

## KAPITEL 18

# Social innovation och socialt entreprenörskap

## En fallstudie i hur universitet och studenter kan göra skillnad i lokalsamhället

Maureen McKelvey och Olof Zaring

**D**efinitionen av entreprenörskap har snabbt utökats till att även omfatta kulturellt, kreativt och socialt entreprenörskap. I det här kapitlet diskuteras hur universitet kan påverka samhället genom att införa en kurs, som kombinerar teoretiska och praktiska metoder.<sup>1</sup> Vi redovisar en fallstudie av "Social Innovation and Entrepreneurship", en avancerad kurs som ges av Institutet för innovation och entreprenörskap på Handelshögskolan vid Göteborgs universitet.

Universiteten har en viktig roll i samhället, både att utveckla ny kunskap genom forskning och att sprida kunskap genom utbildning och samverkan. Men universiteten kritiseras ofta för att de är för konservativa och för att de inte reagerar på nya uppkomna behov i näringsliv och samhälle. Till exempel handlar ofta den svenska debatten om hur man kan göra universiteten mer "tillämpade" och inriktade på dagens behov i företag eller offentlig verksamhet, och inte så mycket om att studenterna ska förstå ett ämne på en djupare nivå.

Men det finns exempel på universitet som förändrat utbildningen, på sätt som kan påverka samhället och även få studenter att förstå problematiken på en djupare nivå genom projektarbete. En väg att gå är via *social innovation and entrepreneurship*, ofta förkortat SIE. Begreppet motsvaras av "social innovation och socialt entreprenörskap" på svenska. Stanforduniversitetets centrumbildning för samhällsinnovation etablerades tidigt och har fått stort inflytande. Amerikanska universitet har länge främjat välgörenhetsarbete och samhällsinsatser i allmänhet. SIE kan ses som en naturlig förlängning, fast med betoning på entreprenörskap och risktagande för att lösa samhällliga

<sup>1</sup> Vi vill tacka Lina Bakker för hennes hjälp med att sammanställa och hitta information till det här kapitlet.

problem. Till exempel har tidningen The Guardian i Storbritannien rapporterat om att nya kurser inom området SIE är ett gensvar på krav från studenter.

Alltså bör behovet av att förändra med hjälp av sociala innovationer och socialt entreprenörskap förstås mot bakgrund av den förändrade diskursen i samhället. Många tidigare diskussioner om innovation och entreprenörskap har fokuserat på affärslösningar och hur man kan förbättra företags arbets sätt och lönsamhet. På vissa språk har ordet "entreprenörskap" en negativ klang och förknippas med vinstmaximering och utnyttjande av resurser. De mer moderna definitionerna av innovation och entreprenörskap omfattar fortfarande affärsinriktade aktiviteter. Men det finns en större förståelse för att många entreprenörer snarare drivs av inre drivkrafter, som ett intresse av att arbeta med ett särskilt problemområde, än av yttre, som rikedom.

I det här kapitlet redogör vi för våra erfarenheter från kursen "Social Innovation and Entrepreneurship" vid Göteborgs universitet. Vi menar att universitetet kan förnya sitt utbildningsutbud på ett sätt som kan leda till förändringar i samhället och ytterst påverka människors livsförutsättningar i någon mån. Vår upplevelse av att hålla i den här kursen är att studenterna är mycket intresserade av nya lösningar på sociala problem och av att kunna samverka med verksamheter utanför universitetet samtidigt. Kursen omfattar såväl mer teoretisk kunskap som praktisk kunskap där studenterna utvecklar projekt för lösningar i samarbete med det lokala samhället.

Det här kapitlet redogör därmed för ett exempel på hur lärosäten kan förändra sitt utbildningsutbud för att uppfylla nya krav och hur ett samspel mellan undervisning, forskning och det omgivande samhället kan bidra till att stimulera förändring.

## Social innovation och socialt entreprenörskap: Forskning och funktion som politiskt verktyg

Social innovation och socialt entreprenörskap är viktiga begrepp som har förekommit i det offentliga samtalet under de senaste åren. Forskningsmässigt har de utvecklats från 1990-talet och framåt. SIE blir också allt viktigare som politiskt verktyg, både internationellt och i Sverige.

### Forskning

Forskning visar att SIE kan vara ett sätt att lösa problem som vare sig marknaden eller samhällets institutioner klarar av att hantera på egen hand. Utgångspunkten är alltså att politik och myndigheter, men även företag, i vissa fall misslyckas med att lösa specifika sociala och miljömässiga problem. SIE kan lösa dem genom att tillämpa entreprenöriella metoder för att mobilisera och organisera resurser men med ett socialt, snarare än affärsmässigt, mål för en verksamhet. Många av definitionerna och användningsområdena för SIE kommer från ett anglosaxiskt sammanhang, där det finns en mer utvecklad

tradition av stöd till sociala företag. I Sverige är företeelsen inte lika etablerad, vilket kan göra det svårt att översätta definitioner och användningsområden. Sverige har ett annat slags socialt kontrakt på grund av att välfärdsstaten har en annan roll. De sociala företagen får inte samma stöd som i anglosaxiska länder, eftersom deras verksamhet då ofta kan överlappa till exempel myndigheters domäner.

Forskningsområdet SIE har vuxit snabbt och det finns många olika definitioner. Dess (1988) var en tidig och viktig referens som såg sociala entreprenörer som en kraft för förändring i en Schumpeteriansk mening.

Senare definitioner går på samma linje och brukar fokusera på olika aspekter av att lösa sociala problem med hjälp av olika sorters samarbeten och metoder. Till exempel poängterar Harrison med flera (2011) att begreppet tjänsteproduktion, och tjänster på olika nivåer i samhället, är helt nödvändigt för att man ska kunna förstå hur SIE fungerar.

Social innovation, socialt entreprenörskap och sociala företag kan definieras på många sätt, se nedan. En gemensam nämnare är önskan att lösa sociala, och inte i första hand affärsmässiga, problem.

### Olika definitioner av social innovation

"A novel solution to a social problem that is more effective, efficient, sustainable, or just than existing solutions and for which the value created accrues primarily to society as a whole rather than private individuals."  
(Phills med flera 2008)

"Desirable social innovations based on the creation of new ideas displaying a positive impact on the quantity and/or quality of life." (Pol och Ville 2009)

"New combinations of social practices" (Hochgerner 2013)

"Social innovation [...] means *innovation in social relations*. [...] referring not just to particular actions but also to the mobilization-participation processes and to the *outcome* of actions which lead to the improvements in social relations, structures of governance, greater collective empowerment, and so on." (Moulaert med flera 2013)

I vår masterkurs använder vi just nu två läroböcker, Kickul och Lyon (2012) och Volkmann med flera (2012). Båda böckerna ger en beskrivning av hur begrepp och traditioner har utvecklats.

Som beskrivs i Kickul och Lyon (2012) har sociala entreprenörer i uppdrag att skapa och upprätthålla sociala värden och därvidlag identifiera nya möjligheter, ägna sig åt kontinuerlig innovation och anpassning, agera djärvt utan att låta sig hindras av begränsade resurser – men med tydligt ansvar gentemot intressenter och resultat. Det finns en ständig diskussion med studenterna

i kursen om huruvida det sociala entreprenörskapet faktiskt skiljer sig från andra typer av entreprenörskap, bortsett från att det främst syftar till att skapa sociala värden i stället för affärsmässiga värden.

Volkman med flera (2012) menar att följande egenskaper skiljer "socially entrepreneurial actions" (social entreprenörsaktivitet) från andra typer av entreprenörskap:

1. Socialt ansvar, det vill säga ett fokus på att åstadkomma sociala eller miljö-mässiga resultat, vilka i regel har företräde framför vinstmaximering.
2. Innovation, till exempel genom nya organisationsformer, processer och tankesätt.
3. Marknadsorientering, att främja spridandet av en social innovation för att nå en bredare publik och påverka samhället.

Alla forskare håller inte med om den tredje egenskapens betydelse. Den är dock mycket intressant eftersom den skiljer sig från några av de andra definitionerna i forskningen. Marknadsdimensionen kan anses sudda ut gränserna mellan socialt och affärsmässigt entreprenörskap.

Baserat på vår tidigare forskning (McKelvey och Zaring 2016) vill vi föreslå en definition av social innovation och socialt entreprenörskap.

### Tre karakteristika för SIE

1. Huvudsyftet och drivkraften bakom SIE är samhällsförändring snarare än ett vinstsyfte.
2. Sociala innovationer leder till ökad välfärd, livskvalitet eller förbättrade nätverk (inte ömsesidigt uteslutande).
3. Sociala innovationer är systemförändrande, de förändrar uppfattningar, beteenden och strukturer samt leder till djupgående samhällsförändringar.

För det första måste fenomenet åtskiljas från andra, närliggande samhälls-fenomen där förväxlingar kan uppstå. SIE är inte att förväxla med vanliga stödformer till verksamheter, till exempel bidrag till föreningar eller stöd till sysselsättning för vissa grupper från samhällets sida. Utgångspunkten är heller inte att SIE är ett byråkratiskt verktyg för att lösa samhällsproblem. Det sociala entreprenörskapet bygger på engagerade entreprenörer. De arbetar med sociala innovationer där andra verktyg misslyckas, tar risker och skapar nya lösningar till samhällsproblem.

## Ett verktyg i allmän politik

Europeiska kommissionens ordförande José Manuel Barroso gjorde social innovation till ett tema för Europas sociala agenda redan 2009. Ett relevant exempel som kan nämnas är att detta var ett nyckelargument i Europeiska unionens företagarpanel för den framtida innovationspolitiken (EU 2009) som ledde till rapporten *Reinventing Europe Through Innovation*. Den var en del av, och bidrog till att markera en viktig förändring i diskussionen om policyskapande inom EU.

Företagarpanelens uppdrag var att förändra inriktningen på EU:s politik. Kärnargumentet som används är att innovation kan förnya hela samhället. Det innebär att man vill gå längre än att begränsa diskussionen om innovation till bara FoU och teknik. Ett innovativt tankesätt förväntas leda till bredare förändringar i samhället. Då kan medborgarna frigöra kraften i idéer om hur man ska lösa verkliga problem, det vill säga innovationer inriktade på människors verklighet – inte på teknik eller saker. För att förnya Europa formulerades kravet att samhället behöver gå från affärsinnovation i riktning mot social innovation. EU:s företagarpanel om framtida innovationspolitik definierade social innovation på följande sätt, med betoning på samhällsprocessernas roll:

”Social innovation seeks new answers to social problems by identifying and delivering new services that improve the quality of life of individuals and communities. It tends to be:

- Experimental. Testing out a range of alternatives and assessing which ones work.
- Cross-cutting. For example, responding to ageing requires changes to everything from employment law and pensions to new models of self managed care.
- Collaborative. Making use of the full potential of network technologies, both to boost productivity in the social fields but also to speed up learning.
- Able to engage citizens as co-creators.”

Ur detta perspektiv betraktas SIE av många som ett område som har potential att påverka samhället genom att lösa sociala problem och tillgodose sociala behov. Kunskap om SIE anses viktig för att förändra hur samhället fungerar, och inte bara den akademiska världen.

EU:s företagarpanel om en framtida innovationspolitik föreställde sig att förnyelsen av Europa även skulle kräva nya sätt att arbeta. Panelens förslag ligger i linje med modern forskning om innovationsledning och entreprenörskap. Med att driva fram sociala innovationer och socialt entreprenörskap förstås i allmänhet uppbyggandet av nya strukturer och nätverk som sträcker sig över flera organisationer. Det innebär att man vill gå från fragmenterade, enskilda problem och slutna metoder till öppna metoder som är flexibla samt möjliggör deltagande och ökat antal nätverkskontakter.

Tanken är att social innovation och socialt entreprenörskap är ett nytt politiskt redskap, som skulle kunna bidra till att lösa viktiga samhällsproblem. En åldrande befolkning, klimatförändringar, hållbarhet, socialt utanförskap och de ungas utvecklingsmöjligheter skapar samhällsproblem. För att lösa dessa problem fordras enligt detta synsätt en ökad användning av SIE eftersom det gäller komplexa problem och frågor där många olika intressenter måste vara med och utveckla lösningar.

Problemen är ofta långsiktiga och det är inte helt tydligt hur individers beslut och handlingar kan påverka möjligheterna att lösa alltför stora problem som har sin grund i kollektivt handlande.

Det finns många fler internationella exempel från både icke-statliga och statliga organisationer. Exempelvis grundade president Barack Obama och hans administration Vita husets kontor för social innovation. I Nederländerna, Österrike, Nya Zeeland och Australien öppnas center för social innovation. I Danmark förenar Mindlab regeringens departement och medborgare för att främja positiv förändring i samhället.

I Sverige sprider sig SIE snabbt och betraktas som ett område där regering, kommuner och andra myndigheter har en ny möjlighet påverka samhället i önskad riktning. Många aktiviteter syftar till att skapa en offentlig debatt och agenda för att sprida tanken om SIE som verktyg, och förklara hur samhället kan förbättras om det används i högre grad. Precis som i andra länder finns det några specialinriktade organisationer som ordnar konferenser, möten och publicerar rapporter. Ett exempel är Mötesplats Social Innovation som i samarbete med Folkuniversitetet arbetar för att ge kunskaper inom SIE genom kortare utbildningar. Flera departement och myndigheter är också aktiva inom SIE-området. Till exempel har Vinnova tagit fram en agenda för "Ett ekosystem för social innovation i Sverige". Även många kommunledningar är aktiva på området, antingen genom att ta fram planer, tillhandahålla bidrag eller främja nya projekt.

Området SIE har även vuxit inom svenska universitets- och högskoleutbildningar. Många utbildningsanordnare ger kurser inom området, till exempel Umeå universitet, Linnéuniversitetet och SSES, ett samarbetsprojekt i Stockholm. På Chalmers Entreprenörskola finns sociala entreprenörskurser, ibland med koppling till Östafrika.

Flera universitet har korta utbildningar och nätverksträffar inom området. Malmö högskola är inblandad i "Living lab" och "Dsis network" för att främja att människor deltar i designprojekt där de bor. Lunds universitet samarbetar med LUSIC (LU:s center för social innovation) i avsikt att skapa ett socialt nav för att lösa samhällsproblem i samarbete med aktörer utanför universitetet.

En intressant fråga är om kurser och pedagogiska projekt i Sverige riktas mot behov och problem i det svenska lokalsamhället, eller mot problem i andra länder. Det är stor skillnad mellan att betrakta social innovation och socialt entreprenörskap som en lösning för utvecklingsländer, och att lösa sociala problem i Sverige. Det går att se båda inriktningarna i olika svenska utbildningar.

## Vår fallstudie

---

Författarna har, tillsammans med kollegor på Institutet för innovation och entreprenörskap, utvecklat kursen ”Social Innovation and Entrepreneurship” och gav den första gången 2013.<sup>2</sup> Bakgrunden var att vi ville tillgodose utbildningsbehov som uppstod till följd av en intensifierad diskussion om SIE, och även att det fanns indikationer om att studenter var alltmer intresserade av frågor relaterade till socialt entreprenörskap. Våra studenter har huvudsakligen en bakgrund inom företagsekonomi och nationalekonomi med ett intresse för sociala frågor.

Kursen ifråga ges på avancerad nivå på Handelshögskolan vid Göteborgs universitet. Den omfattar 7,5 HEC, pågår i åtta veckor, och en brukar locka 40–50 studenter varje år. Kursen är obligatorisk för studenter på masterutbildningen ”Knowledge-based Entrepreneurship” och är även öppen för andra masterstudenter som ett tillval, samt för utbytesstudenter.

Vi utformade kursen för att förstärka universitetets koppling till det omgivande samhället. Bakgrunden är att det har funnits en debatt, både inom handelshögskolor och mer allmänt inom pedagogiken, om hur man ska kunna kombinera abstrakt och teoretisk kunskap med mer påtaglig och erfarenhetsbaserad kunskap. Båda typerna av kunskap kan behövas i entreprenörskapsstudenters lärprocesser, vilket analyseras i kapitel 14 i denna bok (Zaring med flera 2016).

Kursens syfte är att ge studenterna grunden för en ny inriktning, nya tanke sätt och nya verktyg för att organisera och leda hållbar utveckling genom social innovation och entreprenörskap.

Kursen utformades därför för att kombinera relevanta (men abstrakta) begrepp med tillämpningen av dessa begrepp i ett socialt samhällsprojekt. De huvudsakliga lärandemålen är att kursdeltagare efter genomförd utbildning ska kunna beskriva de grundläggande modeller och drivkrafter som präglar den sociala ekonomin. De ska dessutom kunna tillämpa aktuell forskning om SIE för att ge lösningsförslag på sociala problem inom ramen för ett mindre studentprojekt.

## En inblick i tre studentprojekt

---

Kursen har genomförts årligen sedan 2013, och fram till våren 2015 har 25 studentprojekt genomförts som en del av den. Vi har valt att beskriva tre av projekten mer ingående. De har egenskaper som åskådliggör bredden av möjliga sociala problem som kan lämpa sig i en kurs. En annan faktor var att

---

<sup>2</sup> Vi vill särskilt uppmärksamma Rick Middels och Johan Brinks arbete i utvecklingen av kursen, och Staffan Albinssons, Bert-Ola Bergstrands, Robin Biddulphs och Snöfrid Börjesson Herous arbete med att vidareutveckla den.

fokus i de tre studentprojekten låg på att utveckla specifika lösningar baserade på praxis inom affärsmässigt entreprenörskap för att lösa sociala problem. Ytterligare en faktor att beakta var eventuella projekts inriktning mot lokala eller globala problem, där globala problem normalt syftar på problem i utvecklingsländer. Vår metod var att finna projekt som tar itu med frågeställningar och löser problem lokalt i Göteborg. Studenterna arbetade med projekt, ofta tillsammans med entreprenörer och organisationer från några av Göteborgs mer problemtyngda förorter. Trots en hög nivå av allmän välfärd och en medvetenhet om socialt utanförskap är Göteborg en segregerad stad, med många olika följdproblem. Därför har vi valt att vårt fokusera på studentprojekt i Göteborg.

Studenternas uppgift var att beskriva och analysera det specifika sociala problem som organisationen eller entreprenören försöker ta itu med, samt beskriva hur organisationen eller entreprenören försöker lösa problemet. Studenterna reflekterade över frågor som: Varför är detta ett socialt problem? Varför lämpar det sig för en social innovations- eller entreprenörskapslösning? Dessutom löste varje studentgrupp en specifik uppgift med entreprenöriella metoder, efter önskemål från organisationen eller entreprenören.

## Kulturhus Kviberg

Föreningen Kulturhus Kviberg vill främja kultur och socialt företagande i Kvibergområdet i Göteborg. Kvibergs Marknad är ett exempel på ett sådant initiativ som lockar mellan 5 000 och 10 000 besökare varje helg. Det är en av Göteborgs största sociala mötesplatser, en marknad med ett stort utbud av second hand-varor och mat, där många språk talas. Den här mötespunkten är ett exempel på hur sociala band, kultur och entreprenörskap får utvecklas på en enda plats.

Kulturhus Kviberg vill i denna kontext skapa ett alternativt kulturcenter, ett kulturcafé, i samarbete med säljarna och besökarna på Kvibergs Marknad och även med lokala föreningar och kulturella grupper. Cafét skulle fungera som ett konstcenter och organisera kulturella evenemang och föreläsningar för att främja social hållbarhet i området och i staden. Konstnärer, föreningar och föreläsare med olika bakgrund, som inte har en egen plattform, får en chans att bli sedda och nå en bredare publik. De som arbetar på cafét har också möjlighet att vara delägare och engagera sig i processen att skapa, driva och använda cafét. Detta bedömdes vara ett intressant fall för studenterna då ett förslag till lösning har potentialen att kunna utveckla och förändra en stadsdel i Göteborg.

Studenterna på kursen identifierade hög arbetslöshet i området samt segregation, till följd av många olika bakgrunder och nationaliteter, som projektets sociala problem. Studenterna identifierade dessutom att kulturcaféet var ett entreprenöriellt projekt men att kunskaper om finansiering av verksamheter i etableringsskedet saknades.

Kulturhus Kviberg vill försöka lösa sociala problem genom att skapa en



plats där olika grupper av invånare kan få en naturlig träffpunkt för att samverka. Genom att föra samman, sysselsätta och utveckla kompetensen hos människor löses även andra problem, som miljön, och man hoppas kunna utveckla en klimatneutral företagsmiljö.

Studenterna föreslog att finansieringsproblemen för Kulturhus Kviberg skulle lösas med hjälp av både *crowdsourcing* och *crowdfunding*. De undersökte i detalj hur detta skulle kunna se ut och vad som krävs för att lyckas. Studenterna tittade även på liknande kulturella mötesplatser, till exempel Röda Sten i Göteborg som är en lyckad kulturell mötesplats som Kulturhus Kviberg kan ha både som en förebild och som inspiration.

## Utbildning som en strategi för att få tillträde till marknaden

”Utbildning som en strategi för att få tillträde till marknaden” är ett studentprojekt som kombinerar företagsinnovation och social innovation.

Tanken var att upprätta en konsultorganisation som erbjuder företag i västvärlden möjlighet att introducera och marknadsföra sina produkter på nya marknader, genom att utbilda människor inom områden som både förbättrar deras vardagsliv och gör dem till potentiella framtida kunder. Projektet använde en särskilt intressant metod i och med att det kombinerade företagsinnovationer och sociala innovationer samtidigt som det påverkade utvecklingsländer med potentialen att förbättra människors livskvalitet. Utbildning kan behövas för hygienprodukter. Många hygienrelaterade sjukdomar och symptom i utvecklingsländer orsakas inte bara av brist på resurser, utan även av brist på kunskap. I den utvecklade världen har vi kunskapen som skulle kunna påverka mindre lyckligt lottade människors liv markant, om vi bara kunde dela med oss av den. Vi har även företag som tillverkar hygien- och hälsorelaterade varor som de hela tiden letar nya marknader för.

Många företag har erkänt att bristen på kunskap bland kunder i utvecklingsländer är ett stort hinder för den här marknadsexpansionen. Till exempel lanserade Unilever en ”hållbar levnadsplan” 2010, med målet att utbilda en miljard människor i hygien- och hälsorelaterade frågor fram till 2020.

Under projektet har studenterna på kursen bidragit till att definiera detta genom att undersöka vem den potentiella kunden är, hur de nuvarande marknaderna ser ut och vilka affärsmodeller som kan vara lämpliga. Studenterna identifierade att det föreliggande sociala problemet är en brist på kunskap i utvecklingsländer som kan ha allvarliga, men onödiga, konsekvenser. Den nya satsningen kan öka människors livskvalitet genom att överföra grundläggande kunskaper, från människor som har den till människor som behöver den.

I det här projektet föreslog studenterna en affärsmodell och organisationsstruktur som kan gynna och förbättra den nuvarande metoden. Eftersom jakten på finansiering ansågs vara ett stort hinder för satsningen föreslog studenterna att man skulle starta ett vinstdrivande dotterbolag (konsultverksamhet) som säljer sina kunskaper och tjänster inom utbildning som ett

sätt att få tillträde till marknaden för kommersiella företag, samtidigt som man i den ideella moderorganisationen fortsätter att arbeta med det sociala uppdraget att utbilda människor i utvecklingsländer och därmed höja deras livskvalitet. Vinsten i det vinstdrivande dotterbolaget kan sedan doneras till den ideella moderorganisationen eller användas på annat sätt vid behov. På så sätt kringgår man en intressekonflikt eftersom en social satsning och kommersiella företag samarbetar.

## RealStars

RealStars är ett exempel på ett studentprojekt som främjar ett entreprenörsinriktat tankesätt för att påverka samhället. Det är en ideell organisation från Göteborg med målet att arbeta för en bättre värld utan sexhandel. RealStars ökar den nationella och internationella medvetenheten om sexhandeln i EU med hjälp av kampanjer, företagssamarbete inom samhällsansvar samt konst- och modeinitiativ som sprider budskapet "Fair Sex".

Huvudstrategin för att motarbeta sexhandeln är att minska efterfrågan, vilket är en viktig drivkraft i branschen. Sverige är ett av få länder som har implementerat ett rättsligt system där det är brottsligt att köpa sex. RealStars arbete baseras på mänskliga rättigheter och har som mål att påverka viktiga beslutsfattare på EU-nivå. Organisationen får mestadels stöd genom *pro bono*-arbete av dess partner och därför är samarbete en förutsättning för att organisationen ska kunna växa och få mer uppmärksamhet.

RealStars vill att företag som arbetar med hållbarhet som en del av sina aktiviteter inom företags samhällsintresse ska ta med människohandel på agendan. En annan möjlighet till samarbete är att lansera produkter där organisationer kan använda logotypen i sina egna marknadsföringskampanjer för att föra fram budskapet. Det här är ett fall som presenterar ett problem av globalt intresse. Metoden är särskilt intressant eftersom den bakomliggande tanken är att sprida budskapet med en entreprenörsanda om att skapa samarbete.

Studenterna på kursen identifierade sexhandeln som ett socialt problem eftersom det är ett brott mot de mänskliga rättigheterna – människor ska ha rätt till rörelsefrihet och kontroll över sin kropp. Den här orättvisan och utnyttjandet av människokroppen hindrar i sin tur offrens mentala och sociala utveckling, vilket leder till sämre självförtroende och värdighet och större sociala skillnader.

I det här fallet upprättar den sociala entreprenören ett initiativ att bilda opinion mot sexhandel, för att öka medvetenheten om den och så småningom påverka. Studenterna identifierade även att organisationens främsta fokus i dagsläget är att hitta en mängd olika initiativ som gör att medvetenheten om frågan kan nå en bredare publik.

Därför föreslår de att man ska samarbeta med en av de större cafékedjorna inom rättvis handel i staden, som då kan marknadsföra organisationen i sin dagliga verksamhet. En viktig faktor när man identifierar en samarbetspartner

är att det finns någon sorts affärsmässig nytta, så att det finns en kontaktpunkt där budskapet kan föras fram. Genom att framföra budskapet på ett ganska diskret sätt, som genom ett kort budskap på en mugg eller en liten affisch, är tanken att samtal skulle uppstå och att budskapet skulle spridas och underbyggas genom diskussioner. Det kan åstadkommas genom att man säljer kort i caféet, sätter upp en namnlista nära disken, kaffemuggar med tryck och specifika drycker som donerar en summa till RealStars.

## Vad vi har lärt oss av fallstudien?

---

Denna fallstudie av en kurs i SIE ger insikt i hur lärosäten kan förändra sin utbildning genom att införa nya kunskapsområden och arbetssätt, och förbättra lärprocesserna i en kurs genom att koppla samman lokalsamhälle och studenter. Vi har lärt oss tre saker:

### 1. *Det sociala i innovation och entreprenörskap*

Begreppsmässigt är övergången till att införliva inte bara företag utan även en social dimension i innovation och entreprenörskap viktig – både för forskning, utbildning och för att skapa potential för att kunna stimulera samhällsförändring. Ett lärosäte kan spela en aktiv roll i en sådan övergång. Vår korta översikt antyder att det finns olika sätt att göra detta på. Det här kapitlet illustrerar en metod som kan tillämpas på universitet som vill utveckla SIE inom utbildningen.

### 2. *Studenter har ett stort intresse för SIE*

Många studenter har en vilja att finna sätt att förändra samhället, och ta hjälp av nya begrepp, idéer och verktyg och projekt. Studenterna tar med sig sina kunskaper om SIE ut i samhället när de har slutfört kursen. De har då möjlighet att effektivt påverka samhället.

### 3. *En kombination av forskning, utbildning och samhällsåtgärder kan göra skillnad i samhället*

I det beskrivna fallet samspelar Göteborgs universitet i projektform direkt med entreprenörer och organisationer från olika stadsdelar, och identifierar sociala problem och behov. Vi anser att mellanhänder – betrodda personer i det lokala samhället som även kan nå ut till den akademiska världen – behövs för att identifiera projekten och bidra till att skapa relationer. Det är fruktbart att anamma ett entreprenöriellt förhållningssätt för att kunna experimentera och hitta nya sätt att bidra till samhället – för lärosäten, lärare och studenter.

## Referenser

---

- Europeiska unionen: *Reinvent Europe Through Innovation: From a knowledge society to an innovation society*. Företagarpanel om EU:s framtida innovationspolitik. Ordförande: Diogo Vasconcelos. Panelmedlemmar: Anne Stenros, Gianfranco Corini, Rüdiger Iden och Jan Lamsers. Rapportör: Maureen McKelvey, 2009
- Harrison, D, Klein, J L & Browne, P L: *Social innovation, social enterprise and services*. I Gallouj, F & Djellal, F: *The Handbook of Innovation and Services*. Edward Elgar Publishing, 2011
- Hochgerner, J: *New Combinations of Social Practices in the Knowledge Society*. I Hans-Werner, F, Hochgerner, J & Howaldt, J (red): *Challenge Social Innovation: Potentials for Business, Social Entrepreneurship, Welfare and Civil Society*. Springer Verlag Berlin Heidelberg, s 87–106, 2012
- Kickul, J & Lyons, T S: *Understanding Social Entrepreneurship: The relentless pursuit of mission in an ever changing world*. Routledge, 2012
- McKelvey, M & Zaring, O: *Co-delivery of social innovations as a quasi-public services: Exploring the university's new role as intermediary when interacting with society*. Working paper, University of Gothenburg, 2016
- Moulaert, F, MacCullum, D, Mehmood, A & Hamdouch, A (red): *The International Handbook on Social Innovation: Collective Action, Social Learning and Transdisciplinary Research*. Edward Elgar Publishing, 2013
- Phills, J A Jr, Deiglmeier, K & Miller, D T: *Rediscovering social innovation*. Stanford Social Innovation Review, 2008
- Pol, E & Ville, S: *Social innovation: Buzz word or enduring term?* The Journal of Socio-Economics, 38, s 878–885, 2009
- Volkman, C K, Tokarski, K O, & Ernst, K: *Social Entrepreneurship and Social Business: An introduction and discussion with case studies*. Springer Gabler, 2012