Den kommersiella räddaren i nöden
- En kvalitativ studie om sociala entreprenörers organisation och mål

Kandidatuppsats 15 hp
Företagsekonomiska institutionen
Uppsala universitet
HT 2017

Datum för inlämning: 2018-01-12

Emma Kaller
Linn Nordin
Handledare: Emilia Kvarnström


**Förord**


Uppsala 12 januari 2018
Sammandrag
De sociala entreprenörerna verkar som kommersiella företag samtidigt som de har överordnade sociala syften. Enligt traditionell ekonomisk teori, där företags primära mål är vinst, bör de sociala entreprenörernas överordnade sociala syften därmed leda till en målkonflikt inom dessa organisationer. Således ämnar denna studie undersöka huruvida det uppstår en målkonflikt mellan ekonomiska och sociala mål för sociala entreprenörer. För att undersöka detta har studien genom intervjuer, samt observation, undersökt hur den sociala entreprenörens organisation är uppbyggd samt vilka mål som de har med sin verksamhet. Vår studie visar att sociala entreprenörer blandar komponenter från olika organisationsformer och vår analys visar att detta leder till att en målkonflikt kan undvikas. Detta då de ekonomiska och sociala målen verkar parallellt med varandra. Vidare konstateras att eftersom sociala entreprenörer besitter komponenter från flertalet organisationsformer är de därmed en ny organisationsform.

Nyckelord: Social entreprenör, socialt företag, organisationsform, verksamhetsmål, ekonomiska mål, sociala mål, målkonflikt, Norrsken Foundation.
**Innehållsförteckning**

1. **INLEDNING** ................................................................. 1
   1.1 Socialt entreprenörskap .................................................. 2
   1.2 Problemformulering ....................................................... 2
   1.3 Syfte och frågeställning ................................................... 4

2. **TIDIGARE FÖRKNING OM SOCIALT ENTREPRENÖRSKAP** .... 5

3. **TEORI** ............................................................................. 8
   3.1 Organisationer ................................................................. 8
      3.1.1 Företag ...................................................................... 8
      3.1.2 Staten ...................................................................... 9
      3.1.3 Frivilliga föreningar .................................................. 9
      3.1.4 Familjen ................................................................... 10
      3.1.5 De nya organisationsformerna .................................... 11
   3.2 Verksamhetsmål ............................................................... 11
      3.2.1 Ekonomiska mål ....................................................... 12
      3.2.2 Sociala mål .............................................................. 12
   3.3 Målkonflikt ..................................................................... 13
   3.4 Sammanställning ............................................................... 13

4. **METOD** ........................................................................... 14
   4.1 Metodansats ................................................................. 14
   4.2 Kvalitativ forskningsstudie ............................................... 14
      4.2.1 Intervjuer ................................................................. 15
      4.2.2 Observationsstudie .................................................. 15
   4.3 Urval av sociala entreprenörer och sociala företag ............ 16
      4.3.1 Urvalsriterier för sociala entreprenörer och sociala företag 17
      4.3.2 Urval av respondenter .............................................. 17
   4.4 Bearbetning av empiriskt material .................................. 18
   4.5 Undersökningens trovärdighet ....................................... 19

5. **RESULTAT** ..................................................................... 20
   5.1 Norrsken House - en plats för sociala entreprenörer .......... 20
   5.2 De sociala entreprenörernas organisation ......................... 22
   5.3 Verksamhetsmål ............................................................... 25
      5.3.1 Ekonomiska mål ....................................................... 25
      5.3.2 Sociala mål .............................................................. 27

6. **ANALYS** ......................................................................... 29
   6.1 Sociala entreprenörers organisation .................................. 29
   6.2 Mål och målkonflikt ......................................................... 32

7. **SLUTSATS** ..................................................................... 35
   7.1 Vidare forskning ............................................................. 35

8. **KÄLLFÖRTECKNING** ..................................................... 37

**BILAGA 1 - INTERVJUGUIDE** ............................................. 40
1. **Inledning**


(Norrsken Foundation, 2017).
1.1 Socialt entreprenörskap


ekonomiska logiken lyckas entreprenörer numera förändra världen (Augustinsson & Brisvall, 2009).

1.2 Problemformulering


1.3 Syfte och frågeställning
Ovan har det argumenterats för den teoretiska relevansen vad gäller fenomenet socialt entreprenörskap och hur det är organiserat. Syftet med denna uppsats är att undersöka i vilken mån det uppstår en konflikt mellan ekonomiska och sociala mål för sociala entreprenörer samt hur denna i sådana fall hanteras. För att svara på denna fråga ämnar vi även undersöka vad för slags organisationsform som socialt entreprenörskap innehar. Detta leder till frågeställningen:

“Hur är sociala entreprenörers verksamheter organiserade samt hur hanterar de den eventuella målkonflikten?”
2. TIDIGARE FORKNING OM SOCIALT ENTREPRENÖRSKAP


En typ av entreprenörskap som på senare tid fått allt mer uppmärksamhet är det sociala entreprenörskapet. Dock är det framförallt den rådande begreppsförvirringen kring fenomenet som berörs i tidigare forskning (Austin et al., 2006; Nicholls, 2006; Mair & Marti, 2006; Dacin, 2010). Trots detta är begreppet fortfarande relativt odefinierat och det finns flertalet studier som försöker klargöra det. Exempelvis har EU-kommissionen genomfört en undersökning om socialt entreprenörskap i Europa. Den resulterade i tre nyckelkriterier som ska definiera sociala entreprenörer och användas som en internationell definition av begreppet (Wilkinson, 2014). Dessa kriterier är följande:

- **En entreprenöriell dimension**: de engagemang i fortlöpande ekonomisk verksamhet som särskiljer sociala företag från traditionella ideella organisationer/samhällsekonomiska enheter (som sysslar med ett socialt mål och genererar någon form av självfinansiering men inte nödvändigtvis är engagerade i regelbunden handel).

- **En social dimension**: ett primärt och tydligt socialt syfte, som skiljer sociala företag från vanliga (vinstdrivande) företag.
• En styrdimension: förekomsten av mekanismer för att "låsa in" organisationens sociala mål. Styrdimensionen skiljer således sociala företag ännu mer från vanliga företag och traditionella ideella organisationer/samhällsekonomiska enheter. (Wilkinson, 2014)

Figur 1: De tre dimensionerna av socialt entreprenörskap enligt EU-kommissionens definition (Wilkinson, 2014).


3. **Teori**

Följande kapitel består inledningsvis av en presentation av de fyra organisationsformerna; företag, staten, frivilliga föreningar och familjen. Därefter fortsätter kapitlet med olika verksamhetsmål; ekonomiska och sociala, samt eventuella målkonflikter som kan uppstå och hur dessa kan hanteras.

### 3.1 Organisationer


#### 3.1.1 Företag

Företag har sitt ursprung i bytshandelssverksamheten. Genom att produktionen av varor ökade allt mer bidrog det till att fler företag bildades och vidare till att kapitalistiska företag tog form. Detta förde med sig att sysselsättning inom företag gick från att vara frivillig till att...

3.1.2 Staten

3.1.3 Frivilliga föreningar
Frivilliga föreningar är organisationer som framförallt betonas av att dess medlemmar inte får någon finansiell kompensation för deras prestationer utan deltar frivilligt (Ahrne, 1994). Bland de frivilliga föreningarna bör det skiljas på de som är ”uttrycksfulla” och de som är ”samhälleliga”. Där de förstnämndas mål huvudsakligen är att se till medlemmarnas uttryckliga syften medan de senares mål snarare riktar sig utåt. Den samhälleliga frivilliga föreningen ses som bärare av den samhälleliga utvecklingen (Ahrne 1994). Något som är

3.1.4 Familjen

<table>
<thead>
<tr>
<th>Sfär</th>
<th>Näringslivssfären</th>
<th>Den statliga sfären</th>
<th>Civilsamhällessfären</th>
<th>Familje- och samlevnadssfären</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Organisation</td>
<td>Företag</td>
<td>Stat</td>
<td>Frivillig Förening</td>
<td>Familj och släkt</td>
</tr>
<tr>
<td>Huvudman</td>
<td>Ågare</td>
<td>Offentliga huvudmän</td>
<td>Kollektivet av medlemmar</td>
<td>Familjemedlemmar</td>
</tr>
<tr>
<td>Syfte</td>
<td>Förränta ägarnas kapital</td>
<td>Myndighetsutövning och produktion av service</td>
<td>Verka för medlemmarnas gemensamma intressen</td>
<td>Hushållning av familj</td>
</tr>
<tr>
<td>Opererande</td>
<td>Anställda</td>
<td>Folkvalda representanter &amp; anställda</td>
<td>Medlemmar</td>
<td>Familjemedlemmar</td>
</tr>
<tr>
<td>Målgrupp</td>
<td>Kunder</td>
<td>Medborgare</td>
<td>Medlemmar/vissa andra grupper</td>
<td>Familjemedlemmar</td>
</tr>
<tr>
<td>Relation</td>
<td>Tillfällig och frivillig</td>
<td>Obligatorisk och långvarig</td>
<td>Frivillig</td>
<td>Biologisk</td>
</tr>
<tr>
<td>Finansiering</td>
<td>Försäljningsintäkter</td>
<td>Skatter</td>
<td>Avgifter/bidrag</td>
<td>Kollektiva resurser</td>
</tr>
</tbody>
</table>

Tabell 1: Karaktärisering av fyra samhällssektorer och deras organisationsformer (Egen bearbetning från Forsell & Ivarsson Westerberg, 2007:151; Wijkström & Lundström, 2002:7)
3.1.5 De nya organisationsformerna

3.2 Verksamhetsmål


3.2.1 Ekonomiska mål

3.2.2 Sociala mål
3.3 Målkonflikt


3.4 Sammanställning
4. METOD

I detta kapitel beskrivs de metodologiska val som gjorts samt hur dessa motiveras till vår undersökning. Empirins insamling redogörs; utförandet av intervjuer, observation samt urvalet av sociala entreprenörer presenteras. Kontinuerligt förs en diskussion kring metodvalets fördelar och brister, för att avslutas med en trovärdighetsbedömning.

4.1 Metodansats


4.2 Kvalitativ forskningsstudie

4.2.1 Intervjuer


4.2.2 Observationsstudie

4.3 Urval av sociala entreprenörer och sociala företag

![Diagram](image)

4.3.1 Urvalskriterier för sociala entreprenörer och sociala företag


4.3.2 Urval av respondenter
Sammanlagt har fem respondenters medverkat i vår undersökning, från fem olika verksamheter som alla är kopplade till Norrsken Foundation. Vi strävade efter respondenter som kunde representera deras verksamhet väl, vilket vi även fick då samtliga respondenters sitter på en betydande roll i respektive organisation. Nedan redovisas en kort presentation av samtliga respondenters samt deras befattning på respektive organisation.
<table>
<thead>
<tr>
<th>Företag</th>
<th>Verksamhet &amp; anställda</th>
<th>Namn och befattning</th>
<th>Koppling till Norrsken</th>
<th>Plats</th>
<th>Tidpunkt</th>
<th>Intervjutid</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td><strong>Nation Humanity &amp; 29k</strong></td>
<td>Nation Humanity, föreläser på företag, 1 anställd. 29k, digital plattform för personlig utveckling, 6 anställda.</td>
<td>Stefan Ekwall, VD Nation Humanity &amp; konsult på 29k</td>
<td>Norrsken House &amp; Initiative</td>
<td>Norrsken House, Birger Jarlsgatan 57C</td>
<td>30 november 2017 kl. 09.00</td>
<td>60 min</td>
</tr>
<tr>
<td><strong>Norrsken Foundation</strong></td>
<td>Investerar, stödjer och tillhandahåller kontor för sociala entreprenörer. 16 anställda.</td>
<td>Oskar Malm Wiklund, Member experience &amp; tech</td>
<td>Norrsken Foundation</td>
<td>Norrsken House, Birger Jarlsgatan 57C</td>
<td>30 november 2017 kl. 10.00</td>
<td>45 min</td>
</tr>
<tr>
<td><strong>Creador AB</strong></td>
<td>Hjälper ungdomar till jobb och att nå deras drömmar. 6 anställda.</td>
<td>Jonas Bygdeson, VD och grundare av “My Dream Now”</td>
<td>Norrsken House</td>
<td>Norrsken House, Birger Jarlsgatan 57C</td>
<td>11 december 2017 kl. 14.30</td>
<td>40 min</td>
</tr>
<tr>
<td><strong>Hygglo AB</strong></td>
<td>Uthyrning av produkter mellan privatpersoner. 5 anställda.</td>
<td>Ola Degerfors, VD</td>
<td>Investment &amp; Norrsken House</td>
<td>Norrsken House, Birger Jarlsgatan 57C</td>
<td>11 december 2017 kl. 15.30</td>
<td>60 min</td>
</tr>
<tr>
<td><strong>Eneo Solutions</strong></td>
<td>Erbjuder företag förnybar energi. 22 anställda.</td>
<td>Alexander Rudberg, People Operations &amp; Affärsutvecklingschef</td>
<td>Investment</td>
<td>Eneo Solutions, Grev Turegatan 20</td>
<td>12 december 2017 kl. 13.00</td>
<td>55 min</td>
</tr>
</tbody>
</table>

Tabell 2: Presentation av respondenterna, dess verksamheter samt information om intervjuerna.

4.4 Bearbetning av empiriskt material

Studien har ämnat att få en förståelse vad gäller sociala entreprenörers eventuella målkonflikt mellan ekonomiska och sociala mål. Analys av primärdatal har därför gjorts genom en tolkande ansats för att få en helhetsförståelse samt kunna beskriva och utvärdera resultaten. Svårigheten med tolkning är att den präglas av vem som tolkar då alla har olika inneboende kunskap och erfarenheter, vilket gör tolkningen personlig. Att vi har varit två personer under tolkningsprocessen anser dock vi bidragit till att tolkningen blivit bredare och djupare samt tillfört en mer utförlig analys, vilket stämmer överens med Eriksson och Wiedersheim-Paul (2011) teorier kring trovärdigheten med intervjuer som metod. Till att börja med transkriberades alla intervjuer för att få ett sammanställt material samt för att kunna sortera fram relevant data. För att sortera fram relevant data utgick vi ifrån tre teman; sociala
entreprenörers organisation, verksamhetsmål och ekonomiska samt sociala mål. Det är dessa tre teman som sedan ligger till grund för vår analys, och har arbetats fram med hjälp av vårt syfte tillsammans med våra teorier. Analysen baseras på våra tolkningar av de insamlade resultaten som ställt i relation till vår teoretiska referensram.

4.5 Undersökningens trovärdighet

Samtliga respondenter valde att inte vara anonyma, vilket vittnar om respondenternas öppenhet och vilja att prata kring ämnet. Vidare var samtliga respondenterna charmiga och bra på att prata vilket gjorde att det var lätt att bli imponerad. För att öka trovärdigheten har vi bearbetat resultaten ett flertal gånger för att säkerställa att vi inte har misstolkat eller missuppfattat något som sagts.
5. RESULTAT

I följande kapitel presenteras det empiriska materialet som insamlats vid intervjuerna och observationsstudien. Resultatet är uppdelat i tre avsnitt, där observationen på Norrsken House inledda kapitlet, följt av respondenternas syn på deras verksamheter och avslutningsvis dess respektive mål.

5.1 Norrsken House - en plats för sociala entreprenörer


växter. Känslan som infinner sig när vi lämnar Norrsken House är att det är lätt att bli charmad av den imponerande miljön.


5.2 De sociala entreprenörernas organisation


---

1 Effektiv altruism är ha ett öppet sinne samt att använda kritiskt tänkande för att på ett så effektivt sätt som möjligt förbättra världen (Effektiv Altruism Sverige, 2017).

Även respondenten på Hygglo menar att samtliga organisationer står inför en utmaning och en transformation. Han menar att skillnaden på att driva ett vanligt företag och ett socialt företag kommer bli allt mindre då det handlar om ett omställningsarbete som merparten av företag kommer behöva gå igenom. Alla företag behöver möjligtvis inte sträva efter att göra maximal samhällsnytta men respondenten menar att alla kommer behöva begränsa företagets negativa påverkan på samhället för att behålla sina konsumenter. Han menar att konsumenter blir allt mer medvetna utifrån olika samhälleliga aspekter vilket är något som samtliga företag kommer behöva ta hänsyn till för att fortleva. Respondenten på Creador AB instämmer och menar att deras tjänst bidrar till att deras kundföretag kan uppge att de tar aktivt samhällsansvar trots att de verkar som ett vanligt företag. Något som är viktigt för att bygga upp deras varumärke samt påvisa engagemang för att på så sätt attrahera både kunder och personal.


Vi lever i ett kapitalistiskt samhälle, skapar ett företag något som marknaden efterfrågar, som samtidigt gör skillnad för vårt samhälle, är folk villiga att betala för det, och då kommer det vara möjligt att ha en mycket mer långsiktig effekt. (Malm Wiklund, 2017)

Respondenten på Eneo delar denna åsikt och menar att de vill se en långsiktig förändring i samhället. För att uppnå detta erbjuder de sina kunder en enkel lösning för att bidra till en bättre miljö. Vidare menar han att om detta inte görs på ett ansvarsfullt sätt, med en hållbar affärsmodell över tid, kommer det inte att vara långsiktigt eftersom både geoenergi och solenergi är två långsiktiga tekniker och investeringar.
Att vi är påväg in i ett nytt sorts samhälle, där organisationer måste börja anpassa sig och ta ställning till samhällets problem, var något samtliga respondenter landade i. De menar att socialt entreprenörskap är något som kommer präglå vår värld allt mer.

Det är liksom min enkla definition av socialt entreprenörskap, att se att världen är formbar, vilket vi får från det innoverande perspektivet, och att pengar är en del av ekvationen, men det är inte målet utan det är medlet. Och att vi använder det till att skapa verklig skillnad i världen, där vi ser att det finns behov. (Ekwall, 2017)

5.3 Verksamhetsmål


Nedan kommer vi presentera respondenternas ekonomiska respektive sociala mål för att få en djupare inblick i hur dessa arbetar med och mot respektive mål.

5.3.1 Ekonomiska mål
Respondenten på Nation Humanity anser att de värderingar som har genomsyrat vårt samhälle fram till idag kommer från vårt tidigare industriksamhälle. En stor del av hur framgång är definierat är kopplat till det finansiella. Samma sak gäller för företag, den överordnade idén med företag är att företaget skall gå med vinst. “Det står ju till och med så i

Vad gäller våra respondenters ekonomiska mål svarar samtliga att det huvudsakliga målet är att företaget ska gå runt, det vill säga att intäkterna täcker kostnaderna och att verksamheten inte ska kosta dem pengar. För Hygglo så uppnås detta mål när deras marknadsplats blir likvid, det vill säga när marknadsplatsen blir effektiv och utbud och efterfrågan möter varandra.


Men som social entreprenör så nöjer man ju sig då snarare med att kunna ta ut en lön, men också kanske kunna ta tillbaka det man har investerat, om man säger att man har investerat i rätt mycket tid utan att kunnat ta ut någon lön, då är det väl rimligt att man kan, i alla fall få tillbaka det man har investerat i tid.

(Bygdeson, 2017)
Creador AB att företaget genom aktieinvesterare har möjlighet att utveckla nya digitala tjänster. Därmed anser respondenten att det är viktigt att bibehålla och attrahera investerare, och menar därför att en viss utdelning till dessa är gynnsamt.


5.3.2 Sociala mål
Samtliga respondenter arbetar mot ett uttalat socialt mål. Dessa mål ser olika ut för alla fem respondenten, framförallt när det kommer till hur det kommer till hur man ska gå tillväga samt inom vilken bransch de verkar.


För respondenten på Nation Humanity syftar det sociala målet till att se ett problem i världen för att sedan lösa detta. Vidare tror han att sociala entreprenörer ser till problem som har stor påverkan på människors liv och välmående, eller på planetens välmående, snarare än problem som ligger i människors vardag. Därmed hävdar respondenten att sociala entreprenörer strävar efter att skapa en positiv påverkan på människan och livet. Vidare är det personliga sociala målet för respondenten hållbarhet, där han menar att hållbarhet är hushållning av begränsade resurser, där resurserna är kopplade till planetär, relations eller mänsklig nivå. Detta visas även på vad 29k arbetar med, där de vill inspirera och hjälpa människor med personlig utveckling.
För Creador AB är visionen som tidigare nämnt att alla unga ska känna sitt värde i samhället och hitta egna vägar till jobb och drömmar, det är även detta mål de ständigt strävar mot. De mäter sin effekt genom att se över ett antal kriterier som tar ungdemar till jobb, och ser sedan till vilka kriterier de kan och har påverkat. Exempelvis kan de inte påverka pedagogiken i skolan, men de kan påverka ungdomars motivation.

6. **Analyser**

I detta kapitel presenteras analysen av undersökningen i två delar. Den första delen ämnar skildra sociala entreprenörers organisationsform medan den andra delen ämnar analysera den eventuella konflikt som kan uppstå för sociala entreprenörer vad gäller deras verksamhetsmål.

### 6.1 Sociala entreprenörers organisation


De sociala företagen är strukturellt uppbyggda på ett liknande sätt som traditionella företag. De drivs av en eller fler ägare och de som arbetar där är anställda. Det som skiljer sig markant från ett traditionellt företag är vad som driver det sociala företaget, det vill säga syftet till varför företaget finns till. Respondenten på Nation Humanity menar att sociala entreprenörers syfte bestäms genom att se problem i världen och försöka lösa dem, vilket är besläktat med den ideella sektorn och de frivilliga föreningarna. Det är av stor vikt att samtliga inom det sociala företaget delar samma vision och syfte som sina medarbetare vad gäller deras strävan om samhällsnytta, något respondenten på Eneo var noga med att

Table 3: Charakterisering av fem samhällssektorer och deras organisationsformer (Egen bearbetning från Forsell & Ivarsson Westerberg, 2007:151; Wijkström & Lundström, 2002:7 och resultat)

Det är tydligt att respondenterna i denna studie, likt Cooney (2006), menar att vi står inför en stor omställning och förändring av samhället där dem hävdar att socialt företagande är en ny typ av organisationsform, snarare än en hybrid. Vidare tycks de anse sig vara förespråkare för denna förändring genom att vara sociala entreprenörer och menar att ”socialt” och ”företagande” kan sammanföras till ett meningsfullt koncept. Respondenterna hävdar även att övriga verksamheter förr eller senare kommer behöva följa deras fotspår för att fortleva. Om denna samhällsförändring faktiskt är så omfattande eller inte kan diskuteras, men det är uppenbart att respondenterna i denna studie är av denna åsikt.

6.2 Mål och målkonflikt


Respondenten på Nation Humanity menar vidare att framgång tidigare mätts i finansiella medel men hävdar, likt Shetty (1979), att det ekonomiska målet inte är långsiktigt nog för en

Trots den konflikt som kan komma att uppstå när verksamheter har både ekonomiska och sociala mål (Abrahamsson & Andersen, 2005; Bruzelius & Skäravad, 2011) så menar samtliga respondenter att de inte uppleva någon konflikt mellan målen. På Norrsken Foundation strävar de efter att nå break-even men menar att deras överordnade mål, att skapa en “Impact Unicorn”, alltid står i fokus. Detta överordnade sociala mål gäller även för Creador AB. På Hygglo och Eneo anses mer det sociala målet vara parallellt med det ekonomiska och inte överordnat, dessa menar mer att ju mer pengar de tjänar ju mer samhällsnytta kan de göra. Respondenten på Nation Humanity hamnar någonstans där emellan. Samtidigt som det sociala målet är överordnat, får det ekonomiska inte bortses från utan är en viktig del av företaget för dess förtlevnad.
7. **Slutsats**


De som deltagit i den här studien menar vidare att de ekonomiska och sociala målen verkar parallellt med varandra och att det är något som anses vara positivt. Därför kan det konstateras att målkonflikten inte existerar och därmed inte behöver hanteras. Genom möjligheten för de sociala entreprenörerna att gå med vinst och därmed finansiera sig själva, tillåts dem fokusera på sitt sociala syfte och uppnå största möjliga sociala nytta. Där traditionella företag verkar för vinstmaximering, verkar istället de sociala företagen vinstinriktat för att kunna göra maximal social nytta. Desto mer framgång, desto mer positiv påverkan på världen.

7.1 Vidare forskning

Denna studie har endast fokuserat på ett begränsat antal sociala entreprenörer som alla har en koppling till Norrsken Foundation. Genom att göra en studie av större omfattning, där fler företag undersöks, hade det varit möjligt att göra en mer allmängiltig kartläggning av sociala entreprenörers organisationsform. Vidare har denna studie främst fokuserat på sociala entreprenörers egna uppfattning vad gäller en eventuell konflikt mellan ekonomiska och sociala mål. Intressant hade varit att undersöka intressenters perspektiv, och se till huruvida
de finner en konflikt mellan de ekonomiska och sociala målen hos sociala entreprenörer. Vidare hade det även varit intressant att undersöka huruvida världen faktiskt är på väg in i ett nytt samhälle, samt om denna föreställning även känns igen av individer som ej är sociala entreprenörer och hur denna omställning i sådana fall kan komma att påverka traditionellt företagande i framtiden.
8. KÄLLFÖRTECKNING


**BILAGA 1 - INTERVJUGUIDE**

**Bakgrund**
- Respondentens befattning/ansvarsområden
- Verksamhetens startår
- Geografiskt verksamhetsområde - *Vad har fått dig att söka dig till Norrsken?*

**Socialt entreprenörskap**
- Definition av socialt entreprenörskap
- Generellt - verksamhetsmål för sociala entreprenörer
- Generellt - *Hur bör sociala entreprenörer bygga upp sin verksamhet?*
- Generellt - (målkonflikt) sociala och ekonomiska mål

**Verksamhetsmål (individuellt)**
- Övergripande syfte/affärsidé
- Syfte/affärsidé i praktiken
- Beslutsfattande för verksamhetens mål/strategi
- Sociala mål
- Ekonomiska mål

**Målkonflikter och konflikthantering**
- Strategikonflikter/Måluppfyllelse
- Verksamhetsanpassning i förhållande till målen
- Balans mellan mål och olika intressen
- Synergi mellan sociala och ekonomiska motiv
- Konflikter mellan de sociala och ekonomiska målen