

Samhällsentreprenörer

Ekonomiska vinstintressen har länge dominerat vår syn på vad som anses viktigt i samhället. I västvärlden har vi dock alltmer fått se baksidan och konsekvenser av detta i och med välfärdssamhällets nedrustning och en ökad social polarisering. Många är de som istället anser att vi måste tänka om och hitta nya lösningar där vi ser alla medborgare och deras idéer som resurser. Det är dessa människor som denna artikel vill lyfta fram: samhällsentreprenörerna.

Eftersom samhällsentreprenörskap inkluderar både sociala aspekter och ofta idéer om ett långsiktigt hållbart samhälle, kan samhällsentreprenörskap fungera som en motvikt till kortsiktig vinstmaximering. Artikeln syftar till att ge en översikt över begreppet samhällsentreprenörskap. En stor del av den befintliga forskningslitteraturen handlar främst om hur samhällsentreprenörskap ska definieras vilket därmed också är artikelns utgångspunkt.

Samhällsentreprenörskap – ett begrepp utan tydlig definition

Samhällsentreprenörskap som begrepp är nytt, även om fenomenet i sig inte är det. Den befintliga litteraturen handlar främst om att reda ut begreppet, dess bakgrund och teoretiska kopplingar.

Det som utgör skillnaden mellan entreprenörskap och samhällsentreprenörskap är inte tydligt. En drivkraft för egen

ekonomisk vinning inom kommersiellt entreprenörskap mot skapande av socialt värde eller samhällsinsats kan ses som främsta grundläggande skillnader (Smith & Stevens 2010:577, Hill *et al* 2010:22). Vad som ska räknas som samhällsinsats eller socialt värde är dock fortfarande svårt att avgöra. Det finns många entreprenörer som egentligen agerar utifrån egen ekonomisk nytta, men verksamheten genererar ändå goda samhällseffekter (Cho 2006). Ett annat exempel som komplicerar begreppet är att många entreprenörer med inriktning mot miljöfrågor och ekologisk hållbar utveckling räknas som samhällsentreprenörer (Seelos, Ganly & Mair 2006). Deras verksamhet är ju en samhällsinsats, men inte direkt kopplad till sociala mål.

Samhällsentreprenörskap kan ses som ett paraplybegrepp med undergrupper, både när det kommer till typ av ekonomisk, social och samhällsaktivitet men även nivå, där alltifrån global till lokal aktivitet räknas in (Smith & Stevens 2010, Perrini 2006:19, Mair *et al* 2006:1). En enda tydlig definition för samhällsentreprenörskap saknas idag (Martin & Osberg 2007:30, Hill *et al* 2010:6). För att ge exempel på bredden av begreppet i litteraturen har Zahra *et al* (2009:521) sammanställt 20 olika definitioner i en tabell (tabell 1).

Vissa forskare menar att bredden av begreppet samhällsentreprenör är viktig men många menar istället att bredden gör

Tabell 1. Exempel på olika definitioner av begreppet samhälls-entreprenörskap (social entrepreneurship). Källa: Zahra *et al* 2009:521.

- Leadbetter (1997) The use of entrepreneurial behavior for social ends rather than for profit objectives, or alternatively, that the profits generated from market activities are used for the benefit of a specific disadvantaged group.
- Thake & Zadek (1997) Social entrepreneurs are driven by a desire for social justice. They seek a direct link between their actions and an improvement in the quality of life for the people with whom they work and those that they seek to serve. They aim to produce solutions which are sustainable financially, organizationally, socially and environmentally.
- Dees (1998) Play the role of change agents in the social sector, by: 1) Adopting a mission to create and sustain social value (not just private value), 2) Recognizing and relentlessly pursuing new opportunities to serve that mission, 3) Engaging in a process of continuous innovation, adaptation, and learning, 4) Acting boldly without being limited by resources currently in hand, and 5) Exhibiting heightened accountability to the constituencies served and for the outcomes created.
- Reis (1999) (Kellogg Foundation) Social entrepreneurs create social value through innovation and leveraging financial resources...for social, economic and community development.
- Fowler (2000) Social Entrepreneurship is the creation of viable socio-economic structures, relations, institutions, organizations and practices that yield and sustain social benefits.
- Brinkerhoff (2001) Individuals constantly looking for new ways to serve their constituencies and add value to existing services.
- Mort *et al.* (2002) A multidimensional construct involving the expression of entrepreneurially virtuous behavior to achieve the social mission...the ability to recognize social value creating opportunities and key decision-making characteristics of innovation, proactiveness and risktaking.
- Drayton (2002) A major change agent, one whose core values center on identifying, addressing and solving societal problems.
- Alford *et al.* (2004) Creates innovative solutions to immediate social problems and mobilizes the ideas, capacities, resources and social arrangements required for social transformations.
- Harding (2004) Entrepreneurs motivated by social objectives to instigate some form of new activity or venture.
- Shaw (2004) The work of community, voluntary and public organizations as well as private firms working for social rather than only profit objectives.
- Said School (2005) A professional, innovative and sustainable approach to systematic change that resolves social market failures and grasps opportunities.
- Fuqua School (2005) The art of simultaneously pursuing both a financial and a social return on investment (the "double" bottom line).
- Schwab Foundation (2005) Applying practical, innovative and sustainable approaches to benefit society in general, with an emphasis on those who are marginalized and poor.
- NYU Stern (2005) The process of using entrepreneurial and business skills to create innovative approaches to social problems. "These non-profit and for profit ventures pursue the double bottom line of social impact and financial self-sustainability or profitability."
- MacMillan (2005) (Wharton Center) Process whereby the creation of new business enterprise leads to social wealth enhancement so that both society and the entrepreneur benefit.
- Tan *et al* (2005) Making profits by innovation in the face of risk with the involvement of a segment of society and where all or part of the benefits accrue to that same segment of society.
- Mair & Marti (2006a) ...a process of creating value by combining resources in new ways...intended primarily to explore and exploit opportunities to create social value by stimulating social change or meeting social needs.
- Peredo & McLean (2006) Social entrepreneurship is exercised where some person or group...aim(s) at creating social value...shows a capacity to recognize and take advantage of opportunities...employ innovation...accept an above average degree of risk...and are unusually resourceful...in pursuing their social venture.
- Martin & Osberg (2007) Social entrepreneurship is the: 1) identification a stable yet unjust equilibrium which the excludes, marginalizes or causes suffering to a group which lacks the means to transform the equilibrium; 2) identification of an opportunity and developing a new social value proposition to challenge the equilibrium, and 3) forging a new, stable equilibrium to alleviate the suffering of the targeted group through imitation and creation of a stable ecosystem around the new equilibrium to ensure a better future for the group and society.
-

begreppet svårhanterligt, vilket även kan leda till att det kan missbrukas (Martin & Osberg 2007:30, Smith & Stevens 2010:575). Som Cho (2006) hävdar är det svårt att definiera skillnaden mellan entreprenörskap och samhälls-entreprenörskap. Det saknas exempel i forskningen på vad som *inte* räknas som samhälls-entreprenörskap. Ekonomen Peter Drucker, vars teorier om entreprenörskap anses användbara även för samhälls-entreprenörskap, ger dock ett exempel på vem som inte räknas som *entreprenör*: någon som startar upp en mexikansk restaurang i en amerikansk förort. För att vara entreprenör ska man komma med nya idéer (Dees 2001).

Kontextens roll och exempel

Hur samhälls-entreprenörskapet utformas är beroende av den geografiska kontexten (Smith & Stevens 2010:576). De geografiska förutsättningarna är viktiga för hur sociala nätverk utformas, vilka i sin tur är avgörande för utveckling av samhälls-entreprenörskapets form. Sociala band och strukturer formar aktörers förväntningar, motiv och beslutsfattande och spelar en betydande roll för effektivitet och lönsamhet. Ju mindre det geografiska området är där samhälls-entreprenörskapet bedrivs, desto mer påverkas det av befintliga sociala strukturer och geografiska förutsättningar (Smith & Stevens 2010:576, 583). De lokala och nationella förutsättningar som råder utifrån bland annat den ekonomiska, sociala, politiska och kulturella kontexten utgör också en viktig grund för samhälls-entreprenörers möjligheter.

Samhälls-entreprenörers verksamhetsområden varierar stort. Tydliga exempel

återfinns inom så skilda områden som ekonomi samt hälsa. Muhammad Yunus, samhälls-entreprenör på lokal nivå, men vars verksamhetsidé spridits internationellt, är grundare av Grameen bank i Bangladesh. Grameen bank erbjuder mikrolån till fattiga (Bornstein & Davis 2010). Det var egentligen inte Yunus som kom på idén, men Yunus hade de rätta verktygen att förverkliga den (Swedberg 2009:100).

Ett annat exempel på samhälls-entreprenörskap är Soul City, som har sin bas i Sydafrika. Soul City är en massmedial aktör som arbetar över nationella gränser mot närliggande länder. Soul City försöker att få in frågor om hälsa och utvecklingsfrågor i TV-shower, bland annat om AIDS, sex och våld mot kvinnor (Seelos, Ganly & Mair 2009:270).

Att vara en ”nod” eller arena för andra skulle kunna räknas som samhälls-entreprenörskap. I Botkyrka, Stockholm finns Subtopia, en aktör som arbetar på flera nivåer, men med kommunalt stöd. I deras lokaler finns en mängd aktörer. Subtopia ska fungera som plattform för samarbete mellan näringsliv, kultur och utbildning och är mötesplats för både lokal, regional, nationell och internationell verksamhet. Socialt engagemang och kreativitet kan ses som verksamhetens grundstenar (Subtopia 2011).

Det finns också nätverk som är engagerade i samhälls-entreprenörskap. Till de största av de internationella hör ”Ashoka: Schwab foundation for Social Entrepreneurship” och ”UnLTD – The foundation for Social Entrepreneurs” (Hockerts 2006:145). I Sverige finns bland annat ett nätverk etablerat av Malmö högskola och Mittuniversitetet, ”Mötesplats för social innovation och samhälls-entreprenörskap”.

Deras idé bygger på att främja mötet mellan offentlig och ideell verksamhet, akademi och näringsliv för att utveckla forskning, utbildning, kompetens och kunskap inom social innovation och samhälls-entreprenörskap (Mötesplats för social innovation och samhälls-entreprenörskap 2011).

Samhälls-entreprenörskapets bakgrund och teori

Många grundare till institutioner, som vi ser som självklara idag, var samhälls-entreprenörer. Själva begreppet *entreprenör* har sitt ursprung i den franska ekonomin redan under 1600- och 1700-talet. Den franska översättningen betyder ungefär en person som tar på sig ett projekt eller aktivitet (Dees 2001:1). Det var först under dessa århundraden som det blev möjligt för entreprenörer att etablera sig. Då förändrades samhällets strukturer och det feodala systemet, kyrkan och monarkins ställning ifrågasattes (Bornstein & Davis 2010:3).

Stora förändringar skedde även i samhället i och med industrialismens intåg då kapital, arbetskraft och ägor ansågs mest betydelsefullt för ekonomisk framgång. Dessa tre faktorer förblev relativt stabila och låg till grund för Keynes ekonomiska teorier vid välfärdssamhällets uppbyggnad (Hjort 2009:216). Samhälls-entreprenörskapets framväxt under denna tid, främst med betoning på 1900-talet, kan ses grundat i vår tradition av socialt samhällsansvar, i Europa både i och utanför den offentliga sektorn medan privata aktörer stått för samhällsansvaret i USA. De senaste 30 åren har även många europeiska länder låtit privata aktörer ta över stora delar av verksamheter, som

tidigare utförts i offentlig regi (Defourny & Nyssens 2010).

De privata aktörernas intåg i den offentliga sektorn har en grund i 1980-talets neoliberala diskurs där vinstdrivna entreprenörer lyftes fram som nödvändiga för ekonomins utveckling. Detta synsätt lever på många sätt kvar och begreppet *värde* handlar nästan alltid om ett *ekonomiskt värde* (Hjort 2009:216). I den neoliberala ekonomin har sociala värden ersatts av ekonomiska (Hjort 2009:217, Zukin & DiMaggio 1990:2). Ett exempel på detta är att vi allt oftare definieras som ”kund” snarare än ”medborgare” (Hjort, 2009:217).

Eftersom begreppet samhälls-entreprenörskap anses som nytt saknas ännu en stadig teoretisk grund (Schockley & Frank 2011:9). Den främst återkommande, och teoretiskt mest refererade i litteraturen är dock Schumpeter. Vilken teori som annars anses lämplig, verkar främst bero på inom vilken disciplin forskarna är verksamma. J Gregory Dees anses ofta som fadern för utbildning inom samhälls-entreprenörskap (Bornstein och Davis 2010:1). Dees (2001) anser att Jean Baptiste Say, Joseph Schumpeter, Peter Drucker och Howard Stevenson är användbara som teoretiska utgångspunkter, då deras teorier både kan appliceras i ekonomi och sociologi. Deras teorier behandlar entreprenörskapet och en kort presentation av dem, baserad på Dees (2001), följer här.

Jean Baptiste Say, fransk ekonom på 1800-talet, menade att entreprenörer har förmåga att flytta ekonomiska resurser från olönsamma områden dit de istället ger en högre produktivitet och avkastning. *Joseph Schumpeter*, verksam under 1900-talet menade att entreprenörer är innovatörer som

revolutionerar strukturen i den kapitalistiska produktionen. *Peter Drucker* tillhör en av de nutida teoretiska tänkarna inom fältet entreprenörskap och har arbetat vidare med Jean Baptiste SAYS teorier. Han menar att entreprenörer har ett sinne som innebär att de ser möjligheter snarare än problem orsakade av förändringar. Drucker anser även att det är viktigt att tänka på skillnaden mellan entreprenörer och företagare, och som jag tidigare tog upp i studien så menar Drucker att entreprenörer kommer med nya idéer och hit räknas inte dem som till exempel öppnar en mexikansk restaurang i en amerikansk förort. *Howard Stevenson*, även han nutida, menar att det som utmärker entreprenörer är att de inte är bundna till vanliga administrativa begränsningar, utan kan ta vara på och se möjligheter därutöver (Dees 2001).

De ovan nämnda ekonomerna kan ses ha ett socialt perspektiv, men räknas främst som ekonomer. Ett annat sätt att angripa samhälls-entreprenörskap är genom socio-ekonomisk teori. En av de mest citerade och erkända forskarna inom fältet samhälls-entreprenörskap är Richard Swedberg som menar att Marx, Weber, Durkheim, Simmel och Parsons & Smelser utgör en bra teoretisk grund för socioekonomi (Swedberg *et al* 1990:58). Marx är även återkommande i en del litteratur inom samhälls-entreprenörskap, men inte alls i samma utsträckning som de traditionella ekonomerna.

Intresset för samhälls-entreprenörskap

I västvärlden har intresset för samhälls-entreprenörskap ökat i och med välfärdssamhällets nedrustning. I utvecklingsländer är

det ofta på grund av en kombination av flera faktorer; misstro mot välgörenhetsorganisationer, en dåligt utvecklad privat sektor samt regeringar som inte lyckas leverera utlovad service (Robertson 2006:96).

I och med att mer samhällsansvar har lagts på privata aktörer i västvärlden anser forskarna Zahra *et al* (2009:520) att mer forskning bör ske på samhälls-entreprenörskap. Potentialen i samhälls-entreprenörskapet är en viktig motvikt i en tid där allt mer makt förflyttas till stora multinationella företag (Perrini 2006:5). Eftersom dessa företag både har makt och stora ekonomiska tillgångar har de inflytande över samhällsutvecklingen.

Samhälls-entreprenörer kan vara till hjälp både vad gäller att skapa bättre förutsättningar inom etiskt företagande och inom traditionellt företagande där det finns en känsla av att ha kört fast. Samhälls-entreprenörer är inte låsta till traditionellt företagstänkande och ser oftast möjligheter långt innan företagen själva (Porter & Kramer 2011:10). Att använda samhälls-entreprenörer i verksamheten kan även utgöra ett unikt tillfälle att länka samman företag och icke-vinstdrivande verksamheter (Perrini 2006:15). En annan möjlighet med samhälls-entreprenörer är att de ofta har förändrat samhällets syn på potentialen hos individer som tidigare har setts som inkompetenta eller saknat arbetsförmåga. Dessa har blivit en samhällstillgång genom att deras potential har lyfts upp av samhälls-entreprenörer (Bornstein & Davis 2010:76). Samhälls-entreprenörskap är en process som involverar många fler aktörer än entreprenören själv (Bornstein & Davis 2010:24).

Avslutning

Samhällsentreprenörskap är ingenting nytt, även om begreppet är det. Det råder ännu delade meningar om vad en samhällsentreprenör är, men i stort går det att säga att det är en entreprenör som ser samhällets intresse före sitt eget privata i verksamheten. I och med förändringar i världsekonomin har mer fokus hamnat på samhällsentreprenörskap, men utgångspunkterna har skiljt sig åt mellan västvärlden och fattiga länder. Även förutsättningarna skiljer sig åt mellan olika samhällsentreprenörer, främst på grund av olikheter i den kontext de verkar.

Artikeln visar även att begreppet samhällsentreprenörskap är brett, definieras på olika sätt och att det i dagsläget saknas skarpa kontraster mellan entreprenörskap och samhällsentreprenörskap. Den breda definitionen innebär även att det är svårt att placera in ämnet i ett forskningsfält. Men genom att utgå från vad som av de flesta anses som begreppets grund: *entreprenörskap som grundas i att skapa socialt värde eller göra en samhällsinsats* kan samhällsentreprenörskapet ses viktigt att utvecklas som motvikt till kortsiktig vinstmaximering.

Intresset för samhällsentreprenörskap är växande och samhällsentreprenörer borde kunna få draghjälp genom det politiska intresset som redan idag finns för entreprenörskap. Dessutom kan det ökade intresset för socialt ansvar och långsiktiga lösningar inom företagsvärlden ses som en stor möjlighet för samhällsentreprenörer. Ännu saknas dock vad Cho (2006) menar är en tydlig distinktion mellan entreprenör och samhällsentreprenör, vilket möjligen har sin grund i vad jag själv finner

en aning bekymmersamt: att ekonomiska teorier främst kopplas till samhällsentreprenörskap i litteraturen. Teori baserad även i andra samhällsvetenskapliga discipliner torde vara användbar. Forskningen befinner sig dock ännu i startgroparna beträffande samhällsentreprenörskap, vilket visas inte minst av att den mesta litteraturen inom området inte kommer längre än till tolkning och definition av begreppet.

Referenser

- Bornstein, D & S Davis (2010) *Social entrepreneurship: what everyone needs to know*, Oxford University Press, New York.
- Cho, A H (2006) Politics, values and social entrepreneurship, sid 34–56 i J Mair, J Robinson & K Hockerts (red) *Social entrepreneurship*, Palgrave Macmillan, New York.
- Dees, J G (2001) The meaning of 'social entrepreneurship', Duke University's Fuqua School of Business, Center for the Advancement of Social Entrepreneurship (CASE). (5 sidor) Tillgänglig på: www.caseatduke.org/documents/dees_sedef.pdf
- Defourney, J & M Nyssens (2010) Conceptions of social enterprise and social entrepreneurship in Europe and the United States: convergences and divergences, *Journal of Social Entrepreneurship* 1(1): 32–53.
- Hill, T L; T H Kothari & M Shea (2010) Patterns of meaning in the social entrepreneurship literature: a research platform, *Journal of Social Entrepreneurship* 1(1): 5–31.
- Hjort, D (2009) Entrepreneurship, sociality and art: re-imagining the public, sid 207–228 i R Ziegler (red) *An introduction to social entrepreneurship: voices, preconditions, contexts*, Edward Elgar, Cheltenham.
- Hockerts, K (2006) Entrepreneurial opportunity in social purpose business ventures, sid 142–154 i J Mair, J Robinson & K Hockerts (red) *Social entrepreneurship*, Palgrave Macmillan, New York.

- Mair, J; J Robinson & K Hockerts (2006) Introduction, sid 1–14 i J Mair, J Robinson & K Hockerts (red) *Social entrepreneurship*, Palgrave Macmillan, New York.
- Martin, R L & S Osberg (2007) Social entrepreneurship: the case for definition, *Social Innovation Review* 5(2): 27–39.
- Mötesplats för social innovation och samhälls-entreprenörskap (2011) Information och kontakt, www.samhallsentreprenor.se (granskad 16 september 2011).
- Perrini, F (2006) Social entrepreneurship domain: setting boundaries, sid 1–26 i F Perrini (red) *The new social entrepreneurship: what awaits social entrepreneurial ventures?* Edward Elgar, Cheltenham.
- Porter, M E & M R Kramer (2011) Creating shared value, *Harvard Business Review* januari – februari 2011, sid 1–17.
- Robertson, J (2006) Navigating social and institutional barriers to markets: how social entrepreneurs identify and evaluate opportunities, sid 95–121 i J Mair, J Robinson & K Hockerts (red) *Social entrepreneurship*, Palgrave Macmillan, New York.
- Schockley, G E & P M Frank (2011) Schumpeter, Kirzner, and the field of social entrepreneurship, *Journal of Social Entrepreneurship* 2(1): 6–26.
- Seelos, C; K Ganly & J Mair (2006) Social entrepreneurs directly contribute to global development goals, sid 235–275 i J Mair, J Robinson & K Hockerts (red) *Social entrepreneurship*, Palgrave Macmillan, New York.
- Smith, B R & C E Stevens (2010) Different types of social entrepreneurship: the role of geography and embeddedness on the measurement and scaling of social value, *Entrepreneurship & Regional Development* 22(6): 575–598.
- Subtopia (2011) *Om Subtopia / Aktörer*, www.subtopia.se (granskad 17 september 2011).
- Swedberg, R; U Himmelstrand & G Brulin (1990) The paradigm of economic sociology, sid 57–86 i S Zukin & P DiMaggio (red) *Structures of capital: the social organization of the economy*, Cambridge University Press, Cambridge.
- Swedberg, R (2009) Schumpeter's full model of entrepreneurship, sid 77–106 i R Ziegler (red) *An introduction to social entrepreneurship: voices, preconditions, contexts*, Edward Elgar Cheltenham.
- Zahra, S A; E Gedajlovic, D O Neubaum & J M Schulman (2009) A typology of social entrepreneurs: motives, search processes and ethical challenges, *Journal of Business Venturing* nr 24: 519–532
- Zukin S & P DiMaggio (red) (1990) Introduction, sid 1–36 i S Zukin & P DiMaggio (red) *Structures of capital: the social organization of the economy*, Cambridge University Press, Cambridge.

Lisa Palmér är student på Masterprogrammet i samhällsplanering vid Stockholms universitet. Mejl: lisapalmer81@gmail.com