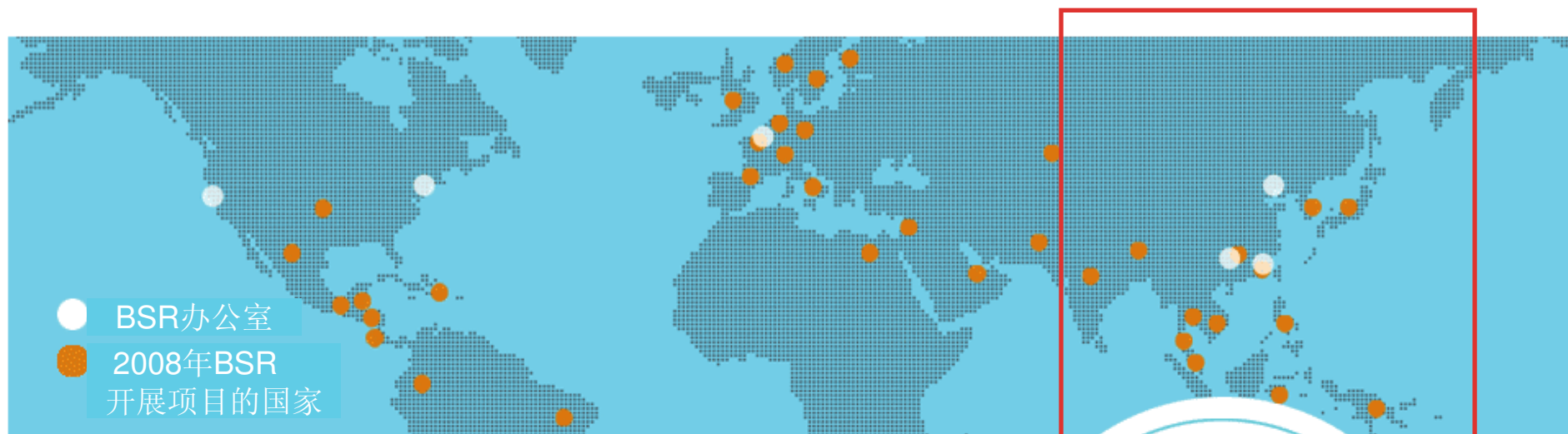
顾问咨询部主管
商务社会责任国际协会
(BSR)

2010年7月22日

议程

- 企业社会中的作用
- 企业志愿服务中的现存问题
- 企业志愿服务的机会
- 企业志愿服务的收益
- 有效的志愿服务项目
- 案例研究
- 总结

BSR在全球的工作



在BSR，我们的使命清晰而笃定：我们与企业共同创建一个公平而可持续发展的世界。

我们在亚洲、欧洲和北美设有6家办公室，在70多个国家开展项目

旧金山、北京、广州、香港、纽约和巴黎

咨询服务

跨部门合作

会员网络

研究与创新

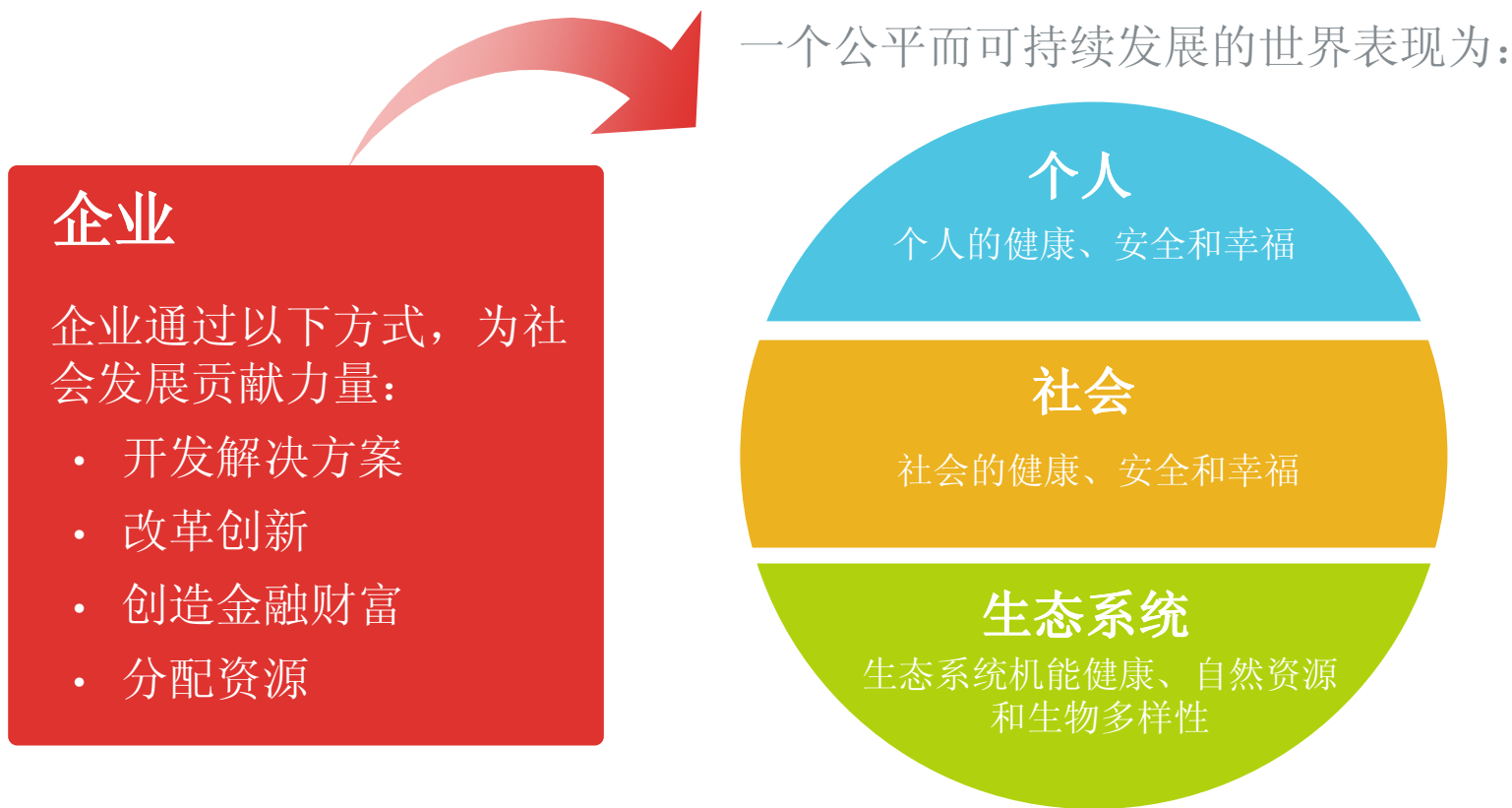
慈源：
中国公益慈善的孵化器

慈源 CIYUAN
a BSR initiative

搭建跨部门合作平台
扩大社会投资影响力

企业社会责任对接企业与世界的需求

企业拥有巨大的潜力，通过解决问题和财富分配来提高世界的福祉。



企业社会中的作用

“在一个动荡不安的社会中，企业没有成功的条件”



“社会愈兴，则企业愈强”

企业志愿服务中的现存问题

- 影响企业志愿服务项目——使社会和企业双重受益——更加有效开展的最大障碍在于有些企业对相关收益不甚了解。
 - 因此，缺乏必要的资源投入以确保项目的成功。
- 在投入人力物力时，通常向企业收益倾斜而忽略社会效益。
- 提高企业美誉度，能够激励员工并为其带来精神愉悦。
- 很少为社会带来实际收益，或极少项目的实际出发点是为社会提供惠益。
- 项目通常是短期、临时组织、媒体导向的，往往造成社会资源的流失。
- 需要非营利机构竭尽全力推动企业参与其中！

企业志愿服务的机会

- 志愿服务活动应该具有战略性，成为企业宏观战略的组成部分。
- 应该充分运用志愿服务机会（为其它各方带来更大的惠益）。
- 应该充分运用现有的企业和非企业活动或资源，最大限度地提升影响力。
- 企业拥有巨大的资产 - 它们最大的资产即本企业的员工 - 然而尚未能使他们在社会服务中充分发挥一己之力。
- 企业正在错失获取志愿服务高额投资回报的宝贵机会。

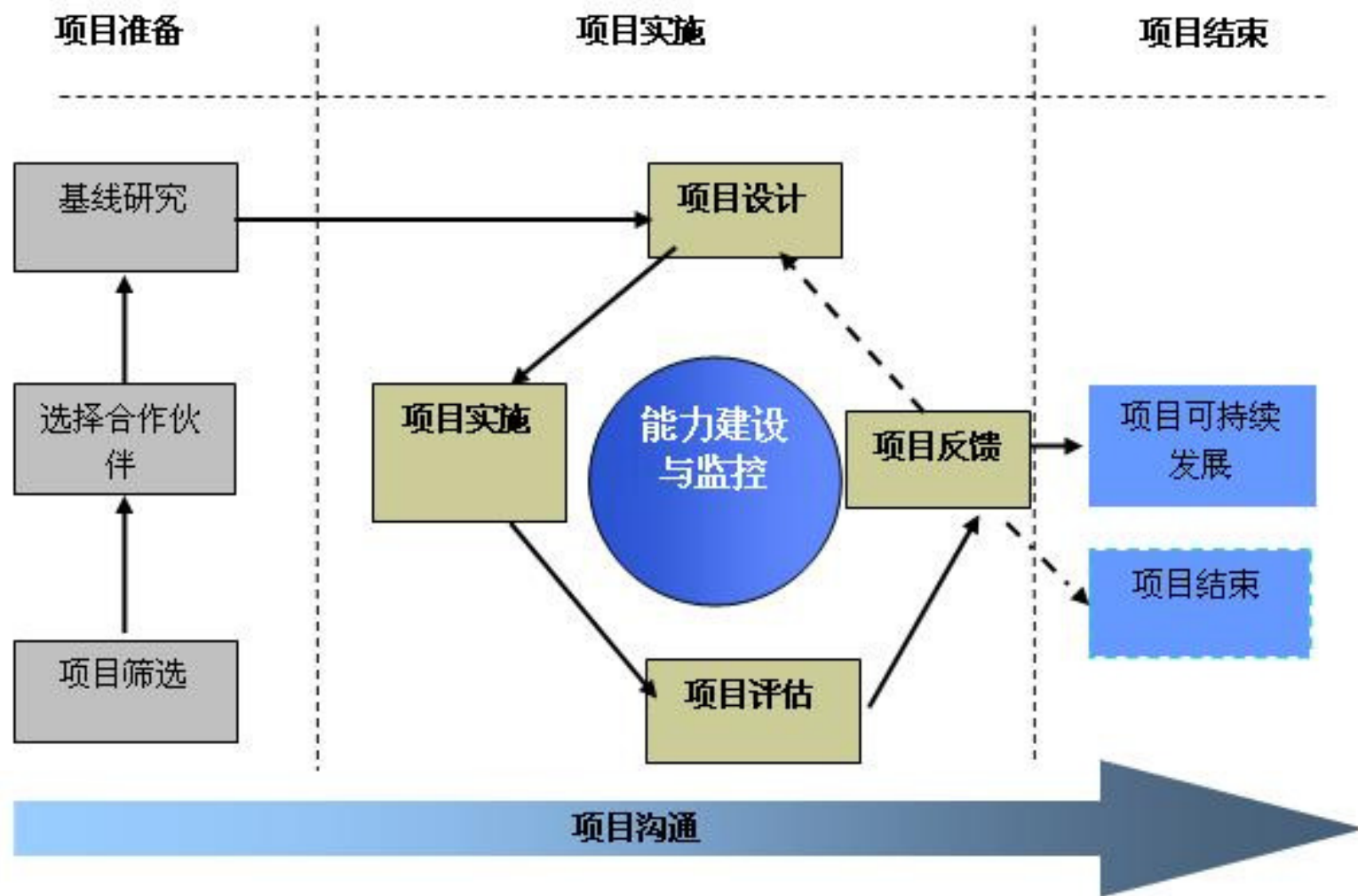
企业志愿服务的收益

- 员工参与
- 客户参与
- 市场研究和洞察
- 员工发展
- 建立关系

有效的志愿服务项目

- 为什么实施该项活动？谁是受益方？志愿人员、社会/组织或者企业？
- 活动的持续时间为多久？是否为短期、一次性的活动？这些活动的操作最为便捷，但是附加值极为有限。团队能否联合个别短期的志愿服务将其转化为长期的项目？
- 活动的成本是否超出了收益？活动是否为某一项目的组成部分，并拥有充足的资金支持，进而经过详细规划，成为一项更为广泛的活动组成元素，从而真正致力于提高社会影响力？
- 合作伙伴是否合适？是否会发生任何成本（包括机会成本），是否为活动的主办方，或能否应对志愿人员/活动相关的事宜？
- 是否存在任何意外后果，如对受益人造成损害，使合作组织依赖不可靠的资源途径，或实际上聘请全职员工比组织志愿人员更加经济有效？
- 员工和高层领导参与

拜耳关怀



- 对不同合作伙伴的影响

嘉吉关怀委员会

- 目的
 - 员工参与
 - 惠及社会
 - 带动其他相关方参与其中（客户、供应商和政府）
- 有效的员工任用机制
- 企业收益
- 长期参与本地社会发展，最大限度地提高影响力
 - 尽管不能时时达成所愿，或引起轰动的社会效应

总结

- 企业志愿活动引入全新的机会，有限投入带来显著收益。
- 如果企业充分认识到自身的收益，则必将投入更多资源参加成本收益较高的志愿活动，这将惠及社会。
- 将志愿活动提升到战略高度，并将战略、研发、销售、营销、政府事务和人力资源等层面纳入其中。
- 挖掘员工潜力。
- 企业必须持续关注，确保活动成为宏观战略的组成部分，带来重大的社会影响力。
- 志愿活动应该是某一项目的组成部分，设计完善并辅以专家和资金支持。

感谢您的聆听！

alane@bsr.org

www.bsr.org/cn