

# Den sociala entreprenaden på socialhögskolan

En undersökning av attityder och kunskap om begreppet socialt entreprenörskap

Andreas Kjellner  
Michael Svensson

---

Lunds Universitet  
Socialhögskolan

Kandidatuppsats  
HT- 2012



Handledare: Staffan Blomberg  
Examinator: Frans Oddner

# Abstract

Author: Andreas Kjellner, Michael Svensson

Title: A study of social entrepreneurship in Lunds school of social work. [Translated title]

Supervisor: Staffan Blomberg

Assessor: Frans Oddner

Social entrepreneurship is a rediscovered phenomenon in Sweden in need of exploration. It is considered a possible solution to the social exclusion in society, according to researchers (Levander 2011; Gawell et al., 2009; Yunus 2006; Lifvendahl 2005). The purpose of this bachelor thesis is to investigate the level of knowledge regarding social entrepreneurship of social work students at Lund University and to find out how the students look at the concept of social entrepreneurship. Further examine whether there is an interest in this area within the student body as well as if social entrepreneurship is given space on the social work program. We used the term social entrepreneurship as our theory to analyze the results of a survey study of students' perception of the concept. Our results indicate a lack of knowledge about social entrepreneurship that could be characterized by the Swedish societal structure. We can see the concern in profit regarding social enterprises, perhaps because of the events, mainly the Carema Care scandal, close to answering of the questionnaire. It is also likely that Socialhögskolan does not have a contributing effect to more social entrepreneurship because it is not a priority during regular education.

**Key words:** Social entrepreneurship; social exclusion; innovation; education in social work; survey.

# Innehållsförteckning

1 Inledning.....	5
1.1 Problemformulering .....	5
1.2 Syfte .....	6
1.3 Frågeställningar .....	7
2 Bakgrund .....	7
2.1 Välfärdsutveckling, en produkt av social mobilisering .....	7
2.2 Sveriges välfärdmodell, vem har ansvaret?.....	9
2.3 Entreprenörskapets förutsättningar, idag .....	11
2.4 KK-stiftelsen .....	11
3 Teori .....	12
3.1 Socialt entreprenörskap .....	12
3.2 Socialt företagande.....	14
3.3 Samhällsentreprenörskap.....	15
3.4 Social mobilisering.....	16
3.5 Entreprenörskapet, utanförskapet och lösningen?.....	17
4 Metod .....	19
4.1 Inledning.....	19
4.2 Tillvägagångssätt.....	20
4.3 Urval.....	20
4.4 Avgränsning .....	21
4.5 Förtjänster och begränsningar .....	21

4.6 Enkätkonstruktion .....	22
4.7 Kodning av öppen fråga .....	24
4.8 Bortfallsanalys.....	24
4.9 Etiska överväganden.....	25
5 Resultat.....	26
5.1 Hur ser socionomstudenter på begreppet socialt entreprenörskap?.....	26
5.2 Finns det kunskap bland socionomstudenter om socialt entreprenörskap? .....	29
5.3 Socialt arbete som framtida yrke .....	30
5.4 Hur ser intresset ut hos studenter för en utökad undervisning kring socialt entreprenörskap på socionomprogrammet? .....	33
6 Diskussion .....	34
6.1 Hur ser socionomstudenter på begreppet socialt entreprenörskap?.....	34
6.2 Intresse och kunskap angående socialt entreprenörskap.....	36
6.3 Socialt arbete som framtida yrke .....	37
6.4 Sammanfattning.....	39
7 Avslutande diskussion.....	40
7.1 Möjligheter till socialt entreprenörskap.....	41
7.2 Det sociala företagandet idag .....	42
8 Referenslista .....	44
Bilaga 1. ....	47
Enkätundersökningen om Socialt Entreprenörskap.....	47

# 1 Inledning

Entreprenörskap diskuteras just nu i många olika instanser. Ett exempel är: regleringsbrevet från år 2009 till skolverket som berörde regeringens nationella strategi för att utveckla entreprenörskap inom grundskola och högskola. Det innebär att skolan ska rikta in sig mer på kunskaper som krävs för att starta och driva ett företag samt utveckla och stimulera generella kompetenser som att se möjligheter, ta initiativ och omsätta idéer till handling (Regeringsbeslut U2008/8481/SAM/S). På Lunds universitet kan man se en liknande utveckling som främjar entreprenörskap. Lunds universitets innovationssystem, LUIS, startades år 2009 och har som uppgift att stödja forskningsupptäckter i syfte att öka tillväxten i Sverige och bidra till förbättringar i vårt samhälle (Lunds universitet 2012).

Entreprenörskap tas även upp i samhällsdebatter på t.ex. TV4 visades ett svenskt samhällsmagasin med samma namn som programledaren, Jenny Strömstedt, där hon tillsammans med gäster diskuterar samhällseliga frågor. Den 26:e november 2012 var arbetslöshet, jobb-möjligheter och den egna drivkraften huvudteman. De pratade om något som ligger i tiden just nu: Vi behöver mer företagsamhet och fler entreprenörer. Annie Lööf, centerpartiets partiledare, tog upp att det är vi tillsammans med de unga som ska skapa framtidens jobb genom entreprenörskap och kreativitet. Diskussionen fortsatte med att det är tydligt att systemet som det har sett ut, inte fungerar. Vi sitter i en skarv och det behövs något nytt. Det kanske inte är den till synes självklara kopplingen mellan jobb och pengar som är lösningen? Lifvendahl (2005) skriver i boken *Människor som gör: Samtal med sociala entreprenörer* att sociala entreprenörer är människor som kommer med innovativa lösningar och skapar nya sätt att lösa aktuella sociala problem. Det sociala entreprenörskapet är i stort sett ett öppet fält då vi inte kan hitta uppsatser som behandlar det här ämnet. I vårt sökande fann vi endast en uppsats från Uppsala Universitet som berörde det sociala entreprenörskapet.

## 1.1 Problemformulering

Vad handlar egentligen samhällsdebatten på TV4 om och hur kan vi förstå det mer akademiskt, som en aktuell diskurs? Levander (2011) belyser i avhandlingen *Utanförskap på entrenenad – diskurser om sociala företag i Sverige* att en brist på sociala aktörer i det svenska samhället, oavsett privata eller offentliga, skapar ett socialt utanförskap. Utanförskapet som nämns i debatten talas om som ett symptom på bristen av nödvändiga entreprenörer som ska skapa de jobb som behövs i nuläget och inför framtiden. Levander

(2011) skriver att vi i det svenska samhället kan likställa arbetslöshet med utanförskap eftersom mycket av det svenska samhället är byggt upp kring förmåner och bidrag som är kopplade till att ha en inkomst. Vidare menar hon att problemet inte är arbetslösheten i sig utan hela sättet att se på nya möjligheter. Arbetslöshet och utanförskap är symptom på vår samhälleliga brist på mod och stöd vad gäller initiativ, innovation och drivkraft.

GEM: Global entrepreneurship monitor, en organisation som undersöker entreprenöriella förhållanden har med hjälp av Entreprenörskapsforum skrivit en rapport vid namn *Entreprenörskap i Sverige – Nationell rapport*. Den visar att den svenska befolkningen identifierar goda möjligheter till entreprenörskap men att det finns brister i kunskap och att vi därmed är rädda för att misslyckas. I rapporten menar författarna Braunerhjelm et al. (2012) att utbildning i entreprenörskap är ett av ramvillkoren för företagande samt att information om att starta och driva företag bör vara en viktig del av utbildningssystemets olika nivåer från grundskola till högskola.

Det händer något i Sverige just nu som eventuellt är kopplat till det pågående skiftet eller rättare sagt utökade ansvaret för välfärden. Om man vet var man ska leta kan det observeras att ett nygammalt fenomen är påväg tillbaka enligt Denvall et al. (2011) i *Social mobilisering: en utmaning för socialt arbete*. Ett begrepp som benäms som socialt företagande (ibid.). Många forskare betraktar socialt entreprenörskap som en möjlig lösning på det utanförskap som råder i samhället idag (Levander 2011; Gawell et al. 2009; Yunus 2006; Lifvendahl 2005). Med det i åtanke hörde vi av oss till bl.a. prefekter på socionomutbildningar runt om i landet och hörde hur de jobbade med socialt entreprenörskap. Däremot fick vi inte den respons vi hade hoppats på, ofullständiga eller otillfredställande svar kort sagt och bestämde oss för att undersöka attityder, intresset och kunskaper om socialt entreprenörskap bland socionomstudenter. Vill de bedriva socialt företagande i framtiden eller anser de att det borde förbehållas ekonomer och andra vinststrävande yrkeskategorier? Vidare, hur bidrar socionomutbildningen till kunskap om socialt entreprenörskap?

## 1.2 Syfte

Syftet med vår c-uppsats är att undersöka attityder och kunskaper om socialt entreprenörskap hos socionomstudenter och att ta reda på hur studenterna ser på begreppet socialt entreprenörskap; vidare undersöka om det finns ett intresse för detta område bland studenterna samt om socialt entreprenörskap ges utrymme på socionomprogrammet.

## 1.3 Frågeställningar

- Hur ser kunskapen och attityden till socialt entreprenörskap ut bland socionomstudenter?
- Hur ser intresset ut hos studenter för en utökad undervisning kring socialt entreprenörskap på socionomprogrammet?
- Är studenter intresserade av socialt entreprenörskap som ett framtida arbetssätt?

## 2 Bakgrund

I *Entrepreneurship in the name of society: reader's digest of a Swedish research anthology* skriver Gawell, Johannisson och Lundqvist (red.) (2009) att de flesta människor håller med om att entreprenörskap handlar om *att göra*. Entreprenörer skapar något nytt, ibland som resultat av att slita ned något gammalt. Entreprenörskap är med andra ord inte begränsat till att starta företag, utan har en större räckvidd, t.ex. starta en verksamhet eller organisation (Gawell et al. 2009). För att förstå det sociala entreprenörskapet är det bra om man får en förståelse för hur det hänger ihop med andra begrepp inom entreprenörskap. I vår kandidatuppsats använder vi oss av många olika begrepp; entreprenörskap, socialt entreprenörskap, socialt företagande, social mobilisering och samhällsentreprenörskap. För att det inte ska bli svårt att hänga med för läsare, tänker vi exemplifiera de begrepp vi valt att använda och hur de hör ihop. I nästa kapitel går vi djupare in på begreppsdiskussion.

### 2.1 Välfärdsutveckling, en produkt av social mobilisering

Det som är relevant med välfärdens historia och utveckling är att den också belyser skiftet i ansvaret för välfärden i Sverige. Om vi kan definiera ansvaret blir det lättare att också definiera vilken roll socialt entreprenörskap tar för att främja välfärden. Går vi tillbaka i tiden, så långt som till 1880-talet, hände något intressant i Europa som senare kom att kallas för social mobilisering, Boulding (1977:213) skriver:

Medel- och överklasskvinnor utvecklade nya former av allianser när de slutligen kom att förstå hur mycket de hade berövats. 1880 var de beredda att överbrygga de nationalistiska stridigheterna i Europa och bygga upp alternativa strukturer för att lösa det som de redan hade uppfattat som globala – inte nationella – problem med social rättvisa och mänsklig välfärd... Fenomenet med kvinnornas frivillig-

organisationer härrörde delvis från kvinnors oförmåga att få männen att prioritera decentralism och icke-våld och delvis från det faktum att män inte uppfattade kvinnor som mänskliga varelser med egna rättigheter – för att inte tala om som partner i större offentliga sammanhang.

Lorenz (1998) beskriver i *Socialt arbete i ett föränderligt Europa* hur kvinnorörelsen använde ”dåtidens” socialarbetarroll för att nå en högre position och komma från manuellt arbete och få ett allmänt erkännande. Vidare beskriver han hur det har hänt mycket i utvecklingen av det sociala arbetet som är viktigt. I korta drag handlar det om hur det sociala arbetet i Europa kommer i demokratisk uppbyggnad efter andra världskriget för att återuppta en casework tradition från USA, på grund av att metoden hade demokratiska principer. Det hände en kraftfull internalisering inom socialt arbete i Sverige från utländska influenser p.g.a. att det låg i tiden (Lorenz 1998). Meeuwisse och Swärd (2006) skriver i kapitlet ”Socialt arbete i internationellt perspektiv” i *Socialt arbete: en grundbok* om traditioner inom det sociala arbetet och nämner casework traditionen som en av två starka traditioner i Sverige. ”I många länder i västvärlden har den terapeutiska, motiverande, behandlande och rådgivande traditionen (casework-traditionen) haft en stark ställning. Stor tonvikt läggs vid mötet och relationen mellan klient och socialarbetare. Denna tradition kan ursprungligen sägas ha hämtat näring från bl. a. Freuds psykoanalytiska teoribildning.” (Meeuwisse och Swärd, 2006 s. 199). Den andra traditionen som tas upp är den socialadministrativa traditionen som har varit stark i Sverige, socialarbetare är ofta kommunalt anställda och tillämpat lagar och förordningar samt att stor vikt har lagts på myndighets- och maktutövning (ibid.).

Förutom uppkomsten av olika traditioner inom det sociala arbetet har dessutom begreppet avinstitutionalisering, som tas upp av Anna Meeuwisse (1997) i avhandlingen *Vänskap och organisering*, en relevant påverkan på förändringen av ansvar inom samhället. Det skapades motreaktioner eftersom allmänheten fick upp ögonen för t.ex. missförhållanden inom psykiatrin. En av psykiatrins motreaktioner utmynnade i det som idag är känt som Fontänhusrörelsen. Rörelsen skapades av en social entreprenör, och utvecklades sedan till en social mobilisering av missnöjda grupper inom samhället. De kallade sig överlevare av den psykiatriska vården (Meeuwisse 1997). Det sociala entreprenörskapet i sig är inget nytt fenomen, utan har funnits hela tiden. Det är dock påväg tillbaka eftersom det har börjat ske ett skifte i ansvar inom välfärden. Carlberg skriver i sitt kapitel ”Socialt företagande – en mobilisering i tiden?” i Denvall et al. (2011) *Social mobilisering: en utmaning för socialt*



arbete, att det "[...] handlar om en relativt ny förteelse i Sverige eller, kanske mer korrekt, återkomsten av ett nygammalt fenomen, nämligen det sociala företagandet. Det sociala företagandet har under decennierna förknippats med begrepp som nykooperation, arbetskooperativ, brukar- och egenmakt och social mobilisering." (Carlberg, 2011, s.143). Det sociala företaget fontänhusrörelsen skapades med andra ord av en social entreprenör och blev startskottet till en social mobilisering i samhällen över hela världen. Samtidigt hamnar ovanstående inom kategorin samhällsentreprenörskap och självklart är det socialt entreprenörskap.

## 2.2 Sveriges välfärdmodell, vem har ansvaret?

"En del forskare förklarar avinstitutionaliseringen som en naturlig följd av det moderna samhället och välfärdssystemens utveckling." (Meeuwisse, 1997, s. 70). Under avinstitutionaliseringen erbjöd fontänhusen psykosocial rehabilitering till före detta psykiskt sjuka, ett ansvar som förut låg inom den psykiatriska vården. Gawell et al. (2009) menar att entreprenörer måste riva ned något gammalt för att lämna plats till något nytt vilket stämmer överens med fontänhusrörelsen.

Sveriges välfärdsmodell har formats av flera händelser lika avinstitutionaliseringen, där gamla mönster har ersatts med nya sätt att bekämpa sociala problem. Morales och Sheafor (2004) går närmare in på detta i boken *Social work. A profession of many faces*. De tar upp Esping-Andersens modell vilken beskriver hur välfärdsmodeller kan se ut i olika delar av världen. Där urskiljs tre grundmodeller; den socialdemokratiska, den kooperativistiska och den liberala välfärdsmodellen. Beroende på flera faktorer, bl.a vem som har ansvar för välfärden, socialarbetarnas anställningsförhållanden och hur effektiva modellerna är mot barnfattigdom, placerar Esping-Andersens modell dem i olika kategorier. Morales och Sheafor (2004) kommer fram till att Sverige är en socialdemokratisk välfärdsstat, vilket även Bergh (2009) tar upp i *Den Kapitalistiska Välfärdstaten*. Han menar att länderna i skandinavien har en säregen typ av välfärdsstat, där välfärdsprogrammet även omfattar medelklassen; benämns som socialdemokratisk välfärdsstat (ibid.).

Lorenz (1998) utvecklar Esping-Andersens modell vidare och urskiljer istället olika välfärdsmodeller som utgår ifrån Leibfrieds modell kombinerad med Esping-Andersens analys av välfärdsregimerna. Han placerar Sverige i något han benämner den skandinaviska modellen, en välfärdsmodell som garanterar en relativt hög levnadstandard för alla

medborgare. Den höga levnadstandarden ska uppnås genom en finansiell omfördelning till utsatta grupper. I den här modellen finns ett starkt statligt ansvar, universalism och solidaritet vilket ger en mindre betydande roll till familjens och marknadens betydelse när det kommer till ansvar för välfärden (Lorenz 1998).

Dock är det viktigt att beakta det Meeuwisse och Swärd (2006) skriver om den skandinaviska modellen, kommunerna axlar ett mycket större ansvar än i andra välfärdsmodeller istället för t.ex. frivilligorganisationer, ”inte minst den kommunala socialtjänsten har länge haft en i internationellt avseende unik position.” (Meeuwisse & Swärd, s. 217). Att vi fortfarande har den ansvarsfördelningen vi haft tidigare är något Gawell et al. (2009) tar upp och problematiserar. De menar att uppdelningen mellan privat, offentligt och ideellt som hittills styrt i Sverige inte längre behöver se ut som den gör. Det har varit onödigt komplicerat och svårt att utveckla idéer och skapa egna initiativ för allmänhetens bästa. Genom att vi vågar ifrågasätta nuvarande strukturer kan vi organisera samhällsfunktioner på ett effektivare och smartare sätt.

Berger och Luckmann (1998) förklarar i boken *Kunskapsociologi* att samhällsordningen vi lever i finns genom vår existens; den skapas ständigt genom vår fortlöpande externalisering. Vi menar att den socialdemokratiska välfärdstat vi lever i här i Sverige är något vi själva, i vårt land, har format genom en pågående externalisering. I vår samexistens med andra människor både externaliserar vi våra värderingar samt internaliserar vår verklighet (ibid.). Vidare sker primär och sekundär socialisation, begrepp som används inom sociologin för att beskriva processer som sker inom ett samhälle. Processerna stärker gruppens samlevnad och överlevnadsmöjligheter genom att individer anpassa sig omedvetet (ibid.). Därför lär vi oss tidigt när vi växer upp vem som bär ansvaret för välfärden, i vårt fall den socialdemokratiska välfärdsstaten. Förutom detta har vi flera starka traditioner i Sverige bland annat Casework-tradition, socialadministrativ-tradition samt en omsorgstradition. Förutom vår välfärdsmodell finns det flera starka traditioner vilka beskriver hur roller kring klient och behandlare ska se ut där empowerment tidigare inte har varit viktigt, vilket nu håller på att ändras. Detta är mycket på grund av våra kristna traditioner där en omsorgstradition var rådande. I den här traditionen förutsätter man att människan man behandlar inte kan klara sig själv (Meeuwisse & Swärd 2006).

## 2.3 Entreprenörskapets förutsättningar, idag

Hur har då ansvarsfördelningen påverkat våra förutsättningar för entreprenörskap i Sverige? För att ge förståelse för detta vill vi presentera en rapport på läget för entreprenörskap i dagens Sverige. I rapporten från Global Entrepreneurship monitor (GEM), har svenska forskare och experter presenterat sin syn på Sveriges entreprenörskap. Inom rapporten som Braunerhjelm et al. (2012) presenterar finns intressanta fakta, t.ex: över 70 % av den svenska befolkningen kunde identifiera bra förutsättningar för entreprenörskap, cirka 40 % av den svenska befolkningen ansåg sig ha kunskaperna för att starta ett eget företag och cirka 35 % av den svenska befolkningen var rädda för att misslyckas och ville därför inte starta ett eget företag. Vidare menar författarna att mindre än hälften av möjligheterna till entreprenörskap används. Dessutom nämndes att: ”Kvinnors företagande ökar sedan mitten av 2000-talet men är fortfarande lågt i jämförelse med andra liknande länder.” (Braunerhjelm et al. 2012, s. 6). När det kom till själva förutsättningarna till entreprenörskapet menade författarna att det rörde sig om att den svenska befolkningen saknade kunskaper kring hur man skulle gå till väga, snarare än att den svenska befolkningen inte gjorde det för att de trodde att det fanns dåliga förutsättningar. ”Över två tredjedelar av den vuxna befolkningen i Sverige anser att det finns goda möjligheter att starta företag i närområdet, betydligt fler än i andra liknande länder.” (ibid.). De skriver att experter anser att det var bristande kunskap och förmåga snarare än strukturell problematik. De kunde också se en mycket negativ trend när det kom till finansiering inom svenskt entreprenörskap men även en positiv trend när det kommer till syn på möjligheter att starta företag, företagares status samt den fysiska infrastrukturen (ibid.).

## 2.4 KK-stiftelsen

I vår undersökning om socialt entreprenörskap kom vi kontakt med Stiftelsen för kunskaps- och kompetensutveckling (KK-stiftelsen) bl.a. genom boken *Entrepreneurship in the name of society: reader's digest of a Swedish research anthology* skriven av Gawell et al. (2009). I syfte att stärka Sveriges förmåga att skapa värde vill KK-stiftelsen att näringslivet, lärosäten och forskningsinstitut gemensamt utvecklar avancerad kunskap och kompetens. De skriver själva att de är en aktiv finansiär vars mål är att skapa ny potential, öka resultat och främja risktagande. Stiftelsen bildades 1994 och har sedan dess investerat cirka sex miljarder kronor i över 2000 projekt kring utvecklingen av nya lärosäten och institut, kompetensutveckling i näringslivet m.m. KK-stiftelsen ser socialt entreprenörskap som ett initiativ som syftar till att förbättra det som inte fungerar eller helt saknas i samhället (Gawell et al. 2009).

## 3 Teori

Landström (2005) skriver på s.9 i *Entreprenörskapets Rötter* att "[...] varken innebörden i begreppet entreprenörskap eller vad forskningen har genererat för kunskap är helt klart varken för studenter eller forskare." Det finns många olika sätt att se på entreprenörskap i termer av olika definitioner, det samma gäller socialt entreprenörskap. Många har säkert hört talas om begreppet utan att reflektera vidare kring vad det innebär. Nedan följer vad vi hittat om de olika begrepp vi behöver för att belysa vår enkätundersökning på bästa möjliga vis.

### 3.1 Socialt entreprenörskap

Termen socialt entreprenörskap användes för första gången i *The sociology of social movements* av Banks (1972) och myntades av Bill Drayton, grundare och nuvarande ordförande för Ashoka: innovatörer för allmänheten, en ideell organisation med syfte att finna och främja sociala entreprenörer runt om i världen. Hans definition av begreppet handlar om entreprenörer som arbetar för social förändring genom entreprenöriella lösningar. I *Social Entrepreneurship* av Varbanova (2009), kan man läsa bl.a om hennes syn på entreprenörskapet. Hon förklarar att sociala entreprenörer ser en framtid på platser där andra inte kan, att de ser slutresultatet globalt redan innan start och att de vänder problem till möjligheter. Det handlar om att inte bara ha bra idéer, utan att veta hur man ska genomföra dem.

Det finns många olika sätt att se på begreppet och ingen definition har blivit spikad. Vi redogör för några olika tolkningar i det här avsnittet. Vi kan börja med ett utdrag från avhandlingen *Utanförskap på entreprenad – diskurser om sociala företag i Sverige*. Levander (2011) skriver att praktiker i USA tenderar att förstå begreppet som socialt företagande och att det anses vara något som frivilligorganisationer gör. I västeuropa däremot görs en gränsdragning mellan benämningen socialt entreprenörskap och socialt företagande. "Europeisk forskning kring socialt entreprenörskap riktar framför allt in sig på att analysera den sociala innovationsprocess som företas av så kallade sociala entreprenörer. Socialt entreprenörskap kan här innefatta allt från frivillig aktivism bland ideella aktörer till olika former av socialt ansvarstagande inom den privata företagssfären, så kallad corporate social responsibility." (Levander, 2011, s.17).

Ellis (2010) skriver på s. 149 i boken *The new pioneers* att det finns tre olika dimensioner av socialt entreprenörskap. För det första är det en process som skapar värde

genom att kombinera resurser på nya sätt (= social innovation). Dessa resurskombinationer är främst avsedda att utforska och utnyttja möjligheterna att skapa socialt värde genom att stimulera social förändring eller tillgodose sociala behov (= socialt värde). För det tredje, sett som en process, innebär det att erbjuda tjänster och produkter men kan också bidra till skapandet av nya organisationer (= sociala affärsmöjligheter).

I boken *Berättelser: Verkligheter och möjligheter och sociala entreprenörer*, delar Andersson (2001:17), fritänkare inom socialdemokratien med stark förankring i den ideella sektorn, med sig av sin definition av socialt entreprenörskap: ”Socialt entreprenörskap tar sikte på förnyelsen av samhället som sådant och kan omfatta såväl enskilda som frivilliga organisationer, föreningar och rörelser. Det inkluderar olika sektorer av samhället och olika aktörer i samhällslivet. Begreppet socialt ges alltså en mycket vid innebörd.” Det handlar alltså inte bara om människor som gör sociala insatser för sina medmänniskors skull, eller den så kallade allmänna nyttan, utan även om de som medvetet testat okonventionella sätt att arbeta.

Lifvendahl (2005), vars syn på begreppet vi presenterade i inledningen, menar att sociala entreprenörer skapar nya lösningar och tankar i nya banor inom sociala områden. Hon skriver att ”[...] entreprenörskapet, socialt inriktat eller ej, är ett bejakande av den drivkraft som varit människans främsta verktyg för överlevnad genom tiderna – nyfikenheten. Går det att göra saker bättre?” (Lifvendahl, 2005, s. 22). Genom hennes bok fick vi upp ögonen för en New York-bo som skrivit mycket om socialt arbete. Han heter David Bornstein och beskriver de sociala entreprenörerna på följande sätt i sin bok *How to change the world: social entrepreneurs and the power of new ideas*: ”De har starka idéer för att förbättra människors liv och de har tillämpat dem i städer, länder, och i vissa fall, världen.” (Bornstein, 2004, s. 9, vår översättning).

Om man tittar närmare på själva entreprenörskapet, ser man att det inte handlar om något som uppstår slumpartat hos vissa individer. ”Bakom varje steg och innovation finns en eller flera människor som 1: medvetet bryter mönstret, 2: vågar ta risken att misslyckas, och 3: utmanar mentala gränser. De gör egentligen tvärt emot vad vi fått lära oss, nämligen att 1: man ska anpassa sig, 2: man får inte misslyckas och 3: man ska göra som man gjort förut. Flera av de sociala entreprenörerna motbevisar också myten om att bara det offentliga kan skapa välfärd och trygga lösningar.” (Lifvendahl, 2005, s. 24).

## 3.2 Socialt företagande

Det finns ingen enkel och entydig definition av vad ett socialt företag är. Europa har olika uppfattningar och olika lagstiftningar som sätter upp kriterier som måste uppfyllas för att företag ska få kalla sig ”sociala” och därmed kunna få skattelättnader. I Sverige finns ingen officiellt erkänd definition (Carlberg, 2011). Skälen till att starta eller utveckla sociala företag ser olika ut men en gemensam nämnare är drivkraften. ”För dagens sociala företag är rätten till arbete en viktig drivkraft.” (Carlberg, 2011, s.144, vår kursivering). I april 2010 fattade regeringen beslut om en *Handlingsplan för arbetsintegrerande sociala företag*. Deras egen definition lyder som följer: ”Sociala företag kan ha olika inriktning på sin verksamhet. De kan t.ex. vara arbetsintegrerande, ha fokus på rehabilitering eller på social gemenskap och sysselsättning. Sociala företag kan ha flera organisationsformer, t.ex. ekonomisk förening, ideell förening, kooperativ, stiftelse eller aktiebolag med särskild vinstutdelningsbegränsning.” (Regeringsbeslut N2010/1894/ENT s. 2).

Gawell et al. (2009) hävdar att socialt orienterade företag inte kan ersätta offentligt engagemang i viktiga samhällsfrågor och bör därför se myndigheter som viktiga samarbetspartners. I annat fall, kan moraliskt värdigt och hårt arbete som baserats på många människors förtroende och vilja att hjälpa, förlora sin legitimitet i det offentliga rummet vid t.ex. dålig publicitet. Offentliga system kan fungera som en organisatorisk garanti för en hållbar förändring över tid när det civila samhället eller företag inte kan uppnå detta på egen hand (ibid.). I många företag finns det, förutom en önskan att utveckla sitt eget företag, ett intresse att bidra till lokal och regional utveckling. För att hitta en synergi i partnerskap med myndigheter som bygger på båda dessa intressen, utgör en demokratisk och rationell dialog en viktig grund. Detta gäller för socialt inriktad företagsamhet, likt all annan verksamhet, i syfte att bibehålla en hållbar relation med industrin (ibid.).

Yunus (2010) beskriver i sin bok *Den nya typen av kapitalism som tjänar mänsklighetens mest trängande behov*, ett perspektiv på socialt företagande. Han menar att det finns två typer av sociala företag. ”Ett som inte gör förlust och inte ägs av investerare, vilka återinvesterar alla vinster för att expandera och förbättra företaget... Den andra är ett vinstdrivande företag, ägt av fattiga, antingen direkt eller genom en stiftelse för att ägna sig åt ett förutbestämt socialt ändamål.” (Yunus, 2010, s. 29). Skillnaden mellan de två är helt enkelt ägandeformen och vinstutdelningen. I typ ett går vinsten direkt till att expandera verksamheten medan typ två använder vinsten till att försöka lösa det sociala problemet mer

direkt, genom att betala ut till brukarna själva.

Levander delar också in det sociala företagandet i två. Till skillnad från Yunus beskriver hon sin indelning i två diskurser, utanförskapdiskursen och självstyrandediskursen. Den förstnämnda beskriver socialt företagande vilket presenteras som en möjlighet för marginaliserade grupper, vilka har varit föremål för vård och återgärder, att återta makten över sina liv genom att skapa lösningar utifrån sina egna behov. Den andra diskursen beskriver i större utsträckning det sociala företaget som ett effektivt arbetsmarknadspolitiskt verktyg som kan motverka utanförskap och skapa integration i samhället. Ett resultat av att sociala företag bedriver näringsverksamhet är nämligen att det skapas nya arbetstillfällen för grupper som traditionellt har svårt att etablera sig på arbetsmarknaden vilket i sin tur kan bidra till att man minskar utanförskapet i samhället. ”Genom att presenteras som en lösning på samhällsproblem som dagens välfärdsstatliga institutioner hittills inte har lyckats hantera på ett tillfredsställande sätt, laddas det sociala företagandet också med övervägande positiva konnotationer i samtida socialpolitiska diskurser.” (Levander, 2011, s.15). Ett tydligt exempel hämtat från *Handlingsplan för arbetsintegrerande sociala företag*:

De sociala företagen i Sverige och andra europeiska länder har visat en god förmåga att erbjuda arbete. Företagen erbjuder arbetstillfällen som tar tillvara individens förutsättningar och skapar alternativa vägar för rehabilitering till arbete. För samhället är investeringen i ett socialt företag inte bara en investering i livskvalitet och hälsa för individen, utan kan också vara samhällsekonomiskt lönsamt (Regeringsbeslut N2010/1894/ENT s. 5).

Av ovanstående att döma finns det endast positiva aspekter av socialt företagande. Levander (2011) belyser däremot att det, som med allt annat, finns svårigheter. Hon tar upp dilemman och motsatser när det kommer till sociala företag, ett exempel handlar om vinstmål kontra socialt mål. Man måste med andra ord prioritera, om fokus ligger på att skapa vinst blir det sannolikt problematiskt för företagets sociala mål.

### **3.3 Samhälls-entreprenörskap**

”Styrkan i samhälls-entreprenörskap är förmågan att skapa en utveckling vars drivkraft är att motverka sociala problem som fattigdom, utanförskap och miljöförstöring. Men utan en tydlig grund för en bredare diskussion bland berörda parter misslyckas man uppnå inkluderande och integrerande lösningar.” (Gawell et al. 2009 s. 69, vår översättning).

Alla former av samhälls­entreprenörskap är inte lika givna i den här uppsatsen. Ibland ligger nämligen fokus endast på den kommersiella delen. Vi vill poängtera att vi har inriktat oss på samhälls­entreprenörskap vars mål är att lösa sociala problem. Gawell (2009) menar att samhälls­entreprenörer tenderar att agera i gränslandet mellan t.ex. ideellt och kommersiellt, mellan den offentliga sektorn och den privata marknaden samt mellan akademi och världen utanför. De mest innovativa utmanar vårt segmenterade samhälle genom att ifrågasätta begrepp som marknad och vinst genom att skapa nya vägar som varken är beroende av subventioner eller att maximera vinsten.

KK-stiftelsen definerar samhälls­entreprenörskap på följande sätt: "[...] Innovativa initiativ som utvecklar samhällsnyttiga funktioner." Eftersom begreppet är relativt nytt i Sverige bör den här typen av definitioner förbli preliminära men det handlar helt enkelt om en eller flera individers idéer och ambitioner för allas gemensamma bästa. KK-stiftelsen föredrar termen "samhälleligt" istället för "socialt" entreprenörskap, för att betona att den förra omfattar mer än endast sociala frågor. De olika termerna illustrerar också skillnaden mellan olika sätt att organisera samhället. I Sverige är termen anpassad till en utvecklad välfärdsstat där samhälls­entreprenörskap är en fråga för hela samhället, inte bara det traditionella området sociala frågor. "Samhälls­entreprenörskap med alla dess behov av att bygga relationer och partnerskap är en ganska komplicerad och krävande uppgift. Men det är ofta det enda sättet att framgångsrikt hantera komplexa, samhälleliga problem för att bygga bättre samhällen." (Gawell et al. 2009 s.71, vår översättning).

### **3.4 Social mobilisering**

Ett begrepp vi gick igenom redan i sektionen "Bakgrund", vilket beskrivs av Denvall, Heule och Kristiansen (red.) (2011) i *Social mobilisering: en utmaning för socialt arbete*, som en organisering av grupper i ett samhälle vilken kan bidra till social förändring eller samhällelig utveckling. De använder begreppet för att beskriva gräsrotsorganisering och hur den kan kombineras med sektoröverskridande utvecklingsinsatser för att motverka fattigdom, ohälsa eller diskriminering. En typ av aktivistisk rörelse vars syfte är olika former av social förändring, t.ex. fontänhusrörelsen eller andra stora samhällsförändrande organisationer (ibid.). Till skillnad från många andra begrepp vi tar upp i den här delen handlar inte social mobilisering nödvändigtvis om en individs innovativa idé som kan utvecklas för att till slut beröra många utan mer om många individer som tillsammans enas om en gemensam agenda.



### 3.5 Entreprenörskapet, utanförskapet och lösningen?

Många av dagens sociala lösningar byggdes för strukturen som fanns under det industriella samhället när gränser mellan nationer, marknad, offentlig sfär samt arbete och fritid var viktigare än vad de är idag. Gawell et al. (2009) hävdar att sociala entreprenörer, med hjälp av entreprenöriell logik i syfte att tacklas med samhällsliga problem, visar att det fungerar att vara både kommersiell och driven av ideal samt att utveckla samhället och på samma gång skapa en egen försörjning. Hon skriver att de tuffa frågor vi står inför idag samt inför framtiden: klimathotet, migration och segregation, globalisering och ojämn fördelning är gränslösa och alltför komplexa för att lösas av enskilda aktörer.

De tre dimensioner, vilka togs upp under rubriken ”Socialt entreprenörskap”, som Ellis (2010) skriver om social innovation, socialt värde och sociala affärsmöjligheter, representerar de resurser och effekter man arbetar för att skapa, ta tillvara på samt kombinera på ett sätt som gagnar samhället. Ett exempel som eftersträvas, vilket vi varit inne på tidigare under rubrik ”Socialt företagande”, är det sociala värde som skapas för dem som får en möjlighet att komma tillbaka in i samhället. Gawell (2009) menar att myndigheter är dåliga på att skapa arbetstillfällen för grupper som har svårt att ta sig in på arbetsmarknaden. Varför är det viktigt att de som hamnat i utanförskap själva får vara med och skapa möjligheter för sig själva och andra i liknande situationer? Helt enkelt för att de genom att försöka befria sig själva från sitt utanförskap, samtidigt utövar empowerment. Eller, som Levander (2011:16) skriver:

I regel förstås delaktigheten i dessa sammanhang som en möjlighet för marginaliserade grupper att gemensamt ta makten – inte bara över företaget – utan också över sina liv. På så vis framträder delaktigheten som en emancipatorisk kraft, där lösningarna skapas underifrån av brukarna själva snarare än av professionella hjälpaktörer ovanifrån.

Det handlar till stor del om självständighet och att människor om möjligt bör försöka skapa egna lösningar istället för att bli beroende av t.ex den offentliga sektorn. Vidare om en aktiv arbetsmarknadspolitik, främst utifrån incitament som avser att stimulera arbetslösa att bli anställningsbara igen för ett återinträde på arbetsmarknaden, istället för att endast sörja för ett medborgeligt skydd mot inkomstbortfall och dylikt genom offentlig inriktad konjunkturpolitik. Det är nämligen inte bara individen som befrias från sin börda när hen återvänder till arbete, det gynnar det gemensamma bästa och samhället drar stor nytta av alla som kan bidra. Det blir

således viktigt att det finns olika typer av lösningar som kan bidra till att utanförskap bryts så fort som möjligt, för att kunna anpassa hjälpen till individerna. Det arbetsmiljöpolitiska kunskapsrådet beskriver detta utförligare i utredningen *Inkluderande arbetsliv* från 2009:

Om man inte har ett arbete utan är bidragsförsörjd är man i ett 'utanförskap'. Utanförskapet är en tung börda för den berörda individen. Den kan skada hälsan och välbefinnandet. Den kostar gigantiska belopp. Och den gör att välfärden blir allt svårare att finansiera, eftersom skatteunderlaget krymper – färre betalar skatt. Om utanförskapet varar alltför länge blir det mycket svårt att bryta. Det blir mycket svårt att återföra individen från utanförskap till arbetsliv (SOU 2009:93, s.18-19).

För att illustrera vilka pengar det rör sig om tar vi hjälp av en rapport från Sotenäs, en kommun mitt i Bohuslän mellan Oslo och Göteborg med cirka 9000 invånare. Rapporten, framtagen av Hassing Karlander, Westlund och Grundhall (2010) vid namn *Utanförskap eller prevention? - en socioekonomisk beräkning av kostnaderna för utanförskap och prevention i Sotenäs* undersökte hur det skulle gå för de 484 barn som var mellan 0-6 år 2008 i kommunen, om man applicerade riksnormaliteten när det gäller antal personer som riskerar att hamna i någon form av utanförskap. Statistiken visade att 62 barn, dvs. 12,8 % sannolikt hamnar i någon form av utanförskap. Närmare bestämt kommer en person blir narkoman, fem blir alkoholister, 27 st drabbas av psykisk sjukdom och 29 st blir långtidssjukskrivna eller arbetslösa enligt statistiken (Hassing Karlander et al. 2010). Nedan följer de sannolika välfärdskostnaderna för det framtida utanförskapet för dessa individer:

	Antal år		
	1	5	50
Arbetsförmedling	954 769	4 420 480	21 330 940
Försäkringskassan	6 682 428	30 938 940	149 295 273
Kommunen	7 174 112	33 215 387	160 280 224
Landstinget	4 898 253	22 678 400	109 434 189
Rättsväsendet	1 407 493	6 516 546	31 445 471
Övriga	800 632	3 706 842	17 887 298
<b>Summa</b>	<b>21 917 687</b>	<b>101 476 596</b>	<b>489 673 396</b>

Figur 1, tagen från *Utanförskap eller prevention?* (Hassing Karlander et al. 2010, s. 7).

Enligt rapporten kommer de 62 individerna kosta drygt 21 miljoner kronor per år, vilket i ett livslångt perspektiv uppgår till drygt 480 miljoner kronor. Utöver det tillkommer produktionsförluster vilka ur ett livslångt perspektiv uppgår till ca 421 miljoner kronor. Sammanlagt med ovanstående summa hamnar de framtida samhälleliga välfärdskostnaderna för de 62 individerna på närmare 900 miljoner kronor. ”Med denna kunskap borde hälsofrämjande och förebyggande arbete ha ett mycket stort potentiellt värde och kunna ställas mot de kostnader man har för att göra preventiva insatser.” (Hassing Karlander et al. 2010, s. 7).

Levander, 2011 försäkrar oss om att socialt entreprenörskap i form av t.ex. sociala företag har en möjlighet att skapa sociala och kulturella identitetsprocesser som utmanar diskriminerande idéer och skapar arbetsintegrerande lösningar för människor som står utanför arbetsmarknaden, vilket i sin tur kan bidra till social förändring för utsatta grupper i samhället som t.ex. arbetslösa. Det är däremot ingen universallösning. Alla kan inte gå från bidragstagare till företagare. Företagsformen har en till synes normativ legitimitet med tanke på delaktighetens unika rehabiliteringsvärde, däremot vet vi inte i vilken mån dessa företag de facto bidrar till att bryta utanförskapet än, på grund av den begränsade forskningen. Det vi vet med säkerhet är att det behövs mer forskning kring det sociala företagandets effekter innan vi vet hur effektivt det sociala entreprenörskapet är.

## **4 Metod**

### **4.1 Inledning**

Innan vi går in på hur vi har resonerat och gått till väga under arbetets gång, vill vi först och främst berätta att arbetet med uppsatsen har resulterat i dels ett handledarbyte ungefär halvvägs in i processen samt ett skrivpartner-byte. Andreas Kjellner är den gemensamma nämnaren som har följt med från idé till färdig produkt. Själva övergången skedde utan större problem, efter att arbetet blivit liggande ett tag för att tas upp igen vid senare tillfälle. Michael Svensson fann snabbt ämnet mycket intressant och har efter att ha introducerats till uppsatsen, arbetat tillsammans med Andreas. Vi har tillsammans författat uppsatsen och är överens om att vårt samarbete har fungerat väl. Arbetet med att färdigställa den återupptagna kandidatuppsatsen har skett utan större bekymmer, mycket tack vare en motiverande och effektiv handledare, Staffan Blomberg.

## 4.2 Tillvägagångssätt

Nedan följer en förklaring av vår arbetsprocess och en presentation av hur vi gått tillväga. Vi utförde en surveyundersökning av studenters attityder till och kunskaper om begreppet socialt entreprenörskap. Vald teori applicerades som ett ramverk för en diskussion av vår empiri. Vi använde oss av Google drive, före detta Google docs, för att skapa vår enkät efter att ett första utkast färdigställts. En tjänst som tillhandahålls kostnadsfritt av Google.

Vi har tillsammans gjort litteratursökningar, kodat, bearbetat och analyserat resultatet av enkätundersökningen. Under en kort period i slutet av arbetet blev vi tvungna att arbeta på olika håll: på grund av tidspress. Under den tiden valde vi att dela upp uppsatsens olika avsnitt för att senare behandla varandras texter successivt, vi hoppas att detta inte återspeglas i vår slutgiltiga text.

Mycket av arbetet har lagts på att skapa en utökad förståelse för begreppet socialt entreprenörskap. Istället för att dela upp teori och tidigare forskning har de vävts ihop för att förmedla det vi hävdar är en nödvändig förståelse för vårt studieobjekt. Teori och tidigare forskning presenteras alltså i ett avsnitt och resultatet av vår undersökning därefter. Först mot slutet kopplas bakgrund, teori och empiri ihop, allt i syfte att presentera vår undersökning så tydligt och överskådligt som möjligt.

## 4.3 Urval

Efter en inbördes diskussion gällande urval kom vi fram till att ett bekvämlighetsurval passade undersökningen bäst, vilket förklaras av Bryman (2011) i boken *Samhällsvetenskapliga metoder* som ett urval där man använder personer som är tillgängliga för forskaren. Utefter denna princip begränsade vi vår population till studenter vid Lunds universitets socionomprogram, då vi resonerade att socionomstudenter dels är lättast för oss att nå ut till men även då de har en kompetens och förhoppningsvis ett intresse som rör det vi vill undersöka. Detta leder förhoppningsvis till att de är mer benägna att svara på frågorna i vår enkätundersökning, vilket kommer leda till att vår enkät får högre validitet. För vidare begränsningar se nedanstående rubrik, ”Avgränsning”. Vi inser självklart att man inte måste vara utbildad socionom för att bedriva socialt entreprenörskap, även t.ex. musiker kan starta ett socialt företag, men för vår uppsats ansåg vi det mer intressant att begränsa oss till just socionomstudenter då reliabiliteten förhoppningsvis blir högre. Det berör dessutom oss

studenter direkt och vi tänkte att vi skulle få högre svarsfrekvens från våra medstudenter än av en annan population.

## **4.4 Avgränsning**

Vi valde att avgränsa vår undersökning till studenter som läste på Lunds universitet, antingen i Lund eller Helsingborg. Vi övervägde inledningsvis att även skicka ut enkäten till fler av landets socionomprogram men efter samråd med handledare bestämdes det att ett sådant åtagande förmodligen skulle bli allt för omfattande. Ett högt antal respondenter leder inte automatiskt till en högre kvalitet på undersökningen (Bryman, 2011).

Efter att undersökningens ramar blivit tydligare började vi fundera på vilken termin och vilka studenter vi skulle skicka enkäten till. Vi kom fram till att termin sju förmodligen skulle ge oss en hög svarsfrekvens, då det finns en valbar kurs vid namn ”Socialt arbete som mobilisering och entreprenörskap”, vilken tar upp delar av det vi skriver om. Vi fann det intressant att undersöka om intresset för socialt entreprenörskap skiljer sig markant tidigt kontra sent i utbildningen och bestämde oss således för att skicka ut enkäten till alla sju terminer. Vi räknade inledningsvis med ett bortfall på cirka 40 % enligt vår SPSS-handledare Lars Wahlgren och försökte därmed utöka populationen för att få ett underlag som skulle bli tillräckligt stort för att man ska kunna dra slutsatser (men inte större än vad som var hanterbart).

## **4.5 Förtjänster och begränsningar**

Med tanke på att vi ville nå ut till en stor grupp studenter blev valet ganska självklart. Kvantitativ metod, närmare bestämt en surveyundersökning i form av web-enkät via StiL, ett fördelaktigt tillvägagångssätt med tanke på vår problemformulering, eftersom vi ville undersöka en stor population. Vi valde också en kvantitativ undersökningsmetod för att få en bredare empirisk grund för analys (Bryman, 2011).

Genom att använda oss av en kvantitativ undersökningsmetod möjliggjorde vi en stor andel respondenter och med hjälp av SPSS, ett datorprogram för statistisk analys, blev hanteringen av den stora mängden data hanterbar och rent av smidig. SPSS underlättade i sin tur vår analytiska process genom vilken vi nådde våra slutsatser. Att inte undersöka kvalitativt i större utsträckning begränsade oss till viss del i vetenskap kring direkta åsikter och värderingar, å andra sidan hade en mer kvalitativt undersökning gett oss en ohanterlig och svårsorterad mängd data (Bryman, 2011). Genom välriktade frågor samt en möjlighet att

skriva fritt under en övrigt-rubrik i slutet av enkäten, har vi försökt kompensera för den bristen.

Det finns mycket som talar för metodvalet men det finns nackdelar även med kvantitativa studier. En av nackdelarna är enkättröttheten i samhället samt det faktum att man kan ifrågasätta web-enkäters reliabilitet i allmänhet då man inte behöver känna sig pressad att vara uppriktig och ärlig när man fyller i en enkät anonymt i sitt hem. En annan nackdel är självklart bortfall.

Den största utmaningen med kandidatuppsatsen var däremot att börja om och ändra fokus efter det avbrott som skedde halvvägs in i den långa arbetsprocessen. Att byta handledare samt att specificera en bättre problemformulering vilket vår nya handledare krävde, var en stor utmaning eftersom vi redan hade slutfört enkätundersökningen. Detta bidrog med stor sannolikhet till att slutresultatet blivit betydligt bättre än om vi inte gjort det. Det var en mycket lärorik process, vi förstod då varför Staffan hade tryckt på att vi skulle göra problemformuleringen tydligare, eftersom det var svårt att skapa något av betydelse utan en bra och tydlig problemformulering. Trots att problemformulering ofta formuleras om en aning och i värsta fall drastiskt, i samband med uppsatsskrivande, blev det dessvärre en lång uppförsbacke att komma över för oss innan vi kunde få grepp om vart vi var på väg.

## **4.6 Enkätkonstruktion**

Det skapades inledningsvis väldigt många enkätfrågor, först och främst från litteraturen vi läste, i samråd med den första handledaren. När enkäten ansågs vara färdig hade antalet frågor skalats ner till 23 stycken. Fokus låg på att ställa frågor som var tydliga samt oberoende av kunskap om begreppet. Huruvida termin/ålder/kön behövdes i enkäten övervägdes. Vi försökte skapa en kort och koncis enkät som kunde besvara frågeställningarna med endast relevanta frågor, se bifogad enkät. Inledningsvis sakfrågor/faktafrågor, som är lätta att svara på, därefter värderingsfrågor/ attitydfrågor och till sist avslutas med minst en öppen fråga och övriga kommentarer. En tydlig och logisk enkät på ett par sidor var målet. Alla skal-frågor konstruerades utan ett ”mitten-alternativ”, för att tvinga respondenter att svara mer eller mindre positivt/negativt på våra frågor och inte kunna välja t.ex. 3 av 5 på allt. Vi använde oss därför av sex olika alternativ på många av våra frågor. Flersvarsalternativ övervägdes länge eftersom det tar mer tid att utläsa, men bedömdes i samråd med handledare som nödvändigt för enkätens reliabilitet.

När vi var nöjda med formuleringarna av våra frågor testade vi enkäten genom ett konstruktionstest, en så kallad pilotstudie, helt enkelt genom att be bekanta utanför socionomprogramet svara på vår enkät (Bryman, 2011). Efter att vi fått en inblick i hur utomstående tänker blev det lite lättare att se vilka frågor som var nödvändiga kontra överflödiga. Pilotstudien ledde till finjusteringar i form av ett par tillägg och några omformuleringar. En nackdel med att vara väldigt noggrann med enkätkonstruktionen, vilket vi försökte vara, är att det tar lång tid innan enkäten kommer ut till undersökningspopulationen, i det här fallet studenterna. Det i sin tur leder till att de får mindre tid på sig att upptäcka och därefter besvara enkäten, eftersom vi arbetade inom en viss tidsram under kandidatuppsats-terminen.

I takt med att enkäten blev mer och mer tydligt, strax efter vår pilotstudie, kontaktade vi Anette Salling som skulle skicka ut enkäten via StiL. En länk till enkäten samt författade påminnelsebrev skickades till henne med instruktioner om vilka allt skulle nå fram till samt när det skulle ske. Vi bestämde oss för att påminna två gånger, efter fyra dagar och därefter åtta dagar efter utskickad enkät. Först ville vi ha med en tredje påminnelse efter 14 dagar också men eftersom vår enkät gick ut ganska sent på terminen resonerade vi att de som inte svarat efter två veckor förmodligen inte skulle se en eventuell tredje påminnelse då terminen tagit slut, och folk inte kontrollerar sin StiL över sommarlovet i lika stor utsträckning som under terminen.

Vi var oroliga för att vi inte skulle få ut enkäten till studenterna innan det var försent då det förväntades ta tid att få in tillräckligt många svar, speciellt med tanke på att vi tog lång tid på oss att skapa en enkät vi var nöjda med. Vi försökte således få upp information på LUVIT via anslagstavlan för att sprida information om enkäten. Svaret vi fick från Anette var att den typ av annonsering endast är till för information från skolan samt att det inte kan ligga för mycket information där då detta kan bidra till att viktig information drunknar i information från andra parter. Om vi hade velat bestrida detta beslut hade vi kunnat kontakta institutionsledningen, samt varje enskild kursföreståndare för de kurser vars anslagstavlor man velat ha upp informationen på. Vi valde att inte gå vidare med detta p.g.a. tidsbrist och arbetsbörda. (Vi behövde få upp enkäten så fort som möjligt innan sommarlovet som sagt.) Vi bedömde nämligen sannolikheten att få många respondenter som störst innan sommarlovet börjat, oberoende av hur många informationen om enkäten kommit ut till. Enkäten kom upp och började få respondenter i början av maj och möjligheten att besvara enkäten togs bort efter sommarlovet var slut ett par månader senare.

Vi spenderade tid i SPSS, det tog upp en stor del av vår tid. Under den tiden skapade vi många diagram och tabeller för att göra vår empiri lättare att analysera. I slutändan bestämdes det i samråd med nuvarande handledare att inte ha med för många tabeller. Fokus hamnade istället på en tydlig och överskådlig presentation, allt för att göra det så lätt för läsaren som möjligt.

## 4.7 Kodning av öppen fråga

När vi gick igenom och sorterade svaren från den avslutande öppna frågan, "Vem tycker du/tror du bäst löser sociala problem och utmaningar?", observerade vi tre tydliga linjer i svaren. Vi använde oss av vad Bryman (2008) kallar *öppen kodning*, vilket "[...] går ut på att bryta ner, studera, jämföra, konceptualisera och kategorisera data." (Bryman 2008, s. 514). Vi kodade som följer: offentliga lösningar (rött), privata lösningar (blått) och en kombination av båda (grönt).

## 4.8 Bortfallsanalys

Enligt Körner och Wahlgren (2005) i boken *Statistiska metoder* är en nackdel med kvantitativa studier bortfall; dels externt men även internt. Externt bortfall handlar om att man av olika anledningar väljer att inte svara alls på utskickad enkät och internt om att vissa frågor i enkäten inte besvaras (ibid.). Vi resonerade som följer: Externt bortfall föredras framför internt, anser vi, då det är lättare att arbeta med ett mindre antal kompletta enkätsvar än ett större antal ofullständiga. Vi räknade som sagt med ett stort bortfall, fick däremot ett mycket större än förväntat. Internt bortfall motverkades genom att "tvinga" respondenterna att svara på alla frågor för att komma vidare i enkäten, genom en inställning i Google drive. Vi tror att en nackdel med detta val var att det bidrog till en låg svarsfrekvens. Vissa möjliga respondenter orkade kanske inte svara på alla frågor och kunde således inte skicka in något svar till oss men vi har däremot helt ifyllda enkäter från de som skickat in, dvs. det fanns inget internt bortfall i vår undersökning.

Stor vikt lades på konstruktion av vår enkät i hopp om att få ett konkret och logiskt undersökningsunderlag. Vi försökte vara noggranna med att våra frågor inte fick vara otydliga för att i så stor utsträckning som möjligt minimera bortfall p.g.a. missförstånd. Svarsfrekvensen blev låg, endast cirka 23 % av alla studenter som fick ett mail via StiL valde att svara på hela enkäten och skicka svaret till oss: 246 svar av 1073 utskickade förfrågningar, trots att vi försökte göra en intressant och tydlig enkät. Reliabiliteten blev med andra ord låg,



trots noggrann konstruktion, övervakning och utskickade påminnelser. En förklaring kan vara att enkäten kom ut tätt inpå sommarlovet. Många studenter hade säkert slutat avläsa sin StiL-mail regelbundet. Det var betydligt mer komplicerat att få upp information om vår enkät på anslagstavlan på LUVIT än vad vi trodde, således fick vi färre svar på vår enkät än vad som ursprungligen planerats. Utöver det skedde ett kommunikationsfel någonstans i kedjan mellan oss, handledare och Anette Salling. Detta bidrog till att endast termin sju fick ut enkäten när det var tänkt att studenter på alla sju terminer skulle ha fått möjligheten att svara. Detta upptäckte vi relativt snabbt, då ingen respondent från annan termin än den sjunde hade svarat på vår enkät. Först veckan senare kom enkäten till alla studenters StiL och ett par dagar senare kom påminnelsemailet. Eftersom spannet mellan det ursprungliga mailet och påminnelsen blev kortare än planerat, förminskades förmodligen effekten av påminnelsen eftersom studenterna troligtvis inte såg mailet innan de slutade för sommaren. Så här i efterhand var det bra att vi inte valde att ta bort termin/ålder/kön, som införläts på enkäten, då vi förmodligen inte hade upptäckt ovanstående missförstånd då.

## **4.9 Etiska överväganden**

I enlighet med informationskravet inom de forskningsetiska principerna gav vi information i vårt utskick kring syftet med vår undersökning, information om frivilligt deltagande samt ett ungefärligt värde på hur lång tid det tar att utföra undersökningen (Vetenskapsrådet 2002). Ovanstående gjorde vi efter principen att välformulerad information och tydlig presentation av undersökningens syfte förhoppningsvis leder till att ingen känner sig lurad att delta i något annat än vad vi har marknadsfört. Vi gav också ut vår kontaktinformation utifall att någon av respondenterna vill ta del av våra resultat.

Då vi har valt att ha frågor i vår enkät som kan vara känsliga, de frågor som t.ex. berör att skapa vinst på sociala problem, är det viktigt att vi som utför undersökningen förhåller oss forskningsetiskt och inte använder våra respondenters förtroende på ett felaktigt sätt. I enlighet med detta har vi gjort det klart för eventuella respondenter att alla svar i vår surveyundersökning är anonyma och att inte ens vi som utför undersökningen vet vem som har svarat, då vi inte ber om respondenters namn. Vad gäller själva behandlingen av insamlad data använde vi oss endast av den på ett sådant sätt att undersökningens syfte kunde speglas och motiveras; oväsentlig information har vi respektfullt valt att inte behandla. Vi har alltså inte använt insamlad information till något annat än analys av given frågeställning i linje med nyttjandekravet (Vetenskapsrådet 2002). Vidare har konfidentialitetskravet har tagits i

beaktande, då det enda vi vet med säkerhet om våra respondenter är att de studerar på socialhögskolan (Vetenskapsrådet 2002).

## 5 Resultat

### 5.1 Hur ser socionomstudenter på begreppet socialt entreprenörskap?

Vad gäller intresset för socialt entreprenörskap, visar vår empiri ingen tydlig skillnad mellan tidiga kontra sena terminer under utbildningen. När vi frågade om utbildningen bidragit till en specifik syn på socialt entreprenörskap svarade 10 % att utbildningen hade bidragit till en negativ syn på socialt entreprenörskap, samma andel, 10 % ansåg att de tvärt om hade fått en positiv syn på socialt entreprenörskap från utbildningen. 80 % hade bildat sig en egen uppfattning utan att bli influerade av utbildningen.

#### Har informationen från utbildningen bidragit till en specifik syn på socialt entreprenörskap?

Ja, negativ syn	24	10 %
Ja, positiv syn	23	10 %
Jag har bildat mig en egen uppfattning	201	80 %

---

Tabell 1

När det kommer till socionomstudenternas syn på socialt entreprenörskap i samband med jämställdhet, integration och jämlikhet svarar 34 % att det bidrar med positiva effekter. 9 % tycker att socialt entreprenörskap har negativa effekter på jämställdhet, integration och jämlikhet och 58 % har ingen uppfattning.

#### Bidrar socialt entreprenörskap över lag till positiva eller negativa effekter på jämställdhet, integration och jämlikhet?

Positiva effekter	83	34 %
Negativa effekter	21	9 %
Ingen uppfattning	142	58 %

---

Tabell 2

Vidare undersökte vi vad våra respondenter tror driver sociala entreprenörer genom att be dem välja ett eller fler alternativ av följande påståenden: Solidaritet/medmänsklighet, hög status, självständighet, en chans att driva vinstgivande organisation/företag, en önskan att arbeta ideellt samt övrigt. Flest respondenter, 59 % svarade att de tror att drivkraften är ”solidaritet/medmänsklighet”. Den näst största drivkraften enligt respondenterna är ”självständighet”, 52 %. Därefter på 47 %, ”en chans att driva vinstgivande organisation/företag”. De tre alternativen minst antal studenter tror driver var ”en önskan att arbeta ideellt” 16 %, ”hög status” 14 % och ”övrigt” 9 %.

### Vad är drivkraften till socialt entreprenörskap?

Solidaritet/medmänsklighet.	145	<b>59 %</b>
Hög status.	35	<b>14 %</b>
Självständighet.	129	<b>52 %</b>
En chans att driva vinstgivande organisation/företag.	115	<b>47 %</b>
En önskan att arbeta ideellt.	40	<b>16 %</b>
Övrigt	23	<b>9 %</b>

---

Tabell 3

För att skapa en bild av hur socionomstudenterna ser på begreppet socialt entreprenörskap frågade vi: ”Vad betyder socialt entreprenörskap för dig?” Vi bad dem välja ett eller flera alternativ i en lista av förslag. Flest respondenter tyckte att socialt entreprenörskap handlar om ”projekt som syftar till att öka t.ex. sysselsättning, samverkan eller välfärd” 52 % samt ”innovation, företagande och tillväxtskapande insatser” 50 %. 29 % av respondenterna tyckte att ett ”etablerat företag/organisation som bygger på en social innovation”, representerar socialt entreprenörskap. 17 % tyckte att ”marknadsföringsknep av konkurrensutsatt företag/verksamhet med vinstintresse” är en bra definition. ”Arbetsätt som får verksamheter med allmännytta eller medlemsnytta som drivkraft att fungera” tycks passa enligt 26 %. ”Projektverksamhet för idealister och filantroper utan vinstintresse” är socialt entreprenörskap för 15 %. 8 % svarade något övrigt vilket vi tar upp senare i diskussionen. Siffran som redovisas inom parentes, till höger om antalet som valde alternativet, står för hur många som svarade endast valt alternativ. Ex. av de 124 st som valde alt.1 tog 34 st av dem det som enda alternativ.

### Vad betyder socialt entreprenörskap för dig?

1	Innovation, företagande och tillväxtskapande insatser	124(34)	<b>50 %</b>
2	Etablerat företag/organisation som bygger på en social innovation	72(18)	<b>29 %</b>
3	Marknadsföringsknep av konkurrensutsatt företag/verksamhet med vinstintresse	44(14)	<b>17 %</b>
4	Projekt som syftar till att öka t.ex. sysselsättning, samverkan eller välfärd	127(31)	<b>52 %</b>
5	Arbetsätt som får verksamheter med allmännytta eller medlemsnytta som drivkraft att fungera	63(8)	<b>26 %</b>
6	Projektverksamhet för idealister och filantroper utan vinstintresse	37(2)	<b>15 %</b>
	Övrigt	19	<b>8 %</b>

---

Tabell 4

Den sista frågan på enkäten innan övriga kommentarer, var en öppen fråga som handlade om vem respondenterna tror/tycker löser sociala problem och lösningar på bästa sätt. Det som nedan kodats som röd innebär t.ex. ideella och regionala lösningar, blå står för privata och offentliga lösningar och grön är en kombination av blå och röd. Mer information om kodningen av den öppna frågan läses i metod-avsnittet.

### Vem tycker du/tror du bäst löser sociala problem och utmaningar?

Ingen åsikt	48	<b>19 %</b>	-
Offentliga (Röd)	72	<b>29 %</b>	<b>36 %</b>
Privata (Blå)	19	<b>8 %</b>	<b>9,5 %</b>
Kombination av båda (Grön)	109	<b>44 %</b>	<b>54,5 %</b>

---

Tabell 5

19 % hade ingen åsikt. 29 % förespråkade röda lösningar, 8 % blåa och 44 % tyckte att en kombination av blått och rött var den bästa lösningen. Om vi räknar bort de som valde att inte uttrycka sin åsikt var 36 % av de 200 respondenter som blir kvar positiva till röda alternativ, 9,5 % valde blåa lösningar och 54,5 % förespråkade en kombination.

## 5.2 Finns det kunskap bland socionomstudenter om socialt entreprenörskap?

För att undersöka ovanstående frågeställning ställde vi ett par skalfrågor mellan 1-6 i vår enkät, vilka löd som följer:

**Bedöm hur mycket information du och dina medstudenter fått gällande socialt entreprenörskap under utbildningen.**

1-	Ingen information	72	29 %
2		108	43 %
3		42	17 %
4		20	8 %
5		4	2 %
6-	Väldigt mycket information	2	1 %

---

Tabell 6

Ovanstående tabell visar att 89 % av respondenterna ligger i den lägre halvan av skalan dvs. de är överens om att studenter på socionomutbildningen inte fått mycket information eller ingen alls gällande givet ämne. Hela 72 % av respondenterna har svarat de lägsta två alternativen och nästan en tredjedel, 29 %, svarar att de och deras medstudenter inte fått någon information alls om socialt entreprenörskap.

**Är informationen du fått under din utbildningstid kring socialt entreprenörskap som arbetsfält för socionomer tillräcklig?**

1-	Nej, det behövs mer	111	44 %
2		57	23 %
3		32	13 %
4		33	13 %
5		11	5 %
6-	Ja, det räcker	4	2 %

---

Tabell 7

20 % av respondenterna har valt de tre alternativ som ligger på den högre delen av skalan. De tycker att informationen från socionomutbildningen är från medelmåttig till att

det räcker. De resterande 80 % av de svar vi fick håller inte med om att informationen är tillräcklig. 44 % svarar nej, det behövs mer information om socialt entreprenörskap under utbildningstiden. För att kontrollera om respondenterna fått kunskap om socialt entreprenörskap från t.ex. arbetslivet ställdes även följande fråga:

### Har du någon erfarenhet av socialt entreprenörskap?

Ja	42	17 %
Nej	206	83 %

Tabell 8

Av respondenterna hade 17 % erfarenhet av socialt entreprenörskap, 83 % hade således ingen.

## 5.3 Socialt arbete som framtida yrke

En av våra frågeställningar var ”Är socionomstudenter intresserade av socialt entreprenörskap som framtida arbetssätt?” För att få svar på det ställde vi sex frågor i enkäten (tabell 9-15) och fick följande resultat:

Undersökningen visar att 56 % av respondenterna förhöll sig positiva till att starta ett eget företag inom social omsorg, därav 24 % förhöll sig mycket positiva till att starta ett eget företag. 43 % av socionomstudenterna var negativt inställda till att starta ett företag inom social omsorg, där 14 % absolut inte kunde tänka sig att starta ett sådant företag. När det kommer till enbart kvinnor är 54 % av respondenterna positiva till att starta ett eget företag varav 25 % av dem mycket positiva. 46% av kvinnorna höll sig negativa och 15% kunde inte tänka sig detta alls. Bland respondenter av manligt kön är 69% positiva, därav 33% kan absolut tänka sig detta medan 31% är negativa till att starta ett eget företag. 9% av männen kan verkligen inte tänka sig att starta ett privat företag inom social omsorg.

### Kan du tänka dig att starta ett privat företag inom social omsorg?

	Total		Kvinnor		Män	
1-Nej, verkligen inte	35	14 %	31	15 %	4	9 %
2	40	16 %	35	17 %	5	11 %
3	33	13 %	28	14 %	5	11 %
4	39	16 %	30	15 %	9	20 %
5	39	16 %	32	16 %	7	16 %
6- Ja, absolut.	60	24 %	45	23 %	15	33 %

Tabell 9

När det inte längre handlade om att starta eget utan att arbeta inom en organisation/företag var 79 % intresserade av att arbeta med att hjälpa människor i privat regi, där 30 % var mycket positiva till att arbeta i en sådan organisation. 20 % var negativt inställda och 3 % av dem kunde inte alls tänka sig att arbeta i privat regi med syfte att hjälpa människor.

**Vill du arbeta i organisation/företag drivet i privat regi vars syfte är att hjälpa människor?**

1 -	Nej, verkligen inte.	8	<b>3 %</b>
2		18	<b>7 %</b>
3		25	<b>10 %</b>
4		49	<b>20 %</b>
5		72	<b>29 %</b>
6 -	Ja, absolut.	74	<b>30 %</b>

---

Tabell 10

När det kom till arbeta med socialt arbete i en organisation/företag som går med stor vinst svarade socionomstudenterna som följer i tabell 11: 49 % skulle kunna tänka sig det och 18 % av dem uttryckte sig mycket positiva till det. 50 % av socionomstudenterna förhöll sig negativt inställda till idén att arbeta inom ett företag som går med stor vinst och av dem kunde 16 % inte tänka sig att arbeta inom ett sådant företag.

**Är du intresserad av att arbeta med socialt arbete i organisation/företag som går med stor vinst?**

1 -	Nej, verkligen inte.	39	<b>16 %</b>
2		35	<b>14 %</b>
3		50	<b>20 %</b>
4		43	<b>17 %</b>
5		34	<b>14 %</b>
6 -	Ja, absolut.	45	<b>18 %</b>

---

Tabell 11

Vi frågade om socionomstudenterna hade svarat annorlunda på föregående tre frågor om eventuell vinst hade återinvesterats i verksamheten och inte delats ut. 65 % svarade att de hade svarat på ett annat sätt och 35 % försäkrade oss om att det inte hade förändrat deras svar.

**Hade ovanstående tre frågor besvarats på annat sätt om eventuell vinst återinvesteras i verksamheten och inte delas ut?**

Ja	160	<b>65 %</b>
Nej	86	<b>35 %</b>

---

Tabell 12

När vi gav studenterna möjligheten att genom flera svarsalternativ beskriva vad som var viktigt när det kom till socialt arbete i en vinstdrivande organisation tyckte 84 % att det var viktigt att vinsten skapade förmåner för brukarna. 65 % tyckte att det var viktigt att veta hur mycket av vinsten som återinvesteras. När det kom till hur stor vinsten var, fann 26 % att det var viktigt att veta. 56 % tyckte att information om vem som driver organisationen/företaget var viktigt. 57 % tyckte att lön/ arbetsförmåner är viktigt. 41 % tyckte att typen av brukare eller klienter är viktigt och 6 % tyckte att det finns andra saker som är viktiga som inte täcks upp bland svarsalternativen.

**Vilken information är viktig för dig rörande beslut angående socialt arbete i vinstgivande organisation/företag?**

Vem som driver företaget.	138	<b>56 %</b>
Hur stor vinsten är.	65	<b>26 %</b>
Hur mycket som återinvesteras.	159	<b>65 %</b>
Om vinsten skapar förmåner för klienterna.	206	<b>84 %</b>
Lön / arbetsförmåner	141	<b>57 %</b>
Typ av brukare / klienter	100	<b>41 %</b>
Övrigt	15	<b>6 %</b>

---

Tabell 13



För att avsluta de resultat som hör till socialt arbete som framtida yrke presenterar vi en tabell som redogör för speciella preferenser hos respondenterna. Vi frågade vilken typ av företag eller verksamhet man kunde tänka sig att arbeta i av nedanstående alternativ:

**Det finns kort sagt många olika typer av socialt entreprenörskap. Tre exempel är: HVB-hem i privat regi drivet antingen som bolag eller av stiftelser/föreningar, vårdhem drivna av storbolag som t.ex Attendo eller Carema Care samt brukarkooperativ som t.ex BASTA. Vill du arbeta för företag/verksamhet från något av alternativen?**

Ja	142	<b>58 %</b>
Endast på HVB-hem i privat regi.	18	<b>7 %</b>
Endast på brukarkooperativ som t.ex. BASTA.	30	<b>12 %</b>
Endast på vårdhem drivet av storbolag.	2	<b>1 %</b>
Nej	54	<b>22 %</b>

---

Tabell 14

58 % av respondenterna hade inga speciella preferenser utan kunde tänka sig att arbeta med alla ovanstående exempel. 20 % uttryckte speciella preferenser kring var de kunde tänka sig att arbeta, 7 % kunde endast tänka sig HVB-hem i privat regi, 12 % kunde endast tänka sig att arbeta i brukarkooperativ och 1 % ville endast arbeta i ett vårdhem drivet av storbolag. 22 % ville varken arbeta med HVB-hem i privat regi, brukarkooperativ eller vårdhem drivet av storbolag.

## **5.4 Hur ser intresset ut hos studenter för en utökad undervisning kring socialt entreprenörskap på socionomprogrammet?**

För att ta reda på hur intresset för en utökad undervisning kring socialt entreprenörskap såg ut hos studenter på socionomprogrammet använde vi oss åter igen av en skalfråga. Frågan som ställdes lyder:

## Är du intresserad av mer information rörande socialt entreprenörskap på socionomprogrammet från ditt lärosäte?

1- Helt ointresserad	14	6 %
2	32	13 %
3	45	18 %
4	57	23 %
5	45	18 %
6- Våldigt intresserad	55	22 %

---

Tabell 15

Av alla 248 respondenter var 14st dvs. 6 % helt ointresserade av mer information rörande socialt entreprenörskap. 37 % var lite eller helt ointresserade av mer information om socialt entreprenörskap vilket betyder att 63 % var lite eller mycket intresserade av mer information. Av de tillfrågade var 22 % våldigt intresserade av mer information om socialt entreprenörskap.

## 6 Diskussion

Drygt en sjättedel har, enligt egen utsago, erfarenhet av att jobba med socialt entreprenörskap. Detta kan vara bra att ha i åtanke när det kommer till resultaten (se tabell 8).

### 6.1 Hur ser socionomstudenter på begreppet socialt entreprenörskap?

Vår empiri visar ett stort förtroende för offentliga lösningar (se tabell 5). En möjlig anledning till att vi ser ett starkt förtroende för offentliga lösningar kan ha att göra med i Sverige har vi internaliserat att den kommunala socialtjänsten har ansvaret för välfärden. Eftersom det har färgat vårt samhälle de senaste decennierna är det mycket möjligt att det har en koppling till studenternas åsikter. Vi kan se en majoritet som tyckte att en kombination av privat och offentligt var den bästa lösningen för fortsatt socialt arbete (se tabell 5). Socionomstudenter i på Lunds Universitet verkar tro på offentlig välfärd. Nästan alla i vår undersökning tycker att den offentliga sektorn ska vara med i lösningen av sociala problem. Detta resultat får vi fram genom att addera de som tycker att en kombination av privata och offentliga lösningar är bäst med de som tror endast på offentliga lösningar, vilket blir nio av tio respondenter. Av

socionomstudenterna tycker mer än sex av tio att den privata sektorn ska vara med och sköta välfärden om vi gör på samma sätt. När det kommer till endast offentligt eller endast privat, kan vi se en starkare tilltro för endast offentligt (se tabell 5). Däremot är det nästan fyra av tio som tycker att det skulle vara bäst för välfärden om det offentliga hade ansvaret utan inblandning från den privata sektorn. En av tio hävdar att det skulle vara bäst för välfärden om det privata hade ansvaret utan inblandning från den offentliga sektorn. Vi tror att ovanstående har att göra med det som Meeuwisse och Swärd (2006) resonerar kring, det skandinaviska förvaltningssystemet. I grund och botten har det sociala arbetet som utförts inom ramarna för ett förvaltningssystem, där socialarbetarna utbildas till en tjänstmannaroll och därmed utvecklar ett byråkratiskt tankesätt. Socialarbetare lärde sig att samverka inom lokala byråkratier, vilket har inneburit att samhällsarbete eller social mobilisering inte har fått något starkare fäste i Sverige till skillnad från länder som Nederländerna eller Storbritannien.

I andra länder ser synen på socialt entreprenörskap helt annorlunda ut på grund av att man helt enkelt har andra välfärdsystem och andra traditioner kopplat till det sociala arbetet. Enligt Basta arbetskooperativs officiella hemsida menar dess grundare Alec Carlberg att idén till att skapa organisationen kom till honom när han såg ett arbetskooperativ på ett besök i Italien (Basta 2012). Det vi vill komma fram till med det här exemplet är att studenter i Italien kanske hade svarat att begreppet socialt entreprenörskap handlade om ”Arbetsätt som får verksamheter med allmännytta eller medlemsnytta som drivkraft att fungera” eller ansett att det handlar om ”projektverksamhet för idealister och filantroper utan vinstintresse” om man hade utgått från en liberal välfärdsmodell.

De två överlägset populäraste alternativen hos våra respondenter, när vi frågade om synen på socialt entreprenörskap, var: ”Projekt som syftar till att öka t.ex. sysselsättning, samverkan eller välfärd” och ”Innovation, företagande och tillväxtskapande insatser” (se tabell 4). Det första alternativet stämmer bra in på vad Levander (2011) kallar för utanförskapsdiskursen, alltså offentliga verktyg emot sociala problem och det andra alternativet på det sociala företagandet samt offentliga verktyg inom ”tillväxtskapande insatser”. Detta stämmer bra in på de två starka traditionerna i Sverige, casework traditionen och den socialadministrativa traditionen. Det visar också på en trend i Sverige, nämligen innovation och socialt företagande.

Det är tydligt att en majoritet av socionomstudenterna tycker att vi kommer hitta bra lösningar när de båda sidorna kompletterar varandra. De verkar se det som positivt att privata och offentliga aktörer agerar tillsammans för att komplettera varandra. Men det finns åsikter från våra respondenter som t.ex. ”Den privata sociala omsorgen tar de lätta sociala

problemen för att tjäna pengar, medan de svårlösta sociala problemen hamnar kvar hos den offentliga vården som får svårt att konkurrera.”

Inget socialt problem måste nödvändigtvis höra till en viss typ av socialt stöd utan kan och bör förmodligen till viss del tillhöra båda delarna. Nästa gång vi utför en undersökning om valt ämne ska det inte vara otydligt att *alternativen* inte nödvändigtvis är varandras motsatser utan lika väl kan vara komplement. Frågan var nämligen ställd på följande sätt: ”Vem tycker du/tror du bäst löser sociala problem och utmaningar?” och kunde tolkas som att det bara fanns ett rätt svar.

## 6.2 Intresse och kunskap angående socialt entreprenörskap

Vårt resultat tyder på att socionomstudenterna är intresserade av en utökad undervisning om socialt entreprenörskap (se tabell 15). Nära två tredjedelar av våra respondenter är mycket positivt inställda till mer kunskap om ämnet. Främst med tanke på respondenternas svar samt det höga antalet övriga kommentarer, ser vi ett tydligt intresse för socialt entreprenörskap. En klar majoritet av respondenterna uttrycker att det är för lite information om socialt entreprenörskap under utbildningen och nästan alla tycker att de har fått lite eller ingen information angående det sociala entreprenörskapet under socionomutbildningen (se tabell 6). Dessutom tycker en klar majoritet att informationen de fått från utbildningen inte har varit tillräcklig (se tabell 7). Det är troligtvis därför de flesta har svarat att utbildningen inte har hjälpt dem att bilda sig en uppfattning kring det sociala entreprenörskapet (se tabell 1). I tabell 1 uppgav i princip samma antal studenter att utbildningen hade bidragit till en negativ syn som att den hade bidragit med en positiv syn på det sociala entreprenörskapet. En majoritet av respondenterna svarade att de inte hade någon uppfattning om socialt entreprenörskap bidrog till positiva eller negativa effekter på jämställdhet, integration och jämlikhet (se tabell 2). Vidare var det en tredjedel som menade att socialt entreprenörskap bidrog till positiva effekter, hur bör detta tolkas? Ett exempel kan t.ex. vara Basta arbetskooperativ. Ser vi på sociala innovationer i dagens samhälle som har uppkommit ur socialt entreprenörskap, är nämligen Basta en bra lösning på ett aktuellt problem dvs. socialt utanförskap. Basta skapar möjligheter för före detta missbrukare som är utslagna från samhället Basta (2012). Ett exempel av många på verksamheter som arbetar för utsatta grupper i syfte att skapa möjligheter som annars inte skulle finnas. Vi menar att vår empiri tyder på att det är osannolikt att respondenterna skulle svara att de inte har någon uppfattning kring huruvida socialt entreprenörskap har positiva effekter, om man har en god förståelse för vad det handlar om. Under utbildningens gång har

vi studenter nämligen fått information om Basta arbetskooperativ och deras framgångar flera gånger. Vi har en hypotes om att vår empiri präglas av liten kunskap om begreppet eventuellt ett ointresse av vår enkät eller valt ämne. Vi vet dock att socialt entreprenörskap inte är något som för tillfället är prioriterat i utbildningen, vilket vår empiri också tyder på. Gawell (2009) menar att det redan finns så många hinder för socialt entreprenörskap i Sverige, att vi inte har råd att låta brist på kunskap vara ett av dem. ”Den typen av initiativ fastnar ofta någonstans ’mellan stolarna’ eftersom de inte passar in i marknadsstrukturen av bankfinansiering, riskkapital och strikt ekonomisk redovisning eller i stödsystemet för offentliga sektorn.” (Gawell et al. 2009 s. 9, vår översättning).

Detta kan också vara en av bidragande anledningar till vad Braunerhjelm et al. (2012) menar, nämligen att mindre än hälften av de möjligheter till entreprenörskap som finns i samhället faktiskt blir använda. Eftersom forskning tyder på att allmän kunskap om entreprenörskap inte är god, även om det i det här fallet handlar om det sociala och inte entreprenörskap generellt, är det viktigt med information kring social entreprenörskap. Braunerhjelm et al. (2012) skriver i deras modell om vilka typer av ramvillkor det finns för företagande, samt att utbildning i entreprenörskap finns med. Vidare att information som behövs för att kunna starta och driva företag bör vara en viktig del av utbildningssystemets olika nivåer från grundskola till högskola, vilket inte alltid är fallet (ibid.). Det är dessutom något som skolverket har haft i uppdrag av regeringen sedan 2009; de ska stimulera arbetet kring entreprenörskap i grundskola och högskolan för att skapa ett bredare intresse för entreprenörskap (Regeringsbeslut U2008/8481/SAM/S).

### **6.3 Socialt arbete som framtida yrke**

När vi frågade vad socionomstudenter kunde tänka sig att arbeta med bad vi dem svara på tre frågor relaterade till arbetet (se tabell 9-11). Därefter svarade två tredjedelar ”ja” på frågan om de hade svarat annorlunda på de tre frågorna om vinsten hade återinvesterats i företaget (se tabell 12). Vi tror att detta kan ha att göra med att socionomstudenter tycker att drivkraften med det sociala arbetet borde vara skäl grundade i solidaritet och medmänsklighet och inte en chans att driva vinstgivande företag (se tabell 3). En tolkning av vår empiri är att studenternas attityder när det kommer till socialt arbete som framtida yrke är färgade av vad Levander (2011) menar är ett av de sociala företagens stora dilemma: Vinst kontra socialt mål. Ett flertal respondenter uttryckte sig t.ex. negativt om vinstmål i våra övriga kommentarer vilket exemplifieras lite längre ner. När eventuell vinst involveras kan vi se en tydlig spridning när

det gäller socionomstudenternas attityder. När det kommer till drivkrafter till socialt entreprenörskap enas istället en stor del av respondenterna om att drivkraften är solidaritet och medmänsklighet (se tabell 3). Förutom det trodde socionomstudenterna att drivkrafterna till det sociala entreprenörskapet kunde handla om självständighet eller chansen att driva ett framgångsrikt företag. Först här börjar det skilja sig från det som kan tänkas driva till socialt arbete i allmänhet. När det kommer till om socionomstudenterna vill jobba i en organisation eller företag vars syfte är att hjälpa människor, svarade en stor majoritet att det var just det som var målet (se tabell 10).

När det kommer till vinstdrivande organisationer tycker inte socionomstudenterna att vinstens storlek är det viktigaste vid övervägan om anställning (se tabell 13). Vid förfrågan om att arbeta inom ett företag som gick med stor vinst svarade nämligen hälften positivt och hälften negativt (se tabell 11). Istället kunde man se att det var viktigare att vinsten återinvesterades eller att vinsten skapade förmåner för klienterna. Det kommenteras och antyds nämligen flera gånger att det är oetiskt att tjäna pengar på människors ohälsa, utanförskap eller annat lidande. Troligtvis för att respondenterna inte vill se vinsten som något annat än möjlighetsskapande för dem som i första hand möjliggör vinstens uppkomst, dvs. brukarna.

Något som har skapat många rubriker under året är Carema Care, vilket i sin tur öppnat upp för en samhällig diskussion där man behandlat ämnet profit. Vi spekulerar att all uppståndelse kring Carema Care har haft en betydande inverkan på studenternas syn på privata lösningar. Det är t.ex. tydligt att vårdhem drivet av storbolag inte lockar som arbetsgivare, där Carema Care nämns som ett exempel (se tabell 14). Vi tror därför att resultatet vi fick är färgat av den stora bevakning media hade på de sociala företagen under den tid vi bad socionomstudenter delta i vår enkätundersökning. Huruvida det stämmer mycket eller lite är svårt att säga. Vi är däremot medvetna om att det är möjligt att vi skulle få ett helt annat resultat även om vi försökte få ut en identisk enkät till samma population i nuläget. Ett exempel av våra övriga kommentarer lyder som följer:

Jag tycker det är konstigt att det uppfattas som fult att tjäna pengar på socialt arbete. Så länge arbetet utförs för brukarnas/klienternas skull och på ett etiskt korrekt sätt. Varför ska inte socionomer kunna tjäna bra om de utför ett bra arbete? Att vara socionom är ett yrke, inte ett 'kall'.

Troligtvis resonerar många av våra respondenter tvärt om, som t.ex. följande respondent: ”Tanken på att det finns människor som tjänar pengar på andras lidande tycker jag är sjuk och

det borde inte få vara så.” Att tjäna pengar verkar vara tabubelagt i vissa studenters ögon. Det kan ha att göra med det en av respondenterna uttryckte ovan i övriga kommentarer, nämligen att vissa verkar se socialt arbete som ett kall istället och inte endast ett yrke. De flesta socionomstudenter pluggar för att de vill kunna hjälpa människor men endast vissa av oss uttrycker en vilja att också tjäna bra med pengar på vårt yrke. Varför ska det vara fult och egoistiskt som socialarbetare att resonera om ekonomi som alla andra? Varför inte resonera på följande sätt istället: ”Jag skapar en lön för mig själv och en vinst för samhället.” (Gawell *et al.* 2009 s. 8, vår översättning).

En aspekt vi hade missat i enkäten, var anställningstryggheten. Detta kom fram ett par gånger i svaren på de öppna frågorna. Ett av några exempel lyder ”... i första hand vill jag jobba i offentlig sektor för det känns säkrare för min del. Annars har jag inget emot att jobba privat.” Det är självklart att många olika faktorer spelar in vid val av arbete. När det kommer till information rörande framtida arbete är lön och förmåner något som studenterna tycker är viktigt (se tabell 13). De tycker också att det spelar stor roll vem som driver företaget (se tabell 13). Om föreställningen hos studenter är att det är tryggare i allmänhet att arbeta i offentlig sektor förklarar det däremot, varför många väljer bort privata företag.

När det kommer till att starta ett eget socialt företag, kan vi se i tabell 9 att lite mer än hälften är intresserade av att starta ett eget företag inom den sociala omsorgen. Vad vi kunde se när vi jämförde intresset mellan män och kvinnor var att män generellt var mer intresserade av att starta sociala företag. Detta resultat stämmer till viss del överens med det Braunerhjelm *et al.* (2012) skriver, nämligen att det på tio manliga företagare i tidiga skeden går sex kvinnor. Han beskriver att antalet kvinnor som är entreprenörer är lågt i Sverige jämfört med andra länder. Enligt vår empiri (se tabell 9) är siffran lite mer jämlik eftersom det av tio manliga socionomstudenter som är intresserade av att starta sociala företag går åtta kvinnor. En tolkning av vår empiri är att det finns skillnader mellan att starta ett socialt företag och entreprenörskap i allmänhet eftersom vi kan se ett större intresse hos kvinnorna när det kommer till *socialt* företagande kontra företagande i allmänhet.

## 6.4 Sammanfattning

Vi kan se en liten kunskap om socialt entreprenörskap som är präglad av den svenska samhälliga strukturen. Vi kan se oro över vinstmål i det sociala företagandet, kanske på grund av händelser, främst Carema-skandalen, nära inpå besvaring av enkäten. Det är också troligt

att socialhögskolan inte har en bidragande effekt till mer socialt entreprenörskap eftersom det inte är prioriterat under ordinarie undervisning.

## 7 Avslutande diskussion

Inledningsvis vill vi påpeka att om vi skulle ta oss an en ny undersökning inom samma område skulle vi idag ställa frågor som skiljer sig mycket från de som ställdes i vår nuvarande undersökning. Vi tycker bl.a. att vår enkätkonstruktion var för dikotom, dvs. missvisande formuleringar ledde respondenter till att tolka våra frågor som att det fanns ett par givna alternativ. Vi hade inte själva intsett att lösningar som överlappar varandra förmodligen är det bästa. Vårt mål var inte att dela upp respondenter i för- och motpoler vad gäller det sociala entreprenörskapet eller förespråkare av privata kontra offentliga lösningar. Utöver det har vår nyvunna kunskap lett oss in på spår som bl.a. utforskning av hur mycket socionomers utbildning styr mot långt gångna traditioner. Frågor som t.ex: Används begreppet socialt entreprenörskap i syfte att legitimera olika typer av företag och organisationer? Vad är den exakta skillnaden mellan socialt entreprenörskap och socialt företagande? Frågor vi inte kan besvara med vår valda metod utan kräver en diskursanalys för att besvara på ett bra sätt, vilket vi är intresserade av att göra i framtiden. En annan fråga vi ställer oss inför nästa undersökning är om det finns goda exempel på hur man idag lyckas kombinera vinst med solidaritet och medmänsklighet på ett konkret och effektivt sätt.

Vi undrar också t.ex. om det inte hade varit för rådande kristna värderingar som har skapat omsorgstraditioner, att det hade funnits en chans att socialt entreprenörskap hade slagit igenom mycket tidigare. Det handlar eventuellt om tidigare generationers syn på människor med sociala problem som hjälplösa och maktlösa inför t.ex. alkohol eller missbruk. Detta har förmodligen försvårat framväxten av socialt entreprenörskap, på grund av att vi inte har haft en tradition präglad av empowerment utan istället omsorg, i Sverige. Det kan också förklara varför det ses som ofint att tjäna pengar på det sociala arbetet, eftersom det fortfarande är förknippat med att människor med sociala problem är värlösa och måste skyddas, speciellt mot människor som försöker utnyttja deras situation för att tjäna pengar.

Vi var som sagt inställda på att det var antingen privat eller offentlig sektor som var den ”bästa” lösningen på sociala problem men nu tänker vi att det behövs båda delar, överlappande i samhället, för att uppnå bäst skydd mot utanförskap. Vi vill också påpeka att det höga bortfallet kan ha påverkat utfallet när det gäller hur intresserade respondenterna var



av mer information om socialt entreprenörskap, eftersom vi tror att man är mer benägen att svara på en enkät som rör något man är intresserad av. De som valde att besvara vår enkät var eventuellt de studenter från socialhögskolan som var intresserade av valt ämnet och således tycker att socionomprogrammet bör undervisa mer om det.

## 7.1 Möjligheter till socialt entreprenörskap

Vi anser att socialhögskolan bör ge studenter mer information om socialt entreprenörskap tidigt i utbildningen, eftersom det skulle ge dem en bättre chans att utveckla intresse. I sin tur skapar det möjligheter för studenter att smida planer kring eventuella innovationer de skulle kunna bidra med till samhället senare i sin yrkeskarriär. Om inte studenter fått en chans att bilda sig en uppfattning om ämnet socialt entreprenörskap är sannolikheten liten att de väljer att läsa kursen "Socialt arbete som mobilisering och entreprenörskap" vilken erbjuds termin sju. Vi tror att många resonerade att det var viktigt att gå en annan kurs för att ha en fördel på arbetsmarknaden med en annan specialisering, som t.ex. inriktning på familjer, äldre eller barn och unga. Delar av Lunds universitet hjälper redan innovatörer att andas liv i sina idéer genom LUIS. Om vi hade haft någon föreläsning om socialt entreprenörskap under utbildningen skulle studenter förhoppningsvis få en bild av hur det hänger ihop med resten av det sociala arbetet och samhället. Detta skulle eventuellt öppna upp ögonen på studenter som fortfarande inte kan koppla ihop socialt entreprenörskap med den positiva utveckling som verksamheter redan bidrar med genom att förebygga sociala problem. Det finns ett intresse och ett behov kort sagt. Om vi hade fått bestämma hade en hel delkurs instiftas i utbildningen. Vi tror att det stärker den positiva trenden vi ser inför framtiden, om studenterna kan gå ut med "grundkunskaper" i socialt entreprenörskap. Hur den kunskapen bör definieras, täcks inte i den här kandidatuppsatsen.

Det är inte enbart socialhögskolan som behöver förändras, utan själva klimatet för socialt entreprenörskap måste också förbättras. Vi hävdar att många fler aktörer, t.ex. företag, beslutsfattare på olika nivåer och offentliga myndigheter, måste ändra sin inställning till innovativa initiativ för samhällsnyttiga funktioner, för att vi tillsammans ska lyckas uppnå en betydande förändring. Vi behöver fler aktörer som är redo att aktivt bidra till entreprenöriella intressen.

Samhällsentreprenörer eller sociala entreprenörer, oavsett vad vi väljer att kalla dem, kan mycket väl bli framtidens ledare. Genom t.ex. Facebook och andra sociala medier kan man nämligen åstadkomma mycket idag. Ett exempel på vad vi syftar på är Musikhjälpen

som arbetade tillsammans med sveriges radio, år 2012, för att förse barn i slummen med rent vatten. Den typ av organisationer, vilka i hög grad är anpassningsbara, utgör nätverk som kan sträcka sig globalt. Det är därför socialt entreprenörskap har en given plats i varje diskussion om tillväxt. I samband med att vi gör plats för initiativ som kommer från samhälls-entreprenörerna ger vi dem ett viktigt stöd, speciellt där lokal och regional utveckling är inblandad, som förhoppningsvis kan legitimera och hjälpa dem på vägen. Om man kan skapa möjligheten att t.ex. hjälpa barn i länder långt bort genom att önska en låt för en hundralapp kommer bevisligen många att hjälpa till. På samma sätt bör samhället hjälpa till att skapa fler möjligheter för entreprenörer att utveckla liknande organisationer i sverige.

## **7.2 Det sociala företagandet idag**

Vi är övertygade om att socialt entreprenörskap måste ta avstamp i tydliga etiska ställningstaganden, samt ställa krav på väl utvecklad samverkan och en mer tydlig lagstiftning. Detta skulle dock i sin tur försvåra många initiativ till socialt entreprenörskap; vad som är optimalt är svårt att förutse. Dock kan bättre lagstiftning också vara något som främjar synen på det sociala entreprenörskapet, om det sociala företagandet undviker att synas negativt i media.

Av vår undersökning att döma anser vi att socialt entreprenörskap, sociala innovationer och socialt företagande är en väldigt viktig del av dagens samhälle på grund av de passiva arbetsmarknadsinsatser som råder i dagens samhälle. Mycket av den ekonomiska hjälp man kan få som inte är stigmatiserande är baserad på tidigare inkomster vilket gör att utslagna människor har stor press på sig att så fort som möjligt komma tillbaka innan de faller utanför det svenska välfärdsystemet. Detta leder till att de antingen måste acceptera stigmatisering eller stå utan hjälp. Det blir således viktigt att det finns alternativa lösningar, vilka inte består endast av om myndighetsutövning, då man i vissa lägen kan udvika den förknippade stigmatiseringen som kan vara en avgörande faktor inför val mellan hjälpsökande eller inte.

Att medborgare av olika anledningar blir utslagna ur samhället leder dels till stora kostnader för staten samtidigt som det är skadligt för individerna. Eftersom det blir svårare och svårare att ta sig in i gemenskapen ju längre tiden går, är alla möjliga lösningar på detta problem viktiga att överväga. De sociala företagen kan ge möjligheter till empowerment på ett sätt som kan vara svårt att genomföra i vanliga myndighetsutövande verksamheter; även möjligheten för människor att återfå värdighet och kontroll över sina egna liv. Vi vill

återigen poängterat att det utöver ordinarie undervisning finns en valbar kurs rörande social mobilisering och entreprenörskap termin sju. Vi tycker däremot att man bör vara mån om att skapa ett intresse för det sociala entreprenörskapet tidigt under utbildningen. För en samhällig förändring, vilken ligger i tiden, krävs det att man till viss del bryter upp gamla traditioner för att lämna plats för det nya. Universiteten måste bidra med frön som kan blomma ut med tiden till ett delaktigt och innovationsrikt Sverige.

## 8 Referenslista

Andersson, Widar (2001). *Berättelser: verkligheter och möjligheter och sociala entreprenörer*. Stockholm: Égalité.

Banks, J. (1972) *The sociology of social movements*, London: MacMillan

Basta (2012) ”Om basta”(Elektronisk) *Bastas officiella hemsida* <<http://www.basta.se/om-basta/>> (2012-12-30).

Berger, Peter L. & Luckmann, Thomas (1998). *Kunskapssociologi: hur individen uppfattar och formar sin sociala verklighet*. 2. uppl. Stockholm: Wahlström & Widstrand.

Bergh, Andreas (2009). *Den kapitalistiska välfärdsstaten*. 2., [rev.] uppl. Stockholm: Norstedts akademiska förlag.

Bornstein, David (2004). *How to change the world: social entrepreneurs and the power of new ideas*. Oxford: Oxford University Press.

Boulding, Elise (1977). *Women in the Twentieth Century World*, Beverly Hills, CA: Sage Publications.

Braunerhjelm, Pontus, Holmquist, Carin, Nyström, Kristina, Stuart Hamilton, Ulrika och Thulin Per (2012) *Entreprenörskap i Sverige – Nationell rapport*. Örebro: Entreprenörskapsforum.

Bryman, Alan (2011). *Samhällsvetenskapliga metoder*. 2., [rev.] uppl. Malmö: Liber.

Carlberg, Alec (2011) ”Socialt företagande – en mobilisering i tiden?” I Denvall, Verner, Heule, Cecilia och Kristiansen, Arne (red.) (2011). *Social mobilisering: en utmaning för socialt arbete*. 1. Uppl. Malmö: Gleerups utbildning.

Denvall, Verner, Heule, Cecilia & Kristiansen, Arne (red.) (2011). *Social mobilisering: en utmaning för socialt arbete*. 1. uppl Malmö: Gleerups utbildning

Ellis, Tania (2010). *The new pioneers: sustainable business success through social innovation and social entrepreneurship*. New York: Wiley.

Gawell, Malin, Johannisson, Bengt och Lundqvist, Mats (red.) (2009). *Entrepreneurship in the name of society: reader's digest of a Swedish research anthology*. Stockholm: Knowledge Foundation.

Hassing Karlander, Maria, Westlund, Annika och Grundhall, Susanne (2010) ”Utanförskap eller prevention? - en socioekonomisk beräkning av kostnaderna för utanförskap och prevention i Sotenäs” (elektronisk) *Rapport från sotenär kommun*  
<<http://www.sotenas.se/download/18.37c4f69f132f6a3d54580002966/Rapport+20100331.pdf>>  
(2012-12-30).

Körner, Svante Wahlgren, Lars (2005). *Statistiska metoder*. 2. uppl. Lund: Studentlitteratur.

Landström, Hans (2005). *Entreprenörskapets rötter*. 3., [omarb.] uppl. Lund: Studentlitteratur.

Levander, Ulrika (2011). *Utanförskap på entreprenad: diskurser om sociala företag i Sverige*. Diss. Göteborg : Univ.

Lifvendahl, Tove (2005). *Människor som gör: samtal med sociala entreprenörer*. Stockholm: Wahlström & Widstrand.

Lorenz, Walter (1998). *Socialt arbete i ett föränderligt Europa*. Göteborg: Daidalos.

Lunds Universitet (2012) ”Vi skapar tillväxt av forskning” (elektronisk) *LUIS, undersida till Lunds universitet* <[http://www.luis.lu.se/om\\_oss/verksamheten](http://www.luis.lu.se/om_oss/verksamheten)> (2012-12-30).

Meeuwisse, Anna (1997). *Vänskap och organisering: en studie av Fountain House-rörelsen*. Diss. Lund : Univ.

Meeuwisse, Anna & Swärd, Hans ”Socialt arbete i internationellt perspektiv.” I Meeuwisse, Anna, Sunesson, Sune & Swärd, Hans (red.) (2006). *Socialt arbete: en grundbok*. 2., [rev. och utök.] utg. Stockholm: Natur och kultur.

Morales, Armando & Sheaffer, Bradford W. (2004). *Social work: a profession of many faces*. 10. ed. Boston: Allyn and Bacon.

Regeringsbeslut N2010/1894/ENT *Handlingsplan för arbetsintegrerande sociala företag*.  
Stockholm: Näringsdepartementet.

Regeringsbeslut U2008/8481/SAM/S *Regleringsbrev för budgetåret 2009 avseende Statens skolverk*. Stockholm: Utbildningsdepartementet.

SOU 2009:93 *Inkluderande arbetsliv*, Stockholm: Arbetsmiljöpolutiska kunskapsrådet.

Vetenskapsrådet (2002). *Forskningsetiska principer inom humanistisk-samhällsvetenskaplig forskning*. Stockholm: Elanders Gotab.

Yunus, Muhammad (2010). *Socialt företagande: den nya typen av kapitalism som tjänar mänsklighetens mest trängande behov*. Stockholm: Bookhouse.

Varbanova, Lidia (2009) "Social entrepreneurship" (elektronisk), *Lab for culture official*  
<[http://live.labforculture.org/2009/10/socialentrepreneurship/files/Social\\_Entrepreneurship\\_EN.pdf](http://live.labforculture.org/2009/10/socialentrepreneurship/files/Social_Entrepreneurship_EN.pdf)> (2012-12-30).

## Bilaga 1.

# Enkätundersökning om Socialt Entreprenörskap

Enkäten består av 23 frågor tar endast några minuter att besvara.  
Tack på förhand!

Födelseår:

- Man  
 Kvinna

Studerar vid följande lärosäte: (Om du studerar vid Lunds Universitet skriv också ut studieort)

Termin:

Har du arbetat med socialt arbete i någon form innan / under socionomutbildningen?

- Ja  
 Nej

Vad betyder socialt entreprenörskap för dig? (Ett eller flera alternativ)

- Innovation, företagande och tillväxtskapande insatser.  
 Etablerat företag / organisation som bygger på en social innovation.  
 Marknadsföringsknep av konkurrensutsatt företag/verksamhet med vinstintresse.  
 Projekt som syftar till att öka t.ex. sysselsättning, samverkan eller välfärd.  
 Arbetsätt som får verksamheter med allmännyttan eller medlemsnytta som drivkraft att fungera.  
 Projektverksamhet för idealister och filantroper utan vinstintresse.  
 Other:

Har du någon egen erfarenhet av socialt entreprenörskap?

- Ja  
 Nej

Bidrar socialt entreprenörskap över lag till positiva eller negativa effekter på jämställdhet, integration och jämlikhet?

- Positiva effekter
- Negativa effekter
- Ingen uppfattning

Det finns kort sagt många olika typer av socialt entreprenörskap. Tre exempel är: HVB-hem i privat regi drivet antingen som bolag eller av stiftelser / föreningar, vårdhem drivna av storbolag som t.ex Attendo eller Carema Care samt brukarkooperativ som t.ex BASTA. Vill du arbeta för företag / verksamhet från något av alternativen?

- Ja
- Endast på HVB-hem i privat regi.
- Endast på brukarkooperativ som t.ex. BASTA.
- Endast på vårdhem drivet av storbolag.
- Nej

Vad är drivkraften till socialt entreprenörskap? (Ett eller flera alternativ)

- Solidaritet / medmänsklighet.
- Hög status.
- Självständighet.
- En chans att driva vinstgivande organisation/företag.
- En önskan att arbeta ideellt.
- Other:

Vad motiverar någon att starta ett privat företag inom social omsorg? (Ett eller flera alternativ)

- Man har en innovativ idé och vill genomföra den på sitt eget sätt.
- Den offentliga sektorn misslyckas med att uppfylla ett visst behov hos människor lokalt/nationellt.
- Man är ute efter att tjäna pengar och hjälpa människor på samma gång.
- Både marknad, investerare och klienter tjänar på konkurrens.
- Man vill hjälpa människor kombinerat med att vara sin egen chef.
- Människor som är i behov av någonting kommer att betala oavsett hur högt priset på varan/tjänsten är.
- Other:

Finns det ett motsatsförhållande i att driva vinstgivande organisation / företag vars syfte är att hjälpa andra människor?

- Nej



- Sällan
- Ibland
- Beror på
- Ofta
- Ja

Kunna du tänka dig att starta ett privat företag inom social omsorg?

1 2 3 4 5 6

Nej, verkligen inte.       Ja, absolut.

Vill du arbeta i organisation / företag drivet i privat regi vars syfte är att hjälpa människor?

1 2 3 4 5 6

Nej, verkligen inte.       Ja, absolut.

Är du intresserad av att arbeta med socialt arbete i organisation / företag som går med stor vinst?

1 2 3 4 5 6

Nej, verkligen inte.       Ja, absolut.

Hade ovanstående tre frågor besvarats på annat sätt om eventuell vinst återinvesteras i verksamheten och inte delas ut?

- Ja
- Nej

Vilken information är viktig för dig rörande beslut angående socialt arbete i vinstgivande organisation / företag? (Ett eller flera alternativ)

- Vem som driver företaget.
- Hur stor vinsten är.
- Hur mycket som återinvesteras.
- Om vinsten skapar förmåner för klienterna.
- Lön / arbetsförmåner
- Typ av brukare / klienter
- Other:

Bedöm hur mycket information du och dina medstudenter fått gällande socialt entreprenörskap under utbildningen:

1 2 3 4 5 6

Ingen information       Väldigt mycket information.

Är informationen du fått under din utbildningstid kring socialt entreprenörskap som arbetsfält för socionomer tillräcklig?

1 2 3 4 5 6

Nej, det behövs mer.       Ja, det räcker.

Har informationen från utbildningen bidragit till en specifik syn på socialt entreprenörskap?

- Ja, Positiv syn
- Ja, Negativ syn
- Jag har bildat mig en egen uppfattning.

Har föreläsare på utbildningen påverkat din syn på socialt entreprenörskap?

- Ja, mycket
- Ja, lite.
- Nej, tror inte det.
- Nej, har en egen uppfattning.

Är du intresserad av mer information rörande socialt entreprenörskap på socionomprogrammet från ditt lärosäte?

1 2 3 4 5 6

Helt ointresserad       Våldigt intresserad

Vem tycker du/tror du bäst löser sociala problem och utmaningar? Offentligt eller privat alternativ? Regional eller nationell lösning? Vinstdrivande eller ideellt? Osv...

Övrigt / kommentarer

Submit

