

TILLVÄXTVERKET

UTVÄRDERING AV PROGRAM FÖR SOCIALT FÖRETAGANDE
OCH SAMHÄLLESENTREPRENÖRSKAP 2018 - 2020

SWECOS SLUTRAPPORT



Denna rapport är beställd av Tillväxtverket. Analys och slutsatser i rapporten är författarens.

Rapport: 0354

ISBN: 978-91-88961-88-4

INNEHÅLL

1. INLEDNING.....	5
1.1 Swecos uppdrag och genomförande.....	6
1.2 Material till rapporten.....	6
1.3 Rapportens disposition.....	7
2. PROBLEMBILD, AKTIVITETER OCH UTFALL.....	8
2.1 Problembilder och förväntade effekter.....	8
2.2 Aktiviteter och utfall.....	9
3. RESULTAT.....	14
3.1 Behov och efterfrågan.....	14
Regioners och kommuners ökade förmåga.....	14
Kunskapen i det privata näringslivet.....	17
3.2 Företags- och rådgivningskompetens.....	19
Sociala företags affärsmässiga förmåga.....	20
Företagsfrämjares kunskap och kompetens.....	26
3.3 Finansiering.....	27
3.4 Utveckla effektmätning.....	30
3.5 Utveckla kunskap och mötesplatser.....	32
4. FORTSATT FÖRVALTNING OCH IMPLEMENTERING.....	38
4.1 Tillväxtverket.....	38
4.2 Regionala projekt.....	38
4.3 Strategiska projekt.....	39
5. SAMMANFATTANDE ANALYS OCH DISKUSSION.....	41
6. REKOMMENDATIONER.....	46

SAMMANFATTNING

Tillväxtverket har fått i uppdrag att stödja utvecklingen av socialt företagande. Uppdraget är ett led i regeringens *Strategi för sociala företag – ett hållbart samhälle genom socialt företagande och social innovation*. Tillväxtverkets program för satsningen har pågått mellan 2018 och 2020. Slututvärderingen syftar till att ge Tillväxtverket en bild av i vilken utsträckning programmet har uppnått sina mål och resultat och på vilket sätt programmet har bidragit till regeringens prioriterade områden för satsningen.

Sammanfattningsvis kan Sweco konstatera att programmet har bidragit till samtliga prioriterade områden i regeringens strategi. Tonvikten i programmet har varit att öka kunskapen om socialt företagande, stärka sociala företags affärsmässighet och förbättra förmågan att stödja sociala företag hos både offentliga, privata och företagsfrämjande aktörer. Sweco bedömer att programmet har bidragit till att öka offentliga aktörers, sociala företags och företagsfrämjares kunskaper. Det är dock svårt att uttala sig om aktörernas förmåga och incitament att agera har ökat utifrån kunskapshöjningen, men det finns resultat som sannolikt kan bidra till ökad kapacitet och incitament till handling på längre sikt. Bland annat inkluderar en majoritet av regionerna, som medverkat i programmet, numera socialt företagande i regionala styrdokument. Kommuners ökade kunskaper och förmåga att göra hållbara upphandlingar kan stärka sociala företags möjligheter att göra affärer med offentlig sektor. Företagsfrämjares ökade förståelse för sociala företag kan bidra till att stärka sociala företags affärsmässiga förmåga. Större delaktighet i offentlig upphandling har potential att adressera problematiken med bristande finansiering. Om sociala företag blir bättre leverantörer till offentlig sektor - vilket bygger på att offentlig sektor blir bättre på att genomföra hållbara upphandlingar - kan det leda till en tydligare marknad och företagen kan bli mer konkurrenskraftiga.

Sweco bedömer att programmet även har bidragit till att öka kunskapen om effektmätning hos både regioner och sociala företag. De modeller för effektmätning som utvecklats under programmets gång är av mer bestående art. Såvida modellägarna har möjlighet att fortsatt tillgängliggöra dem för sociala företag kan det skapa effekter även på längre sikt.

En viktig del i programmet har varit att rusta de sociala företagen i att bli mer affärsmässiga och konkurrenskraftiga på både den offentliga och privata marknaden. Sweco finner det positivt att programmet riktat insatser, dels för att stärka de sociala företagen, dels för att öka incitamenten hos potentiella kunder och finansiärer att göra affärer med sociala företag. Det finns dock en risk att ansvaret förskjuts till de sociala företagen – att de ska stärkas, rustas och bli mer affärsmässiga för att passa in i en traditionell företagslogik istället för att öppna upp och förändra den traditionella företagslogiken så den inkluderar de sociala företagen.

Författare till rapporten är Mona Hallström Hjorth och Henrik Nilsson.

1. INLEDNING

Tillväxtverket har fått i uppdrag att stödja utvecklingen av socialt företagande. Uppdraget är ett led i regeringens *Strategi för sociala företag – ett hållbart samhälle genom socialt företagande och social innovation*. Strategin pekar ut två huvudsakliga mål som Tillväxtverkets insatser ska bidra till:

- stärka utvecklingen av sociala företag så att dessa bättre kan delta i att lösa utmaningar i samhället
- bidra till att offentlig sektor uppmärksammar och använder socialt företagande och sociala företag som värdefulla aktörer i utvecklingen av ett hållbart samhälle.

Målsättningen är att de insatser som direkt berör företag når en lika stor andel kvinnor som män. Tillväxtverket ska samråda med bland andra Myndigheten för ungdoms- och civilsamhällesfrågor (MUCF) och Verket för innovationssystem (Vinnova) och tillvara ta deras kunskaper. Även Vinnova fick uppdrag att stärka socialt företagande och social innovation utifrån strategin och myndigheterna har haft ett tätt samarbete.

Tillväxtverket ska inom ramen för uppdraget bidra till följande:

- stimulera tillväxt hos sociala företag
- stärka utvecklingen av och kunskapen om sociala entreprenörer och sociala företag i hela landet
- stärka de sociala företagens affärsutveckling
- stärka de sociala företagens tillgång till rådgivning och kompetensutveckling
- öka kunskapen om socialt företagande hos relevanta offentliga aktörer
- kartlägga och sprida kunskap om befintliga finansieringsmöjligheter för sociala företag
- genomföra långsiktig analys och plan för hur befintligt finansieringsstöd kan användas på bästa sätt för att stödja sociala företag.

För att genomföra regeringens satsning utformade Tillväxtverket programmet *Utveckla sociala företag och samhällsentreprenörskap 2018-2020*. I utformningen av programmet utgick Tillväxtverket från erfarenheter av det tidigare programmet om sysselsättningsfrämjande insatser genom arbetsintegrerande sociala företag 2016-2018. En programplan och en uppföljnings- och utvecklingsplan för programmets genomförande utarbetades. Tillväxtverket fick 60 miljoner kronor för att genomföra uppdraget 2018-2020. Inför 2019 minskades dock beloppet med 8 miljoner kronor. Programmet ligger i linje med Tillväxtverkets generella uppdrag att skapa så bra förutsättningar som möjligt för alla typer av företag att starta, växa och bli konkurrenskraftiga. Den nationella strategin *Öppna Upp!* pekar på vikten av att ha kunskap om nya branscher, företagsformer och affärsmodeller för att kunna stötta olika företag på ett bra sätt. Programmet är även en viktig del i hur Tillväxtverket bidrar till genomförandet av FN:s Agenda 2030 för hållbar utveckling.

1.1 SWECOS UPPDRAG OCH GENOMFÖRANDE

Swecos uppdrag har varit att genomföra en lärande utvärdering av Tillväxtverkets program. Utvärderingen påbörjades hösten 2019 då programmet pågått under ett år.

Utvärderingen har vägletts av följande frågor:

1. Måluppfyllelse
 - I vilken utsträckning har de olika aktiviteterna lett till relevanta avtryck på kort sikt?
 - I vilken utsträckning kan aktiviteterna bidra till effekter på medellång och lång sikt?
 - Har aktiviteterna lett fram till oavsedda resultat och effekter?
 - Finns det andra omständigheter som påverkat programresultatet?
2. Effektivitet
 - Är förändringsteorin relevant?
 - Har aktiviteterna initierats utifrån utpekade problembilder i programmets förändringsteori?
 - Är programmet och aktiviteterna konstruerade på ett relevant sätt?
 - Genomförs programmet och aktiviteterna enligt plan och med en hög kvalitet?
3. Hållbarhet
 - Är det sannolikt att resultaten kommer leva vidare efter programmets slut?
 - Finns det utpekade aktörer som kommer förvalta programmets resultat efter programslut?

I oktober 2019 levererade Sweco *Tillväxtverket utvecklar socialt företagande och samhälls-entreprenörskap, en nulägesanalys (2019)*, som omfattade en översyn av programmets förändringsteori, en undersökning av de organisatoriska förutsättningarna och intervjuer med ett urval intressenter, som Vinnova, MUCF och Upphandlingsmyndigheten, inklusive ett antal rekommendationer. Därefter påbörjades en första materialinsamling till två delrapporter. Den första delrapporten *17 regionala projekt för socialt företagande (2019)*, levererades i december och fokuserade på de 17 regionala projekt som fått medel av Tillväxtverket. Delrapporten innehöll ett antal rekommendationer för både regionernas och Tillväxtverkets fortsatta arbete. I januari 2020 levererade Sweco en halvtidsutvärdering för hela programmet *Program för socialt företagande och samhälls-entreprenörskap 2018-2020 (2020)*. Halvtidsutvärderingen fokuserade på programmets genomförande och hittills uppnådda resultat och syftade till att ge Tillväxtverket en uppfattning om var man befann sig i relation till de uppsatta målen samt i relation till regeringens prioriterade områden för satsningen. Föreliggande slutrapport omfattar en summerande mål- och resultatuppfyllelse samt resultatens hållbarhet efter avslut. Rapporten avslutas med en analys och diskussion samt rekommendationer.

1.2 MATERIAL TILL RAPPORTEN

Rapporten grundar sig främst på materialinsamling som gjorts under hösten 2020 samt de slutrapporter som de olika projekten lämnat till Tillväxtverket. Rapporten bygger även vidare på resultat som presenterats i de delrapporter som Sweco lämnat till Tillväxtverket i oktober 2019 och januari 2020.

Följande datainsamling har gjorts under hösten 2020:

Enkätundersökning till de regionala projektens målgrupper. Totalt har 146 personer svarat på enkäten: 40 % representerade sociala företag inklusive arbetsintegrerande sociala företag (ASF), 6% konventionella företag, 36 % kommun eller myndighet 18 % andra företagsfrämjande aktörer. Sett till geografisk spridning kommer de flesta svaren från aktörer verksamma i regionerna: Dalarna, Kronoberg, Norrbotten, Sörmland, Västmanland, och Örebro. Inga svar har kommit från regionerna: Jämtland-Härjedalen, Västerbotten och Västernorrland.

Intervjuer med projektledare i åtta av de 17 regionala projekten. Urvalet utarbetades i samråd med Tillväxtverket med intentionen att få en representativ bild utifrån geografi, erfarenhet att arbeta med socialt företagande samt centraliserat/decentraliserat projektledarskap.

Enkätundersökning till 45 sociala företag som tagit del av affärsutvecklingscheckar. Enkätundersökningen besvarades av 33 företag (77%). En majoritet av de svarande företagen bedriver verksamhet i Västra Götalandsregionen, Stockholm och Uppsala. Av de svarande som fått checkar beskriver 68% att de är ett arbetsintegrerande socialt företag och den vanligaste associationsformen är ekonomisk förening.

Intervjuer med 8 sociala företag som tagit del av affärsutvecklingscheckar. Urvalet utarbetades i samråd med Tillväxtverket som föreslog 10 företag att intervjua. Intentionen var att få en varierad bild utifrån företagets associationsform (ASF eller annat socialt företag), prioriterat område och vilket/vilka globala mål för hållbar utveckling man arbetat med. Även geografisk spridning var ett urvalskriterium. Totalt intervjuades 8 sociala företag då två företag avböjde medverkan och ytterligare företag som tillfrågades valde att inte återkomma efter förfrågan och påminnelser.

Intervjuer med 13 projektledare för strategiska projekt. Totalt intervjuades samtliga tretton projektledare som drivit strategiska projekt som syftat till att påverka utvecklingen av socialt företagande på strategisk nationell nivå.

Intervjuer med Tillväxtverket, Vinnova och Upphandlingsmyndigheten. Sweco har intervjuat programansvariga vid Tillväxtverket och kontaktpersoner på Vinnova och Upphandlingsmyndigheten som Tillväxtverket samverkat med under programmet.

1.3 RAPPORTENS DISPOSITION

Slutrapporten inleds med en beskrivning av Tillväxtverkets program och de problembilder man inledningsvis identifierade samt en kort beskrivning av programmets aktiviteter och utfall utifrån uppsatta prestationsmål. Därefter följer en redovisning av programmets resultat med utgångspunkt i regeringens prioriterade områden som omnämns i strategin. Sedan följer en redogörelse av hur resultaten kommer implementeras efter programmets avslut. Slutrapporten avslutas med en sammanfattande analys och diskussion samt rekommendationer för Tillväxtverkets fortsatta arbete.

2. PROBLEMBILD, AKTIVITETER OCH UTFALL

I följande kapitel beskrivs de problembilder som Tillväxtverket identifierat och som man med hjälp av programmet önskat påverka för att nå önskvärda effekter på medellång respektive lång sikt. För en mer utförligare översyn av de identifierade problemen och förändringsteorin se *Tillväxtverket utvecklar socialt företagande och samhällsentreprenörskap - en nulägesanalys. (2019)*. Kapitlet omfattar även en kort beskrivning av aktiviteternas genomförande och i vilken utsträckning programmets prestationsmål har uppnåtts. För en mer utförligt redogörelse av aktiviteternas genomförande hänvisas till delrapporten *Program för sociala företag och samhällsentreprenörer 2018 - 2020. (2020)*.

2.1 PROBLEMBILDER OCH FÖRVÄNTADE EFFEKTER

I tabellen nedan redogörs för den förändring Tillväxtverket önskade åstadkomma med utgångspunkt i de behov och problem som identifierades inledningsvis.

Tabell 1 Programmet förändringsteori med fokus på problembild samt effekter på längre sikt

Problem	Effekter på medellång sikt	Effekter på lång sikt
<p>Kunder</p> <p>Det finns en outnyttjad potential hos sociala företag och samhällsentreprenörer att leverera samhällsnytta och nya lösningar på samhällsutmaningar.</p> <p>- Det saknas en tydlig definition av socialt företagande.</p> <p>- Bristande kunskap om socialt företagande och bristande incitament inom offentlig sektor att samverka med sociala företag.</p> <p>Kapital</p> <p>- Brist på tillgång till offentlig och privat finansiering för sociala företag</p> <p>Kompetens</p> <p>- Företagsfrämjare är ovana att bemöta företag med affärsidéer och affärsmodeller där samhällsnyttan är överordnad vinstsyftet.</p> <p>- Sociala företag är ovana vid att marknadsföra sin idé; visa på samhällsnyttan med sin verksamhet; attrahera kapital och kunder; att driva företag.</p>	<p>Fler sociala företag har god affärs-mässighet och kompetens att driva företag och visa på sin samhällsnytta.</p> <p>Fler sociala företag har god kunskap om och tillgång till offentliga och privata finansieringsmöjligheter</p> <p>Fler offentliga och privata aktörer har kunskap om sociala företag och den samhällsnytta de kan bidra med.</p> <p>Fler företagsfrämjare har god kompetens i att bemöta och ge råd till samhällsentreprenörer och sociala företag.</p>	<p>Förutsättningar finns för att följa upp antalet sociala företag och deras omsättning</p> <p>Fler sociala företag levererar tjänster till offentlig sektor och privat näringsliv.</p> <p>Fler offentliga och privata aktörer samverkar och köper tjänster av sociala företag.</p> <div data-bbox="986 1352 1401 1756" style="text-align: center; border: 2px solid black; padding: 10px; margin-top: 20px;"> <p>Fler och starkare sociala företag som bidrar till ett hållbart samhälle genom hållbar tillväxt</p> </div>

I Tillväxtverket utvecklar socialt företagande och samhällsentreprenörskap. En nulägesanalys (2019) bedömde Sweco att programmets identifierade problembilderna var relevanta utifrån studier och erfarenheter hos relevanta aktörer. En accepterad och tydliggjord definition/beskrivning av socialt företagande kan sannolikt bidra till att följa upp antalet sociala företag och deras omsättning och följa företagens framväxt inom olika branscher, som Tillväxtverket angett som effekt på lång sikt. Om sociala företags affärsmässighet och effektmätning stärks och de får bra stöd från företagsfrämjare bidrar det sannolikt till att fler sociala företag kan leverera tjänster till privat och offentlig sektor. Det förutsätter dock att privat och offentlig sektor ser de sociala företagen som potentiella samarbetspartners och säljare av tjänster de efterfrågar. Sweco uppfattade att bakomliggande antaganden är att stärkta stödstrukturer samt ökad kunskap och kompetens hos sociala företag, företagsfrämjare och offentliga och privata aktörer bidrar till att fler offentliga och privata aktörer köper tjänster av de sociala företagen. Genom att marknaderna för de sociala företagen stärks till följd av programmets aktiviteter antas förutsättningarna för de sociala företagen förbättras.

2.2 AKTIVITETER OCH UTFALL

För att påverka de problem som finns för sociala företag att bli fler, starkare och växa har Tillväxtverket valt att genomföra följande aktiviteter:

- A. utlysa affärsutvecklingscheckar till sociala företag
- B. kartlägga tillgången till finansiering och sprida den kunskapen
- C. utlysa medel till regioner för att stärka stödstrukturer och marknad för sociala företag. Genomföra erfarenhetsträffar och tematiska träffar
- D. samverka med andra myndigheter och organisationer för kunskapsutbyte och kunskapsspridning
- E. utlysa medel för strategiska projekt utifrån regeringens strategi. Genomföra erfarenhetsträffar och tematiska träffar
- F. utöver detta har man genomfört kommunikationsinsatser och anordnat mötesplatser för kunskapsspridning.

I valet av aktiviteter har Tillväxtverket tagit hänsyn till de resultat och erfarenheter som framkom i tidigare program om sysselsättningsfrämjande insatser genom arbetsintegrerande sociala företag 2016 - 2018. I det programmet utlyste Tillväxtverket exempelvis affärsutvecklingscheckar, och projektmedel för regioner och sociala företag att söka.


Nedan följer en kort beskrivning av aktiviteternas genomförande och i vilken utsträckning prestationsmålen uppfyllts.

UTLYSA AFFÄRSUTVECKLINGSCHECKAR TILL SOCIALA FÖRETAG:

Tillväxtverket upphandlade organisationen Impact Invest, som ansvarat för processen att ta emot intresseanmälningar från sociala företag och granskat dem utifrån de formella krav som angavs i utlysningen. Impact Invest gjorde även en bedömning i vilken utsträckning idén överensstämde med det företagen kunde söka stöd för; nämligen att utveckla och förtydliga sin affärsidé och affärsmodell, bli bättre på effektmätning, att utveckla affärer med en offentlig aktör. En beredningsgrupp med representanter från Tillväxtverket och Impact Invest gjorde en

bedömning av de intresseanmälningar som inkommit, och Tillväxtverket fattade beslut. Se även kapitel 4 Resultat.

Tabell 2 Utfall i förhållande till prestationsmål


Aktivitet	Prestationsmål	Utfall
Affärsutvecklingscheckar	<p>Minst 60 checkar har utbetalats till sociala företag där 50% av företagsledningarna är kvinnor och 50% män.</p> <p>Samtliga checkar har gått till insatser som syftar till att lösa sociala eller miljörelaterade utmaningar utifrån Agenda 2030.</p>	 <p>45 checkar har utbetalats och gått till företag som adresserar samhällsutmaningar i Agenda 2030.</p>

En förklaring till att antalet utbetalade checkar blev lägre än målsättningen var att Tillväxtverket inför 2019 fick en neddragning av uppdragets budget på 8 miljoner kronor. Det innebar att de var tvungna att stänga utlysningen i förtid.

BÄTTRE TILLGÅNG TILL FINANSIERING

Ett av de största hindren för sociala företag att växa är svårigheten att få tillgång till långsiktig finansiering. Det kan handla om att sociala företag saknar kunskap om vilka finansieringsmöjligheter och om potentiella finansiärers okunskap om socialt företagande. Studier visar att det finns få finansiärer som förstår affärsidén när fokus ligger att hitta lösningar på samhällsutmaningar istället för den ekonomiska vinsten. Generellt är företagets ekonomiska resultat och om det finns tillgångar att belåna viktiga beslutsunderlag för finansiärer inför beviljande av exempelvis lån¹. Den eventuella samhällsnytta som företaget bidrar till har finansiärer ofta svårt att använda i sin beslutsprocess. För att belysa detta har Tillväxtverket gjort en kartläggning och analys av finansieringsmöjligheterna för sociala företag som publicerats i rapporten *Finansieringsvägar för sociala företag. Avrapportering av Tillväxtverkets deluppdrag. Dnr Å2018-257*. Rapporten har levererats till Näringsdepartementet och finns tillgänglig på Tillväxtverkets webbplats. Även programmets andra aktiviteter har bidragit till att öka kunskapen om olika finansieringsvägar. Flertalet regioner har exempelvis fokuserat på att öppna upp den offentliga upphandlingen för sociala företag och det finns exempel på regioner som öppnat upp sina företagsstöd för sociala företag. Även ett antal strategiska projekt har fokuserat på finansiering. Se även kapitel 4 Resultat.

Tabell 3 Utfall i förhållande till prestationsmål

Aktivitet	Prestationsmål	Utfall
Bättre tillgång till finansiering	Kartläggning och analys för finansiering har levererats till departementet. Information om finansieringsmöjligheter finns tillgänglig på Verksam.se	 <p>Rapporten <i>Finansieringsvägar för sociala företag. Avrapportering av</i></p>

¹ *Vilse i stöddjungeln - Sociala entreprenörers behov av rådgivning och finansiering*. Tillväxtverket. Rapport 0236.2017.


Tillväxtverkets deluppdrag. Dnr Å2018-257 har levererats till Näringsdepartementet och finns tillgänglig på Tillväxtverkets webbplats.

UTLYSA MEDEL TILL REGIONER FÖR ATT STÄRKA STÖDSTRUKTURER OCH MARKNAD FÖR SOCIALA FÖRETAG. GENOMFÖRA ERFARENHETSTRÄFFAR OCH TEMATISKA TRÄFFAR.

Tillväxtverket har identifierat regionerna som nyckelspelare i att utveckla samverkansstrukturer och stärka marknaden för de sociala företagen. Regionerna bedöms ha goda förutsättningar att öka kunskapen om exempelvis upphandling och samverkan hos kommunerna och andra relevanta aktörer. Regionerna har även naturliga ingångar till de företagsfrämjande aktörerna och de är själva en viktig finansiär för sociala företag genom de stöd som regionerna beslutar om. Under 2018 gav Tillväxtverket regionala utvecklingsaktörer möjlighet att söka finansiering för att utveckla socialt företagande och socialt entreprenörskap i sin region. 18 regioner utarbetade först en handlingsplan för att stödja utvecklingen av socialt entreprenörskap och socialt företagande 2018 - 2020. Därefter valde 17 av regionerna att söka medel för att genomföra handlingsplanen.

Under programmet har Tillväxtverket genomfört erfarenhetsträffar och webinarier för att bidra till ökad kunskap och gemensamma lärdomar. Tillväxtverkets erfarenhetsträffar har belyst områden som upphandling, effektmätning, finansiering där olika aktörer från projekt, andra myndigheter och organisationer medverkade för att dela med sig av sin kunskap. Webinarier lyfte frågor om samverkan, social business boards, digital plattform för affärsrådgivning, insamling av data, effektmätning i samverkan med RISE, Effektfullt och projekt samt upphandling i samverkan med Upphandlingsmyndigheten och regioner. Se även kapitel 4 Resultat.

Tabell 4 Utfall i förhållande till prestationsmål


Aktivitet	Prestationsmål	Utfall
Regionala projekt	<p>Sjutton regioner har beviljats medel för att genomföra handlingsplaner som ska bidra till ökad kunskap hos offentliga aktörer och privat näringsliv om att göra affärer och samarbeta med sociala företag, att sociala företag får bättre tillgång till rådgivning. Ökad affärsmässighet hos sociala företag, att socialt företagande och entreprenörskap är en integrerad del av regionernas ordinarie tillväxtarbete.</p> <p>Minst 6 erfarenhetsträffar och minst 3 tematiska träffar har genomförts där samtliga regioner har deltagit.</p>	 <p>Tillväxtverket har fördelat medel till 17 regioner och genomfört 5 erfarenhetsträffar. Därutöver har man genomfört 6 webinarier och 6 träffar med en nationell kommunikationsgrupp och</p>

UTLYSA MEDEL FÖR STRATEGISKA PROJEKT UTIFRÅN REGERINGENS STRATEGI.

I syfte att främja genomförandet av regeringens strategi och bygga strukturer och/eller ge möjlighet att testa ett nytt grepp för att stärka förutsättningarna för sociala företag och samhällsentreprenörer har Tillväxtverket valt att fördela medel till ett antal strategiska projekt. Tillväxtverket utlyste våren 2019 medel för idéer som skulle kunna påverka utvecklingen av socialt företagande på en strategisk nationell nivå. Inriktningen för de strategiska projekten har varit regeringens prioriteringar som anges i strategin "*Ett hållbart samhälle genom socialt företagande och social innovation*". Genom att rikta utlysningen mot dessa prioriteringar har

Tillväxtverket haft ambitionen att skapa möjligheter för nya insatser samt komplettera och bygga vidare på pågående insatser inom programmet att utveckla samhälls-entreprenörskap och socialt företagande. Se även kapitel 4 Resultat.


Tabell 5 Utfall i förhållande till prestationsmål

Aktivitet	Prestationsmål	Utfall
Strategiska projekt	Minst 8 projekt har beviljats medel i syfte att stärka behov och efterfrågan, finansiering, företags- och rådgivningskompetensen, utveckla mötesplatser och kunskap samt tydliggöra och mäta effekter.	 Tillväxtverket har beviljat medel till 13 projekt.

SAMVERKA MED ANDRA MYNDIGHETER OCH ORGANISATIONER FÖR KUNSKAPsutBYTE OCH KUNSKAPSSPRIDNING.

Tillväxtverket skulle i sitt uppdrag samråda med Myndigheten för ungdoms- och civilsamhällesfrågor (MUCF) och Verket för innovationssystem (Vinnova). Utöver dessa två myndigheter identifierade Tillväxtverket Upphandlingsmyndigheten och Sveriges kommuner och regioner (SKR) som viktiga intressenter och samverkansparter i genomförandet av programmet. Myndigheterna har bland annat deltagit på varandras seminarier, lärnätverk och konferenser. Några av myndigheterna, bland annat Vinnova och Upphandlingsmyndigheten, har deltagit i bedömningar av regionernas handlingsplaner. Vinnova och Tillväxtverket har återkopplat på varandras utlysningstexter och samfinansierat projekt samt genomfört gemensamma seminarier på Social Innovation Summit. Tillväxtverket har inom ramen för de strategiska projekten finansierat ett projekt som leds av SKR. Tillväxtverket och Vinnova har samfinansierat ett projekt som drivs av den medlemsdrivna ideella föreningen Effektfullt. Därutöver har Tillväxtverket haft 4 - 5 möten per år med Samverkansgruppen ASF (arbetsintegrerande sociala företag) där Arbetsförmedlingen, Coompanion, Försäkringskassan, SKR, Skoopi och ESF-rådet deltar. Se även kapitel 4 Resultat.


Tabell 6 Utfall i förhållande till prestationsmål

Aktivitet	Prestationsmål	Utfall
Samverkan med myndigheter och organisationer	Minst 3 möten har ägt rum med berörda myndigheter och organisationer Samverkan kring utlysningar av medel har ägt rum Deltagande vid varandras seminarier har ägt rum Minst 1 gemensam nationell konferens har genomförts	 Tillväxtverket har stämt av projektidéer med bland andra Vinnova och Upphandlingsmyndigheten. De har även samfinansierat ett projekt med Vinnova och deltagit på varandras seminarier. SKR har beviljats medel för ett strategiskt projekt. Slutkonferensen hölls på Social Innovation Summit, som fick 1200 besökare från 60 olika länder.

KOMMUNIKATIONSINSATSER OCH ANORDNAT MÖTESPLATSER FÖR KUNSKAPSSPRIDNING.

En viktig del av programmet har varit att sprida information om pågående aktiviteter och den kunskap de genererar. Tillväxtverket har haft en kommunikatör anställd i programmet, som ansvarat för programmets kommunikationsstrategi. Målgrupper för kommunikationen har varit regionalt utvecklingsansvariga, politiker, sociala företag, potentiella beställare med flera. Tillväxtverket har använt sig av olika digitala kanaler för att sprida information och kunskap om programmet, bland annat digitala mötesplatser som Facebook och LinkedIn. I dessa grupper har man spridit rapporter och öppnat upp för dialog och kunskapsutbyte. Tillväxtverket har även erbjudit regionerna kommunikationsstöd genom en nationell kommunikationsgrupp. Tillväxtverket har ingått i EU-kommissionens expertgrupp för social ekonomi och socialt företagande (GECES). Där har man bidragit med input från Sverige och tagit del av och spridit vidare EU-information och möjligheter till svenska målgrupper, som exempelvis olika utlysningar och satsningar. Se även kapitel 4 Resultat.

Tabell 7 Utfall i förhållande till prestationsmål

Aktivitet	Prestationsmål	Utfall
Kommunikations och kunskaps-spridning	<p>Aktiv LinkedIn-grupp om socialt företagande med minst 500 deltagare. Aktiv Facebook-grupp om socialt företagande med minst 300 deltagare. Användbara och tydliga exempel på hur sociala företag bidrar till samhällsnytta, exempelvis i form av film, artiklar mm. Kommunikation kopplad till olika insatser i programmet, ex. affärsutvecklingscheckar.</p> <p>Tillväxtverket är partner till relevanta mötesplatser och deltar årligen vid ca 10 seminarier och events arrangerade av andra. Tillväxtverket arrangerar en nationell konferens tillsammans med andra relevanta myndigheter och organisationer.</p>	 <p>Tillväxtverket har tagit fram en webbplats för socialt företagande och under de tre år som programmet pågått har antalet unika besökare ökat från 2000 till 18 000 unika besökare. Programmet har producerat fem filmer. Facebook-gruppen har 929 medlemmar och LinkedIn-gruppen har 655 medlemmar. Tillväxtverket har varit huvudpartner till Social Innovation Summit, Stora sociala Företagardagen och Nyttigaste affären. Slutkonferensen hölls på Social Innovation Summit, som fick 1200 besökare från 60 olika länder. Stora sociala företagardagen hade totalt 400 visningar och prisutdelningen av Nyttigaste affären hade en digital räckvidd till 3538 personer. Tillväxtverket har haft över 35 föreläsningar på seminarier och event anordnade av aktörer som SKR, Vinnova, Mikrofonden, Business region Göteborg m.fl.</p>

3. RESULTAT

I följande kapitel redogör Sweco för de resultat som har uppnåtts inom ramen för programmet. Sweco har valt att redovisa resultaten utifrån de prioriterade områden som regeringen lyfter fram i sin strategi för socialt företagande och sociala innovationer. Syftet är att spegla i vilken utsträckning Tillväxtverkets program bidragit till de prioriterade områden som lyfts fram i strategin.

3.1 BEHOV OCH EFTERFRÅGAN

Regeringen skriver i strategin att en av de viktigaste förändringar som behöver ske för att uppmuntra sociala entreprenörer och för att fler sociala företag ska kunna starta och växa, är att förtydliga affärsrelationen till eller samarbetet med offentliga aktörer. Den offentliga sektorns kunskap om och förmåga att köpa tjänster av och fungera som partners till eller samarbeta med sociala företag bör öka.

Tillväxtverket lyfter i sin problemanalys att det finns en outnyttjad potential hos sociala företag och samhällsentreprenörer att leverera samhällsnytta och nya lösningar på samhällsutmaningar och att det saknas kunskap om socialt företagande och bristande incitament inom offentlig sektor att samverka med sociala företag. Ett antagande är att avsaknaden av en tydlig definition av socialt företagande kan påverka offentlig sektors incitament att samverka och köpa tjänster. Tillväxtverket har i sitt program valt att även inkludera näringslivet som en viktig aktör och samarbetspart till sociala företag. En anledning är att Tillväxtverket i tidigare insatser uppmärksammat att det finns en potential för affärer mellan sociala företag och andra företag. De har sett att allt fler företag vill öka och stärka sitt hållbarhetsarbete och ett sätt att göra det är att göra affärer med sociala företag.

Inom ramen för programmet har flera aktiviteter genomförts i syfte att stärka regioners, kommuners och näringslivets förmåga att samverka och köpa tjänster av sociala företag. Nedan följer en beskrivning av de olika aktiviteternas resultat och bidrag till de prioriterade området.

REGIONERS OCH KOMMUNERS ÖKADE FÖRMÅGA

I följande avsnitt redogörs för resultaten som har bäring på följande effekter på kort sikt. Resultaten tar sin utgångspunkt i de resultat som de regionala projekten och de strategiska projekten genererat.

Tabell 8 Tillväxtverkets förändringsteori - effekter på kort sikt

Effekter på kort sikt

- Regionerna har styrdokument som inkluderar sociala företag som viktiga aktörer för ett hållbart samhälle.
- Regioner och kommuner som deltagit i programmets insatser, har stärkt sin förmåga att köpa tjänster av sociala företag, samverka med sociala företag och inkludera dem i olika partnerskap.

DE REGIONALA PROJEKTENS BIDRAG

Sweco har i tidigare delrapport *Program för sociala företag och samhällsentreprenörer 2018-2020. Delrapport Tillväxtverket januari 2020. Sweco. 2020-01-31* poängterat att det finns ett stort behov av att höja kapaciteten inom offentlig sektor att göra affärer med sociala företag. Särskilt insatser för att höja kompetensen om upphandling av sociala företag bedömdes vara av stor betydelse då det finns flera upphandlingsformer som skulle kunna underlätta och öka incitamenten i offentlig sektor att köpa tjänster av exempelvis sociala företag.

De flesta regionala projekt har arbetat med att stärka kommuners och regioners förmåga att köpa tjänster och samverka med sociala företag. Flera regioner har vittnat om betydelsen av insatser som utgår från konkreta behov i kommunerna för att de ska få genomslagskraft. Bland annat finns ett stort behov av insatser för att stärka kompetens och intresse av att samverka med sociala företag inom offentlig sektor. Regionerna erfar att kommuner gör olika tolkning av lagar och avtal kring gällande upphandling från sociala företag eftersom det saknas juridisk praxis och goda föregångsexempel. Detta leder till att somliga kommuner inte vågar använda reserverade upphandlingar eller ingå idéburet offentligt partnerskap (IOP).

"Upphandlare inom offentlig sektor vill ha konkret information om vad sociala företag kan bidra med. De vill ha uppslag till lösningar på aktuella problem"

Regional projektledare

De mer konkreta insatserna som de regionala projekten arbetat med är att stärka kommuners förmåga att upphandla sociala företag eller ingå idéburet offentligt partnerskap (IOP). Flera regionala projekt har till exempel tagit fram utbildningsmaterial och handledningar kring reserverade upphandlingar och IOP, faciliterat dialog mellan sociala företag och offentlig sektor, samt genomfört workshops och dialoger kring hur kommuner kan samverka med sociala företag.

Exempelvis har Västra Götalandsregionen haft tydligt fokus på att stärka förmågan inom offentlig sektor att upphandla sociala företag. Göteborgs kommun har förhållandevis stor erfarenhet inom området och projektet har använt kommunen som föregångsexempel. Arbetet har lett till konkreta resultat i form av att flera socialt ansvarsfulla upphandlingar har genomförts av offentliga aktörer i regionen. Ett annat intressant exempel är Region Norrbotten som etablerat en infrastruktur för att underlätta samverkan mellan offentlig sektor och sociala företag. Projektet har tagit fram en handlingsplan och arbetssätt tillsammans med samordningsförbundet i södra Norrbotten kring hur offentlig sektor kan arbeta med sociala företag.

"Det krävs mycket fotarbete för att få igång socialt ansvarsfulla upphandlingar i kommuner. Pengarna styr i slutändan och sociala företag är inte det billigaste alternativet. Det är viktigt att det finns styrdokument, politisk vilja och förankring samt avsatta medel i de offentliga budgetarna för att något ska hända"

Regional projektledare

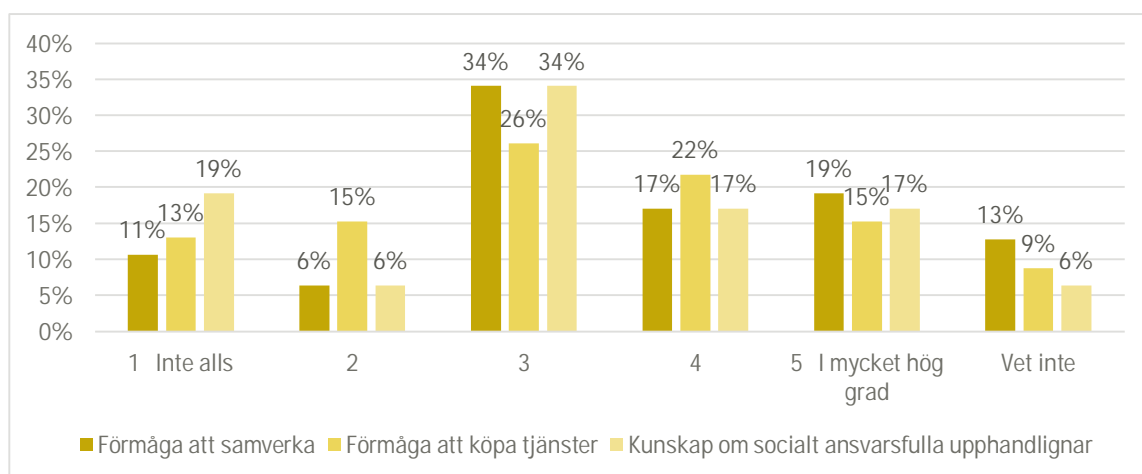
De regionala projekten har bidragit till att inkludera socialt företagande i de regionala utvecklingsstrategierna (RUS). I flera regioner är utvecklingsstrategierna fortfarande under arbete och slutgiltigt innehåll är därför ännu inte klart. Projekten har likväl varit en tydligt drivande kraft för att få in formuleringar kring socialt företagande i strategierna. Generellt vittnar flera regioner om att socialt företagande är tydligare på

den politiska dagordningen nu. Detta är en tydlig skillnad jämfört med för cirka ett år sedan, då flera regionala projekt poängterade att det ofta saknades stöd från politiker.

Knappt hälften av regionerna har valt att anlita en extern aktör för projektledning och genomförande av projektet. I flera fall har regionernas roll som projektägare varit problematisk. Bland annat till följd av personalförändringar har systematisk kunskapsåterföring mellan regionen och den externa utföraren blivit lidande. Avsaknad av tät dialog mellan region och utförare har således gjort det svårare för projekten att få gehör inom respektive region.

Den enkät som Sweco skickat ut till offentliga aktörer som deltagit i aktiviteter inom ramen för de regionala projekten ger en bild av insatsernas resultat. Sweco har fått in 47 enkätsvar från myndigheter och kommuner där de anger i vilken grad de regionala projektens aktiviteter har stärkt deras kunskap eller förmåga i att samverka med och köpa tjänster av sociala företag. I 36 % av fallen uppges att förmåga att samverka med sociala företag har förbättrats i hög eller mycket hög grad. Motsvarande siffra avseende förmåga att köpa tjänster av sociala företag var 37 %. Av de svarande hade 34 % förbättrat sin kunskap om socialt ansvarsfulla upphandlingar på ett väsentligt vis.

Tabell 9 I vilken grad aktiviteterna bidragit till att stärka kommuner eller myndigheters kunskap eller förmåga



Resultaten visar att det finns en förbättrad kompetens inom offentlig sektor som sträcker sig längre än att känna till och samverka med sociala företag. Förbättrad kompetens i socialt ansvarsfulla upphandlingar och förmåga att köpa tjänster av sociala företag möjliggör att fler konkreta affärer mellan sociala företag och offentlig sektor kommer till stånd.

DE STRATEGISKA PROJEKTENS BIDRAG

Ett fåtal strategiska projekt har haft regioner och kommuner som direkt målgrupp för sina insatser. Det är sålunda svårt att uttala sig om insatserna har stärkt regioners och kommuners förmåga att köpa tjänster av sociala företag, samverka med sociala företag och inkludera dem i olika partnerskap.

SKR har drivit projektet Mer samverkan mellan kommun och sociala företag för ökad samhällsnytta. Det huvudsakliga syftet med projektet har varit att öka kunskapen och kompetensen inom SKR såväl som hos SKR:s medlemmar. Projektet har resulterat i en handbok för kommuner och regioner om samverkan med sociala företag. Handboken presenterades på en digital spridningskonferens där 600 deltagare från över hälften av kommunerna och mer än hälften av landets regioner och samordningsförbund medverkade. Projektet har även resulterat i ökad samverkan mellan avdelningarna Utbildning och arbetsmarknad och Ekonomi och styrning på SKR. Ambitionen var att arbeta ännu närmare fler avdelningar men pandemin försvårade detta. Projektet har skickat en intresseförfrågan till alla kommuner om medverkan i ett framtida utvecklingsnätverk för kommuner som vill arbeta vidare med frågan. Vid rapportens skrivande kommer 12 kommuner delta i utvecklingsnätverket.

"De effekter SKR förväntar sig på lång sikt är att sociala aktörer ska vara en naturlig leverantör och ett viktigt komplement vid sidan om de andra leverantörerna av välfärdstjänster till kommunen."

Projektledare

Yalla Trappan har drivit projektet Yallas väg till arbetet 2.0. Syftet med projektet var att utveckla och dokumentera en affärsmodell för samverkan mellan privat näringsliv, socialt företagande och offentlig sektor som bidrar till individuell och samhällelig nytta. Syftet var också att nationellt inspirera fler sociala och privata aktörer att göra affärer med varandra samt att visa på vikten av offentliga aktörers medverkan för en gemensam målbild. Projektet har genom ett 40-tal intervjuer, med personal på Yalla Trappan och samarbetspartners från offentlig, idéburen och privat sektor, undersökt förhållningssätt, tankar och idéer kring de olika aspekterna som en affärsmodell berör. Projektet har med hjälp av Business canvas modellen utarbetat en ny affärsmodell och skrivit en metodbok. Metodboken beskriver en bredd av olika affärsrelationer och samverkan med både stora som små företag. Yalla Trappan presenterade sitt arbete på Tillväxtverkets seminarium om samhällsnyttiga affärer på Social Innovation Summit 2020.

KUNSKAPEN I DET PRIVATA NÄRINGSLIVET

Tillväxtverket har valt att inkludera näringslivet som en viktig aktör för att stärka sociala företag. En anledning är att Tillväxtverket i tidigare insatser uppmärksammat att det finns en potential för affärer mellan sociala företag och andra företag. De har sett att allt fler företag vill öka och stärka sitt hållbarhetsarbete och ett sätt att göra det är att göra affärer med sociala företag. I följande avsnitt redogörs för resultaten som har bäring på följande effekter på kort sikt.

Tabell 10 Tillväxtverkets förändringsteori - effekter på kort sikt

Effekter på kort sikt

- Företag, som tagit del av programmets insatser, har god kunskap om hur de kan göra affärer med sociala företag.

DE REGIONALA PROJEKTENS BIDRAG

Det konventionella privata näringslivet, det vill säga företag som inte betraktar sig som ett socialt företag, har haft en begränsad roll i de regionala projekten. Ett undantag är Västra Götalandsregionen. Projektet har arbetat med coaching av arbetsintegrerande sociala företag (ASF:er) vilket bidragit till att ett antal privata företag köpt tjänster av ASF:er. Även om ett stort antal av de regionala projekten haft ambitionen att arbeta med det privata näringslivet är resultaten mycket begränsade. Redan för ett år sedan noterade Sweco ett lågt engagemang - trots inledande ambitioner - bland de regionala projekten att arbeta med det privata näringslivet. Detta återspeglas i att endast fem konventionella företag svarat på Swecos enkät om hur de regionala projekten bidragit till kunskap och kompetens om socialt företagande. De regionala projekten lägger heller inte någon större vikt vid resultat inom denna målgrupp i de intervjuer Sweco genomfört och i slutrapporter till Tillväxtverket. Även om svarsfrekvensen i enkäten är för låg för att dra några större slutsatser utifrån, kan noteras att ett par av företagen uppger att de fått mer kunskap om socialt företagande. Dock var det inget av de fem företagen som uppgav att de stärkts i sin förmåga att köpa tjänster av sociala företag.

DE STRATEGISKA PROJEKTENS BIDRAG

Det är bara ett av de strategiska projekten som har riktat sig direkt till näringslivet med sina insatser. Ytterligare två projekt har involverat näringslivet i sina projekt.

SE Forum har drivit projektet Socialt entreprenörskap i näringslivet. Syftet med projektet var att identifiera och synliggöra samarbeten mellan sociala företag och aktörer inom det traditionella näringslivet. Projektet har intervjuat 20 samhälls-entreprenörer, sex näringslivsaktörer och två rådgivare inom sektorn. Insikterna från intervjuerna har resulterat i rapporten *Business for good; samarbeten och affärer som gör nytta*. Rapporten har spridits genom olika digitala kanaler, personliga möten, webinarier med exempelvis Coompanion Stockholm, Västsvenska Handelskammaren, deltagande på Stora sociala företagardagen. Projektet presenterade sitt arbete på Tillväxtverkets seminarium om samhällsnyttiga affärer på Social Innovation Summit 2020. Projektet erfar att det finns ett stort intresse från näringslivsaktörer, men också stora utmaningar för näringslivet att hitta samhälls-entreprenörer att samarbeta med. Likaså är intresset från samhälls-entreprenörerna att samverka stort, men de har svårt att hitta partners som har samma vision och ambition som de själva. Det finns behov av plattformar och tillfällen för matchmaking som gör att samarbeten blir av. Projektet visar att det behövs tydligare vägar och plattformar för olika aktörer att kunna mötas och hitta likasinnade som också vill lösa samhällsutmaningar.

"Ambitionen är att uppstarta dialog med olika företag/organisationer/rådgivare/myndigheter ska vidareutvecklas efter projektets slut och leda till konkreta initiativ som inspirerar andra till ökad samverkan"

Projektledare

Föreningen Svensk Elitfotboll har drivit projektet Tillsammans skapar vi vinnande lag. Syftet med projektet har varit att höja lägsta kunskapsnivån gällande tvärssektoriell samverkan samt Agenda 2030 och öka förståelsen för samhällsengagemangets avtryck i den lokala klubbens närområde. Projektet ville även öka kunskapen hos sponsorföretag, kommuner och Arbetsförmedlingen om civilsamhällets tjänster och utveckla nya partnerskap. Projektet har genomfört

flera kunskapshöjande insatser gällande Agenda 2030 och effektmätning. Man har anlitat Ingvar Nilsson, som hållit föreläsningar om den socioekonomiska rapporten "Fotbollsplanen mitt i byn" där representanter från både ideell, privat och offentlig sektor deltagit. Sex klubbar från Sundsvall till Malmö har medverkat i projektet. Två klubbar hade inte möjlighet att delta på grund av de negativa konsekvenser som pandemin medförde. De deltagande klubbarna har arrangerat jobbmässor med Arbetsförmedlingen och olika karriärdagar där arbetssökanden har kommit i kontakt med både offentliga och privata arbetsgivare. Inom ramen för projektet har klubbar fått ökad kunskap om idéburet offentligt partnerskap (IOP) och andra finansieringsformer samt Agenda 2030 och att mäta sin samhällsnytta genom effektmätning.

Yalla Trappan har drivit projektet Yallas väg till arbetet 2.0. Syftet med projektet var att utveckla och dokumentera en affärsmodell för samverkan mellan privat näringsliv, socialt företagande och offentlig sektor som bidrar till individuell och samhällelig nytta. Syftet var också att nationellt inspirera fler sociala och privata aktörer att göra affärer med varandra samt att visa på vikten av offentliga aktörers medverkan för en gemensam målbild. Se även avsnitt Behov och efterfrågan.

RESULTAT I KORTHET INOM BEHOV OCH EFTERFRÅGAN

Programmet har bidragit till att:

- öka förmågan inom offentlig sektor att genomföra socialt ansvarsfulla upphandlingar; använda sociala kriterier i upphandling, genomföra reserverade upphandlingar och ingå idéburna offentliga partnerskap
- inkludera socialt företagande i regionala utvecklingsstrategier
- tydligare sätta socialt företagande på den politiska dagordningen i regionerna
- öka kunskapen och förmågan bland kommuner och regioner att arbeta med sociala företag genom kunskapsunderlag
- underlätta samverkan mellan offentlig sektor och sociala företag; facilitera dialog mellan sociala företag och offentlig sektor samt utveckla en affärsmodell för samverkan mellan privat näringsliv, socialt företagande och offentlig sektor
- synliggöra samarbeten mellan sociala företag och aktörer inom det traditionella näringslivet. Dock behövs tydligare plattformar för att de två grupperna ska kunna mötas och arbeta gemensamt med samhällsutmaningar
- skapa bättre förståelse hos idrottsrörelsen om den samhällsnytta de bidrar med och hur idrottsrörelsen kan bidra ännu mer genom ökad samverkan och fler samhällsnyttiga affärer.

3.2 FÖRETAGS- OCH RÅDGIVNINGSKOMPETENS

I regeringens strategi påtalar man vikten av att stärka och utveckla affärsmannaskapet hos sociala företag. Många sociala företag är i behov av en ökad kompetens om företagande och dess

villkor samt av att stärka sitt affärsmannaskap. Regeringen framhåller även betydelsen av att sociala entreprenörer ska få mer likvärdiga förutsättningar och tillgång till stöd, från både offentliga, privata och idéburna aktörer, i start och utveckling, som företag med en mer traditionell affärsmodell. Regeringen vill framförallt öka kunskapen om social innovation och socialt företagande hos företagsfrämjare.

Tillväxtverket har i sin problemanalys identifierat att sociala företag är ovana vid att marknadsföra sin idé; visa på samhällsnyttan med sin verksamhet; attrahera kapital och kunder; att driva företag och att företagsfrämjare generellt är ovana att bemöta företag med affärsidéer och affärsmodeller där samhällsnyttan är överordnad vinstsyftet. Inom ramen för programmet har flera aktiviteter genomförts i syfte att stärka de sociala företagens affärsmässiga förmåga och öka företagsfrämjares kunskap och kompetens. Nedan följer en beskrivning av de olika aktiviteternas resultat och bidrag till det prioriterade området.

SOCIALA FÖRETAGS AFFÄRSMÄSSIGA FÖRMÅGA

I följande avsnitt redogörs för resultaten som har bäring på följande effekter på kort sikt.

Tabell 11 Tillväxtverkets förändringsteori-effekter på kort sikt

Effekter på kort sikt (resultat)

- Sociala företag, som tagit del av affärsutvecklingscheckar, har utvecklat sin affärsmodell, stärkt sin förmåga att mäta effekter eller utvecklat sin affär med en offentlig aktör.
- Sociala företag, som tagit del av programmets insatser, har stärkt sin affärsmässiga förmåga, blivit bättre på att attrahera kunder och kapital, ökat sin kunskap om finansieringsmöjligheter och blivit bättre på att visa sin samhällsnytta.

DE REGIONALA PROJEKTENS BIDRAG

Regionerna har framförallt bidragit till att stärka sociala företags affärsmässiga förmåga genom att förbättra deras kunskap om finansieringsmöjligheter, men även genom att förbättra deras förmåga att attrahera kunder och kapital.

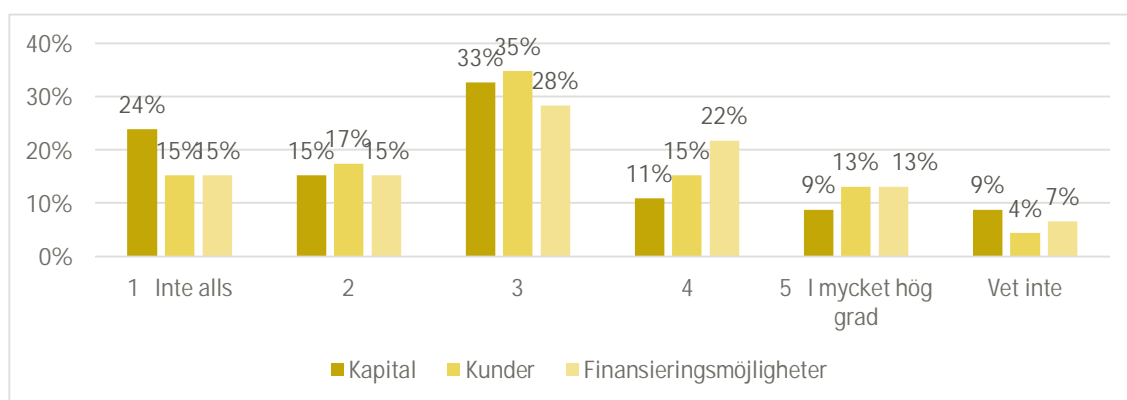
De flesta regionala projekt har arbetat med att stärka de sociala företagens affärsmässiga kompetens genom att utveckla företagets kompetens i att delta i offentliga upphandlingar. De har anordnat utbildningar och tagit fram informationsmaterial inom upphandling. Vissa regioner har även arbetat nära enskilda företag för att stötta dem i att svara på upphandlingar och föra dialog med potentiella kunder inom offentlig sektor. Dessa insatser har bland annat lett till att företag de arbetat med vunnit reserverade kontrakt.

Flertalet regioner har även inrättat nya forum för samverkan mellan främjare och sociala företag. "Social Business Board" är ett vanligt förekommande koncept där företagen får möjlighet att pitcha affärsidéer och får direkt feedback från andra företag och främjare. Social Business Board är ett samlat verktyg som dels stödjer entreprenören, dels bidrar till ett gemensam

lärande mellan de olika rådgivarorganisationer (Coompanion, Almi, Venture Cup) och främjare (ex från Science Parks) som medverkar.

Den enkät som Sweco skickade ut till sociala företag som deltagit i aktiviteter inom ramen för de regionala projekten ger en bild av insatsernas resultat. Av de 46 sociala företag som svarat på enkäten uppger 28 % att deras förmåga att attrahera kunder stärkts i hög eller mycket hög grad. Motsvarande siffra för att attrahera kapital är 20 %. Regionerna har haft väsentligt mer fokus på att stötta företags förmåga att attrahera kunder jämfört med förmåga att attrahera kapital. Det är således förväntat att målgruppen anger bättre resultat kopplat till attraktion av kunder. Den tredje frågan som redovisas i figuren nedan är i vilken utsträckning företagen stärkt sin kunskap om finansieringsmöjligheter. På denna fråga svarade 35 % i hög eller mycket hög grad, vilket är klart högre resultat än de två föregående frågorna. Det finns således en tydlig skillnad mellan svar på "förmåga att attrahera kapital" respektive "kunskap om finansieringsmöjligheter". Skillnaden kan till att börja med bero på frågeformuleringarna. Uttrycket "förmåga" kan ses som svårare att uppnå jämfört med "kunskap om". En annan möjlig förklaring kan ligga i hur företagen ser på begreppen "finansiering" respektive "kapital". Sociala företag är generellt mer vana att använda bidrag jämfört med andra finansiella instrument. Det beror på att många sociala företag har sin grund i den idéburna sektorn där bidrag är en vanlig finansieringsform. Två tredjedelar har erfarenheter av bidrag, en tredjedel har erfarenheter av lån och krediter och endast en tiondel har erfarenheter av ägarkapital². De företag som svarat att de höjt sin förmåga att attrahera kapital är ofta verksamma i regioner där det skett utveckling av regionala mikrofonder. En möjlig förklaring kan vara att "finansieringsmöjligheter" ses som ett bredare begrepp som även inkluderar bidrag medan "kapital" är huvudsakligen ses som finansiella instrument som framförallt Mikrofonderna erbjuder.

Tabell 12 I vilken grad tycker ni att aktiviteterna stärkt er förmåga att attrahera kunder respektive kapital samt stärkt er kunskap om finansieringsmöjligheter?



² Finansieringsvägar för sociala företag, Tillväxtverket 2018

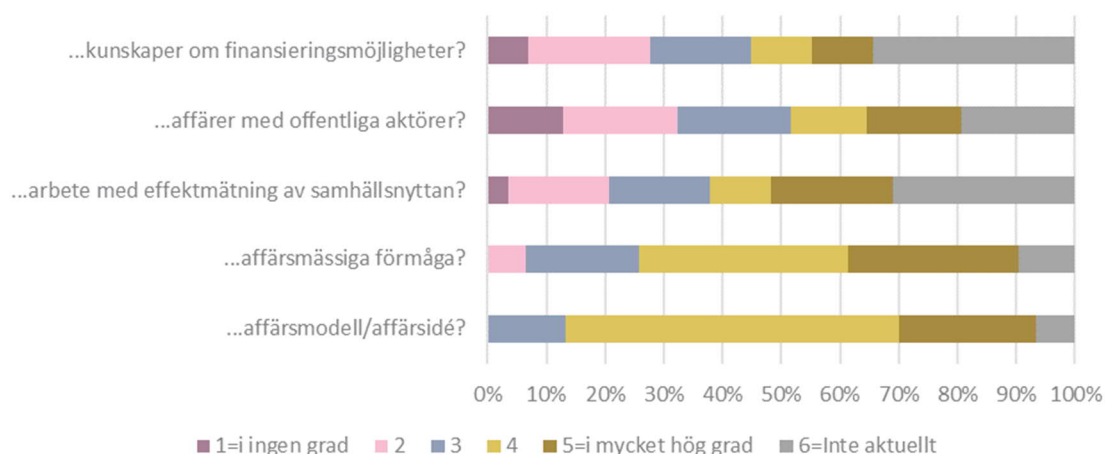
Arbete med upphandling i Västra Götalandsregionen- ett gott exempel

Ett av fokusområden för det regionala projektet i Västra Götalandsregionen har varit att arbeta med upphandling och på så vis förbättra sociala företags access till offentlig marknad. Redan i tidigt stadium identifierade projektet ett antal omständigheter som är av stor vikt för offentliga aktörers möjligheter att genomföra socialt ansvarsfulla upphandlingar. Till att börja med konstaterades att offentliga budgetar i slutändan sätter gränserna för vad som går att upphandla och socialt ansvarsfulla upphandlingar är ofta inte det billigaste alternativet. Detta innebär att tydlig politisk styrning, exempelvis genom styrdokument eller särskild budgetallokering, är av stor vikt för att offentliga aktörer ska kunna göra socialt ansvarsfulla upphandlingar. Vidare finns det okunskap om regelmässiga möjligheter att genomföra socialt ansvarsfulla upphandlingar. Goda exempel är därför viktigt. Göteborgs stad har erfarenheter inom området och har kunnat användas som exempel och föregångare för andra kommuner i regionen. Denna initiala behovsanalys har - enligt Sweco - varit en viktig bidragande orsak till att resultat uppnåtts. Rent praktiskt har projektet tagit hjälp av experter från Coompanion för att coacha andra kommuner i att ta fram förfrågningsunderlag för reserverade upphandlingar. Projektet har även genomfört kompetensutvecklingsinsatser – workshops, information mm - för politiker och tjänstepersoner i delregioner. Projektet har även formaliserat samarbetet mellan den civila sektorn och Västra Götalandsregionen. Detta har resulterat i att tre socialt ansvarsfulla upphandlingar är på väg att genomföras och arbete med ytterligare upphandlingar har initierats i flera kommuner i regionen.

AFFÄRSUTVECKLINGSCHECKARNAS BIDRAG

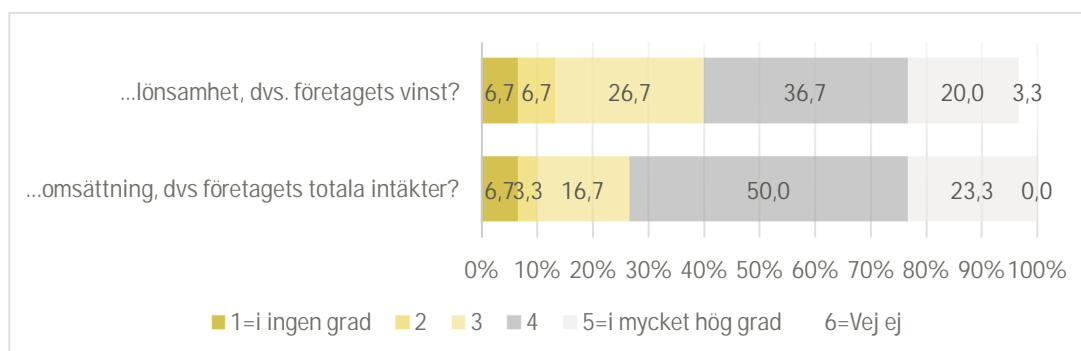
45 företag har fått affärsutvecklingscheckar för att stärka sin affärsmässiga förmåga. Den enkätundersökning som 33 företag besvarade visar att en majoritet av de svarande företagen anger att de framförallt har stärkt sin affärsmässiga förmåga och sin affärsmodell/affärsidé. Ett färre antal företag har fokuserat på att stärka företagets kunskaper om finansieringsmöjligheter, affärer med offentliga aktörer och effektmätning.

Tabell 13 I vilken grad har affärsutvecklingschecken stärkt företagets.....



Enkätundersökningen visar att en majoritet av de svarande bedömer att checkarna har stärkt framförallt företagets omsättning, men även i viss mån lönsamheten. Detta är naturligtvis en uppskattning på längre sikt.

Tabell 14 På längre sikt - i vilken grad har affärsutvecklingschecken bidragit till att stärka företagets...



I intervjuer med åtta sociala företag som fått utvecklingscheckar framkommer att checkarna varit värdefulla för dem. Några företag lyfter fram vikten av att de kunnat anställa eller anlita kompetens för att utveckla sin verksamhet. Flera av företagen menar att de tack vare utvecklingschecken haft utrymme att tänka strategiskt på hur de vill utveckla företaget på sikt. Några av företagen har utvecklat arbetet med att följa upp sina resultat, något som på sikt kan leda till fler kunder.

DE STRATEGISKA PROJEKTENS BIDRAG

De strategiska projekten har nått olika typer av sociala företag med sina insatser på flera håll i landet. Antalsmässigt har de inte nått så många, men de projektägande organisationerna har genom sina projekt byggt upp en kapacitet att stötta fler företag framöver. Flera av projektagarna är nationella organisationer vilket borgar för att deras nyvunna kunskaper och kompetenser kommer vara tillgängliga för sociala företag runt om i landet.

Två av projekten riktar sig specifikt till arbetsintegrerande sociala företag (ASF) och syftar till att på olika sätt stärka och utveckla de arbetsintegrerande sociala företagens affärsmässiga förmåga. Bland annat har Skoopi³ genomfört fyra certifieringsprocesser utifrån den standard (SIS PAS 10:2018 (sv) för arbetsintegrerande sociala företag som de tidigare utvecklat med stöd av Tillväxtverket. Standarden lyfter fram ett antal krav som företagen behöver leva upp till inom bland annat: finansiering och ekonomi; ledningssystem; arbetsmiljö; personal och kompetens; miljömässig hållbarhet; socialt ansvarstagande; verksamhetens organisation och fristående roll. Inom ramen för projektet har Skoopi utvecklat verktyg och stödmaterial för den webbaserade certifieringsprocessen och genomfört fyra certifieringsprocesser som utvecklats och förbättrats under hand. Sammanlagt har 37 ASF blivit certifierade. Projektets egen uppföljning visar att de deltagande företagen varit nöjda och att certifieringen bidragit till en ökad förmåga i företaget. Förutom att företagen fått en tydligare struktur och mer ordning och reda har processen stärkt egenmakten i företagen och ökat förmågan att samarbeta och ökat engagemang inom företaget.

Skoopis andra projekt Konsortieprojektet har fokuserat på att stötta ett antal nätverk och sammanslutningar av ASF runt om i landet. Sammanlagt deltog fem konsortier som bestod av mellan tre till tio ASF som ligger geografiskt nära varandra. Den strukturerade samverkan har bland annat resulterat i att företagen lämnat anbud tillsammans eller sökt projektmedel. Sammanslutningarna har fyllt ett behov då representanter från både Arbetsförmedlingen och Samordningsförbund efterfrågat en part att samverka med istället för flera små företag. I tre av konsortierna kommer samordningsförbund fortsatt finansiera koordinatortjänster efter projektet slut.

Coompanion har drivit projektet Bilda Bygdebolag som har fokuserat på att stärka bygdebolag/bygdekooperativ. Projektet har gjort en kartläggning av antalet bygdebolag runt om i landet. En utmaning med kartläggningen var avgränsningen av fenomenet bygdebolag då begreppet "bygdebolag" är ett relativt nytt begrepp. Projektet lyfter i sin slutrapport upp svårigheten att uppskatta bygdebolagens antal och utbredning då flera ekonomiska och ideella föreningar troligtvis inte identifierar sig med begreppet, även om de arbetar som bygdebolag. Kartläggningen resulterade dock i cirka 300 "träffar". För att stötta utvecklingen av bygdebolag har projektet utvecklat en serie webinarier, med följande teman: Hur startar vi bygdebolag? Hur organiserar och utvecklar vi vårt bygdebolag? Vilka utmaningar ställs bygdebolag inför? Hur bemöter vi dem? Sammanlagt deltog 80 - 100 personer vid varje seminarietillfälle och de har haft 450 visningar i efterhand. Projektet har även arrangerat en nationell nätverksträff i Vuolle-riim för erfarenhetsutbyte. På nätverksträffen deltog förutom Coompanion, bygdebolagsaktiva

³ Skoopi är en intresseorganisation för arbetsintegrerande sociala företag. Se mer på <https://skoopi.coop/>

från hela Sverige, representanter från folkbildningen, rådgivare samt studenter från SLU medverkade. Sammanlagt deltog 25 personer. Syftet med nätverksträffen var dels kunskapsinsamling till en handbok, dels undersöka behov och möjligheter för en mer strukturerad samverkan mellan bygdebolag. Projektet har därutöver utarbetat en handbok som ger tips och råd på hur lokala grupper kan starta bygdebolag. Projektet hoppas att beskrivningen av bygdebolag, så som den återges i handboken, ska vara användbar i varierade sammanhang och för olika intressenter, i syfte synliggöra och tydliggöra denna platsbundna och bygdeägda metod för att skapa levande lokalsamhällen.

Famna⁴ har drivit projektet Tio2030 och har riktat sig till idéburna företag som erbjuder sociala tjänster och vård och omsorg. Syftet med projektet har varit att öka idéburna aktörers/sociala företags affärsmässighet för att på längre sikt bidra till att den idéburna välfärden växer som sektor. Projektet har genomfört seminarier som lyft företagets utmaningar och förutsättningar för ökad tillväxt med fokus på respektive organisations mervärde, ökat företagets kunskap om upphandling, effektmätning, innovationsprocesser och ledarskap för utveckling. Mellan seminarierna har respektive företag formulerat tillväxtmål, utmaningar och hinder, gjort en marknads- och konkurrensanalys och en tillväxtstrategi. Företagen har fått individuell handledning och sju organisationer har även fått coaching i effektmål av den ideella föreningen Effektfullt, vars syfte är att fungera som stöd till organisationer och privatpersoner som vill utveckla sin effektmätning. Totalt har nio idéburna företag i olika storlekar deltagit i projektet. En organisation var tvungen att avbryta sin medverkan på grund av Covid-19 effekter på verksamheten. Projektets uppföljning visar att deltagande företag har varit nöjda med insatserna. 89 % av de svarande uppgav att projektet till största del bidragit till ökad kunskap och förståelse för ökad tillväxt.

Projektet Impact Startup Sweden har drivits av det sociala företaget Prosper Impact Consulting AB. Syftet med projektet har varit att stötta sociala entreprenörer till finansiell hållbarhet, maximal impact och skalbara affärsmodeller genom ett nationellt acceleratorprogram. Tillväxtverkets stöd var för den inledande planeringsfasen då 15 sociala företag och åtta erfarna coacher rekryterades till acceleratoren. Projektet genomförde en två dagars Train-the-Trainers för coacher och projektledare och acceleratorprogrammet tog form.

Projektet STAR Impact Launch Project har drivits av GU Ventures AB. Syftet med projektet har varit att utveckla skräddarsydda finansiella lösningar för icke-vinstdrivande företag, erbjuda företagen stöd i affärsutveckling och effektmätning samt bidra till att utveckla ekosystemet för sociala företag, bland annat genom att öka kunskapen om sociala företag bland investerare. Projektet har bland annat utarbetat en due diligence process som implementerats och testats på de sex företag som medverkade i projektet. Projektet har även utvecklat och testat ett ramverk för effektmätning för nya sociala företag.

⁴ Famna är riksorganisationen för idéburen välfärd. Se mer på <https://www.famna.org/>

FÖRETAGSFRÄMJARES KUNSKAP OCH KOMPETENS

I följande avsnitt redogörs för resultaten som har bäring på följande effekter på kort sikt.

Tabell 15 Tillväxtverkets förändringsteori - effekter på kort sikt

Effekter på kort sikt

- Rådgivare, som tagit del av programmets insatser, har stärkt sin kunskap om samhälls-entreprenörskap och sin kompetens i att ge ändamålsenlig rådgivning och finansiering.

DE REGIONALA PROJEKTENS BIDRAG

I stort sett alla regioner har arbetat med att stärka företagsfrämjarnas kunskap och kompetens. Regionerna vittnar om att det finns ett stort intresse från främjarna att lära sig mer om sociala företag och bli bättre på att bemöta deras behov. Företagsfrämjare har deltagit eller varit samarbetspartners i många av regionernas aktiviteter. Aktiviteter har i viss mån varit avsedda för att stärka just företagsfrämjarnas kompetens, exempelvis i form av samverkansträffar. Det viktigaste har dock varit att främjarna medverkat i de regionala projektens aktiviteter som varit riktade till de sociala företagen. Flertalet regioner lyfter fram förbättrade dialoger med främjarna som ett av de viktigaste resultaten av sina projekt. Exempelvis Region Blekinge och Region Norrbotten lägger stor vikt vid detta resultat. Flertalet regioner har inrättat nya forum för samverkan mellan främjare och sociala företag. "Social Business Board" är ett vanligt förekommande koncept där företagen får möjlighet att pitcha affärsidéer och får direkt feedback från andra företag och främjare.

Av de 18 företagsfrämjande aktörer som svarat på Swecos enkät har nästan alla (89%) uppgett att de i hög eller mycket hög grad fått bättre kunskap om socialt företagande och samhällsentreprenörskap. Framförallt har de blivit bättre på att samverka med andra företagsfrämjare kring stöd till sociala företag (67 %). Cirka hälften uppger att de blivit bättre på att ge ändamålsenlig rådgivning till sociala företag (51 %), och samverka med andra offentliga aktörer i stöd till sociala företag (50%).

Sett till mer specifika områden uppger 39 % av respondenterna att deras kunskap om effektmätning förbättrats i hög eller mycket hög grad. I övrigt är resultaten mindre tydliga: 28 % uppger väsentligt förbättrad kunskap om socialt ansvarsfulla upphandlingar och 22 % uppger väsentligt förbättrad kunskap om finansieringsmöjligheter för sociala företag.

RESULTAT INOM FÖRETAGS- OCH RÅDGIVNINGSKOMPETENS I KORTHET

Programmet har bidragit till att sociala företag har fått:

- förbättrad kompetens i att delta i offentliga upphandlingar
- nya forum för stöd från främjare, exempelvis genom Social Business Boards
- förbättrad kunskap om finansieringsmöjligheter
- möjlighet att utveckla och förtydliga sin affärsidé och affärsmodell
- förbättrad kommersiell och finansiell analysförmåga
- ökad kunskap och förståelse för ekonomisk tillväxt.

Programmet har även bidragit till att företagsfrämjare har:

- fått väsentligt förbättrad förståelse för socialt företagande och förbättrad förmåga att samverka med andra främjare kring socialt företagande
- utvecklat metoder för att stötta sociala företag, exempelvis genom Social Business Boards där olika rådgivarorganisationer medverkar.

3.3 FINANSIERING

Tidigare studier av både Vinnova och Tillväxtverket visar att tillgång till finansiering är en utmaning för sociala företag. Det beror bland annat på att sociala företag kan ha alternativa affärsmodell och verksamhetslogik samt verkar i gränssnittet mellan den offentliga, privata och ideella sektorn. Regeringen påtalar vikten av att öka kunskapen om och förmågan för privata och offentliga investeringar i sociala företag.

Tillväxtverket har i sin problemanalys uppmärksammat bristen på tillgång till offentlig och privat finansiering för sociala företag. I förändringsteori har man fokuserat på resultatet av den kartläggning som levererats till Näringsdepartementet och en ambition om att kunna påverka kommande programperiod för strukturfondsmedel samt de regionala företagsstöden. Sweco redovisar i följande avsnitt resultatet av Tillväxtverkets insatser samt de regionala och strategiska projektens resultat.

I följande avsnitt redogörs för resultaten som har bäring på följande effekter på kort sikt.

Tabell 16 Tillväxtverkets förändringsteori - effekter på kort sikt

Effekter på kort sikt

- Förslaget om en nationell fond för socialt företagande samt nationell fond för utfallskontrakt finns med inför kommande programperiod.

- De sociala företagens förutsättningar finns med i arbetet med att öppna upp de regionala företagsstöden.

TILLVÄXTVERKET INSATSER FÖR ATT FÖRBÄTTRA TILLGÅNGEN TILL FINANSIERING

I programmets inledning tog Tillväxtverket fram ett underlag för att kartlägga befintliga finansieringsmöjligheter för sociala företag och ta fram en plan för hur det befintliga utbudet kan utvecklas. Detta resulterade i rapporten "*Finansieringsvägar för sociala företag*" som avrapporterades till Näringsdepartementet.

Baserat på rapporten föreslog Tillväxtverket att inrätta en garantifond, särskilt riktat till sociala företag, med hjälp av strukturfondsmedel för programperioden 2021 - 2027. Tillväxtverket har dock inte fått medel eller begäran från Näringsdepartementet att sätta upp någon sådan fond. Trots att utformningen av kommande strukturfondsprogram ännu inte är fastställt, kommer troligen inte sociala företag vara en uttalad målgrupp för finansiella instrument inom strukturfonderna. Däremot kommer det finnas ett tydligt fokus på hållbar stadsutveckling i kommande strukturfondsperiod. Detta innebär att sociala företag kan ha en roll bland andra aktörer att leverera lösningar för hållbar stadsutveckling. I detta perspektiv blir sociala företag en typ av hållbart företag bland andra. Huruvida det gynnar socialt företagande eller ej är svårt att uttala sig om.

Genom den nationella strategin för ett företagsfrämjande på lika villkor 2015 - 2020 kommer de regionala företagsstöden nå en bredare målgrupp av företag jämfört med tidigare. Medelsttilldelning kopplas till regionala mål och hållbar tillväxt. Även om sociala företag inte nämns specifikt har möjligheten till finansiering genom dessa kanaler förbättrats.

DE REGIONALA PROJEKTENS BIDRAG

De regionala projekten har på olika sätt bidragit till att förbättra tillgången till finansiering för sociala företag. Till att börja med har några regioner undersökt möjligheten att öppna upp de regionala företagsstöden till sociala företag. Projektet i Region Gävleborg noterade att de regionala företagsstöden styrs av statsstödsregler för finansiering vilket innebar en större utmaning än de trodde från början. Projektet har gjort ett kompendium över olika finansiella lösningar - utöver företagsstöden – som är tillgängliga för sociala företag. Även projektet i Region Västmanland är inne på samma spår. De har gjort en genomlysning av regionens företags- och föreningsstöd och konstaterat att varje aktör har sina egna prioriterade målgrupper. Endast en aktör är specifik riktad till sociala företag, - även om inga aktörer aktivt utesluter sociala företag. Regionen har därför initierat ett nytt start- och expansionsstöd riktat till enbart sociala företag.

Regionala mikrofonder – som har sociala företag som primär målgrupp - är en viktig kanal för att förbättra tillgången till finansiering för sociala företag. Ett flertal regioner har påbörjat utvecklingen av nya regionala mikrofonder eller bredda det geografiska upptagningsområdet för befintliga mikrofonder. Projektet i Region Gävleborg har initierat en förstudie för att etablera en mikrofond tillsammans med Region Dalarna. Coompanion i regionen kommer självständigt driva denna process vidare efter projektets avslut. Projektet i Region Västmanland har bidragit

till att Mikrofonden Örebro har utvecklats till Mikrofonden Mälardalen. Detta har lett till att ett nystartat socialt företag fått stöd av Mikrofonden Mälardalen. Ytterligare marknadsföring av fonden pågår. Även projektet i Region Östergötland har påbörjat utveckling av Mikrofondens Östergötland tillsammans med Coompanion, Hela Sverige ska leva, och Länsförsäkringar. Projektet konstaterar dock att det krävs mer arbete från alla berörda parter för att ro arbetet i hamn ytterligare projektmedel och kunskapsstöd skulle underlätta processen.

Som nämns i tidigare avsnitt om sociala företags affärsmässiga förmåga uppger sociala företag att kunskap om finansieringsmöjligheter och förmåga att attrahera kapital har förbättrats till följd av de regionala projektens insatser.

DE STRATEGISKA PROJEKTENS BIDRAG

Även de strategiska projekten har genomfört insatser som fokuserar på finansiering. Bland annat har Star Impact Launch Project, som drivits av GU Venture AB medverkat i olika nätverk och sammanhang för att främja och öka investerarens kunskaper kring impact-investeringar i icke-vinstdrivna företag. Inom ramen för projektet har man utforskat och utvecklat skräddarsydda finansiella strukturer som kan passa icke-vinstdrivande företag. Nu planerar man att starta någon form av investeringsbolag som en följd av projektet.

Coompanion Sverige har drivit projektet Investeringsfond Slow Angel (bytt namn till Fairfund). Målsättningen har varit att fonden ska bli en central aktör i ett svenskt finansiellt ekosystem för socialt företagande. Projektet har resulterat i ett förslag till ett fondupplägg och en affärsmodell. Fondupplägget baseras bland annat på internationell kunskapsinhämtning och inspirerats av liknande koncept från Belgien, Frankrike, USA, Canada, Italien. Förslaget ger partnern Svensk Kooperations⁵ medlemmar möjlighet att investera i en evergreen-fond som investering med medlemmar.

Mikrofondens Sverige har drivit projektet Samverkan Mikrofondens och offentlig sektor. Syftet med projektet har varit att öka kunskapen, hos offentlig sektor, om Mikrofondernas verksamhet att förbättra finansieringsmöjligheterna för sociala företag. Projektet har tagit fram en informationsskrift med insticksblad för regional information. Skriften riktar sig i första hand till offentlig sektor och innehåller information om vad sektorn behöver för att inleda en samverkan med Mikrofondens. Skriften har spridits bland annat via SKR:s konferens om socialt företagande, Stora sociala företagsdagen och skickats till kommuner, regioner och andra finansiärer. Projektet har även besökt kommuner, regioner och olika företagsfrämjande aktörer runt om i landet för att öka kunskapen om Mikrofondens möjligheter att investera i sociala företag.

⁵ Bland Svensk Kooperations medlemmar finns Lantmännen, Coop, Fonus, Arla, Riksbbyggen, Södra, Folksam, Länsförsäkringar, HSB och OK
utvärdering av program för socialt företagande och samhälls-entreprenörskap 2018 - 2020 – Sweco

RESULTAT I KORTHET INOM FINANSIERING

Programmet har bidragit till att

- kartlägga befintliga finansieringsmöjligheter för sociala företag och ta fram en plan för hur det befintliga utbudet kan utvecklas
- utveckla och tydliggöra utbudet av regionernas ordinarie företags- och föreningsstöd för sociala företag
- regioner har påbörjat utveckling av nya regionala mikrofonder eller breddat det geografiska upptagningsområdet för befintliga mikrofonder
- öka kunskapen bland sociala företag om finansieringsmöjligheter och förmåga att attrahera kapital
- öka investerarens kunskaper kring impact-investeringar i icke-vinstdrivna företag
- ett förslag till ett fondupplägg och en affärsmodell för att stötta utvecklingen av plattformskooperativ
- öka kunskapen inom offentlig sektor om Mikrofondernas verksamhet att förbättra finansieringsmöjligheterna för sociala företag.

3.4 UTVECKLA EFFEKTMÄTNING

Resultat- och effektmätning lyfts återkommande som en central utmaning inom social innovation och socialt företagande. För att en kund eller finansiär ska vilja och kunna finansiera ett socialt företag är det viktigt att kunna påvisa resultat. Resultat i traditionella företag mäts i ekonomiskt utfall, medan resultat i sociala företags många gånger mäts i samhällseffekt. Kunskapen och kompetensen om effektmätning kopplat till sociala företag och deras bidrag behöver öka.

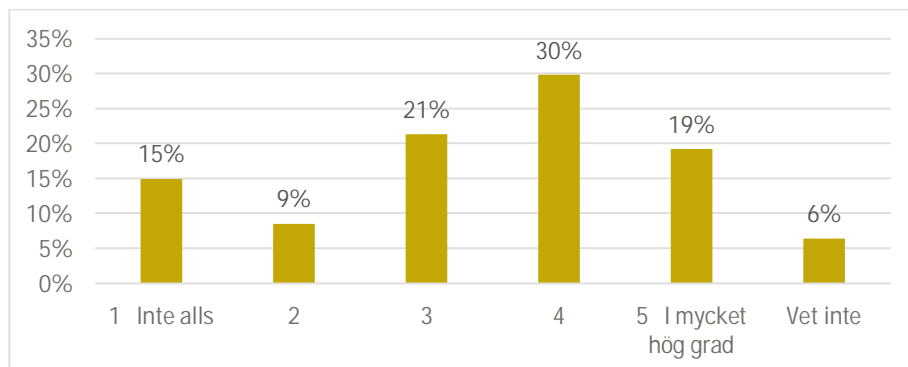
DE REGIONALA PROJEKTENS BIDRAG

Förhållandevis få regioner har genomfört riktade insatser inom effektmätning. Däremot har de fåtal regioner som har genomfört insatser inom effektmätning ett tydligt fokus på denna fråga vilket har skapat goda möjligheter för resultat. Tillväxtverket har i samverkan med RISE erbjudit regionerna stöd i hur de kan utveckla sitt effektmätningensarbete och ett antal regioner anmälde intresse. Stödet från RISE har omfattat både översiktlig kunskap om effektmätning och konkret stöd i en viss insats.

Regionerna har bland annat tagit fram och testat pilotmodeller för effektmätning i samverkan med RISE samt genomfört samarrangemang med regionala universitet kring effektmätning. Region Örebro har, i samråd med aktörer i regionen, utarbetat en målgruppsanpassad självvärderingmodell med inspiration från Mikrofonden.

Swecos enkät till sociala företag visar att regionerna har bidragit till att sociala företag blivit bättre på att visa sin samhällsnytta. Av de sociala företag som svarat på enkäten uppger nästan hälften (49 %) att aktiviteterna stärkt deras kunskap i effektmätning av samhällsnyttan.

Tabell 17 I vilken grad tycker ni att aktiviteterna stärkt er kunskap i effektmätning?



DE STRATEGISKA PROJEKTENS BIDRAG

Tre av de strategiska projekten har på ett uttalat sätt verkat för att förbättra förmågan för effektmätning och visa på samhällsnyttiga resultat.

Effektfullt, är en nystartad ideell förening och verkar för att organisationer från alla sektorer ska stärka sin förmåga att mäta och visa sina effekter på människor och miljö, samt använda resultatet för att lära och göra ännu större nytta. Effektfullt har fått stöd från både Vinnova och Tillväxtverket för att etablera verksamheten. Problemet som Effektfullt adresserar är att aktörer ofta inte vet om deras investeringar och insatser när den positiva sociala och miljömässiga samhällseffekt som eftersträvas. Det behövs ett starkare fokus på effektmätning. Effektfullts aktiviteter har fokuserat på att förbättra aktörers kapacitet att mäta effekt, främja erfarenhetsutbyte inom effektmätning och påverka i riktning mot ett mer effektdrivet Sverige. Inom ramen för projektet har man startat en Effekttakademi inom vilken organisationer i både näringsliv, civilsamhälle och offentlig sektor erbjuds löpande vidareutbildning och erfarenhetsutbyte. På deras hemsida finns en kunskapsportal där man samlar tips och information om effektmätning och har en effekttblogg. Över 400 individer och 60 organisationer är i skrivande stund medlemmar.

STAR Impact Launch Project som drivs av GU Ventures har utvecklat ett ramverk för effektmätning för icke-vinstdrivande företag och i sin due diligence process som även inkluderar effekter. Man har testat och utvecklat både ramverket och due diligence processen tillsammans med ett antal företag som deltog i projektet.

Svensk Elitfotboll har i sitt projekt fokuserat på effektmätning som ett sätt för klubbarna att visa på sin samhällsnytta i lokalsamhället. Projektet har anlitat Ingvar Nilsson som tillsammans med ett antal klubbar tagit fram rapporten *Fotbollsplanen mitt i byn. Fotbollen - en aktör att räkna med. Svensk Elitfotboll och samhället*. Rapporten handlar om att sätta ett värde på det samhällsengagemang som genomförs av Svensk Elitfotbolls medlemsklubbar med hjälp av ett socioekonomiskt perspektiv. Rapporten lyfter fram ett tänkbart effektpanorama, men poängterar samtidigt att det verkligt viktiga kan man inte sätta prislappar på.

RESULTAT I KORTHET UTVECKLA EFFEKTMÄTNING

Programmet har bidragit till att

- utveckla pilotmodeller för effektmätning i samverkan med RISE
- utveckla målgruppsanpassad självvärderingmodell med inspiration från Mikrofon-fonden
- utveckla ramverk för effektmätning för icke-vinstdrivande företag
- sociala företag blivit bättre på att visa sin samhällsnytta
- Effektfullt har bildats och en "Effektakademi" där organisationer från både näringsliv, civilsamhälle och offentlig sektor erbjuds löpande vidareutbildning och erfarenhetsutbyte kring effektmätning
- öka kunskapen om effektmätning hos regionala projektägare och deltagare.

3.5 UTVECKLA KUNSKAP OCH MÖTESPLATSER

Regeringen påpekar i sin strategi att det råder brist på effektiv kunskapsdelning, spridning av goda exempel och tillvägagångssätt (best practice) samt brist på mötesplatser där utövare kan lära av varandra och från tidigare initiativ.

I följande avsnitt redogör Sweco för på vilket sätt programmet bidragit till att utveckla kunskap och mötesplatser. I avsnittet har vi valt att inkludera resultaten av de aktiviteter som Tillväxtverket genomfört vad gäller samverkan med andra myndigheter och organisationer och de kommunikationsinsatser man bidragit till.

I följande avsnitt redogörs för resultaten som har bäring på följande effekter på kort sikt.

Tabell 18 Tillväxtverkets förändringsteori - effekter på kort sikt

Effekter på kort sikt

- Samordning av projekt finansierade av Tillväxtverket och Vinnova har ägt rum.
- Samordning utifrån regeringens strategi mellan relevanta myndigheter och organisationer har ägt rum.
- Programmets insatser och resultat är kända hos programmets utpekade målgrupper. Genom programmets sociala medier kan intresserad målgrupp hålla sig uppdaterad om vad som händer inom området.
- Regionerna upplever att deras förmåga har stärkts av erfarenhetsträffarna och tematiska träffar.

SAMVERKAN MED ANDRA MYNDIGHETER OCH ORGANISATIONER

Tillväxtverket har samverkat med Vinnova genom hela programmets genomförande. De har haft löpande avstämningar med varandra och deltagit i varandras erfarenhetsträffar och bedömningsgrupper. Tillväxtverket och Vinnova arrangerade bland annat gemensamma huvudsessioner på Social Innovation Summit 2019 och 20. Tillväxtverkets samverkan med Upphandlingsmyndigheten har varit av stor betydelse. Synen på Upphandlingsmyndigheten har förändrats bland offentliga aktörer som deltagit i programmet. Allt fler ser att myndigheten är ett stöd och resurs i upphandlingsfrågor snarare än en kontrollinstans. Detta har bidragit till att exempelvis kommuner har fått bättre stöd kring legala hinder och möjligheter i relation till upphandling av sociala företag. Det finns även en rad myter kring ekonomisk hållbarhet och sociala företag som Upphandlingsmyndigheten har kunnat bemöta.

Sveriges kommuner och regioner (SKR) har blivit en allt viktigare samarbetspartner under programmets gång. Det strategiska projekt kring handboken för kommuner och regioners samverkan med sociala företag, som SKR drivit, har varit viktig för att få igång samarbetet. Tillväxtverket upplever att det finns allt starkare gehör inom SKR för frågor kring socialt företagande.

Tillväxtverket har även försökt få till stånd samverkan med MUCF. Dock har det inte skett något konkret utbyte mellan dessa två myndigheter, men Tillväxtverket har medverkat i träffar med MUCF:s myndighetsnätverk. MUCF hade, till skillnad från Vinnova, inte något särskilt uppdrag att arbeta med socialt företagande.

ERFARENHETSTRÄFFAR, TEMATISKA TRÄFFAR OCH KOMMUNIKATIONSINSATSER

Tillväxtverkets tematiska träffar har upplevts mycket positiva av de regionala projekten. En viktig förklaring är att Tillväxtverkets handläggare upplevts som engagerade och tillgängliga. Särskilt träffarna kring effektmätning och marknadsföring har upplevts särskilt intressanta.

"ERFA funkar bra när det ges utrymme för dialog och utbyte. Det är det viktigaste"

Regional projektledare

ERFA- träffarna har också varit uppskattade även om det har blivit svårare att få ett meningsfullt utbyte när träffarna genomförts digitalt. I något fall har innehållet upplevts allt för generellt och man hade hellre sett mindre subregionala träffar som delas in beroende på vad man jobbar med.

"Det är mycket positivt att Tillväxtverket tar vara på möjligheten att 17 regioner driver samma frågor"

Regional projektledare

Tillväxtverket har även haft en nationell kommunikationsgrupp för de regionala och strategiska projekten. Den har resulterat i ett gemensamt arbete för att tydliggöra kommunikationen, exempelvis genom en direkt koppling till Agenda 2030.

Tillväxtverket har använt olika kommunikationskanaler för att sprida och öka kunskap om socialt företagande och de aktiviteter som genomförts inom ramen för programmet. På Tillväxtverkets hemsida har man utvecklat en webbplats om socialt företagande: <https://tillvaxtverket.se/amnesomraden/affarsutveckling/socialt-foretagande.html> och under de tre år som programmet pågått har antalet unika besökare ökat med cirka 800%. 2018 hade webbplatsen cirka 2000 unika besökare och år 2020 hade man 18 000 unika besökare. Inom ramen för

programmet har man producerat fem filmer, som haft olika fokus och målgrupper. Följande filmer har producerats:

- Vad är socialt företagande?
- Tre sociala företag presenterar sin affärsidé.
- Social Business Board- rådgivarorganisationer som arbetar tillsammans.
- Effektmätning- hur kan ni mäta samhällsnyttan i din verksamhet?
- Samhällsnytta genom upphandling.

Filmerna har haft cirka 50 000 visningar/film med hjälp av annonsering. På Tillväxtverkets YouTube-kanal har varje film ett genomsnitt på 500 visningar för året 2020. Filmen om effektmätning och filmen om Social Business Board har varit populära hos besökarna. Man har även startat en grupp på LinkedIn och en grupp på Facebook för att skapa möjlighet till samtal, engagemang och direkt kontakt. Facebook gruppen har haft 929 medlemmar och LinkedIn-gruppen har haft 665 medlemmar. 87% av de 929 medlemmarna i Facebook-gruppen har varit aktiva genom att de kommenterat, delat och gillat det som publicerats.

Tillväxtverket har även ökat kunskapen internt på myndigheten om programmet i syfte att gynna fortsatt förvaltning och implementering efter programmets avslut. De har haft presentationer för medarbetare, avdelningar och kontinuerligt kommunicerat i interna kanaler. Det har bidragit till ett internt intresse och har underlättat spridningen av kunskap till andra satsningar, som exempelvis landsbygdsutveckling och hållbar regional utveckling.

Tillväxtverket har varit huvudpartner till samma konferenser sedan flera år tillbaka. Det har bidragit till ett stabilt och värdefullt nätverk som inneburit att de har haft möjlighet att nå brett över hela Sverige och kunnat stärka det engagemang och mötesplatser som redan finns. Programmet anordnade sin slutkonferens på Social Innovation Summit 2020 som hade 1200 besökare från 60 olika länder.

INTERNATIONELLT KUNSKAPSUTBYTE OCH SPRIDNING

Tillväxtverket ingår i EU-kommissionens expertgrupp för social ekonomi och socialt företagande (GECES). GECES leds av Internal Market, Industry, Entrepreneurship and SMEs (GROW) och Employment, Social affairs and Inclusion (EMPL). GECES är en viktig kommunikations- och kunskapskanal. I gruppen ingår representanter från medlemsländerna (i Sveriges fall Näringsdepartementet och Tillväxtverket), paraplyorganisationer som Euclid och Social Economy Europe och även andra nominerade aktörer, som exempelvis Region Östergötland och Region Örebro från Sverige. Tillväxtverket har medverkat vid cirka 4 träffar per år och ett flertal kunskapsträffar på olika teman. Tillväxtverket har bidragit med input från Sverige, bland annat kopplat till hur pandemin har påverkat sociala företag, och till den "Action plan for social economy" som håller på att utarbetas av kommissionen för lansering under 2021. Tillväxtverket har även kunnat ta del av och sprida vidare EU-information och möjligheter till de svenska målgrupperna, som exempelvis information om olika utlysningar och satsningar.

EN TYDLIGARE DEFINITION AV SOCIALT FÖRETAGANDE

I Swecos delrapport *Program för sociala företag och samhällsentreprenörer 2018 - 2020* (2020) var en av rekommendationerna att förtydliga beskrivningen av vilka företag som ska definieras som sociala företag och vilka som inte ska definieras som sådana. Sweco poängterade att det är möjligt att det inte går att fastställa en definition av den heterogena gruppen av sociala företag, men att ytterligare förtydliganden och avgränsningar mot traditionellt kommersiella företag behövs. Om det inte är tydligt för kommuner, myndigheter eller företagen själva finns risk för bland annat godtycklighet och brist på transparens vid exempelvis fördelning av medel, vid upphandlingar etcetera.

I intervjuer med bland andra de regionala projekten har både för- och nackdelar med att se till en bred och odefinierad målgrupp av företag uppkommit. Eftersom Tillväxtverkets tidigare program fokuserade på arbetsintegrerande sociala företag (ASF) finns en vanlig föreställning att enbart ASF kan betraktas som socialt företag. Det som har lyfts som fördel med ett brett omfång är att projekten får möjlighet att vidga perspektivet till att omfatta andra företag än ASF. Det som lyfts som nackdel med det breda omfånget är att "man får allt och inget". Med andra ord blir det svårare att utforma bra stöd till en bred och heterogen målgrupp. Således riskerar insatserna att inte riktigt passa någon av företagskategorierna perfekt. Sweco noterar även en tendens att regioner som arbetat länge med socialt företagande är mer positiva till en snävare och tydligare definition medan de regioner som är i ett mer utforskande skede snarare ser fördelar med breda och allmänt hållna kännetecken.

Våren 2020 fick Policy in Practice i uppdrag av Tillväxtverket att utreda behovet av en tydligare definition av sociala företag och föreslå hur en sådan definition/definitioner skulle kunna se ut och identifiera hur eventuella hinder kopplat till föreslagna definitioner skulle kunna överbryggas. Policy in Practice (2021) redovisar i sin rapport olika argument som framkommit för en tydligare definition. En definition skulle bidra till:

- en administrativ nytta för bland andra myndigheter och företagsfrämjare genom att underlätta statistikföring, effektuppföljning av stöd, rättssäker medelsfördelning och begränsa risken för fusk eller green washing eller social washing av traditionella företag.
- ökad legitimitet, ökad kännedom och ökat intresse för sociala företag, vilket i sin tur antas driva fram en större marknad samt att underlätta samverkan och lärande mellan sociala företag.
- ökad kännedom och status för de produkter, tjänster och inkluderingsprocesser de levererar. Det i sin tur skulle kunna bidra till en ökad efterfrågan på de mervärden som sociala företag skapar.

I rapporten framgår även en nackdel och det är att kostnaden för en definition antas överstiga värdet av den på grund av det system av tillsyn och märkning som en definition bör föra med sig. Andra nackdelar är att en definition riskerar hämma innovation och utvecklingskraft bland de sociala företagen och att alla som vill bidra till hållbarhet ska inkluderas och inte stängas ute av definitioner och konstruerade gränser.

STRATEGISKA PROJEKTS BIDRAG TILL ÖKAD KUNSKAP

Flera av de strategiska projekten har resulterat i kunskapsunderlag som kan bidra till att stärka socialt företagande. Kunskapsunderlagen riktar sig både till sociala företag och offentliga och privata aktörer och synliggör lärande exempel, utmaningar och möjligheter. I tabellen nedan redogörs för de konkreta kunskapsunderlag som utvecklats inom ramen för de olika strategiska projekten.

Tabell 19 Kunskapsunderlag framtagna genom strategiska projekt

Organisation	Kunskapsunderlag/mötesplatser
Effektfullt	Kunskapsportal www.oeffektfullt.se och Effektakademin
SE Forum	Rapporten <i>Business for good: Samarbeten och affärer som gör nytta</i> .
Coompanion	<i>Bilda bygdebolag!</i> En handbok med information och inspiration för samhällsföreningar, byalag, sockenråd, omställningsinitiativ och andra grupper som vill ta det lokala utvecklingsarbetet till nästa nivå. Utvecklat ett nätverk mellan bygdebolag.
Mikrofonden Sverige	Broschyren <i>Börja investera i social ekonomi- så kan den offentliga sektorn använda MIKROFONDEN för kostnadseffektiva resultat</i> . Information till politiker och tjänstemän inom offentlig sektor.
Yalla Trappan	Metodbok om samverkan och affärer med privat, ideell och offentlig sektor
Famna	Vägledning med syfte att sprida kunskaper från projektet till andra aktörer inom sektorn idéburen välfärd
Sveriges kommuner och regioner- SKR	Broschyren <i>För framgångsrik samhällsutveckling</i> . En kort introduktion till samverkan med sociala företag och handboken <i>Ny väg till innovativa välfärdslösningar</i> . Handboken innehåller konkreta exempel på hur framgångsrik samverkan med sociala företag kan utvecklas och bedrivas.

RESULTAT I KORTHET UTVECKLA KUNSKAP OCH MÖTESPLATSER

Programmet har bidragit till att

- allt fler offentliga aktörer använder Upphandlingsmyndigheten som stöd och resurs i upphandlingsfrågor
- kommuner har fått bättre stöd kring legala hinder och möjligheter i relation till upphandling av sociala företag
- det finns starkare gehör inom SKR för frågor kring socialt företagande
- Tillväxtverket har deltagit i EU-kommissionens arbete för den sociala ekonomin och sociala företag genom att ge återkoppling på sociala företags behov i Sverige och förmedlat kunskap i Sverige om EU-satsningar
- Tillväxtverket har bidragit till ökad kunskap om begrepp och definitioner av socialt företagande
- ta fram kunskapsunderlag till sociala företag och offentliga och privata aktörer som synliggör lärande exempel, utmaningar och möjligheter
- en webbplats med relevant kunskapshöjande information och filmer.

4. FORTSATT FÖRVALTNING OCH IMPLEMENTERING

I följande kapitel redogör Sweco för de förutsättningar som finns för fortsatt förvaltning och implementering av programmets resultat. För att de insatser som genomförts ska fortsätta generera effekter även efter programmets och projektens avslut är det av betydelse att det finns en strategi kring hur nyvunna kunskaper, metoder, verktyg med mera kommer spridas inom organisationerna och hållas uppdaterade och aktuella. Det är välbelagt, inom exempelvis strukturfondsprojekt, att det ofta finns stora utmaningar kring implementering av projektresultat i ordinarie verksamheter. Projekt startas och genomförs, men vid slutet av projektet är normen ofta att ytterligare projektmedel behövs för att resultaten inte ska gå förlorade.

4.1 TILLVÄXTVERKET

Tillväxtverket har inte tilldelats nya medel för att arbeta specifik med socialt företagande och de resultat som genererats behöver kanaliseras in i nya verksamheter. Det pågående programmet kring hållbar regional utveckling kommer vara av stor betydelse för att fånga upp resultat från programmet kring socialt företagande. Även kommande landsbygdsprogram är av betydelse. Konkret arbetar Tillväxtverket med att:

- koppla samman regionala noder inom pågående program med ansvariga handläggare inom programmet hållbar regional utveckling
- sprida kunskap om strategiska projekt internt på Tillväxtverket
- stötta regionerna i deras implementeringsarbete
- få in socialt företagande i kommande nationella strategi för regional utveckling och tillväxt
- sprida kunskap om socialt företagande, med fokus på bygdebolag, genom Tillväxtverkets landsbygdsatsningar
- lägga in och samordna krav på datainsamling kring samhällsentreprenörskap och sociala företag i myndighetens verksamhetsbidrag till olika rådgivarorganisationer
- internt sprida vikten av att inkludera socialt företagande och samhällsentreprenörskap som en viktig nyckel i hållbarhetsarbetet.

Tillväxtverket arbetar för en mångfald av företag och företagare, bland annat genom en Öppna upp-strategi. Strategin har som mål att spänna över hela myndighetens verksamhet och de erfarenheter och resultat som programmet genererat kommer bli en del av strategin. Tillväxtverket har som övergripande mål att arbeta för en hållbar tillväxt i vilken alla hållbarhetsaspekter ska inkluderas, såväl ekonomiska som sociala och miljömässiga och där sociala företag spelar en viktig roll.

4.2 REGIONALA PROJEKT

Regionerna kommer förvalta projektresultaten på ett antal olika vis. Eftersom det inte kommer nya projektmedel specifikt riktat till socialt företagande behöver regionerna troligtvis hitta andra medel för att förvalta resultaten. Vidare kommer det troligen inte finnas öronmärkta pengar för stöd till sociala företag i kommande ERUF-program. Det resultat som tydligast borgar för att resultaten ska omhändertas och förvaltas efter projektens slut är i de fall socialt företagande nämns explicit i de regionala utvecklingsstrategierna (RUS). Detta resultat kan ses

som exempel på att främjande av socialt företagande nått hela vägen fram; i den mening att det blivit inkluderat i det ordinarie arbetet med regional utveckling och i viss mån frikopplats från behov av ytterligare projektmedel.

Tillväxtverkets pågående program inom hållbar regional utveckling är ytterligare en potentiell mottagare för de regionala projektens resultat. Flera regioner poängterar att de förbereder samverkan med dessa projekt för att föra över kunskap och resultat från pågående projekt.

Utöver möjligheten att föra över resultat till nya projekt finns ett antal andra sätt som resultaten kan leva kvar. I de fall det finns en aktiv projektägare eller operativ projektledare på respektive region finns viss möjlighet att kunskapen från projekten lever kvar inom organisationerna genom att personer jobbar kvar. Personerna i fråga kommer dock - utan andra projektmedel - bara kunna lägga begränsad arbetstid på dessa frågor och det finns troligen små möjligheter för fortsatt utvecklingsarbete.

I de fall offentliga aktörer genomfört socialt ansvarsfulla upphandlingar med hjälp av sin ordinarie upphandlingsorganisation införlivas kunskapen på ett naturligt vis på rätt plats i organisationen. På så vis finns det i dessa fall goda förutsättningar för att kunskapen ska finnas kvar och förvaltas.

I hälften av de regionala projekten har Coompanion varit projektledare. I flera av dessa regioner kommer Coompanion själva förvalta resultaten genom att söka nya projektmedel. Exempelvis kommer den exkubator som Region Skåne utvecklat integreras i Coompanions ordinarie verksamhet. Ett annat exempel är att Coompanion i Gävleborg kommer fortsätta att samarbeta med Dalarna kring arbetet med upprättande av en regional Mikrofond.

Utöver dessa generiska sätt att förvalta resultat kan nämnas några exempel på kompetenser och modeller som kommer leva vidare:

- Region Skåne har utvecklat egen juridisk kompetens inom idéburet offentligt partnerskap (IOP) och upphandling som kommer att användas framåt i påverkansarbete för fler IOP och utveckling av upphandling av idéburen verksamhet.
- Den självskattningsmodell för samhällsnytta som Region Örebro utarbetat kommer vidareutvecklas i samarbete med sociala företag och upphandlare i Region Örebro.
- Region Uppsala går vidare med ett länsövergripande kompetenscentrum för upphandling mot sociala företag med Region Uppsalas inköp och upphandling som samordnande funktion.
- Projektet i Region Norrbotten har tagit fram en handlingsplan och arbetssätt tillsammans med Samordningsförbundet i södra Norrbotten kring hur offentlig sektor kan arbeta med sociala företag. Samordningsförbundet har tagit över ägandeskapet av detta material och driver självständigt arbete vidare.

4.3 STRATEGISKA PROJEKT

Samtliga organisationer som drivit strategiska projekt uppger att de på olika sätt kommer arbeta vidare med resultaten i sin ordinarie verksamhet och en majoritet kommer implementera arbetet i organisationen. Nedan nämns några exempel:

- Skoopi kommer ha en ny certifieringsomgång våren 2021 och påbörja en till hösten 2021. Modellen är inarbetad i organisationen och det finns en plan för att göra certifieringsprocessen ekonomiskt hållbar utan projektmedel.
- Sveriges kommuner och regioner (SKR) kommer fortsätta arbeta för att fler avdelningar inom SKR samverkar samt starta ett utvecklingsnätverk för intresserade kommuner. Man planerar även att arbeta med modellkommuner avseende kommuners samverkan med sociala företag.
- Star Impact Launch Project har för avsikt att starta en fund raising-process för att kunna starta ett early-stage impact -fokuserat investeringsföretag och använda den kunskap de fått genom att arbeta med företagen i projektet.
- Coompanions Fairfond har förankring hos de stora kooperativa företagen som kommer vara med i en fortsatt utveckling av fonden.

5. SAMMANFATTANDE ANALYS OCH DISKUSSION

I följande kapitel har Sweco gjort en analys av programmets samlade resultat.

ÖKAD KUNSKAP, FÖRMÅGA OCH KAPACITETSBYGGANDE I FOKUS

Tillväxtverket har identifierat ett behov av att öka kunskapen, incitamenten och förmågan hos regioner och kommuner, privata näringsidkare, sociala företag och företagsfrämjare. Det har inte enbart handlat om att sprida kunskap och höja kunskapsnivån hos aktörerna utan även öka aktörers förmåga, incitament och kapacitet att agera utifrån kunskapen.

Sweco kan konstatera att programmet har bidragit till att öka offentliga aktörers, sociala företags och företagsfrämjares kunskaper. Det är svårt att uttala sig om aktörernas förmåga och incitament att agera har ökat utifrån kunskapshöjningen, men Sweco vill lyfta fram ett antal resultat som på längre sikt kan bidra till ökad förmåga, kapacitet och incitament till handling.

Sweco menar att det är positivt att ett ökat antal regioner som medverkat i programmet, i allt högre utsträckning, har inkluderat socialt företagande i regionala styrdokument, som den regionala utvecklingsstrategin (RUS). Swecos delrapport *17 regionala projekt för socialt företagande* (2019) visade att endast fyra regioner uppgav att socialt företagande omnämns i styrdokument som RUS:en eller andra policys och överenskommelser. Regionernas slutrapporter och de intervjuer Sweco har gjort med ett urval regioner visar att en majoritet av regionerna har inkluderat eller kommer inkludera socialt företagande i regionala styrdokument. Det indikerar att programmet bidragit till att stärka regionernas förutsättningar att inkludera socialt företagande i regionernas ordinarie tillväxtarbete.

Resultaten visar att kunskapen om olika upphandlingsformer, som exempelvis reserverad upphandling och hållbara upphandlingar har ökat hos både sociala företag och offentliga aktörer. Resultaten indikerar att även förmågan inom offentlig sektor att genomföra socialt ansvarsfulla upphandlingar; använda sociala kriterier i upphandling; genomföra reserverade upphandlingar och ingå idéburet offentligt partnerskap (IOP) har ökat. Det kan leda till ökade incitament för kommuner och myndigheter att upphandla tjänster av sociala företag och en ökad kapacitet hos sociala företag att medverka i upphandlingar. Vidare har Tillväxtverkets samverkan med Upphandlingsmyndigheten bidragit till att fler offentliga aktörer, som deltagit i programmet, uppfattar Upphandlingsmyndigheten som stöd och resurs i upphandlingsfrågor.

Större delaktighet i offentlig upphandling har potential att adressera problematiken med bristande finansiering. Om sociala företag blir bättre leverantörer till offentlig sektor - vilket bygger på att offentlig sektor blir bättre på att genomföra hållbara upphandlingar - kan det leda till en tydligare marknad och företagen kan bli mer konkurrenskraftiga. Om de kan konkurrera på samma villkor som andra företag borde även möjligheten till konventionell företagsfinansiering öka.

Resultaten tyder på att företagsfrämjare fått ökad förståelse för socialt företagande och blivit bättre på att ge ändamålsenlig rådgivning till sociala företag. Om kompetensen att arbeta med sociala företag är tillräckligt implementerad i de befintliga linjeorganisationerna kan företagsrådgivare kontinuerligt stötta och utveckla nya sociala företag.

EN TYDLIGARE DEFINITION GENOM STEGVIS FÖRÄNDRING

Det finns ingen tydlig och allmänt accepterad definition av vad ett socialt företag är. Sweco konstaterade i delrapporten *Program för sociala företag och samhälls-entreprenörskap 2018-2020* (2020) att det fanns behov av att ytterligare förtydliga och avgränsa sociala företag i förhållande till konventionella företag. Om det inte är tydligt för kommuner, myndigheter eller företagen själva finns risk för bland annat godtycklighet och brist på transparens vid exempelvis fördelning av medel, upphandlingar etcetera. En oklar beskrivning/definition gör det svårare att följa upp antalet sociala företag och deras omsättning; något som Tillväxtverket önskar skapa förutsättningar för på längre sikt. Policy in Practice (2021) lyfter i sin rapport fram både för- och nackdelar med en definition utifrån samtal och möten med en rad olika aktörer från offentlig, privat och ideell sektor och forskare. De föreslår en stegvis förändring där det första steget bygger på att grupper av sociala företag definierar och erkänner varandra och att tydliga kriterier utformas för vilka typer av sociala företag som kan ta emot vilka stöd, utan att en definition utvecklas för de sociala företagen i sig. Detta syftar till att uppnå kraven om tydlighet och rättssäkerhet i bedömningen av stöd, men även ökad legitimitet och kännedom för de sociala företagen. Om åtgärderna i steg ett inte leder till önskade effekter föreslås i steg två att EU:s definition införs i Sverige. Detta bör kombineras med registrering, märkning och enklare tillsyn. I det tredje steget föreslås att successivt öka de ekonomiska fördelarna av att vara ett socialt företag.

Resultaten speglar att behovet av en definition verkar öka i takt med att kunskapen om socialt företagande ökar. Sweco har noterat att det finns en tendens att regioner som arbetat länge med socialt företagande är mer positiva till en snävare och tydligare definition medan de regioner som är i ett mer utforskande skede snarare ser fördelar med breda och allmänt hållna kännetecken.

VILKA SOCIALA FÖRETAG HAR PROGRAMMET NÅTT?

Tillväxtverkets tidigare satsningar har riktat sig till arbetsintegrerande sociala företag. Ambitionen med nuvarande program har varit att nå ut till en bredare grupp sociala företag. Om man ser till de företag som beviljats affärsutvecklingscheckar var en majoritet (68%) arbetsintegrerande sociala företag. Av de som besvarat den enkät som Sweco skickat till de som deltagit i regionernas aktiviteter beskriver 19% att de är ett arbetsintegrerande socialt företag och 21% som ett annat socialt företag, (övriga var företagsfrämjare, kommun/myndighet, andra företag). Av de 13 strategiska projekt som beviljades medel riktade sig en majoritet till sociala företag generellt. Två av projekten riktade sig specifikt till arbetsintegrerande sociala företag. Detta indikerar att programmet i viss utsträckning har nått ut till en bredare grupp sociala företag.

OMVÄRLDSFAKTORER SOM PÅVERKAT

Den överskuggande omvärldsfaktorn under programmets gång har varit den pågående pandemin. Dock förefaller den inte ha påverkat programmets genomförande i allt för stor utsträckning. Pandemin inträffade först under slutet av programmet och många av de planerade aktiviteterna kunde antingen omformas eller genomföras enligt plan med hjälp av digitala hjälpmedel. Det finns även projekt som vittnar om att uppslutningen på konferenser och event blivit högre när de genomförts helt digitalt.

En annan omvärldsfaktor har varit reformeringen och nedskärningarna inom Arbetsförmedlingen vilket inneburit att efterfrågan från en viktig kund för många sociala företag har minskat, framförallt för de arbetsintegrerande sociala företagen. Reformeringen av Arbetsförmedlingen innebär bland annat att tjänster som tidigare utförts av Arbetsförmedlingen istället ska tillhandahållas av andra aktörer, såsom konventionella eller sociala företag. Än så länge förefaller dock förändringen inte lett till förbättrade marknadsförutsättningar för sociala företag.

Under senare år sker det en rörelse – främst i USA - mot ett förändrat förhållningsätt till vinstintressen inom konventionellt företagande. Exempelvis kan den demokratiska presidentkandidaten Elisabeth Warren nämnas. Under sin kampanj inför det amerikanska primärvalet 2020 hade hon bland annat en agenda kring "accountable capitalism"⁶ för att motverka allt för renodlat vinstintresse inom aktiebolag. Givet USA:s globala politiska och ekonomiska påverkan är det troligt att dessa förändringar även påverkar näringslivet i Sverige. Dock är det inget som uppmärksammats inom programmets aktiviteter mot konventionellt näringsliv.

En annan positiv omvärldsfaktor är att socialt företagande får allt mer uppmärksamhet internationellt, framförallt inom EU och OECD. Denna rörelse kan vara en bidragande orsak till att socialt företagande kommit allt mer på den politiska agendan inom kommuner och regioner även i Sverige.

Sammanfattningsvis kan sägas att även om förändringar i omvärlden påverkat programmet i viss mån, är det framförallt programmets aktiviteter i sig som skapat resultat.

ATT MÄTA EFFEKTER OCH RESULTAT UTIFRÅN SAMHÄLLSNYTTIGA MÅL

En gemensam drivkraft för sociala företag är att skapa lösningar på samhällsutmaningar och bidra till ett samhälle som inkluderar och är hållbart. Sociala företag mäter ofta sina resultat i samhällsnyttiga mål och det mesta av vinsten återinvesteras i verksamheten. Resultat- och effektmätning lyfts som en central utmaning inom social innovation och socialt företagande. För att en kund eller finansör ska vilja och kunna finansiera ett socialt företag måste företaget kunna påvisa resultat. Det gör det svårt för de sociala företagen att konkurrera på en marknad där lägsta priset styr och där ett företags framgång mäts kvartalsvis i ekonomiska utfall snarare än den långsiktiga samhällsnytta företaget bidrar till.

Sweco bedömer att programmet i relativ hög utsträckning har bidragit till att öka kunskapen om effektmätning hos både regioner och sociala företag. De modeller för effektmätning som utvecklats under programmets gång är av mer bestående art. Såvida modellägarna har möjlighet att fortsatt tillgängliggöra dem för sociala företag kan det skapa effekter även på längre sikt. Sweco menar att programmets insatser har potential att öka sociala företags kapacitet att visa vilka samhällsnyttiga resultat man åstadkommer med sin verksamhet. Men det förutsätter att även potentiella kunder och finansörer inom offentlig och privat marknad ökar sin kunskap om effektmätning av samhällsnyttiga mål och hur det ska värderas och betraktas som investeringar.

⁶ <https://elizabethwarren.com/plans/accountable-capitalism>

Påverkansinvesteringar (impact investments) är ett fenomen som ökar hos företag och investerare⁷. Under de senaste åren har det exempelvis skett betydande förändringar i delar av det internationella näringslivet som bidrar till att konventionella företag närmar sig förhållningsättet hos sociala företag. Business Roundtable – en intresseorganisation för USA:s 214 största företag - ändrade under 2019 sin definition av "the purpose of a corporation". Sedan 1978 har den varit att tjäna aktieägarna. Från augusti 2019 är den att tjäna "alla relevanta aktörer – kunder, anställda, leverantörer, samhälle och aktieägare"⁸. En annan relaterad händelse var när Black Rock – en av världens största kapitalförvaltare – i januari 2020 meddelade att hållbarhet ska vara kärnan i deras investeringsstrategi.⁹ Bland annat beskrivs att ett villkor för att säkerställa långsiktig hållbarhet är att beakta behoven hos många olika aktörsgrupper i samhället snarare än enbart kortsiktig vinst.

Eventuellt skulle även kommuners sociala investeringsfonder kunna bidra till att stärka kunskapen och praktiken att mäta samhällseffekter som sociala företag skulle kunna dra nytta av¹⁰. Det finns även röster som menar att vi måste hitta andra sätt att mäta och värdera samhällsnytta och att vi kanske inte kan mäta framgång och tillväxt enbart i ekonomiska utfall. Exempelvis håller RISE på att lägga grunden till en kompetensplattform som ska utforska möjligheterna att mäta livskvalitet och sociala värden och se ekonomi på ett annat sätt¹¹. Kanske kan samhällentreprenörerna och de sociala företagen visa vägen.

KOMPLEXITET HANTERAS GENOM EXPERIMENT OCH GEMENSAMT LÄRANDE

Många sociala företag arbetar för att förändra och påverka komplexa problem, som exempelvis fattigdom, jämställdhet, ojämlikhet, klimatförändringar. Problem som är, eller verkar vara, omöjliga att lösa på grund av att problembeskrivningen är föränderlig, ibland ofullständig eller självmotsägande. Det krävs många gånger insatser från en rad olika aktörer och det kan vara svårt att avgöra vad som är orsak och verkan och de kan sakna en tydlig början och slutpunkt¹². Det är svårt att visa mätbara resultat. Eftersom det inte går att uppnå perfekt kunskap om ett komplext system behöver program- och projektägare i viss mån pröva sig fram för att undersöka vad som fungerar eller ej.

Även om arbetet med att konkretisera problemformuleringar förutsätter förståelse för kontext och målgruppens behov, är problemen i grund komplexa och det går inte att utforma ideala insatser utifrån tillgänglig kunskap om systemet. Komplexa problem kräver att man, vid en given punkt och utan perfekt information, börjar testa sina hypoteser om hur önskvärd förändring kan ske. Dessa "experiment" måste vara väldefinierade så det går att dra lärdomar från dem. Dokumentationen av processen är viktig för att kunna gå tillbaka och omvärdera antaganden om experimenten inte faller ut som önskat. Lärdomarna kan tas vidare till ett nytt experiment och så vidare. Detta förhållningsätt lägger således stor vikt vid tydlighet, kalkylerat risktagande, transparens och lärande.

⁷ Se <https://www.di.se/nyheter/vad-ar-egentligen-fenomenet-impact-investeringar/>

⁸ <https://www.businessroundtable.org/business-roundtable-redefines-the-purpose-of-a-corporation-to-promote-an-economy-that-serves-all-americans>

⁹ <https://www.blackrock.com/corporate/investor-relations/larry-fink-ceo-letter>

¹⁰ <https://www.dagenssamhalle.se/nyhet/badda-framtiden-med-sociala-investeringar-31471>

¹¹ <https://www.ri.se/sv/berattelser/att-mata-och-styra-mot-livskvalitet-hur-gor-vi-det>

¹² Se exempelvis <https://hbr.org/2008/05/strategy-as-a-wicked-problem>; https://www.wickedproblems.com/1_wicked_problems.php

Som nämnts tidigare är programmets problembeskrivningar relevanta och har stöd i litteraturen. Sweco menar dock att problembeskrivningarna hade vunnit på att konkretiseras ytterligare för att identifiera relevanta aktiviteter i syfte att åstadkomma förväntade effekter. Sweco har noterat att i vissa regionala och strategiska projekt har denna konkretisering inte ägt rum i tillräckligt hög utsträckning. Problembeskrivningarna har inte anpassats i tillräcklig grad till de förhållanden och specifika målgrupper som projekten arbetat med. Istället har insatser utformats baserat på de övergripande problembeskrivningarna i programmets förändringsteori. För att exemplifiera med motsatsen, det vill säga när projekt faktiskt gjort en fördjupad problemanalys, räcker det inte med att konstatera att det finns *en outnyttjad potential hos sociala företag att leverera samhällsnytta*. Istället behöver problemet operationaliseras genom att konstatera att 1) sociala företag behöver bli bättre på att delta i offentlig upphandling 2) offentlig sektor behöver bli bättre på att förstå legala hinder och möjligheter som kopplat till socialt ansvarsfulla upphandlingar 3) offentlig sektor behöver goda exempel att lära av för att själva våga göra socialt ansvarsfulla upphandlingar 4) kommunala budgetar läggs på årsbasis och därför kan det vara svårt att upphandla dyra men långsiktigt hållbara tjänster/produkter. Baserat på dessa konkreta hinder och möjligheter hade projekt kunnat utforma än mer verkningsfulla insatser.

Sweco tolkar att det främst varit en decentraliserad process och att det har varit upp till de enskilda projektägarna att göra fördjupade problemanalys och utforma insatser de bedömt vara mest relevanta. En sådan decentraliserad process lämnar ett stort ansvar till projektägare att själva utforma resultatorienterade förändringsteorier, som i sin tur ska understödja programmets önskade förändringslogik.

Givet den kunskap som redan fanns om målgruppen hade en tydligare avgränsning av vilka insatser som prioriterats kunnat förbättra de uppnådda resultaten. Sweco vill inte förorda en strikt centraliserad beslutsprocess. Däremot hade programmet kunnat dra fördelar av en mer strukturerad decentraliserad process genom att tidigt involvera aktörer, som regioner, företagsfrämjare, sociala företag, i en transparent process där idéer, antagande och åsikter diskuteras och dokumenteras tillsammans. På så vis hade en gemensam förståelse för vad som ska göras skapats.

Vinnova utforskar just nu ett missionsinriktat angreppssätt - ett arbetssätt med potential att hantera komplexa samhällsproblem som det som behandlas i denna rapport. Kortfattat bygger det på att samla aktörer från olika sektorer, branscher och discipliner för att lösa ett tydligt mål under en viss tidsperiod. Arbetet koordineras av aktörer på systemnivå men förutsätter även en mix av "top-down" och "bottom-up" initiativ. Centralt är att det skapas en gemensam riktning vilket innebär att en stor bredd av aktörer kan bidra till omställning genom att alla går mot det mål man tillsammans formulerat.

6. REKOMMENDATIONER

Tillväxtverkets vision är ett Sverige med fler företag som vill, kan och vågar. Det finns många sociala företag som vill och vågar, men som inte alltid har rätt förutsättningar eller villkor att bidra till ett hållbart samhälle. Den här utvärderingen visar att Tillväxtverkets program har åstadkommit mycket för att förbättra villkoren och förutsättningarna, men att det finns fortsatt behov av utveckling. Sweco rekommenderar Tillväxtverket att fokusera på följande åtgärder för att fler och starkare sociala företag ska kunna bidra till ett hållbart samhälle genom hållbar tillväxt:

- Öka kunskapen om påverkansinvesteringar (impact investments) hos företag och investerare. Det vill säga investeringar i bolag vars affärsidé går ut på att lösa samhällsproblem till exempel inom ramen för FN:s 17 globala mål för hållbar utveckling, Agenda 2030. Utvärderingen visar att programmet inte har nått privata företag i den utsträckning som önskats och utmaningen med finansiering kvarstår och det finns behov av fler modiga finansiärer och investerare.
- Öka kunskapen om och utforska möjligheten att använda sociala investeringsfonder och utfallskontrakt för att stärka affärsrelationer mellan offentlig sektor och sociala företag. Dra exempelvis lärdomar från RISE projekt om utfallskontrakt och SKR arbete med sociala investeringar inom uppdrag psykisk hälsa samt fortsatta spridning av handboken *Ny väg till innovativa välfärdslösningar*.
- Inkludera socialt företagande i kommande nationella strategi för regional utveckling och tillväxt i syfte att ytterligare stärka regionernas incitament att stärka socialt företagande.
- Applicera ett mer experimentellt angreppssätt vid utformningen och genomförandet av större satsningar som vill påverka komplexa problem. Detta kräver en förhållandevis djup involvering av målgrupper och intressenter i ett tidigt skede för att artikulera problembild och relevanta insatser. Insatserna bör konkretiseras på i ett tidigare skede och testas i verkligheten för att skapa loopar av lärande. Inspireras av Vinnovas missionsorienterade angreppssätt.
- Våga misslyckas! För att lärande ska ske måste antaganden, åsikter och perspektiv på problemen som ska lösas formuleras och dokumenteras tydligt. Om så sker går det att i efterhand förstå varför insatser varit framgångsrika eller ej.
- Fortsätt bidra till samverkan, mötesplatser och nätverk mellan olika aktörer för kunskapsdelning, lärande och erfarenhetsutbyte.

