

D5 policypapper 1: Socialt företagande

För att beskriva vårt samhälles aktörer har det länge ritats upp en triangel där de tre hörnen fått representera Det Civila Samhället, Staten, och Näringslivet, alla med väl definierade uppgifter och inneboende logiker. Vi tror inte att det håller längre. Vi känner inte igen oss. Allt för många aktörer passar inte in. En av dessa är de sociala företagen, en verksamhetsform som kombinerar en ekonomisk logik från näringslivet med ägande och målsättningar från det civila samhället. Vi tror att ett samhälle som vågar utnyttja entreprenörskap och företagande till sociala och demokratiska mål kan öka både deltagande och delaktighet. Detta papper beskriver kort vad vi förstår med sociala företag, hur de kan bidra till att utveckla välfärden, och vad som kan göras för att främja socialt företagande i Sverige. God läsning!

Vad är ett socialt företag?

Sociala företag (från engelskans "social enterprise") är organisationer som överlappar den offentliga, privata och frivilliga sektorn. Ett socialt företag kan definieras utifrån tre karaktäristika:

- Företaget drivs främst för sociala mål, exempelvis att minska social utslagning eller leverera en offentlig tjänst. Vinstintresset är underordnat det sociala målet, och många sociala företag väljer därför att återinvestera vinsten i verksamheten, istället för att dela ut den till ägarna.
- Företaget tjänar sina löpande inkomster, och uppnår sina mål, genom handel. Det är därför, i möjligaste mån, oberoende av bidragsfinansiering.
- Företaget är organiserat på ett sätt som möjliggör direkt medinflytande för relevanta intressenter.

Sociala företag kan vara baserade på olika associationsformer (exempelvis aktiebolag, ekonomisk förening/kooperativ, stiftelser osv.).

På vilket sätt kan socialt företagande förändra välfärdsinstitutionerna?

Som nämnts ovan kan sociala företag användas för två ändamål:

- För att minska social utslagning.
- För att skapa offentliga tjänster som är både effektiva och rättvisa.

Socialt företagande representerar därför *både* en ny ansats för att skapa social sammanhållning, *och* en ny ansats att leverera offentliga tjänster (bortom både förstatligande och privatisering).

Sociala företag kan minska social utslagning på följande sätt:

- De är effektiva sätt att nå de medborgare som är utestängda från samhällets sociala, ekonomiska, kulturella och demokratiska kretslopp. Jämfört med traditionell omfördelning genom ekonomiska transfereringar syftar sociala företag till att ge "hjälp till självhjälp", för att minska tröskeln till att bli en aktiv medborgare.
- De kan öppna upp arbetsmarknaden för marginaliserade grupper som normalt sett stängs ute från anställningsmöjligheter.
- De kan skapa möjligheter för lokal urban utveckling i utsatta stadsdelar, genom att främja investeringar i närsamhället.

Sociala företag kan förnya utbudet av offentliga tjänster på följande sätt:

- De är kostnadsmedvetna och innovativa, och kan därför bidra till att göra offentliga tjänster mer effektiva och bättre på att möta medborgarnas behov.
- De decentraliserar styrningen av offentliga tjänster, från politiker och byråkrater till professionella (exempelvis sjuksköterskor och läkare i sjukhus).
- De säkerställer långsiktiga investeringar (privata såväl som offentliga) i offentliga tjänster.
- De säkerställer att de offentliga tjänsterna levereras på ett sätt som sätter medborgarnas intressen i första rummet.
- De säkerställer att offentlig-finansierade tjänster kan levereras av privata aktörer, utan att skattemedel delas ut till privata aktieägare.
- De löser problematiken kring uppkomsten av så kallade "incomplete contracts" vid upphandling av komplexa, svårspecificerade tjänster (såsom sjukvård).

Vidare är socialt företagande ett sätt att stärka medborgarnas insikt och medinflytande i – och i slutändan legitimiteten för – välfärdsinstitutionerna.

Vilka policyåtgärder kan främja socialt företagande i Sverige?

- *Den nya aktiebolagsformen.* I januari 2006 lanserades det nya aktiebolaget med begränsad vinstutdelning. Detta kommer att ge sociala företagare en möjlighet att offentligt signalera sitt fokus på sina sociala mål. Den nya företagsformen kan även komma att användas som grund för en ny generation av hybridföretag, för de entreprenörer som annars skulle tvingas välja mellan otympliga föreningsformer eller det traditionella aktiebolaget. Den nya formen kan även komma att användas för som alternativ för de statliga bolagen. Därför bör den nya formen stödjas och framhållas starkare.
- *Finansieringsmekanismer.* Sverige saknar för tillfället en välfungerande struktur för att erbjuda finansiering till sociala företag. Bildandet av en kreditgarantiförening på riksnivå, baserad på statliga medel, eventuellt i samarbete med Almi och Nutek, skulle ge stor utväxling för satsad investering. En sådan förening skulle ge incitament för skapandet av ett kompetent bankväsende riktat mot sociala företag.
- *Upphandlingsförföranden.* Lagen om Offentlig Upphandling gynnar, tillsammans med rådande praxis, i dagsläget stora, vinstutdelande företag. För att ge en rimlig chans för sociala företag att vinna upphandlingar från offentlig sektor krävs mer kreativa inköpsstrategier samt en grundlig översyn av LOU.
- *Bättre stödstrukturer.* Fortfarande saknas effektiva stödstrukturer, motsvarande nyföretagarcentrum, för de entreprenörer som vill starta sociala företag.
- *Samhälleligt erkännande.* Sociala företagare bör i större utsträckning lyftas fram inom politik och media.
- *Partnerskap med traditionellt näringsliv.* Traditionella företag bör ges rimliga incitament att ingå samarbeten med sociala företag.
- *Statliga företag strukturerade som sociala företag.* Modellen för sociala företag (icke-vinstutdelande företag med intressentrepresentanter i styrelse) bör utredas som möjligt struktur för de statliga bolagen, för att säkra allmänintresset och fungerande demokratisk styrning.

Exempel på sociala företag

Situation Stockholm / Faktum – initiativ för att minska hemlösas utanförskap.

Vägen Ut – sociala arbetskooperativ för medborgare som just lämnat kriminalvården.

Ersta Diakoni – specialistsjukhus.

Hälsogemenskapen i Jörn – vårdcentral.

Ytterligare läsning

Leadbeater, C. (1997) *The Rise of the Social Entrepreneur*. London: Demos.

Maltby, P. (2002) *In the Public Interest? Assessing the potential of public interest companies*. London: institute of public policy research.

Mayo, E. & H. Moore (2001) *The Mutual State*. London: New Economics Foundation.

Palmås, K. (2003) *Den Barmhärtiga Entreprenören: Från privatisering till socialt företagande*. Stockholm: Agora.

_____ (2005) 'The UK Public Interest Company'. Stockholm: Riksrevisionen. Tillgänglig på www.d5.se.

Detta papper är sammanställt av Karl Palmås och Jerker Thorsell. Det lanserades den 23 januari 2006, vid en workshop på Färgfabriken, som en del av projektet "The Great Swedish Social Makeover".

D5 – Institute for innovative democracy, 2006.