

People, Planet, Profit

Fenomenet sociala företag och
diskussionen om deras plats i samhället

Abstract

Sociala företag är organisationer vilka kombinerar sociala och kanske miljömässiga målsättningar med vinstdrivande företagsverksamhet. Den grunden är det enda oomstridda draget hos alla de skilda verksamheter som kan sägas gå under namnet ”sociala företag”.

I övrigt är olika aktörer oeniga om vad sociala företag egentligen är, deras plats i ekonomin och vad deras funktion i samhället är och kan vara. Den här uppsatsen studerar diskussionen om dessa oenigheter, liksom processen att försöka nå en definition. Vi redogör för hur sociala företag definieras av skilda aktörer, och hur dessa kan sägas utmana och kombinera de idag etablerade och dominerande ekonomiska systemen. Därigenom förs även en diskussion om vad som kan utgöra ekonomiskt värde.

Vår metod är att så objektivt som möjligt redogöra för skilda teoretiska inlägg i debatten för att sedan föra en diskussion om hur dessa reflekteras i verkliga förhållanden för sociala företag i USA, Storbritannien och övriga Europa. Vår slutsats är att det så kallade reformistiska synsättet är det som bäst avspeglar verkligheten och att den sociala ekonomin får svårt att utgöra en självständig sektor när dess förhållanden främst regleras av aktörer inom den offentliga sektorn.

Nyckelord:

sociala företag, social ekonomi, triple bottom line, begreppsutredande, systemkritik

Antal ord:

9913

Innehållsförteckning

1	Inledning	1
1.1	Syfte och frågeställning	1
1.2	Metod och material	2
1.3	Avgränsningar	3
1.4	Disposition.....	3
2	Sociala företags skiftande karaktär.....	4
3	Sociala företag i ett samhälleligt och ekonomiskt sammanhang	7
3.1	Går bortom etablerade system	7
3.2	Sociala ekonomin	9
3.3	Radikal och reformistisk syn	13
4	För- och nackdelar med en definition	15
4.1	Institutionalisering	15
4.2	Ett definitionsförslag	17
5	Att förena skilda värden.....	19
5.1	Triple bottom line	19
5.2	Social accounting.....	21
6	Hur sociala företag identifierar sig själva.....	23
7	Hinder för sociala företag.....	24
8	Diskussion	25
9	Referenser	26
10	Appendix 1	28

1 Inledning

Sociala företag är kanske för många ett okänt eller relativt diffust begrepp. Emellertid är detta ett fenomen som funnits med människan mycket länge, och vissa hävdar till och med att det är den äldsta typen av företag som funnits. Det kan hävdas att den första formen av det som idag kallas socialt företagande går att spåra tillbaka redan till 700-talet, i det som idag är Storbritannien, och dessa kom under 1200-talet att utvecklas till hantverksgillen. Gillenas åtaganden sträckte sig långt utöver deras yrkesinsatser. 150 dagar om året var ägnat åt exempelvis upprustning av allmänna utrymmen eller vård av sjuka och äldre (Palmås 2003).

År 2006 blev Muhammad Yunus tilldelad Nobels fredspris för sitt arbete att ”skapa ekonomisk och social utveckling underifrån” i kampen för att bekämpa fattigdomen i sitt hemland Bangladesh (Yunus 2007). Dessa insatser bestod främst i startandet av en ny bank - Grameen Bank - som gav mikrolån till människor som inte ansågs kreditvärdiga och befanns sig på samhällets absoluta botten. Mikrokrediter är ett av många exempel på ett socialt företag.

People, Planet, Profit - uppsatsens titel - är ett uttryck som syftar till de tre grundvärden som utgör kärnan i begreppet ”triple bottom line”. Detta begrepp utgör i stor utsträckning de riktlinjer som socialt företagande utgår ifrån och ifrågasätter vedertagna tolkningar och normer om vad vinst och värde egentligen innebär. Människor, deras välmående och arbetsvillkor liksom företagets negativa effekter på miljön kan jämföras med eller prioriteras över ekonomisk vinning. Ekonomisk profit är inte det enda typen av vinst ett företag kan generera - sociala och kulturella aspekter bör enligt sociala företags grundidé väga minst lika tungt.

1.1 Syfte och frågeställning

Vi vill skapa oss en förståelse för dagens skilda innebörder av begreppet sociala företag. Det är intressant att studera hur ett så pass nytt begrepp skapas, diskuteras och ges mening genom teoretiska diskussioner och i praktiken, liksom att beskriva ett fenomen som ännu inte kan sägas ”ägas” av någon eller ha en enskild ”korrekt” innebörd att ta ställning till.

Det finns en rad frågor att ställa i en sådan situation. Dessa rör inte enbart att rättvisande redogöra för de varierande innebörder begreppet sägs ha, utan också vilka som anser detta, varför de gör det, och hur de argumenterar för sin sak. Vårt syfte är inte att komma fram till vad sociala företag *är*, eftersom vi menar att inget sådant svar står att finna. Istället är svaren flera och subjektiva och vårt syfte är snarare att granska, rättvist återge och jämföra de olika inläggen i processen

genom vilken olika aktörer talar om fenomenet. Vi ämnar alltså att ställa olika frågor om begreppet från flera olika vinklar och på skiftade teoretisk nivå, för att förstå begreppet på olika sätt. Vår frågeställning blir därför

Vad sägs sociala företag av olika aktörer vara, och vilken funktion anses de kunna ha i samhället?

1.2 Metod och material

Vår metod är i huvudsak en diskursanalys då vi framställer och jämför olika forskares skilda teorier om och synvinklar på sociala företag. En enhetlig definition av begreppet saknas, och det är själva processen - diskursen - att definiera och skapa mening åt sociala företag, som vi studerar.

Diskurser säger något om vad som kan sägas, vem som får säga det och hur det sägs. Ett diskursivt perspektiv uppfattar inte idéer som återspeglings av den materiella verkligheten, utan ser det som att idéerna förutsätter ett språk vilket organiserar den sociala verkligheten. "Föreställningar om" ett yttre fenomen och hur detta talas om hålls inte strikt isär från vad det "faktiskt är". Enligt Foucault är en diskurs ett regelsystem som legitimerar vissa kunskaper men inte andra, och som pekar ut vilka som har rätt att uttala sig med auktoritet. Detta synsätt hävdar att politik därför inte kan förstås som något "därute" eller vid sidan om språket. Det är genom språket som den politiska och sociala verkligheten konstrueras, och språket ses som konstruktivt och meningsskapande, och politik handlar i sin tur om meningsskapande (Bergström och Boreus 2005).

Med denna metodologiska utgångspunkt studerar vi alltså diskursen om vad sociala företag av olika forskare och aktörer som regeringar och EU sägs vara.

Diskursanalys är ointresserad av enskilda aktörer och vilka bakomliggande motiv som driver deras handlingar. Istället ses dessa som drivna av normer (Bergström och Boreus 2005). I vårt arbete är vi däremot intresserade av åtminstone vilka enskilda perspektiv och aktörer som är tongivande nog att ha möjlighet att göra sin tolkning av sociala företags innebörd gällande i större utsträckning än andra.

De centrala dimensioner av diskursen om sociala företag som vi tar upp redogörs för i dispositionsdelen.

En kan fråga sig var vetenskapligheten ligger och hur gränsen dras mot att enbart återge andras tänkande och att prestera eget. Med tanke på att ämnet är så pass ickeomskrivet ser vi det som en akademisk prestation i sig att kartlägga, syntetisera och analysera en existerande debatt om begreppet. Följaktligen ligger vetenskapligheten delvis i att med kritisk inställning så rättvist som möjligt finna, presentera, återge och analysera de olika aktörernas åsikter och synvinklar. I och med att ämnet är nytt och "politiskt hett", inte minst i Storbritannien, riskerar diskussionsinläggen att bli politiskt tillspetsade. Vi anser det därför vara speciellt

viktigt att inta en kritisk och objektiv hållning till allt material. Dessutom ämnar vi att i vår diskussion självständigt analysera det vi redogjort för.

Vi har använt oss av enbart sekundärmaterial, och då främst akademiska artiklar och böcker.

1.3 Avgränsningar

Vi har valt att inte skriva någonting om Corporate Social Responsibilities (CSR).

Detta är ett begrepp som är mer känt än sociala företag och som också har att göra med företagande och socialt ansvar. Vi har valt bort att ens diskutera detta, eftersom det inte handlar om sociala företag. CSR är något som vanliga företag kan lägga delar av sin budget på, medan sociala företag inkorporerar socialt, och kanske även miljömässigt, ansvarstagande i hela sitt funktionssätt.

1.4 Disposition

Uppsatsen är i huvudsak strukturerad utifrån centrala dimensioner om vilka det råder oenighet i diskursen. Utöver dessa finns tre stycken (kapitel 2, 6 och 7) vilka handlar om vilka uttryck sociala företag tar sig i praktiken.

Kapitel 3 rör huruvida sociala företag kan sägas utmana det rådande kapitalistiska systemet, och i så fall på vilket sätt. De presenterar olika synvinklar på hur sociala företags funktion i samhället och ekonomin kan förstås. Kapitel 4 rör diskussionen om huruvida en gemensam definition över huvudtaget är önskvärd, och presenterar ett förslag till definition som baserats på brittiska teoretiker, vilka kan hävdas leda debatten. Kapitel 5 diskuterar huruvida det för sociala företag centrala konceptet ”triple bottom line” är användbart eller inte, och hur detta kan ta sig uttryck i praktiken genom så kallad social accounting. Kapitel 6 visar hur sociala företag inte alltid själva definierar sig som just sådana.

Kapitel 7 rör hinder för sociala företag i praktiken, och bidrar alltså tillsammans med kapitel 6 och 2 med problematik kring sociala företag som rör verkliga förhållanden, och alltså inte direkt kan sägas vara del av en diskurs om dessa.

En diskussion om vilka inlägg och perspektiv som i realiteten är tongivande i diskussionen avslutar uppsatsen.

Genom hela texten förhåller vi oss med ett jämförande perspektiv till de olika idéer vilka presenteras, och för i vissa delar en längre jämförande diskussion i kapitlen.

2 Sociala företags skiftande karaktär

Sociala företag kan vara oerhört skiftande till sin karaktär och det är därför svårt att sätta någon direkt etikett på vad som är och inte är ett socialt företag. Pearce identifierar och redogör för ett antal dimensioner av fenomenet (Pearce 2003).

Från mycket små till mycket stora sociala företag: Sociala företag finns i många och varierande former samt på olika samhällsnivåer. Pearce (s 46) definierar ett litet företag som: ”de allra minsta företag som verkar på lokal nivå som på något sätt genererar vinst (eller reducerar levnadskostnader) och/eller levererar en lokal tjänst.” Det kan handla om allt från hantverksbutiker till driften av en lekplats för barnen på det lokala dagiset. De mellanstora företagen befinner sig ofta på en mer eller mindre lokal nivå med fler eller färre volontärarbetare som jobbar för att driva verksamheten. Slutligen finns de mycket stora företagen, som till exempel byggnads och försäkringsbolag, men också stora bostadssammanslutningar eller kreditföreningar.

Från frivilliga till sociala eller gemensamma företag: Vissa sociala företag värvar volontärarbetare för att ha möjlighet att pressa priserna men samtidigt kunna garantera en hög kvalitet på sina tjänster. Andra sociala företag anses vara så viktiga för sin närmiljö att individer väljer att gå in och stötta verksamheten genom att arbeta gratis. Antalet volontärarbetare i företaget bör absolut inte tas som ett mått på hur välfungerande företaget i fråga är. Sociala företag fungerar inte som traditionella företag och behöver därför inte stäva efter att enbart anställa personal som är avlönad.

Från sådana som är beroende av gåvor och stöd till finansiellt oberoende: Det finns sociala företag som är helt beroende av gåvor eller hjälp för att kunna säkra sin överlevnad. Sedan finns självklart de sociala företag som nästan fullkomligt kan förlita sig på sina egna insatser på marknaden. Mycket få företag, kan säga sig vara helt utan finansiellt stöd från annat än bara sin försäljning.

Från människoorienterade till profitmaximerande: De allra flesta sociala företag är människocentrerade, detta tar sig uttryck genom att varje del i deras verksamhet är tänkt att bidra till uppfyllandet av ett socialt syfte.

Från informellt till formellt ekonomiskt aktiva: Lokala ekonomiska aktiviteter som Local Exchange Trading System (LETS)* kan anses vara en del av tredje sektorn** trots att de är baserade på bytesekonomi och multilateralhandel med

* Lokala icke vinstdrivande nätverk där varor och tjänster kan utbytas utan en tryckt valuta. Transaktioner bokförs i ett öppet gemensamt datasystem och möjliggör ickedirekta byten mellan nätverkets medlemmar.

** Generellt anses en tredje sektor eller ett tredje system utgöra den del av ekonomin som inte definieras som offentlig eller privat och där gemensam vinst prioriteras över privat profit. En utförlig diskussion om den tredje sektorn förs i kapitel 3.

tjänster och varor antingen med lokal valuta eller med tidskredit (time credits). Genom sådana system tillåts människor eller kommuner som ”egentligen inte har råd” att handla utan ”vanliga” pengar. Detta kan vara ett första steg för individer eller grupper som inte anser sig ha de finansiella tillgångar som krävs för att våga starta upp ett socialt företag.

Från frivilliga organisationer till sociala företag: I en allt mer ökande grad väljer frivilligorganisationer att delta i handel. Idag sägs ända upp till en tredjedel av deras inkomster komma därifrån (Pearce 2003 s. 50). Skillnaden blir nu tydlig mellan frivilligorganisationer och sociala företag: de frivilligorganisationer som handlar för att upprätta fonder fortsätter att vara endast frivilligorganisationer medan de som använder handel för att direkt uppnå ett socialt syfte blir omdefinierade som sociala företag. Det är dock inte alls självklart att detta bara går i ena riktningen, det finns även sociala företag som får omdefiniera sig som frivilligorganisationer om de anser sig befinna sig i omständigheter då detta blir nödvändigt.

Från individuella till kollektiva initiativ: Initiativet för att bygga ett socialt företag kan komma från flera olika håll, från en enskild, drivande individ, från en grupp människor eller från någon organisation. En enskild individ blir med nödvändighet ofta tvungen att etablera rötter i det närområde i vilket han eller hon verkar, närområdets förtroende för entreprenören blir en central frågan. För grupper som initiativtagare, är behovet av kompetenta ledare viktigt, dock blir det med tiden allt mer angeläget, precis som för individuella satsningar, att hitta människor som besitter de rätta färdigheterna för att kunna hantera och dirigera det sociala företag de driver.

Beroende på var i världen en befinner sig varierar uppfattningen om vad ”sociala företag” är och gör. Det finns dessutom en rad ord som betyder lite olika saker på olika platser, och betecknar lite olika slags sociala företag. Exempel är *social enterprise, community enterprise, social business* och *social firm*.

USA: Sociala företag är i USA inte ett precist definierat koncept. Termen förstås generellt som betecknande organisationer vilka är verksamma inom marknadsekonomin, och som verkar för sociala mål (Young 2001).

Storbritannien: Det är främst i Storbritannien som diskussionen om sociala företag förs, och 2003 utgjorde sociala företag 4 procent av landets arbetstillfällen och 4,8 procent av BNP (Palmås 2003 s 83). Regeringen (Department of Trade and Industry), liksom det nationella stödorganet Social Enterprise London använder följande definition: ”*a social enterprise is a business with primarily social objectives whose surpluses are principally reinvested for that purpose in the business or in the community, rather than being driven by the need to maximize profits for shareholders and owners*” (DTI, 2002).

Övriga Europa: I nästan alla de europeiska medlemsstaterna finns verksamheter som motsvarar sociala företag. Sedan 1980-talet har företag i tredje sektorn stegvis axlat en alltmer produktiv och entreprenörsinriktad roll. Organisationer inom tredje sektorn har blivit extra aktiva vad gäller övertagandet av tjänster som tidigare varit dominerade av offentlig sektor och välgörenhetsorganisationer (Borzaga & Defourny 2001 s. 274). I de länder där dessa tjänster var helt dominerade av offentlig sektor, som Italien och Spanien, är

tredje sektorns verksamhet ett relativt nytt fenomen. Andra länder i Europa som hade längre erfarenhet av den här typen av verksamhet och där privata verksamheter inom tredje sektorn redan var involverade i produktion av välfärdstjänster, som Frankrike och Belgien, har dessa företags autonomi från myndigheterna ökat (Borzaga & Defourny 2001 s. 274).

EMES är ett forskningsnätverk i Europa som forskar om tredje sektornfrågor. De använder följande definition: sociala företag är *"organisations with an explicit aim to benefit the community, initiated by a group of citizens and in which the material interest of capital investors is subject to limits. They place a high value on their independence and on economic risk-taking related to ongoing socio-economic activity."* (European Research Network 2009).

EU:s departement Enterprise and Industry definierar sociala företag som *"positioned between the traditional private and public sectors. Although there is no universally accepted definition of a social enterprise, their key distinguishing characteristics are the social and societal purpose combined with an entrepreneurial spirit of the private sector."* (Enterprise and Industry 2009).

3 Sociala företag i ett samhälleligt och ekonomiskt sammanhang

3.1 Går bortom etablerade system

Dagens dominerande ekonomiska system har växt fram som ett historiskt arv, och kommit att beskrivas och teoretiserats kring i västerländsk idétradition. Palmås hävdar att neoklassiska teorier om ekonomi accepterats som ”opolitisk, objektiv kunskap” inom nationalekonomi, och redogör för dess antaganden om nytta och värde. Med grund i utilitarismen kommer nyttobegreppet, vilket utgår ifrån att människans behov tillfredsställs av nytta, vilken sedan neoklassicismen* översätter till ekonomiskt värde, vilket i sin tur ses om en ”generell valuta för att tillfredsställa behov” (Palmås 2003 s 29).

Freer Spreckley, som redan 1981 författade en bok om social redovisning (”social auditing”) skriver; ”One reason why monetarism is unable to fully exercise control over the economy (and thereby plan a healthy economy) is because its narrowly defined parameter in money transactions fails to take account of other ’currencies’ operating within a national economy. [...] such as education, social interaction, environmental care [...]”. (Spreckley 1981).

Konceptet med sociala företag grundar sig helt enkelt på att inte likställa värde med ekonomisk vinst och se vinsten som den enda och högsta värdemätaren. Istället betraktas profit som jämställd eller underordnad sociala, miljömässiga, och i vissa fall kulturella värden. Huruvida detta koncept - kallat Triple Bottom Line** - är förenligt eller inte med dagens typ av kapitalistiska system råder det delade meningar om inom teoretiserandet kring sociala företag, vilket behandlas längre fram.

Även Laville och Nyssens talar om hur sociala företag går bortom de dominerande och etablerade typerna av institutioner inom ekonomiska system. De har andra slags ägandestrukturer än ”vanliga” företag, och de förmår agera i

* Med neoklassisk nationalekonomi åsyftas ett allmänt samhällsekonomiskt synsätt som fokuserar på fastställandet av priser, produktion och inkomster i marknader genom utbud och efterfrågan. Den vilar på en utilitaristisk grund, vilken utgår från att människor söker efter största möjliga lyckotillfredsställelse.

** Grunden i konceptet triple bottom line är att minst en annan slags målsättning utöver finansiell vinst utgör grunden för ett socialt företags verksamhet. Oftast rör det sociala och miljömässiga målsättningar.

enlighet med flera olika ekonomiska system samtidigt för att uppfylla sina mål, vilka alltså inte enbart utgörs av profitmaximering (Laville & Nyssens 2001).

Ett företags målsättningar påverkas av dess ägandestruktur. I nyklassicistisk teori innehas äganderätten av investerarna av riskkapital (Laville & Nyssens 2001 s. 314). Målet blir vinstmaximering; ackumulation av finansiellt kapital. I kontrast till detta är investerare i sociala företag inte de enda intressenterna ("stakeholders"), utan dessa har inflytande över företaget *tillsammans* med exempelvis arbetare, konsumenter eller andra intressenter. Denna ägandestruktur hänger ihop med synen på hur företagets profit ska användas – den återinvesteras i verksamheten istället för att utbetalas till individuella finansiärer (även om sådan utbetalning *också kan ske*, i större eller mindre utsträckning). En följd av att flera olika grupper gemensamt kan äga och ha inflytande över företagets verksamhet är att dess målsättningar blir fler än enbart finansiell vinst. Vilka andra målsättningar det rör sig om varierar med det enskilda sociala företaget.

Dessutom kan sociala företag sägas röra sig bortom en höger- och vänsterdikotomi. En diskussion om västs politiska kontext och välfärdssystemet är relevant därför att sociala företag kommit att framställas, inte minst av Storbritanniens regering (DTI, 2002) som ett hoppningivande alternativ till problemen att leverera rättvis välfärd. Detta kan ses som en anledning till att regeringen de senaste åren aktivt uppmuntrat sociala företag liksom stödjande strukturer för dessa.

Palmås menar att de senaste 150 årens ideologiska indelning i *höger* och *vänster*, och dessas respektive visioner om samhället och en offentlighet, har skapat en syn på ekonomin och företagande där sociala stävanden helt skilts från ekonomisk aktivitet. Denna separation är temporär, historiskt sett, och Palmås skriver att "dagens rent vinstdrivna och värdeneutrala företag är en nymodighet" (Palmås 2003 s. 51).

Vänstern menade, i Marx spår, att staten skulle styra samhällsmaskineriet och att socialismens ideal skulle realiseras genom en stark stat. Alternativa former av offentlighet "fanns inte i vänsterns begreppsvärld" (Palmås 2003 s. 51). Högern utgjorde en motpol. Hayek menade att statligt planerande oundvikligen leder till tyranni där majoriteten förtrycker minoriteter. Han, och andra högerherrar såsom Friedman, ansåg att alternativet var ett system med enbart privat ägande, styrt av frivilligt utbyte genom en marknadsmekanism. Liksom vänstern ansåg de att det inte fanns någon verksamhet utöver statlig och privat.

Utöver denna ideologiskt stela situation har sociala företag också hindrats av modernismens idéer. Både högern och vänstern har haft drag av dess tro på att *ett idealsamhälle kan skapas*, bara en har tillgång till fullständig och objektiv information, tillika handlar rationellt. Antingen ska staten vara allvetande, eller så ska marknaden vara ideal och perfekt. Oavsett vilket har denna modernism än mer polariserat höger- och vänsterideologierna. (Palmås 2003).

Modern politisk och ekonomisk historia uppvisar tider där både traditionella vänster- och högeridéer utformat samhället. Detta redogör Palmås för, med

utgångspunkt i Storbritanniens utveckling. Efter andra världskriget följde trettio guldår för kapitalismen, och keynesianismen* kom att ligga till grund för välfärdsstatens upprättande i olika skepnader runt om i Europa. Med sjuttioalet kom sedan en kvalitativ förändring av samhället i väst – en annan sorts kapitalism utvecklades, och ett antal ekonomiska kriser ägde rum. Samhällsstrukturen, med produktion baserad på massproduktion, förändrades och ett system med stor statlig styrning blev allt komplexare att få att fungera väl. Monetarismen**, med en av sin främsta förespråkare i Chicagoskolan och Milton Friedman, vann gehör inom politiken, och menade att det inte var kapitalismen som felade, utan keynesianismen. Tjugo år av privatisering följde i Storbritannien. Offentliga tjänster kom att privatiseras, och leverans av välfärd löstes genom att medborgare blev konsumenter av denna. Palmås menar att inte heller denna lösning fungerar för att skapa rättvis välfärd, eftersom att när företag levererar tjänster så levererar de enbart de tjänster som är lönsamma. Som konsument har en, till skillnad från som medborgare, ingen rättighet att få tillgång till vissa givna tjänster, och riskerar därför (om en saknar köpkraft) att bli utan. Palmås konstaterar att samhället i väst idag ser annorlunda ut än på sextioalet, och att klass och fattigdom idag inte skapas enligt samma strukturer som då. Idag handlar fattigdom i större utsträckning om social utslagning och utanförskap; att inte kunna delta i politik, det sociala eller kulturella livet på lika villkor. Följaktligen, menar Palmås, fungerar idag varken den traditionella välfärdsstatens sociala system eller monetarismens privatiseringsmodell särskilt väl när det gäller att säkra människor viss välfärd (Palmås 2003 kap 3 och 4).

Sociala företag kan här ses fylla *en* funktion, men de kan hävdas vara betydligt mer än enbart ett nytt styrelseinstrument för staten.

3.2 Sociala ekonomin

Sociala ekonomin är den internationellt sett vanligast använda termen för den sektor eller det system (se diskussion nedan) vilken började utvecklas på 1800-talet. Enligt Laville och Nyssens inkluderar den alla organisationer där kapitalinvesterares egenintresse begränsas och där skapandet av en gemensam utkomst prioriteras över utbetalning till enskild investering. (Laville & Nyssens 2001 s. 108).

* Keynesianism är en nationalekonomisk skola som innehåller idéer om hur en regering kan dämpa konjunktursvängningar genom att styra den aggregerade efterfrågan. Den keynesianska modellen är alltså finanspolitik, vilket innebär att staten spelar en aktiv roll i den ekonomiska politiken.

** Monetarism är en nationalekonomisk skola som till skillnad från keynesianismen inte anser att det finns ett behov av stabiliseringspolitik från statligt håll. Statlig inblandning anses överflödigt, då denna inte kan påverka konjunktursvängningar och arbetslöshet på lång sikt. Monetarismen är därför för penningpolitik, där riksbanken spelar en aktiv roll i den ekonomiska politiken.

Jones och Keogh, vilka diskuterar mångfalden och obestämbarheten i termer och definitioner rörande sociala företag och sociala ekonomin, menar att termen i en bred definition kan innefatta varje organisation och dess aktivitet vilken varken definieras som offentlig eller privat. Sedan kan subsektioner definieras utifrån exempelvis social mission, ägandestruktur liksom skapande och utdelning av profit. Jones och Keogh framhåller att många av de som själva jobbar inom den sociala ekonomin tycker att termen är svårdefinierad, att olika ord används synonymt och att obestämbarheten inte behöver upplevas som problematisk. Dock finns en slags gemensam idé och "vardagsintuition" av termen som innefattande organisationer som "gör gott". Författarna framhåller att den inställningen kan ses som tillåtande för mångfald, men att den också är missledande och förvirrande. (Jones & Keogh 2006 s. 15).

Pearce däremot, tar ställning. Han delar den radikala synen på sociala företag, och ser därmed den sociala ekonomin som del av ett tredje system, skilt från ett första profitorienterat och ett andra planerat, offentligt. Han väljer aktivt att inte använda termen *sektor*, utan understyrker att ordet *system* tydliggör att de tre systemen, enligt Pearce, inte är del av ett gemensamt större, utan att de fungerar enligt skilda principer. Denna syn på ekonomin delas inte av de med en reformistisk syn på sociala företag, vilka istället menar att det bara finns ett första och ett andra system, och att den sociala ekonomin är en sektor inom det första.

För att djupare diskutera dessa två sätt att försöka förklara en gemensam "verklighet" kan Pearce's illustration med fördel användas. Vi kommer att med två bilder lyfta fram olika delar av denna ursprungliga, något röriga, bild (se appendix) för att understryka vilken del av informationen i den som är relevant för olika delar av diskussionen. Pearce redogör inte själv explicit för den reformistiska synen på den sociala ekonomin, men vi skapar en modifierad version av hans illustration för att själva diskutera och jämföra den synen med den radikala. Denna bild (bild 2) grundar sig på vår egen analys och tillhör en jämförande diskussion om den radikala och den reformistiska synen på just den *sociala ekonomins plats* i de två eller tre förmodade systemen.

Pearce menar alltså att tre skilda system existerar därför att de fungerar enligt tre skilda principer. Det första är profitdrivet, baserat på de kapitalistiska principerna om profitmaximering för investerare. Det andra systemet rör omfördelning och planering. Offentliga institutioner, tillsatta i demokratiska val - nationella eller lokala - tar ansvar för att reda ("manage") ekonomin så att

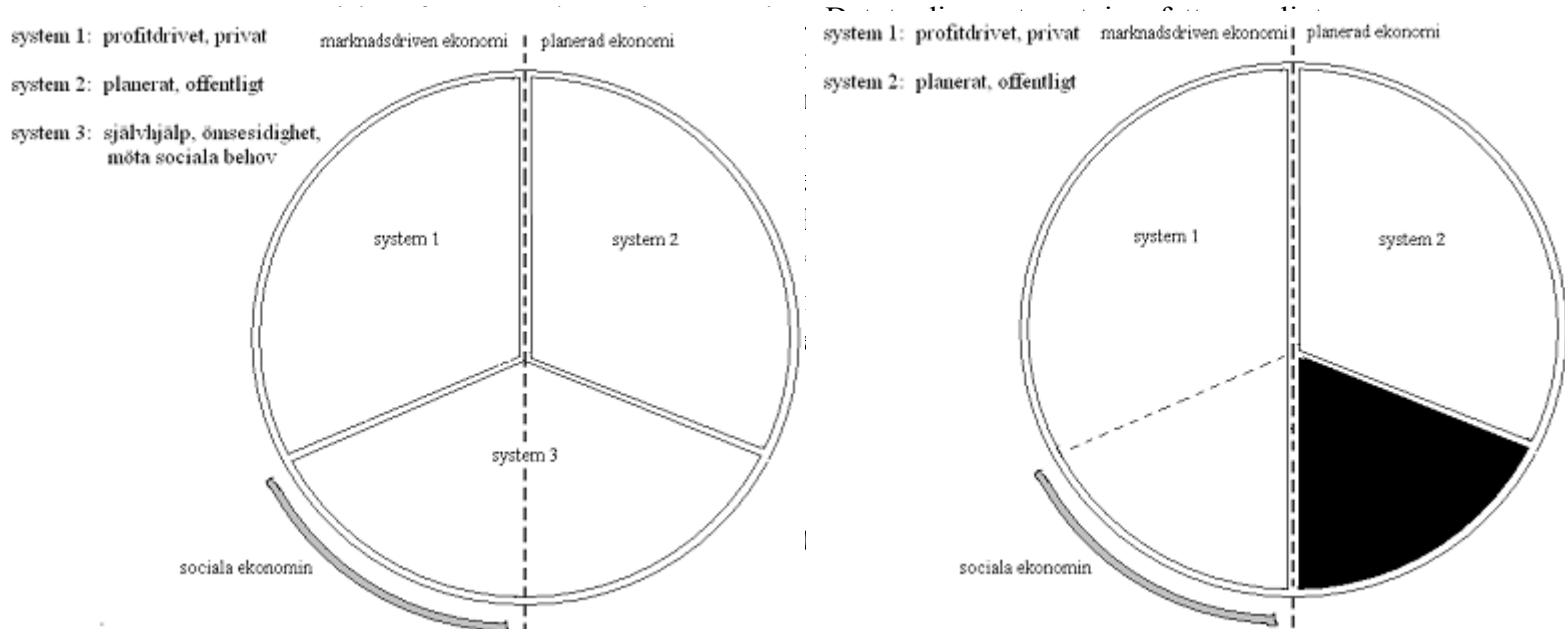


Bild ett illustrerar Pearce's idé (den radikala synen) om den sociala ekonomins plats i ett större ekonomiskt sammanhang. Här blir delningen mellan en marknadsdriven och en planerad ekonomi viktig. Hela system ett faller inom marknadsekonomins funktionssätt, och hela system två faller inom den planerade ekonomins logik. Det tredje systemet, agerar däremot inom *båda*. Pearce rubricerar hela den sektor av det tredje systemet som faller inom marknadsekonomin, som den sociala ekonomin. Understrykas bör alltså att den sociala ekonomin är en *del av* det tredje systemet, och att den i sig själv inte utgör hela detta system.

Bild två illustrerar den reformistiska synen på den sociala ekonomins plats i ett större ekonomiskt sammanhang. Som sades ovan finns här bara två system, och den sociala ekonomin är en sektor inom det första. Också i detta fall finns indelningen mellan marknadsprincip och planering kvar, men den fyller ingen liknande funktion som i den radikala modellen. I detta fall är nämligen system ett identiskt med hela marknadsekonomidelen, och system två faller helt inom den planerade ekonomin. En mer korrekt illustration, helt med utgångspunkt i det reformistiska synsättet, hade utsträckt även det andra systemet till att täcka in hela andra halvan av cirkeln, eftersom enbart två system finns, och därmed det andra på samma sätt är identisk med den planerade ekonomin. Den svarta sektorn av bild tre kunde med all rätt därmed tagits bort, eftersom den inte ens erkänns som en del av ekonomin inom detta reformistiska sätt att se systemet. Men vi behåller den därför att denna svarta sektor - just genom att dess ickeexistens markeras - leder oss till en viktig följdiskussion.

Denna del, som Pearce menar också är del av det tredje systemet och som inte agerar enligt marknadsprinciper, anses av reformister inte som viktig i ekonomiska termer. Pearces modell gör med andra ord ekonomin större och mer inkluderande, något han själv inte lägger vikt vid i sin bok. Kanske beror det på att hans ursprungliga modell inte är jämförande, utan enbart rör *hans* syn på saken, liksom att bilden innehåller information om flera delar av argumentationen på samma gång. Han nämner bara kort vikten av att förstå hur det första och andra systemet helt är beroende av de aktiviteter som sker i denna sektor. Transaktioner inom familjer, grannskap, sociala klubbar och föreningar liksom obetalt hemarbete och omsorg är "all work of unrecognised economic value but without which other parts of the economy would foulder". (Pearce 2003 s. 26).

Trots att Pearce själv inte följer upp med någon diskussion om detta menar vi att det är en av de fundamentala sakerna att lägga märke till vid ett jämförande av de två sätten att se på ekonomin. Den utgör ett, just radikalt, erkännande av en diskrepans mellan en förmodad "verklighet" och en tillkortakommande teoretisk förståelse av denna - något den reformistiska modellen enligt oss uppenbarligen utgör. En sidokommentar kan göras här, trots att den inte direkt rör sociala företags vara och icke vara, och den gäller den feministiska kritik detta utgör. Lagg märke till att ett erkännande av aktiviteterna i denna *svarta sektor* som del av en teori om en formell ekonomi, är att samtidigt ifrågasätta den traditionella

liberala indelningen av privat och offentligt (ta gärna en titt på appendixet för att se vad som ingår i denna ”svarta sektor”). Denna indelning var och är i fokus för grundläggande kritik i andra vågens feministiska analys av vad som anses politiskt (och där- och härmed även ekonomiskt).

Som en ytterliggare, och avslutande, del i vår jämförelse mellan det radikala och reformistiska sättet att se på ekonomin, knyter vi an till ett tredje sätt att förstå den sociala ekonomin och hur det förhåller sig till de modeller som redogjorts för här.

Laville och Nyssens skriver om sociala företag som förmögna att kombinera olika ekonomiska principer, och hänvisar till Polanyi. Han urskiljer tre ekonomiska principer vilka skapar olika sorters ekonomiska system beroende på vilken princip som läggs störst vikt vid (Polanyi 1997).

Den första principen är *marknadsprincipen*, där efterfrågan och utbud styr handel med varor och tjänster via en prismekanism. Den andra principen är *omfördelning*, där en central auktoritet ansvarar för produktionen och dess fördelning. Den tredje principen är *ömsesidighet*, vilken bygger på idén om gåvor, om än med förväntan om gentjänster. Denna princip involverar, till skillnad från marknadsprincipen, mänskliga relationer, men är inte förmedlad genom en central auktoritet.

Polanyi skriver vidare att dessa principer alltså, historiskt sett, har gett upphov till tre skilda ekonomiska system, beroende på vilken princip som dominerat:

Marknadsekonomi – marknadsprincipen ges prioritet som allokerande av varor och tjänster.

Icke-marknadsekonomi – Huvudprincipen för allokering av varor och tjänster faller under en offentlig auktoritets beslut, under folklig kontroll. Omfördelning är den främsta principen.

Ickemonetär ekonomi – en ekonomi utan pengar. Utbyte av varor och tjänster bygger på ömsesidiga gåvor. Exempel är hushållsekonomi och självförsörjning.

Laville och Nyssens menar att sociala företag, i skiftande konstellationer, utgör hybrider där de tre ekonomiska systemen arbetar tillsammans snarare än isolerat från varandra. På detta sätt kan sociala företag producera sådant som vanliga företag (som prioriterar marknadsprincipen) inte förmår. Genom principen om ömsesidighet och omfördelning kan exempelvis så kallade kollektiva nyttigheter och positiva externa effekter produceras av sociala företag, något som marknadsmekanismer inte förmår internalisera (Laville & Nyssens 2001).

Också Polanyi talar om tre system, och även om dessa förvisso delvis sammanfaller med de Pearce talar om ska de inte blandas ihop. Med cirkeln som mall har vi skissat upp Polanyis resonemang i bild tre.

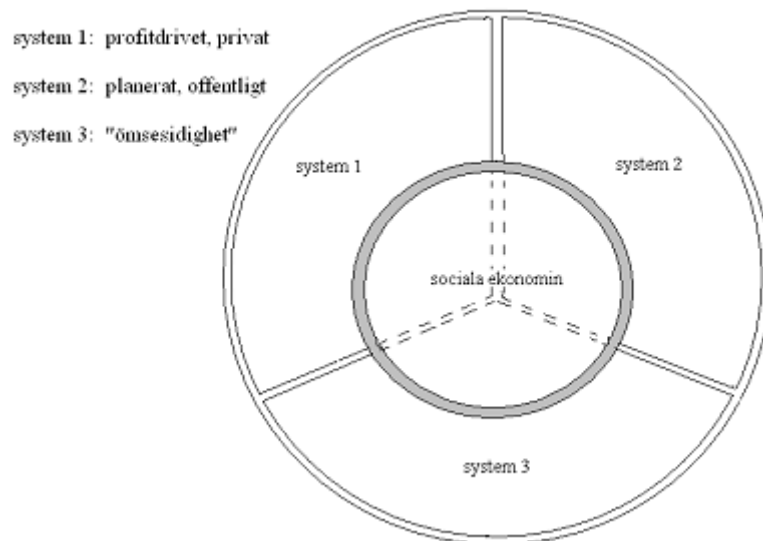


Bild 3

Till att börja med placerar Polanyi sociala företag inte som en sektor, utan som överlappande alla tre systemen. Vi ritar in tanken som en cirkel i mitten. Vidare är delningen mellan marknadsdriven och planerad ekonomi borta, men precis som i tidigare bilder sammanfaller system ett och system två med denna indelning. Det tredje systemet går enligt Polanyi bortom denna indelning och bygger istället på "ömsesidighet", samt är en ickemonetär ekonomi. Hit räknar han exempelvis familjeekonomin, och borträknar på så sätt inte denna som en ickesektor ekonomiskt sett. Centralt är att han hittar ett tredje sätt att förklara var i ett större sammanhang den sociala ekonomin skulle kunna placeras.

Denna utförliga diskussion om olika sätt att tolka och tala om ekonomin i stort, och framförallt den sociala ekonomins plats i detta, är relevant därför att det understryker oenigheten för grundarna i en förståelse av vad sociala företag av olika aktörer sägs vara.

3.3 Radikal och reformistisk syn

Hos ett flertal författare (Jones & Keogh, Seanor & Meaton, Pearce) nämns att det finns två skilda perspektiv på sociala företag: det radikala och det reformistiska. Termerna har nämnts ovan, men vi redogör här utförligare för vad de innebär.

Det reformistiska perspektivet ser sociala företag som engagerade i aktiviteter som det första och andra systemet inte gör profit på eller arbetar inom, och ser dem fungera genom traditionella marknadsmekanismer. Detta perspektiv är enligt Pearce det vanligaste inom den sociala ekonomin, och det är inte inställt på social transformation. Det radikala perspektivet däremot, "[is] challenging capitalism on every front" (Pearce 2003 s. 50), och vill se en kvalitativt helt skild modell för samhället, där ekonomin bygger på "tredje system-värden". Pearce menar att sociala företag antagligen inte kan skapa reell och varaktig förändring så länge det dominerande (första) systemet inte förändras.

Med sin radikala inställning kritiserar han också den utveckling han tycker sig se i Storbritannien. Med de senaste årens vurm för sociala företag hos Storbritanniens regering, har dessa kommit att ses som ett nytt sätt att leverera välfärdstjänster (DTI, 2002), och därigenom som en mekanism genom vilken regeringens politiska beslut kan förverkligas. Pearce varnar för att om sociala företag ses som en förlängning av staten, och hamnar under offentliga sektorns kontroll så kompromissas kanske sektorns självständighet.

4 För- och nackdelar med en definition

4.1 Institutionaliserings

Att ens komma överens om definierande karaktäristika för en så spretig skara organisationer som sociala företag utgör i sig själv ett politiskt projekt. Vissa hävdar att det inte är önskvärt eftersom det går emot sociala företags inneboende mångfald och kreativa lösningar att bygga in dem i en definition. Idag finns vissa nya slags företagsformer som kan passa vissa sorters sociala företag i Storbritannien. Detta kapitel handlar om vilka för- och nackdelar det för med sig att skapa standards, nya företagsformer och legala ramverk för sociala företag.

För Pearce är institutionalisering självklart något positivt, och han använder argument som att det är viktigt att veta vad som *inte* är ett socialt företag, så att staten vidare kan positivt särbehandla sociala företag. Dessutom blir det lättare att se och mäta hur stor del sociala företag har i den totala nationella ekonomin. Vidare skulle en märkning kunna skapas, motsvarande Fair Trade eller KRAV, för att visa för konsumenter när de handlar av ett socialt företag. Han föreslår i sin bok att ett nationellt regelsystem upprättas i Storbritannien, vilket skulle ställa upp kriterier utifrån hans definierande av vad ett socialt företag är (se nästa kapitel), så att dessa skulle kunna bli officiellt registrerade som sådana (Pearce 2003 s. 115).

Reid och Griffith höjer flera varnande fingrar när det gäller institutionalisering av sociala företag. Förutom att explicit kritisera Pearces förslag på grundval av att det riskerar att bli alldeles för komplicerad praktiskt sett att skapa standards för företag med upp till fyra bottom lines, och dessutom avgöra vilka sociala företag som är goda nog att få kallas det, så framför de även teoretisk kritik. De pekar på vikten av att ställa frågan i vems intresse det ligger att sociala företag institutionaliseras, och de gör det utifrån en teori om *institutionell isomorfism*. Detta begrepp betecknar en "rörelse mot likformighet", driven av ickerationella antaganden hos beslutsfattare. Det är en process av gradvis utveckling av mönster och strukturer vilka skapas genom kommunikation och interaktion mellan aktörer. Dessa blir genom upprepning institutionaliserade som normer, standards och ideal. Dessa normer legitimeras, vilket uppmuntrar till isoformistiska processer i nya organisationer. Reid och Griffith menar att de som har makten över hur nya institutioner utformas är de redan etablerade och legitimerade organisationerna och intressenterna, "de med makt" (Read & Griffith 2006 s. 4). Dessa kommer troligen inte att söka institutionella lösningar vilka skulle begränsa någon given fördel för dem i en viss organisationsform. Det är viktigt att fråga sig vilka intressenter som driver utvecklingen av sociala företag som en institution. Om

deltagande ska vara en fullt integrerad del av sociala företag måste detta gälla även dess eventuella institutionella utveckling.

Författarna menar att det inte är en lösning att lagstifta om standards och strukturer eftersom att detta alltid bara blir en fråga om inkluderande och exkluderande; en sorts isomorfism eller en annan. De efterlyser minimal kontroll där endast det mest grundläggande bör finnas med, såsom the double bottom line. Det finns enligt dem ingen anledning att ställa krav på en tredje och fjärde bottom line, eller en viss slags organisationsstruktur, eftersom att rätten till långtgående självständiga beslut om sin verksamhet är en högre princip än någon av de definitioner som föreslagits kunna karaktärisera ett socialt företag. De varnar avslutande: *"The practical danger posed by the wrong kind of isomorphic tendencies is to the potential flourishing of alternative organisational forms, alternative business models, and alternative ways of seeing the economic world: these will all be as easily blighted by bad politics as they will be nurtured by good arguments"*. (Read & Griffith 2006 s. 9).

De frågar sig också varför sociala företag, om de stöptes i en viss form, skulle lyckas utgöra ett alternativ till det första systemets företag på ett bättre sätt än tidigare liknande organisationer, såsom kooperativ och klubbar, gjort. De menar att de alla infogats i systemet just genom regler och isoformistiska krafter. Återigen framhåller de att, givet den variation som idag finns i organisationsväg bland sociala företag, riskerar standards att begränsa vilka lösningar på samhällsproblem som tillåts åstadkommas.

Det är vidare relevant att fråga sig vilka som i realiteten driver institutionaliseringen av sociala företag i olika delar av världen.

Labourregeringens ansträngningar till institutionalisering av sociala företag i början av 2000-talet ledde till skapandet av en specialenhet med fokus på socialt företagande - Social Enterprise Unit - inom Department of Trade and Industry. År 2002 publicerades rapporten *Social Enterprise: a strategy for success*, där tydliga riktlinjer angavs för hur man skall kunna förbättra miljön och möjligheterna för sociala företag samt öka kunskapsnivån och erkännandet av tredjesektorn i Storbritannien. Bland annat ska man granska vad som krävs av en ny legal form för socialt företagande.

Idag finns ett departement vid namn *Department for Business Enterprise and Regulatory Reform* (BERR), samt *Office of the Third Sector* (OTS). 2006 kom en ny plan för utvecklandet av sociala företag i landet; Social Enterprise Action Plan, i vilken regeringen förbinder sig att: *"raise awareness of social enterprise, ensure social enterprises have the right support, advice and finance, and enable them to work with government"* (Office of the Third Sector, b 2009).

2008 kom en uppföljningsrapport, vilken både utvärderar arbetet liksom presenterar nya initiativ, såsom att försöka standardisera tekniker för att mäta socialt värde, bygga upp investeringsmarknaden för sociala företag, samt att uppmuntra socialt entreprenörskap bland unga genom arrangemang som *Global Entrepreneurship Week*, *Social enterprise Day* och *Make your mark: Change Lives Campaign* (Office of the Third Sector, a 2009).

Europeiska Unionen uppmärksammar också den sociala ekonomin, och har en institution vilken representerar den sociala ekonomin, grundad 2000, vid namn

Social Economy Europe. De ämnar bland annat att bygga upp och stärka ett politiskt och ekonomiskt erkännande för sociala företag i Europa (*Social Economy Europe*). En rad stödjande projekt och strukturer har skapats, så som vissa nya legala företagsformer och beskattningslättnader för sociala företag (*Enterprise and Industry 2009*).

I sin valkampanj talade Obama om att vilja stödja sociala entreprenörer samt upprätta en så kallad *White House Office of Social Entrepreneurship* samt en *Social Enterprise Agency*. Inför budgeten 2010 har Obama nu föreslagit till Kongressen av avsätta 50 miljoner dollar till en nystartad så kallad *Social Innovation Fund*, för att stödja de mest lovande sociala företagen i landet (*The White House 2009*).

4.2 Ett definitionsförslag

Trots alla dessa oenigheter och debatten om vad sociala företag är, var de verkar och hur, så ska vi ändå redogöra för vad Pearce skriver i sin bok om en definition. Det är främst i Storbritannien som termen diskuteras i sin bredaste betydelse, och Pearce hänvisar nästan uteslutande brittisk litteratur när han *sammanställer deras definitioner* till sex karaktäristika för sociala företag (Pearce 2003 s. 31):

1. *Ha ett eller flera sociala syften*

Det främsta syftet för ett socialt företag bör vara dess sociala. De kommersiella målen kommer i andra hand, och ska tjäna att uppfylla de sociala och miljömässiga.

2. *Nå dessa mål genom att, åtminstone delvis, handla på marknaden*

3. *Ingen profit delas ut till individer*

Sociala företag arbetar inte för att berika de enskilda personer vilka är involverade i dem, och de tillåter inte att externa kapitalägare att utöva makt över företaget genom sitt finansierade.

4. *Tillgångar och rikedom ägs gemensamt och förvaltas för det gemensamma (community's) bästa*

En princip som Pearce menar inte går att plocka bort för att ett företag ska definieras som ett socialt företag är det gemensamma ägandet av företagets tillgångar. Dessa kan alltså inte säljas av till enskild eller grupp av intressenter, utan måste förvaltas i enlighet med företagets målsättning.

5. *Demokratiskt involvera sina medlemmar i styrandet av organisationen*

Enligt Pearce är en demokratisk rättighet för alla medlemmar att påverka stadgarna grundläggande i ett socialt företag. Han skriver

”It should be unthinkable that a genuine social enterprise can claim that democracy is unimportant or that encouraging democracy is ’not one of our objectives’”. (Pearce 39). Speciellt detta kriterium möter dock kritik, vilket diskuteras nedan.

6. *Vara en självständig organisation, som är ansvarig inför sina stadgar samt det vidare samhället (community).*

Sociala företag ska vara ansvariga för sitt handlande inför inte bara sina egna stadgar, utan även inför ett ”vidare samhälle”.

Bokföring och redovisning bör täcka allt organisationen gör för att nå sina mål, liksom dess underliggande värden. Ansvarigheten sträcker sig därmed bortom de traditionella intressenterna, och begreppet ”horisontell ansvarighet” understryker att samhället har en rätt att veta hur det påverkas av organisationens verksamhet.

Reid och Griffith, som riktar kritik mot även andra delar av Pearce syn på sociala företag, kritiserar främst antagandet att dessa måste vara demokratiska. De kritiserar här direkt Pearce’s bok, och hans argument för demokrati som går ut på att det vore fel av ett företag eller organisation att arbeta för positiv förändring *för en omgivning*, utan att själv använda demokratiska metoder. Kritiken går ut på att detta argument går bortom sociala målsättningar, och rör sig om styre och implementering, vilket är att gå för långt. De menar att för hårda och snäva krav på vad som ska definiera ett socialt företag riskerar att begränsa vad sådana kan åstadkomma. (Read & Griffith 2006 s. 5).

Utöver dessa definierande karaktäristika hänvisar Pearce också till ett antal värden, vilka alltså knyter an till idén om ett tredje system med säregna värden att förhålla sig till; samarbete, decentralisering, inkluderande, ”gott arbete” (både i betydelsen goda arbetsförhållanden, och socialt gott), hållbarhet samt människocentrering (Perce 2003 s. 40).

5 Att förena skilda värden

5.1 Triple bottom line

Till och med Reid och Griffith, med sin efterfrågan på en minimal definition av sociala företag, hävdar att en andra "bottom line" är en oomtvistat central beståndsdel. Grunden är att minst en annan slags målsättning utöver finansiell vinst utgör grunden för ett socialt företags verksamhet. Vad denna målsättning går ut på är upp till varje enskilt företag (Read & Griffith 2006 s. 8). En trippel "bottom line" är ett ofta förekommande antal, och de tre syftar då till finansiella, sociala och miljömässiga mål. En fjärde slags målsättning skulle kunna vara kulturell.

Termen *bottom line* är en metafor med rötter i affärsvärldens vokabulär. Det är idén att nettoeffekten av en mängd separata transaktioner och händelser kan uttryckas i en slutgiltig siffra genom att transaktionerna systematiskt symboliseras med hjälp av ett gemensamt mätsystem, så att kostnader och vinster kan tas ut mot varandra. (Brown; Dillard & Marshall 2006) Det är alltså en rapporteringsteknik att sammanställa och begripliggöra större mängder information (om företagets verksamhet), genom att uttrycka det i - ursprungligen - monetära termer, det vill säga sätta ett pris på transaktionerna. Enligt ordboken betyder "bottom line" helt enkelt "the profit or the amount of money that a business makes or loses" (Dictionary of Contemporary English 2003). I traditionella uteslutande vinstdrivande företag finns en enda bottom line – att gå med vinst. Multipla bottom lines begagnar denna metafor för att beskriva de sociala och kanske miljömässiga och kulturella målsättningarna hos sociala företag. Tanken att sociala företag har multipla, främst sociala, målsättningar att vara ansvariga inför hänger tätt samman med att kunna redovisa i vilken utsträckning målen möts. Att finna nya sätt att kvantifiera och mäta vad ett företag åstadkommer för lokalsamhället, miljön eller sina anställdas arbetsvillkor är vad social redovisning handlar om, vilket behandlas längre fram.

Brown och Dillard riktar kritik just mot att sociala företag beskriver sina multipla målsättningar genom att begagna vanliga företags ursprungliga idé om en bottom line, och de ifrågasätter huruvida det ens går att göra en sådan analogi. De menar att legitimiteten hos en sådan applicering beror på i vilken utsträckning karaktären hos de sociala och miljömässiga målsättningarna liknar eller kan anpassas till de ursprungliga ekonomiska. Själva hävdar författarna att de olika dimensionerna kommer från så pass skilda områden att det är felaktigt att mäta och rapportera dessa tre delar på samma sätt. (Brown; Dillard & Marshall 2006)

De menar att en genom att använda det ursprungliga *bottom line*-konceptet som en metafor även för sociala och miljömässiga hållbarhetssystem skapas en falsk idé om att dessa har liknande förhållanden inom sig, kan mätas i samma "valuta" och aggregeras. Enligt dem skiljer sig systemen åt som följer.

Ekonomiska system (dominerande, i väst idag) är baserade i nyklassicistisk ekonomisk teori, med rötter i utilitarismen. Teorierna bygger på antaganden om att vinster och kostnader kan mätas och aggregeras. Maximering är målet i systemet.

Naturens system antas vara baserade i naturlagar. Orsak och verkan anses vara en grundläggande princip. Olika koncept och förekomster "mäts" och beskrivs med olika mått beroende på vilken komponent det gäller; olika sorters energi i olika slags sammanhang är ett exempel. Författarna hänvisar till en indelning av olika sorters naturresurser i tre typer, vilka inte kan kombineras, aggregeras eller utvärderas via en kostnad/vinst-kalkyl. Balans - inte maximering - är målet, och vad som gör systemet hållbart.

Sociala system utgörs av mänskliga relationer och interaktioner, och den underliggande logiken rör oftast att beakta det gemensamma ("communitarian"), enligt författarna. Skeenden "mäts" genom politiska, sociala och psykologiska modeller och teorier, och liksom i naturens system kan social hållbarhet varken drivas av strävan efter maximering eller minimering. Viss social verksamhet och värde som därigenom skapas ökar ju mer det används. Socialt kapital och tillit är två exempel.

Dessutom för de fram kritik emot hur rapporteringen om social och miljömässig hållbarhet sker i verkligheten idag. De skriver att konceptet "triple bottom line reporting" skapades för vanliga företag som ville bli mer miljömässigt och socialt hållbara. De menar att det ofta i huvudsak förblir vanlig redovisning, med vaga tillägg om sociala och miljömässiga åtaganden. Till och med de femtio främsta företagen inom rapportering om miljömässig och social påverkan gör på egna och skilda sätt, inga formella krav ställs på dem och de så kallade "GRI standards" (de hittills mest utvecklade för hållbarhetsrapportering) följs sällan. Konceptet triple bottom line blir innehållslöst i praktiken menar författarna, som säger "*The metaphor's application through current triple bottom line reporting protocols allows businesses to ignore critical sustainability concerns [...]*". Precis innan vi närmast kommer in på social och miljömässig redovisning, understryker alltså Brown och Dillard hur undermåligt den verksamheten idag fungerar. De skriver avslutande; "*it is time to move on to better, more thoughtful, more useful notions to drive sustainability. It is time to find a new metaphor for imaging sustainability. As a start, we propose the following. Accounting is the language of business. Triple bottom line reporting attempts to frame social sustainability in the language of business. Why can we not articulate business in the language of social sustainability? This should be our next metaphorical quest.*"

5.2 Social accounting

Om termerna ”social accounting” och ”social auditing” översätts, betyder de ungefär social budgetering, redovisning och revision, och är en teknik för att göra praktik av de flera olika värden och målsättningar (bottom lines) som företaget håller.

1981 kom boken *Social Audit: a Management Tool for Co-operative Working* ut, skriven av Freer Spreckley, i vilken denne presenterar ett förslag – *the Social Enterprise Audit* - till hur social budgetering och redovisning skulle kunna struktureras. Han sade sig vilja initiera en mer systematisk inställning till utvecklandet av gemensamma strukturer för budgetering och redovisning vilka är både effektiva och socialt ansvariga. Hans modell ämnade ifrågasätta vems intressen företag idag är ansvariga inför, och kanske forma nya kriterier, baserade på sociala behov. (Spreckley 1981 s. 14). Han lyfte upp problemet med negativa externa sociala och miljömässiga effekter vilka inte redovisas i balansräkningen som en företagskostnad. Dessa kostnader får istället bäras av samhället utan att de internaliseras och ses som något som påverkar företagets presterande. Med sin bok var Spreckley tidig med att (försöka) introducera ett alternativt sätt att just internalisera vidare samhällskostnader i företagets ”ansvarighetsspann”.

Pearce hänvisar till Mike Geddes artikel ”The Social Audit Movement” i *Green Reporting: the challenge of the nineties*, utkommen 1992, för att beskriva vad det handlar om. Denne menar att social redovisning bäst förstås som en reaktion mot konventionella redovisningsprinciper och -praktiker. Till skillnad från dessa söker social redovisning gå bortom centreringen på det enskilda företaget och att inkorporera inte bara ekonomiska och monetära variabler utan även sociala och sådana kostnader som inte kan uttryckas i monetära termer. Pearce skriver också om hur den modell Spreckley föreslog i sin bok pilottestades under 80-talet på Beechwood College i England, och har vidareutvecklats av the Social Enterprise Partnership till ett så kallat *Social Audit Toolkit*. Han skriver att social redovisning expanderat under 90-talet, främst i Storbritannien, men även i andra delar av främst västvärlden. 1996 etablerades ett globalt nätverk – the Institute of Social and Ethical AccountAbility (ISEA), baserad i London, vilket försöker utveckla gemensamma standards för social redovisning. Liksom Brown och Dillard framhöll i kritiken som presenterades tidigare, menar också Pearce att vissa standards måste finnas för att externa intressenter ska kunna utläsa någon kvalitativ och meningsfull information av rapporteringen.

Enligt Pearce finns det tre grunder;

1. Att förstå organisationer och företags påverkan på samhället och miljön, (*people and planet* som det ofta kallas), och på hållbarheten i dessa system.
2. Ett antal grundprinciper:
Multiperspektiv – tillse att alla intressenters intressent hörs och lyssnas till

Omfattande – tillse att det rapporteras om alla aspekter av organisationens arbete

Regelbunden – gärna rapportering på årig basis

Jämförande – redovisa hur företagets påverkan förändras över tid

Verifierad – av självständig revisor eller panel

Öppen/transparent

3. Organisationen måste självständigt stå för hela processen, för att undvika asymmetrisk påverkan från sina intressenter.

Pearce menar att för att social redovisning ska vara effektiv för samhället bör alla institutioner använda sig av den. Att kännas vid kritiken ovan av dagens system, och att redovisa mer fullständig information om ett företags inverkan för- och nackdelar för samhälle och miljö ser han som grundläggande för hållbart policyskapande.

6 Hur sociala företag identifierar sig själva

Bristen på en gemensam identitet för sociala företag är uppenbar. Detta beror på att företagen inom den tredje sektorn är i hög grad varierade till sin utformning.

Pearce skriver: ”Undersökningar om socialt kapital visar att människor och organisationer som delar ett tankesätt och liknande värderingar snabbare bygger upp tilltro och hittar vägar genom vilka de kan arbeta tillsammans”. Det sociala företagen kan dra lärdom av det här, menar han: ”de skulle tjäna på att investera tid och energi på att skapa en relation till andra intressenter i den sociala ekonomin och i tredje sektorn istället för att koncentrera sig på att bygga upp ett partnerskap med aktörer i de andra sektorerna” (Pearce 2003 s. 147).

Hur ser sociala företags och sociala entreprenörers självbild ut?” Enligt Seanor och Meaton finns det två viktiga punkter när det gäller detta. Först och främst anser majoriteten av de sociala verksamheter som deltog i en undersökning utförd i Storbritannien år 2005 inte att några hjältelika figurer fanns inom deras organisationsledning. De skulle heller inte vilja bli kallade sociala entreprenörer då dessa betraktades vara personer som ”go it alone” istället för att vara en gruppmedlem i en organisation. Den andra viktiga faktorn var att majoriteten inte såg sig själva som sociala entreprenörer då många var oerhört skeptiskt inställda till själva modellen som sociala företag utgör. De ansåg sig fått råd och stöd, när de blivit placerade i detta fack, som inte varit lämpligt för deras verksamhet. Därför hade de i fortsättningen valt att se sig själva som en del av volontärsektorn. Företagen som tillfrågades i undersökningen sa, när de berättade om sin gärning, att deras verksamheter var ”genomsådliga och genuina”, ”anpassade för att passa behoven i sitt närområde”, samt satte ”människoaspekten i fokus”. Alla dessa aspekter kan sägas utgöra grunder i ett socialt företag. De stödbyråer för sociala företag som tillfrågades ansåg däremot lustigt nog att dessa företag utan tvivel borde klassas som sociala företag.

Problematiken kan ligga i det faktum att det är svårare att identifiera vissa hybrider och svårklassbara organisationer med den bild som existerar av vad sociala företag bör innebära och det har bidragit till svårigheter att skapa en mer heltäckande identitet av socialt företagande (Seanor & Meaton s. 95 2007).

7 Hinder för sociala företag

Avslutande redogör vi för några av de praktiska hinder som existerar för sociala företag, enligt Palmås.

Enligt honom utgör ett grundläggande hinder som sociala företag ställs inför är det faktum att det saknas anpassade legala strukturer. En av dessa svårigheter ligger i att begreppet socialt företag är svårdefinierbart. För att öka trovärdigheten hos dessa företag krävs därför tydligare avgränsningar för vad som skall ingå i begreppet. Finansiering av sociala företag har länge varit och är ett problem. Dels beror detta på att de ena företaget inte är det andra helt likt och därför krävs särskilt anpassade finansieringslösningar till varje enskilt fall och dels därför att konceptet ännu är så nytt i sin moderna form att en fortfarande experimenterar med tänkbara finansieringslösningar. Att använda sig av kommersiella medel är inte helt okomplicerat då man lätt kan hamna i en beroendesituation som kan motverka företagets initiala sociala syfte. Det som främst förespråkas som den ultimata lösningen på dessa problem är så kallade ”mjuka lån” eller ”smart kapital” (Palmås 2003 s. 90). Mjuka lån kan beskrivas som en blandning mellan donationer och kommersiella lån och ”smart kapital” syftar till att finansiären, långivaren, inte bara bidrar med kapital utan även kunnande. Den privata sektorn kan inte stå för denna typ av insats. Deras existens kräver att kapital kommer ifrån endera stat eller donationer. Så länge inte nya lösningar etableras i form av till exempel låneinstitutioner kommer dessa företag ha bristande kapitalresurser. Institutioner som dessa finns emellertid redan i vissa delar av världen, Community Development Finance Institutions (CDFI) är ett exempel på nya låneinstitut som har möjlighet att erbjuda dessa tjänster.

Ett tredje hinder utgörs av luckor i företagsledningskunskap. Kompetens saknas och dessutom finns idag ingen utbildning eller fortbildning som erbjuder denna typ av kunskap. Förmågan att påvisa hur en bidrar till att förbättra sin omvärld eller närmiljö är fundamental för det sociala företagets fortlevnad.

Politiska beslutsfattare saknar idag förståelse och har inte tillräckligt mycket tilltro för att denna nya form av företagande som socialt företagande står för, klara av att hantera och leverera offentliga tjänster på ett tillfredställande sätt. Många gånger blir dessutom dessa företag felaktigt hopblandade med välgörenhetsprojekt, vilket ofta får ett negativt utfall (Palmås 2003 s. 95).

8 Diskussion

Vår frågeställning var *Vad sägs sociala företag av olika aktörer vara, och vilken funktion anses de kunna ha i samhället?* Vi avsåg oss uppgiften att själva forma en åsikt eller göra ett ställningstagande i de skilda oenigheterna kring sociala företags vara. Istället ha vi fokuserat på att enbart återge diskussionen i dess mångfacetterade helhet.

Det framgår i vår text att det finns oenigheter både om sociala företags praktiska karaktärsdrag liksom vad den sociala ekonomin är och om den utgör en kritik och utmaning mot dagens dominerande system. Begreppet är – i sin moderna form – nytt, och oenigheten vittnar om att det mesta är i en process av begreppsdefinierande. En iakttagelse är att det tycks handla mer om vad sociala företag skulle *kunna* vara än vad de faktiskt *är*. Att sia är mindre vetenskapligt och mer politiskt, och vi vill i vår diskussion undvika att själva tvingas diskutera profetior och manifest.

Så när vi tar ett steg tillbaka och frågar oss vad ”sociala företag” faktiskt tycks *vara*, så finner vi att det saknas en allmänt accepterad definition, att dess reella uttryck i social redovisning utstår hård kritik för sina tillkortakommanden, att det är svårt att finna finansiering, att passande legala strukturer saknas samt att ”sociala entreprenörer” inte självklart själva identifierar sin verksamhet som sociala företag.

En fråga som ligger nära till hands blir om det är en *ovanifrånprocess* att vilja formulera en gemensam identitet. Denna fråga knyter an till Reid och Griffiths inlägg om att resursrika aktörer kan komma att styra institutionaliseringsprocessen asymmetriskt gentemot andra aktörer, alltså att dessas definitioner blir allmängiltiga, oavsett om andra tyckt annorlunda.

Trots att det råder oenigheter kan i så fall vår fråga om vad sociala företag sägs vara och vilken funktion de fyller att kunna bli en fråga snarare om vilka aktörer som i realiteten är drivande i processen. Som framgått i vårt arbete är staten den största och mest heltäckande drivande aktören i Storbritannien. Följaktligen har den mycket inflytande i institutionaliseringsprocessen som den ser ut i verkligheten (i det landet). Det kan i så fall bli svårt att tala om en tredje sektor självständig från den offentliga. Därmed blir sociala företag inte heller del av ett systemutmanande tredje system. Argument med både för- och nackdelar för en sådan utveckling har tagits upp i texten. Liknande utvecklingar kan enligt oss sägas ses i Europa, och kanske i USA, när starka aktörer som EU och Kongressen antar program för sociala företags förhållanden. Precis som Pearce framhöll får i så fall den reformistiska synen mest motsvarighet i realiteten.

9 Referenser

Tryckta källor

- Bacchiaga, A & Borzaga, C, 2001; "Social enterprises as incentive structures: an economic analysis" in Borzaga, C & Defourny, J (eds.), 2001: *The emergence of social enterprise*, Routledge, London
- Bergström, G & Boréus, K, 2005; *Textens mening och makt*, Studentlitteratur, Lund
- Brown, D; Dillard, J & Marshall R S, 2006: "*Triple bottom line: A business metaphor for a social construct*", Document de Treball, vol 2, Departament d'Economia de l'Empresa, Universitat Autònoma de Barcelona
- Department of Trade and Industry, 2002; "*Social enterprise: A strategy for success*", London
- Dictionary of Contemporary English*, 2003, Longman
- Drayton, B, 2005: "*Where the real power lies*", Alliance, Vol 10:3
- Jones, D & Keogh, W, 2006: "*Social enterprise: a case of terminological ambiguity and complexity*", Social Enterprise Journal, Vol 2:1
- Laville, J-L & Nyssens, M, 2001, "The Social enterprise: towards a theoretical socio-economic approach", in Borzaga, C & Defourny, J (eds.), 2001: *The emergence of social enterprise*, Routledge, London
- Palmås, K, 2003: *Den barmhärtiga entreprenören*, Agora, Stockholm
- Pearce, J, 2003: *Social enterprise in anytown*, Calouste Gulbenkian Foundation, London
- Polanyi, K, 1997: *The Livelihood of Man*, Academic Press, New York
- Read, K & Griffith, J, 2006: "*Social enterprise mythology: critiquing some assumptions*", Social Enterprise Journal, Vol 2:1
- Ridley-Duff, R: "*Social Enterprise as a Socially Rational Business*", Paper to Social Enterprise Research Conference 2006, South Bank University, London
- Ridley-Duff, R; Bull M & Seanor, P: "*Understanding Social enterprise: Theory and Practice*", Paper to Social Enterprise Research Conference 2008, South Bank University, London
- Seanor, P & Meaton, J, 2007: "*Making sense of social enterprise*", Social Enterprise Journal, vol 3, nr 1
- Seanor P, Bull, M & Ridely-Duff R J, 2007: "*Contradiction in social enterprise*", paper to the Institute for Small Business and Entrepreneurship Conference, Glasgow 2007
- Snaith, I, 2007: "*Recent reforms to corporate legal structures for social enterprise in the UK: Opportunity or confusion?*", Social Enterprise Journal Vol 3:1

- Spreckley, Freer, 1981: “*Social Audit – A management tool for Co-operative Working*”, Beechwood College, Leeds
- Young, D R, 2001; ” *Social Enterprise in the United States: Alternate Identities and Forms* ”, prepared for The EMES Conference, *The Social Enterprise: A Comparative Perspective* Trento, Italy
- Yunus, M, 2007: *En värld utan fattigdom: socialt företagande och kapitalismens framtid*, Bookhouse Publishing, Stockholm

Elektroniska källor

Enterprise and Industry

http://ec.europa.eu/enterprise/entrepreneurship/craft/social_economy/soc-eco_enterprises_en.htm

15:09, 2009-05-24

European Research Network

www.emes.net

14:41, 2009-05-24

Office of the Third Sector, 2008, “Social enterprise action plan two years on”

a. www.cabinetoffice.gov.uk/media/84387/seap_two_years_on.pdf

14:36, 2009-05-24

b. www.cabinetoffice.gov.uk/third_sector/social_enterprise.aspx

14:38, 2009-05-24

Social Economy Europe

www.socialeconomy.eu.org

15:23, 2009-05-24

Social Enterprise Alliance

www.se-alliance.org

14:45, 2009-05-24

The White House, Office of the Press Secretary; ”President Obama to Request \$50 Million to Identify and Expand Effective, Innovative Non-Profits”

www.whitehouse.gov/the_press_office/President-Obama-to-Request-50-Million-to-Identify-and-Expand-Effective-Innovative-Non-Profits/

16:30, 2009-05-24

10 Appendix 1

Från Social Enterprise in Anytown, Pearce 2003, s. 25

